



Universiteit
Leiden
The Netherlands

De retoriek van de Twitter eXit: Een retorische analyse van journalistiek grenswerk en professionele normen in Nederlandse dagbladen sinds de overname door Elon Musk

Kwartan, Christina

Citation

Kwartan, C. (2025). *De retoriek van de Twitter eXit: Een retorische analyse van journalistiek grenswerk en professionele normen in Nederlandse dagbladen sinds de overname door Elon Musk*.

Version: Not Applicable (or Unknown)

License: [License to inclusion and publication of a Bachelor or Master Thesis, 2023](#)

Downloaded from: <https://hdl.handle.net/1887/4178091>

Note: To cite this publication please use the final published version (if applicable).

DE RETORIEK VAN DE TWITTER EXIT

Een retorische analyse van journalistiek grenswerk en professionele normen in Nederlandse dagbladen sinds de overname door Elon Musk



Universiteit
Leiden

Masterscriptie

Christina Kwartén

s3391302

12-8-2024

Master Journalistiek en Nieuwe Media

Universiteit Leiden

Onder begeleiding van Dr. A.W.M. Koetsenruijter

Tweede beoordelaar: Dr. J.P. Burger

Aantal woorden: 17517

Samenvatting

Na de overname van Twitter door Elon Musk in oktober 2022 ontstond er veel discussie over de rol en legitimiteit van Twitter/X voor journalistiek. Dit onderzoek richt zich op hoe Nederlandse journalisten reageren op deze veranderingen en onderzoekt welke retorische middelen zij gebruiken om Twitter/X te verdedigen als journalistiek instrument. Het kijkt ook naar hoe zij in het metajournalistieke discours reflecteren op professionele normen.

Er is een kwalitatieve retorische analyse uitgevoerd op 20 opiniestukken uit vijf Nederlandse dagbladen. De analyse richtte zich op het identificeren van retorische middelen die journalisten inzetten om Twitter/X te legitimeren als journalistiek instrument. Dit werd gedaan door deductief coderen, gebruikmakend van sensitizing concepts uit de literatuur over retoriek en grenswerk.

De analyse heeft aangetoond aan dat Nederlandse journalisten diverse strategieën gebruiken om Twitter/X te rechtvaardigen, met nadruk op deskundigheid, eerlijkheid en welwillendheid. De grenswerk-analyse laat zien dat deze ethostechnieken dienen om grenzen te definiëren en journalistieke normen te beschermen, waarbij Twitter/X als een waardevol journalistiek instrument wordt gepositioneerd, ondanks de controverse en veranderingen.

Deze ethosstrategieën helpen journalisten om de grenzen van hun beroepspraktijk te definiëren en te beschermen, vooral te midden van de recente veranderingen en controverses rondom Twitter/X. Door deze benadering versterken ze hun eigen positie en dragen ze bij aan de stabiliteit en legitimiteit van de journalistiek in een steeds complexer medialandschap. De resultaten tonen aan hoe journalisten via metajournalistiek en grenswerk hun professionele normen handhaven en verdedigen in deze veranderende omgeving.

Een beperking van dit onderzoek is de overheersende pessimistische toon, wat kan wijzen op bias en beperkte diversiteit in standpunten. Bovendien zijn redactionele commentaren en lezersbrieven uitgesloten. Toekomstig onderzoek naar grenswerk zou deze formats en een breder scala aan visies kunnen opnemen om een vollediger en evenwichtiger beeld te verkrijgen en de validiteit en betrouwbaarheid te verbeteren.

Inhoudsopgave

| | |
|---|-----------|
| Samenvatting..... | 1 |
| 1 Inleiding..... | 3 |
| 2 Theoretisch kader..... | 9 |
| 2.1 De opkomst van Twitter | 9 |
| 2.2 Impact Twitter op journalistiek..... | 11 |
| 2.2.1 Twitter-optimisme..... | 11 |
| 2.2.2 Twitter-pessimisme | 12 |
| 2.2.3 Het veranderen(de) medialandschap..... | 14 |
| 2.3 Grenswerk..... | 15 |
| 2.3.1 Journalistiek grenswerk | 16 |
| 2.3.2 De klassieke retorica | 19 |
| 2.3.3 Ethos in opiniestukken | 20 |
| 2.3.4 Ethos als grenswerk | 21 |
| 2.4 Professionalisering van de journalistiek | 22 |
| 3 Methodologie | 24 |
| 3.1 Kwalitatieve benadering..... | 24 |
| 3.2 Onderzoeksmethode | 25 |
| 3.2.1 Kwalitatieve inhoudsanalyse | 25 |
| 3.2.2 Retorische analyse van journalistiek grenswerk..... | 27 |
| 3.3 Corpus - opiniestukken | 29 |
| 3.4 Data analyse - coderen | 32 |
| 3.5 Betrouwbaarheid en validiteit..... | 33 |
| 4 Resultaten..... | 34 |
| 4.1 De overname van Twitter | 34 |
| 4.2 Resultaten ethostechnieken..... | 39 |
| 4.2.1 Deskundigheid..... | 39 |
| 4.2.2 Eerlijkheid | 41 |
| 4.2.3 Welwillendheid | 41 |
| 4.2.4 Deelconclusie..... | 43 |
| 4.3 Resultaten grenswerk..... | 43 |
| 4.3.1 Uitbreiding..... | 43 |
| 4.3.2 Uitsluiting | 45 |
| 4.3.3 Bescherming van autonomie | 48 |
| 4.3.4 Deelconclusie..... | 50 |
| 5 Conclusies en discussie..... | 51 |

| | | |
|------------|--|-----------|
| 5.1 | Conclusies | 51 |
| 5.2 | Discussie | 53 |
| | Bijlage: Corpusselectie opiniestukken | 62 |

1 Inleiding

Dit is mijn laatste tweet. Ik heb geen zin meer in bedreigingen en laster. Zolang Twitter onze democratische wetten niet respecteert en handhaaft is dit slechts een extreemrechts prikbord gerund door een enge gek. Bovendien: ik heb toch verdomme wel wat beters te doen? Hej då! (Schimmelpenninck, 2023)

Op 20 november 2023 kondigde Sander Schimmelpenninck zijn vertrek aan van het sociale medium X (voorheen Twitter) met een kritische boodschap. Sinds de overname door Elon Musk een jaar eerder, klinken er geluiden dat het platform is verworden tot een broeinest van extremisme en haatdragende berichten (NOS, 2023). Schimmelpenninck noemde het zelfs “een van de grootste gevaren van deze tijd” (Nu.nl, 2023). Het debat over de invloed van sociale media op de journalistiek kwam opnieuw onder de aandacht toen KRO-NCRV (2024) op 8 januari liet weten per direct te stoppen met het gebruik van X als communicatiemiddel. Directievoorzitter Peter Kuiper beschreef het sociale medium als een “maatschappij ontwrichtend platform” waar anonieme gebruikers “de meest weerzinwekkende bagger” plaatsen. Hij sloot zijn verklaring af met de hoop “dat andere omroepen en mediabedrijven ook de stap zetten om X niet meer te gebruiken” (KRO-NCRV, 2024).

Twitter werd in augustus 2006 gelanceerd als een mobiele applicatie (Hermida, 2015). Oorspronkelijk stelde het platform gebruikers de vraag: “Wat ben je aan het doen?” In 2009 werd de vraag aangepast naar “Wat gebeurt er?” om de nadruk te leggen op het delen en verspreiden van informatie. Het platform kwam al snel op de radar van nieuwsredacties en journalisten. The Oregonian uit Portland was een vroege gebruiker van Twitter en begon eind 2007 met het delen van links en het verzamelen van tweets van burgers over overstromingen en wegafsluitingen tijdens zware stormen in centraal Oregon (Farhi, 2009). Sindsdien hebben vele redacties Twitter ingezet voor snelle updates tijdens crises zoals natuurrampen, rellen en politieke gebeurtenissen. Wat begon als een eenvoudige berichtenservice voor mobiele telefoons, is inmiddels uitgegroeid tot een platform voor netwerkgestuurde informatiestromen (Hermida, 2015). In 2015 was bijna een kwart van alle geverifieerde accounts op Twitter in handen van journalisten (Kamps, 2015). Bovendien gebruikt meer dan negen op de tien journalisten in de Verenigde Staten sociale media voor hun werk, waarbij 69% aangeeft dat Twitter het belangrijkste platform is (Gottfried et al., 2022). Tegenwoordig wordt het platform dan ook breed geaccepteerd door nieuwsmedia (Dagoula, 2023, p. 2). Toch is de weerstand onder journalisten tegen digitale ontwikkelingen bijna net zo oud als het internet (Burger, 2014, p. 52). Traditioneel heeft de journalistiek zijn betrouwbaarheid ontleend aan het rapporteren van feiten die afkomstig zijn van betrouwbare bronnen (Van Hout & Burger, 2016). Nu het vertrouwen in traditionele instellingen afneemt en alternatieve en sociale media

opkomen, moet de journalistiek zichzelf opnieuw bewijzen als een betrouwbare informatiebron. Burger (2014) beschouwt Twitterpagina's als "een van de meest ontvlambare grensregio's van de laatste jaren" (p. 54). Het platform roept dan ook belangrijke vragen op over de legitimiteit van sociale media als nieuwsbron.

Het besluit van Sander Schimmelpenninck en KRO-NCRV om te stoppen met X staat niet op zichzelf. Uit een inventarisatie van ANP blijkt dat andere mediabedrijven gehoor geven aan de oproep van de omroep en ook overwegen om hun gebruik van het platform te staken (De Quay, 2024). Sinds Elon Musk aankondigde Twitter over te nemen (NOS, 2022), is de discussie over de rol van sociale media in de journalistiek opnieuw aangewakkerd. Na de overname onderging het platform een transformatie, waaronder een naamsverandering naar 'X' en een wijziging van verschillende functies, zoals het verificatiesysteem (Robertson, 2023). Deze veranderingen hebben bij journalisten twijfels doen rijzen over het gebruik van Twitter/X als bron, vooral na de controversiële schorsing van journalisten in december 2022 vanwege kritiek op het platform en diens nieuwe eigenaar (Isaac & Conger, 2022). Deze actie staat haaks op zijn bewering over het ondersteunen van vrije meningsuiting. "Sorry to be a free speech absolutist", verklaarde Musk (2022) in maart nog op Twitter. Daarnaast heeft Musk veel personeel ontslagen en lijkt de persafdeling gesloten. Journalisten die proberen contact op te nemen met de persdienst, krijgen vaak slechts een poep-emoji als reactie (De Quay, 2023). Musk's opvatting over vrijheid van meningsuiting gaat gepaard met minder strenge moderatie. Uit onderzoek blijkt echter dat de versoepeling van regels na de overname heeft geleid tot een toename van haatdragende inhoud (Arun et al., 2024). En deze groeiende hoeveelheid haat lijkt voor velen een breekpunt te zijn in het gebruik van Twitter/X (KRO-NCRV, 2024; NOS, 2023; Nu.nl, 2023).

De opkomst van digitale media heeft de journalistiek drastisch veranderd. Sinds Twitter in 2006 werd gelanceerd, kunnen journalisten rechtstreeks met het publiek communiceren, wat heeft bijgedragen aan de democratisering van het nieuws (Hermida, 2013). Hierdoor zijn de traditionele rollen van nieuwsproducenten en consumenten vervaagd, waardoor de grenzen tussen deze groepen minder scherp zijn geworden. Dit heeft nieuwe uitdagingen met zich meegebracht, vooral op het gebied van betrouwbaarheid (Smeenk et al., 2023; Van Hout & Burger, 2016). Nieuwe technologieën en platforms zoals Twitter dwingen journalisten om de snelheid van sociale media te combineren met de noodzaak van betrouwbare informatie (Dagoula, 2023, p. 35). Dit kan leiden tot aanpassingen in journalistieke normen en druk op traditionele grenzen. Wanneer journalistieke grenzen onder druk staan, gebruiken journalisten retorische middelen om de waarde en betrouwbaarheid van hun werk te onderbouwen (Burger, 2014, p. 52). Deze inspanningen helpen journalisten om

hun beroepspraktijk te legitimeren en te verdedigen, vooral tijdens controverses of veranderingen. De theorie van grenswerk biedt een nuttig kader om te begrijpen hoe journalisten en nieuwsorganisaties de grenzen van legitieme journalistiek definiëren, onderhandelen en handhaven (Carlson & Lewis, 2015, p. 2). Dit omvat het definiëren van wat als journalistiek wordt beschouwd en het vaststellen van de bijbehorende normen en waarden. Journalisten gebruiken professionele normen als richtlijnen om hun werk te sturen (Singer, 2015). Dit proces is dynamisch en verloopt binnen het metajournalistieke discours, waarin publieke discussies en kritieken, zoals opinieartikelen in kranten, plaatsvinden over journalistieke praktijken en de rol van journalistiek in de samenleving (Carlson, 2016). De strijd om de grenzen van de journalistiek betreft symbolische conflicten waarbij verschillende partijen strijden om te bepalen wat wel en niet als 'journalistiek' wordt beschouwd (Carlson & Lewis, 2015, p. 2). In deze debatten speelt ethos - het imago van journalisten - een belangrijke rol. Ethos is niet alleen belangrijk voor het opbouwen en behouden van geloofwaardigheid, maar ook voor het beschermen van professionele normen. Het fungeert als een vorm van grenswerk, waarbij journalisten hun gezag en geloofwaardigheid behouden en zich aanpassen aan de veranderende normen en verwachtingen binnen hun vakgebied (Smeenk et al., 2023).

De literatuur biedt inzicht in de invloed van Twitter en sociale media in het algemeen op journalistieke normen, en hoe journalisten hun beroepsgrenzen beschermen door middel van retorische inspanningen. Toch is er weinig onderzoek dat deze aspecten samen analyseert. Vooral retorische analyses in de context van Twitter en journalistiek grenswerk zijn schaars. Het lijkt erop dat onderzoek specifiek naar ethostechnieken binnen deze context ontbreekt. Dit onderzoek dicht daarmee een gat in de literatuur. Bovendien zijn de overname van Twitter door Elon Musk en de daaropvolgende veranderingen nog relatief recent. Twitter is al lange tijd een belangrijke bron voor journalisten. Daarom is het belangrijk om inzicht te krijgen in hoe journalisten zich aanpassen aan en omgaan met deze snel veranderende digitale omgeving. Dit onderzoek is maatschappelijk relevant omdat het inzicht biedt in de ethische en professionele uitdagingen waarmee journalisten worden geconfronteerd door de veranderingen op dit platform. Het doel van dit onderzoek is om patronen te herkennen in de manier waarop journalisten het gebruik van Twitter/X rechtvaardigen, en om te ontdekken hoe deze retoriek bijdraagt aan het afbakenen en beschermen van professionele normen.

Mediadeskundigen voorspelden dat zowel mediabedrijven (Newton, 2022) als journalisten (Nelson, 2023) massaal zouden vertrekken van Twitter na de overname door Elon Musk. Onderzoeken die de houding van journalisten ten opzichte van het platform in kaart brengen, bieden echter een ander beeld. Het rapport 'State of Journalism 2023' laat zien dat 90% van de ondervraagde journalisten, voornamelijk uit de VS maar ook internationaal, nog

steeds gebruikmaakt van X (Muck Rack, 2023). Hoewel 50% van hen overwoog om het platform te verlaten, blijkt uit het rapport van 2024 dat slechts 19% daadwerkelijk hun professionele account heeft verwijderd, geschorst of stopgezet (Muck Rack, 2024). Gotfredsen (2023) kwam tot dezelfde bevinding. Ondanks een lichte afname in tweetactiviteit, hadden slechts 10 van de 4.000 onderzochte journalisten hun account gedeactiveerd na de overname. Ander onderzoek laat zien dat het aantal actieve X-gebruikers na de overname is afgenomen (Chang et al., 2023). In april 2023 was nog 52,5% van de gebruikers actief in ‘milieu-Twitter’, terwijl 79,4% actief bleef in de ‘politiek-Twitter’ gemeenschap. Bovendien blijkt uit onderzoek onder Franse journalisten dat zij, ondanks hun morele bewaren, het platform niet volledig hebben verlaten na de overname (Claesson, 2023). In plaats daarvan hebben ze strategieën ontwikkeld om hun gebruik van het platform af te stemmen op professionele normen, zoals het stellen van grenzen, selectiever zijn in interacties, en het heroverwegen van hun betrokkenheid.

Uit het voorgaande blijkt dat er geen sprake is geweest van een massale exodus. Desondanks hebben de controversiële acties van Elon Musk en de veranderingen op het platform de bredere legitimiteit van Twitter/X als journalistiek instrument onder druk gezet. Deze discussie binnen het metajournalistieke discours weerspiegelt een heroverweging van journalistieke normen en grenzen. Dit wordt geïllustreerd door de opmerking van Peter Kuiper, directievoorzitter bij KRO-NCRV: “Wij als KRO-NCRV staan voor een samenleving waarin we in harmonie samenleven, een verbonden samenleving. Een social media kanaal dat aan zijn gebruikers alle ruimte lijkt te geven aan polarisatie en racisme past daar niet meer bij” (KRO-NCRV, 2024). De overgang van Twitter/X van een algemeen geaccepteerde bron naar een bron van onzekerheid onderstreept de dynamische aard van de journalistiek. Burger (2014) beschouwt Twitterpagina’s als “een van de meest ontvlambare grensregio’s” (p.54), die vragen oproepen over de status quo. Met de opkomst van alternatieve en sociale media staan journalisten voor de uitdaging om hun geloofwaardigheid opnieuw te bevestigen en zich te onderscheiden van andere informatiebronnen (Van Hout & Burger, 2016). In deze grensgevallen zetten zij vaak retorische strategieën in om hun betrouwbaarheid te versterken en hun professionele normen te beschermen (Burger, 2014, p. 52; Van Hout & Burger, 2016). De discussie over de rol van Twitter/X als journalistieke bron laat zien hoe de grenzen van legitieme journalistiek voortdurend worden onderhandeld binnen het metajournalistieke discours. De onderzoeksvraag die hieruit voortvloeit luidt als volgt:

Welke retorische middelen zetten Nederlandse journalisten in hun opiniestukken in om het gebruik van Twitter/X als journalistiek instrument te rechtvaardigen na de

overname door Elon Musk, en hoe geven zij via het metajournalistieke discours betekenis aan professionele normen met betrekking tot het gebruik van X?

Deze vraag wordt opgesplitst in twee deelvragen:

- 1. Welke ethostechnieken zetten Nederlandse journalisten in hun opiniestukken in om het gebruik van Twitter/X als journalistiek instrument te rechtvaardigen?*
- 2. In hoeverre kunnen de ethostechnieken die journalisten gebruiken worden gekarakteriseerd en begrepen als vormen van grenswerk?*

Dit onderzoek beoogt antwoord te geven op de onderzoeksvraag door middel van een kwalitatieve retorische analyse van metajournalistiek grenswerk. Het corpus bestaat uit 20 opiniestukken gepubliceerd tussen 28 oktober 2022 en 30 juni 2024 in vijf Nederlandse dagbladen: Algemeen Dagblad, de Telegraaf, de Volkskrant, NRC en Trouw. Deze stukken zijn geschreven door journalisten, behandelen de (overname van) Twitter/X en hebben betrekking op journalistiek. De data-analyse richt zich op het identificeren van ethostechnieken en onderzoekt hoe deze technieken passen binnen de theorie van grenswerk, waarbij de nadruk ligt op de afbakening van professionele journalistieke normen. Het onderzoek volgt een systematische benadering door middel van deductief coderen. Daarbij maakt het onderzoek gebruik van *sensitizing concepts*, die zijn gebaseerd op literatuur over retorische middelen en grenswerk, om de data te analyseren.

Het volgende hoofdstuk geeft een overzicht van de literatuur over de opkomst van Twitter als journalistiek hulpmiddel binnen het veranderende medialandschap en onderzoekt hoe deze ontwikkelingen de journalistiek hebben beïnvloed. Daarnaast wordt de ontwikkeling van de journalistiek als beroep behandeld, met aandacht voor de bijbehorende normen en waarden, en de theorie van grenswerk als een strategie om met veranderingen om te gaan. Hoofdstuk 3 richt zich op het onderzoeksontwerp en de gebruikte methodologie. In het vierde hoofdstuk worden de resultaten van de kwalitatieve retorische analyse gepresenteerd. Tot slot wordt in het laatste hoofdstuk de onderzoeksvraag beantwoord en de bevindingen besproken.

2 Theoretisch kader

In dit theoretisch kader worden relevante theorieën en concepten besproken die inzicht geven in hoe journalisten het gebruik van Twitter/X rechtvaardigen en hoe deze rechtvaardiging bijdraagt aan het handhaven en beschermen van professionele normen. Allereerst wordt de opkomst van Twitter besproken (2.1). Vervolgens wordt de invloed van Twitter op de journalistiek behandeld (2.2), gevolgd door de theorie van grenswerk (2.3). Tot slot wordt ingegaan op de professionalisering van het beroep en de bijbehorende normen (2.4).

2.1 De opkomst van Twitter

The bird is freed (Musk, 2022)

Met deze woorden maakte Elon Musk op 28 oktober 2022 op Twitter zijn overname van het platform bekend. Sindsdien is het iconische blauwe vogeltje verleden tijd. De overname door en daaropvolgende transformatie van Twitter staan ter discussie in de journalistiek en vormen het onderwerp van dit onderzoek. Deze paragraaf bespreekt de opkomst van het platform tot aan het moment van de overname – de periode daarna komt later aan bod.

Twitter, opgericht in 2006 door Jack Dorsey, Biz Stone en Evan Williams, begon als een microbloggingplatform waarbij gebruikers hun status en locatie konden delen (Van Dijck, 2011). Dit idee evolueerde naar een platform voor het delen van korte berichten, vergelijkbaar met sms-berichten, maar openbaar en gericht op een breder publiek. De presentatie op de South by Southwest-conferentie in 2007 zorgde voor wereldwijde bekendheid (Dagoula, 2023, p. 1). Twitter trok wereldwijde aandacht door zijn rol in belangrijke nieuwsgebeurtenissen, zoals de aardbeving in China, de aanslagen in Mumbai, de vliegtuigcrash op de Hudson River, en de Iraanse protesten (Hermida, 2015). In 2009 wijzigde Twitter zijn vraag van “Wat doe je?” naar “Wat gebeurt er?” om beter in te spelen op de behoeften van gebruikers (Van Dijck, 2011). Deze verandering weerspiegelde de verschuiving van persoonlijke updates naar deelname aan bredere gesprekken en nieuws volgen. Hierdoor groeide Twitter uit tot een realtime informatienetwerk en een belangrijk hulpmiddel voor nieuwsverzameling en -verspreiding door traditionele media (Van Dijck, 2011).

Twitter onderscheidde zich door zijn korte berichten, oorspronkelijk beperkt tot 140 tekens en later uitgebreid naar 280 tekens, bekend als tweets (Dagoula, 2023, p. 2). Deze beperking stimuleerde beknopte en directe communicatie. Bovendien konden gebruikers op nieuwe manieren met elkaar communiceren. Met het @-symbool kunnen ze andere gebruikers taggen, antwoorden of vermelden. Retweets, aangeduid met ‘RT @gebruikersnaam’, erkennen de oorspronkelijke bron van een bericht. Hashtags (#) worden toegevoegd om berichten aan specifieke onderwerpen te koppelen, waardoor het volgen van discussies en het identificeren van trending topics makkelijker wordt (Hermida, 2015). Deze functies hebben bijgedragen aan de populariteit van Twitter, vooral bij journalisten en nieuwsredacties. De technologische infrastructuur van het platform stelt gebruikers in staat om informatie op grote schaal te delen en biedt communicatiemogelijkheden die voorheen door traditionele media werden verzorgd (Van Dijck, 2011). Sinds de begindagen is Twitter geëvolueerd van een platform voor alledaagse berichten naar een onmisbare bron voor nieuwsverslaggeving, met een wijdverspreid en alomtegenwoordig gebruik door nieuwsmedia (Dagoula, 2023, p. 2).

2.2 Impact Twitter op journalistiek

Uit de vorige paragraaf blijkt dat Twitter sinds zijn ontstaan een belangrijke positie in de journalistiek inneemt. Hoe deze ontwikkeling wordt beschouwd, hangt af van het perspectief waarmee de relatie tussen Twitter en journalistiek bekeken wordt. Om structuur aan te brengen in deze paragraaf, wordt Twitter belicht vanuit de welbekende tweedeling van techno-optimisme en techno-pessimisme. Vervolgens wordt het veranderende medialandschap besproken, met behulp van de driedeling: verstoring, aanpassing en normalisatie.

2.2.1 Twitter-optimisme

Techno-optimisme is de overtuiging dat technologie een positieve kracht is die kan bijdragen aan vooruitgang en het oplossen van maatschappelijke problemen. In de context van Twitter en de journalistiek betekent dit dat technologie een 'ambient' nieuwsomgeving creëert en een globaal dorp vormt waarin journalistiek gedijt door een divers en betrokken publiek (Dagoula, 2023, p. 7).

Het digitale tijdperk heeft de nieuwsvoorziening drastisch veranderd. Waar traditionele media ooit de belangrijkste informatiebronnen waren, is er nu een nieuw model ontstaan waarin nieuws voortdurend op de achtergrond aanwezig is. Dit model staat bekend als een 'ambient nieuwsomgeving' (Bruns et al., 2013; Hermida, 2010). Deze verandering heeft de journalistiek getransformeerd van een eenrichtingscommunicatie naar een interactief en participatief systeem, waarin zowel professionele als niet-professionele bronnen bijdragen aan nieuwsproductie en -verspreiding. Hermida (2010) wijst erop dat gewone mensen door het delen van verslagen, beelden en video's steeds belangrijker worden in het leveren van eerstehands nieuws. Dit past binnen de bredere trend van participatieve journalistiek, waarbij burgers actief bijdragen aan de nieuwsvoorziening. Door deze verschuiving is de relatie tussen journalisten en het publiek veranderd van asymmetrisch naar meer gelijkwaardig. In een 'ambient nieuwsomgeving' zoals Twitter blijft nieuws subtiel aanwezig in het dagelijks leven van gebruikers, waardoor ze voortdurend op de hoogte blijven van actuele gebeurtenissen (Bruns et al., 2013; Hermida, 2010). Belangrijke nieuwsitems krijgen meer aandacht doordat ze opvallen bij een toename in volume en zichtbaarheid, vergelijkbaar met hoe ambient muziek opvalt bij veranderingen in het geluid (Bruns et al., 2013).

De metafoer van Twitter als een globaal dorp laat zien hoe het platform de journalistiek verandert door de verbondenheid en publieke betrokkenheid te versterken (Dagoula, 2023, p. 10). Deze metafoer benadrukt hoe moderne technologieën de wereld dichterbij en vertrouwd maken, vergelijkbaar met een klein dorp. Volgens Dagoula (2023, p.

10) heeft deze metafoer drie belangrijke voordelen voor nieuwsmedia. Ten eerste overbrugt Twitter grenzen van onbekendheid en afstand door zijn wereldwijde netwerk. Ten tweede stimuleert het platform vrije uitwisseling van informatie en het opbouwen van persoonlijke connecties. Ten derde bevordert de metafoer een gevoel van diepere wederzijds begrip en saamhorigheid. Door Twitter te beschouwen als zowel een ‘ambient nieuwsomgeving’ als een ‘globaal dorp’, worden de verschillende manieren zichtbaar waarop het platform de journalistiek positief beïnvloedt. Zo vergemakkelijkt Twitter niet alleen de nieuwsverzameling voor journalisten, maar fungeren tweets ook zelf als nieuwsbron.

Twitter heeft journalisten directe toegang verschaft tot actuele informatie en publieke reacties, wat het verzamelen van nieuws heeft veranderd (Hermida, 2013). Zo breidt het platform de reikwijdte van nieuwsberichten uit door informatie te bieden die verder gaat dan traditionele bronnen, wat bijdraagt aan een bredere en meer democratische verspreiding van nieuws (Broersma & Graham, 2013). Hierdoor kunnen journalisten sneller en efficiënter relevante informatie verzamelen, vooral tijdens crises en belangrijke nieuwsgebeurtenissen (Farhi, 2009), en dit zorgt er ook voor dat stemmen die anders mogelijk niet gehoord zouden worden, worden opgenomen. Tweets zijn zelf ook een belangrijke nieuwsbron geworden. Journalisten gebruiken ze steeds vaker in hun verslaggeving, waarbij ze selectief citaten kiezen die hun verhalen versterken (Broersma & Graham, 2013). Tweets kunnen zelf nieuwswaardig zijn, vooral als publieke figuren zoals politici of beroemdheden belangrijke uitspraken doen. Ze dienen verschillende functies: het illustreren van verhalen, het personaliseren van nieuws met diverse stemmen en ervaringen, en het bieden van achtergrondinformatie. Terwijl kwaliteitsmedia tweets vooral inzetten ter ondersteuning van hun verhalen, gebruiken populaire kranten ze vaker voor ‘soft’ nieuws en verhalen over beroemdheden of sport (Broersma & Graham, 2013). Hierdoor is Twitter zowel een bron als katalysator voor nieuws geworden.

2.2.2 Twitter-pessimisme

Aan de andere kant staat techno-pessimisme, dat de nadruk legt op de negatieve gevolgen en risico's van technologie. Vanuit dit perspectief kan Twitter worden gezien als een platform dat de journalistiek verstoort en extra problemen veroorzaakt. Deze visie omvat drie belangrijke bezwaren: (1) Twitter legt een onhoudbare druk op journalisten; (2) Twitter verergert de chaos en verwarring in informatie; en (3) Twitter bevordert populisme en verhit politieke en maatschappelijke debatten, wat de integriteit van de journalistiek ondermijnt (Dagoula, 2023, p. 7).

Twitter staat bekend om zijn korte berichten en snelheid, en dat vormt dan ook een van de belangrijkste spanningen voor de beroepsgroep. De nadruk op snelheid bij Twitter kan de diepgang en nuance van verslaggeving ondermijnen. Journalisten worden vaak gedwongen om complexe verhalen te verkorten tot beknopte tweets, wat kan resulteren in oppervlakkige berichtgeving waarbij noodzakelijke context en gedetailleerde analyses verloren gaan (Barnard, 2014; Hermida, 2010). Deze haast leidt tot fouten en onnauwkeurigheden doordat er onvoldoende tijd is voor gedegen fact-checken en onderzoek (Van Dijck, 2011). Daarnaast zorgt de 24/7 aard van het platform voor een onophoudelijke stroom van tweets, meldingen en trending topics, wat het voor journalisten moeilijk maakt om relevante verhalen te selecteren en door de overvloed aan informatie te navigeren (Hermida, 2016). Deze overbelasting kan de efficiëntie van journalisten verminderen en hun mentale welzijn aantasten, wat uiteindelijk de kwaliteit van hun verslaggeving negatief kan beïnvloeden.

Een andere uitdaging is het waarborgen van vertrouwen en geloofwaardigheid in het nieuws. Traditionele nieuwsorganisaties hebben al lange tijd moeite om het vertrouwen van hun publiek te winnen en te behouden, en de komst van Twitter heeft deze uitdaging nog ingewikkelder gemaakt (Lasorsa et al., 2012). Door de opkomst van burgerjournalistiek en de snelle verspreiding van desinformatie op sociale media is het voor journalisten nog belangrijker geworden om de nauwkeurigheid en betrouwbaarheid van nieuws op Twitter te bewaken (Lewis, 2012). Met name tijdens de COVID-19-pandemie is sociale media een broeinest geworden voor desinformatie. Shahi et al. (2020) ontdekten dat ook geverifieerde Twitter-accounts, waaronder die van organisaties en beroemdheden, actief bijdragen aan het verspreiden van desinformatie door middel van nieuwe tweets en retweets. Bovendien bleek dat volledig valse claims zich sneller verspreiden dan claims die slechts gedeeltelijk onjuist zijn.

De publieke aard van Twitter brengt ook risico's met zich mee voor journalisten. Zo kunnen ze te maken krijgen met online intimidatie, trollen en vijandige reacties, vooral bij het behandelen van controversiële of polariserende onderwerpen (Hermida, 2013). Garimella en Weber (2017) tonen aan dat Twitter een belangrijke rol speelt in het vormgeven van openbaar debat en opinie. Uit analyse van 679.000 tweets blijkt dat politieke polarisatie niet alleen zichtbaar is in de gedeelde inhoud, maar ook in de netwerken, retweets en het gebruik van partijdige hashtags. In de afgelopen acht jaar is de politieke polarisatie op Twitter met 10% tot 20% toegenomen, wat de impact van sociale media op het versterken van politieke verdeeldheid onderstreept (Garimella & Weber, 2017). Populisme, vooral van rechtse aard, heeft een sterke aanwezigheid op Twitter. Het platform is uitgegroeid tot een belangrijk hulpmiddel voor politieke communicatie, waarmee politici, parlementsleden en

belangengroepen invloed uitoefenen op het politieke discours (Pérez Curiel, 2020). Onderzoek laat zien dat Twitter effectief wordt gebruikt voor propaganda en nepnieuws, vooral tijdens verkiezingen. Bovendien speelt het een grote rol in het verspreiden van populistische boodschappen, die snel viraal kunnen gaan. Hierdoor fungeert Twitter als een podium voor extreemrechts discours en het versterken van de persoonlijkheid van invloedrijke leiders (Pérez Curiel, 2020).

2.2.3 Het veranderen(de) medialandschap

De integratie van digitale technologieën heeft veel facetten van de journalistieke praktijk veranderd. Zo hebben automatisering en algoritmen de automatische productie van content, datamining, nieuwsverspreiding en contentoptimalisatie verbeterd (Kotenidis & Veglis, 2021). Kyriakidou en Garcia-Blanco (2021) stellen dat deze innovaties belangrijke leerervaringen hebben opgeleverd door het introduceren van nieuwe methoden voor het verzamelen, produceren en verspreiden van nieuws. Deze technologische innovaties dagen traditionele grenzen uit, waardoor journalisten hun rol en opvattingen moeten herzien. Dagoula (2023, p. 29) gebruikt het concept van ‘verstoord evenwicht’ om de invloed van Twitter op de journalistiek te onderzoeken. Dit concept biedt inzicht in maatschappelijke veranderingen door te benadrukken dat deze zowel door technologische innovaties als door de evolutie van bestaande normen en waarden worden aangestuurd (Dagoula, 2023, p. 31). Veranderingen verlopen volgens deze theorie in drie fasen:

1. **verstoring:** crisis;
2. **adaptatie:** crisis wordt beheerd en tactisch aangepast;
3. **normalisatie:** crisis wordt gestabiliseerd en verandering erkend als een manier om iets te begrijpen of benaderen.

De overname van Musk

Musk's overname markeert een nieuwe verstoringfase, waarbij de traditionele journalistieke praktijken op de proef werden gesteld. Zo paste hij de regels voor contentmoderatie en handhaving aan, waardoor ongecontroleerde en soms misleidende informatie toenam (Arun et al., 2024). Dit maakt het voor journalisten moeilijker om feit van fictie te onderscheiden. Nieuwsorganisaties moesten daardoor hun strategieën herzien en manieren vinden om met de nieuwe situatie op het platform om te gaan.

2.3 Grenswerk

De voorbeelden in de inleiding – de recent aangewakkerde discussies over X als journalistiek instrument en de beslissingen van journalisten en mediabedrijven om ermee te stoppen – laten zien dat de grenzen van wat als legitiem wordt beschouwd voortdurend worden herzien. De theorie van grenswerk biedt een waardevol raamwerk om deze grenzen te onderzoeken.

In 1983 introduceerde Thomas Gieryn het concept van grenswerk om het ‘afbakeningsprobleem’ in de wetenschap te verkennen. Vroeger probeerden filosofen en sociologen van de wetenschap dit probleem op te lossen door strikte criteria te formuleren waarmee wetenschap kon worden onderscheiden van andere kennisvormen. Gieryn (1983) benadert het probleem echter vanuit een andere invalshoek. Volgens hem gaat het niet alleen om academische definities, maar ook om praktische gevolgen die belangrijk zijn voor wetenschappers. Deze gevolgen omvatten bijvoorbeeld de toegang tot financiering en erkenning in de wetenschappelijke wereld. Daarom richt Gieryn (1983) zich op hoe wetenschappers ideologisch proberen hun werk te onderscheiden van niet-wetenschappelijke activiteiten. Dit proces, dat hij ‘grenswerk’ noemt, verwijst naar de manier waarop wetenschappers specifieke kenmerken toekennen aan wat als wetenschap wordt beschouwd. Dit helpt hen om sociale grenzen te trekken die wetenschappelijke activiteiten scheiden van andere, niet-wetenschappelijke activiteiten. Grenswerk heeft naast een theoretische ook een retorische dimensie (Gieryn, 1983). Zo gebruiken wetenschappers grenswerk om hun eigen status te versterken en sluiten ze concurrenten uit door hen te labelen als ‘pseudo’, ‘afwijkend’, of ‘amateur’. Daarnaast gebruiken wetenschappers grenswerk om hun professionele autonomie te beschermen door verantwoordelijkheid voor bepaalde kwesties buiten hun eigen vakgebied te plaatsen.

Gieryn’s concept van grenswerk laat zien dat de betekenis van wetenschap geen vaststaand gegeven is, maar een continu proces van onderhandeling dat afhangt van specifieke doelen en contexten. Dit idee heeft de basis gelegd voor verder onderzoek naar grenswerk in verschillende vakgebieden. In 1990 werd de discussie uitgebreid met onderzoek naar grensconflicten tussen wetenschap en het publiek. Waar Gieryn (1983) richt zich op de praktische aspecten van grenswerk, benadrukt Holmquest het belang van retoriek bij het definiëren van de grenzen van wetenschap. Hoewel grenswerk in diverse vakgebieden grondig is bestudeerd, blijft de rol van retoriek vaak onderbelicht, terwijl deze centraal staan grensgeschillen (Holmquest, 1990). Het onderzoek laat zien hoe retorische strategieën de scheidslijnen tussen wetenschap en andere domeinen, zoals het recht, beïnvloeden. Een illustratief voorbeeld is de Tarasoff-zaak, waarin de retorische presentatie van de “plicht om te waarschuwen” invloed had op de juridische beslissing en de vorming van een nieuwe norm in

zowel juridische als medische kringen (Holmquest, 1990). Dit voorbeeld laat zien dat retorische middelen niet alleen wetenschappelijke en juridische grenzen afbakenen, maar ook bredere professionele normen en waarden reflecteren.

2.3.1 Journalistiek grenswerk

Carlson en Lewis (2015) bouwen voort op het werk van Gieryn (1983) en hebben het concept van grenswerk specifiek toegepast op de journalistiek. Journalistiek grenswerk verwijst naar het proces waarbij journalisten en nieuwsorganisaties de grenzen van legitieme journalistiek definiëren, onderhandelen handhaven. Dit omvat het vaststellen wat als journalistiek wordt beschouwd, het afbakenen van de rol van professionele journalisten ten opzichte van amateurs, en het definiëren van de normen en waarden van de beroepsgroep (Carlson & Lewis, 2015, p. 2). Door de unieke kenmerken van het vakgebied is het echter moeilijk om duidelijke grenzen te trekken. In tegenstelling tot beroepen met strikte regels en licenties, zoals de geneeskunde, heeft de journalistiek geen gestructureerd regelsysteem. Bovendien richt de journalistiek zich op een breed publiek en moet informatie toegankelijk zijn voor verschillende opleidingsniveaus, wat het nog complexer maakt om heldere grenzen te definiëren (Carlson & Lewis, 2015, p. 12). Technologische vooruitgangen, zoals de opkomst van nieuwe media, hebben de onduidelijkheid over de grenzen van journalistiek vergroot, waardoor het nog moeilijker wordt om professionals van amateurs te onderscheiden (Carlson & Lewis, 2015, p. 8). Lewis (2012) onderschrijft dit en wijst erop dat de overgang van een model van schaarste naar open participatie door digitale technologieën de invloed van het publiek op nieuwsinhoud vergroot. Deze veranderingen creëren een ‘betwiste grensruimte’ waarin de rol van journalisten als gatekeepers ter discussie staat. Journalisten moeten hun rol en autoriteit heroverwegen door de voortdurende spanning tussen professionele controle en open participatie (Lewis, 2012).

De grenzen van journalistiek zijn vaak niet duidelijk zichtbaar. Daarom kan de strijd om deze grenzen worden gezien als een symbolische strijd, waarbij verschillende partijen strijden om te bepalen wat als journalistiek wordt beschouwd en wie als legitieme journalist wordt gezien (Carlson & Lewis, 2015, p. 2). Grenswerk is sterk verweven met macht en cultuur, omdat het bepaalt wie invloed heeft op de selectie van verhalen en onderwerpen in de media. Deze symbolische conflicten hebben tastbare gevolgen, zoals toegang tot bronnen, en hebben directe invloed op de kwaliteit van het nieuws. De ‘strijd’ om de grenzen van journalistiek vindt plaats binnen het metajournalistieke discours, waar publieke en professionele discussies de rol en betekenis van journalistiek vormgeven (Carlson, 2016). Dit

discours omvat alle discussies over nieuws, de productie ervan en de publieke ontvangst. Het is essentieel voor het begrijpen van de ontwikkeling en verandering van journalistieke normen en grenzen, en speelt een centrale rol in het vaststellen en verspreiden van de socioculturele betekenis van journalistiek (Carlson, 2016). Dit discours helpt journalisten om hun werk en waarden te herzien, normen te handhaven en hun rol en werkwijzen te verfijnen. Het bevordert voortdurende reflectie en aanpassing om de kwaliteit en integriteit van hun werk te waarborgen. Daarbij vormen professionele normen de identiteit van journalisten en bepalen de grenzen van hun vakgebied (Singer, 2015). Door normen zoals waarheidsgetrouwheid en onafhankelijkheid te volgen, onderscheiden journalisten zich van amateurs en bepalen ze wat goede of slechte journalistiek is. Dit is van belang voor het behoud van de autonomie en autoriteit van de journalistiek, vooral in democratische samenlevingen die interne controle verkiezen boven externe regulering. Het naleven van deze normen stelt journalisten in staat om geloofwaardigheid en vertrouwen te winnen, en zich aan te passen aan de snel veranderende mediaomgeving (Singer, 2015). Aan de andere kant doen journalisten aan paradigmaherstel om hun geloofwaardigheid te herstellen wanneer deze in twijfel wordt getrokken (Burger, 2014, p. 15). Bij schandalen die het journalistieke ethos ondermijnen, herstellen journalisten hun objectiviteit door technieken te hanteren zoals het citeren van bronnen, het bieden van evenwichtige verslaggeving en het gebruiken van objectieve taal. Hierdoor kunnen ze hun naleving van journalistieke normen aantonen, hun reputatie herstellen en het vertrouwen van het publiek herwinnen.

Carlson en Lewis (2015) constateren dat veel eerder onderzoek vooral gericht was op afzonderlijke gevallen van grenswerk. Daarom pleiten ze voor een systematisch en breder kader voor het onderzoeken van grenswerk in de journalistiek. Ze stellen voor om Gieryn's (1983) drie vormen van grenswerk (expansie, uitsluiting, bescherming van autonomie) te koppelen aan drie domeinen binnen de journalistiek: deelnemers, praktijken en professionaliteit (zie Tabel 1).

Tabel 1

Vormen van grenswerk in de journalistiek

| | Deelnemers | Praktijken | Professionaliteit |
|--------------------|---|---|--|
| Uitbreiding | Incorporatie van niet-traditionele journalisten | Het overnemen van nieuwe mediapraktijken als acceptabel | Het opnemen van nieuwe media als acceptabele journalistiek |
| Uitsluiting | Verwijderen van afwijkende actoren | Verwijderen van afwijkende praktijken | Verwijderen van afwijkende vormen en waarden |

| | | | |
|----------------------------------|---|---|--|
| Bescherming van autonomie | Het buiten houden van niet-journalistieke informatieactoren | Verdediging van het vermogen om correcte praktijken te definiëren | Verdediging tegen niet-professionele buitenstaanders |
|----------------------------------|---|---|--|

Noot. Deze tabel is deels overgenomen en vertaald van “*Boundaries of Journalism: Professionalism, Practices and Participation*”, door Carlson, M., & Lewis, S. C., 2015, p. 10, Routledge.

In de kolommen van de matrix worden de drie domeinen binnen de journalistiek weergegeven (Carlson & Lewis, 2015, p. 10):

1. **Grenswerk rond deelnemers** heeft te maken met het afbakenen van wie als journalist wordt beschouwd en wie niet. Dit omvat ook het onderscheiden van verschillende betrokkenen binnen en buiten het nieuws.
2. **Grenswerk rondom praktijken** richt zich op wat als acceptabele methoden voor nieuwsverzameling en -distributie wordt beschouwd en welke werkwijzen als journalistiek worden geaccepteerd.
3. **Grenswerk met betrekking tot professionaliteit** betreft de inspanningen van journalisten om zichzelf te positioneren als een beroepsgroep met gespecialiseerde. Dit aspect wordt apart belicht vanwege de sterke band tussen professionaliteit en epistemische autoriteit, hoewel het zowel deelnemers als praktijken omvat.

De rijen van de matrix bestaan uit Gieryn’s (1983) typologie van grenswerk - expansie, uitsluiting en bescherming van autonomie (Carlson & Lewis, 2015, p. 10):

1. **Uitbreiding** betreft de uitbreiding van wat als journalistiek wordt beschouwd naar nieuwe domeinen. Voorbeelden zijn de overgang van printjournalistiek naar elektronische media, zoals radio, televisie en online formats zoals blogs.
2. **Uitsluiting** betreft pogingen om grenzen binnen de journalistieke praktijk te versterken, zodat iets of iemand als onacceptabel wordt beschouwd. Voorbeelden zijn het verwijderen van journalisten of bronnen die betrokken zijn bij ongepaste of onethische praktijken, zoals fabricage en plagiaat. Ook omvat uitsluiting het debat over of nieuwe media die zich als journalistiek presenteren, voldoen aan de gevestigde journalistieke normen.
3. **Bescherming van autonomie** betreft het afweren van pogingen door niet-journalisten om de journalistiek te controleren of te beïnvloeden. Het doel is niet om deze buitenstaanders als journalisten te classificeren, maar om te voorkomen dat zij de journalistiek op een manier beïnvloeden die als bedreiging voor de journalistieke

autonomie wordt gezien. Voorbeelden hiervan zijn pogingen om te voorkomen dat adverteerders redactionele inhoud manipuleren.

2.3.2 De klassieke retórica

Van oudsher is de betrouwbaarheid van de journalistiek gebaseerd op het gebruik van feiten uit betrouwbare bronnen. Hoewel commentaar op sociale kwesties belangrijk is, blijft de kern van journalistiek het nauwkeurig en objectief rapporteren van feiten (Van Hout & Burger, 2016). Het rapporteren van de waarheid is een daarmee fundamenteel onderdeel van de journalistieke cultuur (Hanitzsch, 2007; Van Hout & Burger, 2016). Een belangrijk vraagstuk is de rol van de journalist in het leveren van betrouwbare kennis. In de westerse journalistiek domineert het objectiviteitsregime, dat erop gericht is persoonlijke invloeden uit zowel de journalistieke praktijk als het discours te verwijderen (Smeenk et al., 2023). Hierdoor presenteren journalisten feiten vaak alsof ze losstaan van hun eigen perspectief (Van Hout & Burger, 2016). Hoe deze feiten worden gepresenteerd, is echter net zo belangrijk. Het imago van de journalist, oftewel het ethos, speelt hierbij een sleutelrol omdat het bepaalt hoe geloofwaardig zowel de journalist als zijn verslaggeving worden ervaren (Van Hout & Burger, 2016). Dat geldt ook voor het onderwerp van dit onderzoek: opiniestukken. Twee belangrijke kenmerken van een column zijn dat deze altijd door de schrijver is ondertekend en regelmatig in de krant verschijnt (López Pan, 2011). De effectiviteit van een column hangt sterk af van het ethos van de schrijver.

De retórica, de leer van de welsprekendheid, gaat over deze retorische middelen die gebruikt kunnen worden om teksten overtuigend en doelgericht te maken (Braet, 2007, p. 10). Er zijn drie klassieke genres van retorische teksten: gerechtelijke pleidooien, politieke redevoeringen en gelegenheidstoespraken. Moderne varianten van deze genres omvatten onder andere opinieartikelen en columns (Braet, 2007, p. 9). Moderne betogen, zoals opinieartikelen in kranten, bespreken vaak dezelfde politieke kwesties als klassieke retorische teksten, bijvoorbeeld de multiculturele samenleving of de privatisering van Schiphol (Braet, 2007, p. 10). Ze verschillen echter in hun doel. Klassieke retorische teksten zijn gericht op besluitvorming, terwijl opinieartikelen de lezers willen beïnvloeden en hen helpen een mening. Hierdoor vertonen opiniestukken ook kenmerken van gelegenheidsredes.

De retórica vindt zijn oorsprong in de klassieke oudheid. Het oudste bewaarde werk is Aristoteles' *Retorica*, geschreven rond 330 v.Chr. (Braet, 2007, pp. 11-12). Dit boek introduceert de drie belangrijkste middelen van overtuiging: ethos, pathos en logos. Ethos betreft de geloofwaardigheid en het karakter van de spreker, pathos richt zich op het

opwekken van emoties bij het publiek, en logos verwijst naar logische en rationele argumentatie. Dit onderzoek richt zich op ethos omdat het van groot belang is voor journalisten om hun gezag en geloofwaardigheid te behouden en zich aan te passen aan de veranderende normen en verwachtingen binnen de journalistiek (Smeenk et al., 2023).

Volgens Aristoteles is ethos het sterkste overtuigingsmiddel van de drie retorische middelen (Braet, 2007, p. 50). Het beïnvloedt de acceptatie van een bewering door het vertrouwen dat het publiek in de spreker heeft, niet door de inhoudelijke argumenten. Het ethos is geen intrinsieke eigenschap van de spreker, maar iets dat het publiek aan hem toeschrijft. Aristoteles onderscheidt drie aspecten van ethos: deskundigheid, eerlijkheid en welwillendheid. Deskundigheid blijkt uit grondige kennis van het onderwerp, bijvoorbeeld door het delen van inhoudelijke informatie of het bespreken van persoonlijke kwalificaties (Braet, 2007, p. 51). Gedetailleerde kennis, zoals historische voorbeelden en recente onderzoeksresultaten, wekt indruk. Overmatige zelfpromotie kan als opschepperig worden gezien; subtiele verwijzingen naar opleiding en ervaring worden doorgaans beter ontvangen. Eerlijkheid betekent een compleet en evenwichtig beeld geven van de situatie (Braet, 2007, pp. 51-52). Dit kan door subtiel nadelen of tekortkomingen te benoemen, zoals je eigen beperkingen of de nadelen van je voorstel. Het is echter riskant om jezelf te veel als eerlijk voor te stellen, omdat dit als overdrijving kan worden gezien. Welwillendheid houdt in dat men gedeelde voorkeuren en waarden met het publiek laat zien, variërend van materiële belangen tot idealen (Braet, 2007, p. 52). In politieke context betekent dit kleur bekennen. Het kan effectief zijn om achtergrondinformatie of standpunten te delen, zoals afkomst of voorkeuren in een discussie, of om gemeenschappelijke raakvlakken met het publiek te benadrukken.

2.3.3 Ethos in opiniestukken

In opiniestukken, zoals columns, is de overtuigingskracht vaak afhankelijk van de persoonlijkheid en geloofwaardigheid van de columnist, oftewel het ethos. López Pan (2011) ontwikkelde een methode om te analyseren hoe columnisten deze geloofwaardigheid opbouwen. De methode in dit onderzoek is hierop gebaseerd.

López Pan (2011) maakt onderscheid tussen twee soorten ethos: institutioneel ethos en pre-discursief ethos. Institutioneel ethos verwijst naar de manier waarop het mediakanaal de perceptie van de columnist beïnvloedt. Pre-discursief ethos betreft informatie over de columnist uit andere bronnen, die de impact van de column kunnen beïnvloeden. Beide vormen van ethos bepalen hoe het imago van de columnist wordt ontvangen. Columnisten

moeten hier rekening mee houden en eventuele negatieve stereotypen zien te overwinnen. López Pan (2011) merkt op dat columns meestal bedoeld zijn om de bestaande overtuigingen van lezers te bevestigen, in plaats van ze te veranderen. Dit gebeurt vaak door gebruik te maken van originaliteit en humor. Wanneer columns goed aansluiten bij de opvattingen van het publiek, vergroot dit het vertrouwen en de betrokkenheid. Columnisten bouwen hun ethos op door zichzelf als personage in hun teksten neer te zetten, en dat kan op twee manieren (López Pan, 2011):

1. **gethematiseerd ethos:** eigenschappen die expliciet in de tekst worden genoemd, zoals beschrijvingen van karakter en kwaliteiten die door anderen worden toegeschreven;
2. **niet-gethematiseerd ethos:** eigenschappen die subtiel naar voren komen door acties en gedragingen, zonder expliciete benoeming.

Eigenschappen die uit het gedrag van de columnist blijken, weerspiegelen Aristoteles' drie vormen van ethos: wijsheid, deugd en welwillendheid. Wijsheid blijkt uit doordachte beslissingen en concrete voorbeelden van kennis en ervaring, zoals verwijzingen naar prestigieuze evenementen, persoonlijke anekdotes over erkenning door prominente figuren, of door connecties met culturele figuren te benadrukken (López Pan, 2011). Deugd en goedheid blijken uit het zichzelf als vriendelijke en betrouwbare gidsen, door het delen van persoonlijke verhalen en alledaagse details, het prijsgeven van intieme voorkeuren, en het openhartig reflecteren op eigen tekortkomingen. Welwillendheid komt voort uit de openhartigheid en empathie van de columnist, die door het delen van persoonlijke ervaringen en kwetsbaarheden vertrouwen opbouwt. Deze elementen en de uitgesproken morele waarden van de columnist versterken hun ethos. Dit ethos wordt verder versterkt door doordacht gekozen woorden, maximen en lofbetuigingen, wat leidt tot een imago dat het publiek aanspreekt door gedeelde waarden en emotionele betrokkenheid (López Pan, 2011).

2.3.4 Ethos als grenswerk

Gieryns (1983) concept van grenswerk heeft geleid tot verder onderzoek naar hoe journalisten hun objectiviteit verdedigen en de grenzen van hun vakgebied verduidelijken. Door het afnemende vertrouwen in traditionele media en de opkomst van sociale en alternatieve media staan journalisten onder druk om zichzelf opnieuw te positioneren als betrouwbare bronnen (Van Hout & Burger, 2016). Smeenk et al. (2023) onderzoeken hoe ethos kan bijdragen aan het begrip van nieuwe kennisbenaderingen en de relatie tot traditionele normen zoals objectiviteit. Ethos wordt niet alleen gebruikt om geloofwaardigheid op te bouwen, maar ook als een middel voor journalisten om hun professionele normen en integriteit te waarborgen,

vooral wanneer deze onder druk staan. In deze context fungeert ethos als een vorm van grenswerk binnen de journalistiek.

2.4 Professionalisering van de journalistiek

In de beginperiode van de journalistiek werkten veel journalisten zonder formele opleiding of gespecialiseerde training. De introductie van gezamenlijke professionele normen en gedragscodes heeft echter bijgedragen aan de professionalisering van het vak (Lewis, 2012). Oorspronkelijk werd journalistiek beschouwd als een ambacht, beoefend door mensen met diverse achtergronden, in plaats van als een erkend beroep (Høyer & Lauk, 2016; Lewis, 2012). Dit veranderde in de 19e eeuw met de opkomst van kranten en verbeterde druktechnologie, wat leidde tot meer banen en specialisaties binnen de sector. In de jaren 1920 werden de eerste gedragscodes ontwikkeld, wat bijdroeg aan de evolutie van journalistiek naar een erkend beroep met duidelijke ethische richtlijnen. Journalisten richtten organisaties op om de legitimiteit van hun vak te versterken en hun sociale status te verbeteren.

Onderzoek naar de professionalisering van de journalistiek bespreekt verschillende kernconcepten, waaronder 'beroep', 'professionalisering' en 'professionaliteit' (Wiik, 2019). 'Beroep' verwijst naar de vroege pogingen om de aard van een beroep te definiëren. 'Professionalisering' betreft het proces waarbij een beroep zich ontwikkelt tot een erkende discipline met juridische en academische erkenning, vaak door middel van uitsluiting om een professioneel monopolie te waarborgen. 'Professionaliteit' heeft betrekking op hoe beroepen hun grenzen definiëren en handhaven (Wiik, 2019). De belangrijkste waarden van professionele journalistiek omvatten systematische kennis, autonomie in de uitoefening van het beroep, altruïsme en een gedeelde cultuur van normen en waarden (Wiik, 2019).

Professionele normen en brongebruik

Sinds de jaren 1950 is er uitgebreid onderzoek gedaan naar de professionalisering van de journalistiek, waarbij de nadruk ligt op de normen, praktijken en idealen die journalisten volgen. Belangrijke concepten in dit onderzoek zijn 'rol', 'habitus', 'interpretatieve gemeenschap' (Zelizer, 2005), 'ideologie' (Deuze, 2005) en 'cultuur' (Hanitzsch, 2007). Zelizer (2005) stelt dat de definitie van journalistiek varieert afhankelijk van de achtergrond, opleiding en ervaring van individuen, die samen verschillende interpretatieve gemeenschappen vormen. Hij onderscheidt vijf manieren om naar journalistiek te kijken: als beroep, industrie, fenomeen, cultuur en tekst, waarbij normen en waarden een centrale rol

spelen. Volgens Deuze (2005) kan deze samenhang worden omschreven als 'beroepsideologie', die de normen en waarden omvat die gelden voor het onderwijzen, uitoefenen en bestuderen van journalistiek. Hanitzsch (2007) onderzoekt de journalistieke cultuur op drie niveaus: cognitief, evaluatief en performatief, en identificeert drie belangrijke componenten: institutionele rollen, kennisstructuren en ethische overtuigingen.

Onderzoek naar de impact van Twitter op de journalistiek laat zien dat dit platform de productie en consumptie van nieuws ingrijpend heeft veranderd. Lasorsa et al. (2012) laten zien dat journalisten hun werkmethoden hebben aangepast aan de specifieke normen en praktijken van Twitter, wat invloed heeft op de traditionele journalistieke regels. Hermida (2013) benadrukt dat Twitter de manier waarop nieuws wordt verspreid en geconsumeerd heeft veranderd door de grenzen tussen nieuwsproducenten en -consumenten te vervagen. Volgens Barnard (2016) stimuleert Twitter journalisten om snel informatie te delen, wat de snelheid en verspreiding van actueel nieuws bevordert. Lasorsa et al. (2012) wijzen erop dat journalisten op Twitter vaak persoonlijke meningen en door gebruikers gemaakte inhoud delen, wat afwijkt van de traditionele waarden zoals objectiviteit en de rol van poortwachter. Barnard (2016) benadrukt dat de discussies op Twitter invloed hebben op journalistieke normen en waarden, waarbij journalisten worden uitgedaagd om een balans te vinden tussen snelheid en precisie. Ondanks de veranderingen door digitale media blijven klassieke waarden zoals onpartijdigheid en onafhankelijkheid cruciaal in de journalistiek (Ryfe, 2013).

3 Methodologie

Dit onderzoek analyseert hoe Nederlandse journalisten het gebruik van Twitter rechtvaardigen en hun journalistieke normen beschermen na de overname door Elon Musk. Het onderzoek werd uitgevoerd door middel van een kwalitatieve retorische analyse, met een specifieke focus op ethos. Hierbij werd geanalyseerd welke ethosstrategieën journalisten in hun opiniestukken gebruiken om het gebruik van X te rechtvaardigen. Vervolgens werd gekeken hoe deze strategieën passen binnen de theorie van grenswerk.

In dit hoofdstuk worden de methodologische overwegingen en de uitvoering van dit onderzoek behandeld. Allereerst wordt de keuze voor een kwalitatieve benadering toegelicht (3.1). Vervolgens wordt de keuze voor een kwalitatieve retorische inhoudsanalyse besproken (3.2). Daarna wordt in de derde paragraaf de selectie van het corpus behandeld (3.3). In de vierde paragraaf volgt een uitleg over de analyse van de onderzoeksgegevens (3.4). Tot slot komt in de laatste paragraaf de validiteit en betrouwbaarheid van het onderzoek aan bod (3.5).

3.1 Kwalitatieve benadering

Het onderwerp van dit onderzoek is de overname van Twitter door Elon Musk. Gezien de recente aard van deze gebeurtenis en het beperkte aantal wetenschappelijke studies over dit onderwerp, is gekozen voor een kwalitatieve benadering. Deze aanpak is bij uitstek geschikt wanneer er nog weinig bekend is, omdat het gedetailleerd inzicht biedt in hoe sociale fenomenen zich voordoen (Koetsenruijter & Van Hout, 2018, p. 17).

Daarnaast is onderzocht hoe de retorische strategieën zich verhouden tot de theorie van grenswerk. Zoals besproken in het theoretisch kader, bepalen professionele normen de grenzen van de journalistiek (Singer, 2015). Door zich aan deze richtlijnen te houden, kunnen journalisten hun betrouwbaarheid versterken. Deze normen zijn echter niet eenduidig en bevatten vaak diepere, verborgen betekenissen die niet direct zichtbaar zijn (Schreier, 2012, p. 15). De complexiteit en subjectiviteit van deze concepten zijn moeilijk te vangen met

kwantitatief onderzoek. Koetsenruijter en Van Hout (2018) stellen dat kwalitatief onderzoek de mogelijkheid biedt om “complexe fenomenen, begrippen en sociale processen ... te beschrijven, te verkennen of te verklaren” (p. 17). Daarom is gekozen voor een kwalitatieve benadering. Latente betekenissen kunnen door verschillende factoren beïnvloed worden. Om de volledige betekenis van een concept te begrijpen, is het noodzakelijk om naar de bredere context te kijken (Schreier, 2012, p. 15). Kwalitatief onderzoek is hierbij geschikt, omdat het de leefwereld en context van de onderzochten centraal stelt (Koetsenruijter & Van Hout, 2018, p. 17).

Een kenmerk van kwalitatief onderzoek is dat de relatie tussen begrippen en gegevens niet van tevoren is vastgesteld (Wester & Peters, 2004, p. 17). Dit geldt ook voor dit onderzoek, dat brede en open vragen stelt omdat vooraf niet duidelijk is wat relevant is en wat de uiteindelijke resultaten zullen zijn. Daarom is een flexibele onderzoeksopzet nodig, die kan worden aangepast aan nieuwe inzichten die tijdens het onderzoek opkomen (Koetsenruijter & Van Hout, 2018, p. 17). Daarnaast zijn journalistieke normen moeilijk te meten met kwantitatieve methoden zonder diepgang en nuance te verliezen. Kwalitatief onderzoek is daarom meer geschikt, omdat het gericht is op het begrijpen en interpreteren van betekenis binnen hun specifieke context (Koetsenruijter & Van Hout, 2018, p. 18). Tot slot drukt dit type onderzoek de interpretatie van betekenissen uit in woorden (Schreier, 2012, p. 2). Aangezien dit onderzoek gericht is op retorische strategieën, is een kwalitatieve benadering een logische keuze.

3.2 Onderzoeksmethode

Voor dit onderzoek is een kwalitatieve retorische analyse gebruikt waarbij opiniestukken uit Nederlandse kranten zijn bestudeerd. De eerste subparagraaf behandelt de keuze voor kwalitatieve inhoudsanalyse (3.2.1). De tweede subparagraaf gaat in op de retorische analyse van journalistiek grenswerk (3.2.2).

3.2.1 Kwalitatieve inhoudsanalyse

Voor dit onderzoek is gekozen voor kwalitatieve inhoudsanalyse, een methode die systematisch gegevens categoriseert op basis van een codeerschema (Schreier, 2012, p. 1). In tegenstelling tot andere methoden richt kwalitatieve inhoudsanalyse zich volledig op de inhoud zelf, zonder rekening te houden met productie en perceptie, waardoor de nadruk ligt op wat er daadwerkelijk wordt gecommuniceerd (Koetsenruijter & Van Hout, 2018, p. 130).

Hierdoor is deze methode geschikt voor het analyseren van retorische strategieën in opiniestukken.

Koetsenruijter en Van Hout (2018, pp. 134-136) wijzen op twee belangrijke redenen voor het gebruik van kwalitatieve inhoudsanalyse: ten eerste om inzicht te krijgen in hoe journalisten bepaalde onderwerpen presenteren, en ten tweede om te begrijpen hoe maatschappelijke problemen sociaal worden geconstrueerd. Dit onderzoek richt zich specifiek op de eerste reden door te analyseren hoe journalisten het gebruik van X rechtvaardigen in hun opiniestukken. Bovendien onderzoekt het hoe de retorische strategieën van journalisten in deze stukken begrepen kunnen worden als grenswerk. Daarmee sluit deze focus goed aan bij de doelstellingen van kwalitatieve inhoudsanalyse. Daarnaast is deze methode effectief voor het analyseren van rijke data die grondige interpretatie vereisen (Schreier, 2012, p. 3). Opiniestukken bevatten vaak veel gedetailleerde en subtiele informatie, wat kan leiden tot een grote en onoverzichtelijke dataset. Kwalitatieve inhoudsanalyse biedt een oplossing door deze informatie te reduceren en te structureren door het identificeren van thema's en categorieën (Koetsenruijter & Van Hout, 2018, p. 130). Dit maakt de data overzichtelijker en helpt bij het ontdekken van patronen en verbanden. Kwalitatieve inhoudsanalyse is een iteratief proces. Hiermee kunnen onderzoekers hun begrip van het onderwerp geleidelijk verfijnen door voortdurend nieuwe inzichten te integreren en eerdere bevindingen aan te passen (Wester & Peters, 2009, p. 111). De flexibiliteit van deze methode is nuttig voor dit onderzoek, omdat de uitkomsten moeilijk vooraf te voorspellen zijn en er nog weinig over het onderwerp bekend is.

Kwalitatieve inhoudsanalyse kan op verschillende manieren worden uitgevoerd. Bij conventionele inhoudsanalyse worden coderingscategorieën afgeleid uit de data zelf (Hsieh & Shannon, 2005). In de gerichte benadering worden de codes daarentegen gebaseerd op bestaande theorieën. Voor dit onderzoek is gekozen voor een gerichte benadering. Deze aanpak biedt een gestructureerd kader om data te organiseren en patronen te ontdekken die bestaande theorie kunnen bevestigen of uitdagen (Hsieh & Shannon, 2005). Op basis van de literatuur worden *sensitizing concepts* ontwikkeld. Deze concepten helpen de onderzoeker om relevante aspecten te identificeren en nieuwe invalshoeken te verkennen (Wester & Peters, 2009, p. 24). Ze bieden richting voor de analyse, terwijl ze ook ruimte laten om onverwachte bevindingen te verkennen die buiten de oorspronkelijke theorie vallen. Deze combinatie van deductie en inductie zorgt voor een meer holistisch begrip van het materiaal.

3.2.2 Retorische analyse van journalistiek grenswerk

Om antwoord te kunnen geven op de hoofdvraag, is een retorische analyse van journalistiek grenswerk uitgevoerd. De gebruikte methode is gebaseerd op de kwalitatieve retorische analyse zoals beschreven door Burger (2014). In zijn proefschrift biedt Burger een retorisch kader voor het bestuderen van misdaadverhalen. Hoewel dit onderzoek niet gaat over misdaadverhalen, kan Burgers' analyse toch toegepast worden. Journalisten gebruiken namelijk in hun opiniestukken ook retorische technieken om de betrouwbaarheid van hun verslaggeving te onderbouwen.

Deze technieken zijn relevant voor het beantwoorden van de eerste deelvraag: “Welke ethostechnieken zetten Nederlandse journalisten in hun opiniestukken in om het gebruik van Twitter/X als journalistiek instrument te rechtvaardigen?” De retorische analyse baseert zich op Aristoteles' indeling van overtuigingsmiddelen, namelijk: logos (logische argumenten), pathos (het aanspreken van emoties), en ethos (de geloofwaardigheid van de spreker) (Braet, 2007, p. 50). Burger (2014) voegt hieraan toe dat de “retorica van de waarheid” vooral gebruik maakt van ethos en logos om de (on)waarheid van een verhaal te onderbouwen (p. 49), terwijl de “retorica van de waarde” met name pathos inzet om een moraal aan een verhaal toe te voegen (p. 50). Dit onderzoek concentreert zich specifiek op de retorica van de waarheid. Daarom wordt pathos in dit onderzoek buiten beschouwing gelaten, noch wordt logos behandeld, aangezien het doel niet is om de argumentatie voor de waarheid te onderzoeken, maar welke retorische middelen journalisten het gebruik van X als journalistiek instrument rechtvaardigen.

Dit onderzoek richt zich op de retorica van de waarheid, met een focus op ethostechnieken. Ethos speelt een belangrijke rol voor journalisten, omdat zij zich eerst als betrouwbaar moeten presenteren voordat zij hun publiek kunnen overtuigen. Zoals Burger (2014) opmerkt, behoort het “tot het journalistieke werk van alledag om met retorische middelen de waarheid en objectiviteit van het nieuws te benadrukken” (p. 51). Journalisten beschikken over verschillende technieken om hun ethos te versterken, die Aristoteles heeft ingedeeld als middelen die de spreker karakteriseren als deskundig, eerlijk en welwillend (Braet, 2007, pp. 50-52). In zijn proefschrift onderzoekt Burger (2014) de ethostechnieken van journalisten door gebruik te maken van een schema dat Aristoteles' indeling combineert met moderne technieken. Deze benadering wordt ook in dit onderzoek toegepast. Tabel 2 biedt een overzicht van de ethostechnieken die dienen als *sensitizing concepts* voor het identificeren en analyseren van retorische middelen in opiniestukken. Deze tabel is gebaseerd op de analysemethode van López Pan (2011) voor het ethos van columnisten, en verder aangevuld met de drie vormen van ethos volgens Aristoteles, zoals beschreven door Braet

(2007). De definities en voorbeelden van deze technieken zijn besproken in het theoretisch kader en worden daarom hier achterwege gelaten (zie paragraaf 2.3.2 en 2.3.3).

Tabel 2

Ethostechnieken columnisten

| Deskundigheid | |
|-----------------------|--|
| 1 | Inhoudelijke kennis demonstreren |
| 2 | Eigen expertise belichten |
| 3 | Autoriteit aanhalen |
| 4 | Persoonlijke anekdote aandragen |
| Eerlijkheid | |
| 5 | Naar eigen eerlijkheid refereren |
| 6 | Persoonlijke visie delen |
| 7 | Intieme details prijsgeven |
| 8 | Reflecteren op eigen tekortkomingen |
| Welwillendheid | |
| 9 | Tegenstander in negatief daglicht zetten |
| 10 | Overeenkomsten vinden met publiek |
| 11 | Openhartigheid en empathie |

Noot. Punt 1, 2, 6, 10 en 11 zijn gebaseerd op Aristoteles' indeling volgens Braet (2007). De overige punten zijn gebaseerd op López Pan (2011).

Om de tweede deelvraag te beantwoorden, “In hoeverre kunnen de ethostechnieken die journalisten gebruiken worden gekarakteriseerd en begrepen als vormen van grenswerk?” is een tweede set *sensitizing concepts* nodig. Hierbij is onderzocht in hoeverre deze ethostechnieken passen binnen het bredere kader van metajournalistiek grenswerk door te analyseren hoe deze retoriek bijdraagt aan het beschermen van professionele normen.

Twitter/X kan worden gezien als een grensgebied dat vragen oproept over zijn rol in de journalistiek en de betrouwbaarheid van internet als nieuwsbron (Burger, 2014, p. 54). De recente overname van Twitter door Elon Musk is een voorbeeld van zo'n grensgeval. In dergelijke situaties nemen journalisten vaak extra retorische maatregelen om de “degelijkheid van journalistieke normen en procedures te bevestigen” (Burger, 2014, p. 52). Dit onderzoek richt zich daarom op hoe journalisten grenswerk inzetten binnen het metajournalistieke discours. Grenswerk verwijst naar de manier waarop een beroepsgroep zichzelf en haar activiteiten afbakt van anderen (Gieryn, 1983). Journalisten stellen bijvoorbeeld specifieke professionele normen vast, zoals objectiviteit en waarheidsgetrouwheid, om te bepalen wat

wel en niet binnen hun vakgebied valt (Singer, 2015). Dit afbakeningsproces vindt plaats binnen het metajournalistieke discours. Dit discours omvat publieke discussies en kritieken, zoals opiniestukken in kranten, over praktijken, normen en de rol van journalistiek in de maatschappij (Carlson, 2016). In zijn proefschrift koppelt Burger (2014) retorica aan sociaal constructivisme door misdaadverhalen te beschouwen als een debat waarin verschillende partijen elkaar proberen te overtuigen van de waarheid en waarde van deze verhalen. In dit onderzoek worden opiniestukken op een vergelijkbare manier geanalyseerd om te begrijpen in hoeverre ethostechnieken kunnen worden gezien als grenswerk. Door deze stukken als retorische constructies te beschouwen, worden de kernbegrippen van dit onderzoek (grenswerk, metajournalistiek discours, professionele normen en ethostechnieken) ondergebracht in een samenhangende methode.

Dit onderzoek bestudeert hoe ethostechnieken passen binnen het bredere kader van journalistiek grenswerk, door te analyseren hoe journalisten hun beroep afbakenen, hun rol definiëren en hun professionele normen verdedigen in hun opiniestukken. Gieryn (1983) onderscheidde drie vormen van grenswerk: uitbreiding, uitsluiting en bescherming van autonomie. Carlson en Lewis (2015) breidden Gieryn's werk uit naar de journalistiek en ontwikkelden een kader voor het identificeren en analyseren van grenswerk in verschillende journalistieke domeinen. Voor een gedetailleerd overzicht van de verschillende soorten grenswerk en hun toepassingen, zie Tabel 1 in paragraaf 2.3.1. Deze tabel dient in dit onderzoek als tweede set *sensitizing concepts* om de retorische middelen te identificeren en te analyseren.

3.3 Corpus - opiniestukken

Het corpus is samengesteld uit opiniestukken in Nederlandse dagbladen die gaan over de overname van Twitter door Elon Musk en/of het gebruik van Twitter/X als journalistieke bron. Opiniestukken zijn gekozen omdat ze vaak rijker zijn aan overtuigingsmiddelen dan nieuwsartikelen, die zich voornamelijk richten op feitelijke verslaggeving. Hoewel X-berichten ook als data hadden kunnen dienen, zijn deze uitgesloten vanwege de variatie in lengte, doel en inhoud, en omdat Twitter/X zelf het onderwerp van discussie is. Opiniestukken vormen daarentegen een meer homogene dataset en bevatten vermoedelijk meer ethostechnieken dan X-berichten of andere mediaformaten. Er is gekozen voor Nederlandse dagbladen omdat deze doorgaans een opiniesectie bevatten, in tegenstelling tot online nieuwsplatforms zoals nu.nl en NOS. Bovendien biedt het gebruik van geschreven digitale

media voordelen voor de analyse, aangezien elektronische databases eenvoudig doorzoekbaar zijn op tekstniveau (Koetsenruijter & Van Hout, 2018, p. 160).

De dagbladen in het corpus moesten aan twee criteria voldoen: ze moesten en aparte opinierubriek hebben en naast een (grote) oplage in print ook digitaal beschikbaar zijn. Daarnaast werd gestreefd naar diversiteit in politieke signatuur (algemeen, links, rechts) en variatie in krantentypes. Zowel kwaliteitskranten, die zich richten op diepgaande (politieke) informatie en analyse, als populaire kranten, die meer aandacht besteden aan amusement, zijn opgenomen (Van Noije & Wennekers, 2019). Voor een representatief beeld van het Nederlandse journalistieke landschap is het ‘Nationaal Media Onderzoek’ (2023) geraadpleegd. Sectie 3A, ‘Printbereik Dagbladen en Magazines’, biedt een gedetailleerd overzicht van alle Nederlandse kranten, inclusief mediumtype, categorie, titel en gemiddeld bereik. Uit de 144 titels werden alleen dagbladen geselecteerd. Opiniebladen, die onder de categorie ‘magazines’ vallen, zijn uitgesloten om de haalbaarheid van het onderzoek te waarborgen. Van de 48 overgebleven dagbladen zijn drie categorieën te onderscheiden: landelijke dagbladen, regionale dagbladen en dagbladcombinaties. Om dubbele titels te vermijden, werden dagbladcombinaties uitgesloten. Ook regionale dagbladen werden niet geselecteerd, aangezien het onderzoek zich niet richt op regionale kwesties. Uiteindelijk werden vijf dagbladen geselecteerd op basis van de eerder vastgestelde criteria: Algemeen Dagblad, de Telegraaf, de Volkskrant, NRC en Trouw (zie Tabel 3). Onder de tabel volgt een korte beschrijving van elke krant.

Tabel 3

Selectie landelijke dagbladen

| | Titel | Gemiddeld bereik | Type krant | Politieke signatuur |
|----------|---------------|-------------------------|-------------------|----------------------------|
| 1 | AD Dagbladen | 783.000 | Populaire krant | Rechts |
| 2 | De Telegraaf | 681.000 | Populaire krant | Rechts |
| 3 | De Volkskrant | 500.000 | Kwaliteitskrant | Links |
| 4 | NRC | 269.000 | Kwaliteitskrant | Liberaal |
| 5 | Trouw | 204.000 | Kwaliteitskrant | Links |

Noot. Het type krant is gebaseerd op de classificatie van Van Nooije en Wennekers (2019). Voor informatie over de politieke signatuur van de kranten, zie de beschrijvingen onder deze tabel.

Aangepast overgenomen uit 3A. *Printbereik Dagbladen en Magazines* [Dataset], door Nationaal Media Onderzoek, 2023 (<https://nmodata.nl/printing/dagbladen-magazines-bereikcijfers-13plus>).

Algemeen Dagblad

Het Algemeen Dagblad is een van de grootste landelijke kranten in Nederland. Opgericht in 1946, kort na de Tweede Wereldoorlog, fuseerde de krant in 2005 met regionale kranten zoals het Rotterdams Dagblad en de Haagsche Courant (Algemeen Dagblad, z.d.). Politiek gezien is het Algemeen Dagblad gematigd en richt het zich sterk op economische zaken, met een lichte neiging naar rechts (Brants & Bos, 2014; Van Eijck, 2000). De krant bedient een breed publiek en biedt een gevarieerd aanbod van nationaal en internationaal nieuws, sport, entertainment en lokaal nieuws.

De Telegraaf

De Telegraaf werd voor het eerst uitgegeven in 1893 en is sindsdien uitgegroeid tot een van de grootste landelijke kranten in Nederland. De krant staat bekend om zijn sensationele berichtgeving en confronterende stijl, en houdt geen blad voor de mond in kritiek op organisaties, individuen en de overheid (Telegraaf Archief, z.d.). Politiek gezien neigt de Telegraaf naar de rechterzijde van het spectrum (Brants & Bos, 2014; Van Eijck, 2000). Maar richt zich vooral op niet-politieke onderwerpen, zoals sport, entertainment en actueel nieuws.

De Volkskrant

De Volkskrant is opgericht in 1919 en begon vanuit de katholieke arbeidersbeweging (De Volkskrant, 2002). In de jaren 60 en 70 ontwikkelde de krant een meer progressieve visie, waarmee het een jonger publiek aantrok. De Volkskrant streeft ernaar “de wereld van nu zo precies mogelijk te beschrijven” en wil door het aan de kaak stellen van onrecht bijdragen aan een eerlijke samenleving met gelijke kansen (De Volkskrant, z.d.). De krant biedt dagelijks nieuws, achtergronden en columns over diverse binnen- en buitenlandse onderwerpen, zoals politiek, economie, cultuur, wetenschap en sport.

NRC

NRC werd opgericht in 1970 en staat bekend als een kwaliteitskrant met een sterke nadruk op politiek, economie, cultuur en internationale kwesties. De krant richt zich op een kritisch denkend publiek en biedt informatie zonder het opleggen van meningen (NRC, z.d.). Als een moderne liberale krant (met linkse signatuur (Brants & Bos, 2014)), legt NRC de nadruk op onafhankelijke en genuanceerde journalistiek, vooral in een tijd waarin nepnieuws en alternatieve feiten steeds vaker voorkomen.

Trouw

Trouw werd opgericht in 1943 tijdens de Tweede Wereldoorlog. Het is een kwaliteitskrant die zich richt op nieuws, cultuur en diepgaande analyses, met een bijzondere aandacht voor ethische kwesties. De krant hecht veel waarde aan principes zoals gerechtigheid, vrijheid en naastenliefde, voortkomend uit haar protestants-christelijke achtergrond (Trouw, 2019). Hoewel Trouw aanvankelijk een protestants-christelijke oriëntatie had, heeft het zich na de ontzuiling steeds meer ontwikkeld tot een krant met een progressieve, linkse inslag (Prenger, 2018).

Uit de vijf geselecteerde dagbladen werden opiniestukken verzameld die tussen de overname van Twitter door Elon Musk op 28 oktober 2022 en 30 juni 2024, het beginpunt van de analyse voor dit onderzoek, zijn gepubliceerd. De selectie van deze stukken was gebaseerd op zoektermen afgeleid uit een grondig literatuuronderzoek. Deze zoektermen omvatten: ‘Elon Musk’, ‘Twitter’, ‘Twitter/X’, ‘X’, en ‘platform X’. Daarnaast werden termen gerelateerd aan de theorie van grenswerk gebruikt: ‘journalistiek’, ‘media’, en ‘sociale media’. Tijdens het verzamelproces kwamen enkele aanvullende relevante zoektermen naar voren: ‘blauw vinkje’, ‘blauw vogeltje’, ‘extreem rechts’ en ‘vrijheid van meningsuiting’. De opiniestukken werden handmatig geselecteerd uit de archieven van de dagbladen en via Nexis Uni. In de eerste selectieronde werden 216 opiniestukken geïdentificeerd. Dit aantal bleek echter te groot, waardoor aanvullende selectiecriteria nodig waren. Opiniestukken die niet door journalisten zijn geschreven, zoals gastbijdragen, lezersreacties en bijdragen van experts buiten de journalistiek, zijn uitgesloten van dit onderzoek. Ook zijn stukken van de hoofdredactie zoals commentaren niet meegenomen. Alleen columns zijn opgenomen in de selectie. De overgebleven stukken zijn geselecteerd op basis van twee criteria: 1) gaat het stuk over (de overname van) Twitter? en 2) heeft het betrekking op journalistiek? Uiteindelijk zijn er 20 opiniestukken geselecteerd (zie Bijlage: Corpuselectie opiniestukken op pagina 64).

3.4 Data analyse - coderen

In dit onderzoek worden opiniestukken geanalyseerd met gerichte inhoudsanalyse. Codes zijn vooraf ontwikkeld op basis van de literatuur (zie Tabel 1 en Tabel 2) en fungeren als *sensitizing concepts*. Hoewel de analyse wordt gestuurd door deze vooraf gedefinieerde codes, is er ruimte om nieuwe inzichten te ontdekken die mogelijk buiten deze kaders vallen. Zo worden de codes tijdens het codeerproces verder verfijnd. Tekstfragmenten die niet passen bij de bestaande codes worden tijdelijk apart gezet en later inductief gecodeerd. Hierdoor kunnen

nieuwe categorieën worden ontdekt die het begrip van het journalistiek grenswerk kunnen verdiepen, of de theorie verder verfijnen, uitbreiden en verrijken (Hsieh & Shannon, 2005).

De opiniestukken werden handmatig geselecteerd volgens de procedure beschreven in paragraaf 3.3. Na het downloaden kregen de stukken een naam en werden ze gesorteerd op dagblad en chronologische volgorde. Deze ordening vergemakkelijkte de latere koppeling van de stukken aan specifieke gebeurtenissen rondom de overname en verbeterde de efficiëntie van het werkproces. Elk stuk werd meerdere keren doorgelezen om een grondige analyse mogelijk te maken. Het ruwe materiaal werd vervolgens ingevoerd in ATLAS.ti voor verdere codering en analyse. Tijdens de eerste codeerronde werden alle opiniestukken om de retorische middelen te identificeren die de journalisten gebruikten. Aanvankelijk bleek de tabel niet alle relevante aspecten te dekken, waardoor deze werd bijgewerkt voor een vollediger overzicht. Ondanks de verbeteringen in de tabel, werden nog steeds enkele technieken niet volledig vastgelegd. Desondanks bood deze codeerronde waardevolle inzichten in hoe journalisten hun geloofwaardigheid en autoriteit inzetten om hun argumenten kracht bij te zetten. Vervolgens werd onderzocht hoe de geïdentificeerde ethostechnieken functioneren als een vorm van grenswerk. Dit betrof een gedetailleerde analyse van hoe de journalisten in hun stukken de grenzen van hun vakgebied verkennen en onderhouden. Eerst werd gekeken naar het type grenswerk, vervolg naar het domein en tot slot naar de ethosstrategieën die ten behoeven van het grenswerk werden gebruikt.

3.5 Betrouwbaarheid en validiteit

Hoewel kwalitatief onderzoek geen vaste procedures volgt, valt of staat het met betrouwbaarheid en validiteit. Betrouwbaarheid verwijst naar de consistentie van onderzoeksresultaten wanneer procedures door anderen worden herhaald - in de sociale wetenschappen betreft dit de navolgbaarheid van de gebruikte methoden (Wester & Peters, 2009, p. 192). Validiteit gaat over de vraag of de gebruikte procedures daadwerkelijk meten wat ze beogen te meten en of ze leiden tot terechte uitspraken (Wester & Peters, 2009, p. 192).

Om de navolgbaarheid te waarborgen, is in dit onderzoek een logboek bijgehouden. Dit logboek maakt de keuzes en beslissingen van de onderzoeker transparant, wat de betrouwbaarheid en validiteit ten goede komt (Wester & Peters, 2009, p. 113). Bovendien is het onderzoeksmateriaal opgenomen in de bijlagen. Een tweede manier om de kwaliteit in dit onderzoek te waarborgen is door het toepassen van triangulatie. Triangulatie is een methode om de kwaliteit van onderzoek te controleren door meerdere procedures of technieken te gebruiken (Wester & Peters, 2009, p. 193). In dit onderzoek zijn zowel deductieve als

inductieve benaderingen gebruikt, en het corpus is geanalyseerd met twee verschillende theorieën. Deze methodische triangulatie heeft bijgedragen aan de interne validiteit van de resultaten. Tot slot wordt de kwaliteit en betrouwbaarheid van dit onderzoek bewaakt door grondig literatuuronderzoek. Dit heeft geleid tot de formulering van relevante onderzoeksvragen en de ontwikkeling van *sensitizing concepts* die goed aansluiten bij de theorie. Het meetinstrument is gebaseerd op deze theorie. Dit bevordert de consistentie en herhaalbaarheid van de resultaten omdat de methoden zijn afgestemd op beproefde concepten (Wester & Peters, 2009, pp. 195-196).

4 Resultaten

In dit hoofdstuk worden de resultaten van de analyse van opiniestukken gepresenteerd. Om te beginnen wordt een tijdlijn van de overname van Twitter door Elon Musk geschetst, waarbij belangrijke momenten worden belicht die de retorische keuzes van journalisten kunnen contextualiseren (4.1). Vervolgens worden de resultaten van de retorische ethoanalyse besproken, die uiteenvalt in drie dimensies: deskundigheid, eerlijkheid en welwillendheid, en wordt er antwoord gegeven op deelvraag 1 (4.2). Tot slot worden de resultaten van de grenswerkanalyse behandeld, die ook uiteenvallen in drie typen: uitbreiding, uitsluiting en bescherming van autonomie, en wordt antwoord gegeven op deelvraag 2 (4.3).

4.1 De overname van Twitter

Dit onderzoek richt zich niet op de argumentatie of logos van opiniestukken. Voor een globale indeling van de verschillende standpunten in de stukken is echter in het theoretisch kader een onderscheid gemaakt tussen Twitter-optimisme en Twitter-pessimisme. De meeste columnisten (16 van de 20) gaven een negatieve houding ten opzichte van het platform weer. Slechts enkele benaderden het platform met een optimistisch perspectief, vaak door simpelweg het ontbreken van negatieve opmerkingen of een houding van twijfel en afweging. Het doel van dit onderzoek is onderzoeken hoe Nederlandse journalisten hun ethos gebruiken om lezers te overtuigen in het debat over de rol van Twitter. Voordat de resultaten worden gepresenteerd, wordt eerst een beknopt overzicht gegeven van de belangrijkste gebeurtenissen rond de overname van Twitter door Elon Musk.

Op 5 april 2022 werd Elon Musk, de CEO van Tesla, benoemd in het bestuur van Twitter (NOS, 2022). Hoewel de precieze bedoelingen van Musk met deze rol aanvankelijk onduidelijk waren, zorgde zijn betrokkenheid voor veel speculatie over mogelijke

veranderingen bij het sociale mediaplatform. Enkele weken later, op 25 april, werd het officiële nieuws bevestigd: Twitter had een overeenkomst bereikt met Musk voor een overname ter waarde 44 miljard dollar (Algemeen Dagblad, 2022). Deze aankondiging markeerde een mijlpaal in Musk's ambitieuze plannen voor het platform en zette de toon voor wat nog zou komen. Nog geen drie weken later volgde een verrassende wending toen Musk besloot de overname tijdelijk te pauzeren (Nu.nl, 2022). Zijn bezorgdheid over het aantal nepaccounts op Twitter veroorzaakte deze onverwachte vertraging, waardoor de voortgang van de deal in de lucht hing. De situatie escaleerde verder in juli, toen Musk officieel terugkwam op de overnameovereenkomst (Het Parool, 2022). Dit leidde tot een juridische strijd, waarbij Twitter een rechtszaak aanspande om Musk te dwingen de deal alsnog af te ronden. Op 4 oktober keerde Musk echter terug op zijn eerdere besluit (Verhagen, 2022). Hij kondigde aan bereid te zijn Twitter alsnog over te nemen voor het eerder afgesproken bedrag, waarmee hij een einde maakte aan de juridische strijd en de onzekerheid die de deal had omgeven. Op 28 oktober 2022 voltooide Musk uiteindelijk de overname en werd hij officieel de eigenaar van Twitter (NOS, 2022). Nadat de deal rond was ontsloeg hij gelijk een aantal medewerkers, en tweette vervolgens: "the bird is freed" (Musk, 2022). Twee dagen later verscheen de volgende column in de Volkskrant:

'The bird is freed', tweette de nieuwe koning van het riool. Afgelopen donderdag kwam de overname van Twitter door multimiljardair Elon Musk dan toch rond. Hoewel Musk er alles aan deed om onder de deal uit te komen, neemt hij het van schulden en trollen vergeven dorpsplein over voor 44 miljard dollar. (Opiniestuk 10)

In deze passage behandelt Schimmelpenninck de overname van Twitter met een scherpe, satirische blik. Musk viert zijn aankoop met de tweet "the bird is freed", maar Schimmelpenninck noemt hem spottend de "koning van het riool" en schildert Twitter af als een "dorpsplein" vol "schulden en trollen". Zijn pessimistische kijk op Twitter is duidelijk, en de metafoor benadrukt de problemen van het platform, waardoor het idee van Twitter als een belangrijk discussieforum wordt ondermijnd. Door overdrijvingen te gebruiken, weet Schimmelpenninck de aandacht van de lezer te vangen en de ernst van de problemen rond de overname te benadrukken. De satirische toon van de tekst sluit goed aan bij de zorgen van lezers die sceptisch zijn over de overname en Musk's rol daarin, waardoor hij hun twijfels weerspiegelt en zijn band met het publiek versterkt. Schimmelpenninck biedt ook inzicht in de twijfels en tegenstrijdigheden rondom de overname door op te merken dat Musk "er alles aan deed om onder de deal uit te komen". In deze passage maakt de journalist gebruik van

verschillende retorische technieken die zijn expertise benadrukken. Zijn toepassing van vaktermen en scherpe woordkeuze versterkt zijn reputatie als een goed geïnformeerde columnist.

Waar Schimmelpenninck vaak indirecte taal en ironie gebruikt, kiest Özcan Akyol voor een veel directere benadering. In zijn column van 1 november 2022 in het Algemeen Dagblad noemde hij Musk een “narcistische multimiljardair” en “omhooggevallen relzoeker”. Akyol’s directe stijl is bedoeld om sterke emotionele reacties uit te lokken en zijn kritiek kracht bij te zetten. Dat is nodig om zijn argumenten over te brengen:

Ik weet dat er wat oudere lezers zijn die schouderophalend dit nieuws tot zich hebben genomen, maar zij gaan voorbij aan de enorme maatschappelijke ontwrichting die deze machtswisseling kan veroorzaken. (Opiniestuk 1)

Akyol presenteert zichzelf als iemand die goed op de hoogte is van de maatschappelijke gevolgen van de overname. Hij suggereert dat hij beter begrijpt wat er op het spel staat dan de oudere lezers die “schouderophalend” reageren. Deze aanpak versterkt zijn autoriteit en deskundigheid, vooral bij een jonger publiek. Door termen als “enorme maatschappelijke ontwrichting” te gebruiken, benadrukt Akyol ook de ernst van de situatie en creëert hij een gevoel van urgentie. Hij wijst ook op de kwetsbaarheid van jongeren voor schadelijke ideeën en het gevaar van een platform waar extremisme kan opbloeien: “In dat laatste zit nu precies het probleem: wat veel mensen vergeten, is dat jongeren enorm ontvankelijk zijn voor standpunten van hun prominenten of helden”. Akyol laat zien dat hij zich betrokken voelt bij maatschappelijke vraagstukken en empathie heeft voor de jongere generatie, wat zijn geloofwaardigheid vergroot. In tegenstelling tot Schimmelpenninck, die vaak gebruikmaakt van metaforen, is Akyol’s stijl veel directer. Deze directe benadering helpt hem om gemakkelijker aansluiting te vinden bij zijn publiek en zijn boodschap op een openhartige manier over te brengen.

In november 2022 voert Elon Musk een nieuw verificatiesysteem op Twitter in, waarbij gouden, grijze en blauwe vinkjes worden gebruikt om verschillende gebruikersgroepen te onderscheiden (NOS, 2022). Dit systeem roept echter vragen op over de consistentie van Twitter’s beleid. Tegelijkertijd schorst Twitter enkele prominente journalisten die kritisch over Musk schreven, wat leidt tot hevige verontwaardiging en beschuldigingen van censuur en onderdrukking van de persvrijheid (Slager, 2022). In februari 2023 volgt een nieuwe ontslagronde bij Twitter, waardoor het aantal werknemers tot onder de 2000 daalt (RTL, 2023). Ook sluit Musk zich aan bij andere techleiders in een oproep om de

ontwikkeling van risicovolle AI tijdelijk te stoppen (Verhagen, 2023). In februari 2023 kondigde Twitter opnieuw een ontslagronde aan, waardoor het personeelsbestand daalde tot minder dan 2000 werknemers (RTL, 2023). Een maand later voegde Musk zich bij andere vooraanstaande technologie-experts in een oproep om tijdelijk te stoppen met de ontwikkeling van risicovolle AI (Verhagen, 2023). Deze oproep weerspiegelde zorgen over de snelle vooruitgang van AI-technologie en de mogelijke risico's die daarmee gepaard gaan. Musk is niet alleen in zijn zorgen, zoals blijkt uit een column die op 8 april 2023 in Trouw werd gepubliceerd:

Ooit las ik op de sociale media dat ik 'laf' was omdat ik geen Twitter-account had. De eerlijkheid gebiedt te zeggen dat ik in mijn leven nog nooit een tweet heb geproduceerd. Met dat 'laf' werd bedoeld dat ik bang was om met de beschimpingen en gescheld van twitteraars over mijn columns geconfronteerd te worden. Maar als bevoorrechte journalist schrijf ik al jaren uitsluitend voor gerenommeerde titels. Eerst meer dan een decennia voor het Franse dagblad Libération, later als columnist voor NRC, De Groene Amsterdammer en nu al 31 jaar voor Trouw. Ik beschouw deze bladen als de Champions League van de journalistiek. Waarom zou ik dan mezelf pijnigen door teksten in de amateurklasse van Twitter te publiceren? Mijn behoeftes aan vrije expressie worden in de hoogste klasse al rijkelijk beantwoord. (Opiniestuk 19)

In dit fragment erkent Sylvain Ephimenco openlijk dat hij geen ervaring heeft met Twitter. Hij geeft eerlijk toe nooit een tweet te hebben geplaatst en dat hij niet geïnteresseerd is in de vaak negatieve interacties op sociale media. Hoewel zijn gebrek aan ervaring met sociale media zijn gezag op dat gebied kan verminderen, compenseert hij dit door zijn uitgebreide en gerespecteerde journalistieke carrière te benadrukken. Zijn openhartigheid over zijn voorkeuren versterkt zijn geloofwaardigheid door zijn oprechtheid en transparantie te tonen, iets dat wordt gewaardeerd gezien zijn leeftijd en rijke ervaring. Door te verwijzen naar zijn langdurige werk voor prestigieuze publicaties zoals Libération, NRC, De Groene Amsterdammer en Trouw, bevestigt hij zijn status als een ervaren journalist en onderstreept hij zijn deskundigheid. Tegelijkertijd moet hij vermijden dat hij te veel opschept, omdat dit zijn deskundigheid zou kunnen ondermijnen. Hij benadrukt dat zijn werk voor deze gerenommeerde media, die hij beschouwt als de "Champions League" van de journalistiek, hem al genoeg gelegenheid biedt voor vrije expressie. Hierdoor ziet hij geen behoefte aan de extra zichtbaarheid die sociale media zouden kunnen bieden.

Vanaf juli 2023 verandert Twitter zijn toegangsbeleid door de toegang voor niet-leden te beperken (NOS, 2023). Zonder account of betaald abonnement krijgen gebruikers minder toegang tot de inhoud, wat wordt gezien als een beperking van openbare informatie en inclusiviteit. Elon Musk heeft ook aangekondigd dat Twitter zal veranderen in "X" en dat het vogelicoon zal verdwijnen (Van Adrichem, 2023). Deze wijziging is onderdeel van Musk's plan om het platform te hervormen en zijn diensten uit te breiden. Er zijn echter zorgen dat de toegang tot nieuwsmedia en concurrenten mogelijk vertraagd zal worden onder de nieuwe naam "X" (De Telegraaf, 2023). De veranderingen bij X (voorheen Twitter) veroorzaken frustratie, zoals blijkt uit een artikel in de Volkskrant van 24 augustus 2023:

Het is niet de naamsverandering op zich die me irriteert. Ik eet gedachteloos een zak Lay's voorheen Smith's leeg, duw er een Twix voorheen Raider achteraan, kijk nog eens op mijn telefoon voorheen gsm, en ik leef nog steeds. Ergerlijk is dat wij journalisten aapjes zijn die dansen wanneer Musk dat wil. De naamsverandering dient als reclame voor zijn merk, wij kunnen niet anders dan hem verspreiden. Ik denk dat Musk dit erg grappig vindt. (Opiniestuk 13)

Sander Donkers gebruikt vergelijkt op ironische wijze de naamsverandering van Twitter naar X, met merkveranderingen van chips en chocolam die hij ook gewoon nog eet. Met deze vergelijking benadrukt hij dat de wijziging hem persoonlijk weinig kan schelen. Wat hem echter echt irriteert, is dat journalisten gedwongen worden om mee te gaan in deze veranderingen. Hij schetst een somber beeld waarin journalisten als "aapjes" moeten dansen volgens de wensen van Musk. Door het gebruik van "wij journalisten" betreft hij het publiek bij de frustratie van de beroepsgroep. Dit creëert empathie en een gevoel van onrechtvaardigheid over hoe journalisten worden behandeld. Donkers levert een subtiele kritiek op Elon Musk door te suggereren dat de naamsverandering vooral bedoeld is als een strategische zet om zijn merk te versterken. Hij impliceert dat Musk het waarschijnlijk grappig vindt dat journalisten gedwongen worden om deze verandering te rapporteren. Dit werpt twijfel op Musk's motieven en portretteert hem als iemand die zijn macht misbruikt om journalisten te manipuleren. Hij sluit af met een kritische opmerking over hoe de media de verandering framen: "Een schrale troost is dat 'voorheen' een prachtig woord is. Vóór de tijd waarin je met beide benen staat, was er ook een tijd. Waar die tijd is? Hij is verdwenen. Maar dankzij Elon Musk is hij weer even terug!"

Op 18 december 2023 heeft de Europese Commissie een officieel onderzoek ingesteld naar het sociale mediaplatform X (voorheen Twitter) vanwege vermoedens van desinformatie (NOS, 2023). Het onderzoek onderzoekt of X bijdraagt aan de verspreiding van valse informatie die schadelijk kan zijn voor het publieke debat en de EU-verkiezingen, en of dit de democratie en de betrouwbaarheid van informatie ondermijnt. Tegelijkertijd heeft KRO-NCRV (2024) aangekondigd de samenwerking met X te beëindigen. De omroep stopt met het delen van inhoud op het platform vanwege zorgen over de aanpak van desinformatie door X en twijfels over de integriteit en effectiviteit van de maatregelen tegen valse informatie.

4.2 Resultaten ethostechnieken

Dit onderdeel van het resultaat hoofdstuk bespreekt de verschillende ethostechnieken die Nederlandse journalisten hebben gebruikt in hun opiniestukken om het gebruik van Twitter/X als journalistiek instrument te rechtvaardigen. Dit wordt gedaan volgens de indeling deskundigheid, eerlijkheid en welwillendheid.

4.2.1 Deskundigheid

Deskundigheid als ethostechniek kan worden onderverdeeld in vier categorieën: demonstreren van inhoudelijke kennis, belichten van eigen expertise, aanhalen van autoriteit en het aandragen van persoonlijke anekdotes. Deze technieken dragen bij aan het versterken van de geloofwaardigheid van de columnist en helpen het vertrouwen van de lezer te winnen. Ook deze vier categorieën kunnen verder worden opgesplitst volgens de analyse.

Inhoudelijke kennis demonstreren

Inhoudelijke kennis speelt een belangrijke rol in opiniestukken en was aanwezig in alle 20 onderzochte artikelen. Deze techniek kan op verschillende manieren worden ingezet, zowel impliciet als expliciet.

Impliciete manieren om kennis te demonstreren omvatten:

- **verwijzen naar actuele gebeurtenissen**; deze aanpak kwam in alle 20 opiniestukken voor;
- **informatie op basis van persoonlijke observaties** presenteren als feiten (zonder onderbouwing); ook deze techniek werd in alle 20 stukken geobserveerd.

Expliciete manieren om inhoudelijk kennis te demonstreren zijn:

- **concrete voorbeelden aanhalen:** deze techniek werd regelmatig gebruikt om de argumentatie te versterken en de relevantie van het onderwerp te verduidelijken (in tekst 1, 2, 3, 7, 8, 9, 10, 11, 14, 15, 16, 17, 18 en 20);
- **gebruik van vakjargon en gespecialiseerde terminologie:** dit helpt om de deskundigheid van de columnist te benadrukken en de diepgang van de discussie te onderbouwen (1, 3, 8, 9, 10, 11, 13 en 20);
- **verwijzen naar onderzoek, cijfers en statistieken:** dit versterkt de argumentatie met feitelijke gegevens (4, 5, 9, 12 en 19);
- **delen van persoonlijke ervaringen:** dit biedt een perspectief op basis van eigen betrokkenheid (2, 3, 5, 7, 11, 12, 13, 14, 16, 17, 18 en 19).

Eigen expertise belichten

Het onderstrepen van eigen expertise draagt bij aan de geloofwaardigheid van de columnist door zijn of haar kennis en ervaring aan te tonen. Dit kan op verschillende manieren worden bereikt:

- **verwijzen naar studie:** het benoemen van relevante opleidingen of academische achtergrond (in tekst 4);
- **verwijzen naar carrière:** het benadrukken van professionele ervaring en carrièreprestaties om expertise te versterken (13, 16 en 19).

Autoriteit aanhalen

Het inzetten van autoriteit kan de geloofwaardigheid van een columnist vergroten door te verwijzen naar erkende experts, betrouwbare media of andere gezaghebbende bronnen:

- **verwijzen naar autoriteit:** dit houdt in het aanhalen van invloedrijke figuren of deskundigen om argumenten te onderbouwen (in tekst 2, 6, 8, 12, 14, 18 en 20);
- **verwijzen naar andere media:** door andere nieuwsbronnen of mediaberichten te citeren, kan de columnist de argumentatie versterken met extra perspectieven of bevestigingen (5, 6, 7, 8, 9, 12, 14, 15 en 18).

Persoonlijke anekdotes

Het delen van persoonlijke anekdotes kan helpen om de argumenten te verduidelijken en een persoonlijke verbinding met de lezer te creëren. Deze techniek was te vinden in teksten 2, 7, 11 en 19.

4.2.2 Eerlijkheid

Eerlijkheid in opiniestukken blijkt uit de openhartigheid van de journalist, het delen van persoonlijke opvattingen, het prijsgeven van intieme details en het reflecteren op eigen tekortkomingen.

Eigen eerlijkheid

Journalisten delen openhartig hun gevoelens en meningen, zonder eenzijdige vertoning (in tekst 2, 6, 8, 11 en 9).

Persoonlijke visie

Journalisten delen hun persoonlijke inzichten en overtuigingen over actuele vraagstukken (1, 2, 3, 7, 8, 12, en 13).

Intieme details

Het delen van persoonlijke ervaringen en emotionele reacties geeft een blik op de innerlijke belevingswereld van de journalisten (1, 2, 7, 11, 17, 18, en 19).

Reflectie op tekortkomingen

Journalisten laten zelfbewustzijn en kritisch inzicht zien door hun eigen fouten en zwakheden te erkennen (11 en 19).

4.2.3 Welwillendheid

Welwillendheid wordt bevorderd door tegenstanders negatief af te schilderen, overeenkomsten met het publiek te vinden en door oprechte en empathische communicatie.

Tegenstander in negatief daglicht zetten

Tegenstanders in een negatief daglicht zetten is een tactiek waarbij je je vijanden bekritiseert om hun reputatie te schaden en je eigen standpunten te versterken:

- **kritiek op Musk:** Elon Musk wordt bekritiseerd door zijn handelen (tekst 1, 4, 10, 11, 12, 13 en 16);
- **kritiek op Twitter;** negatieve invloeden van Twitter worden benadrukt, zoals de verspreiding van haat en desinformatie en de manier waarop het platform de maatschappelijk discussie verstoort (1, 2, 3, 4, 10, 12, 16, 17 en 19);
- **andere media:** de omgang van andere media met sociale platforms of nieuwsitems roept soms vragen op over hun integriteit en onafhankelijkheid (3, 5, 6, 7, 8, 13, 15 en 20).

Overeenkomsten vinden met publiek

Overeenkomsten vinden met het publiek houdt in dat journalisten gezamenlijke interesses, waarden en frustraties benadrukken om een band op te bouwen en hun boodschap krachtiger over te brengen:

- **inclusief taalgebruik:** door woorden als "wij" en "je" te gebruiken, bevorderen journalisten een gevoel van saamhorigheid en betrokkenheid met de lezers (tekst 11, 12 en 16);
- **gedeelde frustratie:** journalisten uiten hun frustraties over de werking van de samenleving of media, wat herkenning oproept bij lezers die vergelijkbare gevoelens hebben (3, 6, 8, 12 en 20);
- **gedeelde normen en waarden:** er wordt een beroep gedaan op gedeelde ethische standaarden en maatschappelijke waarden, zoals integriteit en eerlijkheid (4, 11 en 13).

Openhartigheid en empathie

Openhartigheid en empathie helpen journalisten om authentiek over te komen en een sterke emotionele connectie met hun publiek te maken. Door eerlijk en zorgzaam te zijn, versterken ze de impact van hun boodschap:

- **bezorgdheid uitspreken:** journalisten uiten hun zorgen over de maatschappelijke gevolgen van bepaalde situaties, zoals de invloed van Twitter op de publieke opinie of de impact van extremisme (tekst 1, 3, 10, 12, 13, 15);
- **andere kant erkennen:** er wordt erkend dat er verschillende standpunten bestaan en dat de journalist zelf ook uitdagingen ondervindt (2, 4, 11, 14).

4.2.4 Deelconclusie

Nederlandse journalisten passen in hun opiniestukken diverse ethostechnieken toe, waaronder deskundigheid, eerlijkheid en welwillendheid, om het gebruik van Twitter/X als journalistiek instrument te verdedigen. Deskundigheid wordt het vaakst ingezet, gevolgd door welwillendheid. Ze illustreren hun expertise door concrete voorbeelden en vakjargon te gebruiken en delen openhartig hun bezorgdheid en persoonlijke inzichten. Persoonlijke anekdotes en expliciete verwijzingen naar autoriteit komen minder vaak voor.

4.3 Resultaten grenswerk

In dit hoofdstuk worden de bevindingen van de analyse van journalistiek grenswerk gepresenteerd. De resultaten worden ingedeeld volgens drie typen van grenswerk: uitbreiding, uitsluiting, en bescherming van autonomie. Elke typologie wordt besproken in de context van de relevante domeinen voor journalisten: praktijken, deelnemers, en professionaliteit.

4.3.1 Uitbreiding

Praktijken

Opiniestuk 7: "Liefde en medeleven overspoelden de haat op de sociale media" (De Telegraaf)

Toelichting: Zwagerman prijst de rol van sociale media als platforms waar burgers kunnen deelnemen aan het publieke debat en de journalistieke praktijk kunnen beïnvloeden door bijvoorbeeld misinformatie aan de kaak te stellen.

Opiniestuk 14: "De sombere gevoelens over polarisatie en ander lelijks dat X zou oproepen, deel ik allerminst" (De Volkskrant)

Toelichting: Dit artikel pleit voor een doordachte benadering van sociale media door journalisten, met bijzondere aandacht voor de representativiteit en ethiek van verslaggeving op deze platforms. Dit valt onder uitbreiding, aangezien het een herwaardering van de rol van sociale media in journalistieke praktijken bepleit en oproept tot praktijken die beter aansluiten bij de diverse maatschappelijke opvattingen.

Opiniestuk 20: "Het verlaten van X door KRO-NCRV is nogal teatraal en gekunsteld" (Trouw)

Toelichting: De manier waarop KRO-NCRV Twitter verlaat wordt bekritiseerd en er wordt pleit voor een meer genuanceerde benadering van sociale media. Dit opiniestuk onderzoekt hoe journalisten hun interactie met sociale media kunnen heroverwegen en opent een bredere dialoog over de rol van sociale media in de journalistiek. Dit past binnen de categorie van uitbreiding, omdat het de grenzen van journalistieke praktijken verlegt door te pleiten voor een herwaardering van het gebruik van sociale media in de journalistiek.

Praktijken en professionaliteit

Opiniestuk 2: "Ik twitter, dus ik besta', maar nu is Marieke er klaar mee" (Algemeen Dagblad)

Toelichting: Door de aandacht te vestigen op de beperkingen van Twitter als platform voor diepgaande journalistiek, wordt een oproep gedaan om de professionele normen van journalistiek te beschermen en te onderscheiden van de oppervlakkige inhoud die op sociale media voorkomt.

Uitbreiding

De typologie van uitbreiding laat zien hoe journalisten hun praktijken en professionaliteit herzien om zich aan te passen aan sociale media en andere hedendaagse platforms. Dit betekent dat de journalistieke praktijk vernieuwd en verrijkt moeten worden door gebruik te maken van nieuwe technologieën. Opiniestukken die binnen deze typologie vallen, benadrukken hoe traditionele journalistieke methoden plaatsmaken voor een bredere, meer inclusieve benadering die sociale media en digitale interactie integreert. Deze uitbreiding richt zich op het herzien van de rol van sociale media en het verbeteren van ethische standaarden en representativiteit in de verslaggeving.

Ethosstrategieën in de context van grenswerk

- **deskundigheid:** blijk van kennis geven door een herwaardering van de rol van sociale media in journalistiek praktijk te bepleiten. Ze hebben een goed begrip van hoe deze platforms de verslaggeving kunnen verrijken of veranderen;
 - o **concrete voorbeelden:** opiniestukken die voorbeelden geven hoe sociale media bijdragen aan het publieke debat of misinformatie aan de kaak stellen (tekst 7 en 14);
 - o **vakjargon en gespecialiseerde terminologie:** stukken die vakjargon gebruiken om de ethiek en representativiteit in verslaggeving te benadrukken (14);

- **welwillendheid:** overeenkomsten met publiek vinden door een brede en inclusieve benadering van sociale media te verdedigen;
 - **inclusief taalgebruik:** het gebruik van taal die een gevoel van saamhorigheid creëert en pleit voor een doordachte benadering van sociale media (14 en 20);
 - **gedeelde normen en waarden:** herwaardering van ethische normen en representativiteit voorstellen, benadrukken van gedeelde waarden binnen de journalistiek (2 en 20);
- **eerlijkheid:** openhartig opvattingen de rol van sociale media delen en pleiten voor een ethisch verantwoord gebruik ervan;
 - **persoonlijke visie:** het uiten van persoonlijke overtuigingen over hoe sociale media kunnen bijdragen aan een beter publieke debat (20).

4.3.2 Uitsluiting

Deelnemers en praktijken

Opiniestuk 19: "Het debat wordt niet meer in de krant gevoerd, maar in het open riool van Twitter" (Trouw)

Toelichting: Dit stuk trekt een scherpe lijn tussen legitieme journalistiek en minderwaardige platforms door Twitter als inferieur te bestempelen ten opzichte van traditionele kranten. Het valt binnen de domeinen van deelnemers (wie als journalist wordt erkend) en praktijken (de geschiktheid van platforms voor journalistieke inhoud). Het valt onder uitsluiting, omdat het Twitter beschouwt als een ongeschikt platform voor serieuze journalistiek.

Deelnemers en professionalisering

Opiniestuk 8: "X-exodus is anti-democratisch dedain" (De Telegraaf)

Toelichting: Dit artikel onderzoekt de rol van sociale media in democratische participatie en raakt het domein van deelnemers door te onderzoeken wie deelneemt aan het publieke debat. Tevens benadrukt het de verantwoordelijkheid van journalisten om democratische waarden te beschermen, wat valt onder professionaliteit. Er kunnen pogingen zijn om burgerjournalisten uit te sluiten door hun werk niet als legitiem te beschouwen, zeker als ze niet voldoen aan professionele normen.

Praktijken en professionalisering

Opiniestuk 1: "Musk wil via de aankoop van Twitter vooral laten zien hoe cool hij is" (Algemeen Dagblad)

Toelichting: Door Musk's invloed op Twitter te bekritisieren, wordt gesuggereerd dat er een bedreiging is voor de journalistieke autonomie en de integriteit van journalistieke praktijken door een buitenstaander met commerciële belangen. Dit wijst erop dat Musk's visie op Twitter de praktijken van nieuwsproductie kan beïnvloeden door een platform te creëren dat gevoelig is voor extremistische en ongefundeerde standpunten. Dit duidt op een poging om ongewenste praktijken te markeren en uit te sluiten.

Opiniestuk 4: "Het ideale moment om Musk en zijn speeltje de rug toe te keren"

(Algemeen Dagblad)

Toelichting: Door te bekritisieren hoe Twitter de journalistieke praktijken beïnvloedt, wordt een onderscheid gemaakt tussen wat als goede journalistiek wordt beschouwd en wat niet. Er wordt gepleit voor een kritischere benadering van hoe Twitter de journalistieke normen beïnvloedt en hoe journalisten zichzelf moeten beschermen tegen de negatieve impact van het platform.

Opiniestuk 6: "Goeie genade, wat een uitsloverij over X" (De Telegraaf)

Toelichting: Dit stuk gaat over normen en waarden die journalisten moeten handhaven bij het omgaan met sociale media, met een focus op verantwoordelijkheid en fatsoen. Het valt onder het domein van praktijken omdat het gaat over acceptabele methoden binnen de journalistiek, en onder professionaliteit door de nadruk op het behoud van integriteit. De typologie van uitsluiting is relevant omdat de tekst bepaalde gedragingen (zoals haatdragende uitlatingen) uitsluit als onaanvaardbaar binnen de journalistiek.

Opiniestuk 12: "Musks voorkeuren vertalen zich in zijn beleid: Twitter geeft extreem-rechts vrij baan" (De Volkskrant)

Toelichting: Dit opiniestuk onderzoekt op welke manier desinformatie op Twitter de journalistieke norm van waarheidsvinding onder druk zet. Het valt onder het domein van praktijken vanwege de focus op nieuwsverzameling en -distributie, en onder professionaliteit door de nadruk op de integriteit van journalisten bij het omgaan met desinformatie. De typologie van uitsluiting is van toepassing omdat het artikel de retoriek van Musk als onacceptabel binnen de journalistiek beschouwt.

Opiniestuk 15: "Door schelden op één hoop te gooien met strafbare uitingen als laster speel je extreemrechts in de kaart" (De Volkskrant)

Toelichting: De noodzaak van nauwkeurigheid en ethiek in de journalistiek wordt benadrukt, vooral met het omgaan met extremistische retoriek. Het valt onder het domein van praktijken

door de aandacht voor de manier waarop journalisten taal en berichtgeving hanteren, en onder professionaliteit door de nadruk op de ethische normen die journalisten dienen te volgen. Ook valt dit onder uitsluiting omdat het opiniestuk onderscheid maakt tussen acceptabele en onacceptabele uitingen, waarbij sommige uitingen als niet-compatibel met journalistieke praktijken worden beschouwd.

Opiniestuk 18: "Het blijft Twitter en het blijft extreemrechts" (NRC)

Toelichting: Dit artikel onderzoekt de risico's van de normalisering van extreemrechtse retoriek op Twitter en bekritiseert de rol van de media daarin. Het valt onder de domeinen van praktijken, door te richten op hoe journalisten omgaan met specifieke inhoud op sociale media, en professionaliteit, door te onderstrepen hoe journalistieke normen gewaarborgd moeten blijven. De typologie van uitsluiting is relevant omdat het artikel een kritische benadering hanteert ten opzichte van extremistische retoriek en pogingen onderneemt om deze uit de journalistiek te weren.

Uitsluiting

De uitsluitingstypologie laat zien hoe journalisten grenzen afbakenen in hun vakgebied. Opiniestukken die onder deze typologie vallen, maken een duidelijke scheiding tussen serieuze journalistiek en wat als inferieur of problematisch wordt gezien, zoals bepaalde sociale media-platforms of specifieke gedragingen op die platforms. Uitsluiting richt zich op het vermijden of afwijzen van elementen die de journalistieke normen kunnen ondermijnen of niet voldoen aan de ethische standaarden van de beroepsgroep.

Ethosstrategieën in de context van grenswerk

- **deskundigheid:** expertise gebruiken om te argumenteren dat bepaalde platforms of gedragingen niet voldoen aan journalistieke normen;
 - o **concrete voorbeelden:** kritiek op specifieke aspecten van sociale media die als problematisch worden beschouwd (tekst 1, 4, en 6);
 - o **verwijzen naar autoriteit:** gezaghebbende bronnen of deskundigen aanhalen om te onderbouwen waarom bepaalde platforms niet geschikt zijn voor serieuze journalistiek (12 en 18);
- **welwillendheid:** journalisten benadrukken normen en waarden die niet worden gedeeld door de platforms of praktijken die zij uitsluiten;
 - o **tegenstander negatief afbeelden:** afbeelden van sociale media en bepaalde invloeden als inferieur of schadelijk (19 en 15);

- **eerlijkheid**: het openlijk erkennen van de beperkingen en tekortkomingen van bepaalde platforms en gedragingen;
 - o **reflectie op tekortkomingen**: kritisch reflecteren op de nadelige effecten van sociale media op journalistieke normen (15 en 18).

4.3.3 Bescherming van autonomie

Deelnemers en professionalisering

Opiniestuk 13: "Wij journalisten zijn aapjes die dansen wanneer Elon Musk dat wil" (De Volkskrant)

Toelichting: Dit artikel bekritiseert hoe journalisten onbedoeld de belangen van invloedrijke individuen zoals Musk dienen, wat invloed heeft op de rol en onafhankelijkheid van journalisten (deelnemers) en de integriteit en normen van de beroepsgroep (professionaliteit). Het valt onder bescherming van autonomie omdat het benadrukt dat journalisten hun onafhankelijkheid moeten behouden en beschermen tegen de invloed van externe machten.

Praktijken en professionalisering

Opiniestuk 5: "Dramatisch afscheid nemen van X is potsierlijk theater" (De Telegraaf)

Toelichting: Door te wijzen op de negatieve aspecten van Twitter en de overdreven reacties van mediaorganisaties, wordt onderscheid gemaakt tussen acceptabele journalistieke reacties en wat wordt gezien als onterecht of hypocriet gedrag. Ook wordt de noodzaak voor journalistieke autonomie verdedigd tegen wat wordt gezien als ongepaste theatrale reacties van mediaorganisaties, waarbij de focus ligt op het behoud van journalistieke integriteit en professionaliteit.

Opiniestuk 9: "De hetze tegen sociale media, en X in het bijzonder, is werkelijk ongehoord" (De Telegraaf)

Toelichting: Dit opiniestuk verdedigt de persvrijheid en vrije meningsuiting, wat onder professionaliteit valt. Het waarschuwt tegen overmatige regulering door de overheid, wat het domein van praktijken raakt, vooral in de context van open debat en censuur. De typologie van bescherming van autonomie is van toepassing omdat de tekst pleit voor het behoud van journalistieke onafhankelijkheid en tegen externe inmenging, met name van overheden die de persvrijheid zouden kunnen beperken.

Opiniestuk 10: "Wanneer Musk extreem-rechts zijn gang laat gaan op Twitter, haken de toch al weifelende adverteerders onvermijdelijk af" (De Volkskrant)

Toelichting: Het artikel onderzoekt hoe commerciële belangen de journalistieke integriteit en publieke ruimte beïnvloeden, wat invloed heeft op de normen en waarden binnen journalistieke praktijken. Het belicht ook de bezorgdheid over deregulering onder Musk, met betrekking tot het behoud van professionele normen. Dit past bij bescherming van autonomie omdat het suggereert dat de journalistiek zichzelf moet beschermen tegen schadelijke invloeden van commerciële belangen en deregulering.

Opiniestuk 11: "Ik weet niet of ik er al klaar voor ben, stoppen met Twitter"

Toelichting: Dit stuk behandelt de rol van Twitter in de journalistieke praktijk. Het raakt ook professionaliteit aan door de scheidslijn tussen persoonlijke en professionele identiteit van journalisten te onderzoeken. Dit gaat om bescherming van autonomie vanwege de noodzaak om professionele onafhankelijkheid te waarborgen te midden van de invloed van sociale media.

Opiniestuk 16: "Twitter verlaten, het enige juiste besluit" (NRC)

Toelichting: Dit opiniestuk behandelt de negatieve impact van Twitter op journalistiek werk en pleit voor het verlaten van het platform om de professionele normen en waarden te handhaven. Het betreft de domeinen van praktijken (de gebruikte methoden en hulpmiddelen) en professionaliteit (het beschermen van beroepsnormen). Dit past bij bescherming van autonomie omdat het de noodzaak benadrukt om journalistieke onafhankelijkheid te behouden door sociale media te vermijden.

Opiniestuk 17: "Goh, wat zal Nederland mijn snedige tweets missen, dacht ik nog" (NRC)

Toelichting: Dit stuk reflecteert op de teleurstelling over Twitter en het risico om de online wereld met de werkelijkheid te verwarren. Het benadrukt de verantwoordelijkheid van journalisten om niet toe te geven aan de oppervlakkigheid van sociale media. Dit betreft zowel praktijken (zorgvuldigheid in verslaggeving) als professionaliteit (verantwoordelijkheden van de journalist). De bescherming van autonomie is relevant omdat het gaat om het handhaven van journalistieke integriteit ondanks de invloed van sociale media.

Bescherming van autonomie

De bescherming van autonomie onderstreept hoe belangrijk het is voor journalisten om hun onafhankelijkheid en integriteit te behouden, zelfs onder invloed van externe druk. Artikelen die binnen deze typologie vallen, wijzen op de risico's van commerciële belangen, invloedrijke individuen en regelgevingen die de journalistieke onafhankelijkheid in gevaar kunnen brengen. De focus ligt op het handhaven van journalistieke normen en zelfbeheersing, ondanks externe invloeden, en op het vermijden van platforms of gedragingen die deze autonomie zouden kunnen ondermijnen.

Ethosstrategieën in de context van grenswerk

- **deskundigheid:** kennis aanhalen over de risico's van externe invloeden en de noodzaak om onafhankelijk te blijven;
 - o **concrete voorbeelden:** opiniestukken die voorbeelden geven hoe externe invloeden de journalistiek beïnvloeden (13 en 10);
- **welwillendheid:** zoeken naar een wederzijds begrip met hun publiek over de noodzaak van onafhankelijkheid en integriteit;
 - o **openhartigheid en empathie:** empathie laten zien voor de uitdagingen van het journalistieke beroep en de noodzaak om onafhankelijk te blijven (5 en 11);
- **eerlijkheid:** eerlijk en openhartig delen van zorgen over de impact van externe druk op journalistieke normen en onafhankelijkheid;
 - o **persoonlijke visie:** persoonlijke bezorgdheid uiten over hoe externe invloeden, zoals commerciële belangen of druk van invloedrijke individuen, de journalistiek beïnvloeden (13 en 9).

4.3.4 Deelconclusie

Ethostechnieken die journalisten gebruiken kunnen worden begrepen als vormen van grenswerk, omdat ze een belangrijke rol spelen in hoe journalisten hun professionele normen en praktijken definiëren en beschermen. Door middel van ethos, zoals deskundigheid, welwillendheid en eerlijkheid, leggen journalisten de grenzen van acceptabel gebruik van sociale media vast en verdedigen ze hun professionaliteit te midden van veranderende omstandigheden op platforms zoals Twitter/X.

5 Conclusies en discussie

In dit hoofdstuk worden de belangrijkste bevindingen van het onderzoek samengevat en besproken in de conclusie (5.1) en de discussie (5.2).

5.1 Conclusies

Dit onderzoek heeft door middel van een kwalitatieve retorische analyse van opiniestukken onderzocht hoe Nederlandse journalisten Twitter/X rechtvaardigen als journalistiek instrument en hoe deze rechtvaardiging bijdraagt aan het beschermen van journalistieke normen. Middels dit onderzoek wordt antwoord gegeven op de hoofdvraag:

Welke retorische middelen zetten Nederlandse journalisten in hun opiniestukken in om het gebruik van Twitter/X als journalistiek instrument te rechtvaardigen na de overname door Elon Musk, en hoe geven zij via het metajournalistieke discours betekenis aan professionele normen met betrekking tot het gebruik van X?

De eerste deelvraag luidt: *Welke ethostechnieken zetten Nederlandse journalisten in hun opiniestukken in om het gebruik van Twitter/X als journalistiek instrument te rechtvaardigen?*

De analyse toont aan dat Nederlandse journalisten verschillende strategieën hanteren om Twitter/X te rechtvaardigen. De voornaamste technieken zijn deskundigheid, eerlijkheid en

welwillendheid. Journalisten onderbouwen hun deskundigheid door hun vakkennis en ervaring te tonen met concrete voorbeelden en vakjargon, wat hun autoriteit en de waarde van hun aanwezigheid op Twitter/X versterkt. Ze verhogen hun geloofwaardigheid door openhartig hun zorgen en persoonlijke inzichten over het gebruik van Twitter/X te delen. Daarnaast tonen ze, zij het minder opvallend, welwillendheid door empathie en begrip te tonen voor de rol van Twitter/X in het verspreiden van informatie en het betrekken van het publiek. Hoewel minder frequent, worden persoonlijke anekdotes en expliciete verwijzingen naar externe autoriteit ook ingezet als onderdeel van hun retoriek.

De tweede deelvraag is: *In hoeverre zijn de ?* De grenswerk-analyse heeft aangetoond dat de ethotechnieken van journalisten inderdaad als vormen van grenswerk kunnen worden geïnterpreteerd. Journalisten passen ethos toe om grenzen te definiëren en normen te beschermen. Ze definiëren grenzen door deskundigheid, eerlijkheid en welwillendheid te benadrukken, waarmee ze vaststellen wat als acceptabel gebruik van sociale media wordt beschouwd en uitleggen waarom Twitter/X, ondanks de controversie, een waardevol journalistiek instrument blijft. Deze ethotechnieken dragen ook bij aan het beschermen van journalistieke normen door de rol van Twitter/X te legitimeren en door journalisten te positioneren als betrouwbare en ethische informatieverspreiders, ondanks de uitdagingen en veranderingen op het platform.

De tweede deelvraag is: *In hoeverre kunnen de ethotechnieken die journalisten gebruiken worden gekarakteriseerd en begrepen als vormen van grenswerk?* De analyse van grenswerk heeft aangetoond dat de ethotechnieken van journalisten als grenswerk kunnen worden geïnterpreteerd. Journalisten gebruiken ethos om grenzen te stellen en normen te bewaken. Ze definiëren deze grenzen door nadruk te leggen op deskundigheid, eerlijkheid en welwillendheid, waarmee ze vaststellen wat als acceptabel gebruik van sociale media geldt en uitleggen waarom Twitter/X, ondanks de controversie, nog steeds een waardevol journalistiek instrument is. Deze technieken dragen ook bij aan het beschermen van journalistieke normen door de rol van Twitter/X te legitimeren en door journalisten te positioneren als betrouwbare en ethische informatieverspreiders, juist in de context van het digitale medialandschap.

De analyse laat zien dat Nederlandse journalisten strategisch ethotechnieken gebruiken om de waarde en legitimiteit van Twitter/X als journalistiek platform te onderbouwen, zoals blijkt uit de kwalitatieve retorische analyse van opiniestukken. Door nadruk te leggen op deskundigheid, eerlijkheid en welwillendheid, proberen zij de grenzen van hun beroepspraktijk te definiëren en te beschermen, vooral in het licht van de recente veranderingen en controverses rondom Twitter/X. Bovendien versterken deze ethosstrategieën hun eigen positie en dragen ze bij aan de stabiliteit en legitimiteit van de journalistiek in een

steeds complexere omgeving. De resultaten laten zien hoe journalisten, via het metajournalistieke discours en met behulp van grenswerk, hun professionele normen bewaken en verdedigen te midden van het verander(en)de medialandschap.

5.2 Discussie

De analyse van de journalistieke retoriek op Twitter/X onthult dat Nederlandse journalisten verschillende strategieën gebruiken om hun aanwezigheid op het platform te rechtvaardigen. De belangrijkste technieken zijn deskundigheid, eerlijkheid en welwillendheid. Journalisten benadrukken hun vakkennis en ervaring om hun autoriteit te onderbouwen en hun geloofwaardigheid te vergroten. Ze delen openhartig hun zorgen en persoonlijke inzichten, wat hun integriteit versterkt. Minder frequent, maar nog steeds aanwezig, tonen ze welwillendheid door empathie voor de rol van Twitter/X in informatieverspreiding en publieksparticipatie. Persoonlijke anekdotes en verwijzingen naar externe autoriteiten ondersteunen hun argumenten.

De retorische strategieën die journalisten in de context van Twitter/X inzetten, kunnen worden gezien als een vorm van grenswerk, waarbij zij normen en grenzen vaststellen voor het acceptabele gebruik van sociale media (Carlson & Lewis, 2015). Door ethos te benutten, verdedigen journalisten de professionele normen en bevestigen ze de waarde van Twitter/X als een bruikbaar journalistiek instrument. De opkomst van digitale media, en Twitter/X in het bijzonder, heeft de journalistiek diepgaand veranderd door directe interactie met het publiek mogelijk te maken en de rollen van nieuwsproducenten en -consumenten te vervagen. Deze verschuiving heeft geleid tot nieuwe uitdagingen voor de betrouwbaarheid van nieuws en heeft journalisten gedwongen hun normen te herzien (Hermida, 2013; Dagoula, 2023). De druk om snel en betrouwbaar te blijven beïnvloedt traditionele journalistieke normen (Smeenk et al., 2023; Van Hout & Burger, 2016). De inzet van ethos door journalisten—door deskundigheid, eerlijkheid en welwillendheid—is essentieel voor het behouden van geloofwaardigheid en het handhaven van journalistieke grenzen in dit veranderende medialandschap (Carlson & Lewis, 2015; Carlson, 2016). Deze ethos strategieën dragen bij aan de stabiliteit en legitimiteit van de journalistiek en onderstrepen de blijvende relevantie van klassieke waarden zoals objectiviteit en onafhankelijkheid (Ryfe, 2013).

Een belangrijke beperking van dit onderzoek is de overheersende pessimistische toon in het corpus. Dit resultaat bevestigt de verwachting dat negatieve perspectieven vaak domineren in mediabronnen, wat kan wijzen op een bias in de geselecteerde teksten. Ook vertoont de analyse weinig variatie in de opiniestukken, wat begrijpelijk is omdat columnisten

vaak de heersende opvattingen volgen om hun succes te verzekeren (López Pan, 2011). Deze conformiteit kan de diversiteit van standpunten beperken en de diepgang van de discussie verminderen. Daarnaast zijn redactionele commentaren en lezersbrieven uitgesloten van dit onderzoek vanwege haalbaarheidsbeperkingen. Het niet opnemen van deze mediaformats kan de volledigheid van de analyse beïnvloeden en waardevolle perspectieven en nuances uitsluiten. Toekomstig onderzoek zou kunnen overwegen deze formats en een breder scala aan visies op te nemen om een vollediger en evenwichtiger beeld van de mediabehandeling van het onderwerp te krijgen, zeker in onderzoek naar grenswerk kan dat relevant zijn. Daarnaast kan het integreren van een grotere variëteit aan bronnen bijdragen aan een betere validiteit en betrouwbaarheid van de onderzoeksresultaten.

Literatuurlijst

- Algemeen Dagblad. (z.d.). *AD bestaat 75 jaar*. Geraadpleegd op 27 juli 2024, van <https://www.ad.nl/redactie/75-jaar/>
- Algemeen Dagblad. (2022, 25 april). *Megadeal rond: Twitter akkoord met overname door Tesla-baas Elon Musk*. Geraadpleegd op 1 augustus 2024, van <https://www.ad.nl/tech/megadeal-rond-twitter-akkoord-met-overname-door-tesla-baas-elon-musk~ae61d392/>
- Arun, A., Saurav, C., Jisun, A., & Ponnurangam, K. (2024). X-posing Free Speech: Examining the Impact of Moderation Relaxation on Online Social Networks. *arXiv.Org*. <https://doi.org/10.48550/arxiv.2404.11465>
- Barnard, S. R. (2014). 'Tweet or be sacked': Twitter and the new elements of journalistic practice. *Journalism*, 17(2), 190-207. <https://doi.org/10.1177/1464884914553079>
- Braet, A. (2007). *Retorische kritiek: Hoe beoordeel je overtuigingskracht?*. Sdu Uitgevers.
- Brants, K., & Bos, L. (2014). Dagbladen in de marge van de medialogica. In K. Brants & P. Van Praag (Reds.), *Media, macht & politiek* (pp. 65-85). AMB.
- Bruns, A., Highfield, T., & Harrington, S. (2013). Sharing the news: Dissemination of links to Australian news sites on Twitter. In J. Gordon, P. Rowinski & G. Stewart (Reds.), *Br(e)aking the news: Journalism, politics and new media* (pp. 181-209). Peter Lang Publishing. <http://hdl.handle.net/20.500.11937/22591>
- Broersma, M., & Graham, T. (2013). Twitter as a news source. *Journalism Practice*, 7(4), 446-464. <https://doi.org/10.1080/17512786.2013.802481>
- Burger, J. P. (2014). *Monsterlijke verhalen: misdaadsagen in het nieuws en op webforums als retorische constructies*. Boom Lemma. <https://hdl.handle.net/1887/23180>
- Burger, J. P., & Anemaet, L. (2011). Exploring Everyday Ethos. *Ethos Techniques in Online*

- Discussions about Extraordinary Experiences. In T. Van Haaften, H. Jansen, J. De Jong & W. Koetsenruijter (Reds.), *Bending Opinion. Essays on Persuasion in the Public Domain* (pp. 219-240). Leiden University Press. <https://hdl.handle.net/1887/20040>
- Carlson, M. (2016). Metajournalistic Discourse and the Meanings of Journalism: Definitional Control, Boundary Work, and Legitimation. *Communication Theory*, 26(4), 349-368. <https://doi.org/10.1111/comt.12101>
- Carlson, M., & Lewis, S. C. (2015). *Boundaries of Journalism: Professionalism, Practices and Participation*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315727684>
- Chang, C. H., Deshmukh, N. R., Armworth, P. R., & Masuda, Y. J. (2023). Environmental users abandoned Twitter after Musk takeover. *Trends in Ecology & Evolution*, 38(10), 893-895. <https://doi.org/10.1016/j.tree.2023.07.002>
- Claesson, A. Twitter: A necessary evil? Journalistic responses to Elon Musk and denormalization of social media. *Journalism*. <https://doi.org/10.1177/14648849231221616>
- Dagoula, C. (2023). *News Journalism and Twitter: Disruption, Adaptation and Normalisation*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003231776>
- Deuze, M. (2005). What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism*, 6(4), 442-464. <https://doi.org/10.1177/1464884905056815>
- De Quay, R. (2023, 23 maart). *Persvragen? Twitter stuurt je een poep-emoji retour*. Villamedia. Geraadpleegd op 6 mei 2024, van <https://www.villamedia.nl/artikel/persvragen-twitter-stuurt-je-een-poep-emoji-retour?cuid=5412a8fa-9f95-4de9-a3f2-a8d5336f3c04>
- De Quay, R. (2024, 9 januari). *KRO-NCRV stopt per direct met X*. Villamedia. Geraadpleegd op 10 april 2024, van <https://www.villamedia.nl/artikel/kro-ncrv-stopt-met-direct-met-x?cuid=9c2922d0-f989-46c9-af59-07c94558d1cc&consent=none>
- De Telegraaf. (2023, 16 augustus). *Onderzoek: berichtendienst X vertraagde toegang tot sites concurrenten en nieuwsmedia*. Geraadpleegd op 1 augustus 2024, van <https://www.telegraaf.nl/nieuws/1611616013/onderzoek-berichtendienst-x-vertraagde-toegang-tot-sites-concurrenten-en-nieuwsmedia>
- De Volkskrant. (z.d.). *Alles wat u wilt weten over onze journalistiek*. Geraadpleegd op 27 juli 2024, van <https://www.volkskrant.nl/kijkverder/2024/over-ons~v1014248/>
- De Volkskrant. (2002, 20 november). *De Geschiedenis van de Volkskrant*. Geraadpleegd op 27 juli 2024, van <https://www.volkskrant.nl/nieuws-achtergrond/de-geschiedenis-van-de-volkskrant~b368c4dc/>
- Farhi, P. (2009). The Twitter explosion. *American Journalism Review*, 31(3), 26-31.

- <https://link.gale.com/apps/doc/A202350153/AONE?u=anon~a517cc29&sid=googleScholar&xid=898f723a>
- Garimella, V. R. K., & Weber, I. (2017). A long-term analysis of polarization on Twitter. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 11(1), 528-531. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v11i1.14918>
- 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. <https://doi.org/10.2307/2095325>
- Gotfredsen, S. G. (2023, 8 februari). *Journalists Remain on Twitter, but Tweet Slightly Less*. Columbia Journalism Review. Geraadpleegd op 7 mei 2024, van https://www.cjr.org/tow_center/journalists-remain-on-twitter-but-tweet-slightly-less.php
- Gottfried, J., Mitchell, A., Jurkowitz, M., & Liedke, J. (2022, 14 juni). *Journalists Sense Turmoil in Their Industry Amid Continued Passion for Their Work*. Pew Research Center. Geraadpleegd op 6 mei 2024, van https://www.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/20/2022/06/PJ_2022.06.14_Journalist-Survey.pdf
- Hanitzsch, T. (2007). Deconstructing journalism culture: Toward a universal theory. *Communication Theory*, 17(4), 367-385. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2007.00303.x>
- Hermida, A. (2010). Twittering the news: The emergence of ambient journalism. *Journalism Practice*, 4(3), 297-308. <https://doi.org/10.1080/17512781003640703>
- Hermida, A. (2013). #Journalism: Reconfiguring journalism research about Twitter, one tweet at a time. *Digital Journalism*, 1(3), 295-313. <https://doi.org/10.1080/21670811.2013.808456>
- Hermida, A. (2015). Twitter. In W. Donsbach (Red.), *The International Encyclopedia of Communication*. Geraadpleegd op 6 mei 2024, van <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/9781405186407.wbiect066.pub2>
- Hermida, A. (2016). Twitter, breaking the news, and hybridity in journalism. In S. A. Eldridge & B. Franklin (Reds.), *The Routledge companion to digital journalism studies* (pp. 407-416). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315713793-41>
- Het Parool. (2022, 9 juli). *Elon Musk stopt overname Twitter*. Geraadpleegd op 1 augustus 2024, van <https://www.parool.nl/wereld/elon-musk-stopt-overname-twitter~b0fbedf5/?referrer=https://www.google.com/>
- Holmquest, A. (1990). The rhetorical strategy of boundary-work. *Argumentation*, 4(3), 235-258. <https://doi.org/10.1007/BF00173966>

- Høyer, S., & Lauk, E. (2016). Frames and contradictions of the journalistic profession. In K. Nordenstreng, U. J. Björk, F. Beyersdorf, S. Høyer, & E. Lauk (Eds.), *A history of the international movement of journalists: Professionalism versus politics* (pp. 8-41). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9781137530554_2
- Hsieh, H. F., & Shannon, S. E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative Health Research, 15*(9), 1277-1288. <https://doi.org/10.1177/1049732305276687>
- Isaac, M., & Conger, K. (2022, 15 december). *Twitter suspends accounts of half a dozen journalists*. The New York Times. Geraadpleegd op 7 mei 2024, van <https://www.nytimes.com/2022/12/15/technology/twitter-suspends-journalist-accounts-elon-musk.html>
- Kamps, H. J. (2015, 25 mei). *Who Are Twitter's Verified Users?* Medium. Geraadpleegd op 7 mei 2024, van <https://haje.medium.com/who-are-twitter-s-verified-users-af976fc1b032>
- Koetsenruijter, W., & Van Hout, T. (2018). *Methoden voor journalism studies* (2^{de} druk). Boom.
- Kotenidis, E., & Veglis, A. (2021). Algorithmic journalism: Current applications and future perspectives. *Journalism and Media, 2*(2), 244-257. <https://doi.org/10.3390/journalmedia2020014>
- KRO-NCRV. (2024, 8 januari). *KRO-NCRV stopt per direct met X*. Geraadpleegd op 3 mei 2024, van <https://kro-ncrv.nl/kro-ncrv-stopt-per-direct-met-x>
- Kyriakidou, M., & Garcia-Blanco, I. (2021). Introduction: Innovations, transformations and the future of journalism. *Journalism Practice, 15*(6), 723-727. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1935301>
- 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. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2011.571825>
- Lewis, S. C. (2012). The tensions between professional control and open participation: Journalism and its boundaries. *Information, Communication & Society, 15*(6), 836-866. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.674150>
- López Pan, F. (2011). The columnist-character as a rhetoric strategy of the personal or literary columns. *Anàlisi, 41*, 47-68. <http://dx.doi.org/10.7238/a.v0i41.1191>
- Muck Rack. (2023). *The State of Journalism 2023*. Geraadpleegd op 8 mei 2024, van https://info.muckrack.com/hubfs/Email%20images/3.8.2023_state%20of%20journalism%202023_FINAL.pdf
- Muck Rack. (2024). *The State of Journalism 2024*. Geraadpleegd op 8 mei 2024, van

- <https://4272994.fs1.hubspotusercontent-na1.net/hubfs/4272994/State%20of%20Journalism%202024/Muck%20Rack%20-%20State%20of%20Journalism%202024.pdf>
- Musk, E. [@elonmusk]. (2022, 5 maart). *Starlink has been told by some governments (not Ukraine) to block Russian news sources. We will not do so unless* [Post]. X.
<https://twitter.com/elonmusk/status/1499976967105433600>
- Musk, E. [@elonmusk]. (2022, 28 oktober). *The bird is freed* [Post]. X.
<https://x.com/elonmusk/status/1585841080431321088>
- Nationaal Media Onderzoek. (2023). *3A. Printbereik Dagbladen en Magazines* [Dataset]. Geraadpleegd op 1 juli 2024, van <https://nmodata.nl/printing/dagbladen-magazines-bereikcijfers-13plus>
- Nelson, J. L. (2023). *Journalists abandon social media, and news audiences follow (eventually)*. Nieman Lab. Geraadpleegd op 6 mei 2024, van <https://www.niemanlab.org/2023/12/journalists-abandon-social-media-and-news-audiences-follow-eventually/>
- Newton, C. (2022, 15 december). *13 predictions for platforms in 2023*. Platformer. Geraadpleegd op 6 mei 2024, van <https://www.platformer.news/13-predictions-for-platforms-in-2023/>
- NOS. (2022, 5 april). *Tesla-topman Musk in bestuur Twitter, maar onduidelijk is wat hij daarmee wil*. Geraadpleegd op 1 augustus 2024, van <https://nos.nl/artikel/2424030-tesla-topman-musk-in-bestuur-twitter-maar-onduidelijk-is-wat-hij-daarmee-wil>
- NOS. (2022, 28 oktober). *Elon Musk nu eigenaar van Twitter, onduidelijk hoe het nu verdergaat*. Geraadpleegd op 22 april 2024, van <https://nos.nl/artikel/2450041-elon-musk-nu-eigenaar-van-twitter-onduidelijk-hoe-het-nu-verdergaat>
- NOS. (2022, 25 november). *Gouden, grijze en blauwe vinkjes: Musk start volgende week nieuw verificatiesysteem*. Geraadpleegd op 1 augustus 2024, van <https://nos.nl/artikel/2453809-gouden-grijze-en-blauwe-vinkjes-musk-start-volgende-week-nieuw-verificatiesysteem>
- NOS. (2023, 1 juli). *Twitter minder toegankelijk voor niet-leden*. Geraadpleegd op 1 augustus 2024, van <https://nos.nl/artikel/2480984-twitter-minder-toegankelijk-voor-niet-leden>
- NOS. (2023, 27 oktober). *Een jaar Twitter onder Musk: grillen, rellen en desinformatie*. Geraadpleegd op 14 mei 2024, van <https://nos.nl/artikel/2495615-een-jaar-twitter-onder-musk-grillen-rellen-en-desinformatie>
- NOS. (2023, 18 december). *Europese Commissie opent onderzoek naar X wegens*

- desinformatie*. Geraadpleegd op 1 augustus 2024, van <https://nos.nl/artikel/2502038-europese-commissie-opent-onderzoek-naar-x-wegens-desinformatie>
- NRC. (z.d.). *Over ons*. Geraadpleegd op 27 juli 2024, van <https://www.nrc.nl/over-ons/>
- Nu.nl. (2022, 13 mei). *Elon Musk pauzeert Twitter-overname na berichtgeving over aantal spamaccounts*. Geraadpleegd op 1 augustus 2024, van <https://www.nu.nl/tech/6200569/elon-musk-pauzeert-twitter-overname-na-berichtgeving-over-aantal-spamaccounts.html>
- Nu.nl. (2023, 31 mei). *Tweede Kamervoorzitter Bergkamp roept Twitter op bedreigingen aan te pakken*. Geraadpleegd op 1 augustus 2024, van <https://www.nu.nl/tech/6265926/tweede-kamervoorzitter-bergkamp-roept-twitter-op-bedeigingen-aan-te-pakken.html>
- Nu.nl. (2023, 21 november). *Sander Schimmelpenninck stopt met X: 'Ik heb wel wat beters te doen'*. Geraadpleegd op 14 mei 2024, van <https://www.nu.nl/media/6290599/sander-schimmelpenninck-stopt-met-x-ik-heb-wel-wat-beters-te-doen.html>
- Pérez Curiel, C. (2020). Trend towards extreme right-wing populism on Twitter: An analysis of the influence on leaders, media, and users. *Communication & Society*, 33(2), 175-192. <https://doi.org/10.15581/003.33.2.175-192>
- Prenger, M. (2018, 8 april). 75 jaar Trouw: de krant van de verzuiling omarmde de verzuiling. *Trouw*. Geraadpleegd op 27 juli 2024, van <https://www.trouw.nl/nieuws/75-jaar-trouw-de-krant-van-de-verzuiling-omarmde-de-verzuiling~b3f47e5b/>
- RTL. (2023, 27 februari). *'Elon Musk ontslaat opnieuw minstens 200 medewerkers Twitter'*. Geraadpleegd op 1 augustus 2024, van <https://www.rtl.nl/rtl-nieuws/artikel/5368335/twitter-elon-musk-ontslagen-miljardair>
- Robertson, C. T. (2023, 25 oktober). *Here's what our research says about news audiences on Twitter, the platform now known as X*. Reuters Institute. Geraadpleegd op 6 mei 2024, van <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/heres-what-our-research-says-about-news-audiences-twitter-platform-now-known-x>
- Ryfe, D. M. (2013). *Can journalism survive: An inside look at American newsrooms*. Polity.
- Schimmelpenninck, S. [@SanderSchimmelp]. (2023, 20 november). *Dit is mijn laatste tweet. Ik heb geen zin meer in bedreigingen en laster. Zolang Twitter onze democratische wetten niet* [Post]. X. <https://twitter.com/SanderSchimmelp/status/1726707964344741952?s=20>
- Schreier, M. (2012). *Qualitative Content Analysis in Practice*. Sage. <https://doi.org/10.4135/9781529682571>
- Shahi, G. K., Dirkson, A., & Majchrzak, T. A. (2021). An exploratory study of COVID-19

- misinformation on Twitter. *Online Social Networks and Media*, 22(10228), 100104.
<https://doi.org/10.1016/j.osnem.2020.100104>
- Singer, J. B. (2015). Out of bounds: Professional norms as boundary markers. In M. Carlson & S. C. Lewis (Eds.), *Boundaries of Journalism: Professionalism, Practices and Participation* (pp. 21-36). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315727684>
- Slager, S. (2022, 16 december). Elon Musk heerst over Twitter als een grillige en gegriefde monarch. *Trouw*. Geraadpleegd op 1 augustus 2024, van <https://www.trouw.nl/cultuur-media/elon-musk-heerst-over-twitter-als-een-grillige-en-gegriefde-monarch~b3548115/?referrer=https://www.google.com/>
- Smeenk, K., Harbers, F., & Broersma, M. (2023). The journalist in the story: Conceptualizing ethos as an integral framework to study news production, news texts, and audiences. *Communication Theory*, 33(3), 214-222. <https://doi.org/10.1093/ct/qtad014>
- Telegraaf Archief. (z.d.). *De geschiedenis van de Telegraaf*. Geraadpleegd op 27 juli 2024, van <https://telegraaf-archief.nl/geschiedenis-van-de-telegraaf.php>
- Trouw. (z.d.). *Over ons*. Geraadpleegd op 27 juli 2024, van <https://www.trouw.nl/achter-de-schermen/over-ons~b7aea298/>
- Van Adrichem, E. (2023, 24 juli). Elon Musk verandert de naam van Twitter naar X. *EO*. Geraadpleegd op 1 augustus 2024, van <https://dit.eo.nl/artikel/twitter-x-logo-verander-elon-musk>
- Van der Eijk, C. (2000). The Netherlands: Media and politics between segmented pluralism and market forces. In R. Gunther & A. Mughan (Eds.), *Democracy and the media* (pp. 303-342). Routledge. <http://dx.doi.org/10.1017/CBO9781139175289.009>
- Van Dijck, J. (2011). Tracing Twitter: The Rise of a Microblogging platform. *International Journal of Media and Cultural Politics*, 7(3), 333-348.
https://doi.org/10.1386/macp.7.3.333_1
- Van Hout, T., & Burger, P. (2016). Mediatization and the language of journalism. In O. García, N. Flores, & M. Spotti (Eds.), *The Oxford Handbook of Language and Society* (pp. 489-504). Oxford Academic.
<https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780190212896.013.9>
- Van Noije, L., & Wennekers, A. (2019). *Nederlandse identiteit in geschreven media: Media-analyse*. In *Denkend aan Nederland* (Hoofdstuk 3). Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Verhagen, L. (2022, 5 oktober). Elon Musk wil Twitter toch weer wél kopen. Nu echt. Of niet? Wie snapt nog wat Musk beweegt? *De Volkskrant*. Geraadpleegd op 1 augustus 2024, van <https://www.volkskrant.nl/nieuws-achtergrond/elon-musk-wil-twitter-toch-weer-wel-kopen-nu-echt-of-niet-wie-snapt-nog-wat-musk-beweegt~b422131c/>

- Verhagen, L. (2023, 29 maart). Techprominenten waarschuwen voor te krachtige AI en willen pauze. *De Volkskrant*. Geraadpleegd op 1 augustus 2024, van <https://www.volkskrant.nl/nieuws-achtergrond/techprominenten-waarschuwen-voor-te-krachtige-ai-en-willen-pauze~b86d7715/>
- Wester, F., & Peters, V. (2009). *Kwalitatieve analyse: Uitgangspunten en procedures* (2^{de} druk). Coutinho.
- Wiik, J. (2019). Professionalism, professionalization, and deprofessionalization in journalism. In initialen (Red.), *Oxford research encyclopedias*. Geraadpleegd op 10, 2024, van <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.863>
- Zelizer, B. (2005). Definitions of journalism. In G. Overholser & K. H. Jamieson (Reds.), *Institutions of American democracy: The press* (pp. 66-80). Oxford University Press. <https://core.ac.uk/download/pdf/214273313.pdf>

Bijlage: Corpusselectie opiniestukken

Tabel 4

Selectie opiniestukken uit Nederlandse dagbladen

| | Titel | Datum | Auteur | Woorden |
|-------------------------|---|------------|-------------------------|---------|
| <u>Algemeen Dagblad</u> | | | | |
| 1 | Musk wil via de aankoop van Twitter vooral laten zien hoe cool hij is | 01/11/2022 | Özcan Akyol | 365 |
| 2 | 'Ik twitter, dus ik besta', maar nu is Marieke er klaar mee | 21/11/2022 | Marieke Dubbelman | 382 |
| 3 | Twitter denkt alleen aan omzet van de stamkroeg met totaal gestoorden | 01/06/2023 | Özcan Akyol | 364 |
| 4 | Het ideale moment om Musk en zijn speeltje de rug toe te keren | 27/07/2023 | Özcan Akyol | 368 |
| <u>De Telegraaf</u> | | | | |
| 5 | Dramatisch afscheid nemen van X is potsierlijk theater | 10/01/2024 | Roderick Veelo | 705 |
| 6 | Goeie genade, wat een uitsloerij over X | 10/01/2024 | Rob Hoogland | 478 |
| 7 | Liefde en medeleven overspoelden de haat op de sociale media | 12/01/2024 | Marianne Zwagerman | 601 |
| 8 | X-exodus is anti-democratisch dedain | 12/01/2024 | Nausicaa Marbe | 822 |
| 9 | De hetze tegen sociale media, en X in het bijzonder, is werkelijk ongehoord | 30/01/2024 | Bina Ayar | 606 |
| <u>De Volkskrant</u> | | | | |
| 10 | Wanneer Musk extreem-rechts zijn gang laat gaan op Twitter, haken de toch al weifelende adverteerders onvermijdelijk af | 30/10/2022 | Sander Schimmelpenninck | 565 |
| 11 | Ik weet niet of ik er al klaar voor ben, stoppen met Twitter | 01/11/2022 | Harriët Duurvoort | 709 |
| 12 | Musks voorkeuren vertalen zich in zijn beleid: Twitter geeft extreem-rechts vrij baan | 19/05/2023 | Kustaw Bessems | 843 |
| 13 | Wij journalisten zijn aapjes die dansen wanneer Elon Musk dat wil | 24/08/2023 | Sander Donkers | 153 |
| 14 | De sombere gevoelens over polarisatie en ander lelijks dat X zou oproepen, deel ik allerminst | 11/01/2024 | Elma Drayer | 665 |
| 15 | Door schelden op één hoop te gooien met strafbare uitingen als laster speel je extreem-rechts in de kaart | 14/01/2024 | Sander Schimmelpenninck | 579 |
| <u>NRC</u> | | | | |
| 16 | Twitter verlaten, het enige juiste besluit | 19/08/2023 | Rosanne Hertzberger | 687 |
| 17 | Goh, wat zal Nederland mijn snedige tweets missen, dacht ik nog | 02/01/2024 | Frank Huiskamp | 494 |
| 18 | Het blijft Twitter en het blijft extreemrechts | 17/05/2024 | Carolina Trujillo | 452 |

Trouw

| | | | | |
|-----------|---|------------|----------------------|-----|
| 19 | Het debat wordt niet meer in de krant gevoerd, maar in het open riool van Twitter | 08/04/2023 | Sylvain Ephimenco | 517 |
| 20 | Het verlaten van X door KRO-NCRV is nogal teatraal en gekunsteld | 13/01/2024 | Sylvain Ephimenco | 526 |