

Bedankt voor het downloaden van dit artikel. De artikelen uit de (online)tijdschriften van Uitgeverij Boom zijn auteursrechtelijk beschermd. U kunt er natuurlijk uit citeren (voorzien van een bronvermelding) maar voor reproductie in welke vorm dan ook moet toestemming aan de uitgever worden gevraagd.

# Boom

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet van 1912 gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch door fotokopieën, opnamen of enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van kopieën uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikelen 16h t/m 16m Auteurswet 1912 jo. Besluit van 27 november 2002, Stb 575, dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoeding te voldoen aan de Stichting Reprorecht te Hoofddorp (postbus 3060, 2130 KB, [www.reprorecht.nl](http://www.reprorecht.nl)) of contact op te nemen met de uitgever voor het treffen van een rechtstreekse regeling in de zin van art. 16l, vijfde lid, Auteurswet 1912.

Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16, Auteurswet 1912) kan men zich wenden tot de Stichting PRO (Stichting Publicatie- en Reproductierechten, postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, [www.cedar.nl/pro](http://www.cedar.nl/pro)).

*No part of this book may be reproduced in any way whatsoever without the written permission of the publisher.*

[info@boomamsterdam.nl](mailto:info@boomamsterdam.nl)  
[www.boomuitgeversamsterdam.nl](http://www.boomuitgeversamsterdam.nl)

# Geruchtvorming op social media

## EEN DISCURSIEF PSYCHOLOGISCHE ANALYSE VAN TWITTERBERICHTEN OVER EEN ZOEKTOCHT NAAR TWEË VERMISTE KINDEREN

### Inleiding

Crisissituaties in het publieke domein roepen per definitie reacties op bij belanghebbenden en creëren een noodzaak voor informatie-uitwisseling. Daarbij spelen social media een steeds belangrijkere rol (Westerman, Spence & Van der Heide, 2014). Social media bieden burgers onder andere een belangrijk platform om informatie te zoeken en uit te wisselen, en om hun zorgen en emoties te uiten en vragen te stellen over de situatie (zie bijv. Takahashi, Tandoc & Carmichael, 2015). Maatschappelijke onrust wordt dan ook vaak al snel zichtbaar op social media en kan door uitwisselingen die hier plaatsvinden worden ingeperkt (bijv. door informatievoorziening door autoriteiten), maar ook uit de hand lopen (Johannink & Rensen, 2014; Alexander, 2014). Zo kan het bijvoorbeeld misgaan wanneer mensen elkaar via social media oproepen tot bepaalde activiteiten die ontsporen (denk aan de rellen bij Project X in Haren) en kan maatschappelijke onrust worden versterkt doordat geruchten zich via social media snel verspreiden (bijv. over een veroordeelde pedoseksueel die na het uitzitten van zijn straf in de wijk zou komen wonen).

Kenmerkend voor een crisis is de grote mate van onzekerheid en onvoorspelbaarheid, en de aanwezigheid van een gevoel van urgentie bij betrokken partijen (Rosenthal, Comfort & Boin, 2001). Vaak kent een crisis echter een sluimerende aanloop die uitmondt in een escalatie van de situatie (Rosenthal et al., 2001). Het is de taak van het crisisteam om gedurende de aanlooperperiode tot en met de escalatie van een crisis signalen tijdig en juist te kunnen duiden (Boin, 't Hart, Stern & Sundelius, 2005). Uit

---

\* Baukje Stinesen is onderzoeker bij het lectoraat Crossmediale Communicatie in het Publieke Domein aan de Hogeschool Utrecht. Contactgegevens: Postbus 8611, 3503 RP Utrecht. E-mail: baukje.stinesen@hu.nl.

Petra Sneijder is onderzoeker bij het lectoraat Crossmediale Communicatie in het Publieke Domein aan de Hogeschool Utrecht. E-mail: petra.sneijder@hu.nl.

Annette Klarenbeek is lector bij het lectoraat Crossmediale Communicatie in het Publieke Domein aan de Hogeschool Utrecht. E-mail: annet.klarenbeek@hu.nl.

onderzoek van het Nationaal Crisiscentrum (2010) onder overheidsprofessionals blijkt dat de bewustwording ten aanzien van de kracht van social media nog slechts beperkt is tot een kleine groep crisismanagers, bestuurders en communicatieadviseurs (Nationaal Crisiscentrum, 2010). Zoals blijkt uit het rapport van de Commissie ‘Project X’ Haren (2013) participeren professionals onvoldoende in discussies op social media vóór, tijdens en na een crisis.

Communicatie- en veiligheidsadviseurs hebben door de invloed van social media dus te maken met een veranderde interactionele context. Toch is er zowel wetenschappelijk als in de praktijk weinig aandacht voor de discursieve aspecten van crisiscommunicatie (Klarenbeek, 2012), dat wil zeggen de manier waarop mensen met elkaar in gesprek zijn over een crisis en de effecten daarvan. In dit artikel demonstreren we de toegevoegde waarde van een dergelijk perspectief, zowel voor professionals in het crisisdomein als voor de theorievorming rondom de totstandkoming van geruchten. Volgens de discursieve psychologie passen mensen (bewust of onbewust) zogenoemde discursieve strategieën toe waarmee bepaalde effecten tot stand worden gebracht, en worden door bepaalde woorden wel en andere juist niet te kiezen werkelijkheden *gecreëerd* (Wetherell & Potter, 1992; Edwards & Potter, 2001; Te Molder, 2009; zie voor een uitgebreide toelichting bij dit perspectief de volgende paragraaf). Dit verkennende onderzoek heeft tot doel meer inzicht te krijgen in de manier waarop geruchten zich op social media kunnen ontwikkelen. Daartoe wordt vanuit een discursief psychologisch perspectief geruchtvorming bestudeerd aan de hand van een casestudie: een zoektocht naar twee vermiste kinderen die in 2013 veel aandacht kreeg in de media. Op basis van een discoursanalyse volgens een discursief psychologisch perspectief wordt antwoord gegeven op de onderzoeksvraag:

Welke discursieve strategieën komen voor in de Twitterberichten over de zoektocht naar twee vermiste kinderen, en hoe hebben deze bijgedragen aan de geruchtvorming?

## Theoretisch kader

Wetenschappelijk onderzoek heeft zich de afgelopen jaren in toenemende mate gericht op online crisiscommunicatie via social media. Belangrijke onderzoeksthema's zijn bijvoorbeeld: hoe sociale netwerken in deze context functioneren en hoe ze gebruikt worden, en welke mogelijkheden social media bieden voor het adequaat reageren op crises en risicovermindering (Alexander, 2014). Een veelgenoemde gebruiksmogelijkheid van social media tijdens crises in het publieke domein is ‘monitoring’, waarbij aandacht uitgaat naar het in kaart brengen van wat er online gebeurt (Regtvoort & Siepel, 2014; Alexander, 2014). Het monitoren van de manier waarop maatschappelijke onrust tot uiting komt op social media kan belangrijke inzichten ople-

veren voor de crisiscommunicatiestrategie, bijvoorbeeld wanneer sprake is van geruchtvorming.

### **Geruchtvorming op social media**

Het gesprek over een crisis tussen burgers en belanghebbenden komt op social media vaak sneller op gang dan autoriteiten feiten kunnen verifiëren en naar buiten toe mogen communiceren. Het risico bestaat dat burgers zelf gaan speculeren over de situatie (Johannink & Rensen, 2014). Veelal neemt het publiek bepaalde problemen eerder waar dan professionals zelf doen (Klarenbeek, 2012) en gaan burgers er met elkaar over in gesprek. Deze verspreiding van geruchten via social media, of dit nu bewust of onbewust gebeurt, vormt een belangrijke keerzijde van het gebruik van social media tijdens crises (Alexander, 2014; Castillo, Mendoza & Poblete, 2011).

Vanuit sociaalpsychologisch perspectief wordt een gerucht gedefinieerd als een bewering die circuleert zonder bevestiging of zekerheid van de feiten (Allport & Postman, 1947). Geruchten ontstaan vaak in een ambigue context, wanneer er behoefte is aan zekerheid en informatie en deze ontbreekt vanuit officiële kanalen (Shibutani, 1966). We spreken in dit artikel van een gerucht als een bepaalde voorstelling van zaken online de ronde doet, terwijl de feitelijkheid door autoriteiten (nog) niet is bevestigd of (al) is ontkend, en samengaat met of bijdraagt aan maatschappelijke onrust (zie ook Zubiaga, Liakata, Procter, Bontcheva & Tolmie, 2015).

Studies die zich specifiek richten op online geruchtvorming zijn (nog) spaarzaam, en vaak gericht op het identificeren van (de inhoud) van geruchten en/of de wijze waarop bepaalde kenmerken en het functioneren van het sociale netwerk (al dan niet) bijdragen aan de *verspreiding* ervan (zie bijv. Mendoza, Poblete & Castillo, 2010; Castillo et al., 2011; Kwon, Cha, Jung, Chen & Wang, 2013; Maddock et al., 2015; Jong & Dücker, 2016). Kwon et al. (2013) brachten bijvoorbeeld de structurele en linguïstische kenmerken van geruchten in kaart, en Maddock et al. (2015) integreerden kwalitatieve en kwantitatieve methoden om de kenmerken van geruchten te beschrijven. Zubiaga, Liakata, Procter, Sak Hoi en Tolmie (2016) hebben gekeken naar conversaties op Twitter, en laten onder andere zien of mensen geruchten ondersteunen of ontkennen in samenhang met veranderingen in de verificatie van de geruchten. Zij laten zien dat geruchten die niet geverifieerd worden veelal ondersteund worden op Twitter.

Wanneer we beter willen begrijpen hoe geruchten in de context van crises op social media vorm krijgen, is het van belang niet alleen te kijken naar de inhoud van uitspraken, maar ook te bestuderen *hoe* bepaalde zaken worden geformuleerd (Klarenbeek, 2012). Om te kunnen aansluiten bij de discussie die online gaande is en nieuwe ideeën te vormen over de manier waarop communicatieprofessionals van officiële instanties vorm kunnen geven aan hun reacties (cf. Alexander, 2014), is het nodig meer inzicht te krijgen in de talige manier waarop activiteiten zoals geruchtvorming tot stand worden gebracht en de effecten hiervan.

### **Discursieve psychologie als onderzoeksperspectief**

In dit onderzoek wordt een discursief psychologisch perspectief toegepast om meer inzicht te krijgen in de rol van taalgebruik bij de totstandkoming van geruchtvorming op social media ten tijde van crisis. Het onderzoek vormt daarmee een belangrijke aanvulling op de onderzoeken die tot nu toe werden gedaan om geruchtvorming op social media beter te leren begrijpen. Onderzoek naar online communicatie tijdens crises richtte zich tot nu toe namelijk vooral op vorm en inhoud (zie bijv. Utz, Schultz & Glocka, 2013; Liu, Austin & Jin, 2011; Freberg, Palenchar & Veil, 2013). Zo wordt bestudeerd welke bronnen en welke type berichten (bijv. nieuwsberichten, video's, blogs of tweets) middels social media meer of minder worden gedeeld (Freberg et al., 2013) en wordt onderzoek gedaan naar de manier waarop crises inhoudelijk tot uiting komen op social media. Toch is er ook een toename van onderzoek dat zich richt op de retorische en conversationele aspecten van taalgebruik in berichten over crises op social media. Van der Meer en Verhoeven (2013) onderzochten bijvoorbeeld verschillen in de publieke framing van de brand bij het bedrijf Chemie-Pack op social media vóór en na het uitgaan van nieuwsberichten. In de discursief psychologische literatuur ontbreken studies naar geruchtvorming tot dusver nog. Wel is onderzoek gedaan naar de manier waarop mensen op Facebook mobiliseren tot actie naar aanleiding van crises (Sneijder, Harmelink & Stinesen, 2016).

Vanuit het perspectief van de discursieve psychologie is taal niet slechts een neutraal middel waarmee mensen de werkelijkheid beschrijven. Omdat we de werkelijkheid nooit volledig kunnen beschrijven, zijn we altijd selectief (Aarts & Van Woerkum, 2008). Door bepaalde woorden wel en andere woorden niet te kiezen, ontstaan bepaalde *versies* van de werkelijkheid. Taal is met andere woorden behalve geconstrueerd (uit woorden) ook *constructief* (Edwards & Potter, 2001). Onafhankelijk van de 'feitelijke werkelijkheid' kunnen, door middel van taal, ook bepaalde (sociale) werkelijkheden worden gecreëerd (Wetherell & Potter, 1992; Edwards & Potter, 2001; Te Molder, 2009). Dit gebeurt vaak indirect, bijvoorbeeld wanneer mensen zichzelf en de ander in een gesprek met elkaar impliciet een bepaalde rol of identiteit toebedelen (Raymond & Heritage, 2006).

Van belang is ook dat taal altijd *contextgebonden* is. De uitspraken die mensen doen zijn onderdeel van een interactionele context. Ze worden gedaan binnen een specifieke setting en hebben een bepaalde plaats binnen een opeenvolging van bijdragen of interacties, oftewel de sequentiële organisatie van het gesprek. De positionering van bijdragen binnen het geheel aan interacties, beïnvloedt ook het verloop van het discours (Edwards & Potter, 2001). Van belang hierbij is de zogenoemde '*next-turn proof procedure*': een uiting krijgt pas betekenis door de manier waarop ze door de andere gespreksdeelnemers wordt behandeld, bijvoorbeeld als een beschuldiging of een verzoek (Hutchby & Wooffitt, 2008).

Tot slot is taal ook *actiegericht*, dat wil zeggen dat mensen dingen *doen* met taal (Edwards & Potter, 2001), zoals het schuiven met verantwoordelijkheid, het bewaken van neutraliteit of het beschuldigen van bepaalde partijen. Welke ‘versie’ of formulering sprekers kiezen, is afhankelijk van bepaalde interactionele doelen, zoals het omgaan met zogenoemde sprekersbelangen (Edwards & Potter, 2001). Zo beschermen of vergroten sprekers hun geloofwaardigheid, onder andere door hun belang met betrekking tot een bepaalde versie van de werkelijkheid te minimaliseren. Sprekers gebruiken hiertoe verschillende alledaagse discursieve strategieën. Zo kan het bijvoorbeeld helpen om in een zakelijke onderhandeling een persoonlijk belang zelf op voorhand te bekennen, een zogenoemde ‘*stake confession*’ (Potter, 1996), om te voorkomen dat men er door een ander op wordt aangesproken en de geloofwaardigheid van de spreker wordt aangetast. Een ander voorbeeld is het gebruik van zogenoemde ‘externaliserende procedures’, waardoor zaken voor zichzelf lijken te spreken (bijv. ‘*De cijfers laten zien dat...*’, in plaats van ‘*Ik ben er van overtuigd dat...*’; Gilbert & Mulkay, 1984; Woolgar in Potter, 1996). Door het gebruik van dergelijke strategieën komen sprekers tegemoet aan een belangrijk gespreksdilemma, namelijk de mogelijkheid niet te worden geloofd en over uitspraken ter verantwoording te worden geroepen (Potter, 1996). Mensen anticiperen met andere woorden regelmatig op allerlei zogenoemde potentiële beschuldigingen (Sneijder, Lamerichs, Te Molder, Koelen & Van Nierop, 2007).

Bij studies die zich richten op online geruchtvorming kan volgens Maddock et al. (2015) een onderscheid worden gemaakt tussen twee verschillende niveaus van analyse. Enerzijds kan er worden gekeken naar patronen in de verspreiding van informatie op het niveau van duizenden posts. Anderzijds is er de mogelijkheid specifieke kenmerken van individuele tweets, die kunnen bijdragen aan geruchtvorming en verspreiding, in kaart te brengen. De meeste studies hebben zich tot nu toe gericht op de eerste variant (Maddock et al., 2015). Het huidige onderzoek tracht een bijdrage te leveren aan de tweede tak van onderzoek, door specifiek te kijken *hoe* deelnemers aan de interactie een bepaalde voorstelling van de werkelijkheid aannemelijk maken. Dit onderzoek richt zich op de discursieve strategieën die sprekers gebruiken op social media, in dit geval Twitter, om geloofwaardigheid ‘op te bouwen’ en een bepaalde werkelijkheid aannemelijk te maken in een onzekere (crisis)context. Inzicht in dergelijke strategieën is van groot belang voor de communicatiepraktijk. Omgevingsanalisten zouden er bijvoorbeeld bij gebaat zijn om discursieve strategieën die een rol spelen bij het aanwakkeren van geruchten in een vroeg stadium te kunnen signaleren, zodat de crisiscommunicatieadviseur hier tijdig op kan inspelen om onrust in de samenleving zo veel mogelijk te beperken.

## Methode en analytische procedure

### *Een casestudie: de vermissingszaak van Ruben en Julian*

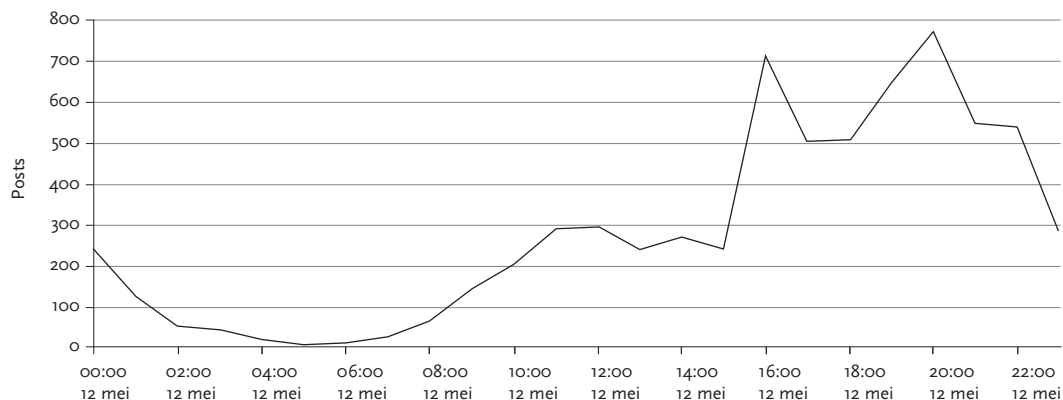
Dit onderzoek heeft tot doel meer inzicht te krijgen in geruchtvorming op social media ten tijde van crisis. Daartoe werd online geruchtvorming in een specifieke crisiscase, namelijk die van de vermissingszaak van twee jongens in 2013, bestudeerd. Het ging hier om de twee broers Ruben en Julian, van negen en zeven jaar oud, die na de vondst van het lichaam van hun vader, die zelfmoord pleegde, als vermist werden opgegeven. Over de situatie werd veel gecommuniceerd op social media, waarbij er ook geruchten naar voren werden gebracht. Deze crisis kan omschreven worden als een ‘minicrisis’; een crisis waarbij het aantal slachtoffers en de materiële schade beperkt zijn, maar waarvan de maatschappelijke impact groot kan zijn (Wijckhuijs & Van Duin, 2015). Op 12 mei 2013, de dag waarop de politie in de namiddag een zoektocht startte in Geulle, ontstond op Twitter het gerucht dat de jongens gevonden zouden zijn. Deze geruchtvorming vormt het onderwerp voor dit onderzoek. De casestudie is een geschikte manier om gedetailleerde kennis te verzamelen over bepaalde sociale verschijnselen in een bepaalde setting (Swanborn, 2000).

### *Dataverzameling*

De Twitterberichten die in dit onderzoek zijn geanalyseerd werden verzameld met socialmediamonitor Radian6. Daarbij is gebruikgemaakt van een zoekstring met specifieke zoektermen (zoals ‘datum=2014-05-12’, Geulle, gevonden, vijver), en daarnaast een aantal exclusietermen om ruis in de zoekresultaten uit te sluiten. Dit leidde uiteindelijk tot de volgende zoekopdracht in Radian6: ‘datum=2014-05-12’ AND (Geulle OR gevonden OR vond OR vijver OR visvijver) NOT camera NOT Ford NOT liefde NOT bedelarmbandje NOT doorrijder NOT sim kaart NOT vriendenboekje.

Figuur 1 laat een stijging zien van het aantal berichten per tijdseenheid vanaf ongeveer 16.00 uur. Ook is te zien dat vanaf het moment dat het gerucht officieel werd ontkracht (om ongeveer 20.00 uur), het aantal berichten met circa dertig procent afnam. Om meer inzicht te krijgen in de geruchtvorming is de piek van de berichtenstroom tussen 19.00 en 21.00 uur geanalyseerd.

De piek vormde een chronologisch overzicht van ruim achthonderd berichten (bestaande uit tweets, identieke retweets en retweets met een toevoeging) die op 12 mei 2013 tussen 19.00 en 21.00 uur werden geplaatst in het kader van de zoektocht naar Ruben en Julian. Bij tweets en retweets waarvan de (oorspronkelijke) bron een officieel nieuwsaccount is, is de (oorspronkelijke) afzender vermeld in de analyse. Overige bronnen zijn geanonimiseerd weergegeven.



FIGUUR 1. Aantal Twitterberichten per uur op basis van de zoekopdracht

### Analytische procedure

Dit onderzoek brengt in kaart welke discursieve strategieën twitteraars hanteerden in hun uitingen over de situatie van Ruben en Julian en hoe deze hebben bijgedragen aan de geruchtvorming. Hiertoe zijn de verzamelde Twitterberichten geanalyseerd aan de hand van een discursief psychologisch perspectief. Dit is gedaan aan de hand van twee van de drie analyseprincipes voor discoursanalyse die in tabel 1 zijn beschreven.

Voor de analyse van de Twitterberichten is gebruikgemaakt van analyseprincipe 2 en 3, de zogeheten retorische analyse (vergelijking met alternatieven) en semiotische analyse (variatie in uitspraken) (Potter & Edwards, 2001). Deze analytische principes

TABEL 1. Overzicht van analyseprincipes voor discoursanalyse (op basis van Bouwman, Te Molder, Koelen & Van Woerkum, 2009; Potter, 1996; Edwards, 1997)

Principe	Vuistregel/vraag
1. De betekenis die een ontvanger (de volgende 'spreker' of 'reageerder') verleent aan een uiting is leidend. Hier is sprake van de zogenoemde <i>next-turn proof procedure</i> .	Wat is het effect van de door de spreker gekozen formulering op de ontvanger(s)?
2. Wanneer de ontvanger geen of onvoldoende betekenis aan de uiting van zijn voorganger toekent, wordt de gebruikte formulering vergeleken met mogelijke alternatieven. Zo brengt men in kaart welke mogelijke alternatieve versies worden <i>weerlegd</i> door juist de gekozen formulering.	Wat is het effect van de gebruikte formulering ten opzichte van mogelijke alternatieven?
3. Er wordt gezocht naar variaties in uitspraken: deze variaties vormen een aanwijzing voor de verschillende doelen die de uitspraken kunnen vervullen.	Wat is het effect van de verschillende gekozen formuleringen als je ze met elkaar vergelijkt?



zijn erop gericht te achterhalen welke versies van de werkelijkheid worden ondermijnd of juist benadrukt. Deze principes lenen zich daarom bij uitstek voor het beantwoorden van de vraag hoe twitteraars een bepaalde werkelijkheid rondom de zoektocht naar de jongens aannemelijk maken en zo dus bijdragen aan het construeren van een gerucht.

Een bijkomend argument voor de keuze voor analyseprincipes 2 en 3 is het feit dat analyseprincipe 1, de zogenoemde *next-turn proof procedure* (Hutchby & Wooffitt, 2008) minder geschikt is voor de analyse van deze dataset. Ten eerste vereist dit principe onderzoeksdata waarin er zichtbare reacties zijn op de te analyseren uiting. Bij een getranscribeerd gesprek tussen enkele sprekers of een overzicht van posts en reacties op een forum, is in één oogopslag te zien hoe de verschillende bijdragen aan de interactie op elkaar volgen en zich tot elkaar verhouden. Interacties die op Twitter plaatsvinden zijn moeilijker inzichtelijk te maken door hun ‘rommelige’ karakter (Honeycutt & Herring, 2009). Er is sprake van een veelheid aan sprekers die onderling op elkaar reageren, berichten retweeten, hier weer op reageren en cetera. Hierdoor ontstaat een complexe gespreksstructuur die moeilijk in kaart te brengen is. Bovendien is het belangrijk om op te merken dat door de enorme omvang en snelheid van het ‘gesprek’ op Twitter het ook voor de deelnemers aan het gesprek zelf (de twitteraars) moeilijk is een totaaloverzicht van het gesprek te hebben (Honeycutt & Herring, 2009).

Samengevat is er in dit onderzoek voor gekozen om Twitterberichten te bestuderen aan de hand van de analyseprincipes 2 en 3, die beide retoriek als uitgangspunt nemen. Hoewel de exacte onderlinge samenhang van reacties voor dit onderzoek niet in kaart is gebracht, zijn de Twitterberichten voor de analyse wel op volgorde van verschijnen gezet. Veranderingen in het discours gedurende het bestudeerde tijdsbestek konden zo wel worden meegenomen.

Tijdens een aantal datasessies werd door de onderzoekers de dataset in zijn geheel doorlopen om belangrijke ontwikkelingen en patronen in het verloop van de berichten in kaart te brengen. De gevonden patronen werden met behulp van de kwalitatieve analysesoftware Atlas.ti gecodeerd. De codering betrof een iteratief proces waarbij veel overleg plaatsvond tussen de onderzoekers. Vervolgens werd nauwkeurig bepaald welke discursieve strategieën twitteraars hanteerden, en op welke wijze deze bijdroegen aan de geruchtvorming.

## Resultaten

### ***Verslaglegging: het claimen van toegang tot de situatie***

In het begin van het geanalyseerde tijdvak bevat de dataset vooral tweets met verslaglegging van de zoektocht en verwijzingen naar (verwachte) nieuwsvoorziening (zie

voor voorbeelden bij dit thema tabel 2). Deze verslaglegging gebeurt middels Twitter-accounts van (nieuws)bronnen met een officiële status (zoals de regionale omroep RTV Utrecht) en door verslaggevers die vanuit hun eigen account twitteren (voorbeeld 1). Ook breder georganiseerde burgerinitiatieven zoals ‘ZoekJeMee?’ doen verslag van de zoektocht (voorbeeld 2). Dit verslagleggende type berichtgeving wordt ook door andere twitteraars opgepakt. Dit gebeurt bijvoorbeeld in de vorm van retweets (voorbeeld 3 en 4). Zo werd een tweet (voorbeeld 4) die een politiewoordvoerder om 16.00 uur al plaatste binnen de daaropvolgende 24 uur 102 keer getweet, waarvan 7 keer in het geanalyseerde tijdvak.<sup>1</sup>

TABEL 2. Voorbeelden van Twitterberichten met verslaglegging

1	<i>Zo meteen live vanuit het Limburgse Geulle waar de politie bezig is met zoekactie naar vermiste broertjes #rtlnieuws</i>
2	<i>De heli is zojuist weer opgestegen. Weten nog niet hoe of wat en waarom. #vermistebroertjes #geulle</i>
3	<i>RT@NOS De politie zoekt nu bij Geulle in Limburg naar de vermiste broertjes Ruben en Julian uit Zeist #rtlnieuws</i>
4	<i>RT@[redacted] Nav nieuwe informatie gaat de politie zoeken bij Geule Limburg</i>

In deze tweets met verslagleggingen domineert ‘*on the spot*’-taalgebruik. Zo is te lezen dat ‘de politie bezig is’ (voorbeeld 1) en ‘De heli is *zojuist* weer opgestegen’ (voorbeeld 2). Het effect van dit taalgebruik is dat er nadrukkelijk een beeld wordt geschetst van de situatie *ter plekke*. Dergelijke tweets benadrukken dat de zoekactie *nu* aan de gang is en suggereren verslaglegging ter plaatse. Door de tweets als ooggetuigenverslagen te formuleren, is het alsof de schrijver van de tweet er zelf bij is en de situatie ter plekke waarneemt. Er wordt toegang tot de scène gesuggereerd, een *eigen* waarneming van de gebeurtenissen zoals die zijn, in tegenstelling tot het presenteren van een brede interpretatie van de gebeurtenissen (Potter, 1996, p. 165). In de literatuur wordt ook wel gesproken van ‘*close footing*’ (Goffmann, 1981). Dat wil zeggen dat de uiting zo wordt gedaan dat de spreker zelf de bron van de informatie is (in tegenstelling tot een uitspraak als ‘ik hoorde van Piet dat ...’), en dus ook voor de juistheid hiervan verantwoordelijk kan worden gehouden (zie ook Pomerantz, 1984). Door deze manier van beschrijven te hanteren, bereikt de spreker ogenschijnlijk een neutrale status als observator, maar laat hij impliciet het evalueren aan de recipiënt over (Potter 1996, p. 166).

#### ***Uitingen van hoop en vrees: zinspelen op een scenario***

Zoals eerder benoemd zijn Twitterberichten met verslaglegging niet alleen afkomstig van (nieuws)bronnen met een officiële status en van verslaggevers. Ook andere twitteraars pakken dit type tweets op, al dan niet in de vorm van retweets. Daarbij wordt aan

de verslaglegging vaak een emotionele evaluatie in termen van hoop en vrees gekoppeld (zie voor voorbeelden bij dit thema tabel 3).

TABEL 3. Voorbeelden van Twitterberichten met uitingen van hoop en vrees

5	<i>RT @ [redacted] Politie zoekt nu in Geulle in Zuid-Limburg naar de broertjes n.a.v. nieuwe informatie. Die arme moeder ook nog op moederdag</i>
6	<i>OMGG de politie zou niet meer hier hoeven te zoeken naar die broertjes nu zijn ze er weer HOPELIJK ZIJN ZE GEVONDEN</i>
7	<i>Brandweer op geroepen voor de #vermiste broertjes ben bang dat ze in de vijver liggen waarom nergens geen breaking news</i>

Retweets worden vaak voorzien van eigen commentaar, voorafgaand aan of ter afsluiting van de retweet. Bij deze toevoegingen gaat het vaak om emotionele evaluaties van de meer neutrale verslagen waar de (nieuws)bronnen met de officiële status zich toe beperken. Door een eigen evaluatie te formuleren bij een retweet maakt de twitteraar de retweet legitiem en presenteert hij zich als een betrokken persoon. Zo zien we in voorbeeld 5 de toevoeging ‘Die arme moeder ook nog op moederdag’. Dergelijke uitingen van emotie dragen een impliciete veronderstelling in zich mee met betrekking tot de uitkomst van de zoektocht waarvan verslag wordt gedaan. Meer specifiek in het geval van voorbeeld 5: op basis van het zoeken in Geulle wordt er gezinspeeld op een bepaalde uitkomst die voor moeder treurig zal uitpakken.

Over mogelijke uitkomsten spreken twitteraars zowel hun hoop als vrees uit. Voorbeeld 6 en 7 illustreren een patroon van emotionele uitdrukkingen zoals ‘OMGG’ en ‘HOPELIJK’ in hoofdletters (voorbeeld 6) en ‘ben bang’ (voorbeeld 7). Ook deze met elkaar contrasterende emotionele veronderstellingen (hoop versus vrees), suggereren iets over het lot van de broertjes Ruben en Julian. Het zoeken naar de broertjes wordt gekoppeld aan een mogelijke uitkomst die zowel goed als slecht kan uitvallen, zonder dat er daarbij altijd een concreet vermoeden wordt uitgesproken. Bovendien wordt door de uitspraken ‘nu zijn ze er weer’ (voorbeeld 6) en ‘ben bang dat ze in de vijver liggen’ (voorbeeld 7) de suggestie van een specifieke vondst versterkt, zonder dat men zich expliciet uitlaat over de vraag of de broertjes daadwerkelijk gevonden zijn. De uitdrukking ‘ben bang dat’ laat bovendien in het midden of het gaat om een vrees of juist een zekerheid (zoals in ‘ik ben bang dat het regent’). Deze ambiguïteit draagt bij aan de geruchtvorming.

Door op deze wijze een mogelijke uitkomst van de gebeurtenissen rondom de eventuele vondst van de broertjes te formuleren, anticiperen de twitteraars (bewust of onbewust) constant op zogenoemde gespreksdilemma’s. In crisissituaties zoals deze zijn voorbeelden van gespreksdilemma’s onder andere de mogelijkheid niet te wor-

den geloofd of beschuldigd te worden van bijvoorbeeld sensatie zoeken of het verspreiden van onjuistheden (Potter, 1996). Door op ‘zachte wijze’ veronderstellingen te presenteren, wordt een potentiële beschuldiging van het verspreiden van foutieve informatie (die bij geruchtvorming logischerwijs op de loer ligt) ondermijnd. Men beperkt zich immers tot het uitspreken van de *eigen* hoop en vrees, en over de juistheid van emoties valt door anderen moeilijk te oordelen. ‘Zachte veronderstellingen’ stellen twitteraars zodoende in staat deel te nemen aan het gesprek over de zoektocht en de mogelijke afloop daarvan, waarbij potentiële beschuldigingen van foutieve inschattingen van de situatie worden ondermijnd.

**Vragen om verificatie: het construeren van een kritische identiteit**

Vanaf ongeveer 19.45 uur verschijnen naast tweets waarin op impliciete of ‘zachte’ wijze veronderstellingen doorklinken met betrekking tot de uitkomst van de zoektocht en het lot van Ruben en Julian, ook tweets waarin hierover ook expliciet uitspraken worden gedaan. Steeds vaker wordt expliciet benoemd dat Ruben en Julian gevonden zouden zijn, waarbij twitteraars vragen om verificatie (zie voor voorbeelden bij dit thema tabel 4).

TABEL 4. Voorbeelden van Twitterberichten met vragen om verificatie

8	<i>ik lees dat de jongens zijn gevonden.??</i>
9	<i>Ik lees de eerste berichten dat ze gevonden zouden zijn. Zijn er al betrouwbare bronnen? #vermistebroertjes</i>
10	<i>Volgens een paar berichten op internet zouden de jongens gevonden zijn in de vijver ... iemand meer nieuws?</i>

Het gerucht wordt nu steeds concreter. Zoals de voorbeelden 8, 9 en 10 illustreren, benoemen twitteraars regelmatig dat ze hebben gelezen dat de jongens gevonden zouden zijn en plaatsen ze hierbij tegelijk ook vraagtekens. Ze tonen zich dus enigszins voorzichtig in het doen van uitspraken over de stand van zaken. In voorbeeld 9 wordt bijvoorbeeld expliciet gevraagd of er al betrouwbare bronnen zijn, wat suggereert dat de betrouwbaarheid van de bronnen in het geding is.

Door te benadrukken dat men heeft *gelezen* dat de jongens gevonden zijn, weten de twitteraars een aantal potentiële beschuldigingen te ondermijnen. Ze laten zo bijvoorbeeld zien dat dit scenario zijn oorsprong vindt in beweringen van anderen. Als er twijfel bestaat over het waarheidsgehalte van beweringen, vermelden mensen vaak hun bronnen. Door de bronnen daarnaast te presenteren als ‘een paar berichten op internet’, in plaats van bijvoorbeeld ‘het nieuws’ of ‘vele meldingen’, wordt de geloofwaardigheid ervan in twijfel getrokken (zie ook Pomerantz, 1984). Het op een dergelijke manier creëren van afstand tot de gedane uitspraken wordt in de literatuur

ook wel ‘*distanced footing*’ genoemd (Goffmann, 1981). Er is sprake van een *footing shift*: in tegenstelling tot wat we eerder zagen is de schrijver van de tweet nu niet zelf de bron van de informatie. Hij of zij kan er door deze manier van formuleren niet voor verantwoordelijk worden gehouden wanneer het geschetste scenario niet zou blijken te kloppen. Men kan er ook niet van beschuldigd worden dit scenario te hebben ‘verzonnen’. Door te vragen om verificatie, laten twitteraars zien kritisch te zijn. Dit wordt ook wel een ‘*stake inoculation*’ genoemd (Potter, 1996): men dekt zich als het ware op voorhand in tegen potentiële beschuldigingen van geruchtvorming.

De actieve formulering ‘ik lees’ (in plaats van bijv. ‘ik heb gelezen’), suggereert bovendien de directheid van een ‘recherchestand’: men volgt de berichten op de voet. Door daarnaast ook vraagtekens te plaatsen (voorbeeld 8), te vragen naar ‘betrouwbare bronnen’ (voorbeeld 9) of ‘meer nieuws?’ (voorbeeld 10) laat men zien hierin kritisch te zijn: het geschetste scenario wordt niet klakkeloos voor waar aangenomen, maar moet nog worden geverifieerd. Hoewel dergelijke formuleringen voorzichtigheid tonen, wordt tegelijkertijd ook juist de aannemelijkheid van het scenario benadrukt door te verwijzen naar wat men elders heeft gelezen: als het te lezen valt, zal er wel een kern van waarheid in zitten. Dergelijke veronderstellingen zijn vaak heel subtiel en alleen impliciet aanwezig. De formulering ‘de *eerste* berichten dat ze gevonden zouden zijn’ uit voorbeeld 9, suggereert bijvoorbeeld dat dit niet de *laatste* berichten zullen zijn van deze strekking.

***Feitelijk taalgebruik in combinatie met emotionele evaluaties: het gerucht als waarheid presenteren***

Hoewel de uitspraken over de toestand van Ruben en Julian zoals hiervoor beschreven in eerste instantie door veel twitteraars met een bepaalde voorzichtigheid worden geformuleerd, gebeurt het verwijzen naar wat men heeft gelezen naar verloop van tijd steeds minder. De formuleringen over de toestand van Ruben en Julian worden steeds meer concluderend en feitelijk en gaan meestal samen met uitingen van emotie (zie voor voorbeelden bij dit thema tabel 5).

TABEL 5. Voorbeelden van feitelijk taalgebruik in combinatie met emotionele evaluaties

11	<i>Vreselijk. Gevonden dus. Wat een tragedie. #vermistebroertjes</i>
12	<i>Omg de vermiste jongetjes zijn gevonden in een vijver. Bah wat een *** nieuws!</i>
13	<i>Ow god de broertjes zijn gevonden</i>

In de voorbeelden 11, 12 en 13 is te zien hoe concluderende uitspraken meestal met uitingen van emotie zijn verbonden. Het koppelen van emoties (voorbeeld 11 ‘Vreselijk.’ en ‘Wat een tragedie.’) aan het scenario (‘Gevonden dus.’), draagt bij aan de gesuggereerde feitelijkheid van het scenario. De vraag of het scenario klopt staat zo

immers niet meer ter discussie. Men staat voor een voldongen feit en is reeds toe aan het evalueren ervan. Waar we eerder nog zagen dat emotioneel taalgebruik (uitingen van hoop en vrees) bijdroeg aan het impliciet *suggereren* van een doemscenario, zien we hier dus dat emotioneel taalgebruik bijdraagt aan het bevestigen van een expliciet benoemd scenario.

Door middel van de emotionele evaluaties tonen twitteraars bovendien betrokkenheid bij de toestand van Ruben en Julian en wordt ook de ernst van de situatie benadrukt. Door emotionele uitingen ‘recht uit het hart’ te formuleren, wordt authenticiteit en onmiddellijkheid gesuggereerd (met andere woorden ‘dit is *nu* aan de hand en vraag *nu* aandacht’). Zo zijn emotionele formuleringen niet ingebed in volledige zinnen (vergelijk bijv. ‘Vreselijk.’ uit voorbeeld 11 met ‘ik vind het vreselijk’) en worden er uitdrukkingen zoals ‘Bah’ gebruikt (voorbeeld 12). Dit type emotionele formuleringen draagt zodoende ook bij aan het creëren van *urgentie* voor het gerucht.

### **Tegenspraak: beschuldigingen van geruchtvorming**

Vanaf 19.54 uur verschijnen ook tweets waarin expliciet het gerucht *ontkend* wordt dat de jongens gevonden zouden zijn (zie voor voorbeelden bij dit thema tabel 6). In eerste instantie gebeurt dit in de vorm van een tweet van RTV Utrecht die 166 keer wordt geretweet binnen het geanalyseerde tijdvak (voorbeeld 14). Ook een tweet van een journalist van RTV Utrecht, geplaatst om 19.59 uur, wordt binnen het geanalyseerde tijdvak 76 keer geretweet (voorbeeld 15). Ook andere twitteraars spreken de geruchten tegen (voorbeeld 16 t/m 19).<sup>2</sup>

TABEL 6. Voorbeelden van Twitterberichten met tegenspraak

14	<i>Politie ontkracht tegenover RTV Utrecht geruchten op Twitter dat de vermiste broertjes in een visvijver in Geulle gevonden zouden zijn.</i>
15	<i>Politie bevestigt: jongetjes zijn nog niet gevonden.</i>
16	<i>Politie heeft ontkracht tegen RTV Utrecht dat de jongens zijn gevonden.... Jammer dat mensen zulke trieste tweets in de wereld slingeren..:(</i>
17	<i>RT @ [redacted]: RT @ [redacted] RT @ [redacted]: De vermiste broertjes zijn gevonden in een vijver. Rillingen. - Dit is echt bullshit.</i>
18	<i>@ [redacted] Ze zijn niet gevonden, de politie zegt van niet.</i>
19	<i>RT @ [redacted] @ [redacted] @ [redacted] t is niet waar! Ze hebben een zoektocht gestart bij een vijver, maar ze zijn nog niet gevonden.. Was op t nieuws</i>

Hoewel de boodschap van de beide tweets van RTV Utrecht (voorbeeld 14) en de journalist van RTV Utrecht (voorbeeld 15) inhoudelijk met elkaar overeenkomt, zijn de tweets in retorisch opzicht zeer verschillend. In de eerste tweet (voorbeeld 14) wordt niet enkel ontkracht *dat* de vermiste broertjes in een visvijver in Geulle gevonden zijn,

maar worden specifiek ‘de *geruchten* op Twitter’ hierover ontkracht. De geruchtvorming zelf wordt in deze tweet dus nadrukkelijk benoemd en geproblematiseerd. In voorbeeld 15 is dit niet het geval. Ook verschilt deze tweet van voorbeeld 14 doordat in dit geval niet door de politie wordt *ontkracht* dat de jongens gevonden zouden zijn, maar het tegenovergestelde wordt *bevestigd*.

Eerder in de analyse lieten we zien dat twitteraars zich bij het doen van uitspraken over de stand van zaken met betrekking tot de zoektocht naar Ruben en Julian als het ware ‘inenten’ tegen potentiële beschuldigingen van het klakkeloos overnemen en verspreiden van foutieve informatie. De veelvuldig geretweete tweet van RTV Utrecht waarin de geruchtvorming expliciet wordt benoemd, maakt duidelijk dat een dergelijke beschuldiging of dergelijk gespreksdilemma inderdaad op de loer lag. Door het scenario dat de jongens gevonden zouden zijn expliciet als gerucht te benoemen, wordt nu daadwerkelijk een beschuldiging van geruchtvorming gedaan aan het adres van de verspreiders van dergelijke berichten.

In de rest van de berichtenstroom met ontkenningen dat de jongens gevonden zouden zijn, refereren ook andere twitteraars regelmatig aan geruchtvorming (voorbeeld 16 t/m 19). In de voorbeelden zien we dat de genoemde kritische houding van andere twitteraars wordt ondermijnd door het gebruik van woorden als ‘de wereld in slingeren’ (voorbeeld 16), en ‘bullshit’ (voorbeeld 17). Een analyse van de verschillende tweets waarin ‘teggeluid’ wordt geboden aan het gerucht, laat zien dat twitteraars diverse discursieve strategieën gebruiken om geloofwaardigheid te creëren. Zo wordt regelmatig nadrukkelijk naar de politie (voorbeeld 16 en voorbeeld 18) of nieuwsuitzendingen (voorbeeld 19) verwezen. Blijkbaar is (ook) de geloofwaardigheid van dit scenario niet vanzelfsprekend.

***Tegengestelde beweringen: het in stand houden van het gerucht***

Hoewel de vondst vanaf 19.54 uur door verschillende twitteraars wordt ontkend, duurt de geruchtvorming tussen 20.00 en 21.00 uur nog voort en komen vorengenoemde discursieve patronen nog steeds voor. Wanneer het veelvuldig geretweete bericht van de journalist van RTV Utrecht (voorbeeld 15 uit tabel 6), maar ook andere tweets waarin teggeluid wordt geboden aan het gerucht nader worden bekeken, wordt duidelijk dat impliciete contrasten in deze tweets bijdragen aan het in stand houden van het gerucht (zie voor voorbeelden bij dit thema tabel 7).

TABEL 7. Voorbeelden van Twitterberichten met tegengestelde beweringen

20	@ [REDACTED] @ [REDACTED] POLITIE HEEFT HET ONTKENT, ZE ZIJN NOG NIET GEVONDEN - er wordt nog gezocht
21	Ziet er allemaal nog rustig uit, op dit moment wordt het eten bezorgd voor de politie en medewerkers... #geulle #vermissing
22	Hm, iedereen heeft het over dat de broertjes gevonden zijn maar de verslaggevers daar weten nog van niks ofzo
23	@ [REDACTED] tweekte de politie van utrecht. maar op teletekst staat wel dat ze al de visvijver hebben afgezet met linten enzo

In veel berichten wordt het bijwoord ‘nog’ gebruikt. De jongens zijn bijvoorbeeld ‘nog niet gevonden’ (voorbeeld 20), ‘er wordt nog gezocht’ (voorbeeld 20) en het ‘ziet er allemaal nog rustig uit’ (voorbeeld 21). Hoewel in dergelijke tweets enerzijds sprake is van een ontkenning van het gerucht dat de jongens gevonden zouden zijn, suggereren ze door het bijwoord ‘nog’ anderzijds de mogelijkheid dat het gerucht later toch bewaarheid kan worden. In voorbeeld 21 wordt dit effect versterkt door te benadrukken dat het gaat om de *huidige* stand van zaken die rustig is (‘op *dit* moment’). Er wordt met het woord ‘nog’ dus een impliciet contrast aangegeven tussen dat wat nu gebeurt en dat wat mogelijk komen gaat.

Met regelmaat wordt door twitteraars ook het voegwoord ‘maar’ gebruikt om een contrast aan te geven tussen verschillende versies van de werkelijkheid. Ze benadrukken bijvoorbeeld de tegenstrijdigheid tussen de berichten op Twitter en berichten via andere bronnen. De zinsconstructies zijn vaak tweeledig, waarbij een eerste constatering vervolgens in twijfel wordt getrokken of tegengesproken (zie voorbeeld 22 en 23). Zoals eerder besproken, ondermijnen twitteraars potentiële beschuldigingen van het zoeken naar sensatie of geruchtvorming door te laten zien dat zij kritisch met de berichtgeving omgaan. Het relevant maken van contrasterende berichtgeving draagt bij aan het creëren van de eigen kritische identiteit. Tegelijkertijd blijft door het presenteren van contrasten tussen verschillende scenario’s – zowel tussen het hier en nu en de toekomst als tussen de verschillende berichten die de ronde doen – de ambiguïteit van de kwestie bestaan. Er is geen afsluiting en het gerucht blijft, al is het in afgezwakte vorm, nog sluimeren.

## Discussie en conclusie

### *Discursieve strategieën bij geruchtvorming*

De analyse laat zien dat het gerucht er niet ‘zomaar’ was. Het gerucht kreeg vorm in de interactie tussen een groot aantal sprekers en door een combinatie van verschillende discursieve strategieën die zij gebruikten. Zo zagen we dat de emotionele aanvullingen op de in eerste instantie meer ‘neutrale’ verslaggeving van de zoektocht, impli-



ciete veronderstellingen in zich meedroegen met betrekking tot de uitkomst van de zoektocht, en zo een voedingsbodem creëerden voor het gerucht. Deze emotionele evaluaties suggereerden immers iets over het lot van de broertjes Ruben en Julian. Zonder concrete vermoedens uit te spreken, maar door te spreken in termen van hoop en vrees, werd het zoeken naar de broertjes gekoppeld aan een mogelijke uitkomst die zowel goed als slecht kon uitvallen. Mogelijke scenario's werden in de loop van het bestudeerde tijdvak steeds meer aannemelijk gemaakt, doordat twitteraars regelmatig benoemden een en ander te hebben gelezen (waar rook is, is vuur). Ook werden de naar voren gebrachte scenario's steeds concreter en vaker feitelijk geformuleerd. Door het feitelijk formuleren van een bepaalde stand van zaken rond Ruben en Julian en door deze stand van zaken ook (emotioneel) te evalueren, werd het gerucht op den duur gepresenteerd als waarheid. Het gerucht bleek daarna moeilijk te weerleggen.

Dit onderzoek vormt een belangrijke aanvulling op discursief psychologisch onderzoek, waarin geruchtvorming niet eerder centraal stond. Het onderzoek sluit aan op de collectie studies naar online geruchtvorming (zie bijv. Mendoza et al., 2010; Castillo et al., 2011; Kwon et al., 2013; Maddock et al., 2015; Jong & Dückers, 2016) en laat daarin een nieuwe manier zien om naar online data te kijken.

Ondanks dat het gerucht ook door verschillende sprekers als zodanig werd benoemd en werd tegengesproken, bleef het nog enige tijd sluimeren. Dit komt overeen met observaties van Jong en Dückers (2016) in hun studie naar de geruchtvorming rond een gijzeling bij de NOS in 2015. Ook zij stelden vast dat reeds achterhaalde informatie, ondanks de beschikbaarheid van nieuwe informatie, nog steeds werd verspreid. De auteurs spreken van een zogenoemd 'echo-effect' (Jong & Dückers, 2016, p. 340) en geven redenen waarom twitteraars achterhaalde informatie zouden kunnen retweeten, zoals het niet op de hoogte zijn van de laatste updates. Echter, de huidige studie laat zien dat ook de manier waarop het gerucht (door andere twitteraars) wordt tegengesproken of bediscussieerd van belang kan zijn. Zo zagen we dat door het opwerpen van contrasten tussen verschillende scenario's – zowel tussen het hier en nu en de toekomst als tussen de verschillende berichten die de ronde deden – de ambiguïteit rond de kwestie bleef bestaan.

Net zoals de introductie van nieuwe informatie niet per se leidt tot het niet langer verspreiden van achterhaalde informatie, zien we in deze studie dat ook 'nieuwe' strategieën, eerder gebruikte strategieën niet vervangen. In de loop van het bestudeerde tijdvak werden er nieuwe strategieën *toegevoegd*, zodat verschillende discursieve strategieën naast elkaar bestonden en er een polyfonie van verschillende discursieve melodieën ontstond.

### ***Gespreksdilemma's bij geruchtvorming***

Uit de analyse wordt duidelijk dat naarmate de geruchtvorming sterker werd, twitteraars te maken kregen met specifieke gespreksdilemma's (Potter, 1996), zoals de

mogelijkheid te worden beschuldigd van het verspreiden van onjuiste informatie en het zoeken naar sensatie. Interessant is dat deze gespreksdilemma's overeenkomsten tonen met de dilemma's die sprekers hebben wanneer zij roddelen (cf. Tholander, 2003). Met behulp van diverse discursieve strategieën boden twitteraars dergelijke beschuldigingen het hoofd en maakten zij in toenemende mate hun eigen kritische houding ten opzichte van de berichten relevant. Dit resultaat sluit aan bij onderzoek van Mendoza et al. (2010), waaruit bleek dat valse geruchten veel vaker in twijfel werden getrokken dan bevestigde waarheden.

#### **Vervolgonderzoek naar interacties op Twitter**

In het huidige onderzoek naar geruchtvorming is gekeken naar (een onderdeel van) één specifieke casus. Het doel van deze studie is dan ook niet om algemeen geldende uitspraken te doen over de wijze waarop tijdens crisissituaties geruchten tot stand komen op Twitter (cf. Swanborn, 2000). Het onderzoek heeft een exploratief karakter en geeft inzicht in hoe geruchten zich op social media kunnen ontwikkelen en hoe specifieke discursieve strategieën hieraan kunnen bijdragen. Vervolgonderzoek naar online geruchtvorming in vergelijkbare crisiscontexten kan hier op voortbouwen.

In dit onderzoek zijn voornamelijk individuele tweets bekeken. De onderlinge samenhang tussen de verzamelde Twitterberichten werd niet volledig in kaart gebracht. Hierdoor kon bij de analyse in principe geen gebruik worden gemaakt van de zogenoemde *next-turn proof procedure* (Hutchby & Wooffitt, 2008). Echter, doordat in de analyse wel is gekeken naar retweets, kon in sommige gevallen toch worden vastgesteld hoe bepaalde uitingen door andere gespreksdeelnemers werden behandeld. Zo hebben we aangetoond dat twitteraars berichten met verslaglegging retweetten met eigen emotioneel geladen commentaar, waardoor de suggestie van een vondst in het geretweete deel bevestigd werd.

Bovendien kunnen, doordat de Twitterberichten in volgorde van verschijnen werden geplaatst en onderzocht, bepaalde kenmerken van de data toch als interactionele effecten worden geïnterpreteerd. Zo werden in dit onderzoek opeenvolgende veranderingen in het discours in kaart gebracht die plaatsvonden gedurende het geanalyseerde tijdvak. De vraag blijft echter of deze veranderingen zijn te relateren aan de interactie of aan externe factoren (zoals het bekend worden van feiten in de media).

In recente studies pleiten discoursanalisten ervoor meer aandacht te hebben voor de interactionele kenmerken van online discours (zie bijv. Meredith & Potter, 2012). Een aanbeveling voor vervolgonderzoek is dan ook de focus te verbreden van individuele tweets naar interactie die plaatsvindt op Twitter, zodat niet alleen de retorische maar ook de interactionele effecten van bepaalde uitingen kunnen worden geanalyseerd. Het is dan van belang een methode te vinden om in de dataset de onderlinge samenhang tussen berichten, met name die tussen de bronberichten en/of retweets en de reacties daarop, inzichtelijk te maken (zie ook Zubiaga et al., 2015, 2016). Op dit

moment zijn veelgebruikte socialmediamonitoringtools hiervoor nog niet volledig uitgerust. Reacties op berichten die niet de gebruikte zoektermen bevatten (bijv. ‘vind ik ook!’) worden bijvoorbeeld niet automatisch opgehaald. In ander onderzoek waarin de onderzoeksdata uit Twitterberichten bestaan, gebeurt het verzamelen van interacties op Twitter dan ook nog voornamelijk handmatig (zie bijv. Zubiaga et al., 2015).

### ***Inzichten voor de crisiscommunicatieprofessional***

Communicatie- en veiligheidsadviseurs hebben door de invloed van social media met een veranderde interactionele context van doen. In crisissituaties kunnen geruchten in belangrijke mate bijdragen aan maatschappelijke onrust. Het is daarom voor de crisiscommunicatieprofessionals van belang om inzicht te hebben in de manier waarop geruchten ontstaan om hier tijdig en adequaat op in te kunnen spelen. Dit onderzoek laat zien dat een gerucht niet ineens tot stand komt op het moment dat er een onwaarheid wordt uitgesproken. Zo werd in de casus van Ruben en Julian al eerder op impliciete wijze gezinspeeld op mogelijke scenario's, waardoor een voedingsbodemp werd gecreëerd voor het gerucht. Door inzicht te hebben in dergelijke discursieve principes, kunnen crisiscommunicatieprofessionals potentiële geruchten mogelijk eerder herkennen en hierop anticiperen. Zo zou het opmerken van discursieve strategieën die kunnen duiden op beginnende geruchtvorming, aanleiding kunnen zijn om autoriteiten te adviseren sneller over te gaan tot het geven van (proces)informatie.

Bovendien is voor de communicatieprofessional ook van belang dat sprekers gebruik kunnen maken van discursieve strategieën – zoals het doen van tegengestelde beweringen – die zorgen dat een gerucht kan blijven sluimeren. Het simpelweg weerleggen van het gerucht door autoriteiten is dan niet altijd voldoende. Het is van belang dat ook bij het opstellen van de berichten die door de autoriteiten worden uitgebracht, zorgvuldig wordt gekeken naar de wijze van formuleren. Zo kan, zoals blijkt uit dit onderzoek, het woord ‘nog’ de suggestie wekken dat de situatie nog aan verandering onderhevig is en dus afsluiting van het gerucht verhinderen. Om twijfel te voorkomen kan het woord ‘nog’ bij het doen van uitspraken over de huidige stand van zaken mogelijk dus beter worden gemedend.

Ook geeft dit onderzoek inzicht in een aantal specifieke gespreksdilemma's waarmee twitteraars te maken hebben wanneer zij betrokken zijn bij geruchtvorming, namelijk de zorg verantwoordelijk te kunnen worden gehouden voor het verspreiden van onjuiste informatie en om over te komen als sensatiebelust, in plaats van kritisch en geïnteresseerd. Door bepaalde communicatiedilemma's beter te diagnosticeren door onder andere te kijken naar het taalgebruik, kan de reactie beter worden afgestemd op de berichten die door het publiek worden geplaatst. Om geruchtvorming te stoppen of te verminderen kan ook expliciet worden gewezen op de kritische houding die veel twitteraars hanteren ten aanzien van een bepaald gerucht, waarmee mensen bewust worden gemaakt van de discutabele status van de berichtgeving.

Naar aanleiding van deze bevindingen hebben de onderzoekers een training ontwikkeld voor crisiscommunicatieprofessionals in het publieke domein, waarbij de deelnemers bewust worden van de noodzaak deel te nemen aan discussies op social media door te oefenen met het analyseren van berichten. Op basis van de verkregen inzichten wordt hen gevraagd een reactie te formuleren op de discussie die plaatsvindt. De opdracht is hierbij rekening te houden met de gevoeligheden die naar voren kwamen in het discours. De training is reeds succesvol toegepast bij onder andere de Nationale Politie.

## Noten

- 1 De in deze paragraaf genoemde aantallen retweets betreffen alleen identieke retweets en dus niet retweets waaraan een commentaar is toegevoegd.
- 2 De in deze paragraaf genoemde aantallen retweets betreffen alleen identieke retweets en dus niet retweets waaraan een commentaar is toegevoegd.

## Literatuur

- Aarts, N., & Van Woerkum, C. (2008). Staying connected: The communication between organizations and their environment. *Corporate Communications: An International Journal*, 13(2), 197-211.
- Alexander, D. E. (2014). Social media in disaster risk reduction and crisis management. *Science and Engineering Ethics*, 20, 717-733.
- Allport, G. W., & L. J. Postman (1947). *The psychology of rumor*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Boin, A., P. 't Hart, E. Stern, & B. Sundelius (2005). *The Politics of Crisis Management: Public Leadership Under Pressure*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bouwman, L. I., H., Te Molder, M., Koelen, M., & Van Woerkum, C. J. M. (2009). I eat healthfully but I am not a freak. Consumers' everyday life perspective on healthful eating. *Appetite*, 53(3), 390-398.
- Castillo, C., M. Mendoza & B. Poblete (2011). Information credibility on Twitter. *Proceedings of the 20<sup>th</sup> International Conference on World Wide Web*. Hyderabad, India, 28 maart-21 april 2011.
- Commissie 'Project X' Haren (2013). *Twee werelden. You only live once*. Hoofdrapport Commissie 'Project X' Haren, maart 2013. Den Haag: Rijksoverheid.
- Edwards, D. (1997). *Discourse & Cognition*. Londen: Sage.
- Edwards, D., & Potter, J. (2001). Discursive Psychology. In: A. McHoul & M. Rapley (Eds.), *How to analyse talk in institutional settings. A casebook of methods* (pp. 12-14). Londen: Continuum International Publishing Group.
- Freberg, K., Palenchar, M. J., & Veil, S. R. (2013). Managing and sharing H1N1 crisis information using social media bookmarking services. *Public Relations Review*, 39, 178-184.
- Gilbert, G. N., & Mulkey, M. (1984). *Opening Pandora's box: a Sociological Analysis of Scientists' Discourse*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Goffmann, E. (1981). *Forms of talk*. Oxford: Basil Blackwell.
- Raymond, G., & Heritage, J. (2006). The Epistemics of Social Relations: Owing Grandchildren. *Language in Society*, 35, 677-705.
- Honeycutt, C., & Herring, S. C. (2009). Beyond Microblogging: Conversation and Collaboration via Twitter. In: *Proceedings of the Forty-Second Hawai'i International Conference on System Sciences (HICSS-42)*. Los Alamitos, CA: IEEE Press.

- Hutchby, I., & Wooffitt, R. (2008). *Conversation Analysis*. Cambridge: Polity Press.
- Johannink, R., & Rensen, J. (2014). *Sociale media veranderen het veiligheidsdomein*. Arnhem: IFV en VDMMP.
- Jong, W., & Dückers, M. L. A. (2016). Self-correcting mechanisms and echo-effects in social media: An analysis of the “gunman in the newsroom” crisis. *Computers in Human Behavior*, 59, 334-341.
- Klarenbeek, A. (2012) *Crisis in aantocht! Een interactieel perspectief op crisiscommunicatie* (diss. Wageningen).
- Kwon, S., Cha, M., Jung, K., Chen, W., & Wang, Y. (2013). Prominent features of rumor propagation in online social media. In: *IEEE 13<sup>th</sup> International Conference on Data Mining (ICDM '13)* (pp. 1103-1108).
- Liu, B. F., Austin, L., & Jin, Y. (2011). How publics respond to crisis communication strategies: The interplay of information form and source. *Public Relations Review*, 37, 345-353.
- Mendoza, M., Poblete, B., & Castillo, C. (2010). Twitter under crisis: Can we trust what we RT? *1st Workshop on Social Media Analytics (SOMA '10)*. Washington, DC, USA, 25 juli 2010.
- Meredith, J., & Potter, P. (2012). Conversation analysis and electronic interactions: Methodological, analytic and technological considerations. In: H. L. Lim & F. Sudweeks (Eds.), *Innovative Methods and Technologies for Electronic Discourse Analysis* (pp. 370-393). Hershey, PA: IGI Global.
- Maddock, J., Starbird, K., Al-Hassani, H., Sandoval, D. E., Orand, M., & Mason, R. M. (2015). Characterizing online rumoring behavior using multi-dimensional signatures. In: *Proceedings of the 18th ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work & Social Computing*, februari 2015 (pp. 228-241).
- Nationaal Crisiscentrum (2010). *Visie op sociale media & crisiscommunicatie*. Den Haag: Rijksoverheid.
- Pomerantz, A. (1984). Giving a source of basis: the practice in conversation of telling “how I know”. *Journal of Pragmatics*, 8, 607-25.
- Potter, J. (1996). *Representing Reality. Discourse, Rhetoric and Social Construction*. Londen: SAGE Publications Ltd.
- Potter, J., & Edwards, D. (2001). Discursive Social Psychology. In: W.P. Robinson & H. Giles (Eds.), *The New Handbook of Language and Social Psychology* (pp. 103-118). London: Wiley.
- Regtvoort, F., & Siepel, H. (2014). *Risico- en crisiscommunicatie*. Bussum: Uitgeverij Coutinho.
- Rosenthal, U., Comfort, K., & Boin, A. (2001). *Managing Crises: Threats, Dilemmas, Opportunities*. Illinois, USA: Springfield.
- Shibutani, T. (1966). *Improvised news: a sociological study of rumor*. Indianapolis: Bobs-Merrill.
- Sneijder, P., Lamerichs, J., Te Molder, H. F. M., Koelen, M. A., & Van Nierop, P. (2007). *LIFE: Handleiding Discursieve Actie Methode*. Wageningen: Wageningen University.
- Sneijder, P., Harmelink, M., Stinesen, B. (2016). Mobilization On Social Media: A Discursive Psychological Analysis Of Facebook Discourse Related To Earthquakes Caused By Natural Gas Extraction In The Netherlands. *Euprera Conference*, Groningen, 29-30 september 2016.
- Swanborn, P. G. (2000). *Case-study's: Wat, wanneer en hoe?* Amsterdam: Boom.
- Takahashi, B., Tandoc, E. C., & Carmichael, C. (2015). Communicating on Twitter during a disaster: An analysis of tweets during Typhoon Haiyan in the Philippines. *Computers in human behavior*, 50, 392-398.
- Te Molder, H. F. M. (2009). Discourse theory and analysis. In: S.W. Littlejohn & K. Foss (Eds.), *Encyclopedia of Communication Theory* (pp. 231-269). Londen: Sage.
- Tholander, M. (2003). Pupils' gossip as remedial action. *Discourse Studies*, 5(1), 101-129.
- Utz, S., F. Schultz, & S. Glocka (2013). Crisis communication online: How medium, crisis type and emotions affected public reactions in the Fukushima Daiichi nuclear disaster. *Public Relations Review*, 39, 40-46.
- Van der Meer, T. G. L. A., & Verhoeven, P. (2013). Public framing organizational crisis situations: social media versus news media. *Public Relations Review*, 39, 229-231.
- Westerman, D., Spence, P. R., & Van der Heide, B. (2014). Social media as information source: recency of updates of credibility of information. *Journal of Computer-mediated Communication*, 19(2), 171-183.
- Wetherell, M., & Potter, J. (1992). *Mapping the language of racism. Discourse and the legitimization of exploitation*. New York: Columbia University Press.
- Wijckhuijs, V., & Van Duin, M. (2015). Geen minicrisis is hetzelfde, en toch hebben ze veel gemeen. *Cogiscope*, 0/15.

- Zubiaga, A., Liakata, M., Procter, R. N., Bontcheva, K., & Tolmie, P. (2015). Towards detecting rumours in social media. *AAAI Workshop on AI for Cities*, Austin, Texas, januari 2015.
- Zubiaga, A., Liakata, M., Procter, R. N., Sak Hoi, W., & Tolmie, P. (2016). Analysing how people orient to and spread rumours in social media by looking at conversational threads. *PLoS One*, 11(3), published online.