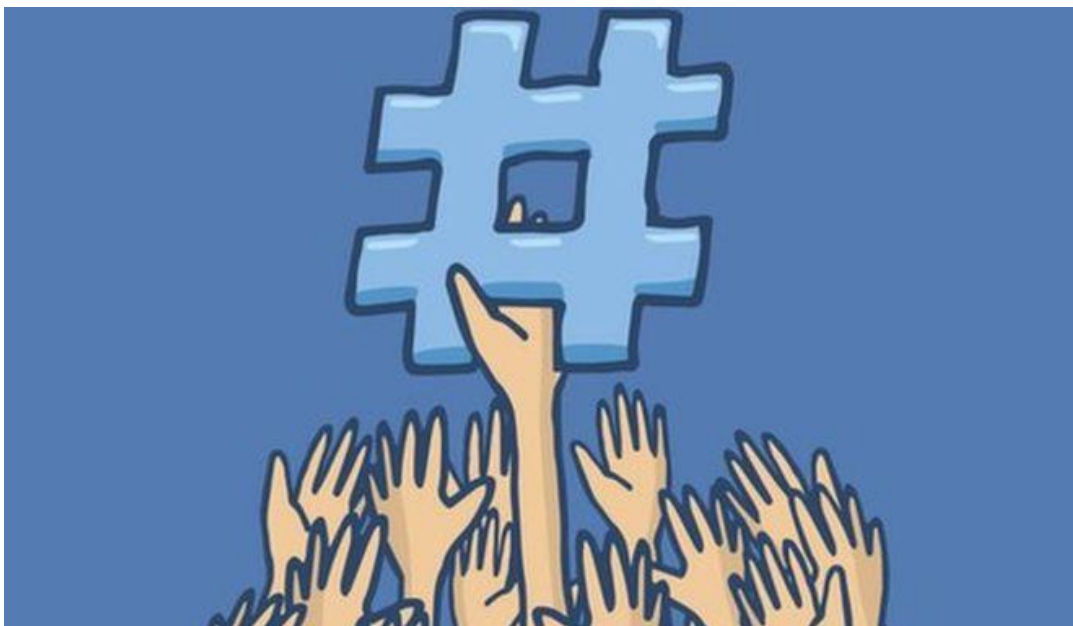




Universiteit Utrecht

Twitter en #MeToo: empowerment of public shaming?

Een discoursanalyse van de rol van Twitter in de #MeToo-beweging
volgens Nederlandse kranten



Keri Straten – 3771474
k.a.straten@students.uu.nl

Studie: **BA Media en Cultuur**
Studiejaar: **2017-2018 – Blok 4**
Inleverdatum: **21-06-2018**
Docent: **Jasper van Vught**

Samenvatting

Door de opkomst van een nieuwe media-ecologie verandert de manier waarop macht verdeeld wordt in een genetwerkte samenleving. Volgens Zeynep Tufekci geven sociale media protestbewegingen nieuwe manieren om aandacht te genereren, maar dit wil nog niet zeggen dat zij kunnen beïnvloeden hoe zij worden weergegeven door traditionele media, die nog steeds een groter bereik hebben. Bij verslaggeving over sociale bewegingen die de dominante macht uitdagen, wordt vaak gefocust op de negatieve consequenties van hun protest, een fenomeen dat door Douglas McLeod en James Hertog is gedefinieerd als het *protester's paradigm*. Negatieve berichtgeving van een sociale beweging schaadt echter niet alleen de beweging, maar ook de legitimiteit van Twitter als activistische tool. Dit onderzoek heeft tot doel te analyseren hoe de rol van Twitter wordt gerepresenteerd rondom de #MeToo-beweging. Deze sociale beweging heeft dankzij Twitter veel aandacht gekregen in traditionele media, doordat aangetoond kon worden hoe groot de omvang van problematiek rondom seksueel misbruik en seksuele intimidatie was. Er ontstond echter ook snel kritiek, omdat het medium alleen maar gebruikt zou worden voor public shaming. In dit onderzoek is gekeken hoe deze twee frames zich verhouden tot de eigenschappen van Twitter en in hoeverre journalisten de kenmerken van het *protester's paradigm* nog steeds inzetten om een *social media movement* te erkennen, dan wel te marginaliseren. Hiervoor is een discoursanalyse gedaan naar artikelen uit vijf nationale, Nederlandse kranten, waarbij gekeken is naar uitspraken over de relatie tussen Twitter en de beweging, de context, de deelnemers en de gevolgen. Uit dit onderzoek bleek dat Twitter erkend wordt als activistische tool om veel aandacht te genereren, maar dat dezelfde eigenschappen die het platform zo geschikt maken voor sociale actie, ook ten grondslag liggen aan de kritiek. Journalisten verwoordden deze kritiek als een polarisatie, wat past bij de sensatielust van het *protester's paradigm*. Zij belichten echter ook positieve kanten van #MeToo, wat een indicatie kan zijn dat het debatframe zoals voorgesteld voor McLeod vaker aangenomen wordt bij verslaggeving over sociale bewegingen.

Inhoud

Samenvatting	1
1. Introductie	3
1.1. Twitter en protestbewegingen.....	3
1.2. Framing van protestbewegingen.....	4
2. Theoretisch kader	6
2.1 Het demonstrantenparadigma.....	7
2.2 Empowerment voor activisten	8
<i>De macht om zich te verenigen</i>	8
<i>De macht om zich uit te spreken</i>	8
2.3 Public shaming	9
<i>De aanleiding</i>	9
<i>De berechting</i>	10
<i>De nasleep</i>	10
3. Methode	11
3.1 Verdeling van macht in het discours	11
3.2 Corpusselectie	12
4. Analyse	13
4.1 De beweging.....	13
<i>Benoemingen</i>	13
<i>De boodschap</i>	14
4.2 De context	14
<i>De historie</i>	14
<i>De lange termijn</i>	15
4.3 De deelnemers	16
<i>Bekendheid</i>	17
<i>Uitsluiting</i>	17
4.4 De gevolgen.....	18
<i>Rechtssysteem</i>	18
<i>Reputatie</i>	19
5. Conclusie	21
Bibliografie.....	23

1. Introductie

Vanaf oktober 2017 verschenen in de Nederlandse kranten, op televisie en radio verschillende berichten rondom een fenomeen wat de “#MeToo-beweging” genoemd werd. In reactie op de beschuldigingen van seksueel wangedrag tegen Hollywoodproducent Harvey Weinstein, riep de actrice Alyssa Milano vrouwen via Twitter op om berichten met de hashtag ‘#metoo’ te delen als zij “ook ooit seksueel misbruikt waren of ongewenste intimiteiten hadden ondervonden, om een idee te geven van de omvang van het probleem.”¹ Haar doel was het teweegbrengen van een cultuurverandering, zowel in de entertainmentindustrie als in het algemeen.² Dit groeide uit naar een internationale beweging die het probleem van seksueel misbruik en seksuele intimidatie op grote schaal onder de aandacht bracht. Binnen 24 uur was de hashtag 500.000 keer gedeeld door vrouwen wereldwijd en was er veel aandacht voor in traditionele media.³

Er is echter een polarisatie zichtbaar in de berichtgeving over deze “#MeToo-beweging.” In Nederlandse kranten wordt enerzijds gesproken over #MeToo als “dé stiltebreker” omdat zij een “razendsnelle cultuurverandering” teweeg zou brengen.⁴ Anderzijds ontstaat er kritiek op het gebruik van het medium voor *public shaming*: “Inmiddels is #MeToo veranderd van een emancipatoire beweging voor slachtoffers van seksueel misbruik in een debat over bewijslast.”⁵ Sommige artikelen spreken over een “trial by media”, dat niet bevorderlijk zou zijn bij gevoelige onderwerpen als zedenzaken.⁶ Het medium Twitter speelt een grote rol in deze tweestrijd. Enerzijds faciliteert het de snelle cultuuromslag door in korte tijd veel aandacht te genereren, anderzijds faciliteert het platform het publiekelijk beschamen van mensen die beschuldigd worden zonder bewijs. Dit onderzoek duikt dieper in op die polarisatie en de machtsrelaties die hierin meespelen. Twitter geeft een bepaalde macht aan protestbewegingen, die in dit onderzoek centraal zal staan. Hiervoor zal allereerst kort omschreven worden wat de wisselwerking is tussen Twitter, protestbewegingen en traditionele media. Dit zal verder worden toegelicht in het theoretisch kader, waarin de machtsrelaties tussen deze drie factoren centraal zullen staan.

1.1. Twitter en protestbewegingen

Twitter is een sociaal mediaplatform waarbij gebruikers connecties met elkaar kunnen maken en statusupdates kunnen plaatsen aan de hand van ‘tweets’, een soort microblogs van maximaal 280 tekens. Hierin kunnen zij gebruik maken van een hashtag (#), waarmee berichten gecategoriseerd kunnen worden. Door het gebruik van deze hashtags worden berichten makkelijk doorzoekbaar en wordt het vrij snel duidelijk welke onderwerpen populair zijn, doordat zij verschijnen in de ‘trending topics’.

¹ Alyssa Milano, “If You’ve Been Sexually Harassed or Assaulted Write ‘Me Too’ as a Reply to This Tweet,” *Twitter*, 2017, https://twitter.com/alyssa_milano/status/919659438700670976?lang=en.

² Nadja Sayej, “Alyssa Milano on the #MeToo Movement: ‘We’re Not Going to Stand for It Any More,’” *The Guardian*, December 1, 2017, <https://www.theguardian.com/culture/2017/dec/01/alyssa-milano-mee-too-sexual-harassment-abuse>.

³ “#MeToo Is Een Serieuze Waarschuwing, Nu Komt Het Aan Op Een Vervolg,” *Opinie, NRC Handelsblad*, October 21, 2017.

⁴ Rob Vreeken, “#MeToo Is Dé Stiltebreker,” *Ten Eerste, De Volkskrant*, December 7, 2017.

⁵ Seada Nourhussen, “Van Emancipatie Naar Bewijslast,” *Trouw*, November 2, 2017.

⁶ Reinier Kist and Wilfred Takken, “#MeToo-Verhalen Stellen Journalisten Voor Dilemma,” *NRC Handelsblad*, November 1, 2017, 13.

Eerder onderzoek naar de relatie tussen Twitter en protestbewegingen is onder andere gedaan bij de Occupy-protesten⁷ in 2009, de Arabische Lente⁸ in 2010 en de rellen in het Turkse Gezi-park⁹ in 2013. De nadruk werd daarbij vaak gelegd op de verbindende en organisatorische functie van Twitter voor protestbewegingen, waarbij het platform bijvoorbeeld dient om demonstranten te mobiliseren of de afstand tussen online en offline actie te overbruggen.¹⁰ In ander onderzoek wordt het gebruik van sociale media juist bekritiseerd omdat het alleen maar zou leiden tot slacktivism,¹¹ een “feelgood” online activisme waarbij de participatiedrempel laag is en geen verdere actie is vereist dan het deelnemen aan een Facebookgroep.¹² #MeToo is echter gestart om bewustwording te bereiken: het daadwerkelijke protest vindt juist online plaats, waardoor er van slacktivism geen sprake is. Dat betekent wel dat de waarde op andere manieren onderzocht moet worden.

In dit onderzoek is daarom gekozen voor Twitter als machtsmiddel: dit vormt de basis van beide kanten van de polarisatie die terug te zien zijn in de krantenartikelen. Dit komt voornamelijk door de geloofwaardigheid die voortkomt uit de context die met behulp van Twitter opgebouwd wordt. Aanvankelijk wordt het medium gezien als vorm van *empowerment*: macht die activisten in staat stelt zich te keren tegen de machthebbers zodra zij dankzij de context van de beweging geloofd worden. Maar #MeToo wordt ingewikkeld doordat diezelfde macht die leidt tot aandacht, ook leidt tot *public shaming*, het ‘publiekelijk aan de schandpaal nagelen’ van mannen door hun naam te noemen op sociale media. Werkgevers wilden in enkele gevallen niets meer met de beschuldigen te maken hebben en deelden ontslagen uit, terwijl er geen gerechtelijk proces had plaatsgevonden. Deze ontwikkelingen leidde tot felle kritiek op zowel de beweging als de functie van Twitter daarin, waarbij #MeToo zou zijn uitgelopen op een “heksenjacht tegen mannen.”¹³

1.2. Framing van protestbewegingen

Volgens Douglas McLeod en James Hertog leren journalisten een soort geroutineerde blauwdruk te gebruiken bij het verslaan van sociale conflicten, die bekend staat als het *protester’s paradigm*¹⁴ (demonstrantenparadigma). Hierdoor ontstaat vaak een negatief beeld van de demonstranten die hen marginaliseert. Er is al vaker onderzoek gedaan naar de manier waarop traditionele media protestbewegingen framen, maar hoe ze specifiek aandacht geven aan de rol van het medium daarin, is een onderbelicht aspect. Het bereik van traditionele media is vele malen groter dan het bereik van Twitter. Hierdoor hebben traditionele

⁷ Anastasia Kavada, “Creating the Collective: Social Media, the Occupy Movement and Its Constitution as a Collective Actor,” *Information, Communication & Society* 18, no. 8 (August 3, 2015): 872–86, doi:10.1080/1369118X.2015.1043318.

⁸ Habibul Haque Khondker, “Role of the New Media in the Arab Spring,” accessed June 4, 2018, doi:10.1080/14747731.2011.621287.

⁹ Kamil Demirhan, “Social Media Effects on the Gezi Park Movement in Turkey: Politics Under Hashtags,” in *Social Media in Politics* (Cham: Springer International Publishing, 2014), 281–314, doi:10.1007/978-3-319-04666-2_16.

¹⁰ Paolo Gerbaudo, *Tweets and the Streets: Social Media and Contemporary Activism* (London: Pluto Press, 2012), doi:10.1017/CBO9781107415324.004.

¹¹ Evgeny Morozov, “Iran: Downside to the ‘Twitter Revolution,’” *Dissent* 56, no. 4 (2009): 10–14, doi:10.1353/dss.0.0092.

¹² Malcolm Gladwell, “Small Change,” *The New Yorker*, October 2010, <https://www.newyorker.com/magazine/2010/10/04/small-change-malcolm-gladwell>.

¹³ Peter Giesen, “Franse Diva’s Steken Onder #MeToo Lijdende Man Een Hart Onder de Riem,” *De Volkskrant*, January 10, 2018, <https://www.volkskrant.nl/nieuws-achtergrond/-metoo-is-uit-de-hand-gelopen-stelt-collectief-van-vrouwelijke-schrijvers-journalisten-en-actrices-in-franse-krant-le-monde~bd767206/>.

¹⁴ Douglas M. McLeod, “News Coverage and Social Protest: How the Media’s Protest Paradigm Exacerbates Social Conflict,” *Journal of Dispute Resolution*, no. 1 (2007): 186, https://heinonline.org/HOL/Page?handle=hein.journals/jdisres2007&div=14&g_sent=1&casa_token=&collection=journals.

media de mogelijkheid een beeld te construeren van de rol van Twitter. Feitelijk hebben zij daarmee de mogelijkheid de macht van Twitter te legitimeren. Dit zorgt voor twee problemen.

Ten eerste zorgt negatieve framing voor een negatief beeld van de boodschap van de beweging, maar ook van Twitter zelf als activistische tool. Als #MeToo met behulp van Twitter een cultuurverandering teweeg wil brengen, is erkenning van de macht van Twitter essentieel om draagvlak en daarmee begrip voor de boodschap te creëren. De identiteit die voor Twitter wordt geconstrueerd – die van tool of schandpaal – kan invloed hebben op gebruik van Twitter in toekomstige bewegingen. Wanneer deze macht niet gelegitimeerd wordt, kan dat bij toekomstige bewegingen de bereidheid wegnemen om gebruik te maken van Twitter en kan het activistisch potentieel verloren gaan.

Ten tweede wordt de relatie tussen traditionele media en sociale media hier onderzocht vanuit het oogpunt van macht, omdat het omzeilen van de rechtsstaat louter effectief is door aandacht en macht. Dit onderzoek heeft daarom tot doel de onderliggende structuren in deze machtsprocessen bloot te leggen, waarmee het wellicht invloed kan hebben op toekomstige beleidsvorming rondom ‘naming en shaming’ binnen de journalistiek en besluitvorming omtrent ontslag bij bedrijven, waardoor het omzeilen van de rechtsstaat niet meer mogelijk zal zijn.

Dit onderzoek zal krantenberichten analyseren om uiteindelijk antwoord te kunnen geven op de volgende vraag: hoe wordt de rol van Twitter gerepresenteerd in het populaire discours rondom de #MeToo-beweging? Het eerste deel zal dieper ingaan op de manier waarop Twitter aandacht genereert. Hiervoor zal gekeken worden hoe Twitter macht geeft binnen zowel empowerment als public shaming. Daarna wordt aan de hand van een discoursanalyse onderzocht hoe deze twee visies op de rol van Twitter terugkomen in berichtgeving en in hoeverre het demonstrantenparadigma nog aanwezig is, om in de conclusie te kunnen reflecteren op de representatie van Twitter in de #MeToo-beweging en enkele suggesties te doen voor vervolgonderzoek.

2. Theoretisch kader

Aan de basis van dit onderzoek staat het gedachtegoed van de socioloog Manuel Castells, over macht in een genetwerkte samenleving. Hij definieert macht als “the structural capacity of a social actor to impose its will over other social actor(s).”¹⁵ De verhalen van #MeToo gaan vaak over misbruik en intimidatie door mannen in een machtspositie, die daar mee weg kunnen komen dankzij die positie. De onderdrukte activisten accepteren nu niet langer dat zij ongestoord lastiggevallen kunnen worden en het gebruik van Twitter biedt hen daarbij een mogelijkheid tot counter-power, volgens Castells “the capacity of a social actor to resist and challenge power relations that are institutionalized.”¹⁶ #MeToo gaat tegen de macht van de patriarchale hegemonie in.

Castells omschrijft dat de normen en waarden waarop samenlevingen zijn gebouwd, worden bepaald door de manier waarop mensen denken: een proces wat hij *mind framing*¹⁷ noemt. Communicatie en informatie zijn hierin fundamentele bronnen van “power and counter-power, [...] domination and social change.”¹⁸ Traditionele media, zoals kranten, radio en televisie, raken in het communicatieproces steeds meer verweven met nieuwe mediavormen.

In de 20^e eeuw bepaalde een kleine groep professionals als ‘poortwachters’¹⁹ aan welke informatie en op welke manier aandacht werd besteed. Die macht verschuift nu: in recent onderzoek heeft Ingrid Rogstad aangetoond dat Twitter, meer dan andere sociale media, de mogelijkheid heeft om aandacht te genereren en nieuwe perspectieven bij te dragen aan het publieke debat: “[n]ew media convey neglected issues into the public agenda, thus potentially shaping the larger political discourse.”²⁰ Twitter geeft activisten de macht om gehoord te worden. De Turkse academica en activiste Zeynep Tufekci benadrukt ook het belang van aandacht voor sociale bewegingen:

Attention is the means through which a social movement can introduce and fight for its preferred framing, convince broader publics of its cause, recruit new members, attempt to neutralize opposition framing, access solidarity, and mobilize its own adherents. Gaining attention may not guarantee desired outcomes, and attention itself may introduce other threats to movement goals; however, lack of attention is likely to smother a movement.²¹

Zonder aandacht zal een beweging volgens Tufekci vermoord worden, maar wanneer er aandacht gegeven wordt, levert een beweging ook controle in. Dit is problematisch binnen het demonstranten-paradigma van McLeod en Hertog: “journalists are socialized to focus on the actions, conflict and especially violence of

¹⁵ Manuel Castells, *Communication Power* (New York: Oxford University Press, 2009), 239.

¹⁶ Manuel Castells, “Communication, Power and Counter-Power in the Network Society,” *International Journal of Communication* 1 (2007): 238.

¹⁷ Ibid.

¹⁸ Ibid.

¹⁹ Pamela J. Shoemaker and Timothy Vos, *Gatekeeping Theory* (New York: Routledge, 2009), doi:10.4324/9780203931653.

²⁰ Ingrid Rogstad, “Is Twitter Just Rehashing? Intermedia Agenda Setting between Twitter and Mainstream Media,” *Journal of Information Technology and Politics* 13, no. 2 (2016): 153, doi:10.1080/19331681.2016.1160263.

²¹ Zeynep Tufekci, “‘Not This One’: Social Movements, the Attention Economy, and Microcelebrity Networked Activism,” *American Behavioral Scientist* 57, no. 7 (July 26, 2013): 849, doi:10.1177/0002764213479369.

protesters. Often, the emphasis on overt action obscures the issues raised by the protesters.”²² Pamela Shoemaker heeft hieraan toegevoegd dat een protestgroep negatiever behandeld zal worden door mainstream media, wanneer zij radicalere standpunten hebben.²³ De kenmerken van dit paradigma zullen hier nog kort toegelicht worden.

2.1 Het demonstrantenparadigma

McLeod en Hertog hebben vijf kenmerken van dit paradigma geïdentificeerd: nieuwsframes, beroepen op officiële bronnen, aanroepen van de publieke opinie, delegitimisering en demonisatie.²⁴

Voor de uitleg van *nieuwsframes* halen zij een definitie aan van Robert Entman: “[news framing is] to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating tekst.”²⁵ Volgens Carragee en Roefs worden machtsrelaties vaak over het hoofd gezien in onderzoek naar framing, maar zijn deze erg belangrijk in de sociale constructie van betekenis.²⁶ Zij leggen uit dat de kern van alle definities van framing vaak hetzelfde is: “frames organize news stories and other discourses by their patterns of selection, emphasis, interpretation, and exclusion.”²⁷ In dit onderzoek zal framing vanuit Entman’s perspectief begrepen worden, om te kijken welke informatie binnen zowel het frame van empowerment als van public shaming wordt benadrukt of weggelaten.

Door *officiële bronnen* te gebruiken, krijgt nieuws onder andere prestige en een air van objectiviteit.²⁸ Het kenmerk van de *publieke opinie* zal verder uitgelegd worden in de methodesectie van dit artikel. *Delegitimisering* houdt in dat bewegingen afgeschilderd worden als onbeduidend, bijvoorbeeld omdat de betekenis en context van protestacties vaak niet worden uitgelegd of bredere effecten, zoals het bouwen van solidariteit en het verspreiden van informatie, niet worden belicht.²⁹ *Demonisering*, tot slot, legt de nadruk op bedreigingen en negatieve consequenties van het protest, waardoor een soort “morele paniek” gecreëerd wordt.³⁰

In de analyse zullen deze vijf eigenschappen centraal staan bij het evalueren van de argumenten die in de krantenartikelen genoemd worden, om te kijken in welke mate nog steeds sprake is van het demonstrantenparadigma wanneer het om de rol van Twitter gaat. Ik zal hier eerst uitleggen hoe de verdeling van aandacht en machtsrelaties veranderen volgens de visie van het “hashtag-activisme” en daarna waarom dit ook ruimte geeft voor public shaming.

²² Douglas M. McLeod and James K. Hertog, “The Manufacture of ‘Public Opinion’ by Reporters: Informal Cues for Public Perceptions of Protest Groups,” *Discourse & Society* 3, no. 3 (July 26, 1992): 260, doi:10.1177/0957926592003003001.

²³ Pamela J. Shoemaker, “Media Treatment of Deviant Political Groups,” *Journalism Quarterly* 61, no. 1 (March 29, 1984): 66, 67, doi:10.1177/107769908406100109.

²⁴ McLeod, “News Coverage and Social Protest: How the Media’s Protest Paradigm Exacerbates Social Conflict,” 186.

²⁵ Robert M. Entman, “Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm,” *Journal of Communication* 43, no. 4 (1993): 51, 52.

²⁶ Kevin M. Carragee and Wim Roefs, “The Neglect of Power in Recent Framing Research,” *Journal of Communication* 54, no. 2 (June 1, 2004): 214–33, doi:10.1111/j.1460-2466.2004.tb02625.x.

²⁷ *Ibid.*, 215, 216.

²⁸ McLeod, “News Coverage and Social Protest: How the Media’s Protest Paradigm Exacerbates Social Conflict,” 186, 187.

²⁹ *Ibid.*, 187.

³⁰ *Ibid.*

2.2 Empowerment voor activisten

Eerder onderzoek naar het gebruik van hashtags door protestbewegingen heeft geleid tot de term *hashtag-activisme*, door Guobin Yang gedefinieerd als “discursive protest on social media united through a hashtagged word, phrase or sentence.”³¹ Dit heeft binnen feministische studies verder vorm gekregen in *hashtag feminism*, wat feministen volgens Rosemary Clark de mogelijkheid geeft de leiding te nemen over de narratieven rondom hun identiteit.³² Clark noemt specifiek spreken als een belangrijke contrahegemoniale strategie: “[f]eminist activism relies on articulation to make visible the hegemonic, taken-for-granted power structures that infuse daily life.”³³ Voor de #MeToo-beweging is het delen van verhalen ook de kern van de beweging die hun boodschap vormgeeft. Twitter faciliteert en stuurt dit spreken door enkele kenmerken van het platform, zoals de genetwerkte structuur, het gebruik van hashtags en microblogging. Naast de macht die Twitter geeft om gehoord te worden, die eerder werd genoemd, definieer ik hier nog twee manieren waarop Twitter als tool voor empowerment macht geeft aan vrouwen: macht om zich te verenigen en macht om zich uit te spreken.

De macht om zich te verenigen

Door de genetwerkte structuur en de vorm van communiceren op een platform als Twitter kunnen activisten zich volgens Clark makkelijker organiseren: “organizations no longer structure communication within the feminist movement; rather, communication, itself, from blog posts to Twitter hashtags, has become an important organizational structure for the movement.”³⁴ Er is geen strak hiërarchische *top-down* structuur meer, maar genetwerkte horizontale communicatie zonder leider – door Tufekci aangeduid met “horizontalisme”³⁵ – die #MeToo vormt. Zij voegt hier echter wel aan toe dat “sociale media nieuwe dynamieken introduceren, maar geen ‘platte’ of hiërarchieloze structuren.”³⁶ Dit komt door de opkomst van de *networked microcelebrity activist*: “a politically motivated actor who successfully uses affordances of social media to engage in a presentation of his or her political and personal self to garner attention to a cause.”³⁷ Ook mensen met minder naamsbekendheid kunnen nu aandacht genereren en belanghebbenden verenigen.

Doordat de genetwerkte structuur *open-ended* is wordt het bereik van een community vergroot. Toegankelijkheid en gelijkheid worden gesuggereerd doordat het een internationaal platform is en iedereen de hashtag kan gebruiken. Het gebruik van een hashtag wordt gezien als laagdrempelig en internationaal.

De macht om zich uit te spreken

Twitter als microblogging-site geeft vrouwen een manier om zich openlijk uit te spreken. In eerder onderzoek naar de Weinstein-affaire wordt benadrukt hoe de drang om vrouwen het zwijgen op te leggen diepgeworteld

³¹ Guobin Yang, “Narrative Agency in Hashtag Activism: The Case of #BlackLivesMatter,” *Media and Communication* 4, no. 4 (August 11, 2016): 13, doi:10.17645/mac.v4i4.692.

³² Rosemary Clark, “‘Hope in a Hashtag’: The Discursive Activism of #WhyIStayed,” *Feminist Media Studies* 16, no. 5 (February 22, 2016): 798, doi:10.1080/14680777.2016.1138235.

³³ *Ibid.*, 791.

³⁴ *Ibid.*, 790.

³⁵ Zeynep Tufekci, *Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest* (London: Yale University Press, 2017), xvi.

³⁶ Tufekci, “‘Not This One’: Social Movements, the Attention Economy, and Microcelebrity Networked Activism,” 868.

³⁷ *Ibid.*

zit in patriarchale samenlevingen.³⁸ Openheid is daarom een belangrijke vorm van counterpower voor #MeToo. Bovendien biedt het een gevoel van veiligheid om via een sociale media-platform te spreken, wat volgens eerder onderzoek fungeert als een soort “buffer tegen de negatieve effecten van seksisme en ruimte geeft deel te nemen in een feministisch tegenpubliek.”³⁹

De *narrative logic* van de hashtag – de “mogelijkheid om individuele verhalen te produceren en te verbinden”⁴⁰ – zorgt er volgens Clark bovendien voor dat ieder afzonderlijk verhaal wordt geplaatst in een context, wat meer draagkracht geeft aan de boodschap. Bennett omschrijft hoe verhalen vertellen aan de basis ligt van deze nieuwe, genetwerkte structuur.⁴¹ Iedere tweet afzonderlijk zet in 280 tekens of minder een verhaal neer, maar door deze te verbinden met de hashtag, wordt het onderdeel van één groot narratief. Online verhalen vertellen biedt dus verbinding en veiligheid.

2.3 Public shaming

Die macht van de context die #MeToo genereert, ligt ook ten grondslag aan de meest geuite kritiek. #MeToo zou alleen maar draaien om het publiekelijk aan de schandpaal nagelen van mannen. In enkele gevallen werd hier zelfs specifiek naar gevraagd. In Frankrijk bijvoorbeeld riep een journaliste vrouwen op om met de hashtag #balancetonporc – “verlink je varken” – de naam van hun belager op Twitter bekend te maken. Het shamen werkt ook de andere kant op: soms worden er geanonimiseerd verhalen gepubliceerd in traditionele media, waar op sociale media vervolgens namen bij worden gezocht. In het volgende gedeelte zal ik beargumenteren hoe de eigenschappen die zorgen voor empowerment, zoals de netwerkstructuur, lage participatiedrempel, groot bereik en het gebruik van hashtags, eigenlijk ook het beschamen faciliteren.

De aanleiding

De lage participatiedrempel zorgt er voor dat aanklachten die in de rechtbank behandeld zouden moeten worden, nu terecht komen op sociale media. Een deel van de “aanklachten” draait om beschuldigingen van plegers van een ernstig strafbaar feit: verkrachting. Hierin verschilt #MeToo van eerder onderzoek naar shaming als vorm van ‘trolling’⁴² of shaming van plegers van kleine vergrijpen.⁴³ De rechtszaken die uit een officiële aanklacht zouden voortkomen, zijn vaak echter lange, slepende processen en zoals hierboven al gezegd bieden ontboezemingen via Twitter een gevoel van veiligheid. Daarbij is het plaatsen van een post gemakkelijk, snel en gratis.

De andere openbaringen van #MeToo gaan juist over een grijs gebied: seksuele intimidatie. De genetwerkte structuur en lage participatiedrempel zorgen hier juist voor gebrek aan leiding en een duidelijke

³⁸ Michael A. Peters and Tina Besley, “Weinstein, Sexual Predation, and ‘Rape Culture’: Public Pedagogies and Hashtag Internet Activism,” *Educational Philosophy and Theory*, January 17, 2018, 1–7, doi:10.1080/00131857.2018.1427850.

³⁹ Sophie Sills et al., “Rape Culture and Social Media: Young Critics and a Feminist Counterpublic,” *Feminist Media Studies* 16, no. 6 (November 23, 2016): 935, doi:10.1080/14680777.2015.1137962.

⁴⁰ Clark, “‘Hope in a Hashtag’: The Discursive Activism of #WhyIStayed,” 790.

⁴¹ W. Bennett, “Communicating Global Activism,” *Information, Communication & Society* 6, no. 2 (January 2003): 147, doi:10.1080/1369118032000093860a.

⁴² Jon Ronson, *So You’ve Been Publicly Shamed* (London: Picador, 2015).

⁴³ Kristy Hess and Lisa Waller, “The Digital Pillory: Media Shaming of Ordinary People for Minor Crimes,” *Continuum* (Taylor & Francis, 2014), doi:10.1080/10304312.2013.854868.

afbakening van de boodschap, waardoor veel ruimte ontstaat voor eigen invulling van het begrip ‘seksuele intimidatie’. Tufekci schrijft deze *tactical freeze*, “the inability of these movements to adjust tactics, negotiate demands, and push for tangible policy changes,”⁴⁴ toe aan eerdergenoemd horizontalisme.

De berechting

De snelheid waarmee dankzij de hashtag aandacht gegenereerd wordt, leidt ertoe dat media beschuldigen al veroordelen nog voor er een gerechtelijk proces heeft plaatsgevonden. In eerder onderzoek is ook te zien hoe beschamen plaats kan vinden vóór het gerechtelijke proces, maar is er wel sprake van beeldmateriaal dat in ieder geval de schuldvraag kan beantwoorden. Bij #MeToo is er over het algemeen geen fysieke bewijslast, alleen de microblogs en die geven slechts één perspectief op wat zich heeft afgespeeld.

Doordat de beschuldigingen geuit worden in blogposts, hoeft een spreker niet te reageren wanneer dat wordt gevraagd. Hierdoor wordt hoor en wederhoor bemoeilijkt, terwijl dit essentieel is in een rechtszaak. Ook is de grens van 280 tekens te krap om context te geven bij een verhaal, wat het beeld van een situatie sterk kan vertekenen. Een naam kan zelfs zonder enige uitleg erbij gepost worden, zo lang deze maar gevolgd wordt door de hashtag #metoo, waarmee hij in het collectieve narratief geplaatst kan worden en geloofwaardigheid krijgt.

De nasleep

Meerdere onderzoeken benadrukken de blijvende impact die shaming heeft voor zowel bekende als onbekende mensen.^{[45][46]} Hess en Waller bespreken ook hoe er nog niet veel aandacht is besteed aan shaming van gewone mensen, maar dat is in #MeToo minstens zo relevant als bekende personen. Door nieuwe participatietechnieken zijn beroemdheden niet meer de enigen met toegang tot volgers⁴⁷, zoals ook in Tufekci’s concept van *microcelebrities* is te zien. Hierdoor zijn zij ook niet meer de enigen die moeten waken over hun reputatie. Beschuldigingen zijn door de hashtag en het feit dat ze online worden opgeslagen zoekbaarder en permanentier.⁴⁸ Hess en Waller beargumenteren dat de impact bij kleine vergrijpen daardoor veel groter is dan de eigenlijke straf. Zodra een beschuldiging online staat, is deze vrijwel niet meer te verwijderen. Dit is problematisch in een *economy of reputation*, waarin de reputatie van een individu waarde creëert die belangrijk is voor het vinden van een baan in de “freelance-markt van de digitale informatie-economie.”⁴⁹ Angst voor reputatieschade kan voor veel bedrijven een reden zijn om werknemers te ontslaan wiens naam genoemd is in relatie tot #MeToo.

⁴⁴ Tufekci, *Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest*, xvi.

⁴⁵ Hess and Waller, “The Digital Pillory: Media Shaming of Ordinary People for Minor Crimes.”

⁴⁶ Ganaele Langlois and Andrea Slane, “Economies of Reputation: The Case of Revenge Porn,” *Communication and Critical/Cultural Studies* 14, no. 2 (April 3, 2017): 120–38, doi:10.1080/14791420.2016.1273534.

⁴⁷ Alice Marwick and danah boyd, “To See and Be Seen: Celebrity Practice on Twitter,” *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 17, no. 2 (2011): 139–58, doi:10.1177/1354856510394539.

⁴⁸ Langlois and Slane, “Economies of Reputation: The Case of Revenge Porn,” 121.

⁴⁹ Alessandro Gandini, “Digital Work: Self-Branding and Social Capital in the Freelance Knowledge Economy,” *Marketing Theory* 16, no. 1 (March 1, 2016): 123, doi:10.1177/1470593115607942.

3. Methode

3.1 Verdeling van macht in het discours

Voor dit onderzoek is gekozen voor een kritische discoursanalyse zoals omschreven door Norman Fairclough, omdat zijn benadering specifiek geënt is op “the substantively linguistic and discursal nature of the power of the media.”⁵⁰ Volgens Fairclough moet “mediataal” als een discours worden geanalyseerd, omdat daarbij rekening gehouden wordt met zowel tekst (in de brede zin van het woord) als *discourse practices* en *sociocultural practices*,⁵¹ waarbij taalanalyse leidt tot een gedetailleerd begrip van sociale en culturele processen. Daarmee biedt hij een manier om machtsprocessen binnen media op een concreet en gedetailleerd niveau te analyseren. Hij combineert daarin zowel de linguïstische benadering van discours – met de focus op taal als onderdeel van sociale interactie – als de poststructuralistische, met macht als een sociale constructie van realiteit, die bepaalt wat men kan weten, zeggen en doen in een bepaalde historische context.⁵²

Volgens Fairclough kan deze benadering van de analyse van mediateksten drie typen vragen beantwoorden over de output van media: hoe wordt de wereld gerepresenteerd, welke identiteiten worden opgericht voor de betrokkenen en welke relaties worden tussen hen opgezet?⁵³ Door op micro-niveau te kijken naar taaluitingen betreffende Twitter en de #MeToo-beweging, kunnen op macro-niveau interpretaties worden geformuleerd over de achterliggende veronderstellingen die niet direct uit de tekst spreken, maar wel machtige of marginaliserende identiteiten schept en macht toekent aan bepaalde groepen in de patriarchale hegemonie.

Op micro-niveau zullen taaluitingen die ‘de publieke opinie’ weergeven één van de focuspunten zijn. McLeod en Hertog delen weergaven van publieke opinie in nieuwsverslaggeving op in “1) uitspraken over publieke opinie, 2) omschrijvingen van sociale normen en 3) communautaire voorschriften, en 4) verbeelding van omstanders as symbolen voor publieke opinie.”⁵⁴ Hiernaast zal gelet worden op taaluitingen die duiden op eerdergenoemde frames, officiële bronnen, delegitimatisatie of demonisering om conclusies te kunnen trekken over de erkenning van de macht van Twitter.

Taaluitingen uit de geselecteerde artikelen zijn handmatig gesorteerd en chronologisch geordend in een tabel op volgorde van datum van publicatie, gevolgd door de titel, krant, genre en auteur. Sommige argumenten zijn geparafraseerd, om de context waarin ze zijn geuit ook te betrekken, en in enkele gevallen is ook voor de iets bredere noemer van “sociale media” gekozen.

Tijdens het ordenen werden enkele argumenten vaak herhaald, wat de basis heeft gevormd voor de thema’s waarop ik de analyse heb ingedeeld. Dit is dus een globaal overzicht van de verschillende visies op Twitter, maar binnen dit onderzoek was er helaas geen ruimte voor een volledig overzicht.

⁵⁰ Norman Fairclough, *Media Discourse* (London: Edward Arnold, 1995), 2.

⁵¹ *Ibid.*, 16.

⁵² *Ibid.*, 18.

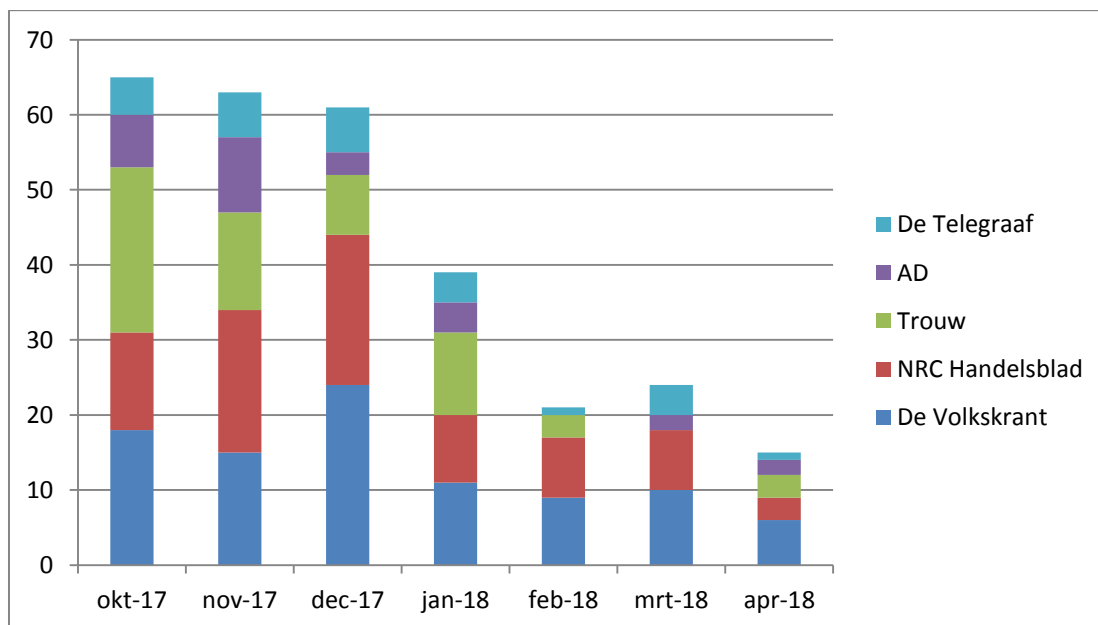
⁵³ *Ibid.*, 5.

⁵⁴ McLeod and Hertog, “The Manufacture of ‘Public Opinion’ by Reporters: Informal Cues for Public Perceptions of Protest Groups,” 260.

3.2 Corpuselectie

In dit onderzoek zal gekeken worden naar de vijf grootste, nationale, betaalde kranten: het AD/Algemeen Dagblad, Trouw, De Telegraaf, de Volkskrant en het NRC Handelsblad. Deze zijn gekozen vanwege het grote lezersbereik, waardoor het redelijk representatief is voor wat Nederlanders te zien krijgen, en omdat de kranten verschillende achtergronden hebben, wat waarschijnlijk leidt tot verschillende perspectieven op het onderwerp. De artikelen zijn geselecteerd via de database LexisNexis met de volgende zoekterm: “#metoo” AND “Twitter” OR “tweets” OR “social* media”. Hiermee worden alleen de artikelen eruit gefilterd die ook daadwerkelijk iets zeggen over #MeToo in relatie tot de rol van technologie. Dit leverde 220 resultaten op.

Gezien de hoeveelheid artikelen die zijn gepubliceerd over het onderwerp, is voor dit paper besloten alleen artikelen uit de ‘piek’ van de berichtgeving te kiezen. Deze is als volgt vastgesteld. Kwantitatief gezien zijn de meeste artikelen gepubliceerd tussen het begin van de berichtgeving in oktober, tot ongeveer eind januari. Na eind januari was een duidelijke afname te zien, zoals te zien is in figuur 1. Inhoudelijk gezien vond er ook steeds meer herhaling plaats en weken de artikelen vaker af van een inhoudelijke discussie over #MeToo. Er is wel voor gekozen januari er nog in te betrekken, omdat in deze periode die polarisatie juist erg sterk was. Artikelen waarin #MeToo alleen genoemd is om een ander verhaal te contextualiseren, zijn uit de analyse weggelaten.



Figuur 1. Het aantal artikelen over #MeToo in de vijf grootste Nederlandse kranten.

4. Analyse

Naar aanleiding van de bevindingen uit mijn artikelen ben ik tot de volgende vier overkoepelende categorieën gekomen: uitspraken over de beweging, de context, de deelnemers en de gevolgen.

4.1 De beweging

De relatief neutrale benaming “#MeToo-beweging” wordt in lang niet alle artikelen gebruikt. Zo wordt er ook gesproken over “#MeToo-openbaringen”⁵⁵ en is het polariserende “#MeToo-discussie”⁵⁶ populair. Deze benamingen zijn vaak al een goede eerste indicator voor de manier waarop de journalist door framing zijn standpunt op een objectieve manier in een nieuwsverhaal probeert te weven. Hier zijn enkele benoemingen uitgelicht om te kijken wat voor perspectief deze impliceren. Daarna zullen de verschillende formuleringen van de boodschap aan bod komen.

Benoemingen

Binnen artikelen die de kracht van #MeToo prijzen, zoals *#MeToo is dé stiltebreker*,⁵⁷ wordt soms gesproken over een “#MeToo-campagne.” Het gebruik van het woord campagne impliceert een zekere overtuigingsdrift, al dan niet een actie die is opgezet vanuit een institutie, die verder reikt dan het aanvankelijke doel van bewustwording. De psycholoog Robert Cialdini heeft in onderzoek aangetoond dat het kenbaar maken van de persuasieve aard van een bericht de weerstand jegens de boodschap kan vergroten.⁵⁸ Door #MeToo te framen als een campagne, wordt er subtiel de nadruk gelegd op het nastreven van concrete doelen, zeker wanneer er in de rest van hetzelfde artikel wordt gesproken over acteurs die “van hun voetstuk worden gestoten” en reputaties die “gebroken worden.”⁵⁹ Zelfs in een artikel dat #MeToo dus belicht vanuit een *empowerend* perspectief, sijnelt het kenmerk van delegitimatisatie uit het demonstratenparadigma door, waarbij gefocust wordt op de acties en deze niet juist verbonden worden aan de context en de betekenis van de beweging. Twitter is juist een gratis platform en deze beweging bestaat uit de losse doelen van individuen, zonder de organisatie en concrete doelen die een ‘campagne’ veronderstelt.

In artikelen die meer in het #MeToo-kritische spectrum vallen zijn andere termen populair, zoals de “wild om zich heen grijpende #MeToo-revolutie.”⁶⁰ Door de beweging als revolutionair te bestempelen wordt een omwenteling gesuggereerd die past bij het karakter van Twitter als snelle cultuurveranderaar, wellicht zonder blijvend resultaat. Het erkent wel de contrahegemoniale positie van de activisten die de heersende macht uitdagen.

Opvallend zijn de terugkerende natuurmetaforen die de verspreiding van de hashtag veronderstellen als een organische beweging. Deze frasen variëren in intensiteit van “de hashtag is overgewaaid vanuit de

⁵⁵ Jean-Pierre Geelen, “#WeToo En de ‘Heksenjacht,’” *Opinie, De Volkskrant*, October 28, 2017, 9.

⁵⁶ Hanna Bervoets, “-Discussie,” *Tv-recensie, De Volkskrant*, December 29, 2017, V19.

⁵⁷ Vreeken, “#MeToo Is Dé Stiltebreker,” 7.

⁵⁸ Robert B. Cialdini, Richard E. Petty, and John T. Cacioppo, “Attitude and Attitude Change,” *Annual Review of Psychology* 32, no. 1 (1981): 361, doi:10.1146/annurev.ps.32.020181.002041.

⁵⁹ Vreeken, “#MeToo Is Dé Stiltebreker,” 7.

⁶⁰ Jutta Chorus, “Culturele Broekpoepers,” *Binnenland, NRC Handelsblad*, October 23, 2017, 4.

Verenigde Staten”⁶¹ en “de hashtag #MeToo wervelde de wereld over,”⁶² tot “de orkaan aan #MeToo’s is nog niet uitgeraasd.”⁶³ Ook de benoeming ‘viraal gaan’⁶⁴ mag hierbij inbegrepen worden. Hierdoor wordt geïmpliceerd dat het een ongestuurd, ongecontroleerd proces is en poneert de beweging vrijwel als iets onvermijdelijks. Het neemt echter ook handelingsvermogen weg bij de vrouwen die dit proces in gang zetten en versterken: hun daden worden gereduceerd tot een gebeurtenis zonder duidelijke bron die dit in gang zet.

De boodschap

De kern van de boodschap van de beweging lijkt een terugkerend probleem in de kritiek op #MeToo. Volgens Tufekci is het “onvermogen om te controleren hoe massamedia de boodschap van een beweging framen een terugkerend probleem in onderzoek naar sociale bewegingen.”⁶⁵ Bij #MeToo zijn in de beoogde boodschap echter wel twee factoren op zeer nuttige manier samengebracht: een van de sterkste punten van Twitter ligt in het vergroten van het aantal betrokkenen en door ‘het aantonen van de omvang van het probleem’ de kern van de boodschap te maken – zonder verdere implicaties te maken over wat er zou moeten gebeuren om dit probleem aan te pakken – is de activisten een sterke machtspositie gegeven om hun punt duidelijk te maken. Diezelfde openheid grijpen journalisten aan om zelf in te vullen wat het doel van de beweging is: “Kern is ook niet de seks, maar machtsmisbruik en handelingen tegen andermans wil.”⁶⁶

4.2 De context

Twitter en traditionele media verrijken samen de context rondom #MeToo. Traditionele media accrediteren de nieuwswaarde van Twitter door tweets te publiceren die reageren op de beweging.⁶⁷ Tweets geven een gevoel van actualiteit of nabijheid en worden hier gebruikt als verbeelding van de publieke opinie. Volgens McLeod werden deze verbeeldingen ingezet voor een dramatisch effect.⁶⁸ Opvallend daarbij is dat hier juist voor positieve reacties is gekozen, terwijl Twitter journalisten een veel groter aanbod aan reacties biedt dan interviews met omstanders, en journalisten in principe al naar gelang kunnen kiezen welke tweets zij als representatief voor de publieke opinie willen tonen. Kranten versterken verder de discussie die door Twitter in gang is gezet met achtergrondartikelen die aangeven hoe dit probleem niet plotseling of kortstondig is door de discussie historisch te contextualiseren. Bij de artikelen van dit thema is specifiek gelet op artikelen die ingaan op de historie en de lange termijn.

De historie

Verscheidene artikelen gaan dieper in op de historie van seksueel geweld en seksueel misbruik. Jeroen van Raalte doet bijvoorbeeld een beroep op mediawetenschapper Linda Duits als officiële bron om de populariteit

⁶¹ Jeroen van Raalte, “Vrouwen Klagen Massaal Het Grensoverschrijdend Seksueel Gedrag van Mannen Aan,” Ten Eerste, *De Volkskrant*, October 18, 2017, 4.

⁶² “Meer Dan Een Hashtag,” *Opinie, Trouw*, October 21, 2017, 26.

⁶³ Wendelmoet Boersema, “We Too! Maar Gaat Het Nu Veranderen?,” *Vandaag, Trouw*, October 24, 2017, 4.

⁶⁴ “Meer Dan Een Hashtag,” 26.

⁶⁵ Tufekci, “‘Not This One’: Social Movements, the Attention Economy, and Microcelebrity Networked Activism,” 852.

⁶⁶ Geelen, “#WeToo En de ‘Heksenjacht,’” 9.

⁶⁷ “#MeToo,” *Vandaag, Trouw*, October 18, 2017, 4, 5.

⁶⁸ McLeod, “News Coverage and Social Protest: How the Media’s Protest Paradigm Exacerbates Social Conflict,” 268.

van #MeToo te verklaren: “[z]o’n hashtag heeft momentum, geeft vrouwen de kracht om naar buiten te treden omdat ze weten dat ze niet de enigen zijn.”⁶⁹ Dit wordt versterkt wanneer Renée Römken in een ander artikel aan het woord komt over het verschil met historische bewegingen. Römken is directeur van Atria, kennisorganisatie voor vrouwen, en bijzonder hoogleraar gendergerelateerd geweld aan de UvA. Hij legt de reden van het “momentum” duidelijk bij sociale media:

Maar Dolle Mina's konden niet zichtbaar maken wat de hashtag wél liet zien [...]. De massaliteit werd tastbaar. 'Sociale media zorgen dat vrouwen, of breder gezegd slachtoffers, zelf de regie kunnen nemen.' Zo kwam er een ongekend groot podium voor hun protest tegen seksueel geweld, dat niet gebonden is aan rangen en standen of leeftijd.⁷⁰

Door zich te beroepen op officiële bronnen, hebben de journalisten zich gehouden aan de tactieken die vanuit het demonstrantenparadigma worden aangereikt, maar wordt er toch een positief beeld neergezet. Deze voorbeelden laten zien hoe die tactieken dus lang niet altijd dienen om te marginaliseren. Omvang, verbondenheid en controle worden genoemd als krachtpunten, waarmee deze autoriteiten de ideeën uit het empowerment-frame bevestigen. Historisering wordt hier ingezet als middel om het belang van Twitter aan te tonen.

De lange termijn

De rol die Twitter en dan vooral de hashtag #MeToo in de toekomst moet gaan vervullen, staat in veel artikelen ter discussie. Wanneer de beweging wordt gehistoriseerd tussen andere bewegingen die via sociale media zijn gestart, wordt de context aanzienlijk minder positief belicht. Over de hashtag #zeghet, die een vergelijkbaar doel had als #metoo, zegt van Raalte: “ook toen stierf de aandacht weer snel weg.”⁷¹ Hiermee wordt de aanname gedaan dat aandacht dit keer ook snel weg zal sterven, terwijl daar nog helemaal geen sprake van is. Door de beweging te bestempelen als vluchtig, wordt #MeToo al gemarginaliseerd nog voordat het is gestart.

Andere journalisten houden de toekomst meer open. In de eerste maand zijn er een aantal artikelen, zoals *We too! Maar gaat het nu veranderen?*⁷² en *Meer dan een hashtag*⁷³ die benadrukken dat #MeToo een blijvend proces moet zijn. Er wordt over gesproken dat “we” moeten voorkomen dat #MeToo ‘slechts’ een hashtag blijft. Opvallend is dat *Meer dan een hashtag* “de mening van de krant, verwoord door leden van de hoofdredactie en senior redacteurs” is. In dit artikel stellen zij dat het echte gesprek pas na de coming out begint en “de discussie moet worden verbreed.”⁷⁴ Dit lijkt een letterlijke oproep vanuit de krant om meer te voldoen aan het debatframe zoals voorgesteld wordt door McLeod.⁷⁵ Twitter wordt door hen duidelijk aangewezen als de katalysator van het debat en dat is precies waar het aanvankelijk voor gebruikt zou worden. Dit soort artikelen belichten uitermate goed het activistisch potentieel van Twitter en door ook de

⁶⁹ Raalte, “Vrouwen Klagen Massaal Het Grensoverschrijdend Seksueel Gedrag van Mannen Aan,” 4.

⁷⁰ Carla van der Wal, “MeToo Geeft Macht Aan de Massa,” Nieuwsdienst, *AD/Algemeen Dagblad*, December 20, 2017, 8.

⁷¹ Raalte, “Vrouwen Klagen Massaal Het Grensoverschrijdend Seksueel Gedrag van Mannen Aan,” 4.

⁷² Boersema, “We Too! Maar Gaat Het Nu Veranderen?”

⁷³ “Meer Dan Een Hashtag,” 26.

⁷⁴ Ibid.

⁷⁵ McLeod, “News Coverage and Social Protest: How the Media’s Protest Paradigm Exacerbates Social Conflict,” 193.

tekortkomingen te erkennen – verbreding van de discussie wordt door de beperkte manier van communicatie moeilijk via Twitter – erkennen zij de manier waarop het platform waarde kan hebben voor sociale bewegingen, namelijk als katalysator van het gesprek.

Het belang op de lange termijn komt ook op andere manieren terug. Arjen van Veelen omschrijft hoe de beweging mannen niet alleen aan het denken zet, maar ook hun gedrag beïnvloedt. Hij schrijft dit anekdotisch, vanuit eigen ervaring. Door echter te kiezen voor algemene bewoordingen als “[h]et ging niet alleen in je kop zitten, het veranderde je gedrag”⁷⁶ presenteert hij ervaring als publieke opinie die gezien kan worden als sociale norm. Niet alleen hij veranderde door de beweging zijn gedrag, ‘je’ deed dat. Hiermee impliceert hij dat #MeToo dus ook zeker wel offline effect heeft. De hashtag heeft niet gefunctioneerd op grootschalige demonstraties op te zetten, zoals bij andere campagnes het geval was, maar leidt tot een bewustwording op individuele schaal. Dit insinueert dat Twitter dus toch erg bruikbaar blijkt voor het bewerkstelligen van een cultuurverandering en sluit aan bij de ideeën van Castells dat sociale acties en een collectief bewustzijn geschapen worden in het domein van de communicatie.

4.3 De deelnemers

Één kenmerk van #MeToo keert telkens terug: de omvang van het probleem. De Arabische Lente en de protesten in het Gezi-park waren geografisch afgebakend, Occupy was een beweging vanuit socialistische middenstanders jegens de kapitalistische elite. Maar #MeToo betreft machtsmisbruik wereldwijd, in zowel lagere als juist ook in hogere klassen. Twitter lijkt een zeer geschikt medium om de omvang van dit probleem aan te kaarten omdat het een verbindende factor is tussen verschillende culturele groepen. Het kan moeilijker genegeerd worden, omdat het zich manifesteert in de directe omgeving van miljoenen mensen. Dit wordt in enkele artikelen ook erkend, zoals bijvoorbeeld in een evaluatie van #MeToo door Loes Reijmer:

U leest het: het is onmogelijk om één iemand aan te wijzen als het gezicht van #MeToo. Dat zou ook de democratiserende kracht tekort doen, de miljoenen onbekende vrouwen (en in mindere mate mannen) die hun verhaal deden op sociale media, soms na jaren- of decennialang zwijgen. Juist hun stem gaf de omvang van het probleem aan.⁷⁷

Daardoor zijn journalisten echter geneigd om het te presenteren als een universele, globale beweging met één identiteit. Maar dat beeld is lang niet zo representatief. Het is eigenlijk nog steeds voornamelijk een discussie van witte hogeropgeleide middenklassevrouwen in het Westen, en beroemdheden specifiek. De uitsluiting van etnische minderheden en verschillen tussen landen en culturen past helaas bij lange na niet in dit paper, maar zou wel erg interessant zijn voor vervolgonderzoek. In het volgende gedeelte zal ingegaan worden op de focus op bekende mensen versus de aandacht die aan onbekenden wordt gegeven en de manier waarop mannen en vrouwen worden uitgesloten van het debat. Wie lijkt #MeToo volgens kranten in Nederland te representeren en wie hebben er toegang?

⁷⁶ Arjen van Veelen, “Een Morele Kruistocht Met Een Hashtag,” *Opinie, NRC Handelsblad*, October 21, 2017, 25.

⁷⁷ Loes Reijmer, “Hollywood Liet Zien Hoe Het Wel En Niet Moet,” *Zaterdag, De Volkskrant*, December 23, 2017, 3.

Bekendheid

De aanleiding voor de beweging kwam vanuit een bekend persoon, namelijk de actrice Alyssa Milano. Twitter fungeerde volgens Jeroen van Raalte als de brug van bekende mensen naar onbekende mensen: “Met de hashtag #MeToo is de aandacht verschoven van celebrities naar gewone vrouwen.”⁷⁸ Maar in hoeverre is die aandacht inderdaad verschoven? Het netwerk leek de mogelijkheid te bieden om direct deel te nemen in een gesprek. Deze beweging zou empowerend moeten werken voor de ‘gewone vrouw’, maar kranten gebruiken hun verhalen als een context waarbinnen wederom nieuws over bekende mensen gepubliceerd kan worden. Römken geeft aan dat de betrokkenheid van bekende mensen de grootste invloed is, niet de bekendmaking van de omvang van het probleem: “die onderzoeksresultaten kregen nauwelijks media-aandacht. Geen glamour: het gaat om tienduizenden ‘gewone’ vrouwen. Cijfers worden een abstractie [...] Nu bekend wordt dat het ook (bekende) mannen treft, verhoogt dat de nieuws waarde.” Een interessante analyse, want de vaak wordt de omvang van het probleem genoemd als grote impactfactor. Telkens wordt er gesproken over ‘massaal’: “het massale ontmaskeren,”⁷⁹ mannen worden “massaal in het beklagenbankje”⁸⁰ gezet. De heksenjacht wordt gepresenteerd alsof deze jegens alle mannen wordt gevoerd, maar feitelijk gebeurt dit alleen met bekende mensen. Dat zijn ook de enige gevallen die met naam in traditionele media besproken worden. Dit past bij de sensatielust van het demonstrantenparadigma, maar vertekent compleet het beeld van shaming.

Hierin wordt onderbelicht dat je alsnog bepaalde basisresources nodig hebt. “Echt goed bezig ben je als je als eerste onrecht aan de kaak stelt [...] Weinig durven zich uit te spreken over iets zolang iedereen erover zwijgt”⁸¹ aldus hoogleraar Roos Vonk. Om je als eerste ergens over uit te spreken, moet je alsnog een bekend persoon zijn in een bepaalde machtspositie om zo’n beweging in gang te zetten. Die heeft de volgers en wordt eerder geloofd. Volgens Carragee en Roefs hadden elites lange tijd als enige genoeg middelen om de manier waarop zij in het nieuws komen te beïnvloeden.⁸² Twitter biedt nu ook een kans aan andere partijen omdat met veel minder economische en culturele middelen aandacht bereikt kan worden. De beweging is in gang gezet na de beschuldigingen van Weinstein. Doordat hiermee een machtig man van zijn voetstuk gestoten kon worden, werd aangetoond dat een machtspositie geen immuniteit biedt. De macht van de activisten ligt in hun aantal. Maar binnen één grote groep zijn altijd subgroepen te onderscheiden, waardoor uitsluiting of generalisatie dreigt.

Uitsluiting

Het citaat van Reijmer brengt nog een aspect van de identiteit van de deelnemers aan het licht: wereldwijd ging het vooral over misbruik van vrouwen door mannen. In Nederland ging het door de verhalen rondom Jelle Brandt Corstius en Job Gosschalk ook veel over misbruikte mannen. Maar nog steeds gaat het in de artikelen vrijwel alleen maar over vrouwen en mannen.

⁷⁸ Raalte, “Vrouwen Klagen Massaal Het Grensoverschrijdend Seksueel Gedrag van Mannen Aan,” 4.

⁷⁹ Jolande Withuis, “De Gast in Zijn Domein,” *Letter en Geest, Trouw*, November 25, 2017, 6.

⁸⁰ Rosanne Hertzberger, “Man in Tijden van #MeToo,” *Opinie, NRC Handelsblad*, October 21, 2017, 2.

⁸¹ Jaap Stam, “Kom Maar Op,” *Uitgelicht, De Volkskrant*, November 6, 2017, 12.

⁸² Carragee and Roefs, “The Neglect of Power in Recent Framing Research,” 220.

Hoe wordt er ruimte gegeven aan het perspectief van mannen? Mannen zijn ook een Twitteractie gestart: #IHave, om schuld te bekennen. De enkele keer dat die besproken wordt, ligt de nadruk telkens op het feit dat de hashtag niet echt is aangeslagen.⁸³ Neemt de journalistiek dan alleen hashtags over die mateloos populair worden op Twitter? Het feit dat die hashtag er is, is op zich al reden voor nieuws. Aan de hand hiervan zou gesteld kunnen worden dat Twitter dus alleen de mogelijkheid heeft te beïnvloeden wat nieuws is wanneer er op Twitter al veel aandacht voor is.

Ook de identiteit van slachtoffer versus dader wordt in menig artikel in stand gehouden, waarbij slachtoffers uitgesloten worden van het debat omdat er al voor hen gesproken wordt. In *Man in tijden van #MeToo* schrijft Rosanne Herzberger: “[n]a alle #MeToo-openbaringen volgt nu het onvermijdelijke tegengas” wat volgens haar direct te maken heeft met machtsverhoudingen. Omdat vrouwen deze uitdagen, is kritiek blijkbaar onvermijdelijk. Zij verdedigt de vrouwen die counter-power uit proberen te oefenen, maar haar verwoordingen bevestigen alleen maar de machtspositie van mannen en tonen vrouwen als slachtoffers: mannen zijn “in deze maatschappij in elk aspect dominant,” “machtiger, fysieker en criminelere” en bij seks hebben zij “iets te winnen en vrouwen iets te verliezen”; de man is “traditioneel jager, de vrouw is prooi.”⁸⁴ Deze ondergeschiktheid is kenmerkend voor het demonstrantenparadigma en de manier waarop frames vanuit instituties geneigd zijn de uitdagers van huidige machthebbers in de hegemonie te marginaliseren.⁸⁵ Ook al poogt Herzberger de vrouwen te verdedigen, haar woordkeuze bevestigen alleen maar het idee van de vrouw als zijnde ondergeschikt. De gezamenlijke identiteit die met behulp van Twitter neer wordt gezet maakt het voor journalisten makkelijker te generaliseren.

4.4 De gevolgen

Uit #MeToo zou dus een heksenjacht voortkomen. Over de motieven hiervoor zijn verschillende geluiden te horen. In *Weg met macho's. De man wil méns zijn* beweert seksuoloog en cultuurfilosoof Erik van Beek dat “naming en shaming [wantrouwen] tekent.”⁸⁶ In *Het een heksenjacht noemen is wel erg makkelijk* zorgt Loes Reijmer voor een reframing van heksenjacht.⁸⁷ Zij duikt dieper in op de casus van de Shitty Media Men-List, een lijst van ‘mannen om te mijden wegens seksuele intimidatie’ die door een jonge journaliste werd verspreid om andere jonge vrouwen in het vak te waarschuwen. Volgens Reijmer namen veel mensen het voor de journaliste op, omdat de heksenjacht eerder uit een soort onmacht voortkomt. Dit bevestigt het idee van Castells waarin sociale media ingezet worden voor een soort counter-power. In dit gedeelte zal verder ingegaan worden op de gevolgen van het openbaren van namen.

Rechtssysteem

Op 1 november verschijnen twee artikelen die de problematiek rondom Twitter als alternatief voor een rechtszaak aankaarten. In *Aangifte doen in een zedenzaak. En dan?* somt hoogleraar Peter van Koppen de

⁸³ Gretha Pama and Vincent Sondermeijer, “En Mannen, Wat Nu? Het Loopt Nog Geen Storm Op #IHave,” *Binnenland, NRC Handelsblad*, October 23, 2017, 6.

⁸⁴ Hertzberger, “Man in Tijden van #MeToo,” 2.

⁸⁵ Carragee and Roefs, “The Neglect of Power in Recent Framing Research,” 224.

⁸⁶ Freek Schravessande, “Weg Met Macho's. De Man Wil Méns Zijn,” *Binnenland, NRC Handelsblad*, October 24, 2017, 10.

⁸⁷ Loes Reijmer, “Het Een Heksenjacht Noemen Is Wel Erg Makkelijk,” Zaterdag, *De Volkskrant*, January 13, 2018, 17.

nadelen op van aangifte doen, maar noemt hij ook dat er bij een aangifte doorgevraagd moet worden om de geloofwaardigheid van een verklaring te achterhalen.⁸⁸ Deze mogelijkheid ontbreekt echter bij ontboezemingen via Twitter. Het is in de tekst geplaatst als argument tegen aangifte doen, maar juist door het woord 'geloofwaardigheid' te noemen kaart hij een heikel punt aan in de #MeToo-discussie: gebrek aan hoor en werderhoor Journalisten Misérus en Stoffelen verwerken deze uitspraak in het artikel alsof het hun punt staft, maar het spreekt het eigenlijk tegen.

Later die maand lijken meerdere artikelen het gebruik van Twitter als een goed, of in ieder geval begrijpelijk alternatief te zien voor een rechtszaak. In *In zedenzaken is het strafrecht vaak een botte bijl* betoogt Renee Römkens dat in de media over seksuele intimidatie berichten zeker zin heeft, want "een juridische weg is niet zo geschikt."⁸⁹ Deze zou extreem belastend en teleurstellend zijn, gezien het geringe aantal aangiftes en nog minder veroordelingen. Hij noemt de stroom ervaringsverhalen "winst" en het strafrecht moet slechts dienen als ultiem middel: "#MeToo is niet gericht op het behalen van juridisch gelijk. Dit podium is gezocht voor sociale erkenning van onrechtvaardigheid. Dat is een historische omslag." Folkert Jensma voegt hier redenen aan toe waarom slachtoffers sowieso niet snel naar de rechter zullen stappen, en vertelt dat zelfs het hoofdstuk "misdrijven tegen de zeden" uit het Wetboek van Strafrecht nodig moet worden herzien.⁹⁰

Beide heren hebben rechten gestudeerd. Wanneer publieke figuren de voornaamste bron van informatie vormen, zijn verhalen volgens McLeod vaak geneigd verteld te worden vanuit het perspectief van de machthebbers, terwijl perspectieven die die macht uitdagen gebagatelliseerd worden.⁹¹ Zij betogen dat ze hierdoor focussen op de legaliteit van acties, meer dan de moraliteit van kwesties.⁹² In voorgaande citaten komen deze twee zaken samen, en wordt de discussie beslecht in het voordeel van degenen die de macht uitdagen. Twitter wordt hiermee een plausibel alternatief voor de justitiële rechtsgang, wat een teken kan zijn dat op dat vlak verandering nodig is, die dankzij Twitter aan de kaak wordt gesteld. Maar de rechtsstaat is eigenlijk ook niet meer nodig, want tegenwoordig is imagoschade al genoeg. Dit wordt verder toegelicht in het volgende gedeelte: reputatie.

Reputatie

#MeToo-verhalen stellen journalisten voor een dilemma opent met uitspraak van strafpleiter Ivonne Leenhouders: "De media slaan door in de berichtgeving over de #MeToo-beweging."⁹³ Er wordt hierna gesproken over de aandacht in artikelen en columns, maar ook hoe die tot speculaties op sociale media leiden. Leenhouders legt uit hoe de openbaringen van #MeToo effectief zouden kunnen zijn:

Als het doel is om andere mensen ook de kans te geven zich uit te spreken, dan is het uiten van concrete beschuldigingen over iemand in de media niet de beste manier. En als de bedoeling is een

⁸⁸ Mark Misérus and Anneke Stoffelen, "Aangifte Doen in Een Zedenzaak. En Dan?," Ten Eerste, *De Volkskrant*, November 1, 2017, 11.

⁸⁹ Renée Römkens, "In Zedenzaken Is Strafrecht Vaak Een Botte Bijl," *Opinie, Trouw*, November 18, 2017, 29.

⁹⁰ Folkert Jensma, "Met Zedendelicten Kan Strafrecht Maar Weinig," *Opinie, NRC Handelsblad*, November 11, 2017, 8.

⁹¹ McLeod, "News Coverage and Social Protest: How the Media's Protest Paradigm Exacerbates Social Conflict," 187.

⁹² McLeod and Hertog, "The Manufacture of 'Public Opinion' by Reporters: Informal Cues for Public Perceptions of Protest Groups," 260.

⁹³ Kist and Takken, "#MeToo-Verhalen Stellen Journalisten Voor Dilemma," 13.

algemene misstand aan de kaak te stellen, dan hoef je niet één specifieke persoon te beschuldigen. Dan kun je volstaan met het beschrijven van je ervaringen in algemene zin.⁹⁴

In datzelfde artikel wordt Jonathan Ursem, de hoofdredacteur van opinietijdschrift de Nieuwe Revu, aan het woord gelaten om een reactie te geven op het speculeren over namen van mogelijke daders op sociale media. Hij beweert dat zo'n 80 procent van deze speculaties juist was. "Dat in de overige gevallen mensen valselijk beschuldigd worden is volgens hem onvermijdelijk. 'Ik vraag me af of het mijn taak is mensen ervan te weerhouden te speculeren.'"⁹⁵ Ursem brengt hierin een probleem van de nieuwe media-ecologie ter sprake dat verder in weinig andere artikelen werd besproken: wie is verantwoordelijk voor deze reputatieschade? Reputatie is dusdanig belangrijk in de huidige maatschappij, dat het zwartmaken hiervan gerechtelijk strafbaar is in de vorm van smaad of laster.

Kranten zijn vanuit journalistieke basisprincipes verplicht om hun bronnen te checken en de ruimte te geven voor hoor en wederhoor, waardoor zij niet zomaar namen kunnen publiceren, maar voor uitingen op sociale media geldt deze verplichting niet. Zouden gebruikers die een bepaalde naam delen aangeklaagd kunnen worden voor smaad of laster? En in welke mate zijn degenen die hun bericht delen, of het platform medeverantwoordelijk? Het gebrek aan controle door "horizontalisme" kan een van de oorzaken zijn dat hier weinig toezicht op wordt gehouden. Ook het verschuiven van de poortwachtersfunctie speelt hierin een rol, omdat informatie via verschillende kanalen verspreid kan worden. Voor vergelijkbare situaties in de toekomst, zouden journalistiek en wetgeving samen in beraad kunnen gaan over nieuwe beleidsvoering waarin wordt uitgezet hoe hiermee omgegaan moet worden.

⁹⁴ Ibid.

⁹⁵ Ibid.

5. Conclusie

Voor toekomstige protestbewegingen zijn uit dit onderzoek enkele lessen te leren. Enerzijds geeft Twitter activisten de mogelijkheid het discours rondom hun beweging te beïnvloeden. De actualiteitswaarde die door kranten aan Twitter wordt gegeven en de geloofwaardigheid die er door journalisten aan wordt toegedicht als valide nieuwsbron, wordt het een zeer geschikt medium voor sociale bewegingen. Dit lijkt bijzonder effectief wanneer aandacht voor een probleem gevraagd moet worden, met een verder vredig proces. Door aandacht te genereren en een context op te bouwen, krijgen zij invloed in het productieproces van nieuws. Achtergrond- en opiniestukken in de krant creëren op hun beurt een context waarin de #MeToo-beweging wordt gelegitimeerd en kracht wordt bijgezet. Kranten en Twitter lijken elkaar in die zin te versterken en daarmee de boodschap van de beweging.

Anderzijds blijkt dat het demonstrantenparadigma nog steeds een prominent probleem is. De frames die door traditionele media gekozen worden blijken nog steeds moeilijk te beïnvloeden vanuit sociale media, waarmee Tufekci's bewering dat "sociale bewegingen via sociale media hun framing kunnen afdwingen"⁹⁶ wordt tegengesproken. Kranten focussen na verloop van tijd steeds meer op de sensatie van shaming en er wordt niet duidelijk bij wie de schuld hiervoor ligt. Door reputatieschade wordt die schuldvraag echter wel belangrijk. Autoriteiten verwijzen naar media, traditionele media verwijzen naar Twitter en op Twitter is er niet één centrale leiding waardoor óf niemand, óf iedereen aansprakelijk wordt gehouden. Hierbij ontbreekt het aan beleidsvorming rondom aansprakelijkheid. Bij gebrek aan individuen om verantwoordelijk te houden, lijken kranten zich te beroepen op het medium Twitter. Hiermee doen zij afbreuk aan de waarde die het voor de gebruikers heeft.

Desondanks lijkt #MeToo een voorbeeld waarbij wel blijvende verandering is gerealiseerd, wat de slackactivism-critici zoals Evgeny Morozov tegenspreekt. Er waren geen *offline* protesten nodig: de macht de online werd gecreëerd, genereerde genoeg druk om tot acties te leiden. Zelfs in januari, toen er al veel meer gesproken werd over polarisatie, waren er nog artikelen die #MeToo vanuit beide kanten beschouwden. Dit kan te maken hebben met het onderwerp, wat zo breed gedragen was dat het veel mensen aansprak. Het zou ook kunnen liggen aan de invloed van Twitter, die meer dwang gaf tot het "debat-frame" zoals voorgesteld door Hertog en McLeod.

Er zijn binnen dit onderzoek nog enkele kritische kanttekeningen te maken bij het gebruikte corpus. De artikelen die ik heb geselecteerd leken veelal de rol van Twitter positief te benaderen. Na alleen de artikelen geselecteerd te hebben die ook daadwerkelijk ingingen op de rol van Twitter, bleven voornamelijk artikelen over van *Trouw* en *de Volkskrant*, en in mindere mate *NRC Handelsblad*. Dit zou kunnen komen doordat zij meer achtergrondartikelen publiceren, waar een krant als de Telegraaf oppervlakkiger bericht over bepaalde onderwerpen. Hierdoor kunnen er vanuit dit onderzoek slechts conclusies gemaakt worden over de representatie van de rol van Twitter in een meer links-liberaal discours, in plaats van de gehele linie van kranten in Nederland.

⁹⁶ Tufekci, "'Not This One': Social Movements, the Attention Economy, and Microcelebrity Networked Activism," 853.

Gezien de grootte van dit onderzoek was het helaas niet mogelijk te onderzoeken hoe deze rol gerepresenteerd wordt over een groter corpus. Dit zou echter wel interessant zijn, omdat er dan onderzocht kan worden of er een verschil is tussen artikelen die inhoudelijk op de rol van Twitter in gaan en artikelen die over #MeToo in het algemeen gaan. Wanneer in die laatste categorie vaker wordt gesproken over de 'heksenjacht', zou dat kunnen verklaren waarom journalisten stellen dat de kritiek de overhand heeft genomen. In vervolgonderzoek zou hiervoor gebruik gemaakt kunnen worden van een combinatie van *content* en *discourse analysis* zoals voorgesteld door David Hesmondhalgh,⁹⁷ waardoor in beeld gebracht kan worden hoe deze verschillende representaties terugkeren over de gehele grootte van het corpus.

⁹⁷ David Hesmondhalgh, "Discourse Analysis and Content Analysis," in *Analysing Media Texts*, ed. Marie Gillespie and Jason Toynbee (Maidenhead: Open University Press, 2006), 119–56.

Bibliografie

- "#MeToo." Vandaag. *Trouw*, October 18, 2017.
- "#MeToo Is Een Serieuze Waarschuwing, Nu Komt Het Aan Op Een Vervolg." *Opinie. NRC Handelsblad*, October 21, 2017.
- Bennett, W. "Communicating Global Activism." *Information, Communication & Society* 6, no. 2 (January 2003): 143–68. doi:10.1080/1369118032000093860a.
- Bervoets, Hanna. "-Discussie." Tv-recensie. *De Volkskrant*, December 29, 2017.
- Boersema, Wendelmoet. "We Too! Maar Gaat Het Nu Veranderen?" Vandaag. *Trouw*, October 24, 2017.
- Carragee, Kevin M., and Wim Roefs. "The Neglect of Power in Recent Framing Research." *Journal of Communication* 54, no. 2 (June 1, 2004): 214–33. doi:10.1111/j.1460-2466.2004.tb02625.x.
- Castells, Manuel. "Communication, Power and Counter-Power in the Network Society." *International Journal of Communication* 1 (2007): 238–66.
- . *Communication Power*. New York: Oxford University Press, 2009.
- Chorus, Jutta. "Culturele Broekpoepers." *Binnenland. NRC Handelsblad*, October 23, 2017.
- Cialdini, Robert B., Richard E. Petty, and John T. Cacioppo. "Attitude and Attitude Change." *Annual Review of Psychology* 32, no. 1 (1981): 357–404. doi:10.1146/annurev.ps.32.020181.002041.
- Clark, Rosemary. "'Hope in a Hashtag': The Discursive Activism of #WhyIStayed." *Feminist Media Studies* 16, no. 5 (February 22, 2016): 788–804. doi:10.1080/14680777.2016.1138235.
- Demirhan, Kamil. "Social Media Effects on the Gezi Park Movement in Turkey: Politics Under Hashtags." In *Social Media in Politics*, 281–314. Cham: Springer International Publishing, 2014. doi:10.1007/978-3-319-04666-2_16.
- Entman, Robert M. "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm." *Journal of Communication* 43, no. 4 (1993): 51–58.
- Fairclough, Norman. *Media Discourse*. London: Edward Arnold, 1995.
- Gandini, Alessandro. "Digital Work: Self-Branding and Social Capital in the Freelance Knowledge Economy." *Marketing Theory* 16, no. 1 (March 1, 2016): 123–41. doi:10.1177/1470593115607942.
- Geelen, Jean-Pierre. "#WeToo En de 'Heksenjacht.'" *Opinie. De Volkskrant*, October 28, 2017.
- Gerbaudo, Paolo. *Tweets and the Streets: Social Media and Contemporary Activism*. London: Pluto Press, 2012. doi:10.1017/CBO9781107415324.004.
- Giesen, Peter. "Franse Diva's Steken Onder #MeToo Lijdende Man Een Hart Onder de Riem." *De Volkskrant*, January 10, 2018. <https://www.volkskrant.nl/nieuws-achtergrond/-metoo-is-uit-de-hand-gelopen-stelt-collectief-van-vrouwelijke-schrijvers-journalisten-en-actrices-in-franse-krant-le-monde~bd767206/>.
- Gladwell, Malcolm. "Small Change." *The New Yorker*, October 2010. <https://www.newyorker.com/magazine/2010/10/04/small-change-malcolm-gladwell>.
- Haque Khondker, Habibul. "Role of the New Media in the Arab Spring." Accessed June 4, 2018. doi:10.1080/14747731.2011.621287.
- Hertzberger, Rosanne. "Man in Tijden van #MeToo." *Opinie. NRC Handelsblad*, October 21, 2017.
- Hesmondhalgh, David. "Discourse Analysis and Content Analysis." In *Analysing Media Texts*, edited by Marie Gillespie and Jason Toynbee, 119–56. Maidenhead: Open University Press, 2006.

- Hess, Kristy, and Lisa Waller. "The Digital Pillory: Media Shaming of Ordinary' People for Minor Crimes." *Continuum*. Taylor & Francis, 2014. doi:10.1080/10304312.2013.854868.
- Jensma, Folkert. "Met Zedendelicten Kan Strafrecht Maar Weinig." *Opinie. NRC Handelsblad*, November 11, 2017.
- Kavada, Anastasia. "Creating the Collective: Social Media, the Occupy Movement and Its Constitution as a Collective Actor." *Information, Communication & Society* 18, no. 8 (August 3, 2015): 872–86. doi:10.1080/1369118X.2015.1043318.
- Kist, Reinier, and Wilfred Takken. "#MeToo-Verhalen Stellen Journalisten Voor Dilemma." *NRC Handelsblad*. November 1, 2017.
- Langlois, Ganaele, and Andrea Slane. "Economies of Reputation: The Case of Revenge Porn." *Communication and Critical/Cultural Studies* 14, no. 2 (April 3, 2017): 120–38. doi:10.1080/14791420.2016.1273534.
- Marwick, Alice, and danah boyd. "To See and Be Seen: Celebrity Practice on Twitter." *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 17, no. 2 (2011): 139–58. doi:10.1177/1354856510394539.
- McLeod, Douglas M. "News Coverage and Social Protest: How the Media's Protest Paradigm Exacerbates Social Conflict." *Journal of Dispute Resolution*, no. 1 (2007): 185–94. https://heinonline.org/HOL/Page?handle=hein.journals/jdisres2007&div=14&g_sent=1&casa_token=&collection=journals.
- McLeod, Douglas M., and James K. Hertog. "The Manufacture of 'Public Opinion' by Reporters: Informal Cues for Public Perceptions of Protest Groups." *Discourse & Society* 3, no. 3 (July 26, 1992): 259–75. doi:10.1177/0957926592003003001.
- "Meer Dan Een Hashtag." *Opinie. Trouw*, October 21, 2017.
- Milano, Alyssa. "If You've Been Sexually Harassed or Assaulted Write 'Me Too' as a Reply to This Tweet." *Twitter*, 2017. https://twitter.com/alyssa_milano/status/919659438700670976?lang=en.
- Misérus, Mark, and Anneke Stoffelen. "Aangifte Doen in Een Zedenzaak. En Dan?" *Ten Eerste. De Volkskrant*, November 1, 2017.
- Morozov, Evgeny. "Iran: Downside to the 'Twitter Revolution.'" *Dissent* 56, no. 4 (2009): 10–14. doi:10.1353/dss.0.0092.
- Nourhussen, Seada. "Van Emancipatie Naar Bewijslast." *Trouw*, November 2, 2017.
- Pama, Gretha, and Vincent Sondermeijer. "En Mannen, Wat Nu? Het Loopt Nog Geen Storm Op #IHave." *Binnenland. NRC Handelsblad*, October 23, 2017.
- Peters, Michael A., and Tina Besley. "Weinstein, Sexual Predation, and 'Rape Culture': Public Pedagogies and Hashtag Internet Activism." *Educational Philosophy and Theory*, January 17, 2018, 1–7. doi:10.1080/00131857.2018.1427850.
- Raalte, Jeroen van. "Vrouwen Klagen Massaal Het Grensoverschrijdend Seksueel Gedrag van Mannen Aan." *Ten Eerste. De Volkskrant*, October 18, 2017.
- Reijmer, Loes. "Het Een Heksenjacht Noemen Is Wel Erg Makkelijk." *Zaterdag. De Volkskrant*, January 13, 2018.
- . "Hollywood Liet Zien Hoe Het Wel En Niet Moet." *Zaterdag. De Volkskrant*, December 23, 2017.
- Rogstad, Ingrid. "Is Twitter Just Rehashing? Intermedia Agenda Setting between Twitter and Mainstream Media." *Journal of Information Technology and Politics* 13, no. 2 (2016): 142–58. doi:10.1080/19331681.2016.1160263.

- Römkens, Renée. "In Zedenzaken Is Strafrecht Vaak Een Botte Bijl." *Opinie. Trouw*, November 18, 2017.
- Ronson, Jon. *So You've Been Publicly Shamed*. London: Picador, 2015.
- Sajej, Nadja. "Alyssa Milano on the #MeToo Movement: 'We're Not Going to Stand for It Any More.'" *The Guardian*, December 1, 2017. <https://www.theguardian.com/culture/2017/dec/01/alyssa-milano-mee-too-sexual-harassment-abuse>.
- Schraevesande, Freek. "Weg Met Macho's. De Man Wil Méns Zijn." *Binnenland. NRC Handelsblad*, October 24, 2017.
- Shoemaker, Pamela J. "Media Treatment of Deviant Political Groups." *Journalism Quarterly* 61, no. 1 (March 29, 1984): 66–82. doi:10.1177/107769908406100109.
- Shoemaker, Pamela J., and Timothy Vos. *Gatekeeping Theory*. New York: Routledge, 2009. doi:10.4324/9780203931653.
- Sills, Sophie, Chelsea Pickens, Karishma Beach, Lloyd Jones, Octavia Calder-Dawe, Paulette Benton-Greig, and Nicola Gavey. "Rape Culture and Social Media: Young Critics and a Feminist Counterpublic." *Feminist Media Studies* 16, no. 6 (November 23, 2016): 935–51. doi:10.1080/14680777.2015.1137962.
- Stam, Jaap. "Kom Maar Op." *Uitgelicht. De Volkskrant*, November 6, 2017.
- Tufekci, Zeynep. "'Not This One': Social Movements, the Attention Economy, and Microcelebrity Networked Activism." *American Behavioral Scientist* 57, no. 7 (July 26, 2013): 848–70. doi:10.1177/0002764213479369.
- . *Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest*. London: Yale University Press, 2017.
- Veelen, Arjen van. "Een Morele Kruistocht Met Een Hashtag." *Opinie. NRC Handelsblad*, October 21, 2017.
- Vreeken, Rob. "#MeToo Is Dé Stiltebreker." *Ten Eerste. De Volkskrant*, December 7, 2017.
- Wal, Carla van der. "MeToo Geeft Macht Aan de Massa." *Nieuwsdienst. AD/Algemeen Dagblad*, December 20, 2017.
- Withuis, Jolande. "De Gast in Zijn Domein." *Letter en Geest. Trouw*, November 25, 2017.
- Yang, Guobin. "Narrative Agency in Hashtag Activism: The Case of #BlackLivesMatter." *Media and Communication* 4, no. 4 (August 11, 2016): 13. doi:10.17645/mac.v4i4.692.