



# One More Thing

Een discoursanalyse van de verwachtingen rondom de Apple Watch in de Nederlandse kranten.



Student: Redmar Legius 3591832

Studie: Liberal Arts and Sciences. Hoofdrichting NMDC

Begeleidster: Karin van Es

Periode: 2015-2016 Blok 1

Inleverdatum 30-10-2015

Aantal woorden: 7614

## Abstract

In dit onderzoek wordt door middel van de identificatie van interpretatieve repertoires onderzocht hoe het publieke discours rondom de lancering van de Apple Watch in Nederland eruit ziet. Hiervoor zijn krantenartikelen over de Apple Watch uit de vier grootste kranten in Nederland (respectievelijk de Telegraaf, De Volkskrant, het Algemeen Dagblad en het NRC Handelsblad) in een afgebakende periode geanalyseerd. Door middel van een interpretatief schema zijn verschillende terugkerende thema's die in de krantenartikelen naar voren komen vastgesteld. De belangrijkste interpretatieve repertoires die binnen deze thema's naar voren komen vormen samen het publieke discours. Hierin is onderscheid te maken in een utopisch en dystopisch deel van het discours. Het utopische deel van het discours kenmerkt zich door de focus op technologische mogelijkheden en medische en fitness toepassingen van de Apple Watch. Het dystopische deel van het discours kenmerkt zich door het betwijfelen van de toegevoegde waarde van de Apple Watch en de negatieve werking die het medium heeft op de productiviteit, het sociale gedrag en de concentratie van de gebruiker. Het discours rondom de Apple Watch in de Nederlandse kranten kent zo een verdeeld veld dat gekenmerkt wordt door utopische en dystopische verwachtingen. In de traditie van eerdere introducties van nieuwe technologieën spelen op deze manier de verwachtingen rondom de Apple Watch (technologisch imaginair) een grote rol in de beeldvorming rondom het nieuwe medium. Te verwachten is dat ook de ontwikkeling van de Apple Watch hierdoor beïnvloedt zal worden.

## Inhoudsopgave

Abstract .....	2
1. Inleiding .....	4
1.1 Introductie .....	4
1.2 Probleemstelling.....	5
1.3 Wetenschappelijke positionering.....	5
3. Methode: interpretatieve repertoire analyse .....	8
3.1 Wat is een interpretatieve repertoire? .....	8
3.2 Hoe kunnen we interpretatieve repertoires identificeren? .....	9
3.3 Het corpus .....	10
4. Analyse: de bouwstenen van het discours .....	13
4.1 De technische mogelijkheden .....	13
4.2 Het medische aspect .....	15
4.3 Het design.....	16
4.4 De verkoop .....	16
4.5 De toegevoegde waarde .....	17
4.6 Het sociale aspect.....	18
4.7 Privacyaspecten.....	18
5. Het discours: een samenstelling van interpretatieve repertoires .....	20
5.1 Utopisch en dystopisch discours .....	20
5.2 Derde manier van spreken binnen het discours .....	21
5.3 Dominante pennen.....	22
6. Conclusie .....	23
7. Literatuurlijst .....	25
7.1 Literatuurlijst: Krantenartikelen .....	27
Bijlage 1: Interpretatief schema .....	29

# One More Thing

Een discoursanalyse van de verwachtingen rondom de Apple Watch in de Nederlandse kranten.

## 1. Inleiding

### 1.1 Introductie

In de lente van 2014 laat Tim Cook, CEO van Apple, *The Wall Street Journal* weten dat het bedrijf van plan is om later dat jaar een geheel nieuw product te lanceren. Geruchten gaan er dan al sinds 2011 over een nieuw product. Er wordt gespeculeerd over een Apple *wearable*, een apparaat dat op het lichaam gedragen wordt (Wray, 2011). *The New York Times* meldt in 2013 dat Apple inderdaad begonnen is met het ontwikkelen van een zogenaamde *smartwatch*, een horloge dat bewapend zal gaan worden met een eigen besturingssysteem, vergelijkbaar met de “slimme” uurwerken die James Bond en Inspector Gadget ooit al om hun pols droegen (Bilton, 2013).

Een jaar later, op 9 september 2014 toont Tim Cook de iPhone 6 aan het publiek. Zoals altijd gebeurt dit in een grootste presentatie die via een livestream te volgen is, met veel journalisten en Apple-fans in de zaal. De 6<sup>e</sup> generatie van de immens succesvolle smartphone van Apple wordt enthousiast onthaald. Maar er is meer. Cook onthult “het volgende hoofdstuk in het verhaal van Apple”. De Apple Watch. Later in de presentatie wordt de nadruk gelegd op de nieuwe, intieme manier om te communiceren direct vanaf je pols. Ook wordt de focus gelegd op de “*fitness & health*” mogelijkheden van het apparaat. Bovenal wordt de Apple Watch gepresenteerd als Apple’s meest persoonlijke apparaat ooit (Apple, 2014). Met deze presentatie geeft Tim Cook het startschot voor het debat rond dit nieuwe product. Apple zal uiteraard het liefste zien dat deze nieuwe technologie een plaats zal vinden in de maatschappij, het liefst centraal in het dagelijks leven.

De televisie is een goed voorbeeld van een medium dat hierin geslaagd is, deze kreeg in amper acht jaar (1948-1955) een centrale rol in de woonkamer bij twee derde van de Amerikaanse gezinnen (Spigel, 1992). In deze studie zal gekeken worden hoe de Apple Watch ontvangen wordt door de Nederlandse kranten. Gekeken wordt naar hoe er gesproken wordt over de Apple Watch en of er in dit discours verwachtingen te identificeren zijn. De grote media-aandacht rondom de Apple presentatie maakt dat de smartwatch meteen in de spotlight staat, maar daarmee ook onder het vergrootglas wordt geplaatst. Hoe er over dit nieuwe medium gesproken wordt heeft een grote invloed op de positieve of negatieve ontvangst van de nieuwe technologie door het publiek, nieuwe technologieën verspreiden zich immers via mond op mond-reclame. De nieuwe technologieën worden neergezet in het populair en academisch discours (Schäfer, 2011, p. 25).

## 1.2 Probleemstelling

In deze studie zal de volgende hoofdvraag onderzocht worden:

Hoe wordt er in Nederlandse kranten over de Apple Watch gesproken en welke verwachtingen zijn er te identificeren in dit discours?

Om deze vraag te beantwoorden wordt het populaire discours geanalyseerd door middel van de identificatie van interpretatieve repertoires. De gehanteerde methode zal in het hoofdstuk 3 “methode: interpretatieve repertoire analyse” worden beschreven.

Dit paper is als volgt opgebouwd: Allereerst zal onderstaand de wetenschappelijke positionering van deze studie uiteengezet worden. Daarna wordt in hoofdstuk 2 het technologisch imaginair als theoretisch kader van deze studie uitgelegd. Het technologisch imaginair is een essentieel concept in deze studie naar de verwachtingen omtrent een nieuw medium. De bijbehorende deelvraag is dan ook: wat is het technologisch imaginair en waarom is het van belang bij dit concept stil te staan? In hoofdstuk 4 wordt vervolgens de analyse uitgevoerd. Hier worden krantenartikelen van vier verschillende Nederlandse kranten geanalyseerd en de resultaten van deze analyse gepresenteerd aan de hand van de verschillende terugkerende thema’s die zijn gevonden in de artikelen. Hiervoor is een interpretatief schema gebruikt, dit schema is terug te vinden in bijlage 1. De deelvraag die hier wordt beantwoord is: Welke interpretatieve repertoires over de Apple Watch zijn er te identificeren in de Nederlandse kranten? In hoofdstuk 5 worden de gevonden interpretatieve repertoires samengebracht en wordt de opbouw van het publieke discours over de Apple Watch besproken. De deelvraag: Hoe is het publieke discours over Apple Watch opgebouwd? wordt in hoofdstuk 5 beantwoord. Tot slot volgt de conclusie van deze studie waarin de hoofdvraag wordt beantwoord in hoofdstuk 6.

## 1.3 Wetenschappelijke positionering

In de geschiedenis zien we dat het debat rondom nieuwe media een grote rol speelt in de ontwikkeling van een technologie en de manier waarop de technologie een plaats krijgt in de samenleving. Lynn Spigel onderzoekt in haar boek *Make Room for TV* (1992) hoe het televisietoestel in het tijdsbestek van een enkel decennium een centrale rol in de woonkamer en het alledaagse leven kreeg. Ze kijkt ook naar de verwachtingen die Amerikanen hadden rondom dit nieuwe medium toen het geïntroduceerd werd. Ze identificeert daarbij zowel angsten als hoop en put voor deze uitgebreide analyse uit veel populaire bronnen die destijds het debat rondom de televisie als nieuw medium vormden (Spigel, 1992). Socioloog Patrice Flichy kijkt in zijn boek *The Internet Imaginaire* naar de

verschillende discoursen rondom het internet en hoe de (vaak) utopische verwachtingen rondom internet de investeringen in- en daarmee de ontwikkeling van- het wereldwijde netwerk in een stroomversnelling plaatste (Flichy, 2009). De verwachtingen rondom technologie, vaak ruw in te delen in een tweedeling van utopische en dystopische discoursen, wordt ook wel *technologisch imaginair* genoemd. Carolyn Marvin (1997) en Langdon Winner (1986), identificeerden net als Flichy dit imaginair als invloedrijk element in de ontwikkeling van zowel de computer als de telefoon.

De onderzoekers kijken in deze voorbeelden naar het debat rondom de lancering van de technologie en de manier waarop verwachtingen daarin hun plaats hadden. Zo wordt er niet alleen een idee gegeven hoe er over een nieuw medium gesproken werd, maar ook hoe de verschillende discoursen hun uitwerking hebben gehad op de ontwikkeling van de technologie en de plaats die het inneemt in de maatschappij. Hierin zijn terugkerende elementen te vinden bij verschillende media, en speelt de verwachting en hoop (technologisch imaginair) een grote rol. Het belang van het concept technologisch imaginair wordt door Carolyn Marvin in haar boek *When Old Technologies Were New: Thinking About Electric Communication in the Nineteenth Century* (1988) duidelijk. Lister et al. zetten de bevindingen van Carolyn Marvin op een heldere manier uiteen. Zij benoemen dat het verschijnen van een nieuw medium een soort gelegenheid voor een “drama” wordt, waarbij bestaande groepen en hiërarchieën binnen een samenleving proberen om de nieuwe technologie op te nemen in hun vertrouwde werelden, rituelen en gewoonten. Aan de ene kant werkt een samenleving aan gebruik maken van de nieuwe technologie om oude en bestaande sociale functies te vervullen, terwijl tegelijkertijd de angsten over de eigen stabiliteit en de reeds bestaande sociale spanningen worden geprojecteerd op de nieuwe technologie (Lister et al p. 71). Hier zien we dat bij de intrede van een nieuwe technologie de verwachtingen en angsten rondom deze nieuwe technologie (het technologisch imaginair) een rol spelen in de worsteling of en hoe de technologie wordt geïntegreerd in het dagelijkse leven. Om te begrijpen hoe de Apple Watch als nieuw medium wordt opgenomen in de Nederlandse samenleving is daarom een analyse van de manier waarop er over deze nieuwe technologie wordt geschreven relevant. Op deze manier wordt een beter inzicht in het zich nog ontvouwende debat en de verwachting rondom de Apple Watch in het publieke debat mogelijk gemaakt.

Dit onderzoek gaat uit van een sociaal-constructivistische visie. Deze visie is gefundeerd op de overtuiging dat de mens en het handelen van de mens vorm geven aan zowel cultuur, het sociale leven alsook de technologie (Brey 1997, p. 98-99). De mens heeft zowel bewust als onbewust invloed op de manier waarop technologieën geconstrueerd worden. Discoursen, de manier waarop er gesproken wordt over bijvoorbeeld technologie, hebben hier sterke invloed op. Discoursen hebben volgens Jørgensen en Phillips immers overal hun invloed op en staan daarnaast feitelijk nooit geheel vast (2002, p. 64).

## 2. Theoretisch kader: Het technologisch imaginair

Om de onderzoeksvraag te beantwoorden is het uiteenzetten van het theoretische concept “technologisch imaginair” noodzakelijk vanwege de directe links tussen technologie en verwachtingen. In deze paragraaf zal deze theorie uiteengezet worden.

De opkomst van nieuwe technologieën en de ontwikkeling daarvan, gaat altijd gepaard met een manier van denken en spreken over deze nieuwe technologieën. Nieuwe technologieën verspreiden zich via mond op mond-reclame. Zoals bovenstaand benoemd worden nieuwe technologieën neergezet in het populair en academisch discours (Schäfer, 2011, p. 25). De verwachtingen rondom technologie, vaak in te delen in een tweedeling van utopische en dystopische discourses, wordt ook wel *technologisch imaginair* genoemd.

Een discours rondom een nieuwe technologie wordt vaak gekenmerkt door utopische beelden over hoe het 'nieuwe' een verbetering zal zijn van het 'oude'. Dit concept, waarin hoop op verbetering voort lijkt te komen uit onvrede met de huidige situatie, wordt door Lister et al. (2009) aangeduid als het technologisch imaginair. Utopische denkers rondom het fenomeen participatiecultuur in het digitale tijdperk omarmen bijvoorbeeld de mogelijkheden tot grotere participatie door een nieuw medium. Zij vinden dat “het medialandschap democratischer wordt” door een nieuw medium als meer lagen van de bevolking de kans krijgen te participeren door het nieuwe medium. Er kan echter ook sprake zijn van een minder positieve vorm van spreken over een nieuwe technologie in relatie tot bovenstaand voorbeeld. Dystopische denkers denken hier niet dat elk nieuw medium verbetering van de huidige situatie geeft, en wijzen er bijvoorbeeld op dat meer participatie door gebruikers in een nieuw medium bedrijven de mogelijkheid geeft om privacygevoelige data te verzamelen Dit is dus een veel negatievere manier van het spreken over een nieuw medium (Müller, 2009, p. 49).

Het technologisch imaginair vormt een belangrijk begrip binnen de mediawetenschappen. Het begrip kent zijn oorsprong in de Lacaniaanse psychoanalyse. Volgens Jacques Lacan is het verlangen naar vernieuwing en verbetering een eigenschap die de mens kenmerkt. Het imaginair gaat om het verlangen naar een verbetering van een onvolledige en onbevredigende situatie. Lacan beschrijft het zogenaamde spiegelstadium van een kind (Lacan, 1949). Wanneer een kind in de spiegel kijkt en zijn reflectie ziet, zal het kind zich gaan identificeren met het beeld in de spiegel. Het is een fase waarin het kind zijn verlangen en hoop (utopie), maar zeker ook angst (dystopie) projecteert op de eigen reflectie in de spiegel (“de ander”).

Ook op technologie lijkt dit streven naar “volledigheid” toe te passen. Ontevredenheid over de huidige situatie zou leiden tot de hoop op een betere samenleving via nieuwe technologie. Het imaginair verwijst dan naar representaties, ideeën van hoop en afbeeldingen die dit streven

belichamen (Lister et al., 2009, p. 67). Hier worden hoop, verlangens en vrezen geprojecteerd op een technologie zoals een kind dat doet op zijn eigen reflectie. Het discours speelt hier een voorname rol in. Wat er wordt gezegd en op welke wijze dit gebeurt bepaald immers onze werkelijkheid (Foucault, 1971).

Dit kan leiden tot utopische toekomstvisies, die een sneeuwbaaleffect kunnen creëren waarin verwachting na verwachting wordt opgestapeld. Uiteindelijk kunnen de verwachtingen vervolgens hoger zijn dan ooit waargemaakt kan worden. Positieve verwachtingen omtrent een nieuwe technologie kunnen investeerders aantrekken. Patrice Flichy stelt dat het internet een duidelijk voorbeeld is van dit fenomeen. Door het analyseren van zowel het wetenschappelijke als het populaire discours in de jaren '90 betoogt hij dat er een hoge verwachting en een gezamenlijke visie ontstond. Hij spreekt zelfs van een verbeelding van een technologische utopie. Het was dit 'imaginair' van het internet dat volgens Flichy als een oplossing voor alles werd gezien, het imaginair zorgde zo voor de enorme groei van de investeringen in alles wat te maken had met het internet (Flichy, 2007). Deze investeringen leidden uiteindelijk een omslagpunt in, toen de zogenoemde internetbubbel uiteenspatte. In de herfst van 2001 concludeerden velen dat het internet "overhyped" was, en investeerders in internetbedrijven (of: dotcoms) lieten hun investeringen massaal vallen (shakeouts). Deze periode staat alom bekend als de "dotcom bubble burst". (O'Reilly, 2007, p. 1) Extra interessant is dat dit echter juist een teken aan de wand kan zijn: "in fact bubbles and consequent shakeouts appear to be a common feature of all technological revolutions" (Ibidem).

### 3. Methode: interpretatieve repertoire analyse

De methode die zal worden gehanteerd in deze studie is een discoursanalyse op basis van interpretatieve repertoires. Onderstaand zal eerst uiteengezet worden wat een interpretatieve repertoire is, daarna hoe een interpretatieve repertoire geïdentificeerd kan worden en daarna op welk corpus de interpretatieve repertoire analyse wordt toegepast en waarom juist dit corpus is gekozen om de hoofdvraag te beantwoorden.

#### 3.1 Wat is een interpretatieve repertoire?

Een interpretatieve repertoire is een theoretisch en analytisch concept dat in verschillende vormen van discoursanalyse wordt gebruikt (McKenzie 2005, p. 221). De verschillende manieren van spreken over een onderwerp, gebeurtenis of object worden interpretatieve repertoires genoemd. Het concept werd volgens Wetherell, Taylor en Yates als eerst gebruikt binnen de sociologie door Gilbert & Mulkey in hun boek *Opening Pandora's box* (Wetherell, Taylor & Yates, 2001, p.197). Het identificeren en analyseren van deze interpretatieve repertoires vormt een belangrijke methodologische component van discoursanalyse (McKenzie 2005, p. 222). In deze scriptie worden interpretatieve repertoires als



onderdeel van een discoursanalyse gebruikt om antwoord te geven op de vraag op welke manier er over de Apple Watch wordt gesproken in Nederland rondom de lancering en welke verwachtingen er te identificeren zijn in dit discours. Door het herkennen en benoemen van verschillende interpretatieve repertoires kan geïdentificeerd worden op welke verschillende manieren over de Apple Watch, als nieuw medium, gesproken wordt. Hierin zijn terugkerende elementen te vinden bij verschillende media, en speelt ook het technologisch imaginair een rol.

Interpretatieve repertoires zijn zoals gezegd samenhangende manieren om over een object of de wereld te praten. Het zijn de bouwstenen van het gesprek over een bepaald thema, deze bouwstenen worden samen ook wel een discours genoemd (McKenzie, 2005, p.221). Interpretatieve repertoires zijn een essentieel deel van de “common sense” van de gemeenschap, ze zorgen voor een basis van een gemeenschappelijke sociaal begrip. Als mensen over iets praten, doen ze dat op een manier die hen al wordt aangereikt door de het verleden. Veel is repetitie. Gesprekken en teksten in de breedste zin van het woord bestaan vaak uit quotes van verschillende interpretatieve repertoires (Wetherell, Taylor & Yates, 2001, p.198).

Interpretatieve repertoires vertonen veel gelijkenissen met discoursen. Beide concepten beroepen zich op bewaarplaatsen van betekenis (Wetherell, Taylor & Yates, 2001, p.202). Met andere woorden gaan zowel discoursen als interpretatieve repertoires beiden in op de onderscheidende manier waarop over gebeurtenissen of objecten in de wereld gesproken wordt. Beide concepten zijn gewijd of gebonden aan het concept ideologie. McKenzie noemt interpretatieve repertoires onderdeel van discoursanalyse. In *Discourse as Data: a guide for analysis* wordt een onderscheid gemaakt tussen interpretatieve repertoires en discoursen. Er wordt benoemd dat interpretatieve repertoires meer gefragmenteerd en minder samenhangend zijn, waar discoursen worden gezien als meer coherent en vormend voor een groter geheel (Wetherell, Taylor & Yates, 2001, p. 202). In dit onderzoek over de Apple Watch wordt echter uitgegaan van de veronderstelling dat meerdere interpretatieve repertoires juist samen een discours vormen, zoals McKenzie in haar artikel *Interpretative Repertoires* benoemd (McKenzie, 2005, p.1). Hoopvolle (utopische) en negatieve of angstige (dystopische) manieren van spreken over een nieuwe technologie kunnen de opbouw van het publieke discours als geheel kenmerken. Op deze wijze zullen in deze studie de gevonden interpretatieve repertoires een indruk kunnen geven van het discours rondom de Apple Watch in Nederlandse kranten.

### 3.2 Hoe kunnen we interpretatieve repertoires identificeren?

Het lastig om te bepalen waar de grens ligt tussen het ene interpretatieve repertoire en het andere interpretatieve repertoire. Door middel van het opstellen en telkens bijstellen van interpreterende schema's kan een onderscheid gemaakt worden tussen de verschillende interpretatieve repertoires

(Wetherell, Taylor & Yates, 2001, p. 198). Volgens Wetherell, Taylor & Yates is de beste manier om interpretatieve repertoires te spotten bekendheid met je data (Ibidem). Daarom worden in deze analyse een beperkt aantal artikelen binnen een bepaalde tijdsperiode geanalyseerd. Door middel van grondige analyse kunnen door middel van het interpretatieve schema (zie bijlage 1) patronen, stijlfiguren, beelden, metaforen of uitdrukkingen herkend worden (Wetherell, Taylor & Yates, 2001, p.199).

McKenzie geeft een aantal vereisten waaraan de dataverzameling en analyse bij een discoursanalyse moet voldoen. Zij zegt onder andere dat gefocust moet worden op variaties in de manier waarop het discours geconstrueerd is, om te begrijpen wat de uitgangspunten van de verschillende versies zijn (McKenzie, 2005, p.3). Dit houdt in dat gekeken moet worden naar de context van bijvoorbeeld de auteur, het proces van productie, maar ook receptie. Daarnaast geeft McKenzie aan dat het van belang is niet te parafraseren maar met voorbeelden van taal, zoals het gebruikt wordt in de teksten, te werken. In dit onderzoek zal daarom veel gebruik gemaakt worden van letterlijke citaten en voorbeelden om dicht bij de oorspronkelijke betekenis van de tekst te blijven.

### 3.3 Het corpus

Om te analyseren waaruit het populaire discours rondom de Apple Watch bestaat zal er gekeken worden naar artikelen in de vier kranten in Nederland met de grootste oplage (respectievelijk het *Algemeen Dagblad*, *De Telegraaf*, *de Volkskrant* en het *NRC Handelsblad*). Naar deze kranten wordt gekeken omdat zij een groot bereik hebben en binnen het publieke debat gezien kunnen worden als een grote verstrekker van “bouwstenen” waarmee debatten rondom een bepaald thema geconstrueerd worden.

De vier kranten (*Algemeen Dagblad*, *De Telegraaf*, *De Volkskrant* en *het NRC Handelsblad*) vormen samen “de grote vier”. Samen beheersen zij tachtig procent van de landelijke markt. (Bardoel, 2002, p. 82). De redacties van de vier kranten houden elkaar scherp in de gaten om onderscheidend te zijn. Ze willen uniek nieuws, eigenzinnige invalshoeken en scoops kunnen brengen die onderscheidend zijn ten opzichte van de andere kranten. Dit levert volgens Bardoel nog altijd een behoorlijk pluriforme situatie op (2002, p. 83). Ook qua ideologie en lezersprofiel is het bekijken van deze vier kranten waardevol. *Het NRC Handelsblad* (tamelijk liberaal) en *de Volkskrant* (van origine onderdeel van de christelijke zuil) richten zich bijvoorbeeld op de hoger opgeleiden en worden vaak kwaliteitskranten genoemd (Kussendrager, van der Lugt & Rogmans, 2007, p. 26-28). *De Telegraaf* staat daarentegen meer bekend als populair en gericht op sensatie (Kussendrager, van der Lugt & Rogmans, 2007, p. 21). De verschillen zijn echter relatief: vergeleken met populaire kranten in het buitenland zou *de Telegraaf* echter zeker gezien moeten worden als kwaliteitskrant (Ibidem). *Het Algemeen Dagblad*

kenmerkt zich door expliciet neutraal te zijn en richt zich net als *de Telegraaf* op populair nieuws. Het is een krant die veel gelezen wordt in de drie grootste steden van Nederland (Bardoel, 2002, p. 72). Het belangrijkste verschil is echter de lezerskring van *het AD* en *de Telegraaf* als een dwarsdoorsnede van de Nederlandse bevolking gezien zou kunnen worden, bij *het NRC* en *de Volkskrant* zijn de hogere inkomens en opleidingscategorieën flink oververtegenwoordigd. (Bakker, Scholten & Dijks, p. 7). Deze samenstelling van kranten vormt samen een interessant corpus voor dit onderzoek omdat het de meest gelezen kranten in Nederland zijn, die zowel populair nieuws als nieuws dat meer gericht is op hoogopgeleiden brengen, waardoor een algemeen beeld van het debat in de Nederlandse kranten gevormd kan worden.

Om het discours rondom de Apple Watch te analyseren is ervoor gekozen om de artikelen te analyseren die tussen de wereldwijde bekendmaking op 9 september 2014 (Apple, 2014) en de start van de verkoop in Nederland op 17 juli 2015 gepubliceerd zijn. Voor deze periode is gekozen omdat er in het onderzoek gefocust wordt op de verwachtingen omtrent dit nieuwe medium. De afgebakende periode zal de meeste artikelen bevatten waarin er wordt geanticipeerd op de komst van de Apple Watch in Nederland. Op deze manier worden de artikelen gevonden waarin de grootste kans bestaat dat er een verwachting over de Apple Watch wordt uitgesproken. Omdat de Apple Watch tijdens deze periode nog niet was gelanceerd in Nederland zal het in deze periode minder vaak gaan om een productreview, die voor dit onderzoek minder interessant zijn.

Voor het vinden van de artikelen in populaire media zal de krantenbank van de databank LexisNexis geraadpleegd worden. Een voordeel van het gebruik van een databank als LexisNexis is dat het een enkele databank voor veel kranten is, het biedt de mogelijkheid tot doorzoeken van de kranten en het is mogelijk een periode af te bakenen waarin gezocht moet worden. Een nadeel is dat alleen de tekst te zien is zoals deze in de krant heeft gestaan. Eventuele context die in elk debat zeker belangrijk kan zijn, valt weg. Er zijn bijvoorbeeld geen illustraties te zien via LexisNexis, en buiten het paginanummer valt er ook niets te zeggen over de opmaak van het artikel en de pagina. Dit is een duidelijke tekortkoming van het gebruik maken van een online krantenbank. Het verzamelen van alle fysieke kranten voor de onderzochte periode zou echter niet uitvoerbaar zijn binnen de beperkte onderzoeksperiode van dit onderzoek.

Een zoekopdracht naar "Apple Watch" in de periode tussen 9-9-2014 en 17-7-2015 in de vier kranten levert 125 resultaten op. Hierna is er een eerste filtering uitgevoerd: na het doorlezen van elk artikel is er bepaald of er in het artikel een verwachting of mening over de Apple Watch wordt uitgesproken of niet. Als er geen verwachting, mening of oordeel over het product gegeven wordt (denk aan een kort persbericht, of een beursbericht over de aandelenmarkt) zal deze niet verder geanalyseerd worden. Op deze manier wordt er een snelle scheiding gemaakt tussen de voor dit onderzoek relevante en minder relevante artikelen. Dit heeft geleid tot een corpus van 44 artikelen

waaruit verwachtingen gedestilleerd kunnen worden. Dit zal het corpus vormen van de interpretatieve repertoire analyse. Het is een voldoende groot aantal om een idee te geven van wat er in het populair discours geschreven is over het onderwerp, zonder dat het een onoverzienbare hoeveelheid aan artikelen is. Om een interpretatieve repertoires te identificeren is immers bekendheid met de data van groot belang. Dit vormt dan ook de voornaamste reden om het bij de Nederlandse populaire media te houden. Andere redenen zijn het feit dat de studie in Nederland uitgevoerd wordt door een Nederlandse student.

Elk artikel is geanalyseerd en expliciet uitgesproken verwachtingen en oordelen zijn gecodeerd met behulp van opmerkingen die in de kantlijn zijn geplaatst (via de functie “comments” in review bij Microsoft Word 2013). Ook is er een korte analyse over het artikel geschreven, met daarin opvallende zaken in het artikel, zoals opmerkelijk woordgebruik, stijlfiguren, patronen, beelden, metaforen, uitdrukkingen, gebruikte ironie of eventuele andere opmerkelijke zaken. Vervolgens zijn de bruikbare artikelen in een Excel-bestand verwerkt. Er wordt een dataset gevormd waarin verschillende informatie zal worden opgenomen. Deze beknopte dataset kan gezien worden als een interpretatief schema (bijlage 1) (Wetherell, Taylor & Yates, 2001, p. 197).

## 4. Analyse: de bouwstenen van het discours

Onderstaand wordt de analyse van het corpus uiteengezet. Na het doorlezen van alle artikelen zijn alle verwachtingen en meningen over Apple Watch die naar voren komen in de artikelen in een dataset verwerkt waarin de volgende informatie is opgenomen: Deze dataset is terug te vinden in bijlage 1. De titel van de artikelen, de auteur, de datum van publicatie en vervolgens zijn de verwachtingen en oordelen ingedeeld in thema's. De artikelen zijn op chronologische volgorde (datum van verschijning in de krant) onder elkaar geplaatst in de dataset.

Deze thema's zijn niet voorafgaand aan het onderzoek gekozen. Naarmate de codering van de artikelen vorderde zijn deze thema's vastgesteld. Het zijn de thema's die meermalen in de artikelen naar voren kwamen, de thema's identificeren dus een patroon in de artikelen. Om onderscheid in dit patroon aan te brengen, zijn de thema's onderverdeeld in thema's waar positief over de Apple Watch wordt gesproken en thema's waar negatief over de Apple Watch wordt gesproken.

De gevonden thema's waar positief en negatief over de Apple Watch werd geschreven zijn de volgende:

- Technische mogelijkheden
- Medische en fitness toepassingen
- Design
- Verkoop(resultaten)

De gevonden thema's waar enkel negatief over de Apple Watch werd geschreven zijn de volgende:

- Toegevoegde waarde
- Sociale aspecten
- Privacyaspecten
- Tweede versie/tussenstation

Onderstaand wordt kort op elk van de bovenstaande thema's ingegaan. Binnen de thema's wordt op verschillende manieren over de Apple Watch gesproken, dit zijn de verschillende interpretatieve repertoires.

### 4.1 De technische mogelijkheden

In 17 van de 44 artikelen worden de technische mogelijkheden die Apple Watch kan bieden positief beschreven. 13 keer gaat het over een **oordeel**, 4 keer om een **verwachting** (zie bijlage 1). Deze

mogelijkheden zijn gedurende de hele onderzoeksperiode een item in de verschillende artikelen. Illusterend hoe er verschillend gesproken wordt in verschillende kranten over de technische mogelijkheden van de Apple Watch is hoe er op de dag na de wereldwijde presentatie (10-9-2014) door de verschillende kranten op de Apple Watch wordt gereageerd.

“Apple's eerste nieuwe productlijn sinds het overlijden van oprichter Steve Jobs, is qua design, bedieningsgemak en mogelijkheden een doorbraak. Geen enkel computerhorloge biedt zoveel extra's, met name op gebied van gezondheid en fitness.” (De Telegraaf, 10 september 2014)

“Horloge is eerste gadget sinds de dood van Jobs(...) De Apple Watch ziet er uit als een doodnormaal klokje, maar is zo veel meer dan dat.” (Algemeen Dagblad, 10 september 2014)

“De Watch biedt veel gimmicks: je kunt elkaar bijvoorbeeld tekeningen of het patroon van je hartslag sturen. Intieme communicatie”, aldus topman Tim Cook. (NRC Handelsblad, 10 september 2014)

“De Apple Watch is met gemak het mooiste computerhorloge op de markt, maar lijkt ondanks alle opwinding toch vooral op een tussenstation naar een betere technologie”. (de Volkskrant, 10 september 2014).

Hier zien we dat de technische mogelijkheden positief worden beschreven door *De Telegraaf*. Het *AD* is ook positief, maar gebruikt wel het woord “gadget”; een woord dat we in de artikelen vaker tegen zullen komen. Het *NRC Handelsblad* noemt de mogelijkheden “gimmicks” en de *Volkskrant* onderscheid zich door meteen verder te kijken. Zij benoemen de functies die het slimme horloge aan boord heeft de dag na de presentatie wel, maar noemen de Apple Watch dan ook een tussenstation. Een dergelijk standpunt wordt ook ingenomen door een “gadgetexpert” die door de *Telegraaf* aan het woord wordt gelaten in hun eerste artikel na de presentatie van het slimme horloge. “Vooral de minder technische mensen zullen de kat uit de boom willen kijken. Als het product echt zo geweldig is, kopen ze de tweede versie”. Ook hij geeft aan dat de Apple Watch “**een hoog gadgetgehalte**” heeft. (vetgedrukt in artikel) (De Telegraaf, 10 september 2014). Dit kan worden gezien als eerste interpretatieve repertoire.

Twaalf keer worden de technische mogelijkheden negatief beoordeeld in de Nederlandse kranten, alle kranten zijn hierin vertegenwoordigd. Er is een verschil in toon: In een column over de presentatie van het horloge is Bert Wagendorp van *de Volkskrant* sarcastisch over functionaliteit, en Apple in het algemeen. Hij stelt: “De Apple Watch geeft op een triljardste seconde nauwkeurig de tijd aan, zodat je, als iemand je vraagt hoe laat het is, heel wat nauwkeuriger kunt antwoorden dan na een blik op de kerkklok(...) het is Apple gelukt ons wijs te maken dat winstbejag een vorm van weldoen en medemenselijkheid kan zijn, en dat is een grotere innovatie dan alle iMac, iPods, iPads en de Apple

Watch bij elkaar” (de Volkskrant, 11 september 2014). In *het NRC* wordt de toon bepaald door de “lauwe reacties” van testers. Zij stellen bijvoorbeeld: “testers vinden dat het horloge eigenlijk iets te veel kan, daardoor te vaak moet worden opgeladen en niet uitblinkt in snelheid” (NRC Handelsblad, 11 april 2015). Dit kan worden gezien als tweede interpretatieve repertoire.

Belangrijk is dat op het gebied van technische mogelijkheden het vooral de accuduur is die het moet ontgelden. Daarnaast wordt bekritiseerd dat de Apple Watch alleen gebruikt kan worden in samenwerking met de iPhone. Dit is in het interpretatieve schema gecodeerd als “autonomie” en wordt in tien artikelen, verspreid over alle vier de kranten aangehaald als een negatief technisch aspect van het nieuwe medium. Het aspect autonomie kan als derde interpretatieve repertoire binnen het thema technologische mogelijkheden worden gezien.

## 4.2 Het medische aspect

Apple wil zich met de Apple Watch onderscheiden op het gebied van medische en fitness toepassingen, bijvoorbeeld door de gebruiker aan te sporen om actiever te zijn gedurende de dag (Apple, 2014). In de artikelen in de Nederlandse kranten rondom deze nieuwe technologie is dit dan ook onderdeel van het debat.

Tien keer wordt dit als positief aspect benoemd. Vier keer betreft het een verwachting. Opvallend is de rol van *De Telegraaf*; acht van de tien artikelen waarin de medische toepassingen positief worden beschreven zijn geplaatst in *De Telegraaf*. Van de zes artikelen waarin er een negatief geluid te horen is ten opzichte van de medische toepassingen van de Apple Watch is er slechts één van *De Telegraaf*.

Door een aantal van de titels van deze artikelen te bekijken kan een indruk worden gekregen over het debat met betrekking tot de medische en fitness toepassing van de Apple Watch: “Gadget voor gezondheid; Apple Watch verbluft met slimme functies en nadruk op fysiek welzijn” (De Telegraaf, 10 september 2014), “Wachtkamer voller door Apple Watch” (De Telegraaf 12 september 2014) “Maken 'fitness-wearables' ons inderdaad gezonder?” (Algemeen Dagblad, 4 november 2014) “Naar de dokter in Silicon Valley” (De Volkskrant, 25 april 2014). Uit de titels blijkt hoe verschillend er naar de medische toepassing van de Apple Watch wordt gekeken. Om dit te illustreren onderstaand een aantal zinsneden uit de artikelen die nader geduid worden.

“Met de ingebouwde stappenteller, bloeddruk- en hartslagmeter en andere sensoren die de bewegingen van het lichaam registreren kan het een compleet beeld van je gezondheid en fitness geven.” (De Telegraaf, 10 september 2014)

“Huisartsen in ons land houden er rekening mee dat de Apple Watch met alle gezondheidsmeters gaat leiden tot meer patiënten in de wachtkamer (...)” (De Telegraaf, 12 september 2014)

*De Telegraaf* is overwegend positief over de medische mogelijkheden van de Apple Watch, zij schetsen echter wel dat de medische mogelijkheden van de Apple Watch zou kunnen leiden tot meer werk voor huisartsen en raken hier dus aan een minder positief aspect.

In het artikel van *de Volkskrant*: “Naar de dokter in Silicon Valley” onderscheidt de krant zich wederom door uiterst kritisch te zijn en vragen te stellen over onderwerpen die in de andere kranten niet, of in veel mindere maten te vinden zijn. *De Volkskrant* is vaker kritisch over de medische en fitness toepassingen van de Apple Watch:

“Wat gebeurt er met de data? Worden die straks te gelde gemaakt? Storten Apple en Google zich straks zelf in de zorg?” (de Volkskrant, 25 april 2015)

“Uiteindelijk is de huidige rol van de huisarts wellicht overbodig, denken mensen als Engelen, als die enorme berg data met zelflerende algoritmen kan worden ontgonnen” (de Volkskrant, 25-4-2015)

Hieruit blijkt dat *de Volkskrant* zorgt voor een heel apart geluid binnen het debat over de Apple Watch, dit kan worden gezien als aparte bouwsteen in het debat. *De Volkskrant* belicht als enige krant de privacyaspecten die de medische toepassing van het medium met zich meebrengt dit zou te maken kunnen hebben met de lezerskring van *de Volkskrant* die vooral uit hoogopgeleiden bestaat. In de paragraaf privacy wordt hier verder op in gegaan.

### 4.3 Het design

Zoals te zien in het interpretatieve schema (zie bijlage 1) mag het design van de Apple Watch negen maal op een positieve reactie rekenen, en negen maal is men minder positief over het design van de Apple Watch. De positieve reacties noemen de Apple Watch “schitterend” (de Volkskrant, 10 september, 2014) of “een slim sieraad” (NRC Handelsblad, 10 september 2014), deze reacties vormen samen een interpretatieve repertoire over het design. De artikelen waarin het design negatief wordt behandeld benoemen dat de Apple Watch de modewereld nog niet heeft kunnen verwarmen (De Telegraaf, 13 september 2014). Ook wordt er gezegd dat het juist géén juweel is, enkel een gadget (Algemeen Dagblad, 10 september 2014). Ook de negatieve reacties op het design vormen een aparte interpretatieve repertoire.

### 4.4 De verkoop

Ook voor de verwachtingen rondom verkoop en verkoopresultaten die worden gepresenteerd van de Apple Watch tonen verdeeldheid. Alle kranten doen minstens eenmaal een uitspraak op het gebied van de (verwachte) verkoop van de Apple Watch. Negen keer worden er goede verkoop verwacht, tien keer worden juist geen goede verkopen verwacht. Wat vaker wordt genoemd is dat Apple met de



Apple Watch eventueel nieuw leven in de branche kan blazen (De Telegraaf, 10 maart 2015; de Volkskrant, 24 april 2015). Zo zouden concurrerende smartwatchmakers ook baat kunnen hebben bij een succes van de Apple Watch (De Telegraaf, 10 maart 2015). De Apple Watch zou zelfs invloed kunnen hebben op de markt voor Zwitserse uurwerken. (de Volkskrant, 30 juni 2015, De Telegraaf, 13 september 2014 en NRC Handelsblad, 6 maart 2015).

Negatieve verwachtingen rondom de verkoop van de Apple Watch hebben vooral te maken met de volgende aspecten: "Dit is geen massa product: Het valt niet mee de pols te digitaliseren" (NRC Handelsblad, 7 januari 2015). Mensen zijn wel nieuwsgierig maar goede verkoop ligt niet in lijn der verwachting (Algemeen Dagblad, 9 maart 2015.) Het AD haakt daarna in op de geringe toegevoegde waarde van de Apple Watch, dit laatste brengt ons bij een belangrijk thema rondom de Apple Watch.

#### 4.5 De toegevoegde waarde

De kritiek die de nieuwe technologie (de Apple Watch) krijgt te verduren op het gebied van het nut (de toegevoegde waarde) van de nieuwe technologie vormt een apart thema. Dit nut wordt in twaalf artikelen in twijfel getrokken en kan worden gezien als apart interpretatieve repertoire. De technologie wordt nog "weinig vernieuwend" genoemd. (Algemeen Dagblad, 10 maart 2015) De Apple Watch zou het originele horloge niet vervangen en wordt geen revolutie zoals eenieder had verwacht zo stelt *de Volkskrant*: "Welbeschouwd is de Apple Watch niet eens een nieuw product. Het is een accessoire voor de iPhone, een soort iPhoneremote om je pols" (De Volkskrant, 16 september 2014).

In het *NRC Handelsblad* vat men een aantal reacties van recensenten samen en ook hier komt "het nut" van de nieuwe technologie niet echt naar voren. "De meeste recensenten zijn niet overtuigd van het nut van een horloge dat de telefoon deels vervangt maar niet zonder een telefoon kan"(NRC Handelsblad, 11 april 2015).

Een gevolg hiervan zou kunnen zijn dat er in zeven artikelen al met een verwachting uit gekeken naar de tweede versie, opvallend omdat in de Apple Watch in onderzochte periode in Nederland nog niet eens te verkrijgen is. Men verwacht dat de consument nog even de kat uit de boom kijkt (De Telegraaf, 10 september 2014). Ook Marc Hijink, de journalist van het *NRC Handelsblad* die veruit de meeste artikelen van het *NRC Handelsblad* over de Apple Watch schrijft, koopt zelf nog geen Apple Watch, zo schrijft hij. Ook hij wacht op de tweede versie. (NRC Handelsblad, 11 april 2015).

Er is echter ook een tegengeluid te vinden in een van de artikelen dat het vermelden zeker waard is: "Toen de iPhone kwam wisten we ook niet waarom we die wilden hebben. Veel mensen die nu zeggen dat ze het horloge niet hoeven, zullen er anders over denken als ze het straks omdoen." (Algemeen Dagblad, 10 maart 2015). Dit geeft aan dat hoewel het nut van de nieuwe technologie

binnen het discours nog als onduidelijk of zelfs als helemaal niet aanwezig wordt beschreven, deze mening altijd nog bijgesteld zou kunnen worden.

#### 4.6 Het sociale aspect

Ook op gebied van gedrag worden er in vijf artikelen gevolgen benoemd die de Apple Watch zou kunnen hebben. De verwachte gevolgen zijn allemaal negatief van aard. Ze vormen samen een volgend interpretatieve repertoire. De Apple Watch zou ons onbeleefd maken (de Volkskrant, 14 maart 2015), een dwangmatige werking hebben die de concentratie en productiviteit (Algemeen Dagblad, 11 september 2014) niet ten goede komt. Het wordt pakkend als “digitale hondenband” omschreven (NRC Handelsblad, 6 mei 2015). Er moet dan ook een etiquette komen die nog vaker van toepassing is dan bij de smartphone (de Volkskrant, 14 maart 2015). Dit heeft er ook mee te maken dat het op het horloge kijken (ook al is dit geen smartwatch) terwijl men is gesprek is met een ander, als bijzonder onbeleefd wordt beschouwd (Ibidem & NRC Handelsblad, 6 mei 2015).

#### 4.7 Privacyaspecten

Een heel ander aspect wordt belicht door vier artikelen in de Volkskrant en (in mindere mate) in één artikel in het *Algemeen Dagblad*. In deze artikelen vragen de auteurs zich af of de Apple Watch implicaties heeft die veel complexer van aard zijn dan de vraag of het design mooi genoeg is of dat de technologische mogelijkheden voldoende zijn in functionaliteit en nut voor de gebruiker.

Het gaat in deze artikelen bijvoorbeeld over de gevolgen die de Apple Watch met zijn sensoren en dataverzameling heeft op het gebied van privacy maar ook vraagstukken rondom ethiek die het nieuwe medium met zich mee brengt komen aan de orde. De gevolgen voor de zorgsector, wat kunnen en mogen verzekeraars met persoonlijke data, worden belicht in deze artikelen. Hierop aansluitend vraagt men zich af wat er met al deze data die verzameld wordt door het gebruik van de Apple Watch gebeurt (Algemeen Dagblad, 11 september 2014). Het valt op dat er vooral vragen rond deze onderwerpen worden gesteld, meer dan dat er oordelen, meningen of een duidelijke verwachting wordt uitgesproken. Een aantal van de vragen die worden gesteld zijn de volgende:

“Wat is het verdienmodel van deze techgiganten? Wat gebeurt er met de data? Worden die straks te gelde gemaakt? Storten Apple en Google zich straks zelf in de zorg?” (de Volkskrant, 25 april, 2015).

De lezer krijgt deze vragen, die kunnen worden gezien als aparte interpretatieve repertoires, aangereikt. Deze vragen bieden stof tot nadenken. Zo worden er in feite bouwstenen voor conversatie aangevoerd die het grootste gedeelte van de artikelen niet te vinden zijn. Zo komen de ethische aspecten en vraagstukken op het gebied van privacy eigenlijk alleen naar voren in artikelen van *de*

*Volkskrant* (vier maal) en eenmaal in het *Algemeen Dagblad*. Deze manier van spreken is fundamenteel anders dan de manier waarop er in de andere artikelen geschreven wordt over de Apple Watch. Dit zou te maken kunnen hebben met de doelgroep van *de Volkskrant* die over het algemeen hoger opgeleid is en daardoor mogelijk meer bezig is met de privacy aspecten van een nieuw medium. Het thema privacy lijkt op deze manier een geheel eigen onderscheidend deel van het publieke discours te vormen.

## 5. Het discours: een samenstelling van interpretatieve repertoires

### 5.1 Utopisch en dystopisch discours

Uit bovenstaande analyse van de verschillende thema's kunnen bouwstenen voor conversatie (interpretatieve repertoires) worden gehaald die samen het publieke discours vormen. Deze interpretatieve repertoires kunnen worden verdeeld in een positieve en negatieve manier van spreken:

1. **De Apple Watch is een (mooi) gadget met veel technologische mogelijkheden** (vooral de medische kant wordt hier aangehaald). Dit kan worden gezien als het utopische discours als onderdeel van technologisch imaginair. In dit deel van het publieke discours wordt vooral hoopvol gesproken over het nieuwe medium.
2. **De Apple Watch is weinig vernieuwend en het nut van het nieuwe medium is onduidelijk.** Dit kan worden gezien als het dystopische discours als onderdeel van technologisch imaginair. In dit onderdeel van het publieke discours wordt vooral negatief over het nieuwe medium.

Grofweg zouden we kunnen stellen dat er sprake is van een utopisch discours rondom de Apple Watch (1) en een dystopisch discours (2), samen vormen zij het publieke discours. Beiden zijn bij eerdere introducties van nieuwe media ook terug te vinden en wat dat betreft past de Apple Watch binnen deze traditie. Verwachtingen spelen een grote rol in beide discoursen, en er is dus een zeker technologisch imaginair te identificeren. Dit imaginair heeft bij eerdere ontwikkelingen van nieuwe media een vormende rol gehad en er valt te verwachten dat het imaginair in de discoursen rondom de Apple Watch wederom een effect zal hebben op de ontwikkeling van deze nieuwe technologie. Bij de ontwikkeling van eerdere technologieën zoals radio, telefonie en televisie zien verschillende auteurs dat idealen en wensen met betrekking tot de nieuwe media de ontwikkeling hebben beïnvloed.

(Winner, 1986; Marvin, 1997; Flichy, 1999)

Wat belangrijk is om op te merken is dat deze twee belangrijkste "stemmen" in het discours toch ook raakvlakken hebben. Hieruit blijkt eens te meer dat het lastig is te bepalen waar het ene interpretatieve repertoire begint en het andere eindigt (Wetherell, Taylor & Yates, 2001, p. 198). Zelfs als er positief geschreven wordt over de Apple Watch wordt er soms gesproken over "gadget" of "speeltje". Hieruit klinkt meer "speelgoed" dan medium dat een "buitengewoon verrijkend en integraal onderdeel van het leven zal uitmaken", zoals Cook van Apple het zelf zegt (De Volkskrant, 24 april 2015). Hoewel deze thema's dus binnen het utopisch deel van het publieke discours kunnen worden geplaatst lijkt de term "speeltje" er niet op te wijzen dat de auteur daadwerkelijk de

verwachting of hoop heeft dat de Apple Watch kan zorgen voor een betere samenleving. Het valt op dat vrijwel alle thema's in alle kranten behandeld worden, zowel positief als negatief, daarin is geen groot onderscheid te vinden. Een uitzondering is het privacy aspect, waar in paragraaf 5.2 verder op in wordt gegaan.

De twee manieren van spreken over de Apple Watch kunnen worden vergeleken met de introductie van het internet in de jaren '90 van de vorige eeuw. De introductie van het internet in de jaren 1990 ging gepaard met allerlei utopische en dystopische voorspellingen over de verregaande impact van internet op de maatschappij (Vanobberghen, 2006, p. 270). Het meest verregaande utopische beeld ging er vanuit dat het internet er voor ging zorgen dat er een "harmonieuze samenleving waarin samenwerking en wereldvrede centraal staan, zou ontstaan" (Ibidem). Ook bij de introductie van de telefoon, radio en televisie werden er hoopvolle en angstige beelden geprojecteerd op het nieuwe medium (Boddy, 2004). Bij nieuwe ontwikkelingen rondom communicatie zijn er bijvoorbeeld speculaties te identificeren die discursieve bouwstenen vormen en zo een invloed hebben gehad op de ontwikkeling van communicatiemedia. Al hoeven deze geïdealiseerde beelden niet bepalend te zijn (de Vries, 2015, p. 31).

Deze voorbeelden wijzen uit dat ook bij de introductie van deze media niet alleen objectief (feitelijk) werd geschreven over deze nieuwe technologieën, maar dat de auteurs juist een bepaald beeld aan de nieuwe technologieën toeschreven. Dit technologisch imaginair, dat zowel utopisch als dystopisch van aard kon zijn was vervolgens bepalend voor het publieke debat over het nieuwe medium. Met andere woorden: thema's in artikelen leverden de bouwstenen voor het debat over het nieuwe medium (Boddy, 2004). Het debat rondom de nieuwe media werkt zoals bovenstaand uiteengezet vervolgens door op de ontwikkeling van deze nieuwe media.

## 5.2 Derde manier van spreken binnen het discours

Er is een derde manier van spreken te identificeren uit de analyse van de krantenartikelen van de Apple Watch. Deze manier van schrijven past niet direct binnen het dystopisch of utopisch discours en wordt daarom als apart element benoemd. In de artikelen worden vooral veel vragen gesteld bij de Apple Watch die aanzetten tot nadenken over gevolgen en veranderingen die nieuwe technologie met zich meebrengt. Dit zijn vooral vragen op het gebied van ethiek, privacy en gedrag. Het antwoord op deze vragen is niet per definitie positief of negatief.

Dit element in het publieke discours, naast de utopische en dystopische manier van spreken is dat: **De Apple Watch zorgt voor vraagstukken op het gebied van persoonlijke data, gedragsetiquette en de moraliteit van Apple als bedrijf.** Deze vraagstukken worden echter alleen in een paar artikelen (vijf)

naar voren gebracht. Opmerkelijk is dat vier van de vijf artikelen die dergelijke problematiek aansnijden van *de Volkskrant* afkomstig zijn. Hieruit zou men kunnen opmaken dat dergelijke interpretatieve repertoires alleen bij de lezers van deze krant, die over het algemeen wat hoger opgeleid zijn, aankomt. Deze manier van spreken zou dus als onderbelicht deel van discours kunnen worden gezien bij het grote publiek.

### 5.3 Dominante pennen

Een aparte reflectie die gemaakt kan worden is dat twee heren veel van de agendapunten rondom het debat over de Apple Watch bepalen omdat zij voor twee kranten veruit de meeste artikelen geschreven hebben: Alfred Monterie voor *de Telegraaf* met acht (van de achttien) artikelen en Marc Hijink *NRC Handelsblad* negen (van de elf) artikelen. Ook Peter van Ammelrooy heeft veel inbreng, hij heeft vier van de tien artikelen van *de Volkskrant* geschreven. Hierdoor zien we dat de discourses in de Nederlandse kranten invloedrijke individuen kennen in de vorm van journalisten die een onderwerp in hun portefeuille hebben en zo een bepalende rol hebben in de beeldvorming.

## 6. Conclusie

Met het analyseren van de 44 artikelen in de Nederlandse kranten zijn interpretatieve repertoires gevonden die helpen de hoofdvraag te beantwoorden:

Hoe wordt er in Nederlandse kranten over de Apple Watch gesproken en welke verwachtingen zijn er te identificeren in dit discours?

Het is duidelijk geworden dat er in de Nederlandse kranten op veel verschillende manieren gesproken wordt over de Apple Watch. Er is een positieve stroming te vinden die het nieuwe medium bestempelt met veel potentie, vooral op het gebied van technologische mogelijkheden en de medische toepassingen. Dit kan worden gezien als het utopische deel van het discours waarin er een aantal interpretatieve repertoires te identificeren zijn: zo is de Apple Watch een “prachtig juweel” genoemd met veel mogelijkheden. Goede verkopen worden in sommige artikelen verwacht. Het nieuwe product van Apple zou daarbij de markt voor smartwatches een impuls kunnen geven en een bedreiging kunnen vormen voor het klassieke (Zwitserse) horloge. Deze verwachtingen kennen utopische trekken en zouden gebaseerd kunnen zijn op de hoop op een betere samenleving. De Apple Watch zou de samenleving bijvoorbeeld gezonder kunnen maken, want met behulp van de sensoren kan een gebruiker te alle tijden de eigen gezondheid monitoren.

Ook is er in de Nederlandse kranten een negatief beeld te vinden dat om de Apple Watch heen hangt. Het belangrijkste interpretatieve repertoire dat hierin een rol speelt lijkt het gemis van een echte toegevoegde waarde te zijn. De toegevoegde waarde en de integrale rol die het medium zou kunnen innemen in het dagelijkse leven worden hevig betwijfeld. Daarnaast vraagt men zich af of de Apple Watch met zijn sensoren ook echt een positief effect heeft op de gezondheid. Het zou ook kunnen leiden tot obsessie met nummertjes, de zogenaamde teldrift. De Apple Watch zou ook vragen om nog meer etiquette voor sociaal gedrag waarin technologie nu al steeds meer aandacht vraagt, in het gezelschap van een gesprekspartner bijvoorbeeld. De constante aandacht die opgeëist zou worden door de Apple Watch kan daarnaast ook invloed hebben op de concentratie en productiviteit van de gebruiker. Dit negatieve beeld, bestaande uit bovengenoemde interpretatieve repertoires, zou men kunnen identificeren als het dystopsiche deel van het discours rondom de Apple Watch.

Daarnaast is een derde element in het discours te identificeren over de Apple Watch waarin de rol van de verschillende kranten duidelijk wordt. *De Volkskrant* stelt namelijk vragen over de ethische en privacyaspecten van de nieuwe technologie, die in andere kranten niet te vinden is en niet als positief of negatief te bestempelen zijn. *De Volkskrant* levert dus bouwstenen voor de conversatie die onderbelicht zijn in andere kranten aan hun lezerskring, die als hoger opgeleid te boek staat. Zo ontstaat er dus een nog meer gefragmenteerd debat dan op eerste oog het geval is.

Deze positieve en negatieve bouwstenen zijn gestoeld op hoop en verwachtingen. Het technologisch imaginair lijkt zoals in de debatten rondom eerdere technologieën een sterke rol te spelen. Hier werd door onderzoekers de invloed van het debat over een nieuwe technologie op de ontwikkeling van het nieuwe medium herkend. Voorbeelden hiervan zijn de opkomst van radio, televisie en internet. Ook hier zijn telkens utopische en dystopische discoursen gevonden. Dit versterkt de notie dat bij interpretatieve repertoires vaak herhaling te zien is, men spreekt vaak in termen die in de historie al aangereikt zijn. (Wetherell, Taylor & Yates, 2001, p. 198).

Het discours rondom de Apple Watch in de Nederlandse kranten kent een verdeeld veld dat gekenmerkt wordt door utopische en dystopische verwachtingen. In de traditie van eerdere introducties van nieuwe media speelt het technologische imaginair op deze manier een voorname rol in het debat rondom de technologie. Te verwachten is dat ook de ontwikkeling van de Apple Watch hierdoor beïnvloedt zal worden. Hiervoor is uiteraard verder onderzoek nodig.



## 7. Literatuurlijst

- Apple, (2014, 9 september). Apple Unveils Apple Watch—Apple's Most Personal Device Ever [Persbericht] Geraadpleegd op: <https://www.apple.com/pr/library/2014/09/09Apple-Unveils-Apple-Watch-Apples-Most-Personal-Device-Ever.html>
- Apple (2014, 10 september) Apple - September Event 2014 [Video] geraadpleegd op: <https://www.youtube.com/watch?v=38lqQpwPe7s>
- Bakker, P., Scholten, O., & Dijks, B. (2003). *Communicatiekaart van Nederland: overzicht van media en communicatie*. Kluwer.
- Bardoel, J. (Ed.). (2002). *Journalistieke cultuur in Nederland*. Amsterdam University Press.
- Bilton, N. (2013). Disruptions: Where Apple and Dick Tracy May Converge. The New York Times Bits. [Blog] Geraadpleegd via: <http://bits.blogs.nytimes.com/2013/02/10/disruptions-apple-is-said-to-be-developing-a-curved-glass-smart-watch/>
- Brey, P. (1997). Social Constructivism for Philosophers of Technology: A Shopper's Guide. *Journal of the Society for Philosophy and Technology* 2.3-4:56-78.
- Boddy, W. (2004). *New media and popular imagination. Launching radio, television, and digital media in the United States*. Oxford: Oxford University Press
- Flichy, P. (2007). *The Internet Imaginaire*. Cambridge, United States of America: MIT Press.
- Foucault, M. (1971). Orders of discourse. *Social science information*, 10(2), 7-30.
- Janks, H. (1997). Critical Discourse Analysis as a Research Tool, *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education*, 18:3, 329-342
- Jørgensen, M. W., & Phillips, L. J. (2002). *Discourse analysis as theory and method*. Sage.
- Kussendrager, N., van der Lugt, D., & Rogmans, B. (2007). *Basisboek journalistiek*. Wolters-Noordhoff.
- Lacan, J. (1949). The Mirror Stage as Formative of the Function of the I as Revealed in Psychoanalytic Experience. *International Congress of Psychoanalysis*-. Zurich.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2009). *New Media: A Critical introduction* (2e editie ed.). Oxon: Routledge.
- Marvin, C. (1997). *When old technologies were new: Thinking About Electric Communication in the Late Nineteenth Century*. Oxford: Oxford University Press.
- McKenzie P.J. (2005). Interpretative repertoires. In: Fisher K, Erdelez S, McKechnie E.F, editors. *Theories of information behavior: a researcher's guide*. Medford, NJ: Information Today; 2005. pp. 221-4.
- Müller, E. (2009). Formatted spaces of participation. *Digital material: Tracing new media in everyday life and technology*, 49-64.

- O'reilly, T. (2007). What is Web 2.0: Design patterns and business models for the next generation of software. *Communications & strategies*, (1), 17
- Schäfer, M. T. (2011). *Bastard Culture! How User Participation Transforms Cultural Production*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Spigel, L. (1992). *Make Room for TV: Television and the Family Ideal in Postwar America*. University of Chicago Press.
- Vanobberghen, W. (2006). Het utopisch en dystopisch gemeengoed in de vertogen over 'nieuwe' media in het verleden en het heden/Utopian and dystopian commonplaces in discourses surrounding 'new' media in the past and the present. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 34(3), 270-281.
- de Vries, I. (2015). Altijd verleidelijk dichtbij. *Tijdschrift voor Mediageschiedenis*, 11(2), 30-44.
- Wetherell, M., Taylor, S., & Yates, S. J. (Eds.). (2001). *Discourse as data: A guide for analysis*. Sage.
- Wetherell, M., & Potter, J. (1988). Discourse analysis and the identification of interpretive repertoires. In C. Antaki (Ed.), *Analysing everyday explanation: A casebook of methods* (pp. 168-183). Newbury Park, CA: Sage
- Winner, L. (1986). *The whale and the reactor: A search for limits in an age of high technology*. Chicago: University of Chicago Press.
- Wray, A. (2011). Rumor: Apple working on wearable iPod with Siri control. [Blog] Geraadpleegd op: <http://www.imore.com/apple-working-wearable-ipod-siri-control>

## 7.1 Literatuurlijst: Krantenartikelen

*Gesorteerd op datum (zoals in bijlage 1).*

Monterie, A. (2014, 10 september). Wereld in ban van superklokje; Apple Watch ziet het licht. *De Telegraaf*.

Hijink, M. (2014, 10 september). De Apple Watch: slim sieraad en een minicomputer. *NRC Handelsblad*.

Monterie, A. (2014, 10 september). Gadget voor gezondheid; Apple Watch verbluft met slimme functies en grote nadruk op fysiek welzijn. *De Telegraaf*.

Ammelrooy, P. van. (2014, 10 september). Een schitterend tussenstation. *de Volkskrant*.

Broere, R. (2014, 10 september). En we noemen hem. *Algemeen Dagblad*.

Ammelrooy, P. van. (2014, 11 september). Apple Watch roept vooral veel vragen op. *de Volkskrant*.

Wagendorp, B. (2014, 11 september). Apple. *de Volkskrant*.

Smout, L. (2014, 11 september). De Apple Watch meet echt alles, is dat wel zo gezond? *Algemeen Dagblad*.

Mantel, A. (2014, 12 september). Wachtkamer voller door Apple Watch. *De Telegraaf*.

Duijn, S. (2014, 13 september). Vijf voor twaalf bij Zwitsers. *De Telegraaf*.

Kolenberg, J. (2014, 13 september). Wordt smartwatch hit?; Alfred antwoordt. *De Telegraaf*.

Ammelrooy, P. van. (2014, 13 september). Klok-gaaf. *de Volkskrant*.

Opstall, S. van. (2014, 16 september). Horlogeband. *de Volkskrant*.

Schellevis, J. (2014, 4 november). Maken 'fitness-wearables' ons inderdaad gezonder? *Algemeen Dagblad*.

Monterie, A. (2014, 29 november). Nu smartwatch kopen? Alfred antwoordt. *De Telegraaf*.

Rossum, M. van. (2014, 6 december). Design maakt begeerlijk. *NRC Handelsblad*.

Hijink, M. (2015, 7 januari). De tijd staat stil voor de smartwatch. *NRC Handelsblad*.

Hijink, M. (2015, 28 januari). Groeistuij iPhone bezorgt Apple verkooprecord.

*NRC Handelsblad*.

Hijink, M. (2015, 31 januari). Apple en de kunst begeerd te worden; Atomen of bits. *NRC Handelsblad*.

Monterie, A. (2015, 7 februari). Huiskamer als disco; Peter Schreuder

*De Telegraaf*.

Monterie, A. (2015, 1 maart). Tijd voor welzijn. *De Telegraaf*.

Monterie, A. (2015, 4 maart). Oplaadkabel in kast; Doorbraak draadloze energie-overdracht. *De Telegraaf*.

Noort, W. van. (2015, 6 maart). Apple valt de Zwitserse precisie aan. *NRC Handelsblad*.

Bremmer, D. (2015, 9 maart). Bijna tikt het Apple-klokje. *Algemeen Dagblad*.

Bremmer, D. (2015, 10 maart). Apple Watch heb je voor 399 euro. *Algemeen Dagblad*.

Hijink, M. (2015, 10 maart). Apples nieuwe speeljuweeltje. *De Telegraaf*.

Basu, M. (2015, 10 maart). Hoe hip gaat het worden. *De Telegraaf*.

Venema, R. (2015, 10 maart). Apple hoopt met horloge op hattrick: Techgigant biedt vanaf 24 april slimme horloges; goedkoopste model gaat 399 euro kosten. *De Telegraaf*.

Brand, J. (2015, 10 maart). 'Bull-markt trekt door'. *De Telegraaf*.

Onbekend. (2015, 14 maart). Android op koers; Smartwatch. *De Telegraaf*.

Weijer, B. van de. (2015, 14 maart). Te pas, maar ook vaak te onpas. *de Volkskrant*.

Garrelts, M. (2015, 15 maart). Goudkoorts Apple Watch. *De Telegraaf*.

Monterie, A. (2015, 18 maart). Horloge. *De Telegraaf*.

Hijink, M. (2015, 11 april). Apple Watch: lauwe reacties, wel 'uitverkocht'. *NRC Handelsblad*.

Monterie, A. (2015, 18 april). Wachten op watch; Jan Wilem de Birk. *De Telegraaf*.

Ammelrooy, P. van. (2015, 24 april). Wordt de Apple Watch net zo onmisbaar als de iPhone en iPad? *de Volkskrant*.

Hijink, M. (2015, 24 april). Apple Watch loopt nu al achter. *NRC Handelsblad*.

Lampe, B. (2015, 24 april). Modewatcher kijkt niet op van speeltje van de gadgetfreak. *de Volkskrant*.

Persson, M. & Tuk, Y. (2015, 25 april). Naar de dokter in Silicon Valley. *de Volkskrant*.

Hijink, M. (2015, 6 mei). Nee, ik koop geen Apple Watch. *NRC Handelsblad*.

Besteman, T. (2015, 22 mei). S. *De Telegraaf*.

Boon, P. (2015, 22 mei). Smartwatch Apple: Succes. *De Telegraaf*.

Waard, P. de. (2015, 30 juni). Apple Watch doet Zwitserse uurwerkindustrie sidderen. *de Volkskrant*.

Hijink, M. (2015, 15 juli). Slim horloge is vooral nog leuk voor de ware liefhebber. *NRC Handelsblad*.

