

#Twitterjournalistiek

EEN ONDERZOEK NAAR DE MANIER WAAROP JOURNALISTEN
DIE BERICHTEN OVER MIGRATIE OMGAAN MET REACTIES OP
TWITTER

Flóri Hofman

S1145223

Scriptie MA Journalistiek & Nieuwe Media

Universiteit Leiden

Begeleider: Dr. Alexander Pleijter

Tweede lezer: Prof. Dr. Jaap de Jong

Woordenaantal (zonder bibliografie en bijlage): 19.050

Datum: 18 November 2019

Abstract

De opkomst van het internet en specifiek sociale media hebben voor veranderingen gezorgd binnen de journalistiek. Door middel van het internet kan het publiek steeds makkelijker in contact komen met journalisten. Ook ieders mogelijkheid om vrijelijk op het internet te kunnen publiceren heeft het journalistieke werk veranderd. Bovendien hebben de journalist en diens organisatie niet langer een monopolie op de verspreiding van het nieuws. Als gevolg van deze veranderingen is de *networked journalist* ontstaan. De traditionele journalistieke structuur maakte plaats voor openheid en interactiviteit die het internet biedt, hoewel de kernkarakteristieken van de journalistiek – waaronder haar maatschappelijke functie en het analyseren en filteren van nieuws – bleven bestaan. Journalist en burger werken toenemend samen aan het journalistieke product. Het sociale mediaplatform Twitter is een voorbeeld van hoe dit *networked journalism* zich kan manifesteren. Het platform biedt de mogelijkheid voor journalist en publiek om makkelijk in contact te komen en meningen uit te wisselen. Maatschappelijke thema's worden op Twitter vaak besproken en bediscussieerd. Het thema 'migratie' is vanaf de zomer van 2015 sterk vertegenwoordigd op de publieke en nieuwsagenda, en roept ook op Twitter veel reacties van gebruikers op. Voor dit onderzoek zijn de tweets van elf Nederlandse journalisten die berichten over migratie geanalyseerd, evenals de reacties die zij krijgen op Twitter. Vervolgens zijn deze elf journalisten geïnterviewd over hoe zij omgaan met de verschillende soorten reacties, of de journalisten deze tweets nuttig achten en of de tweets gebruikt worden voor het journalistieke werk. Dit verkennende onderzoek brengt daarmee twee zaken in kaart: enerzijds categoriseert het de soort reacties die journalisten die berichten over migratie krijgen op Twitter, anderzijds categoriseert dit onderzoek de manier waarop deze journalisten omgaan met Twitterreacties.

Inhoudsopgave

Abstract	1
Inhoudsopgave	2
1. Inleiding	3
2. Theoretisch kader	6
2.1 Digitalisering binnen de journalistiek en het ontstaan van ‘networked journalism’	6
2.2 Het gebruik van Twitter op nieuwsredacties	8
2.3 Journalistiek ‘boundary work’	10
2.4 Online commentaar van het publiek en het gebruik op de nieuwsredactie	12
2.5 Het onderwerp ‘migratie’ op sociale media	13
2.6 Theoretische evaluatie.....	14
3. Methode van onderzoek	16
3.1 Selectie van journalisten	16
3.2 Inhoudsanalyse van tweets	17
3.3 Interviews met journalisten.....	18
3.4 Betrouwbaarheid en validiteit	19
4. Soorten reacties op Twitter	20
4.1 Onderwerp-gerichte reacties.....	20
4.2 Journalistiek-gerichte reacties.....	23
5. Omgang met Twitterreacties door journalisten	27
5.1 Twittergebruik.....	27
5.2 Twitter: geen afspiegeling van de samenleving	28
5.3 Reacties die journalisten stellen te ontvangen	31
5.4 Wanneer wel reageren, en wanneer niet.....	33
5.5 Nuttige en niet-nuttige reacties	36
6. Conclusies & Discussie	40
6.1 Conclusies.....	40
6.2 Discussie.....	43
Bibliografie	45
Bijlagen	49
<i>Topicijst interviews</i>	49

1. Inleiding



Afb. 1: Eén van de honderden reacties die Dominique van der Heyde ontving op haar tweet over de internetmonteur¹

De opkomst van het internet en sociale media heeft voor veel veranderingen binnen de journalistiek gezorgd als het gaat om nieuwsvergaring en nieuwsverspreiding. Bovenstaande afbeelding toont slechts één van de honderden reacties die Dominique van der Heyde, chef van de politieke redactie van de NOS in Den Haag, ontving op haar twee tweets over een uitspraak van haar internetmonteur over asielzoekers. De afbeelding laat zien hoe het proces van nieuwsverspreiding door journalisten veranderd is. Naast dat zij werken voor mediaorganisaties, hebben journalisten nu ook de mogelijkheid om via persoonlijke kanalen op sociale media verslag te doen van zaken die zij opvallend of interessant vinden. De mediaorganisatie waar Van der Heyde voor werkt wordt nergens in dit gesprek benoemd. Dit voorbeeld toont aan dat haar woorden ook op haar persoonlijke Twitteraccount onherroepelijk verbonden worden aan haar beroep door medetwitteraars.

Tegelijkertijd maakt dit voorbeeld een verandering in de dynamiek tussen publiek en journalist kenbaar als gevolg van digitalisering: burgers kunnen journalisten direct aanspreken. Zij kunnen bijvoorbeeld direct, zonder tussenkomst van de nieuwsorganisatie, kritiek leveren op hun werk, vragen stellen over onderwerpen waarover bericht wordt of de journalist complimenteren. Dit biedt kansen voor de transparantie die journalisten kunnen bieden over hun eigen werk. Toch blijkt de praktijk ook weerbarstig, en komt dit potentiële voordeel van interactie met zekere nadelen zoals verdachtmakingen, scheldpartijen en bedreigingen.

¹ @RichardvanR, online geraadpleegd op 6 oktober 2019, via: <https://twitter.com/RichardvanR/status/1088788028187922434>

Hoewel de opkomst van bedreigingen tegen journalisten en mediaorganisaties geen recente ontwikkeling is, is het fenomeen ‘bedreiging via sociale media’ vanwege zijn digitale natuur tamelijk nieuw. Behulpzaam voor het in kaart brengen van dit probleem is het onderzoek van Odekerken en Brenninkmeijer (2017) waarvoor zij 638 Nederlandse journalisten ondervroegen. Uit dit onderzoek blijkt dat 23 procent van de Nederlandse journalisten wel eens bedreigingen via sociale media ondervindt. Bovendien zijn 24 van deze journalisten (36 procent) als gevolg hiervan daadwerkelijk gestopt met zich te uiten via diezelfde sociale media. Dit is niet bevorderlijk voor de algemene persvrijheid, aangezien onafhankelijkheid en het verslaan van de feiten hiermee in het geding komen. Een groot deel van de voordelen die een platform als Twitter biedt, wordt hiermee onklaar gemaakt.

Een onderwerp dat in het bijzonder gevoelig is voor commentaar, ook via sociale media, is het thema van migratie en vluchtelingen. Vanaf de zomer van 2015 vond de zogenaamde ‘migratiecrisis’ plaats. Recordaantallen vluchtelingen en migranten vonden hun weg naar Europa. Uit opiniepeilingen van het Pew Research Center, gehouden in 2016, bleek dat Europeanen in dat jaar een grote dreiging zagen in de komst van vluchtelingen en migratie. Maar liefst 61 procent van de Nederlanders was van mening dat het binnenlaten van vluchtelingen voor meer terroristische aanslagen zou zorgen (Pew Research Center, 2016a). Uit soortgelijke peilingen gehouden in 2018 bleek dat Nederlanders over het algemeen positief tegenover het binnenlaten van vluchtelingen stonden, maar erg negatief dachten over het vluchtelingenbeleid gevoerd binnen Europa (Pew Research Center, 2018).

In ieder geval is migratie een onderwerp dat de gemoederen hoog doet oplopen en waar mensen op verschillende vlakken en vanuit verschillende invalshoeken kritisch over zijn. Het is een onderwerp dat de Nederlandse samenleving polariseert (Stichting Vluchteling, 2016). Afbeelding 2 is een voorbeeld van hoe aanstootgevend en negatief het soort reacties op Twitter kan zijn dat dit onderwerp oproept.



Afb. 2: Een bijzonder negatieve Twitterconversatie over asielzoekers in Nederland, in reactie aan journalist Jorn Jonker (Jonker, 2018)²

² @NLDPatriot, online geraadpleegd op 6 oktober 2019, via: <https://twitter.com/NLDPatriot/status/1005124681551306752>

Door de komst van sociale media is het in ieder geval geen moeilijke taak om soortgelijke uitlatingen op het internet te vinden. De gevolgen van de digitalisering op de journalistieke normen, waarden en praktijk zijn verstrekkend geweest (Deuze, 2003; 2005). Met name op het gebied van interactie met het publiek en de legitimiteit om het journalistieke beroep uit te oefenen, hebben journalisten en mediaorganisaties veranderingen doorstaan (Braun & Gillespie, 2011; Singer, 2005; 2010). Het genormaliseerde gebruik van Twitter door nieuwsorganisaties en journalisten is hier een voorbeeld van (Swasy, 2016). Het loont dan ook om te weten hoe journalisten met het platform omgaan, en of reacties die zij ontvangen nuttig zijn voor hun journalistieke werk of niet.

Hoewel er sinds het begin van het digitale tijdperk verschillende onderzoeken zijn gepubliceerd over de gevolgen van digitalisering en de opkomst van sociale media op de journalistiek, ontbreekt in de academische literatuur onderzoek naar de reacties die journalisten op diezelfde sociale media ontvangen. Of tweets van het publiek de journalistieke praktijk beïnvloeden is nog onbekend. De mate waarin negatieve of kritische reacties journalisten bijvoorbeeld beperken, of positieve en neutrale reacties juist een toegevoegde waarde zijn aan het journalistieke werk, blijft hiermee onderbelicht. Onderzoek over uitlatingen op het gebied van vluchtelingen, migratie en asiel aan journalisten, en hoe deze verschillen met reacties over andere onderwerpen, bestaat ook nog niet. Dit onderzoek combineert beide domeinen. Het dicht hiermee een gat in de academische literatuur. Het aansnijden van dit debat ligt bovendien in de maatschappelijke interesse, gezien de belangrijke functie die journalisten bieden op het gebied van informatievoorziening binnen een democratie (Schultz, 1998). Zowel negatieve en kritische reacties als reacties die een discussie opwerpen of een nuttige bijdrage leveren aan het debat over een onderwerp, kunnen immers invloed uitoefenen op de journalist en de (nieuws)verslaggeving.

Dit onderzoek richt zich op het soort reacties dat journalisten op het platform Twitter ontvangen op het onderwerp migratie, en hoe zij vervolgens omgaan met deze reacties. De onderzoeksvraag die centraal staat in deze scriptie luidt dan ook als volgt:

Welke soorten reacties ontvangen journalisten die schrijven over migratie via Twitter en hoe gaan zij hiermee om?

Hoofdstuk 2 ondersteunt deze hoofdvraag door dieper in te gaan op een aantal aangrenzende onderwerpen: de veranderingen die digitalisering teweeg heeft gebracht in de journalistieke ideologie en praktijk; de manier waarop Twitter is omarmd en wordt gebruikt door journalisten en mediaorganisaties; de manier waarop journalisten omgaan met online commentaar op hun stukken; en tot slot de mate waarin migratie een onderwerp voor kritische uitlatingen is vanuit de maatschappij.

Aangezien de onderzoeksvraag tweeledig is, zijn er twee methoden gebruikt om dit onderzoek uit te voeren. Allereerst is een inhoudsanalyse verricht van alle tweets die elf Nederlandse journalisten hebben ontvangen over het onderwerp migratie. Deze soorten kritiek zijn in categorieën onderverdeeld en de resultaten van deze inhoudsanalyse zijn te vinden in hoofdstuk 4. Het tweede deel van de onderzoeksvraag is beantwoord door middel van kwalitatieve, semigestructureerde interviews afgenomen met dezelfde elf journalisten wiens tweets zijn geanalyseerd. Hoofdstuk 5 omvat de resultaten van deze interviews. Een uitgebreidere uitwerking van de gebruikte methoden, alsmede van de selectie van respondenten, is te vinden in hoofdstuk 3.

2. Theoretisch kader

Dit hoofdstuk vormt een analyse van de bestaande literatuur rondom de invloed en het gebruik van sociale media, Twitter en microblogging in het bijzonder, in de journalistiek. Allereerst verdient de theorie van *networked journalism* aandacht, die omschrijft welke veranderingen de journalistiek heeft doorgemaakt met de komst van het internet (2.1). De tweede paragraaf gaat dieper in op Twitter en toont de manier aan waarop dit medium gebruikt wordt op nieuwsredacties (2.2). Als gevolg van veranderingen door digitalisering hebben journalisten bovendien toenemend *boundary work* toegepast, waarbij zij hun eigen (professionele) rol onder de loep namen en aanpasten aan digitale ontwikkelingen (2.3). Het reageren op journalistiek werk door het publiek is één van de ontwikkelingen waar journalisten mee hebben moeten leren omgaan (2.4) en is iets dat door verschillende journalisten op andere manieren mee omgaan. Deze theoretische onderbouwing is noodzakelijk om te begrijpen op welke manier sociale media algemeen en Twitter in het bijzonder verandering hebben gebracht in de journalistieke normen en waarden, en hoe deze veranderingen een aanpassingsslag van journalisten en mediaorganisaties vereisten. Tot slot zal het huidige publieke en politieke debat rond het onderwerp migratie geschetst worden (2.5), om te kunnen begrijpen waarom dit onderwerp er in het bijzonder een is voor reacties en in het bijzonder kritiek vanuit het publiek. Op deze manier worden inzichten ingewonnen in de beroepsgroep die in dit onderzoek centraal staat: journalisten die verslaggeven over het onderwerp migratie.

2.1 Digitalisering binnen de journalistiek en het ontstaan van ‘*networked journalism*’

De journalistiek is een beroepsgroep die zich moeilijk als dusdanig af laat bakenen. Het ontbreekt journalisten namelijk aan in de sociologie geïdentificeerde klassieke factoren om het eigen beroep af te bakenen: de journalistiek heeft geen monopolie op de training en diplomering van haar werknemers; het heeft geen manier om te voorkomen dat anderen haar werk doen aangezien er geen gespecialiseerde, technische kennis nodig is; en terwijl het wel ethische codes heeft, zijn er nauwelijks methodes om deze hard te maken (Kaplan, 2006; Lewis, 2012; Carlson, 2015).

Tegelijkertijd bestaat er zeker iets dat een ‘journalistieke ideologie’ genoemd kan worden die over de jaren is ontstaan. In een dergelijke ideologie worden bepaalde karakteristieken aan de beroepsgroep toegewezen – door de beroepsgroep zelf – die het beroep als zodanig definieert en ook als een gedragscode kan dienen. Mark Deuze (2005) identificeert vijf eigenschappen van deze ideologie, die journalisten zelf definiëren als belangrijk voor de eigen beroepsgroep: het vervullen van een publieke dienst, objectiviteit, autonomie, het hebben van een gevoel van dringendheid en actualiteit, en tot slot voldoen aan bepaalde ethische normen. Professionele journalisten leiden veel prestige en autoriteit af van de controle die zij hebben over informatie en informatievoorziening aan het publiek (Deuze, 2005). Deze vijf eigenschappen zien journalisten zelf als ‘bouwstenen’ van hun eigen journalistieke beroepsideologie. Lewis (2010; 2012) noemt dit op zijn beurt een ‘*professional logic*’ van de journalistiek: de gedeelde aanname dat journalisten namens de maatschappij de rol van de poortwachter van het nieuws op zich nemen. Als zodanig filteren journalisten welk nieuws in het publieke belang is voor een samenleving om te weten. Voor de journalistiek betekent dit dat mediaorganisaties controle houden over de inhoud van het nieuws.

Digitalisering heeft een grote impact gehad op de journalistiek en de journalistieke ideologie, niet in de minste zin omdat dit tot de oprichting van sociale media-websites heeft geleid (Deuze, 2003). Sociale media en andere '*social network sites*' worden gedefinieerd als 'op internet gebaseerde diensten waarmee individuen 1) een openbaar of semiopenbaar profiel kunnen opstellen binnen een begreemd systeem, 2) een lijst kunnen opstellen van andere gebruikers met wie ze een verbinding delen, en 3) hun eigen lijsten met verbindingen en die gemaakt door anderen binnen het systeem kunnen bekijken en uitwisselen. De aard van deze verbindingen kunnen van site tot site verschillen' (Boyd & Ellison, 2008: 211). De internetdienst Twitter, die gebruikers in staat stelt om een eigen profiel aan te maken en hiermee verschillende (lijsten van) mensen te volgen en op deze manier in verbinding te staan met deze andere gebruikers, valt ook onder deze categorisering van sociale media.

Sociale media en ieders mogelijkheid om te publiceren op het internet hebben de journalistiek twee grote uitdagingen gebracht. Enerzijds is de oude journalistieke norm van objectiviteit, of in ieder geval onpartijdigheid, toenemend in het geding gekomen. Sociale media en blogs zijn immers meer dan traditionele nieuwssites platformen voor discussie en opinie. Anderzijds is de journalistieke rol van poortwachter in twijfel getrokken (Singer, 2005).

Met name het laatste punt verdient meer aandacht voor dit onderzoek. Voor het digitale tijdperk ontleende de journalistiek legitimiteit doordat het wist te publiceren voor massapubliek en een hiermee een groot deel van de samenleving bereikte. Journalisten en mediaorganisaties hadden een monopolie op de nieuwskanalen: televisie, radio en kranten. Het internet bracht hier verandering in. Aangezien het de meeste internetgebruikers, in ieder geval in vrije landen, in staat zijn hun gedachten in de vorm van (blog)posts op het internet te zetten, is het journalistieke voordeel van exclusieve massapublicatie in het digitale tijdperk geen winstpunt meer. Burgers, maar ook andere maatschappelijke actoren zoals bedrijven, overheden en zelfs popsterren, kunnen direct meedoen in de uitwisseling van informatie die plaatsvindt op het internet (Shanahan, 2018). De journalist bepaalt dan ook niet meer uitsluitend wat het publiek in de media ziet, leest en hoort over de wereld (Deuze, 2005; Lewis, 2012). Op het internet is niet alleen de journalist de verspreider van informatie, maar kan ook het publiek direct meedoen in deze conversatie over het nieuwsproces.

Dit punt is verbonden aan een andere belangrijke ontwikkeling binnen de journalistiek: de transformatie van de verhouding tussen journalist en publiek (Braun & Gillespie, 2011). De connectiviteit en interactiviteit die het internet biedt, heeft naast de gevolgen voor de legitimiteit van de journalistiek ook professionele implicaties. Het publiek heeft met de komst van sociale media de mogelijkheid om op een effectievere manier te praten met de journalist en mediaorganisatie. Dit heeft ertoe geleid dat de traditionele ontvangers van nieuws meer te zeggen hebben over de journalistiek, met name in de vorm van online reacties (Wolfgang, 2018b). Het publiek kan niet alleen gevraagd worden om te helpen in de informatievoorziening, maar zij kan tegelijkertijd openbaar commentaar, kritiek of zelfs aanvallen op de journalist of de mediaorganisatie lanceren (Braun & Gillespie, 2011; Pérez-Peña, 2010; Singer, 2010). Paragraaf 2.4 gaat dieper in op de mogelijkheid om direct opinie of kritiek te uiten door het publiek richting de journalist.

Kortom, nieuwe technologische ontwikkelingen zoals het internet en sociale media, hebben ertoe geleid dat de journalistiek heeft moeten veranderen. Als zodanig is '*networked journalism*' ontstaan, dat wil zeggen: 'de convergentie tussen de kerncompetenties en functies van journalisten en het maatschappelijk potentieel van online journalistiek' (Bardoel & Deuze, 2001: 93). Volgens Bardoel en Deuze heeft *networked journalism* de relatie tussen de journalist en het publiek op een fundamentele manier veranderd. De journalistiek heeft

geen monopolie op nieuwsvoorziening meer (op het poortwachterschap, met andere woorden), en actoren die hun boodschap (willen) overdragen zien zich niet enkel meer genoodzaakt dit via de journalistiek te doen. Het internet biedt deze mogelijkheid immers ook. *Networked journalism*, met de online journalistiek aan diens basis, heeft vier hoofdkarakteristieken: multimedialiteit, interactiviteit, hypertextualiteit (het gebruik van hyperlinks) en personalisatie van de inhoud (Bardoel & Deuze, 2001).

Networked journalism is een overkoepelende term en kan bepaald worden door de mate waarin de kernkarakteristieken van oude en nieuwe mediaprofessionals samenwerken ('convergeren'). Deze vorm van journalistiek bestaat dan ook in verschillende vormen en staat daarmee los van een enkel medium, type, genre of modaliteit (Bardoel & Deuze, 2001). Een onderdeel hiervan vormen de nieuwe online mogelijkheden als het gaat om samenwerking: de collaboratieve relatie tussen publiek en journalistiek, maar ook die van journalisten onderling. De traditionele, hiërarchische structuur binnen nieuwsredacties hebben met *networked journalism* plaatsgemaakt voor openheid en interactiviteit die het internet biedt (Heinrich, 2012; Russell, 2016; Singer, 2010).

Uit *networked journalism* komt vervolgens de '*networked journalist*' voort. Dit is een nieuwe professional die nog steeds essentieel is voor het journalistieke werk. Bardoel en Deuze (2001) beargumenteren dat de kerntaken van de journalist (zoals het poortwachterschap) niet veranderen enkel omdat de gereedschapskist anders is geworden. Dezelfde kerndoelen

De *networked journalist* verzamelt nieuwe feiten, geeft duiding aan nieuwsontwikkelingen en is nog steeds verantwoordelijk voor analyse. Tegelijkertijd is de *networked journalist* "dependent on sources, commentaries, and feedback, some of which are constantly accessible online. The actual product of journalistic practice now usually involves networks of various professionals and citizens collaborating, corroborating, correcting, and ultimately distilling the essence of the story that will be told" (Van der Haak, Parks, & Castells, 2012: 2927). De *networked journalist* voegt hiermee de verschillende stemmen en methodes van werken samen in de items die hij of zij maakt.

De volgende paragraaf gaat dieper in op de veranderingen die Twitter teweeg bracht binnen de journalistiek en de mogelijkheden die het platform aan journalist en publiek biedt. Ook de wens tot het behouden van journalistiek poortwachterschap wordt uitgebreider behandeld.

2.2 Het gebruik van Twitter op nieuwsredacties

Twitter is een goed voorbeeld van een medium dat gebruikt kan worden voor *networked journalism*. Het is een gratis internetdienst en socialenetwerksite opgericht in 2006, waarmee gebruikers korte berichten van maximaal 280 woorden online kunnen zetten. Deze dienst kan gezien worden als een vorm van 'microblogging', een mediatechnologie die een nieuwe manier van communiceren biedt aan zijn gebruikers (Hermida, 2010; Lee & Shin, 2014). Twitter is een '*awareness system*': een systeem van bewustzijn, bedoeld om in contact te blijven met anderen en bewust te blijven van elkaars activiteiten, achtergrond of status, zelfs wanneer diegene niet fysiek in de buurt is (Hermida, 2010). Grote groepen mensen kunnen op een snelle manier aangeschreven worden via Twitter. Het is daardoor een nuttig medium voor gebruikers die in direct contact willen staan met een grote schare volgers, zoals bijvoorbeeld politici met hun kiezers of journalisten met hun lezers (Lee & Shin, 2014; Lee, 2015).

Daarnaast stelt Twitter mensen in staat op ieder moment via hun digitale apparaten te berichten over wat er om hen heen gebeurt. Het medium is onderdeel geworden van wat Hermida (2010) '*ambient journalism*' noemt, journalistiek die constant doorwerkt door de komst van het internet. Twitter een verzameling van informatie over verschillende grote evenementen, van zowel professionele journalisten en burgers. Professionele journalisten hebben hierdoor op Twitter de taak om te bepalen wat betrouwbare en belangrijke informatie is en wat niet.

Anno 2018 maken in totaal ongeveer 2,8 miljoen Nederlanders gebruik van het platform (Van der Veer & et al., 2018). Hoeveel daarvan journalist zijn of hoeveel journalisten zich überhaupt exact op Twitter bevinden, is niet bekend. Een digitale rondgang langs alle grote nationale Nederlandse nieuwskanalen (NOS, RTL, De Telegraaf, NRC, Volkskrant, Trouw, Radio 1, evenals afzonderlijke nieuwsprogramma's als Nieuwsuur en Argos) leert echter dat zij allemaal een officieel Twitteraccount hebben. Bovendien gebruiken veel van de aan deze organisaties verbonden journalisten het platform ook op hun persoonlijke naam.

Twitter biedt haar gebruikers diverse mogelijkheden. Twittergebruikers noemen verschillende redenen om het platform te gebruiken: om te praten over actuele onderwerpen, om conversaties te voeren, om informatie te kunnen delen en om nieuws te verslaan (Java, Song, Finin, & Tseng, 2007). Met name nieuwsverslaggeving en het delen van nieuws door gebruikers kunnen in dit geval een reden zijn voor journalisten en mediaorganisaties om het medium te gebruiken. Bovendien trekt Twitter mensen aan die geïnteresseerd zijn in nieuws en media. De gemiddelde Twittergebruiker bezoekt twee tot drie keer zo snel een nieuwswebsite dan iemand die het medium niet gebruikt (Farhi, 2009).

Het platform lijkt dus een verzamelpunt te zijn voor mensen die geïnteresseerd zijn in het nieuws. Daarmee is Twitter nuttig voor journalisten en mediaorganisaties om hun producten op aan te bieden en mogelijk is dit ook een belangrijke reden waarom zij Twitter omarmen. Het medium is voor veel journalisten onderdeel geworden van de professionele routine, aangezien maar liefst een kwart van alle officieel door Twitter geverifieerde accounts uit journalisten bestaat (Barnard, 2018). Deze blauwe verificatiebadge, te vinden naast de profielnaam, 'laat mensen weten dat een account van openbaar belang authentiek is' (Twitter, 2019).

Veelvuldig gebruik van Twitter binnen de journalistiek maakt het bovendien belangrijk om erachter te komen op welke manier de beroepsgroep het platform gebruikt. Barnard (2016) identificeert acht journalistieke Twitterpraktijken:

1. Het verzamelen van informatie: het volgen van individuele accounts en bepaalde topics. Tijdlijnen en *feeds* worden op deze manier gepersonaliseerd op basis van de eigen interesse.
2. Het verspreiden van nieuws: het delen van informatie en links.
3. Brongebruik: het verzamelen van en contact leggen met bronnen.
4. Publiekelijk maken van notities, vergelijkbaar met live-blogging.
5. Interactie met publiek: met name gespreksvoering met lezers, kijkers of luisteraars.
6. Productie en participatie in het journalistieke meta-discours: het bediscussiëren van het eigen beroep.
7. Andere professionele interacties: met name voor sociale functies of het vragen om advies.
8. Persoonlijke interacties: het tonen van 'een menselijk gezicht' door de journalist (Barnard, 2016).

Hieruit blijkt dat het verzamelen en verspreiden van informatie naar het publiek, alsmede het leggen en houden van contact met bronnen en het publiek, belangrijke redenen zijn voor journalisten en mediaorganisaties om Twitter te gebruiken. Andere studies bevestigen deze bevinding (Farhi, 2009; Hermida, 2010). De aanwezigheid van journalisten en mediaorganisaties op Twitter vergroot het aantal bezoekers van hun websites, omdat Twitter op deze manier als een reclamebord wordt gebruikt. Bovendien maakt het journalistieke productieproces bovendien transparanter wanneer journalisten twitteren over hun werk (Opgenhaffen & d'Haenens, 2012).

Hoewel dit erop wijst dat de journalistiek het gebruik van Twitter heeft omarmd, is er binnen de discipline van *journalism studies* een debat gaande over de (nadelige) effecten van Twitter op de journalistieke ideologie. Belangrijke onderwerpen van discussie zijn of Twitter ten koste gaat van journalistieke kwaliteit met name in de breedte en diepte van verslaggeving, en of waarden als objectiviteit, neutraliteit en betrouwbaarheid even belangrijk zijn voor informatie die op Twitter verschijnt, in tegenstelling tot wanneer dezelfde informatie in de traditionele media opduikt (Wasserman, 2009; Posetti, 2009; Hermida, 2010; Barnard, 2016).

Paragraaf 2.1 behandelt twee grote uitdagingen waar de journalistiek voor is komen te staan vanaf het digitale tijdperk. De vraag rijst of journalistieke normen en waarden inderdaad veranderd zijn met de komst van Twitter en andere vormen van microblogging. De onderzoeken van Singer (2005) en Lasorsa et al. (2012) concluderen dat normen en praktijken gedeeltelijk veranderen, maar dat tegelijkertijd het gebruik van Twitter en (micro)blogging 'normaliseert' binnen de journalistiek.

De onderzoekers vonden dat meningsuitingen enerzijds relatief vaak voorkomen op journalistieke blogs en Twitterfeeds, wat traditioneel gezien ingaat tegen de objectiviteitsnorm. Anderzijds staan de (micro)bloggingsplatformen centraal in het verslaan van het nieuws. Deze platformen linkten vaak enkel naar (andere) mainstream mediasites en schonken grote, nationale nieuwsmedia weinig aandacht aan het voeren van persoonlijke gesprekken. De communicatievorm bleef overwegend van journalist naar publiek gaan, in plaats van een participatieve vorm aan te nemen. Hoewel de objectiviteitsnorm dus lijkt te veranderen, willen journalisten duidelijk de rol van de poortwachter blijven behouden, zelfs op een medium dat gebaseerd is op participatieve communicatievormen (Singer, 2005; Lasorsa et al., 2012). De studie van Canter (2015) onderschrijft de conclusie dat journalisten de poortwachters van het nieuws wensen te blijven.

Twitter heeft verandering aangebracht in journalistieke praktijk en routines, en het gebruik van het platform is de standaard geworden op nieuwsredacties (Swasy, 2016; Lasorsa, Lewis, & Holton, 2012). Voor het overgaan op online journalistieke mogelijkheden was binnen de beroepsgroep echter wel een vertaalslag nodig. Journalisten moesten hun eigen (professionele) autoriteit bevestigen. De volgende paragraaf beschrijft dit proces.

2.3 Journalistiek 'boundary work'

Voor het digitale tijdperk wezen journalisten de inhoud-gerelateerde inbreng en ideeën van het publiek grotendeels af om hun eigen redactionele autonomie te behouden (Beam, 1995). Het overgaan van de traditionele journalistiek naar *networked journalism* vereiste echter een vertaalslag voor journalisten en hun organisaties. De worstelingen van de journalistiek met de nieuwe digitale wereld gaan vaak over de grenzen van de eigen beroepsgroep. Als gevolg van vervagende professionele grenzen, waarin steeds meer gebruikers van sociale media een of

meerdere rollen van professionele journalisten over hebben kunnen nemen, heeft de journalistiek toenemend aandacht geschonken aan wat Thomas Gieryn (1983) omschrijft als *boundary work*: het bevestigen en vergroten van de institutionele en legitieme autoriteit ten opzichte van buitenstaanders van de journalistieke beroepsgroep. Dit houdt in dat bepaalde karakteristieken aan de journalistiek worden toebedeeld, om zo een sociale grens te creëren. Deze grens definieert bepaalde andere (intellectuele) activiteiten als non-journalistiek. *Boundary work* gaat daarmee om de eigen legitimatie en het uitsluiten van niet-passende praktijken (Carlson, 2015).

Door middel van de theorie van *boundary work* kunnen we beter begrijpen hoe journalisten en mediaorganisaties hun eigen, professionele rol als bringers van het (online) nieuws zien. Als theoretisch kader biedt *boundary work* bovendien de mogelijkheid om te begrijpen hoe journalisten omgaan met de inmenging van externe factoren (Wolfgang, 2018a). Publiek dat via Twitter contact zoekt met de journalist, bijvoorbeeld om te converseren over diens werk, is een voorbeeld van een dergelijke externe factor.

Een nieuwe vorm van journalistiek *boundary work* omschrijft Barnard (2016) als de *networked habitus*. De digitale en interactieve eigenschappen van sociale media worden toenemend geaccepteerd en opgenomen in de journalistiek, terwijl tegelijkertijd de oude journalistieke normen en praktijken van organisaties blijven bestaan. Dit wil zeggen dat de originele journalistieke vaardigheden een centrale rol binnen de journalistiek houden, maar dat digitale vaardigheden daarbij belangrijk zijn geworden. Hieronder valt bijvoorbeeld: ervoor zorgen dat de eigen informatie online altijd up-to-date is; het promoten van het eigen materiaal op een aantrekkelijke, mogelijk multimediale wijze; en het gebruiken van de volgersbasis door het uitsturen van enquêtes en onderzoeken (Herrera & Requejo, 2012; Marshall, 2013). *Boundary work* naar aanleiding van digitalisering heeft er binnen de journalistiek dus toe geleid dat journalisten en mediaorganisaties zich meer (digitale) vaardigheden eigen hebben gemaakt. Barnard ziet de *networked journalist* hier in feite als een uitkomst van *boundary work* binnen de beroepsgroep.

Een andere vorm van *boundary work* is te vinden in de verandering die aangebracht is in de traditionele poortwachtersrol van de journalist. Hoewel journalisten en nieuwsorganisaties hun traditionele rol van poortwachter willen behouden (Singer, 2005; Lasorsa, Lewis, & Holton, 2012; Canter, 2015), is deze rol onderhevig geweest aan verandering met de komst van sociale media als Twitter (Bardoel & Deuze, 2001). De meerwaarde van journalisten op Twitter is niet langer noodzakelijkerwijs dat zij snel 'breaking' nieuws brengen, maar juist dat zij een waardeoordeel vormen over de authenticiteit van een stuk. Twitter, door de snelheid van het medium en de mogelijkheid om berichten – ook van anderen – onder de aandacht te brengen, is bij uitstek een medium waarop journalisten een waardeoordeel op een nieuwsbericht kunnen plakken. Het onderschrijven van een stuk of nieuwsartikel op Twitter door journalisten vormt dan ook als het ware een stempel van betrouwbaarheid (Canter, 2015). Deze stempel is enkel waardevol wanneer deze van een erkende beroepsjournalist of nieuwsorganisatie komt en verleent de journalist of organisatie als zodanig legitimiteit voor het erkennen van belangrijk nieuws. De beroepsgroep scheidt zich hiermee af van iedere andere willekeurige twitteraar.

Tot slot is ook de interactie tussen journalist en publiek sterk veranderd, evenals de invloed die het publiek kan hebben op journalistieke producties. *Boundary work* richtte zich voor de komst van het internet deels op het afwijzen van inbreng van het publiek (Beam, 1995). Toenemend hebben lezers, luisteraars en kijkers van het nieuws echter meer invloed gekregen op het journalistieke werk, zoals door middel van verschillende vormen van *networked*

journalism. Door deze invloed heeft het publiek niet enkel meer buiten de journalistieke grenzen, maar in bepaalde gevallen ook daarbinnen een plaats (Groshek & Tandoc, 2017). Het geven van online commentaar is een voorbeeld van de manier waarop burgers toenemend invloed kunnen uitoefenen op de journalistiek. De mogelijkheid tot het geven van online reacties door het publiek is dan ook een gebied dat ook in het licht van *boundary work* gezien kan worden vanuit de journalistieke beroepsgroep. In het licht van dit onderzoek rijst de vraag op welke manier journalisten omgaan met het commentaar dat zij krijgen van het publiek op hun stukken. De volgende paragraaf behandelt dit onderwerp.

2.4 Online commentaar van het publiek en het gebruik op de nieuwsredactie

Twitter en andere sociale media bieden de journalistiek zonder twijfel voordeel op het gebied van informatieverspreiding en het leggen en behouden van contact met bronnen. Tegelijkertijd is een ander aspect van sociale media (zoals omschreven in paragraaf 2.1) het direct kunnen contacteren en aanschrijven van de journalist door het publiek, in plaats van enkel omgekeerd. Dit commentaar kan zowel positief als negatief zijn, of zelfs bestaan uit directe aanvallen op de journalist. Hoe nuttig is online commentaar van het publiek voor journalisten en hoe zij omgaan met publiekscommentaar? Hoewel onderzoek naar Twitter op dit vlak ontbreekt uit de academische literatuur, bespreekt deze paragraaf enigszins vergelijkbare digitale vormen waarbij het publiek kan reageren op journalisten en hun werk.

Niet iedere journalist is even enthousiast over het gebruik van Twitter. Robinson (2010) identificeert een tweedeling tussen journalisten over hun enthousiasme voor het platform. Enerzijds de groep 'traditionalisten', die een hiërarchische relatie tussen journalist en publiek voorstonden. Zij zagen online mogelijkheden tot commentariëren als het 'wilde westen' (p. 134). Anderzijds identificeert Robinson een groep 'convergeerders', die het geven van meer vrijheden aan het publiek op nieuwssites voorstonden (Robinson, 2010).

Wolfgang (2018a) bouwt in zijn onderzoek voort op de bevindingen van Robinson (2010) en gebruikt de theorie van *boundary work* om de manier waarop journalisten omgaan met (online) commentaren te categoriseren. Hij identificeert hierbij drie soorten journalisten. Allereerst de 'strijdlustige bewaker' (*combative guardian*), die inhoudelijke toevoegingen van het publiek als een dreiging zien of als totaal onbruikbaar als inhoudelijke toevoeging aan een debat. Het uitsluiten van wat opgevat wordt als 'niet-journalistieke praktijk' staat centraal en kan gezien worden in het licht van *boundary work*. De tweede categorie journalisten zijn de 'terughoudende bondgenoot' (*reluctant ally*), die meer waarde hecht aan (online) commentatoren. Deze groep erkent dat commentatoren er altijd zullen zijn, maar is ook van mening dat reacties niet zo maar bruikbaar zijn. Reacties moeten beheerd worden. Bovendien erkent ook de terughoudende bondgenoot dat lang niet alle reacties op het internet nuttig zijn. Tot slot identificeert Wolfgang de 'bereidwillige partner' (*willing collaborator*), als iemand die de online commentator verwelkomt en ziet als een waardevolle toevoeging als een 'tolk van publieke evenementen' (Wolfgang 2018a, 8).

Deze onderzoeken tonen aan dat er binnen de journalistiek meningsverschillen bestaan over het belang van online reageren door het publiek. Hiernaast identificeren journalisten bovendien verschillende gradaties in hoe nuttig bepaald commentaar kan zijn, zoals blijkt uit een academische enquête gehouden in 2011. In sommige gevallen spoorde commentaar de journalisten aan om de nieuwswaarde van het artikel te overdenken of bood het nieuwe en creatieve inzichten in hoe een evenement verslagen kon worden. In andere gevallen waren de commentaren minder waardevol. In deze situaties liepen de emoties hoog op en leken de

discussies meer op grote online ruzies (Santana, 2011). Niet ieder commentaar is dus even nuttig, maar tegelijkertijd is niet iedere vorm van kritiek even waardeloos.

Binnen de eigen beroepsgroep heeft de mogelijkheid tot online reageren van het publiek ook tot discussie geleid. Met name de mogelijkheid om anoniem scherpe aanvallen te lanceren, met als gevolg onzinnige en gemene discussies van laag niveau, is door journalistieke organisaties in twijfel getrokken (Shanahan, 2018). Een artikel van de Amerikaanse *New York Times* omschreef bepaalde conversaties in de commentaar-secties onderaan nieuwsartikelen als een 'barroom brawl [...] where the tomatoes are being thrown' (Pérez-Peña, 2010). Daarnaast analyseerde mensenrechtenorganisatie Amnesty International in 2018 bijna 230.000 tweets gericht aan vrouwelijke politici en journalisten uit de Verenigde Staten en het Verenigd Koninkrijk. 1 op de 14 tweets gericht aan deze journalisten, omgerekend 7 procent, bleek problematisch (5.8 procent) of beledigend (1.2 procent) van aard (Amnesty International, 2018).

Uit bovenstaande literatuur kan dus ook geconcludeerd worden dat er verschillende gradaties bestaan in hoe nuttig commentaar van het publiek op journalisten en hun stukken kan zijn. Aan de ene kan van het spectrum staat de inhoudelijke kritiek, positief dan wel negatief, die de journalist eventueel nieuwe inzichten over zijn of haar eigen werk zou kunnen opleveren. Aan de andere kant staan problematische of beledigende aanvallen op journalisten of het onderwerp dat zij aankaarten, mogelijk hoog oplopend in emotie. De laatstgenoemde vorm van kritiek is, afgaande op het onderzoek van Santana (2011), minder bruikbaar voor journalisten.

Commentaar en kritiek op journalisten en mediaorganisaties via Twitter blijft echter een onderbelicht onderwerp in de academische literatuur. Een preciezere categorisering van de soorten reacties die journalisten online ontvangen en een beschrijving van hoe zij hiermee omgaan, ontbreekt dan ook nog.

2.5 Het onderwerp 'migratie' op sociale media

Dit onderzoek zal bijdragen aan dit gat in de academische literatuur door de kritiek op het specifieke onderwerp migratie en aanverwante thema's als vluchtelingen, asiel en integratie binnen de Nederlandse verslaggeving onder de loep te nemen. Aangezien migratie een is onderwerp dat vanaf 2015 toenemend voor polarisatie binnen de maatschappij heeft gezorgd (Stichting Vluchteling, 2016), en als zodanig op veel online commentaar kan rekenen, is het interessant om journalisten die schrijven over dit thema duidelijker te bekijken.

Hoewel de komst van vluchtelingen uit oorlogsgebieden en economische migranten uit voornamelijk Afrika naar Europa in de 21^e eeuw geen nieuw verschijnsel is, kreeg het onderwerp migratie vanaf de zomer van 2015 een nieuwe lading op de politieke en nieuwsagenda. De grote getalen waarmee gezinnen, inclusief vrouwen en kinderen, landden op Griekse en Italiaanse kusten en ophoopten op Centraal Europese treinstations, overspoelden de Europese media (Dell'Orto, 2019). In totaal vroeg een recordaantal van 1.3 miljoen migranten asiel aan in Europa in 2015 (Pew Research Center, 2016b). De migratiegolf kreeg al snel de benaming 'vluchtelingen crisis' (Remarque, 2015). Foto's van drijvende reddingsvesten en gestrande vluchtelingen kwamen ook in de Nederlandse media frequent voor in deze periode.³

³ Enkele voorbeelden van artikelen over de vluchtelingen crisis op zijn hoogtepunt in de Nederlandse media: 'Recordaantal vluchtelingen naar Duitsland, protesten in Boedapest' op 2 september 2015

Al ver voor 2015 was de komst en integratie van met name islamitische vluchtelingen en migranten naar Nederland een onderwerp van hevig debat. Het succes van de multiculturele samenleving werd vanaf de jaren 2000 toenemend in twijfel getrokken, een sentiment dat door populaire politici als Pim Fortuyn en Geert Wilders ook een plek kreeg op de politieke agenda (Scheffer, 2000; Vossen, 2010). De migratiecrisis van 2015 verergerde het anti-vluchtelingensentiment in heel Europa. Uit cijfers van het Pew Research Center uit 2016 blijkt dat 59 procent van de Europeanen vreesde dat vluchtelingen de kans op terrorisme vergrootte, terwijl 50 procent van de Europeanen dacht dat vluchtelingen naar het continent kwamen om banen en sociale voorzieningen op te slokken. Voor Nederland lagen deze percentages in 2016 respectievelijk op 61 procent en 40 procent (Pew Research Center, 2016a).

Anno 2019 lijkt de angst rondom migratie en vluchtelingen wat ingedaald. Uit cijfers van hetzelfde onderzoeksbureau blijkt dat 83 procent van de Nederlanders positief staat tegenover het verlenen van asiel aan mensen die oorlog ontvluchten. Tegelijkertijd zijn zij zeer kritisch ten opzichte van het Europese migratiebeleid: slechts 37 procent van de Nederlanders stemt in met de manier waarop de EU migratie in de afgelopen jaren heeft aangepakt (Pew Research Center, 2018).

Uit deze gegevens kan geconcludeerd worden dat er in ieder geval twee grote punten van kritiek te vinden zijn in het publieke debat over de migratiecrisis en de nasleep hiervan tot de dag van vandaag. Ten eerste bestaat er een groep mensen die in zijn geheel tegen migratie en het opnemen van vluchtelingen lijkt te zijn. Ten tweede is er een groep mensen die kritisch is ten aanzien van het in Europa gevoerde vluchtelingenbeleid, maar minder tegen vluchtelingen zelf. Kortom, het onderwerp migratie heeft in zowel publiek als politiek debat veel (media)aandacht gekregen. Het is een controversieel onderwerp en daarmee heeft het voor polarisatie in de samenleving gezorgd (Stichting Vluchteling, 2016). Het is dan ook te verwachten dat migratie een onderwerp is waarover mensen zich op sociale media uitlaten. De manieren waarop deze reacties geuit worden op Twitter en de handelswijze van journalisten staan in dit onderzoek centraal.

2.6 Theoretische evaluatie

Digitalisering en de opkomst van het internet hebben tot veel verandering in de journalistiek geleid. Hierdoor is het *networked journalism* ontstaan. Een kenmerk hiervan is dat het publiek directer invloed kan uitoefenen op de journalistiek. Dit doen zij met name via sociale media. Aangezien accounts op sociale media veelal op persoonlijke titel zijn, krijgt de journalist hier ook op persoonlijke titel – dus niet enkel via de mediaorganisatie – mee te maken. Zo kunnen lezers, luisteraars of kijkers van het nieuws journalisten persoonlijk aanspreken op hun werk. Hoe beschouwen journalisten deze nieuwe mogelijkheid van hun publiek?

Om te begrijpen hoe journalisten met deze nieuwe, directe invloed van het publiek omgaan, is de theorie van *boundary work* relevant. Dit concept behandelt de manier waarop een beroepsgroep het eigen werk begrenst. In dit geval toont het aan op welke manier journalisten over de grenzen van de journalistiek en hun eigen werk onderhandelen als het

door NRC (De Voegt, 2015); 'Honderden vluchtelingen gestrand in Wenen' op 5 september 2015 door De Volkskrant (De Volkskrant, 2015); 'Tientallen vluchtelingen verdronken voor Griekse kust' op 13 september 2015 door NOS (NOS, 2015).

gaat om reacties van het publiek. *Boundary work* is in dit geval interessant om te bepalen of en in welke mate reacties een onderdeel zijn van het journalistieke werk, en in welke mate reacties nuttig en bruikbaar kunnen zijn – of juist niet. Met name voor een onderwerp als migratie, dat controversieel is in het publieke debat, is het interessant om dit te onderzoeken. Dit onderzoek stelt dit onderwerp aan de orde door middel van een analyse van tweets van elf journalisten en interviews met diezelfde journalisten. Het volgende hoofdstuk behandelt de methodes die in dit onderzoek gebruikt zijn.

3. Methode van onderzoek

De onderzoeksvraag die centraal staat in deze scriptie luidt: welke soorten reacties ontvangen journalisten die schrijven over migratie op Twitter en hoe gaan zij hiermee om? Aangezien de vraagstelling tweeledig is, zullen er twee verschillende methoden gebruikt worden om antwoord te kunnen geven op de onderzoeksvraag.

In dit hoofdstuk worden de toe te passen onderzoeksmethoden besproken. Beide methoden zijn kwalitatief van aard: het doel is niet om aantallen en statistieken te achterhalen, maar om in kaart te brengen welke soorten reacties journalisten krijgen en op welke soorten manieren zij hiermee omgaan. Het gaat hier dus om de categorisering van tweets en reacties. Voor het eerste gedeelte van de onderzoeksvraag wordt een inhoudsanalyse van tweets gestuurd aan de geselecteerde journalisten verricht (3.2). Het tweede gedeelte vraagt echter om een andere onderzoeksmethode. Om erachter te komen hoe journalisten met kritiek omgaan, zullen semigestructureerde interviews afgenomen worden met de respondenten (3.3). Het hoofdstuk begint echter met een omschrijving van de voor dit onderzoek geselecteerde journalisten (3.1).

3.1 Selectie van journalisten

Voor dit onderzoek zijn elf Nederlandse journalisten geselecteerd. Allen schrijven of schreven zij in het verleden over migratie, vluchtelingen en asiel. De belangrijkste voorwaarde voor de selectie van journalisten is dat zij ook Twitter gebruiken of gebruikten (in ieder geval tot en met mei 2019, toen de selectie afgerond was) voor hun journalistieke werk. Aan de hand van de tijdlijnen op Twitter van journalisten die berichten over migratie is bepaald of zij wel of niet in aanmerking kwamen voor dit onderzoek, dat wil zeggen: of zij ook (journalistiek) tweetten over migratie en aanverwante thema's.

Aangezien de totale groep informanten (journalisten die over migratie bericht) vrij specifiek en klein is, is deze steekproef ook klein gehouden en op elf uitgekomen. Daarnaast is de steekproef hierdoor ook gedeeltelijk vanuit *convenience sampling* gedaan: de gekozen journalisten waren bereikbaar en beschikbaar (Marshall M. N., 1996).

Toch is in de selectie van de elf journalisten ook gebruik gemaakt van de zogenaamde *judgment approach*, waarbij "the most productive sample to answer the research question" is uitgekomen (Marshall M. N., 1996: 523). Dit is gedaan om de onderzoeksvraag zo goed en volledig mogelijk te kunnen beantwoorden. Allereerst zijn er onder de respondenten zowel mannen als vrouwen. Zij hebben wellicht een andere kijk op Twitter, reacties en het gebruik ervan. Beide oogpunten dienen dan ook mee genomen te worden in een onderzoek waarin de mening van een bepaalde groep centraal staat.

Ten tweede is in dit onderzoek gelet op de werkgever van de journalisten. De gekozen journalisten zijn bij verschillende redacties en media werkzaam, het doel hiervan is om een zo breed mogelijk beeld van het Nederlandse journalistieke landschap te krijgen. In totaal zijn de journalisten werkzaam voor drie verschillende mediavormen (dagblad, radio en televisie) en voor zeven verschillende mediamerken. Acht van de respondenten zijn werkzaam voor krantenredacties (Mark Lievisse Adriaanse, Sheila Kamerman en Christiaan Paauwe van *NRC*; Irene de Zwaan van *de Volkskrant*; Josien Wolthuizen en Ruben Koops van *Het Parool*; Cyril Rosman van *Algemeen Dagblad* en Jorn Jonker van *De Telegraaf*); twee voor televisieomroepen (Dominique van der Heyde en Jeroen Wollaars van de *NOS*) en één werkt als radiopresentator (Chris Kijne van de *VPRO*).

Tot slot is bij de selectie van journalisten ook gelet op de mate waarin zij actief zijn op Twitter. Alle elf journalisten zijn actief op Twitter of zijn dit minstens tot en met mei 2019 geweest. Ook hebben in het verleden ook meer dan eens over het onderwerp migratie getweet. In de praktijk blijkt bovendien dat alle journalisten ook over andere onderwerpen dan migratie berichten. Toch is er onderscheid tussen de respondenten te zien in de mate waarin zij zelf tweets plaatsen op het medium. Zo zijn Chris Kijne (VPRO) en Mark Lievisse Adriaanse (NRC) bijvoorbeeld erg actief op het medium en plaatsen zij dagelijks meerdere tweets. Tegelijkertijd is Irene de Zwaan (Volkskrant) een minder fervent twitteraar. Zij plaatst een aantal keer per maand een tweet op het medium. De rest van de ondervraagde respondenten zit hier tussenin. Door de selectie van journalisten op dit gebied ook zo breed mogelijk te houden, kan wederom de onderzoeksvraag beter en breder beantwoord worden. Journalisten die Twitter verschillend toepassen in hun werk, zullen reacties vermoedelijk op andere manieren gebruiken en ermee omgaan.

3.2 Inhoudsanalyse van tweets

Middels een inhoudsanalyse van de tweets van de geselecteerde journalisten is een antwoord gegeven op het eerste gedeelte van de onderzoeksvraag: wat voor kritiek ontvangen journalisten op hun stukken over het onderwerp migratie via Twitter? De resultaten van deze analyse zijn te vinden in hoofdstuk 4.

De tweets zijn via het platform zelf gezocht en verzameld. Hiervoor is '@naamjournalist' in de zoekbalk van Twitter getypt. Vervolgens geeft Twitter onder de knop 'Nieuwste' een volledige lijst van tweets waarin de geselecteerde journalist vernoemd wordt, of die hij zelf getweet heeft. Er is dan een tijdfilter gemaakt van alle tweets, waarvoor de periode juli 2015 tot heden aangehouden is. Alle tweets gestuurd door en naar alle elf journalisten zijn hiervoor gelezen, en van alle tweets die over migratie of een verwant onderwerp gaan, is ook de zogenaamde '*comment thread*' gelezen: dit zijn alle tweets die als reactie zijn gestuurd op een eerste tweet. Het vormt als het ware een online discussie waar één of meerdere mensen aan mee kunnen doen. De tweets die reacties op de journalist in kwestie bevatten, zullen vervolgens geanalyseerd worden in dit onderzoek.

Het voordeel van deze methode is dat hiermee alle tweets die de journalist in kwestie heeft gestuurd over het onderwerp migratie meegenomen zijn. Journalisten kunnen daarnaast echter ook reacties ontvangen die niet als antwoordt dient op datgene wat zij eerder op Twitter hebben geschreven, maar juist direct aan hen wordt gezonden en dus het begin van een dergelijke *comment thread* vormt. Ook deze directe vormen van commentaar zijn meegenomen middels deze manier van verzamelen.

Vervolgens zijn de reacties via een algemene inductieve benadering geanalyseerd worden. Middels de methode van constante vergelijking (de *constant comparison method*) zijn de tweets na het systematisch lezen en interpreteren ervan in verschillende categorieën (codes) onderverdeeld worden. Aanvankelijk begon dit met de tweets gericht aan één journalist, waarin de reacties met elkaar vergeleken zijn. Op deze manier zijn de grenzen van de verschillende codes afgebakend. Naarmate ook de tweets van andere journalisten onder de loep zijn genomen, zijn de tweets gericht aan verschillende journalisten en de codes die hierbij ontstaan steeds met elkaar vergeleken (Boeije, 2002; Thomas, 2006; Elo & Kyngäs, 2008). Het coderen is voortgezet tot het moment van verzadiging. Bij verzadiging kunnen er geen nieuwe codes (in dit geval categorieën van reacties) meer ontdekt worden in de beschikbare data, terwijl de bestaande codes nog wel voorkomen (Urquhart, 2013; Saunders, et al., 2018

Op deze manier zijn twee overkoepelende categorieën van reacties geïdentificeerd die journalisten ontvangen: journalistiek-gerichte en onderwerp-gerichte reacties. Binnen deze twee categorieën zijn bovendien acht verschillende subcategorieën opgesteld. De verschillende gevonden codes zijn omschreven worden in de resultaten (hoofdstuk 4).

3.3 Interviews met journalisten

Het tweede gedeelte van de onderzoeksvraag luidt als volgt: op welke manier gaan journalisten om met kritiek die zij via Twitter ontvangen? Interviews zijn er op gericht om bepaalde descriptieve aspecten van het handelen van de geïnterviewden te signaleren (Brinkmann, 2013). Aangezien het hier gaat om bepaalde reacties van journalisten op reacties ontvangen via Twitter en hun omgang met die reacties, is het houden van kwalitatieve interviews de meest voor de hand liggende methode om een antwoord op bovenstaande vraag te vinden. Het doel van dit onderzoek is om in de belevingswereld van journalisten te duiken. Door middel van interviews kan de journalisten in kwestie gevraagd worden naar dit perspectief, en naar hun ideeën en opvattingen. Doorvragen op antwoorden die de journalisten geven, biedt bovendien een mogelijkheid om een zo goed mogelijk beeld te krijgen van de belevingswereld van de journalist in kwestie en de manier waarop hij of zij omgaat met reacties.

De interviews zijn afgenomen aan de hand van een aantal kernvragen. De interviews zijn daarmee semigestructureerd van aard. In tegenstelling tot een gestructureerd interview wordt op deze manier meer speelruimte geboden aan eigen inbreng en ideeën van de respondent in kwestie, en hetgeen hij of zij belangrijk vindt over het onderwerp. Daarnaast biedt deze methode ruimte om af te wijken van de originele vragenlijst en door te vragen op zaken die interessant blijken in het interview (Brinkmann, 2013; Kvale & Brinkmann, 2015).

Het eerste onderwerp van gesprek was hoe en waarom de respondenten Twitter gebruiken en wat zij als voor- en nadelen van het platform beschouwen. Dit biedt een eerste inzicht in de waarde die journalisten aan Twitter toeschrijven, en hoe ontvankelijk zij eventueel zijn voor reacties die zij via het platform ontvangen. In de inhoudsanalyse van de tweets gericht aan de geselecteerde journalisten is al vastgesteld dat er een aantal verschillende categorieën van reacties gestuurd aan journalisten bestaat. In de interviews is bovendien gevraagd naar welke soorten reacties journalisten zelf zeggen te krijgen: dit toont aan welke soorten reacties in hun ogen het vaakst voorkomen en welke zij als meest belangrijk beschouwen. Daarnaast is de journalisten ook gevraagd op welke manier zij omgaan met deze reacties: of zij hierop reageerden, of zij deze reacties als nuttig ervaren (op persoonlijk of professioneel vlak) en of zij deze reacties gebruikten.

Om tot een kernantwoord te komen op deze vragen, is bij de interviews van iedere gecodeerde categorie één voorbeeld getoond (op papier) aan de respondent. Het ging hierbij om tweets die specifiek gericht zijn aan de persoon die op dat moment geïnterviewd werd. Gezien deze opstelling van de interviews was de inhoudelijke analyse van de tweets al voltooid op het moment dat de interviews werden afgenomen.

Zoende stond in deze interviews centraal of een bepaalde categorie van reacties nuttig is of juist niet, en hoe de journalist op de tweet in kwestie (van de verschillende categorieën) gereageerd heeft. Reageerde hij of zij er bijvoorbeeld inhoudelijk op of juist niet, werd de kritiek meegenomen in het vervolg, ging de journalist na kritiek op zoek naar meer informatie?

Bij voltooiing van alle interviews, zijn ook deze antwoorden gecodeerd naar de richtlijnen van inductieve benadering (Thomas, 2006; Elo & Kyngäs, 2008). Ook hier is de methode van

constante vergelijking gebruikt. Aanvankelijk zijn de verschillende categorieën reacties van en binnen één interview vergeleken en gecodeerd, en bij ieder volgend interview zijn de codes ook met alle voorgaande interviews vergeleken (Boeije, 2002). Op deze manier zijn twee lijsten opgesteld: redenen waarom journalisten wel reageren, en redenen waarom journalisten niet reageren op tweets van het publiek gericht aan hen. Daarnaast leidde dit ook tot een lijst van reacties die de respondenten als nuttig beschouwden, en op welke manieren dit het journalistieke werk beïnvloedt. Hoofdstuk 5 behandelt de uiteenzetting van deze resultaten.

3.4 Betrouwbaarheid en validiteit

Tot slot verdienen de betrouwbaarheid en validiteit van de methoden die gebruikt zijn in dit onderzoek meer aandacht. Betrouwbaarheid is gericht op de herhaalbaarheid van het onderzoek. Met andere woorden: is het onderzoek opnieuw na te bootsen met dezelfde resultaten? Validiteit draait om de manieren van meten door de methodologische instrumenten. Meten deze inderdaad wat ze zouden moeten meten? Betrouwbaarheid en validiteit zijn belangrijk voor de geloofwaardigheid van de resultaten van dit onderzoek (Golafshani, 2003).

De steekproef bestaat hier uit elf journalisten. Zij hebben allen een aantal hoofdkenmerken gemeen die centraal staan voor dit onderzoek: allen hebben zij in het verleden meer dan eens bericht over migratie en dit ook op Twitter gedeeld; allen zijn zij nog steeds actief in de journalistiek op het moment van interviewen; en allen werken zij voor landelijke nieuwsorganisaties. Bovendien bevat de steekproef zowel radio-, tv- als krantenjournalisten, wat er voor zorgt dat de drie grootste mediavormen vertegenwoordigd zijn in dit onderzoek. Deze kenmerken garanderen dat deze journalisten een goede afspiegeling zijn voor de onderzochte (doel)groep.

Triangulatie – het combineren van verschillende onderzoeksmethodes om tot een onderzoeksresultaat te komen – kan in kwalitatief onderzoek de vorming van bias of vooringenomenheid tegengaan en is in dit onderzoek dan ook gebruikt (Golafshani, 2003). In het geval van dit onderzoek kan bijvoorbeeld op twee manieren nagegaan worden welke soorten reacties journalisten via Twitter ontvangen: door het aan de journalisten te vragen in een interview, en door tweets gestuurd naar de journalisten te identificeren. Door deze twee methoden te combineren, is het resultaat – een categorisering van de reacties die journalisten krijgen – meer valide en beter na te bootsen.

Daarnaast zijn de interviews semigestructureerd van aard en vinden zij dus plaats aan de hand van een lijst van kernvragen. Deze lijst garandeert dat in alle interviews dezelfde onderwerpen aan bod komen en de belangrijkste vragen ook aan iedere journalist gesteld worden (Brinkmann, 2013; Kvale & Brinkmann, 2015). Tegelijkertijd bieden de vragenlijsten ruimte voor verdieping tijdens de afzonderlijke interviews. Dit garandeert op zijn beurt dat journalisten de ruimte krijgen om te vertellen over specifieke manieren waarop zij omgaan met reacties: bijvoorbeeld wanneer er afgeweken is van het normale patroon.

4. Soorten reacties op Twitter

Voor de interviews met de elf Nederlandse journalisten zijn de reacties die zij via Twitter op het onderwerp migratie ontvangen bestudeerd. Dit hoofdstuk biedt een analyse en categorisering van de ontvangen reacties. Grofweg kunnen twee vormen van reacties onderscheiden worden: reacties die onderwerp-gericht zijn en reacties die gericht zijn op de journalistieke werkwijze. De eerste vorm gaat over de inhoud van de originele tweet, item of artikel van de journalist in kwestie, terwijl de tweede vorm een reactie is van hoe de journalist te werk is gegaan.

4.1 Onderwerp-gerichte reacties

De onderwerp-gerichte reacties vormen de eerste categorie reacties die journalisten ontvangen via Twitter. Dit zijn reacties die zich niet richten op de (kwaliteit van de) bedreven journalistiek, maar gaan over het onderwerp waarover de journalist in kwestie berichtte. Binnen deze onderwerp-gerichte reacties zijn vier subcategorieën gevonden: de zeer negatieve tweets zonder inhoudelijke argumentatie; tweets die wel argumentatie bevatten en (bedoeld zijn om) een gesprek op gang (te) brengen; tweets die vragen aan de journalist bevatten over het onderwerp; en de positieve of met het onderwerp instemmende reacties.

Ten eerste reacties die (zeer) negatief en kritisch zijn op het onderwerp van de tweet, het item of het artikel dat de journalist aanhaalt. Dit zijn overwegend reacties zonder inhoudelijke argumentatie, maar slechts de positionering van een standpunt of mening. Reacties van deze aard kunnen verdeeld worden in twee politieke flanken. Zowel (extreem) rechtse reacties komen hier aan bod (anti-islam, anti-vluchteling) als (extreem) linkse reacties (het bestempelen van islam- en migratiecritici als fascist).



Afb. 3: Een zeer negatieve onderwerp-gerichte reactie (Gericht aan Irene de Zwaan, de Volkskrant)⁴

⁴ @Pruischen, online geraadpleegd op 6 oktober 2019, via: <https://twitter.com/Pruischen/status/630023110868213760>

Het tweede soort onderwerp-gerelateerde reacties zijn reacties die wel argumenten bevatten en waarschijnlijk bedoeld zijn om een discussie of gesprek op gang te brengen. Dit zijn overwegend genuanceerdere reacties, en bovendien minder fel en grof. Hieronder vallen bovendien de reacties waarin twitteraars andere bronnen (zoals artikelen of documenten) aanhalen en waar zij de journalisten op proberen te wijzen. Mogelijk kunnen deze reacties nieuwe zienswijzen of inzichten tonen over het aangehaalde onderwerp.



Afb. 4: Onderwerp-gerichte reactie met inhoudelijke argumentatie (Gericht aan Chris Kijne, VPRO)⁵

⁵ @ArnoudVbrief, online geraadpleegd op 6 oktober 2019, via: <https://twitter.com/ArnoudVbrief/status/1131552019540586496>

Het derde soort onderwerp-gerelateerde reacties bestaat uit vragen van twitteraars over het specifieke onderwerp waarover getwitterd wordt. Vaak zijn dit vragen naar aanleiding van iets wat er (niet) vermeld wordt in de tweet of het item van de journalist. De twitteraar vraagt in deze gevallen om meer informatie of opheldering van de journalist als expert.



Afb. 5: Een onderwerp-gerichte vraag aan de journalist
(Gericht aan Jorn Jonker, De Telegraaf)⁶

Tot slot is het vierde soort onderwerp-gerelateerde reacties positief en instemmend van aard. Dit zijn twitteraars die het eens zijn met een bepaalde analyse uit de tweet, het item of het artikel, of die tevreden zijn met een bepaalde koers of beleid.

⁶ @dvank_van, online geraadpleegd op 6 oktober 2019, via:
https://twitter.com/dvank_van/status/1068505207024304129



Afb. 6: Een positieve reactie gericht op het onderwerp
(Gericht aan Sheila Kamerman, NRC)⁷

4.2 Journalistiek-gerichte reacties

Journalistiek-gerichte reacties vormen de tweede categorie van reacties die journalisten ontvangen via Twitter. Dit zijn reacties waarin niet het onderwerp van een tweet, item of artikel centraal staat, maar die zich richten op de journalistieke werkwijze van de journalist of diens mediaorganisatie. Binnen deze journalistiek-gerichte reacties bestaan vier subcategorieën: zeer negatieve tweets zonder inhoudelijke argumentatie; beargumenteerde kritiek op het journalistieke werk van de journalist in kwestie; vragen naar journalistieke werkwijze; en positieve reacties, complimenten aan de journalist in kwestie.

Ten eerste komen binnen de journalistiek-gerichte reacties wederom zeer negatieve en vaak niet-inhoudelijke (onbeargumenteerde) reacties voor. Ook hier komen deze reacties ideologisch gezien van zowel de rechter- als de linkerflank. Binnen deze subcategorie kan bovendien nog onderscheid gemaakt worden tussen: reacties gericht op de journalistieke objectiviteit (of vaker het gebrek daaraan) van de journalist of mediaorganisatie in kwestie (afb. 7); het als compleet onbetrouwbaar bestempelen van de mediaorganisatie, vaak middels de termen 'nepnieuws' en 'mainstream media' (afb. 8); en het persoonlijk aanvallen van de journalist (afb.9).



Afb. 7: Een zeer negatieve journalistiek-gerichte reactie waarin de objectiviteit van de NOS in twijfel wordt getrokken
(Gericht aan Dominique van der Heyde, NOS)⁸

⁷ @JacobyMens, online geraadpleegd op 6 oktober 2019, via: <https://twitter.com/JacobyMens/status/939128460311777280>

⁸ @politiek_tweet, online geraadpleegd op 6 oktober 2019, via: https://twitter.com/politiek_tweet/status/1088916255682322432



Afb. 8: Een zeer negatieve journalistiek-gerichte reactie, waarin het AD als 'nepnieuws' bestempeld wordt (Gericht aan Cyril Rosman, Algemeen Dagblad)⁹



Afb. 9: Een zeer negatieve persoonlijke aanval gericht aan de journalist (Gericht aan Josien Wolthuizen, Het Parool)¹⁰

Een tweede subcategorie van journalistiek-gerichte reacties vormt de beargumenteerde kritiek. Deze vorm van kritiek is overwegend netter, beleefder en minder aanvallend in het taalgebruik. Voorbeelden hiervan zijn reacties die journalisten wijzen op taal- en spelfouten of proberen nuance in de woordkeuze aan te brengen.

⁹ @dh_wil, online geraadpleegd op 6 oktober 2019, via: https://twitter.com/dh_wil/status/849281147397918720

¹⁰ @BakkerRoland, online geraadpleegd op 6 oktober 2019, via: <https://twitter.com/BakkerRoland/status/657282195720175616>



Afb. 10: Beargumenteerde kritiek over de manier van schrijven van de journalist (Gericht aan Ruben Koops, Het Parool)¹¹

Het stellen van vragen aan journalisten is een derde vorm van journalistiek-gerichte kritiek. Hierin vragen twitteraars vaak om toelichting op het werk van de journalist, hoe zij iets hebben aangepakt in het verleden of waar zij zich in de toekomst op gaan richten.

¹¹ @zeeger, online geraadpleegd op 6 oktober 2019, via: <https://twitter.com/zeeger/status/1045210276579168256>



Afb. 11: Een vraag over de journalistieke werkwijze (Gericht aan Mark Lievisse Adriaanse, NRC)¹²

De vierde subcategorie binnen de journalistiek-gerelateerde reacties bestaat uit positieve reacties. Dit uit zich in complimenten aan de journalist of zijn of haar item of artikel.



Afb. 12: Een compliment aan de journalist en zijn werk (Gericht aan Cyril Rosman, Algemeen Dagblad)¹³

¹² @NaeemKwame, online geraadpleegd op 6 oktober 2019, via: <https://twitter.com/NaeemKwame/status/1036685052753666048>

¹³ @hanspoppelaars, online geraadpleegd op 6 oktober 2019, via: <https://twitter.com/hanspoppelaars/status/859416297897066496>

5. Omgang met Twitterreacties door journalisten

Dit hoofdstuk bespreekt de bevindingen van de interviews met elf Nederlandse journalisten die vanaf 2015 berichtten over het onderwerp migratie en hier ook over tweetten. Acht van de elf journalisten zijn werkzaam voor krantenredacties (Algemeen Dagblad, NRC, de Volkskrant, Het Parool en De Telegraaf), twee van hen werken voor de Nederlandse publieke televisie (NOS en Nieuwsuur) en één van de journalisten werkt voor de publieke radio (VPRO).

Dit hoofdstuk toont allereerst hoe de ondervraagde journalisten Twitter gebruiken (5.1) en of zij het platform als een afspiegeling van de samenleving zien (5.2). Vervolgens identificeert dit hoofdstuk het soort reacties dat de journalisten zelf stellen te ontvangen (5.3), hoe zij met deze reacties omgaan (5.4) en wat zij algemeen vinden van reacties (voornamelijk of ze nuttig zijn voor het journalistieke werk of niet) (5.5).

5.1 Twittergebruik

Alle ondervraagde journalisten gebruiken of gebruikten Twitter hoofdzakelijk voor hun journalistieke werkzaamheden. Vijf journalisten gaven toe het platform zeer beperkt ook voor persoonlijke doeleinden te gebruiken – met name om te twitteren over voetbal. Allen vermelden zij hun werkgever in hun biografie op hun Twitterprofiel. De respondenten gaven aan het aan het belangrijk te vinden om het eigen Twitterprofiel en -gebruik zo professioneel mogelijk te houden.

Op het moment van interviewen gebruikten alle journalisten Twitter op een passieve manier. Het platform biedt een zeer snelle manier om op de hoogte te blijven van secundaire nieuwsbronnen zoals items van andere (buitenlandse) media. Het doel hierbij is om op de hoogte te blijven van nieuwsontwikkelingen in binnen- en buitenland, en soms ook om ideeën voor eigen verhalen op te doen. De meeste journalisten gebruikten het platform ook om primaire bronnen te vinden voor het maken van hun journalistieke stukken. Dit kan gaan om het snel vinden van en contact leggen met bijvoorbeeld professionals zoals politici, die Twitter gebruiken om officiële uitlatingen op te doen; of juist niet-professionals, gebruikers die bijvoorbeeld binnen een bepaalde interessegroep vallen (zoals stemmers van een bepaalde partij) of twitteraars die ooggetuige waren van een nieuwsontwikkeling.

Op één journalist na gebruikten alle respondenten Twitter daarnaast ook op een actieve manier door zelf te tweeten. De belangrijkste reden hiervoor is het promoten van eigen stukken of die van collega's. Twitter wordt hier gebruikt bij wijze van 'reclamezuil'. Ook het (re)tweeten van stukken van andere (buitenlandse) nieuwsmedia, af en toe een analyse of observatie of zelfs liveblogs noemden zij als gebruiksredenen voor Twitter. De journaliste die aangaf Twitter niet meer actief te gebruiken, Irene de Zwaan (verslaggeefster bij de Volkskrant), gebruikte het platform in het verleden door reclame te maken voor eigen stukken en af en toe oproepen te plaatsen om in contact te komen met bronnen. De Zwaan is hiermee opgehouden na een aantal ervaringen met grote hoeveelheden zeer negatieve, onbeschofte reacties.

Eén journalist gaf aan ook met regelmaat eigen meningen op Twitter te uiten. Chris Kijne (radiopresentator bij de VPRO) was van mening dat dit geen belemmering vormde voor zijn werk. Kijne gaf hiervoor als reden dat hij als presentator van de wat meer geprofileerde VPRO niet zo sterk gebonden is aan objectiviteit als bijvoorbeeld journalisten van de NOS wél zijn.

"Bij de NOS ligt dat anders. Daar moet je voorzichtiger zijn. [...] Omdat zij een andere functie hebben binnen de publieke omroep. Zij moeten echt proberen neutraliteit [te behouden] –

objectiviteit bestaat natuurlijk niet – maar zij moeten er wel zo dichtbij mogelijk proberen te komen.” - Chris Kijne (VPRO)

Andere journalisten erkenden dit plichtsgevoel om objectiviteit te bewaren als journalist waar Kijne aan refereert. Zij haalden dit dan ook aan als reden om overwegend geen eigen meningen op het platform kenbaar te maken. Josien Wolthuizen (verslaggeefster bij Het Parool) en Jorn Jonker (politiek verslaggever bij De Telegraaf) vatten dit sentiment als volgt samen:

“Eigenlijk [over] ieder onderwerp waar je over twittert, moet je ook nog kunnen schrijven later. En als jij helemaal je mening hebt openbaar gemaakt, dan [...] doet [dat] je geloofwaardigheid geen goed, uiteindelijk.” - Josien Wolthuizen (Het Parool)

“Ik ben een verslaggever. En dan moet ik niet de hele tijd mijn mening in laten doorklinken, ik vind meningen ook niet zo heel erg interessant. Iedereen heeft een mening. Ik vind het veel interessanter om gewoon boven te halen wat er speelt [...] en als mensen zich laten afschrikken doordat ik de hele tijd mijn mening heb gegeven, dan zie ik niet alles. Dus ja, daar ben ik me wel bewust van, ik wil dat een SP'er net zo snel naar mij toestapt en het idee heeft dat ik hem snap, als een PVV'er of als een VVD'er.” - Jorn Jonker (De Telegraaf)

Eén andere journaliste, Dominique van der Heyde (chef parlementaire redactie bij de NOS), gaf aan in het verleden af en toe persoonlijke meningen en observaties op Twitter te hebben gezet, maar hier na een recente negatieve ervaring in het vervolg van af te zien. Hier speelde echter niet mee dat Van der Heyde het gevoel had een regel van objectiviteit overtreden te hebben. Van der Heyde kreeg honderden negatieve reacties op een tweet die zij stuurde (zie afb. 5), en ervaarde dat twitteraars haar mening opvatten als een uiting van haar nieuwsorganisatie in plaats van haar als privétwitteraar. De tweet in kwestie ging over het onderwerp migratie en Van der Heyde was van mening dat het onderwerp meespeelde in de hoeveelheid en felheid van de reacties die zij vervolgens ontving. In de kern van veel reacties lag overigens wel een gevoel van subjectiviteit dat veel twitteraars ervoeren bij de originele tweet van de NOS-verslaggeefster.

“Nou, wat ik toen over me heen kreeg! [...] dan gaan mensen er dus vanuit dat je iets zegt vanuit een bepaalde politieke mening. Terwijl ik een observatie gaf, waar Twitter oorspronkelijk ook voor bedoeld was. [...] Ik vond het zo extreem wat er allemaal los kwam, dit was dus, het waren vooral reacties uit linkse hoek, zeg maar. Van hoe schandalig het was dat ik asielzoekers zwart maakte, en dat er een agenda achter zat [...] de NOS is [...] volgens veel mensen op Twitter heel erg links [...] En toen dacht ik ja, dit is... Dit is ook niet vruchtbaar. [...] Ik ga dit ook niet meer doen, ik ga dit soort observaties niet meer op Twitter zetten, want het heeft helemaal geen zin.”
– Dominique van der Heyde (NOS)

Uit bovenstaand citaat blijkt dat sommige twitteraars de objectiviteit van de journalist in dit geval belangrijk achten. Zij gebruiken Twitter om Van der Heyde aan te spreken op het gedrag dat zij als subjectief ervaren.

5.2 Twitter: geen afspiegeling van de samenleving

Unaniem waren alle elf journalisten het erover eens dat Twitter geen afspiegeling is van de samenleving. Zij stellen dat het platform sterk gepolariseerd is, en dat mediaorganisaties dan ook moeten opletten met het signaleren van problemen in de samenleving aan de hand van

Twitter: wat er op Twitter speelt, speelt niet noodzakelijkerwijs ook in de samenleving. Het platform is geen plek waar nuance te vinden is, aldus de respondenten. De meeste journalisten laten weten dat zij dit een negatieve eigenschap en een nadeel vinden aan het platform. Op zijn minst is het een eigenschap aan Twitter waar journalisten zich bewust van moeten zijn.

“Ik denk dat het [Twitter] heel erg de uitersten is. [...] Ga maar gewoon in Sliedrecht een rij huizen langs. En dat doe ik heel vaak, ik ben heel veel op straat. De straat is altijd genuanceerder. Altijd genuanceerder. [...] Je moet daar dus heel erg bewust van zijn.” – Sheila Kamerman (NRC)

“Nederland is eigenlijk een heel gematigd land, de meeste mensen stemmen nog steeds op partijen in het midden. [...] En als je alleen op Twitter af zou gaan, dan zou je denken dat Nederland of heel links is of heel rechts, of heel erg inderdaad anti-migratie, of heel erg pro [...] Dus ik vind dat, laten we maar zeggen, niet zo’n heel nuttige kant van Twitter.” – Dominique van der Heyde (NOS)

Een aantal journalisten stelt bovendien dat het gebrek aan nuance en de mate en hoeveelheid van extreme, gepolariseerde meningen en reacties op Twitter nóg sterker het geval lijkt te zijn bij tweets die gaan over onderwerpen als migratie, vluchtelingen en asiel. Christiaan Paauwe (verslaggever NRC) vat dit als volgt samen:

“Als het om migratie gaat, zie je vaker de negatieve benadering van ‘ze moeten hier niet zijn, het zijn gelukszoekers, Brussel laat het allemaal maar gebeuren, de mainstream media en de elite die helpen het land naar de knoppen door iedereen binnen te halen.’ Die reacties, dat krijg je vaker dan de mensen die meer de nuance kunnen zien in het debat, dat het niet zo zwart wit is. Dat het inderdaad zeker niet allemaal vluchtelingen zijn, maar ook zeker niet allemaal natuurlijk gelukszoekers. En ik denk dat de mensen die de nuance zien, niet de behoefte hebben om per se te reageren.” – Christiaan Paauwe (NRC)

Een aantal journalisten ziet bovendien in dat dit gebrek aan nuance en de polarisatie op Twitter iets is waar de Nederlandse media zich bewust van moeten zijn, omdat het teveel vertrouwen op Twitter als afspiegeling van de samenleving leidt tot gebrekkige journalistiek. Deze journalisten stellen dat mediaorganisaties in het verleden te vaak een beroep deden op Twitter, waardoor de extreme uitingen in de Nederlandse media te veel aan het woord zijn gelaten.

“Ik ben er bijvoorbeeld absoluut tegen dat op de radio ofzo een onderwerp wordt aangekaart met de tekst ‘er is ophef over op sociale media’, want dat betekent helemaal niks.” – Chris Kijne (VPRO)

“Ik denk dat het [Twitter] journalisten heel lui heeft gemaakt, en ook blind voor wat er echt leeft in Nederland. [...] Dat ze te snel denken, ‘oh, dit leeft op Twitter, dus het leeft in Nederland’. Dat is gewoon niet zo, denk ik. En ik denk ook dat er bepaalde mensen zijn die daar heel handig gebruik van weten te maken, waardoor zij met hun privémening en vrij individuele mening eigenlijk een heel grote stem hebben. [...] Ja, en zij, uiteindelijk schoppen zij het toch best vaak nog tot de raadszaken, en tot wetswijzigingen, puur omdat niet alleen journalisten, maar ook raadsleden, denken dat wat er zich op Twitter afspeelt heel representatief is voor het debat. Nou, dat is gewoon niet zo.” – Josien Wolthuizen (Het Parool)

Aangezien alle journalisten aangeven Twitter te gebruiken als bron om nieuws te vergaren, en de meeste journalisten ook primaire bronnen op het platform vinden, is dit een knelpunt van het platform. Journalisten vinden Twitter een zeer handige tool die het journalistieke werk gemakkelijker maakt, maar tegelijkertijd stellen zij dat de media terughoudend moet zijn in het gebruik van Twitter. De journalisten zijn het erover eens zijn dat het medium niet los en op zichzelfstaand gebruikt kan worden. De scheidingslijn tussen goed en verkeerd gebruik is echter niet altijd even duidelijk, en bovendien subjectief: het gebruiken van het eigen 'gezonde verstand' (Dominique van der Heyde) moet hier een verschil in maken.

Het voorbeeld van Josien Wolthuizen geeft dit dilemma tussen de positieve en negatieve kanten van Twitter weer. Enerzijds blijkt uit bovenstaand citaat dat Wolthuizen het een negatief kenmerk vindt aan Twitter dat privémeningen van individuen het tot de Nederlandse politieke agenda weten te schoppen via het platform, omdat zij denkt dat de meningen die op Twitter geuit worden niet representatief zijn voor de Nederlandse (of in dit geval Amsterdamse) bevolking als geheel. Zij is erg negatief over de 'gemakzuchtige' manier waarop Amsterdamse raadsleden het platform gebruiken om te zien welke onderwerpen belangrijk zijn, en met welke onderwerpen zij meer media-aandacht kunnen krijgen.

"En dan ja, van raadsleden mag toch ook wel worden verwacht, dat zij juist de vinger aan de pols houden in de wijken, in de buurten? Want wat leeft daar dan? Niet alleen maar van, 'oh, er is een shitstorm in de media' en vervolgens op Twitter, 'oh daar ga ik nu een raadvraag over stellen'. Het is heel gemakzuchtig eigenlijk, wat ze doen, want ze scoren er wel mee. Ze weten namelijk ook dat een onderwerp leeft, ook in de media. Dus als ze er dan raadvragen over stellen, dat je zo'n moment hebt dat ze je dan een DM'etje [Direct Message, persoonlijk bericht via Twitter] sturen, van 'hé, ik heb een raadvraag gestuurd over jouw onderwerp'. Dan weten ze dat ze weer een publicatie achter hun naam kunnen zetten." – Josien Wolthuizen (Het Parool)

Tegelijkertijd blijkt uit het gesprek ook dat zij als journaliste een groot aandeel heeft in dit proces waarbij Twitter het signaleren van maatschappelijke problemen door journalisten en politici faciliteert.

"Ik denk toch [...] dat heel veel journalisten toch op Twitter kijken, en dan denken, hé, dit leeft echt! En dan ga je bellen en dan denk je, oh volgens mij valt het eigenlijk wel mee. Maar dan ben je al bezig met het onderwerp." – Josien Wolthuizen (Het Parool)

Bovendien beschouwt ze het via Twitter kunnen leggen van contact met diezelfde raadsleden als iets wat haar eigen werk vergemakkelijkt.

"Wat best wel vaak gebeurt, is als ik over een onderwerp schrijf, waar ik dan dus over Twitter, is dat er raadsleden zijn, die DM'en [Direct Message, persoonlijk bericht in Twitter] me dan, die zeggen: 'hé, ik ben er mee bezig, ga het op de agenda zetten.' Dat is natuurlijk ook fijn, als je een één-tweetje kan hebben met de politiek. Dus in die zin is het wel echt wel handig." – Josien Wolthuizen (Het Parool)

Dit is een praktisch voorbeeld van de knelpunten van Twitter. Enerzijds vindt Wolthuizen Twitter een toevoeging voor haar werkzaamheden als het gaat om het makkelijk leggen van contact met haar bronnen (in dit geval Amsterdamse raadsleden) en het opdoen van ideeën voor haar eigen artikelen. Anderzijds staat zij negatief tegenover het gebruik van Twitter als inspiratiebron voor de politieke agenda door raadsleden en voor nieuwsartikelen door

journalisten, omdat zij Twitter absoluut niet representatief vindt voor de samenleving als geheel.

5.3 Reacties die journalisten stellen te ontvangen

In de hoofdlijnen komt het soort reacties dat journalisten zelf identificeerden overeen met de eerder gemaakte analyse van hun tweets en tijdlijnen.

Alle respondenten stelden negatieve, ongenueanceerde en inhoudsloze reacties te ontvangen. ‘Polarisatie’ kenmerkten zij als een politieke verdeling en tweestrijd: journalisten ontvangen zowel (extreem) linkse als rechtse politiek getinte commentaren en zien de reacties ook in een politiek (ideologisch) licht. Cyril Rosman (verslaggever bij het Algemeen Dagblad) kenmerkt de kwalificatie ‘inhoudelijk’ door het geven van argumenten die een standpunt ondersteunen, in plaats van alleen maar het kenbaar maken van het eigen standpunt. Het kunnen weerleggen van argumenten is in zijn ogen een voorwaarde voor het kunnen voeren van een (redelijke) discussie.

Verschillende journalisten benoemden de polarisatie, het gebrek aan nuance en het grote aantal negatieve en ongenueanceerde reacties op Twitter als een groot nadeel aan het platform. De journalisten zijn hier niet direct naar gevraagd, maar brachten dit zelf ter tafel bij de vraag naar de negatieve kanten van het platform. Deze negatieve, ongenueanceerde en weinig toevoegende reacties lijken tegelijkertijd de hoofdmoot te vormen van het soort reacties dat journalisten op Twitter ontvangen. Verschillende respondenten identificeerden rond dit soort reacties ook het fenomeen ‘tweetstorm’, waarbij één of een serie tweets enorme aantallen (negatieve) reacties doet opwaaien. Sheila Kamerman (journaliste bij NRC) zei hier het volgende over, toen haar een reeks aan reacties werd voorgelegd op één tweet die zij had gestuurd:

“Wat je hier ziet, dit is wat iemand mij heeft uitgelegd, is dat er dan een soort lijstje rond gaat, want deze vrouw werd dus enorm getweet, met mij steeds erin. [...] Mij is wel eens uitgelegd [...] dan is dat zo’n groepje, die dan allemaal even op jou gaan [reageren] [...] Ik heb dit wel met interesse gezien, omdat deze tweet dus zo vaak werd aangehaald. En heel lang duurde dat ook, dagen.” – Sheila Kamerman (NRC)

Ook journalisten die zelf geen dergelijke ervaring hebben meegemaakt, kennen het fenomeen.

“Ik zit gelukkig niet echt heel erg in die shitstorm van mensen die altijd in ruzies belanden op Twitter. Ik heb bijvoorbeeld ook nog nooit een trollenleger achter me aan gehad. Dat is wel een ding op Twitter, zo’n trollenleger, als je daar eenmaal in zit, dan kom je daar ook echt niet meer uit volgens mij.” – Josien Wolthuizen (Het Parool)

Eén journalist, Chris Kijne (VPRO) stelde weinig negatieve reacties te krijgen, óók op het gebied van migratie. Opvallend is dat Kijne zich hier zelf over verbaasde: “Tuurlijk zijn er vervelende mensen af en toe, maar ik vind het enorm meevallen. Ik vind het zelf ook raar, want ik zie wel dat het bij anderen gebeurt.”

Binnen deze grote groep van negatieve, ongenueanceerde reacties kunnen aan de hand van de interviews twee categorieën van kritiek geïdentificeerd worden. Enerzijds omvat dit kritiek en commentaar op het onderwerp. Dit kan gaan om kritiek op vluchtelingen zelf of kritiek op het gevoerde beleid door de overheid of haar instanties. “Bepaalde mensen op Twitter

zeggen, ‘we moeten iedereen binnen laten’ of ‘we moeten juist een muur om Nederland bouwen’”, aldus Dominique van der Heyde. Duidelijk is dat journalisten uit zowel de (extreem) linkse als rechtse politieke hoek reacties van deze aard ontvangen.

Anderzijds richt dit soort reacties zich op de journalist en zijn of haar mediaorganisatie zelf. Verschillende journalisten merkten op dat zij door twitteraars met enige regelmaat beticht worden onderdeel te zijn van ‘linkse main stream media’. Jeroen Wollaars (voormalig correspondent van de NOS en momenteel presentator van Nieuwsuur) merkte op vaak reacties te krijgen in de trant: “waarom zou ik de linkse NPO nog vertrouwen, want die zenden toch alleen maar uit wat in hun hoekje, in hun straatje te pas komt”. Ook uit de andere politieke flank komen reacties van deze aard en toon: “De Volkskrant gaat nu nationaalsocialisme promoten” (Irene de Zwaan, De Volkskrant) of “een NSB’er die voor een nazikrant gewerkt heeft” (Ruben Koops, Het Parool).

Deze reacties bevatten geen argumentatie van waarom het specifieke medium onbetrouwbaar is, en worden daardoor door de journalisten als ‘niet inhoudelijk’ bestempeld. Binnen deze categorie vallen bovendien ook persoonlijk aangevallen. Irene de Zwaan kreeg dankzij een tweet waarin zij een oproep deed om te spreken met een Forum voor Democratie-stemmer zelfs aanvallende e-mails (vanwege het e-mailadres dat ze in haar Twitterbiografie heeft). Hierover zegt ze:

“En dan werd ook echt persoonlijk op een gegeven moment, ik vond het eerst helemaal niet erg, laat ze lekker raaskallen, ik reageer ook niet. [...] Op een gegeven moment kreeg ik ook mailtjes, van dat ik mijn verantwoordelijkheid als journalist ook heb, om juist deze mensen niet aan het woord te laten. Iemand schreef dat hij zich echt schaamde voor mij, voor wie ik was, en wat voor flutjournalist ik was, een echt gewoon die toon. En toen dacht ik echt, nou!” – Irene de Zwaan (de Volkskrant)

Wél inhoudelijke kritiek was de tweede soort reacties die journalisten signaleerden. Ook hier is een verdeling tussen kritiek gericht op het onderwerp, en kritiek gericht op de journalistiek bedreven door de journalist of mediaorganisatie in kwestie. Cyril Rosman kenmerkt de twee. Kritiek gericht op de journalistiek gaat om zaken die (volgens twitteraars) verkeerd zijn opgeschreven of feitelijk niet kloppen: “Er zijn mensen die ons wijzen op de manier waarop we dingen opschrijven. Of over een kop die boven ons verhaal staat.” Anderzijds gaat onderwerp-gerichte kritiek dieper in op de inhoud van een stuk, en kaart het vaak de visie of analyse uit een item aan. Rosman geeft een voorbeeld naar aanleiding van een televisiedebat tussen politieke leiders Mark Rutte (VVD) en Thierry Baudet (FVD):

“Baudet zei: ‘Nee die Turkije-deal, daar lag het helemaal niet aan dat de cijfers naar beneden gingen, dat was al eerder toen de muren werden gebouwd.’ Toen reageerde ik daarop met nou, dat, volgens mij praat hij onzin, want dat lag niet aan die muren. Daarop kwamen weer wat reacties van anderen, die weer een grafiekje uit Elsevier doorstuurde, waar toen ik er goed naar ging kijken, dacht van, ja... Baudet had niet helemaal gelijk, maar ik ook niet.” – Cyril Rosman (AD)

Een derde soort reacties bestaat uit vragen van twitteraars, wederom zowel gericht op het onderwerp als op de journalistiek. Jorn Jonker vertelt dat hij met enige regelmaat vragen krijgt gericht op het (politieke) onderwerp waar hij op dat moment verslag van doet: “Iets wat dan bijvoorbeeld niet uitgelegd is in het verhaal, van ‘hé hoe zit dat dan, maar ze zouden toch dit

gaan doen?” Journalistieke vragen zijn in dit geval vragen over waarom voor een bepaalde invalshoek gekozen was, of hoe een artikel tot stand is gekomen.

Tot slot identificeerden journalisten ook positieve reacties op Twitter. Dit zijn reacties die de journalist of het artikel in kwestie complimenteren, of ook gericht zijn op het onderwerp: twitteraars die het eens zijn met de tweet of de inhoud van een artikel, of blij zijn met het fenomeen of de analyse die in de tweet of het item vooropgesteld wordt. Twee journalisten stelden vrij vaak positieve berichten te ontvangen, de rest noemde het terloops of helemaal niet.

De respondenten merkten unaniem op dat tweets over thema's als migratie, asiel en vluchtelingen in grote lijn een ander soort reacties teweeg brengen: een veel groter aantal ongenueanceerde, extreme en vooral boze en negatieve reacties gericht op het onderwerp, maar ook als persoonlijke aanval op de (objectiviteit van) het medium of de journalist. Dit komt overeen met de verwachting dat migratie een 'hot topic' in de samenleving is. Daarnaast vergelijken verschillende journalisten het thema migratie met andere gevoelige onderwerpen. Veel genoemde onderwerpen in deze categorie zijn het debat over Israël en Palestina of de discussie over Zwarte Piet. Dit zijn onderwerpen waarvan journalisten vaak van tevoren weten er heftige reacties op te zullen ontvangen.

“Je weet gewoon dat er bepaalde onderwerpen zijn die 'heet' zijn, om het maar zo te zeggen. [...] Je kan bijna inmiddels de reacties zelf invullen, de standaard reacties [...] Nouja, een paar onderwerpen, je hebt migratie, Israël-Palestina, dat je altijd de Sjaak bent, want hoe je het ook presenteert, er is altijd één kan die het niet eens is met de verslaggever. Of je legt teveel nadruk op de Palestijnse verliezen, of je legt teveel nadruk op de Israëlische agressie.” – Christiaan Paauwe (NRC)

Geen van de journalisten laat zich tegenhouden door reacties om te schrijven of items te maken over dit soort onderwerpen, hoewel Dominique van der Heyde en Irene de Zwaan door enkele negatieve ervaringen wel zijn gestopt met de tweeten over het onderwerp migratie. Dit is in zekere zin een beperking van hun journalistieke vrijheid.

5.4 Wanneer wel reageren, en wanneer niet

De respondenten reageerden verdeeld op de vraag of zij overwegend wel of niet antwoordden op reacties van twitteraars. Redenen om niet te reageren op twitteraars zijn: de tweets zijn te onbeschoft; reacties zijn geen (beargumenteerde) toevoeging aan een discussie; de journalist wil weg blijven van discussies op Twitter (om de eigen objectiviteit te bewaren of omdat hij of zij daar geen tijd en zin in heeft); en het niet als journalistieke plicht beschouwen om contact te houden met het publiek.

Ten eerste reageert de meerderheid van de respondenten niet op grove, beledigende en scheldende tweets. Hierin maken zij geen onderscheid tussen onderwerp- of journalistiek-gerichte reacties, dit soort tweets wordt simpelweg als te negatief en irrelevant beschouwd. Chris Kijne (VPRO) verklaart over scheldende tweets: “Dan heeft het geen zin meer, dat soort narigheid wil ik gewoon niet lezen.” Slechts twee van alle elf journalisten gaven toe ook wel eens op grove en onbeschofte (doch inhoudelijke) reacties in te gaan, maar hiertoe minder geneigd te zijn dan wanneer een tweet respectvol is.

Ten tweede vormt de mate waarin een reactie inhoudelijk is of niet een andere algemene voorwaarde voor het reageren op tweets. Inhoudelijkheid is hier samen te vatten als het

bijdragen van een argument waar tegen te discussiëren valt, in plaats van enkel het verkondigen van een standpunt of mening. Een aantal journalisten bestempelt een niet-inhoudelijke reactie als iets dat ‘toch niks toevoegt’ of waar zij ‘toch niks mee kunnen’.

Een derde reden om niet te reageren op reacties is het weg willen blijven van discussies op Twitter en het willen behouden van de eigen objectiviteit. Christiaan Paauwe vat dit sentiment als volgt samen, als antwoord op de vraag of hij reageert op reacties die hij via Twitter krijgt:

"Heel, heel erg soms. [...] Ik probeer mezelf juist heel erg, zo objectief mogelijk op te stellen. En het risico bij Twitter is als je je heel er gaat mengen in discussies daar... Dat je dus ook een bepaalde kleur gaat laten zien, en ik wil juist zo min mogelijk dat mensen de journalistiek die ik bedrijf per se koppelen aan mijn persoon, en meer beoordelen op de tekst. En het moment dat jij jezelf een bepaald profiel geeft op Twitter [...] Dat is niet de reden waarom ik op Twitter ben."

– Christiaan Paauwe (NRC)

Het ‘niet verzeild willen raken’ in een discussie is bovendien een andere belangrijke reden waarom deze journalisten overwegend niet reageren op reacties. De openbaarheid van een dergelijke discussie speelt een belangrijke rol, zoals Josien Wolthuizen aangeeft: “ik vind het een beetje suf om in het openbaar zo heen en weer te twitteren, als je met iemand in discussie bent.” Hier speelt emotie (geen zin hebben) bovendien een belangrijke rol, zo stelt Jorn Jonker vast: “Ik ga ook niet zo snel mijn mening geven. Het is vaak een totaal ontspoorde discussie. Echt, je kunt er heel depressief van worden, ja.”

Eén van de journalisten, Ruben Koops (verslaggever bij Het Parool), gaf aan werkelijk nooit op twitteraars te reageren, met als enige voorwaarde hierop de reacties van persoonlijke bekenden. Koops is van mening dat lezers van zijn artikelen geen recht hebben op meer uitleg dan wat hij in zijn eigen artikel geschreven heeft. Bovendien vreest hij dat het reageren op mensen die hij niet persoonlijk kent, negatieve gevolgen kan hebben voor hem zelf.

“Het gaat om de woorden die je in de krant zet, of op de site, dat is waar je afrekenbaar op bent, en daar moeten mensen het ook een soort van mee doen. Er zullen altijd vragen en opmerkingen, en kritiekpunten, en misschien zelfs wel feitelijke correctie zijn, maar je hebt het te doen met wat daar staat. Dus het heeft voor mij nooit heel veel zin om daar dan online nog heel veel duiding aan te geven, behalve dat wat ik zelf wil zenden. Maar ik ga bijna nooit in discussie daar. Bijvoorbeeld laatst [...] had ik het over het doortrekken Noord-Zuidlijn naar Purmerend en Zaanstad. Toen zei iemand, ‘show me the money’, voor de grap, dus is er wel geld voor dat plan? En toen zei ik, omdat ik diegene ken, ik weet dat ‘ie de ambtenaar bij de gemeente is: ‘ja 4,5 ton, dus heel ver zal die metro er niet van rijden’, zoiets. Diegene ken ik, ik weet dat dan geen gedoe gaat opleveren. Maar een wildvreemde... Als een wildvreemde zou vragen van ja, wie gaat dat betalen? Dan reageer ik daar niet op.” – Ruben Koops (Het Parool)

Wanneer reacties inhoudelijk en beleefd zijn, benoemen de respondenten drie redenen om wel te reageren op twitteraars: het onderhouden van contact met het publiek, omdat (betalende) leden recht hebben op contact met journalist (hieronder valt ook het toegeven van fouten en het beantwoorden van vragen); het verdedigen van de eigen woorden of analyse wanneer deze verkeerd opgevat worden; en tot slot speelt ook een door een reactie opgewekte emotie (boosheid of irritatie) soms een rol bij het wel reageren op reacties.

Een eerste reden om te reageren is de realisatie van journalisten dat onder hen het eigen (betalende) publiek kan zitten. Volgens een aantal respondenten hebben zij recht op dit stuk

persoonlijke contact met de journalisten. Dit brengt Mark Lievisse Adriaanse (politiek verslaggever bij NRC) onder woorden.

“De tijd dat de krant alleen maar op papier uitkwam en niemand enig idee had wie de krant maakte, en hoe het gemaakt werd, dat is gewoon voorbij. Dus het is ook een manier om met lezers contact te onderhouden. En te laten zien dat ik die mensen ook waardeer, dat ze mijn salaris betalen, indirect.” – Mark Lievisse Adriaanse (NRC)

De journalisten die stelden over het algemeen wel te reageren, doen dat op zowel journalistieke als onderwerp-gerichte vragen en ook op kritiek die zij op de journalistieke werkwijze van hun artikel ontvangen. Belangrijke redenen zijn hier om eventuele fouten die gespot zijn door twitteraars te erkennen, of een deel van de werkwijze te delen met het publiek.

“Iedereen die enigszins normaal reageert op mij, [daar] reageer ik normaal terug. [...] Dat waarderen mensen ook, weet je, dat je dat je gewoon normaal antwoordt. Er was laatst ook iemand [...] die zei van ja, je hebt gewoon een fout gemaakt. Toen ben ik dat gaan nazoeken en toen was het ook zo. Dat herstel ik dan, en dan bedank ik ze.” – Sheila Kamerman (NRC)

“Ik vind ook dat lezers daar, die hebben recht op te weten waarom ze lezen wat ze lezen. En ik bedoel, ik kan uitleggen waarom iets op een bepaalde manier is gedaan, dus dan vind ik dat ik dat ook moet doen. Juist ook om begrip te creëren bij lezers. [...] Ik bedoel, die mensen tonen betrokkenheid, en dat moet je ook beantwoorden dan, vind ik. Ja, ook beleefdheid.” – Mark Lievisse Adriaanse (NRC)

Het verdedigen van de eigen woorden of analyse van een artikel of item is een tweede belangrijke reden om te reageren. Hier is het sentiment dat journalisten er tijd en moeite in stoppen om een artikel of item te maken, en soms (ongefundeerde of onterechte) kritiek willen afweren. Het overtuigen van de ander speelt hier soms een rol, maar lang niet altijd, zoals Mark Lievisse Adriaanse aantoonde.

“Soms denk ik, waarom zou ik reageren op zo iemand? Tegelijkertijd, [...] ik ga hem niet overtuigen. Hij gaat ook geen abonnement op NRC nemen. Maar het kan wel helpen om te laten zien dat je ontvankelijk bent voor kritiek. Dat je nagedacht hebt over, ik bedoel, ik heb gewoon heel veel tijd erin gestoken, om precies deze discussie over feiten te vermijden. En ervoor te zorgen dat het gewoon klopte. Dus op zo'n moment wil ik ook laten zien, ik ben niet een soort no-no die maar even nattevingerwerk wat heeft opgeschreven, ik heb daarover nagedacht. En ik hoop dat dat dan een beetje helpt om in ieder geval te laten zien dat we niet een soort... Nepnieuwscreërende propagandamachine voor politieke correctheid zijn, dat we nadenken over wat we doen. Het ambachtelijke werk dat erachter zit, dat wil ik dan wel laten zien. Maar goed, dat doe ik niet bij iedereen, en dat is ook maar net of ik er zin en tijd voor heb.” – Mark Lievisse Adriaanse (NRC)

Ten derde spelen persoonlijke factoren bovendien een grote rol in of de journalist wel of niet reageert op een ontvangen tweet. Vooral het hebben van 'tijd en zin' zijn erg belangrijk, geven de journalisten toe, zoals ook blijkt uit bovenstaand citaat van Lievisse Adriaanse. Daarnaast geven journalisten ook toe dat negatieve emoties ook met enige regelmaat spelen in het reageren: met name opgewekte irritatie en boosheid kunnen ertoe leiden dat een journalist

toch reageert, terwijl hij of zij dit in meer neutrale emotionele staat waarschijnlijk niet gedaan had.

“Het heeft gewoon met je stemming te maken ook, en het ene moment ben je gevoeliger dan op het andere, [...] Waarom ik erop reageer, als iemand zegt, ‘weer een teken van de linkse verloedering’ [...] dat raakt me, dat raakt me best ja. Ik slaap er geen seconde minder om, maar ik denk wel van oh, dat laat ik niet passeren.” – Chris Kijne (VPRO)

Tot slot moet opgemerkt worden dat de journalisten die aangaven overwegend niet op reacties te reageren, hiervoor wel enkele uitzonderingen maken. Voor deze journalisten is het beantwoorden van (journalistieke, maar af en toe ook onderwerp-gerichte) vragen belangrijk, evenals het toegeven van de eigen fout wanneer een twitteraar een punt blijkt te hebben. Ook het verdedigen van het eigen standpunt of zienswijze is voor hen soms, maar lang niet altijd, een reden om te reageren. Het grootste verschil tussen de journalisten die aangeven overwegend niet of overwegend wel te reageren, is de mate waarin zij in discussie gaan met twitteraars. Journalisten die stellen de meeste tijd wel te reageren, zijn eerder bereid hun eigen visie (op de journalistiek en het onderwerp zelf) te geven dan de journalisten die dit niet doen.

Een belangrijke bevinding is dat Twitter voor een groot deel van de journalisten de belangrijkste platform is om reacties te ontvangen. Geen van de respondenten gebruikten andere sociale media op professioneel gebied. Ook het krijgen van reacties in de vorm van e-mails komt duidelijk minder vaak voor dan het krijgen van reacties via Twitter. De drie journalisten die werkzaam zijn bij radio en televisie stelden zelfs nooit tot zeer zelden reacties te ontvangen via e-mail of andere vergelijkbare kanalen. Dit toont aan dat Twitter de belangrijkste methode is voor lezers, kijkers en luisteraars van nieuws om in contact te komen met de makers ervan. Dit is vooral belangrijk in combinatie met de bevinding dat de meeste reacties op Twitter niet beantwoord worden door journalisten, voornamelijk omdat de reacties niet inhoudelijk genoeg of niet netjes genoeg geformuleerd zijn, maar ook omdat de journalisten dit via Twitter niet als noodzakelijk onderdeel van hun werkzaamheden zien. Aangezien journalisten tweets over het thema migratie ‘gevoeliger’, ‘heter’ en ‘ongenuanceerder’ bestempelen, zal het percentage niet-beantwoorde reacties bij dit thema nog hoger liggen.

In ieder geval passen alle journalisten een soort eigen filter toe in het wel of niet beantwoorden van reacties. Sommige journalisten stelden dit heel bewust te doen door op Twitter de negeer- en blokkeerfuncties toe te passen. Daarnaast passen journalisten ook een eigen, ‘analoge’ filter toe: door zelf te beoordelen welke soorten reacties wel en welke niet antwoord-waardig zijn. Er zit dan ook veel subjectiviteit in het wel of niet beantwoorden van reacties, waardoor (door gebrek aan tijd of anderszins) nuttige reacties verloren zouden kunnen gaan.

5.5 Nuttige en niet-nuttige reacties

Zonder directe vraagstelling benoemden journalisten dat het leggen en houden van contact met het eigen publiek een belangrijke reden is om Twitter te gebruiken. Het krijgen van reacties is in de kern goed, stelden zij ook. Jeroen Wollaars en Cyril Rosman vatten dit als volgt samen:

"Ik vind niet dat je als journalist in de ivoren toren kan blijven zitten. Dus ik vind het absoluut noodzakelijk dat je luistert naar het publiek, dat je dat serieus neemt, en als er iets tussen zit waar ik iets aan heb, ja dan is het alleen maar fijn [...] als iemand zegt: 'dit heb je niet goed gedaan' of 'waarom heb je dit gedaan?' of 'heb je wel hierover nagedacht?' – en ik heb dat niet, of ik vind ook dat ik het niet goed gedaan heb, of ik had het anders moeten aanpakken, dan zou ik dat, ja, dan is het alleen maar winst als iemand me dat zegt, als ik daar iets mee kan." – Jeroen Wollaars (NOS/Nieuwsuur)

"Ik vind het heel goed dat je reacties krijgt. Ik bedoel, dat is een van de redenen dat je het doet. Het laat zien dat mensen het in ieder geval lezen, althans dat hoop je. Dus dat vind ik goed, het is wel dat het... Er is een behoorlijk percentage wat niet inhoudelijk is, wat alleen maar zit te reageren om te reageren, dat vluchtelingen allemaal wegmoeten. Ja, daar kun je eigenlijk niet zoveel mee." Cyril Rosman (AD)

Bijna alle ondervraagde journalisten vinden de grote meerderheid van de reacties die zij ontvangen op Twitter niet nuttig en vaak zelfs nadelig aan het platform. Irene de Zwaan erkende het contact met het publiek belangrijk te vinden, maar stelde dat Twitter hier voor haar niet het juiste platform voor is. Bij de vraag of ze reacties op Twitter in het algemeen als nuttig beschouwt, antwoordde ze: "Nee, nee. Daarom ben ik ook een beetje van dat Twitter afgestapt, omdat ik denk, wat heeft het mij nou opgeleverd? Eigenlijk heel weinig, vind ik."

Het heersende gevoel van onzorgvuldigheid en ongenueanceerdheid bij de gemiddelde Twitterreactie is de reden waarom journalisten tweets overwegend niet nuttig vinden. Het idee bestaat dat de meeste twitteraars met een (sterke) mening enkel de tweet of de kop van het item afkomstig van de journalist lezen. Hierdoor missen twitteraars de nuance en verduidelijking die in de rest van het item te vinden is. Veel reacties werden hierdoor als weinig inhoudelijk ervaren: de reageerders zijn hiermee niet goed op de hoogte van de basis van de discussie. De Zwaan vat dit sentiment als volgt samen:

"En ik denk dat het komt omdat het zo kort is, en mensen heel snel conclusies trekken, op basis van die 140 tekens, heel vaak het stuk ook niet lezen, dus op basis van een kop of een zin die jij er zelf uithaalt en hele discussie gaan voeren terwijl het onderwerp totaal anders zit. Dat ik denk, lees mijn stuk eerst even voordat je een reactie plaatst. Dat vond ik er lastig aan, dat het [de discussie op Twitter] soms echt een heel andere wending nam." – Irene de Zwaan (de Volkskrant)

De stroom aan negatieve en inhoudsloze reacties lijken de grootste belemmering te zijn voor beter contact tussen publiek en journalist op Twitter. Toch erkennen bijna alle journalisten die wel eens op of juist vaak twitteraars reageren dat het krijgen van reacties in de kern nuttig is, of in ieder geval kan zijn. In de groep 'nuttige reacties' kunnen drie categorieën geïdentificeerd worden aan de hand van de ervaringen van de ondervraagde journalisten: reacties die leiden tot nadenken over of veranderen van het eigen taalgebruik; feitelijke correcties en aanbevelingen; en reacties die nieuwe inzichten of opvattingen over bepaalde onderwerpen verschaffen.

Ten eerste kunnen reacties ertoe leiden dat journalisten anders gaan nadenken over hun eigen taalgebruik in hun tweets en de items die zij voor hun organisatie maken. Dit komt goed naar voren in het voorbeeld van journaliste Irene de Zwaan. Door het halen van weinig voordelen uit het platform en een aantal negatieve ervaringen met reacties, is zij gestopt met (actief) Twitter te gebruiken, waardoor zij ook voor het publiek minder bereikbaar is.

Tegelijkertijd geeft zij bij doorvraag toe dat reacties op Twitter wel degelijk van waarde kunnen zijn, bijvoorbeeld in deze categorie. Op de vraag of ze haar manier van schrijven en woordkeuze wel eens had aangepast na kritiek via Twitter, antwoordde ze:

“Zeker, want dan denk ik ja, blijkbaar, daar heb ik dan helemaal geen moment over nagedacht, dat dat [het beschrijven van een plaats als ‘dorpje’ in plaats van ‘stad’] kwetsend kan zijn. Dus dat vind ik eigenlijk wel goed, dat ze me daarop wijzen. [...] als iemand op Twitter een goede inhoudelijke reactie geeft, dan neem ik diegene zeker serieus. En dan zou ik er ook rekening mee houden.” – Irene de Zwaan (de Volkskrant)

De tweede categorie nuttig reacties bestaat uit vragen of feitelijke correcties en aanbevelingen gericht op het onderwerp. Dit kan zowel journalistiek-gericht zijn (zoals wijzen op spelfouten) of onderwerp-gericht (zoals wijzen op verbeteringen van bijvoorbeeld jaartallen of andere feiten). De meerderheid van de journalisten erkende dit soort reacties op prijs te stellen, en ook te gebruiken in het eigen werk. Jorn Jonker, één van de journalisten die stelde nauwelijks op twitteraars te reageren, vertelde het volgende over onderwerp-gerichte vragen:

“Als bijvoorbeeld een vraag is in de zin van, ‘maar ze zouden toch deze kant op gaan, of ze hadden toch dit afgesproken?’ Dan is het duidelijk dat ik het niet goed heb uitgelegd. Dan pas ik het bijvoorbeeld in het krantenverhaal aan, of alsnog in het onlineverhaal.” – Jorn Jonker (De Telegraaf)

Ten derde de reacties waarin iemand zijn (beargumenteerde) mening uit over het onderwerp en daardoor een discussie op gang brengen. Dit soort reacties kan nuttig zijn vanwege het inzicht dat zij biedt in de leefwerelden van andere mensen of het van een andere invalshoek tonen van een bepaalde discussie. Journalisten kunnen hier zelf nieuwe opvattingen door vergaren.

“Ik vind het leuk als mensen ergens op reageren, want als ze een andere kijk op dingen hebben, dan vind ik het interessant om dat te lezen. [...] Hoe meer verschillende invalshoeken je kent, of meningen, hoe beter, denk ik. Dan kan ik daarna zelf kijken hoe ik dat stuk wil opschrijven.” – Cyril Rosman (AD)

Een meerderheid van de respondenten vindt dit soort discussies via Twitter echter niet vruchtbaar, of wil er om persoonlijke redenen niet in verzeild raken. Het interessante hieraan is dat sommige van deze journalisten precies deze reden (zien wat er in de maatschappij leeft) wél als reden geven voor hun gebruik van Twitter. De meerderheid van de ondervraagde journalisten stelt wel eens van gedachten veranderd te zijn over een onderwerp of de eigen denkbeelden bijgeschaafd te hebben naar aanleiding van ontvangen reacties.

Tegelijkertijd probeert een aantal journalisten weg te blijven van discussies op Twitter. Zo stelt Christiaan Pauwe het waardevol te vinden dat Twitter hem de mogelijkheid biedt om de ideeën van anderen op te pikken: “Je moet als journalist echt op zoek om buiten je eigen [bubbel] [...] mensen te vinden die misschien hele extreme of bijna gevaarlijke ideeën hebben. Maar dat is juist ook relevant, om een beter totaalbeeld te krijgen van de discussies die spelen.” Tegelijkertijd stelt hij ‘Heel, heel erg soms’ op ontvangen reacties te reageren. Kortom, het lijkt erop dat journalisten Twitter met name passief in plaats van actief gebruiken

om hun eigen bubbel te overstijgen en verschillende meningen en opvattingen uit de samenleving op te vangen.

6. Conclusies & Discussie

In dit onderzoek staat de vraag ‘welke soorten reacties ontvangen journalisten die berichten over migratie via Twitter, en hoe gaan zij hiermee om?’ centraal. De vorige twee hoofdstukken hebben de resultaten van de twee deelonderwerpen uit deze vraag behandeld. Dit laatste hoofdstuk presenteert allereerst een concreet antwoord op de vraag en ook de belangrijkste bevindingen, gekoppeld aan de in hoofdstuk 2 behandelde literatuur (6.1). Tot slot worden ook een aantal aanbevelingen voor toekomstig onderzoek gedaan (6.2)

6.1 Conclusies

Voor dit onderzoek zijn elf Nederlandse journalisten geïnterviewd, allen werkzaam voor Nederlandse dagbladen of radio- en televisieomroepen. Ook zijn tweets gestuurd aan deze journalisten over het onderwerp migratie bestudeerd middels een inhoudsanalyse. Reacties die journalisten die berichten over migratie via Twitter krijgen, bestaan uit twee hoofdcategorieën: onderwerp-gerichte reacties en journalistiek-gerichte. Onderwerp-gerichte reacties gaan over het onderwerp waarover de journalist in kwestie berichtte of twitterde. Binnen deze onderwerp-gerichte reacties zijn vier subcategorieën gevonden: de zeer negatieve tweets zonder inhoudelijke argumentatie; tweets die wel argumentatie bevatten en (bedoeld zijn om) een gesprek op gang (te) brengen; tweets die vragen aan de journalist bevatten over het onderwerp; en de positieve of met het onderwerp instemmende reacties. Journalistiek-gerichte reacties richten zich daarentegen op de journalistieke werkwijze achterliggend aan berichtgeving. Binnen deze journalistiek-gerichte reacties bestaan vier subcategorieën: zeer negatieve tweets zonder inhoudelijke argumentatie; beargumenteerde kritiek op het journalistieke werk van de journalist in kwestie; vragen naar journalistieke werkwijze; en positieve reacties, complimenten aan de journalist in kwestie.

De manier waarop de ondervraagde journalisten met deze reacties omgaan verschilt. Grofweg zijn er vier methoden van reageren te ontwaren bij journalisten: de twitteraar in kwestie gelijk geven bij een nuttige reactie en de opmerking eventueel gebruiken voor de eigen verslaggeving; in discussie gaan met de twitteraar in kwestie, voor het eigen plezier of om een inzicht te krijgen in andermans zienswijze; helemaal nooit reageren, hierbij laat de journalist reacties grotendeels aan zich voorbij gaan; de twitteraar in kwestie blokkeren of negeren bij zeer negatieve of (door middel van functies die Twitter biedt); of tot slot het zelf minder of zelfs helemaal niet meer gebruiken van Twitter om reacties te voorkomen.

De belangrijkste bevinding uit dit onderzoek is dat de meeste journalisten het belang inzien van de interactie met hun publiek, en bovendien erkennen dat Twitter daarvoor tot nu toe de beste methode is, simpelweg omdat zij via dit platform de meeste reacties krijgen. Daarnaast erkennen bijna alle journalisten ook dat reacties wel degelijk nuttig kunnen zijn, en dit in de praktijk vaak het geval is. Op verschillende punten blijkt Twitter, en de reacties die journalisten op het platform krijgen, zeker van grote waarde: als het gaat om het krijgen van inzicht in denkbeelden en de gedachtegangen van andere mensen; het nadenken over het eigen werk en voornamelijk het eigen taalgebruik; en het verbeteren van feitelijke fouten in het eigen werk.

Hieruit blijkt dat *networked journalism*, waarbij een meer collaboratieve relatie tussen publiek en journalist tot stand komt en het internet openheid en interactiviteit faciliteert, zeker voorkomt binnen de Nederlandse journalistiek (Heinrich, 2012; Russell, 2016; Singer,

2010). Sommige journalisten beschouwen de reacties die zij krijgen als nuttig en gebruiken deze ook op professioneel gebied. Daarnaast zijn verschillende journalisten bereid om vragen te beantwoorden over hun journalistieke werk, of juist om in discussie te gaan over een bepaald onderwerp. Ook het gelijk geven van twitteraars wanneer zij een fout spotten, of juist het verdedigen van de eigen woorden wanneer verkeerd geïnterpreteerd door twitteraars, geeft aan dat sommige journalisten inderdaad gebruik maken van de openheid en de mogelijkheid tot interactie die het internet biedt.

Het (re)tweeten van andere nieuwsmedia door journalisten duidt erop dat Twitter de rol van de journalist bovendien verruimd heeft. De traditionele rol van de journalist als poortwachter die het nieuws brengt is, in ieder geval voor een deel van de journalisten, verschoven. Zij produceren en verspreiden niet enkel hun 'eigen' nieuws, maar geven bovendien een waardeoordeel over welk nieuws interessant of betrouwbaar is in hun ogen. Journalisten willen hun rol als poortwachter van het nieuws behouden, maar doen dit niet langer door snel en 'breaking' nieuws te brengen, maar eerder door hun stempel van betrouwbaarheid als journalist op een artikel te plakken door het zelf tweeten van een nieuwsitem of -artikel (Canter, 2015). Het in de biografie vermelden van het eigen beroep en de werkgever, wat alle ondervraagde journalisten deden, is daarnaast ook een methode om zich af te scheiden van iedere andere willekeurige twitteraar.

Bestaande studies tonen aan dat Twitter veel kansen biedt voor de interactie tussen journalist en publiek, een kenmerk dat door de meeste ondervraagde journalisten inderdaad wordt erkend. Echter staat tegenover de erkenning dat Twitter een belangrijk platform is om reacties te ontvangen ook een groot nadeel. De geïnterviewde journalisten beschouwen het grote aantal negatieve, onbeschofte, ongenueanceerde en extreme tweets als groot nadeel aan Twitter. Dit lijkt nog erger te zijn voor het specifieke debat over migratie en andere thema's die veel journalisten als 'gevoelig' of 'heet' beschouwen. Geen van de journalisten laat zich beïnvloeden door reacties op Twitter als het gaat om over welke onderwerpen hij of zij wel of niet verslaggeeft. Het ontvangen van ongenueanceerde en zeer negatieve reacties is wel genoemd als beweegreden om te stoppen met tweeten (over het onderwerp migratie of in het algemeen).

Dit onderzoek toont bovendien aan dat Twitter een grilliger en vluchtiger platform is dan oudere en meer gevestigde vormen van communicatie, met name de e-mail. Reacties op Twitter blijven vaker onbeantwoord door een combinatie van de hoeveelheid reacties die journalisten krijgen, de beperkte tijd die zij hebben om tweets te beantwoorden en het grote aantal reacties dat onbeschoft of niet-inhoudelijk is (dit bevat geen nieuwe argumentatie, maar verkondigt slechts een standpunt of mening). Het behouden van de journalistieke objectiviteit is een andere reden voor journalisten om niet te reageren op tweets. Journalisten onthouden zich hierdoor van het geven van commentaar en persoonlijke meningen over de onderwerpen waar zij over tweeten of berichten. Tot slot spelen ook persoonlijke factoren, met name het gebrek aan tijd en zin, belangrijke factoren voor journalisten om niet te reageren. Dit toont aan dat Twitter als platform om *networked journalism* te faciliteren niet zonder nadelen komt en dus ook niet door alle journalisten gebruikt zal worden.

Kortom, de theorie over *networked journalism* lijkt in dit opzicht idealistisch te zijn vergeleken met de weerbarstigere journalistieke praktijk. Journalisten krijgen te veel reacties, waarvan een groot gedeelte bovendien als irrelevant beschouwd wordt. Hierdoor kunnen – mede door gebrek aan zin en tijd – niet altijd alle reacties gebruikt worden voor het eigen journalistieke werk, hoewel dit wel de ideale situatie zou zijn volgens de theorie van *networked journalism*.

Voor het wel reageren op reacties van twitteraars wordt ook een reeks verschillende argumenten genoemd. Het rechtzetten van een verkeerde aanname of opvatting door een twitteraar of juist het toegeven van gelijk aan een reactie, blijken de belangrijkste redenen om te antwoorden. Daarnaast spelen ook het belangrijk vinden van het houden van contact met het eigen (betalende) publiek mee, het verantwoorden van het eigen werk en het opdoen van andere denkbeelden door in discussie te treden mee. Ook persoonlijke motieven spelen in het wel reageren een rol: de meeste journalisten hebben wel eens uit emotie (boosheid of irritatie) geantwoord terwijl zij dat anders niet hadden gedaan. Het aangaan van discussies op Twitter is bovendien iets wat sommige journalisten als plezierig en leuk ervaren.

De theorie van *boundary work* biedt een verklaring waarom journalisten zelf terughoudend zijn in het reageren op andere twitteraars. Journalisten stellen hun grenzen op en bewaken deze door de interactie met het publiek op Twitter te beperken. Zij stellen eigen regels op voor het reageren op twitteraars, en passen deze ook toe, zo blijkt uit de interviews. Het niet verzeild willen raken in discussies om de eigen objectiviteit te bewaren is bijvoorbeeld een dergelijke journalistieke grens. Hierbij past de regel: reageer niet op twitteraars die een inhoudelijke, beargumenteerde discussie over het onderwerp aan gaan.

Tegelijkertijd tonen de interviews met elf Nederlandse journalisten ook aan dat *boundary work* binnen de journalistiek continu verschuift en bovendien niet gelijk is voor iedere journalist. Zij passen verschillende regels en gebruiken toe op het platform. Sommige journalisten achten het belangrijk en bovendien een onderdeel van hun werk om vragen van burgers te beantwoorden over de onderwerpen waar zij over berichten of over hun journalistieke werkzaamheden. Anderen gebruiken Twitter enkel als platform om inspiratie op te doen of reclame te maken voor het eigen werk, en houden zich afzijdig van interactie met het publiek. Deze tweedeling tussen de respondenten of zij het belangrijk achten overwegend wel of juist overwegend niet op twitteraars te reageren, komt bovendien overeen met de eerdere studie van Robinson (2010). Ook in dit onderzoek vindt een tweedeling tussen convergeerders en traditionalisten, tussen journalisten die voorstander zijn van vrijere interactie tussen publiek en journalist, en degenen die dit tegenstaan.

Het krijgen van reacties is in de kern goed, erkennen de respondenten, maar de meerderheid van de reacties is geen toevoeging, of zelfs een verslechtering van de interactie. De grote hoeveelheid reacties die sommige journalisten krijgen, en de beperkte hoeveelheid tijd en zin die journalisten aan deze extra werkzaamheid kunnen besteden, leidt er dan ook toe dat waarschijnlijk niet alle nuttige reacties gebruikt of zelfs gezien zullen worden. Hier zit dan ook het knelpunt van Twitter. Hoewel zij een gouden kans biedt aan zowel publiek als journalist voor de manier waarop de twee groepen in contact komen te staan, wordt het platform precies door diezelfde functie ook als negatief ervaren, en door sommige journalisten zelfs minder gebruikt om precies die reden. De waarde van Twitter voor journalisten lijkt te verzwakken door precies die eigenschap die aan de kern van het platform ligt en haar waardevol maakt: het direct en zonder tussenkomst van derden kunnen communiceren met journalist of publiek.

Interessant is ook dat de meeste journalisten opmerken dat Twitter een plek is om de eigen bubbel te verlaten en 'andere meningen' op te doen, maar dat zij tegelijkertijd erkennen dat Twitter absoluut geen afspiegeling is van de samenleving en bovendien vinden dat de journalistiek niet te zwaar op het gebruik van sociale media mag leunen. Het is dan ook de vraag in hoeverre het 'kijken in de andere bubbel' de journalistiek ten goede komt: het gevaar is hier dat de journalistiek verslag gaat doen van algemeen heersende meningen op Twitter

en andere sociale media, terwijl deze wellicht geenszins de algemene Nederlandse mening vertegenwoordigen. Dit is overigens exact de trend waar een aantal journalisten ook voor waarschuwde in het interview. Mediaorganisaties moeten, zo stellen deze journalisten, voorzichtig zijn met wat zij signaleren als ‘problemen in de samenleving’, terwijl dat eigenlijk ‘problemen op Twitter’ zijn. De twee zijn niet gelijk aan elkaar, aldus de respondenten. De scheidingslijn tussen goed en overmatig gebruik van sociale media in het journalistieke werk is vaag. Dit is mogelijk dan ook een interessant onderwerp voor nader onderzoek.

Kortom: Twitter lijkt een toevoeging voor het journalistieke werk en interactie met lezers, luisteraars en kijkers, maar komt met vele haken en ogen. Het is bij lange na geen perfect medium om in contact te komen met de journalist of mediaorganisatie. Voor sommige journalisten is het gebruik van Twitter en reageren op het publiek via het medium onderdeel geworden van het eigen werk, en ‘hoort het erbij’ op dezelfde manier dat mails aan lezers, luisteraars en kijkers beantwoord worden. Dit geldt echter lang niet voor alle journalisten. Of een journalist wel of niet dient te reageren op het eigen publiek blijft dan ook, zo toont dit onderzoek aan, een persoonlijke afweging in plaats van een collectieve. In dit opzicht lijkt het idealistische *networked journalism* (nog) niet bereikt, in ieder geval niet voor de journalistiek als geheel. Het reageren op tweets van lezers, kijkers en luisteraars is in ieder geval zeker geen standaard geworden in het journalistieke werk.

6.2 Discussie

Hoewel dit onderzoek interessante bevindingen omtrent het gebruik van Twitter door journalisten in kaart brengt, liggen er genoeg onderwerpen klaar om beter onderzocht te worden. Vooral nog lijkt Twitter inderdaad ‘een plek voor professionals’, zoals journalisten Jorn Jonker (De Telegraaf) en Dominique van der Heyde (NOS) stelden. De term ‘professionals’ lijkt hier ook activisten te omvatten, wat een verklaring zou kunnen bieden voor het aantal extreme en uitgesproken reacties die de respondenten signaleerden. Twitteraars zijn over het algemeen mensen die (op professioneel vlak) baat hebben bij het versturen van tweets – exact één van de drijfveren van de ondervraagde journalisten om zelf Twitter te gebruiken. Verder onderzoek naar de demografie van Twitter, en in hoeverre het een platform is dat inderdaad wel of niet spiegelt aan de Nederlandse samenleving, zou hiervoor waardevol zijn. Bovendien geeft dit nieuwe inzichten in de toevoeging die het platform biedt aan de journalistiek in het algemeen en interactiviteit tussen journalist en publiek meer specifiek.

Daarnaast is dit onderzoek beperkt in de zin dat het enkel interviews omvat met journalisten die zelf een Twitteraccount hadden op het moment van interviewen en dit ook actief – door zelf te twitteren – gebruiken of gebruikten, aangezien zij degenen zijn die door hun eigen activiteit ook reacties ontvangen. Verder onderzoek naar waarom sommige journalisten juist geen Twitter (meer) hebben, of het in ieder geval niet actief gebruiken, vormt hier een aanvulling op. Dit kan ermee te maken hebben dat zij negatieve ervaringen van collega’s met het platform als leidraad nemen, zoals journaliste Irene de Zwaan signaleerde na een negatieve ervaring en een ‘tweetstorm’ van persoonlijke bedreigingen aan een collega op de redactie van de Volkskrant. Een andere verklaring kan liggen in de wat gematigdere persoonlijke sfeer en het niet kwijt willen zijn van meer tijd aan extra werkzaamheden die zich voornamelijk buiten werkuren kunnen afspelen. Dit was een nadeel aan het platform dat in verschillende interviews ook erkend werd bij doorvraag. Een derde verklaring kan zijn dat de niet-twitterende journalisten de voordelen van het platform niet erkennen: wellicht speelt hier de niet-representativiteit van de Twitterpopulatie mee.

Redenen voor deze verklaring zijn bovendien een interessant onderwerp voor dieper onderzoek voor Twitter als verlengstuk van de journalistiek.

Tot slot is de andere zijde van dit onderzoek ook een interessant gebied: in hoeverre vinden lezers, luisteraars en kijkers van het nieuws de combinatie van journalistiek en sociale media een toevoeging bovenop de al bestaande vormen van journalistiek? En specifiek, wat vinden zij van de manieren waarop contact gelegd kan worden met journalisten? Aangezien alle journalisten erkennen dat Twitter geen afspiegeling is van de samenleving, en de doorsnede Nederlander over het algemeen niet op het platform te vinden is – of in ieder minder vaak reageert op journalisten en reageert op hun tweets – lijkt het erop dat Twitter misschien niet de beste plek is voor journalisten om hun eigen denkbeeldige bubbel te overstijgen en te ontdekken welke meningen er leven in de Nederlandse maatschappij. Bovendien is onderzoek naar de manier waarop journalisten reageren op burgers via Twitter uit het oogpunt van het publiek een interessante manier om erachter te komen of reageren via Twitter het vertrouwen in de journalistiek vergroot. Ook voor de journalistiek en haar maatschappelijke functie is dit een interessant thema.

Bibliografie

- Amnesty International. (2018). *Troll Patrol Findings. Using Crowdsourcing, Data Science & Machine Learning to Measure Violence and Abuse against Women on Twitter*. Retrieved from Amnesty International op 14 januari 2019: <https://decoders.amnesty.org/projects/troll-patrol/findings#introduction>
- Bardoel, J., & Deuze, M. (2001). 'Network journalism': converging competencies of old and new media professionals. *Australian Journalism Review* 23(2), 91-103.
- Barnard, S. R. (2016). 'Tweet or be sacked': Twitter and the new elements of journalistic practice. *Journalism* 17(2), 190-207.
- Barnard, S. R. (2018). *Citizens at the Gates : Twitter, Networked Publics, and the Transformation of American Journalism*. EPub: Palgrave Macmillan US.
- BBC. (2016, maart 4). *How is the migrant crisis dividing EU countries?* Retrieved from BBC op 20 januari 2019: <https://www.bbc.com/news/world-europe-34278886>
- Beam, R. (1995). How newspapers use readership research. *Newspaper Research Journal* 16(2), 28-39.
- Boeije, H. (2002). A Purposeful Approach to the Constant Comparative Method in the Analysis of Qualitative Interviews. *Quality & Quantity* 36(4), 391-409.
- Boyd, D., & Ellison, N. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210-230.
- Braun, J., & Gillespie, T. (2011). Hosting the public discourse, hosting the public. When online news and social media converge. *Journalism Practice* 5(4), 383-398.
- Brinkmann, S. (2013). *Qualitative Interviewing. Understanding Qualitative Research*. Oxford: Oxford University Press.
- Canter, L. (2015). Personalised Tweeting. The emerging practices of journalists on Twitter. *Digital Journalism* 3(6), 888-907.
- Carlson, M. (2015). *Boundaries of Journalism: Professionalism, Practices and Participation*. New York: Routledge.
- De Volkskrant. (2015, september 5). *Honderden vluchtelingen gestrand in Wenen*. Retrieved from De Volkskrant op 15 januari 2019: <https://www.volkskrant.nl/nieuws-achtergrond/honderden-vluchtelingen-gestrand-in-wenen~bcb86257/>
- De Voogt, S. (2015, september 2). *Recordaantal vluchtelingen naar Duitsland, protesten in Boedapest*. Retrieved from NRC op 15 januari 2019: <https://www.nrc.nl/nieuws/2015/09/02/recordaantal-vluchtelingen-naar-duitsland-protesten-in-boedapest-a1413480>
- Dell'Orto, G. (2019). Introduction: Situating the "Refugee Crisis" and Its Sociopolitical Effects through 21st-Century European Journalism. In G. Dell'Orto, & I. Wetzstein, *Refugee News, Refugee Politics. Journalism, Public Opinion and Policymaking in Europe* (pp. 1-12). New York: Routledge.
- Deuze, M. (2003). The web and its journalisms: considering the consequences of different types of newsmedia online. *New Media & Society* 5(2), 203-230.
- Deuze, M. (2005). What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism* 6(4), 442-464.
- Elo, S., & Kyngäs, H. (2008). The qualitative content analysis process. *Journal of Advanced Nursing* 62(1), 107-115.
- Farhi, P. (2009). The Twitter Explosion. *American Journalism Review* 31(3), 26-31.

- Gieryn, T. F. (1983). Boundary-Work and the Demarcation of Science from Non-Science: Strains and Interests in Professional Ideologies of Scientists. *American Sociological Review* 48(6), 781-795.
- Golafshani, N. (2003). Understanding Reliability and Validity in Qualitative Research. *The Qualitative Report* 8(4), 597-606.
- Groshek, J., & Tandoc, E. (2017). The affordance effect: Gatekeeping and (non)reciprocal journalism on Twitter. *Computers in Human Behavior* 66, 201-210.
- Heinrich, A. (2012). What is 'Network Journalism'? *Media International Australia* 144(1), 60-67.
- Hermida, A. (2010). Twittering the news. The emergence of ambient journalism. *Journalism Practice* 4(3), 297-308.
- Herrera, S., & Requejo, J. L. (2012). 10 good practices for news organizations using Twitter. *Journal of Applied Journalism & Media Studies* 1(1), 79-95.
- Java, A., Song, X., Finin, T., & Tseng, B. (2007). Why We Twitter: understanding microblogging usage and communities. *Proceedings of the 9th WebKDD and 1st SNA-KDD 2007 workshop on Web mining and social network analysis*, 56-65.
- Jonker, J. (2018, juni 8). *Extra maatregelen tegen overlastgevende asielzoekers*. Retrieved from Twitter: <https://twitter.com/Jorn/status/1005117272854290435>
- Kaplan, R. L. (2006). The News About New Institutionalism: Journalism's Ethic of Objectivity and Its Political Origins. *Political Communication* 23(2), 173-185.
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2015). *InterViews : learning the craft of qualitative research interviewing*. Los Angeles: SAGE Publications.
- Lasorsa, D. L., Lewis, S. C., & Holton, A. E. (2012). Normalizing Twitter. Journalism practice in an emerging communication space. *Journalism Studies* 13(1), 19-36.
- Lee, E. J., & Shin, S. Y. (2014). When the Medium Is the Message: How Transportability Moderates the Effects of Politicians' Twitter Communication. *Communication Research* 41(8), 1088-1110.
- Lee, J. (2015). The Double-Edged Sword: The Effects of Journalists' Social Media Activities on Audience Perceptions of Journalists and Their News Products. *Journal of Computer-Mediated Communication* 20(3), 312-329.
- Lewis, S. C. (2010). *Journalism Innovation and the Ethic of Participation: A Case Study of the Knight Foundation and its News Challenge*. University of Texas, Austin: PhD Dissertatie.
- Lewis, S. C. (2012). The tension between professional control and open participation. *Information, Communication & Society* 15(6), 836-866.
- Marshall, M. N. (1996). Sampling for qualitative research. *Family Practice*, 13(6), 522-525.
- Marshall, S. (2013). *10 things every journalist should know in 2013*. Retrieved from Journalism.co.uk op 12 januari 2019: <https://www.journalism.co.uk/news/10-things-every-journalist-should-know-in-2013/s2/a551648/>
- NOS. (2015, april 21). *Italië-route wordt steeds populairder bij bootvluchtelingen*. Retrieved from NOS op 20 januari 2019: <https://nos.nl/artikel/2031597-italie-route-wordt-steeds-populairder-bij-bootvluchtelingen.html>
- NOS. (2015, september 9). *Tientallen vluchtelingen verdronken voor Griekse kust*. Retrieved from NOS op 15 januari 2019: <https://nos.nl/artikel/2057475-tientallen-vluchtelingen-verdronken-voor-griekse-kust.html>
- Odekerken, M. W., & Brenninkmeijer, A. F. (2017). *Een dreigend klimaat*. Utrecht: Nederlandse Vereniging van Journalisten.

- Opgenhaffen, M., & d'Haenens, L. (2012). Managing Social Media Use: Whither Social Media Guidelines in News Organizations? . *The International Journal on Media Management* 17(4), 201-216.
- Pérez-Peña, R. (2010, April 11). *News Sites Rethink Anonymous Online Comments*. Retrieved from New York Times op 12 januari 2019: <https://www.nytimes.com/2010/04/12/technology/12comments.html>
- Pew Research Center. (2016a, juli 11). *Europeans Fear Wave of Refugees Will Mean More Terrorism, Fewer Jobs*. Retrieved from Pew Research Center op 15 januari 2019: <http://www.pewglobal.org/2016/07/11/europeans-fear-wave-of-refugees-will-mean-more-terrorism-fewer-jobs/>
- Pew Research Center. (2016b, augustus 2). *Number of Refugees to Europe Surges to Record 1.3 Million in 2015*. Retrieved from Pew Research Center op 15 januari 2019: <http://www.pewglobal.org/2016/08/02/number-of-refugees-to-europe-surges-to-record-1-3-million-in-2015/>
- Pew Research Center. (2018, september 19). *A majority of Europeans favor taking in refugees, but most disapprove of EU's handling of the issue* . Retrieved from Pew Research Center op 15 januari 2019: <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/09/19/a-majority-of-europeans-favor-taking-in-refugees-but-most-disapprove-of-eus-handling-of-the-issue/>
- Posetti, J. (2009, Juni 16). *Twitter's Difficult Gift to Journalism*. Retrieved from NewMatilda.com: <http://newmatilda.com/2009/06/16/twitters-difficult-gift-journalism>
- Remarque, P. (2015, augustus 3). *Niet te negeren vluchtelingencrisis* . Retrieved from De Volkskrant op 15 januari 2019: <https://www.volkskrant.nl/nieuws-achtergrond/niet-te-negeren-vluchtelingencrisis~bac24ebd/>
- Robinson, S. (2010). Traditionalists vs. Convergents Textual Privilege, Boundary Work, and the Journalist–Audience Relationship in the Commenting Policies of Online News Sites. *The International Journal of Research into New Media Technologies* 16(1), 125–143.
- Russell, A. (2016). Networked Journalism. In T. Witschge, C. W. Anderson, D. Domingo, & A. Hermida, *The SAGE Handbook of Digital Journalism* (pp. 149-163). Londen: SAGE Publications.
- Santana, A. D. (2011). Online Readers' Comments Represent New Opinion Pipeline. *Newspaper Research Journal* 32(3), 66-81.
- Saunders, B., Sim, J., Kingstone, T., Baker, S., Waterfield, J., Bartlam, B., . . . Jinks, C. (2018). Saturation in qualitative research: exploring its conceptualization and operationalization. *Quality & Quantity*, 1893–1907.
- Scheffer, P. (2000, januari 29). *Het multiculturele drama*. Retrieved from NRC op 15 januari 2019: <http://retro.nrc.nl/W2/Lab/Multicultureel/scheffer.html>
- Schultz, J. (1998). *Reviving the Fourth Estate: Democracy, Accountability and the Media*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Shanahan, M. K. (2018). *Journalism, Online Comments, and the Future of Public Discourse*. New York: Routledge.
- Singer, J. (2005). The Political J-blogger: 'normalizing' a new media form to fit old norms and practices. *Journalism* 6(2), 173-198.
- Singer, J. (2010). Journalism in the Network. In S. Allan, *The Routledge Companion to News and Journalism*, (pp. 277-286.). Londen: Routledge.
- Stichting Vluchteling. (2016). *Strategisch Meerjarenplan (2017-2019)*. Stichting Vluchteling.

- Swasy, A. (2016). *How Journalists use Twitter. The Changing Landscape of U.S. Newsrooms*. Lanham, MD: Lexington Books.
- Thomas, D. R. (2006). A General Inductive Approach for Analyzing Qualitative Evaluation Data. *American Journal of Evaluation* 27(2), 237-246.
- Twitter. (2019). *Over geverifieerde accounts*. Retrieved from Twitter op 12 januari 2019: <https://help.twitter.com/nl/managing-your-account/about-twitter-verified-accounts>
- Urquhart, C. (2013). *Grounded Theory for Qualitative Research: A Practical Guide*. Londen: SAGE Publications.
- Van der Haak, B., Parks, M., & Castells, M. (2012). The Future of Journalism: Networked Journalism. *International Journal of Communication* 6, 2923–2938.
- Van der Veer, N., & al., e. (2018). *Nationale Social Media Onderzoek 2018*. Amsterdam: Newcom Research & Consultancy.
- Vossen, K. (2010). Populism in the Netherlands after Fortuyn: Rita Verdonk and Geert Wilders Compared. *Perspectives on European Politics and Society* 11(1), 22-38.
- Wasserman, E. (2009, Mei 28). How Twitter Poses a Threat to Newspapers. *Miami Herald*.
- Wolfgang, J. D. (2018a). Taming the ‘trolls’: How journalists negotiate the boundaries of journalism and online comments. *Journalism*, 1-18.
- Wolfgang, J. D. (2018b). How commenters use online forums as spaces for journalism’s boundary work. *Newspaper Research Journal* 39(1), 55-68.

Bijlagen

Topiclijst interviews

De volgende topiclijst is gebruikt voor de interviews met elf Nederlandse journalisten:

Gebruik van Twitter

- Op welke manier gebruik je Twitter?

Aspecten:

- Hoe vaak?
- Met welk doel?
 - o Gebruik van verschillende functies?
- Persoonlijk/werk?
- Gestimuleerd door redactie/nieuwsorganisatie?
- Heeft het voor verandering in het journalistieke werk gezorgd? Hoe?
- Voordelen/nadelen van Twitter?
- Persoonlijke opvatting over opkomst sociale media in de journalistiek?
 - o Positief/negatief?

Reacties op Twitter

- Wat voor soort reacties ontvang je op Twitter?

Aspecten:

- Positieve/negatieve reacties?
- Mening over de reacties?
- Nuttig/niet nuttig?
- Hoe ga je met reacties om?
 - o Waarom op die manier?
 - o Gebruik je ze voor journalistiek werk?

Kritiek op Twitter

- Wat voor soort kritiek krijg je op Twitter?

Aspecten:

- Mening over kritiek op Twitter?
 - o Anders als het van verschillende personen komt? (Collega's of publiek)
- Hoe zit het met kritiek op 'migratietweets'? Anders dan andere kritiek?
- Mening over kritiek op migratiestukken?
- Is deze kritiek anders dan kritiek via andere kanalen?
- Verschil kritiek migratie-/niet-migratiestukken?

Omgang met kritiek

- Hoe ga je om met kritiek op Twitter? (Per genoemde soort vragen.)

Aspecten:

- Voorbeeld verschillende categorieën tweets. Hoe reageerde je (niet) en waarom?
- Ga je anders om met Twitter-kritiek dan andere soorten kritiek?
- Beïnvloeding werk door kritiek?
- Beïnvloeding persoonlijk leven door kritiek?
- Wat vind je van de openheid die Twitter met zich mee brengt?
 - o Voor journalistiek en persoonlijk?