

**Universiteit Antwerpen**  
Faculteit Politieke en Sociale Wetenschappen  
Academiejaar 2011-2012

**Brongebruik bij de Vlaamse commerciële en openbare omroep omtrent de berichtgeving  
over de Arabische Lente van 2011: is de Arabische revolutie ook een sociale media  
revolutie?**

**Rebeca De Dobbelaer**

Master in de Communicatiewetenschappen - afstudeerrichting Mediacultuur

**Promotor:** Prof. Dr. Steve Paulussen

**Medebeoordelaar:** Prof. Dr. Pieter Maesele

## Abstract

In deze masterproef onderzochten we de impact van sociale media op het brongebruik van Vlaamse televisiejournalisten gedurende de eerste drie maanden van de Arabische revolutiegolf van 2011. Op welke bronnen baseerden de Vlaamse journalisten zich voor het samenstellen van nieuwsitems? Welke verklaringen geven ze zelf aan hun brongebruik en wat is hun attitude tegenover burgermateriaal en het gebruik ervan? Aan de hand van een literatuurstudie probeerden we eerst een theoretisch kader te bieden. Gans ging er bijvoorbeeld in de jaren '70 vanuit dat journalisten omwille van *'power and efficiency considerations'* de voorkeur geven aan bronnen met een hoogstaande reputatie. De Arabische revolutie kreeg in de volksmond echter de bijklank een Facebook- of Twitterrevolutie te zijn. We wilden om die reden nagaan in welke mate de uitspraken van Gans beantwoorden aan de realiteit.

Met dit onderzoek probeerden we zo als eerste een zicht te krijgen op het belang van sociale media in het journalistieke metier. Aan de hand van een kwantitatieve inhoudsanalyse van 86 nieuwsitems bij VTM en 152 bij VRT in de periode tussen januari en maart 2011, stelden we vast dat het belang van sociale media in het journalistieke brongebruik genuanceerd moet worden. In het kwalitatieve luik, waarbij een kwalitatieve inhoudsanalyse werd gevolgd door vier diepte-interviews, werd duidelijk dat journalisten wereldagentschappen prefereren omwille van hun betrouwbaarheid. Deze persbureaus bepalen bovendien de selectie van *'user-generated content'* in de verslaggeving. Wanneer burgerbeelden opduiken in de nieuwsuitzending, zijn deze meestal afkomstig van agentschappen als Reuters en APTN.

**Trefwoorden:** kwantitatieve en kwalitatieve inhoudsanalyse, diepte-interviews, buitenlandjournalistiek, sociale media, communicatietechnologie, user-generated content, Arabische Lente, brongebruik.

## 0. Inleiding

Het startpunt van dit onderzoek vormt de Arabische Lente van 2011 die maandenlang het mediabeeld kleurde. Op 17 december 2010 stak in het Tunesische stadje Sidi Bouzid straathandelaar Mohammed Bouazizi zichzelf in brand als vorm van protest tegen de corruptie van de overheid, de hoge werkloosheidsgraad en zijn uitzichtloze toestand. Bouazizi ontketende met zijn wanhoopsdaad een golf aan protesten in de Arabische wereld. Door het belang van de sociale media, die erin slaagden om grote mensenmassa's op de been te brengen, kregen de protesten de reputatie van een 'sociale mediarevolutie' (Zurayk, 2011: 119-120). Niet alleen bleek Tunesië bijgevolg het startshot van een Arabische revolutiegolf, ook wakkerde het de belangstelling aan rond het gebruik van sociale media.

Hieruit blijkt dat deze 'case' interessant is voor academisch onderzoek. De opstanden blijven tot op het moment van schrijven voortduren en de methodes van nieuwsgaring hieromtrent zijn onontgonnen terrein. Bovendien staan sociale media nog in hun kinderschoenen, waardoor er relatief weinig onderzoek naar gebeurd is. Het gebruik van burgercontent door journalisten is een recente praktijk, wat de nood aan onderzoek bevestigt. Op die manier wordt het mogelijk om een bijdrage te leveren aan het begrijpen van het journalistieke brongebruik in Vlaanderen omtrent de revoluties.

Dit onderzoek bekijkt het brongebruik van journalisten bij de nieuwsdiensten van de Vlaamse openbare (VRT) en commerciële omroep (VTM) gedurende de Arabische Lente van 2011. Er wordt nagegaan in welke mate burgermateriaal als bron fungeerde voor de journaals en welke attitude de professionele journalisten tegenover deze bron koesteren. Dit wordt telkens aangevuld met een vergelijking tussen beide nieuwskanalen. Om dit concreet in kaart te brengen, werd gebruik gemaakt van een kwantitatieve inhoudsanalyse van alle nieuwsfragmenten van het zeven-uur-journaal op zowel VTM als VRT binnen de periode januari tot en met maart 2011, die de opstanden in de Arabische landen behandelden. Nadien gingen we via een kwalitatieve inhoudsanalyse dieper in op het specifieke gebruik van sociale media. De houding van journalisten ten opzichte van deze media probeerden we aan de hand van diepte-interviews te achterhalen. We benadrukken dat we het nieuws onderzoeken vanuit het standpunt van de journalist en waarom hij sociale media aanboort, en niet vanuit dat van de consument of de bron.

## **1. Theoretische achtergrond**

Aan de hand van een wetenschappelijke literatuurstudie gaan we dieper in op het brongebruik, de rol van nieuwsagentschappen en de nieuwsselectie binnen de internationale berichtgeving. Eerst proberen we in kaart te brengen hoe journalisten uit de continue stroom aan informatie nieuws selecteren. Nadien duiden we de rol van sociale media binnen de journalistiek. We proberen aan te geven wat deze sociale media inhouden en hoe ze bijgedragen hebben tot (de berichtgeving over) de Arabische Lente.

### **1.1 De selectie van internationaal nieuws**

#### **1.1.1 Internationale nieuwsflows**

De Belgische nieuwsmarkt wordt gedomineerd door persagentschappen die instaan voor informatie. Zo'n agentschap is een bureau dat dagelijks nationaal en internationaal nieuws uitzendt naar de massamedia. Omdat de meeste media niet voldoende budget hebben om in elk land een correspondent te resideren, maken ze gebruik van de diensten van persagentschappen door een lidmaatschap (Rantanen, 2011: 304).

Tussen de negentiende en het begin van de twintigste eeuw is het aantal persbureaus met rasse schreden toegenomen (Rantanen, 2011: 304). Niet lang na de ontwikkeling van de telegraaf en door het groeiende aantal krantentitels, organiseerden zes New Yorkse kranten zich in de vorm van een monopolie met de naam Associated Press (AP), een netwerk dat nieuws verspreidt naar abonnees (Allan, 2011: 18). Ook Engeland ging mee in die trend en ontwikkelde een netwerk in de vorm van Reuters, dat wereldnieuws verzamelde voor radio, televisie en kranten (Allan, 2011: 20).

In de huidige nieuwsmarkt zijn intussen slechts enkele grote spelers van tel. We categoriseren deze onder de noemer 'wereldagentschappen'. Hieronder vallen Reuters, Agence France Press (AFP) en Associated Press (AP). Tachtig procent van alle media zijn aangewezen op deze drie persbureaus, wat ook het geval is bij Vlaamse televisiezenders VTM en VRT (Joye & Biltreyst, 2007: 82). Informatie wordt er verzameld en gecontroleerd op correctheid. Agentschappen dragen hierdoor een zekere verantwoordelijkheid in verband met de

authenticiteit, correctheid en objectiviteit van nieuws en de wereldwijde verspreiding ervan (Burns, 1970: 151). Hierdoor stappen journalisten af van het idee om zelf op zoek te gaan naar materiaal en vertrouwen ze blindelings op agentschappen (Joye & Biltreyst, 2007: 73). Intussen kennen de agentschappen door de komst van gereputeerde nieuwszenders als CNN en BBC concurrentie in de verspreiding van correct internationaal nieuws (Rantanen, 2011: 304).

### **1.1.2 Bronkeuze: power en efficiency (Gans)**

In de communicatiewetenschappen zijn een aantal modellen dominant in het verklaren van de nieuwsselectie. Gans (1979:8) is een van de voornaamste vertegenwoordigers hiervan. Hij is van oordeel dat journalisten door hun omgeving worden bepaald bij de selectie van nieuws. Tijdens een onderzoek naar de werkpraktijken van journalisten kwam Gans tot de bevinding dat de nieuwsselectie wordt beslist op basis van twee overwegingen. Enerzijds zijn er '*power considerations*'. Dit betekent dat journalisten bij de selectie van relevant nieuws afgaan op de autoriteit van de bron. De macht en reputatie die journalisten aan bronnen toeschrijven en de relatie die ze ermee hebben is doorslaggevend (Gans, 2003: 47; Gans 1979: 117). Anderzijds maken journalisten een afweging op basis van '*efficiency considerations*'. Gans (1979: 109) bedoelt hiermee dat het nieuws gebracht moet worden tegen een deadline. De belangrijkste vraag die journalisten zich stellen is dus of er voldoende tijd beschikbaar is om een item te brengen en te controleren.

Barkho (2010: 153) focust in zijn werk eveneens op de selectie van nieuws. Ook hij oordeelt dat bronnen die autoriteit vertonen, meer aanzet geven tot de productie van een nieuwsitem over de informatie die ze boden. Televisiezenders wilden enkel items brengen als echtheid van de informatie verzekerd werd (Barkho, 2010: 156). Algemeen stellen auteurs bijgevolg vast dat journalisten omwille van de betrouwbaarheid en door de kostprijs vooral beroep doen op materiaal van nieuwsagentschappen (Robinson, 2011: 102).

De dominantie van Westerse agentschappen wordt weerspiegeld in het perspectief dat persagentschappen in hun nieuws aanbieden. Hall stelde volgens Allan (2011: 70) vast hoe journalisten nieuws selecteren en welk perspectief hierdoor dominant wordt in de media. De professionele routines binnen de nieuwsorganisatie zorgen volgens Hall voor de verspreiding van de standpunten van de machtigste instellingen in onze samenleving. Media schenken

bijgevolg vooral aandacht aan de mening van organisaties en agentschappen die bovenaan de hiërarchie staan. Bronnen die een hoge status vertegenwoordigen bepalen welke onderwerpen media-aandacht krijgen. Aangezien de meest dominante instellingen en persagentschappen zich in het Westen situeren, creëren ze een dominant Westers perspectief in de media. Op die manier worden de media gezien als een orgaan dat een status quo creëert in de maatschappij en dat de sociale orde bevestigt (Allan, 2011: 71).

### **1.1.3 Het proces van nieuwsselectie**

Gans en Hall stelden reeds vast dat hiërarchie een belangrijk facet vormt van het selecteren van nieuws. De nieuwsselectie houdt echter rekening met een aantal kernbegrippen waaraan voldaan moet worden, ongeacht de bron die informatie levert (Allan, 2011: 21). We bespreken hier achtereenvolgens het belang van nieuwswaardigheid, objectiviteit en betrouwbaarheid van de informatie en haar bron. De bronnenhiërarchie vormt de lijm die de concepten met elkaar verbindt. Door de komst van alternatieve media zoals sociale media, zien we dat deze principes en concepten worden uitgedaagd en vooral de bronnenhiërarchie niet langer evident is. Om die reden worden ze hier besproken.

#### ***1.1.3.1 Nieuwwaardigheid (Galtung en Ruge)***

Nieuws komt dagelijks de redactie binnen en moet verwerkt worden (Gans, 2003: 45). Nieuwwaarden -wetmatigheden achter de nieuwsselectie- zorgen ervoor dat journalisten uit de veelheid aan binnenstromende informatie een onderscheid kunnen maken tussen wat relevant is voor het publiek en wat niet (Tumber, 2011: 193).

Galtung en Ruge (1970: 262) stelden vast dat de nieuwsselectie beïnvloed wordt door twaalf elementen, waaronder frequentie, ondubbelzinnigheid, elitelanden en -personen, uitzonderlijkheid en negativiteit (Galtung & Ruge, 1970: 264-268). Omdat deze masterproef zich concentreert op de nieuwsselectie van televisieredacties moeten we rekening houden met twee bijkomende criteria. Ten eerste wordt nieuws relevant door beeld. Ten tweede levert dramatiek meer kans op selectie (Allan, 2011: 74).

#### ***1.1.3.2 Objectiviteit***

Naast nieuwswaarde en de autoriteit van haar bron vormt ook objectiviteit van de informatie een criterium dat bepaalt of journalisten nieuws en zijn informatieleverancier relevant vinden. Sinds de jaren dertig van de twintigste eeuw werd objectiviteit in België aanvaard als onderdeel van de Journalistieke Plichten en Rechten. Sindsdien is het één van de belangrijkste beroepsnormen (De Swert & Hooghe, 2007: 103).

Objectiviteit wordt in vaktermen benoemd met de term ‘wetenschappelijke afstandelijkheid’. Deze norm houdt concreet in dat journalisten worden verondersteld op een waarheidsgetrouwe manier de realiteit te schetsen (De Swert & Hooghe, 2007: 101). Het gaat om een cameraregistratie waarbij journalisten de standpunten laten zien van alle betrokken partijen zonder zelf een kant te kiezen (Barkho, 2010: 69). Dit idee gaat hand in hand met onpartijdigheid, neutraliteit en zakelijkheid (Blanken, 2009: 203). Journalisten maken echter, zoals we hiervoor bespraken, gebruik van nieuwswaarden bij de selectie van nieuws. Ook de autoriteit van de bron vervult een sterk bepalende rol doorheen de nieuwsselectie. Deze elementen vormen een subjectief facet binnen het garen en verslaan van nieuws. Hierdoor kan het objectiviteitideaal in vraag worden gesteld volgens Goffman, geciteerd in Allan (2011: 63). Ook door een selectieve bronnenvoorkeur halen bepaalde standpunten eerder de pers (Allan, 2011: 64).

Dat journalistiek een spiegel is van de maatschappij, is volgens Hallin in Allan (1999: 65) echter te simplistisch. Een journalist is geen passieve observator, maar velt oordelen over de situatie die zich afspeelt en schenkt meer aandacht aan bepaalde partijen (Morrison & Tumber, 1995: 316). Objectiviteit is bijgevolg, ongeacht de deontologische codes en de reputatie van nieuwsagentschappen, een onmogelijk gegeven. Het perspectief van waaruit men bericht en de voorkeur voor bepaalde bronnen en getuigen leveren bewijs dat de journalist deel uitmaakt van een systeem dat de dominantie van het Westers perspectief en agentschappen tegemoet komt (Tumber, 2011: 201).

### ***1.1.3.3 Betrouwbaarheidsprincipe***

Naast bronnenvoorkeur, nieuwswaardigheid en objectiviteit van de informatie is ook betrouwbaarheid een element dat de bronnenhiërarchie in stand houdt. Televisienieuws is één van de voornaamste kanalen die mensen gebruiken om zich te informeren over wat reilt en zeilt in de wereld. Als nieuws foutief wordt voorgesteld, dan heeft dit een impact op de

geloofwaardigheid van het medium en de journalisten. Betrouwbare en nauwkeurige informatie brengen is bijgevolg een cruciaal gegeven (De Swert & Hooghe, 2007: 86; Blanken, 2009: 13-14).

Om na te gaan of nieuws en bronnen al dan niet betrouwbaar zijn, zijn journalisten onderworpen aan deontologische codes (Barkho, 2010: 70). De Code van Bordeaux haalt eerbied voor waarheid en het recht op ware, betrouwbare en geloofwaardige informatie aan als plichten. Journalisten moeten de waarheid weergeven binnen de context waarbinnen feiten plaatsvinden, zonder verdraaiing of commentaar. De betrouwbaarheid van informatie moet daarbij steeds bevestigd worden door meerdere bronnen (Blanken, 2009: 85).

Becker, die geciteerd wordt in Allan (2011: 69), stelt dat er een hiërarchie bestaat in geloofwaardigheid van de bron en koppelt zijn ideeën hiermee aan de theorie van Gans. Niet alleen de meest machtige groepen uit de samenleving voeren zo het hoge woord in de media, ook op vlak van betrouwbaarheid speelt deze hiërarchie een rol. Aan een bron met status hecht de pers meer geloofwaardigheid. Nieuwsagentschappen hebben op die manier een hoog aanzien. Zij leverden in het verleden betrouwbaar nieuws. Bovendien beschikken de redacties er over een groter aantal journalisten en researchers die binnenkomende tips en nieuwtjes toetsen naar waarheid (Allan, 2011: 69). Meer dan een halve eeuw na het opstellen van de Code van Bordeaux is de journalistiek door de digitalisering veranderd (Blanken, 2009: 85). Door moderne software en de anonimiteit van het internet is het achterhalen van deze betrouwbaarheid een uitdaging geworden (Allan & Zelizer, 2011: 5; Barkho, 2010: 178).

#### **1.1.4 Bijzondere vorm van buitenlandjournalistiek: oorlogsjournalistiek**

Aangezien deze masterproef een politiek conflict behandelt, staan we stil bij de typische vorm van journalistiek die werd gehanteerd. Oorlogsjournalistiek is een apart genre binnen de journalistiek waarbij de bewegingsruimte voor journalisten beperkt is. Zo vormen de restricties vanwege militairen en de regels die de dictatuur oplegt obstructies om verslag uit te brengen (McLaughlin, 2002: 18). Een journalist is bijgevolg geen *'fly on the wall'*. De media worden door betrokken partijen voortdurend gemanipuleerd (Luyendijk, 2006: 117).

Oorlog is een visueel gegeven. Beeld is bijgevolg het middel bij uitstek om conflicten te interpreteren (Zelizer, 2011: 116). Op vlak van brongebruik is dit echter complex. Voor lokaal



nieuws zijn journalisten aangewezen op staatsmedia. De regering houdt deze echter door middel van censuur onder controle waardoor de beeldvorming vervormd wordt (Luyendijk, 2006: 54-55; Boyd-Barrett, 2004: 26). Journalisten hebben daarnaast verschillende officiële informatieleveranciers ter beschikking die toegang hebben tot persconferenties met diplomaten en relevante spelers. Volgens Luyendijk (2006: 120) zijn beelden die de conflictzone verlaten via officiële instellingen vaak niet objectief maar door overheden in scène gezet. Oorlogen worden om die reden vaak ‘*designer wars*’ genoemd. De media bepalen wie aan bod komt, welke facetten worden weergegeven, welke standpunten de agenda halen binnen een beperkte bewegingsruimte (Boyd-Barrett, 2011: 32 en 34). Sociale media en blogs bieden dan een alternatief. Oorlog houdt bijgevolg in dat de traditionele waarden van objectiviteit en betrouwbaarheid niet langer evident zijn, maar ook de bronnenhiërarchie respecteren problematisch wordt (Boyd-Barrett, 2011: 29).

Er zijn bijgevolg problemen verbonden aan ideeën als waarheid en evenwichtige verslaggeving. Het is niet evident om deze basisprincipes op het slagveld te respecteren (Allan & Zelizer, 2011: 115). Foerster stelt in Barkho (2010: 12) dat journalisten een sociale realiteit creëren. Westerse journalisten bekijken de wereld vanuit de Westerse cultuur en geven daardoor een beperkt aspect van de realiteit weer. Bovendien functioneren journalisten in een locatie waar ze zelf deel uitmaken van het conflict en sympathie krijgen voor slachtoffers (Boyd-Barrett, 2011: 25). We mogen tenslotte niet vergeten dat oorlogscorrespondenten deel uitmaken van een nieuwsorganisatie met een eigen lijn, structuur en routines (Carruthers, 2000: 15).

## **1.2 Sociale media als nieuwsbron**

Sociale media werden bestempeld als onmisbaar onderdeel van de Arabische revolutiegolf. Verschillende auteurs relativeerden echter het belang en de bijdrage van deze media. Wel staat vast dat sociale media ervoor zorgden dat burgers zich sneller konden verenigen en hun ongenoegen konden verspreiden. Wij willen echter nagaan in welke mate de rol van de sociale media van zo’n karakter is geweest dat ze de Vlaamse journalistieke praktijk veranderden. Wij focussen om die reden op sociale media als nieuwsbron.

Kaplan en Haenlein (2010: 59) definiëren sociale media als *"a group of Internet-based applications that build on the ideological and technological foundations of Web 2.0, and that*

*allow the creation and exchange of user-generated content*". De sociale media waarop wij ons voor dit onderzoek baseren, zijn media die volgens deze definitie en in de literatuur werden vernoemd als motor van de Arabische Lente, namelijk Facebook en Twitter. We nemen ook YouTube op in onze literatuur aangezien we ons focussen op beelden in televisiejournals.

## **1.2.1 Gebruik van Facebook, YouTube en Twitter als journalistieke bron**

### ***1.2.1.1 Facebook***

Facebook is een sociale netwerksite die in 2004 werd opgericht en die volgens Messner, Linke en Eford (2011: 3) het grootste aantal gebruikers ter wereld heeft. De site zorgt ervoor dat zowel persoonlijke als politiek geëngageerde informatie kunnen delen (Gündüz, 2011: 51). Hermida (2010b: 32) noemt Facebook dan ook een voorbeeld van *'ambient journalism'* of een journalistiek die ons overal omringt. Via een continue stroom op het net kan een gebruiker namelijk informatie meedelen die hij ervaart en kan hij laten zien welke media hij consumeert.

Facebook is bovendien meer dan een communicatiemiddel. Het creëert een globaal netwerk en heeft de kracht om mensen op te roepen tot mobilisatie. Dit was het geval bij de Arabische revoluties. Wie een pagina creëert op het platform, kan een potentieel massapubliek bereiken en aanzetten tot participatie. De opstanden in de Arabische regio kregen om die reden de bijnaam *'Facebookrevolutie'* (Aiello, 2011: 7).

### ***1.2.1.2 YouTube***

YouTube werd onder het motto *'Broadcast yourself'* in 2005 opgericht. De website verwierf in ongeziene tijd naam en faam onder de internetgebruikers omdat ze toestaat om gratis amateurfilmpjes online te plaatsen en deze met andere gebruikers te delen. Daar waar Facebook persoonlijke verhalen brengt in tekst, doet YouTube dat in beeld (Aiello, 2011: 4).

De voordelen van de videowebsite zijn snelheid en instant beeld. Journalisten kunnen zich, wanneer er gebrek is aan officieel beeldmateriaal, beroepen op YouTube-beelden wanneer ze verslag willen uitbrengen. Dit was onder andere het geval bij de Arabische revoluties (Aiello, 2011: 4). De site ligt desondanks vaak onder vuur omtrent de slechte beeldkwaliteit, al is die

niet de fout van de website maar ligt de oorzaak bij de kwaliteit van het opnamemateriaal (Aday, Livingstone, Farrell & Sides, 2010: 7)

### **1.2.1.3 Twitter**

Twitter is een sociale netwerksite die gebruikers toelaat om met 140 tekens een boodschap over te brengen naar hun ‘volgers’ (Papacharissi & Oliveira, 2011: 4; Kwak, Lee, Moon & Park, 2010: 596). Hermida (2010a: 299) stelt dat Twitter om twee redenen wordt gebruikt: als communicatiemiddel of om informatie te delen en nieuws te verspreiden. Zo is het medium als ‘*microblog*’ tot het interesseveld van de journalistiek gaan behoren ‘*Microbloggen*’ is een communicatietechnologie die gebruikers van sociale media de mogelijkheid geeft om korte nieuwsflashes de wereld in te sturen. Anderzijds biedt Twitter een middel tot digitaal activisme en het contacteren van bronnen voor journalisten (Hermida, 2010a: 298).

Twitter wordt onlosmakelijk verbonden met de verkiezingsprotesten in Iran in 2009 (Aday et al, 2010: 16). De aanleiding tot het toenmalige protest was de gefraudeerde verkiezingsuitslag (Duncombe, 2011: 6). In de periode januari-maart 2011 postten Egyptische gebruikers bovendien gemiddeld 15.000 ‘*tweets*’ met betrekking tot de Arabische revolutiegolf (El Amrani, 2011: 147). Twitter is bijgevolg een onderdeel geworden van de nieuwsverspreiding.

## **1.2.2 Journalistieke relevantie van sociale media**

Binnen de maatschappelijke informatievoorziening staan journalisten in voor het verzamelen, bewerken en verspreiden van nieuws (van Heeswijk, 2007: 5). Door de komst van het internet verandert het journalistieke metier echter. Volgens Axel Bruns (2005: 115) vervaagt namelijk de grens tussen consumeren en produceren. Via blogs en sociale media kan de nieuwsconsument de bestaande berichtgeving corrigeren en kritiek uiten op de journalistiek (Matheson, 2004: 443; Hermida, 2010a: 298).

De opmars van het internet heeft volgens van Heeswijk (2007: 27) gevolgen voor de traditionele journalistiek. Het internet creëert de mogelijkheid tot snellere informatieverspreiding en geeft toegang tot achtergrondinformatie. Bovendien zorgt het ervoor dat contacten worden gelegd met getuigen (van Heeswijk, 2007: 39). Corten, Ogenhaffen en d’Haenens (2011: 45) stellen dat intussen zeventig procent van de

journalisten wereldwijd gebruik maakt van Twitter, Facebook en YouTube bij het garen van nieuws. Bij Vlaamse journalisten was er aanvankelijk minder enthousiasme (18%), al neemt het aantal voorstanders toe.

Sociale media worden bijgevolg met enig wantrouwen onthaald. De herkomst en betrouwbaarheid van informatie zijn vaak moeilijk te achterhalen en maken journalisten sceptisch tegenover het professioneel gebruik ervan. Sociale media vergen hierdoor een voortdurende informatie- en broncontrole (Corten et al, 2011: 46; van Heeswijk, 2007: 28). Bailey, Carpentier en Cammaerts (2008: 12) leggen de schuld van deze wantrouwige attitude bij de manier waarop journalisten sociale media benaderen. De traditionele media plaatsen alternatieve media, zoals sociale media, lijnrecht tegenover hun manier van werken door middel van een negatieve identificatie. Ze worden niet gezien als een aanvulling, maar als bedreiging en onprofessioneel alternatief. Deze definitie stelt dat alternatieve en sociale media onverzoenbaar zijn met de mainstream media (Bailey et al, 2008: 12; Atton, 2002).

Sociale mediagebruikers kunnen echter eveneens de positie innemen van een getuige als van een expert, burgerjournalist en onafhankelijke observator (Bailey et al, 2008: 76). Ook militairen kunnen een alternatief standpunt bieden tegenover de representaties in de traditionele media (Bailey et al, 2008: 77). Deze meer subjectieve ervaringen kunnen relevant en authentiek zijn. Op die manier zijn sociale media geen alternatief voor de traditionele media maar kunnen ze de klassieke media aanvullen waar ze te kort schieten. Alternatieve media vormen bijgevolg geen concurrent van de klassieke media en zijn niet noodzakelijk minder correct (Bailey et al, 2008: 81).

Journalisten voelen op hun beurt wel de noodzaak om mee te gaan met opkomende online trends. Op sommige momenten is het internet namelijk de enige aanwezige en kan een burger met een druk op de knop de wereld wakker schudden (Allan, 2011: 222). Door het internet verandert echter de oorspronkelijke functie van de journalist. Hij is niet langer een *'gatekeeper'* maar informatiefilter die duiding verschaft en nieuws van agentschappen en sociale media structureert (Corten et al, 2011: 51). Bruns (2005: 117) stelt anderzijds dat de journalist door de overvloed aan informatiekkanalen evolueert van *'watchdog'* naar *'guidedog'*.

We merken dat media-innovaties een steeds belangrijkere rol innemen gedurende oorlogsverslaggeving. Tijdens Golfoorlog I werd gesproken van een satellietoorlog en in

Golfoorlogen II en III kregen journalisten versterking van Al Jazeera en blogs (Wall, 2005: 164). De Arabische revolutiegolf lijkt bovendien een conflict dat vooral met beelden van sociale media werd geïllustreerd. De meest iconische beelden, zoals het overlijden van Khadaffi, zijn immers door sociale media op ons netvlies gebrand.

### **1.3 De Arabische Lente: een revolutie 2.0?: “The revolution is being tweeted...”**

In dit hoofdstuk bekijken we welke feiten aan de basis lagen van de vrij onverwachte revolutiegolf die eind december 2010 van start ging. Achtereenvolgens worden hier de verschillende getroffen gebieden en hun context belicht. Uiteraard is het onmogelijk om alle specifieke oorzaken aandacht te geven, gezien de omvang van deze masterproef. Daarom overlopen we de meest zichtbare punten die een voedingsbodem boden aan de revolutiegolf. We staan echter niet stil bij de politieke en economische gevolgen van de Arabische Lente aangezien deze geen betrekking hebben op onze onderzoeksvragen.

#### **1.3.1 Aanleidingen**

De specifieke verwickelingen en evolutie van de oorlogssituatie is echter afhankelijk van de context, omstandigheden en omgevingsfactoren van het betreffende land. Er zijn echter drie algemene hoofdoorzaken die aan de basis liggen van de conflicten in de Arabische wereld volgens Mnasri (2011: 25). Als eerste stelt hij dat corruptie, die in stand gehouden wordt door belangen van het Westen, de grondslag is van de opstanden. Een grote ontevredenheid omtrent de werking van de bureaucratistische instellingen en de machtsconcentratie bij een beperkte elite gaat hier eveneens mee gepaard (Zurayk, 2011: 121).

Een tweede factor is de hoge werkloosheidsgraad (Mnasri, 2011: 26). De Wereldbank geeft aan dat in de Arabische Wereld 25 procent van de jongeren niet aan een job raakt. Volgens Mnasri (2011: 29) beloven de Arabische overheden een grotere werkgelegenheid, maar de meerderheid van deze jobs wordt ingevuld door een beperkte elitaire laag. Deze armoede en het contrast met het Westen zorgden voor een ontploffing van het dictatoriale kruitvat en gaven aanleiding tot een golf van revoluties (Samad & Mohamadieh, 2011: 114).

Een laatste factor die gezien wordt als fundamentele oorzaak is het internet (Khoury, 2011: 80; Tapas, 2011: 191). Klassieke massamedia werden gecensureerd en gecontroleerd door

Arabische overheden, maar de bevolking vond in sociale media een uitlaatklep om frustraties te ventileren over de economische crisis en het gebrek aan politieke democratie. Onderdrukten vonden op die manier gelijkgestemden en konden zich makkelijker verenigen (Mnasri, 2011: 31). Door de verbeterde communicatiemogelijkheden werden de Arabische burgers zich bewust van het feit dat hun dictatoriale leiders hun jarenlang hadden voorgelogen en dat de Westerse wereld het materieel en economisch beter had. De overheden probeerden echter in te grijpen door de toegang tot deze sociale media en het internet te ontzeggen (Traboulsi, 2011: 17; Samad & Mohamadieh, 2011: 112).

### **1.3.2 Sociale media en de revolutie**

Het internet kan een belangrijke rol spelen in landen waar weinig persvrijheid en vrije meningsuiting heersen. Zo hadden sociale media een organisatorische functie. Ze boden de Arabische bevolking een online forum waar ze haar stem kon laten horen naast die van officiële instanties (Khoury, 2011: 84). De psychologische functie van sociale media zorgde ervoor dat men niet het gevoel had dat men alleen stond (Owais, 2011: 12).

Niet alleen burgers, maar ook overheden zetten hun eerste stappen op het web. Door de regimes werden campagnes gevoerd om het gebruik van sociale media te ontmoedigen en werden reguleringen op poten gezet om controle te krijgen over de digitale ruimte (Tapas, 2011: 192). Ben Ali blokkeerde de toegang tot Facebook en zorgde ervoor dat de identiteit van kritische bloggers werd achterhaald. Hij ontzegde in Tunesië zelfs de toegang tot YouTube om te voorkomen dat beeldmateriaal van opstanden verspreid werd (Kadragic, 2011: 103). In Egypte werden Facebook en Twitter geblokkeerd en werd het internet afgesloten, al konden burgers hier via gsm-netwerken aan ontsnappen en het protest verderzetten (Abu-Fadil, 2011: 75). De protesten in Libië, Syrië, Egypte en Jemen waren zelfs complex voor journalisten. Door een persverbod van de overheden waren ze aangewezen op burgerbeelden (Gündüz, 2011: 50).

Khoury (2011: 84) stelt echter dat we de rol van sociale media niet mogen overschatten. Bhuiyan (2011: 16) citeert Gladwell die stelt dat in het verleden protest zonder hulp van ‘*microblogs*’ gevoerd werd. De val van dictators werd veroorzaakt door de straat op te trekken, niet door online berichten te posten. Sociale media hebben echter het revolutieproces versneld en op korte tijd een grote hoeveelheid mensen gemobiliseerd. “We use *Facebook* to

*schedule the protests, Twitter to coordinate and YouTube to tell the world*” citeert Bhuiyan (2011: 15) enkele getuigen. Ghonim in Sangani (2011: 89) spreekt van een ‘*revolution 2.0*’ of ‘Facebookrevolutie’ omdat elke burger bijdroeg aan de berichtgeving. Sangani (2011: 90) stelt dat de afwezigheid van journalisten bijgevolg geen afwezigheid van beeldmateriaal betekende.

#### **1.4 Besluit**

In onze literatuurstudie stonden we stil bij de manier waarop journalisten aan nieuwsgaring doen. Voor journalisten staat daarin de bronnenhiërarchie centraal. Omwille van de status, het tijdefficiënt handelen op de nieuwsredactie en de macht der gewoonte wordt vaak geopteerd voor persagentschappen als informatieleverancier. Dit kunnen we benoemen als ‘*business as usual*’ (Gans, 1979: 109 en 117). Hiervoor gaven we een verklaring aan de hand van drie kernconcepten die geassocieerd worden met goede journalistiek: nieuwswaardigheid, objectiviteit en betrouwbaarheid. Journalisten hanteren deze selectiecriteria als een graadmeter om over de kwaliteit en correctheid van nieuws te waken en om de relevantie van de bron in te schatten nu persagentschappen als bron meer concurrentie van het internet en sociale media krijgen.

Door de komst van het internet en de opgang van sociale media tijdens de Arabische revolutiegolf, blijkt dat niet enkel agentschappen relevante en betrouwbare verhalen leveren. Journalisten konden zich tijdens de conflictgolf niet steeds op materiaal van agentschappen baseren aangezien in verschillende landen een (tijdelijk) persverbod heerste. Om de verwickelingen te visualiseren moest bijgevolg beroep worden gedaan op informatie van videowebsites en sociale netwerksites (Robinson, 2011: 99). Journalisten moesten hierdoor noodgedwongen afwijken van hun traditionele nieuwsselectiepraktijken en voorkeuren. Journalisten bekijken echter, ondanks de ideeën van Atton (2002) en Bailey (2008), de sociale media nog steeds als een onbetrouwbaar alternatief. Ze zien het niet als aanvulling voor informatie van agentschappen maar kampen met problemen inzake de nieuwswaardigheid, objectiviteit en betrouwbaarheid, die agentschappen naar eigen zeggen wel bieden. Door de sociale media wordt deze hiërarchie echter op zijn kop gezet.

Uit de literatuur kunnen we bijgevolg enkele leemtes ontdekken. Door het recente karakter van de conflicten in de Arabische wereld is het aantal onderzoeken rond het onderwerp vrij

beperkt. Bovendien leerden we dat sociale media een recent gegeven zijn en in de context van het journalistiek brongebruik weinig aan bod kwamen in vorig onderzoek. Aangezien dit onderwerp in combinatie met de ‘case’ van de Arabische Lente nog onontgonnen terrein is, zullen we onze literatuurstudie aanvullen met explorerend onderzoek aan de hand van een multimethodisch opzet.

## **2. Probleemstelling en methodologie**

In onze literatuurstudie stelden we reeds vast dat sociale media een rol hebben gespeeld in de verwikkelingen binnen de Arabische wereld. Ze zorgden ervoor dat de Arabische bevolking een stem kreeg en de aandacht van de Westerse media kon trekken. Het belang voor de journalistiek valt volgens ons echter te nuanceren. De bijdrage ervan tot de journalistieke praxis wordt door auteurs gerelativeerd. Desalniettemin lokt het gebruik van sociale media binnen de traditionele media een relevant en vernieuwend debat uit.

*In deze masterproef proberen we daarom de impact van deze sociale media, meer bepaald Twitter, Facebook en YouTube, op het brongebruik binnen de Vlaamse televisiepers van VRT en VTM na te gaan tijdens het berichten over de Arabische revolutiegolf. Vanuit deze doelstelling kunnen we een driedelige vraagstelling formuleren die resulteert in verschillende op elkaar voortbouwende onderzoeksvragen die aan de hand van een multimethodisch opzet worden beantwoord. We gebruiken om die reden in onze analyses drie blokken die elkaar niet alleen chronologisch opvolgen in tijd, maar ook op elkaar voortbouwen en tot concretere resultaten komen met betrekking tot onze drie onderzoeksvragen:*

1. Welke bronnen hanteerden de Vlaamse televisiejournaals tijdens de Arabische revolutieperiode tussen januari en maart 2011?
2. Op welke sociale mediabronnen hebben VRT en VTM zich specifiek gebaseerd om de Arabische revoluties in beeld te brengen en hoe werden deze bronnen gebruikt?
3. Welke verklaring geven de professionele buitenlandjournalisten voor hun brongebruik en wat is hun attitude tegenover burgermateriaal en het gebruik ervan?

We concentreren ons in deze masterproef op het medium televisie aangezien dit medium het meest gehanteerd wordt door mensen om zich te informeren over wat in de wereld gebeurt



(van Heeswijk, 2007: 12). Bovendien concentreren we ons op Vlaanderen door de bereikbaarheid van de archieven. Doordat de focus van dit onderzoek op de inhoud van televisie en de werkwijze van de journalist ligt en niet op het televisiepubliek of de visie van de nieuwsbronnen, is het gebruik van een kwantitatieve inhoudsanalyse aangewezen, die vertrekt vanuit de theorie maar tegelijk explorierend is door het recente gebeuren van het onderzoeksonderwerp. Het is een aangewezen methode voor het analyseren van tekstueel bewijsmateriaal, in dit geval de teksten van nieuwsitems van zowel de Vlaamse openbare als commerciële omroep (Wester & van Selm, 2006: 124). Een inhoudsanalyse biedt een transparante manier van werken waardoor replicatie door andere onderzoekers in de toekomst mogelijk wordt. Het is eveneens een geschikte methode om media-inhouden te analyseren op een consistente manier doorheen een afgebakende periode, in deze ‘case’ de beginperiode van de Arabische Lente van 2011 (Wester & van Selm, 2006: 128; Mortelmans, 2009: 134).

De focus van deze comparatieve ‘case study’ ligt op de periode van 8 januari tot en met 31 maart 2011. Reden hiertoe is de complexiteit van de ‘case’. De revolutiegolf in de Arabische wereld omvat immers een groot aantal landen in een specifiek deel van de wereld. Door de omvang van de feiten en de regio en de langdurige nasleep, werd bijgevolg besloten dat we ons zouden beperken tot de drie cruciale en chronologisch eerste maanden waarin de opstanden als nieuwsitem vorm werden gegeven en veelvuldig de journaals van VTM en VRT haalden. We bakenden deze periode bovendien af op basis van onze vaststellingen tijdens een eerste verkenning van het archiefmateriaal. De officiële startdatum van de revolutieperiode bleek dan wel 17 december 2010 te zijn, we bemerkten dat in de Belgische media slechts aandacht aan de opstanden werd gegeven vanaf 8 januari 2011. Tot slot werd ook duidelijk dat alle landen die tot de regio Noord-Afrika en het Midden-Oosten behoren, in deze periode in de media aan bod kwamen. Dit leverde aan de zijde van VTM 86 relevante nieuwsitems op binnen de periode januari-maart 2011. Aan de zijde van VRT verzamelden we 152 verschillende nieuwsitems. De data werden geanalyseerd aan de hand van SPSS 18.0.

Aangezien we ons beperken tot slechts enkele maanden in de revolutie is het niet mogelijk om uitspraken te doen over het brongebruik binnen de gehele revolutieperiode. De journaals werden opgezocht op basis van het moment van uitzending in de archieven van zowel VRT als VTM, waarin werd gewerkt met INews en het Ardome-programma. Deze vorm van analyse had niet mogelijk geweest indien we geen inzage hadden gehad in de archieven bij

beide zenders. Bij het bekijken van de journaals stelden we vast dat de bronnen onmogelijk konden worden afgeleid.

We opteerden om ons te focussen op de journaals van 19u. Niet alleen hebben deze de meeste kijkers volgens de cijfers van het Centrum voor Informatie over de Media (2011), ook merkten we bij de eerste verkenning van het materiaal dat deze journaals het meest uitgebreid de Arabische Lente aan bod lieten komen en een diversiteit aan betrokken landen en feiten toonden. In de databanken op de nieuwsredacties werd tijdens de verkenning eerst gewerkt met zoektermen. Het kalendergewijs overlopen van het materiaal en archieven bleek echter efficiënter omdat op die manier chronologisch geen enkel item kon worden gemist voor onze dataverzameling. Door af te stappen van het gebruik van zoektermen, konden we ons bovendien focussen op de concrete periode die we wilden benaderen in dit onderzoek en werden we niet geconfronteerd met irrelevant materiaal dat wel onder de zoekterm viel, maar niet binnen het onderzoeksonderwerp.

Op basis van deze pretest werd een codeboek<sup>1</sup> opgesteld om de verschillende nieuwsitems binnen de afgebakende periode te coderen. De landen die door de afbakening in tijd aan bod kwamen tijdens de analyse zijn Tunesië, Egypte, Libië, Syrië, Iran, Bahrein, Marokko, Jemen, Libanon en Algerije waardoor we een uitgebreid zicht krijgen op de berichtgeving over vrijwel de hele betrokken Arabische regio. De doelstelling van deze eerste analyse is een antwoord formuleren op de vraag welke bronnen gehanteerd werden voor de Vlaamse televisiejournaals. Niet alleen de beeldfragmenten en nieuwsteksten, maar ook de bronvermelding in de archieven op de nieuwsredacties aan de hand van ondermeer ‘*dopesheets*’ werd hiervoor bestudeerd. In de archieven van de openbare omroep bekeken we op die manier beelden in de archieven door middel van codes die toegekend werden aan de nieuwstekst van het betreffende journaal. Door de codes in een beeldbank in te voegen, kregen we zicht op de originele beelden die werden gemonteerd tot het nieuwsitem in het journaal dat het publiek te zien krijgt. Zowel de ‘*dopesheet*’ en nieuwstekst van het eigen nieuwsitem als dat van de originele bronnen werd bestudeerd bij de openbare omroep om inzicht te krijgen in welke bronnen gehanteerd werden en of er sprake was van het gebruik van secundaire bronnen. Bij de commerciële omroep werkten de archieven aan de hand van een ander systeem. Door in de databank de datums chronologisch te overlopen, kwamen

---

<sup>1</sup> Zie bijlage: codeboek.

zowel het eigen herwerkte nieuwsitem tevoorschijn als de originele beelden, hun ‘*dopesheet*’ en de nieuwstekst. Wel moeten we hierbij vermelden dat het niet mogelijk was om elke bron die gehanteerd werd door beide zenders terug te vinden door de complexiteit, inconsistentie en onvolledigheid van de archivering. Eveneens willen we een vergelijking maken tussen VRT en VTM met onze resultaten met de hulp van de chikwadraattoets. Een tweede codeur nam deel aan de kwantitatieve analyse en verhoogt zo de betrouwbaarheid van het onderzoek en het codemateriaal.

De kwantitatieve inhoudsanalyse werd gevolgd door een kwalitatieve inhoudsanalyse van de nieuwsteksten uit de kwantitatief onderzochte journaals. We selecteerden uit het totale aantal onderzoeksitems enkel deze waarbij gebruik werd gemaakt van sociale media als bron, onafhankelijk van het feit of de journalist dit al dan niet expliciet of impliciet vermeldde. Uit de 86 nieuwsitems van VTM bleken 32 gevallen relevant voor een kwalitatieve inhoudsanalyse. Uit de 152 items van VRT waren 50 items relevant aan de hand van voorgenoemde selectiecriteria. We proberen met deze tweede analyse te achterhalen op welke sociale mediabronnen journalisten zich gebaseerd hebben en hoe ze deze vermeldden binnen de archieven en journaals. Opnieuw zal een vergelijking worden gemaakt tussen VRT en VTM. In dit kwalitatief luik van de analyse worden niet langer de mediabeelden, maar de mediateksten aan een analyse onderworpen.

Tot slot werden ook diepte-interviews afgenomen met vier buitenlandjournalisten die gespecialiseerd zijn in de Arabische regio op de redacties van VRT en VTM. Bij hen peilden we op basis van een vragenlijst<sup>2</sup> naar hun attitude tegenover sociale media en probeerden we de redenen voor hun bronpreferenties te achterhalen. De diepte-interviews zijn semigestructureerd. Dit betekent volgens Mortelmans (2009: 203) en Hijmans en Wester (2006: 514) dat de onderzoeker het interview in grote lijnen uitgetekend heeft, maar dat er ruimte wordt vrijgelaten om het in te vullen naar de persoonlijkheid, positie en context van de respondent. De structuur van het interview werd vastgelegd in een topiclijst en aangevuld door een vragenprotocol. De gespreksgids is enerzijds gebaseerd op de literatuurstudie en anderzijds op de kwantitatieve en kwalitatieve inhoudsanalyses. Op die manier hopen we concrete attitudes van journalisten te achterhalen ten opzichte van burgerbronnen en is de

---

<sup>2</sup> Zie bijlage: vragenlijst

doelstelling om te achterhalen of de vaststellingen uit onze voorgaande analyses overeenkomen met de reële manier van journalistiek redactiewerk.

De diepte-interviews kunnen bijgevolg beschouwd worden als een manier van datatriangulatie in dit multimethodenonderzoek. De analyse verliep via het programma NVivo. Ter illustratie citeren we ook een aantal uitspraken van onze respondenten om onze bevindingen kracht bij te zetten en bestaande theorieën eventueel aan te vullen of tegen te spreken. Door onze interviews toe te spitsen op journalisten van verschillende nieuwsredacties, willen we bovendien ook perceptie- en attitudeverschillen en variatie in werkpraktijken ontdekken tussen commerciële en openbare omroep. De respondenten werden in hun natuurlijke werkomgeving geïnterviewd om de impact van de onderzoekscontext te minimaliseren. Aan de hand van het huidige onderzoek kan geen uitspraak worden gedaan over causale relaties tussen bepaalde variabelen omdat het kwalitatieve luik daar te beperkt voor is. Wat we wel in kaart kunnen brengen zijn bepaalde verschillende antwoordpatronen die respondenten verschaften op de vragen uit de semigestandaardiseerde vragenlijst.

### **3. Analyses en onderzoeksresultaten**

In het derde deel van dit onderzoeksrapport bespreken we de resultaten. Op die manier kunnen we meer inzicht verwerven in de manier waarop journalisten gedurende de Arabische revoluties van 2011 hun bronnen selecteerden en wat hun attitude tegenover die bronnen, en sociale media in het specifiek, is. Er werden drie deelvragen onderscheiden. Bij elke onderzoeksvraag werd een andere methode gehanteerd die ervoor zorgt dat de vraag zo gedetailleerd mogelijk kon worden beantwoord. We delen de analyses daarom op in drie delen die niet alleen chronologisch verliepen in tijd, maar ook op elkaar voortbouwen.

#### **3.1. Kwantitatieve analyse: algemeen brongebruik**

In dit luik werd gebruik gemaakt van een kwantitatieve inhoudsanalyse op basis van een codeboek dat na een grondige screening van het materiaal werd opgesteld. Op die manier besloten we te focussen op de eerste maanden gedurende de revolutiegolf en bakenden daarom de periode 8 januari tot en met 31 maart 2011 af binnen de zeven-uur-journaals. Dit

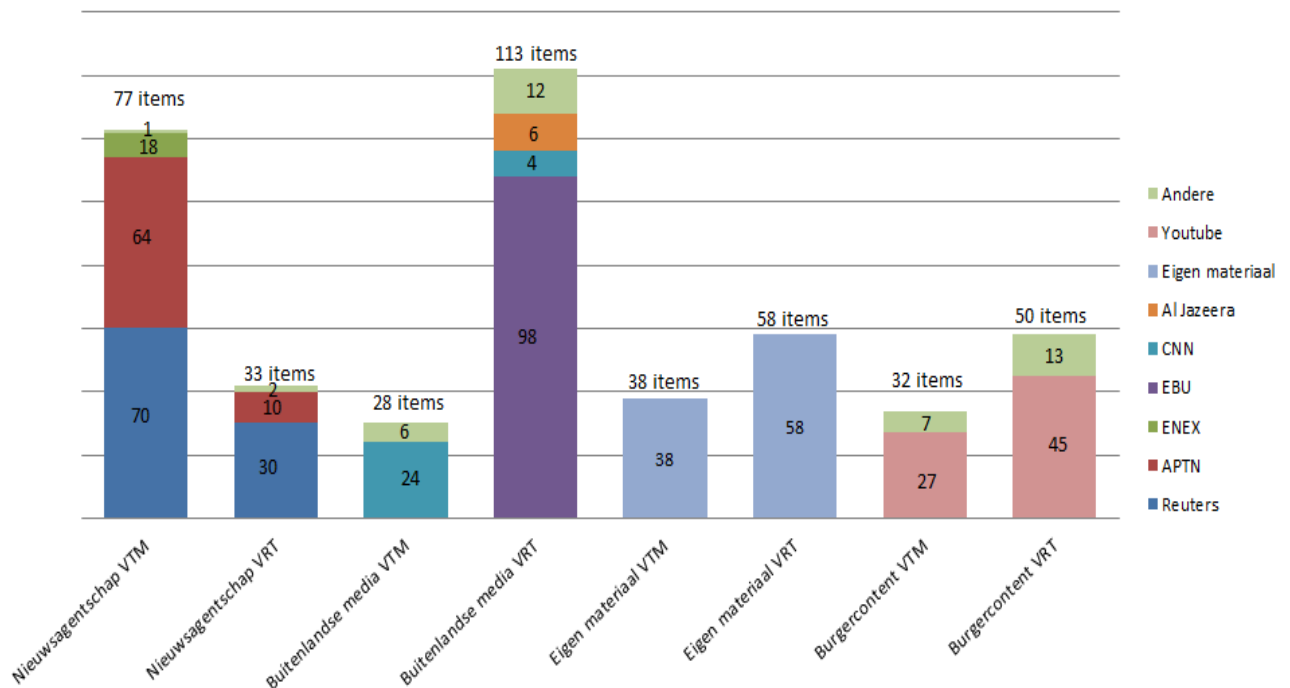
leverde 86 relevante nieuwsitems op bij VTM en 152 bij VRT. De data werden geanalyseerd aan de hand van SPSS 18.0. Centraal staat hier de eerste onderzoeksvraag: we bekijken met name het algemeen brongebruik van de journalisten. We maakten gebruik van de chikwadraattoets. Er treedt pas een significante relatie op wanneer de p-waarde een getal bedraagt lager of gelijk aan 0,05.

De betrouwbaarheidscoëfficiënt voor deze inhoudsanalyse werd bepaald door alle items van VTM door twee codeurs te laten coderen en Cohen's Kappa<sup>3</sup> te berekenen voor alle variabelen. Uit de waarden van deze overeenstemmingsmaat, die steeds boven 0,600 lagen, konden we afleiden dat het codeboek adequaat en betrouwbaar is.

### 3.1.1 Gehanteerde bronnen

Journalisten krijgen op de nieuwsredactie informatie binnen die afkomstig is van diverse bronnen (figuur 1)<sup>4</sup>. Bij de commerciële en openbare omroep kunnen we vier categorieën onderscheiden: informatie afkomstig van nieuwsagentschappen, eigen materiaal, materiaal van buitenlandse media en 'user-generated content'.

**Figuur 1: Verhouding gebruik bronnen**



<sup>3</sup> Zie bijlage: waarden Cohen's Kappa

<sup>4</sup> Het gaat hier om broncombinaties, om die reden beantwoorden de waarden in de histogram niet aan de n-waarden die de hoeveelheid nieuwsitems bedragen.

Binnen de gebruikte institutionele bronnen zien we dat drie officiële agentschappen met grote voorsprong gehanteerd worden door VTM voor nieuwsitems rond de Arabische revoluties. De commerciële omroep heeft een abonnement op zowel Reuters (70 items), APTN (64) als ENEX (18) en gebruikt op deze drie agentschappen na, nagenoeg geen materiaal dat afkomstig is van anderen. Er moet wel benadrukt worden dat twee nieuwsitems, namelijk item 2 op 10 februari 2011 en item 2 op 20 februari 2011, niet volledig in de archieven waren terug te vinden, noch vernoemd werd in het journaal wie de bron was. Uit onze onderzoeksresultaten konden we ook afleiden dat van de 86 items die de commerciële omroep wijdde aan de Arabische revolutiegolf, 77 nieuwsitems gebaseerd waren op minstens één agentschap. In 89,5 procent van de gevallen werd bijgevolg gebruik gemaakt van minstens een institutionele bron.

Vooraleer we een overzicht geven van de bronvermelding in de archieven van VRT, moeten we melden dat elf nieuwsitems niet volledig in de archieven waren terug te vinden. 33 nieuwsitems waren gebaseerd op een agentschap. In 21,7 procent van de gevallen werd bijgevolg gebruik gemaakt van een institutionele bron. Dit bedraagt een minder grote hoeveelheid institutionele bronnen dan bij de commerciële omroep. Binnen de categorie van institutionele bronnen zien we dat Reuters (30 items) met voorsprong het agentschap is waarop VRT zich baseert voor het verkrijgen van informatie. De openbare omroep heeft ook een abonnement op APTN (10).

Binnen de gebruikte buitenlandse media zien we twee elementen naar voor komen. We aanschouwen dat CNN (24 items) de voornaamste buitenlandse bron is bij VTM. We bemerken daarnaast dat in 38 gevallen correspondenten ter plaatse voor beelden zorgden. Vervolgens stelden we vast dat 58 van de 152 nieuwsitems van de openbare omroep gebaseerd waren op eigen materiaal, ondermeer door toedoen van Rudi Vranckx. Op die manier was VRT niet louter afhankelijk van agentschappen. De impact van Al Jazeera (7) is vrij beperkt. Wel zien we dat EBU sterk vertegenwoordigd is. Wanneer we de categorie ‘andere’, die eveneens sterk aanwezig is, nagaan, ontdekken we dat een grote informatiehoeveelheid afkomstig was van lokale Arabische zenders, in tegenstelling tot VTM.

In minder grote mate tot de vorige luiken zien we dat ook ‘*user-generated content*’ een plaats verovert. Vooral beelden, afkomstig van YouTube, kleurden het VTM-journaal. Dit betekent

echter niet dat de hoeveelheid burgercontent te verwaarlozen is. 32 van de 86 items bevatten informatie die afkomstig was van burgerbronnen. Dit bedraagt 37,2 procent van de bestudeerde nieuwsitems. Ook in het geval van VRT is de berichtgeving gebaseerd op burgercontent, al dan niet in combinatie met een andere bron. Het gaat om 50 van de 152 bestudeerde nieuwsitems. Dit bedraagt 32,9 procent. We zien dat hier net zoals bij de commerciële omroep YouTube de voornaamste bron van ‘*user-generated content*’ is.

We stellen vervolgens vast dat er een diversiteit bestaat in het gebruik van burgercontent afhankelijk van het land dat aan bod komt in de nieuwsitems (figuur 2).

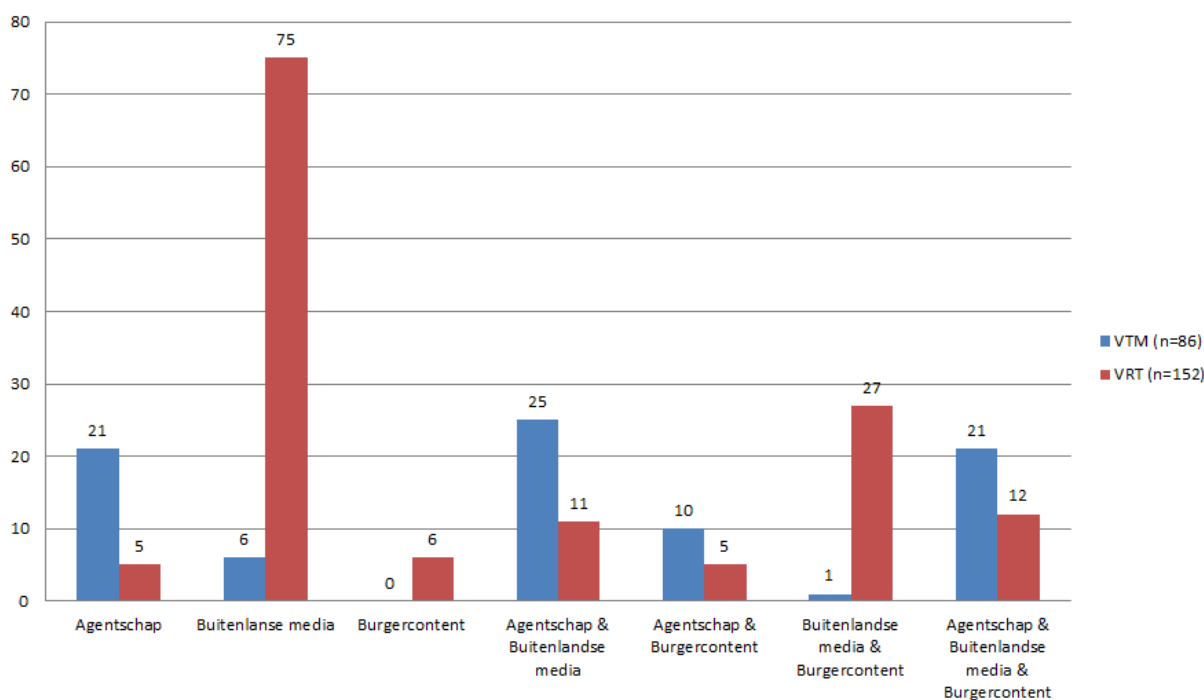
Land	Voorkomen burgercontent VTM (%)	Voorkomen burgercontent VRT(%)	p-waarde VTM	p-waarde VRT
Libië	37,8	58,1	0,917	0,000
Syrië	100,0	70,0	0,022	0,010
Egypte	26,6	12,9	0,139	0,008
Tunesië	40,0	31,3	0,806	0,824
Marokko	0,0	33,3	0,271	0,987
Iran	0,0	40,0	\	0,731
Bahrein	50,0	38,4	0,502	0,655
Jemen	25,0	14,2	0,605	0,038
Algerije	33,3	33,3	0,888	0,987
Libanon	0,0	0,0	0,439	0,482

Figuur 2: Het voorkomen van burgercontent (in procent) gekoppeld aan de vermelde regio in de nieuwsitems.  $P \leq 0,05$  om te spreken van een significante relatie

Slechts bij één land deden we bij VTM een opmerkelijke ontdekking. De berichtgeving rond Syrië is was namelijk volledig gebaseerd op burgercontent. Bij de openbare omroep bemerkten we bij vier landen een verband tussen het aan bod komen van een land en het gebruik van burgerinhouden. Bij berichten over Egypte, Libië, Syrië als Jemen bleken journalisten aangewezen op amateurbeelden. Bij Egypte en Jemen stelden we een sterk verband vast. Bij de berichtgeving rond Libië zagen we dat de helft van de nieuwsitems gedeeltelijk of volledig gebaseerd was op burgercontent. De berichtgeving rond Syrië is voor 70 procent gebaseerd op amateurmateriaal.

We bemerkten bovendien dat de omroepen zich niet louter baseren op één enkele bron voor het opstellen van nieuwsitems (figuur 3).

**Figuur3: Gebruikte broncombinatie tijdens nieuwsuitzendingen**



Voor 21 gevallen baseert de commerciële omroep haar nieuws op informatie die louter afkomstig is van institutionele bronnen. 25 berichten zijn bovendien een combinatie van materiaal van institutionele bronnen, buitenlandse zenders of eigen materiaal. Bij 21 gevallen bestaan nieuwsitems uit drie verschillende types bronnen en wordt aan nieuwsagentschappen en buitenlandse media burgercontent toegevoegd. Burgercontent werd nooit als enige bron gehanteerd.

Net zoals de commerciële omroep, raadpleegt de openbare omroep meerdere bronnen. Voor 5 van de 152 gevallen zien we dat VRT volledig vertrouwt op informatie van institutionele bronnen. Desalniettemin wordt informatie van agentschappen in 11 gevallen gecombineerd met nieuws van verschillende zenders en eigen materiaal. In 5 gevallen zien we dat officiële informatie met burgercontent wordt gecombineerd en in 12 gevallen zien we een combinatie optreden van informatie uit agentschappen met zenders, eigen materiaal en amateurmateriaal. VRT vertrouwt echter voornamelijk op louter buitenlandse media. In 75 gevallen werd EBU of een ander buitenlands medium gehanteerd om nieuwsitems op te bouwen. Burgercontent werd in slechts zes gevallen zelfstandig gebruikt.

Een opvallende vaststelling in de VTM-archieven was tot slot het feit dat wanneer burgercontent werd aangegeven als bron, deze op één geval na werd geklasseerd onder de



noemer van een agentschap. Burgercontent wordt bij VTM bijgevolg consistent geklasseerd onder de noemer ‘institutionele bron’ zonder weer te geven dat de content afkomstig is van amateurs. Bij de openbare omroep werd in 36 van de 50 gevallen amateurbeeld geklasseerd als agentschap. Op die manier wordt burgercontent gebruikt als secundaire bron maar erkennen de omroepen burgercontent niet altijd als amateurmateriaal.

Er werd een beknopt overzicht verkregen inzake het algemeen brongebruik van de Vlaamse televisiejournals in dit kwantitatief luik. Nieuwsagentschappen zijn in de archieven het sterkst vertegenwoordigd. Desalniettemin zien we ook sociale media opduiken. In de kwalitatieve inhoudsanalyse zullen we daarom verder ingaan op het gebruik van sociale media.

### **3.2 Kwalitatieve inhoudsanalyse: sociale media als specifieke bron**

De kwalitatieve analyse zal slechts plaats vinden op nieuwsitems waar sprake was van het gebruik van burgercontent als bron. Uit de 86 nieuwsitems van VTM bleken 32 gevallen relevant voor een kwalitatieve inhoudsanalyse. Bij VRT waren dat 50 van de 152 items. We proberen met deze tweede analyse dieper in te gaan op sociale media. Opnieuw wordt een vergelijking gemaakt tussen VRT en VTM.

#### **3.2.1 Gebruik sociale media**

Burgercontent is bij de Vlaamse omroepen minder talrijk aanwezig als informatiebron dan nieuwsagentschappen en buitenlandse zenders. Dit betekent echter niet dat het te verwaarlozen is. De focus ligt in de eerste plaats op beelden die afkomstig zijn van YouTube, blijkt uit onze kwalitatieve inhoudsanalyse. In tegenstelling tot de commerciële omroep, stellen we bij VRT een diversiteit in sociale media vast in die nieuwsteksten. Niet enkel informatie van YouTube werd gebruikt als illustratie bij het journaal, ook sociale netwerksites werden gehanteerd als bronleveranciers:

*“Vanuit Suez bereikt weinig informatie de buitenwereld. Ooggetuigen in de stad en betogers proberen zoveel mogelijk te twitteren.” (VRT 27 januari, fragment 1)*

We bemerkten daarnaast dat nieuwsitems in de vorm van burgercontent bij VRT en VTM vooral voorkomen als een reportage waarbij deze burgercontent gecombineerd wordt met archiefmateriaal, eigen materiaal en dat van agentschappen. Burgercontent komt bij de Vlaamse nieuwszenders ook voor in combinatie met specifieke onderwerpen. Zo zien we steeds amateurbeelden opduiken bij luchtbombardementen. Ziekenhuistaferelen, geweld en opstanden op straten en pleinen werden eveneens weergegeven aan de hand van amateurbeeld. Ook het aantal slachtoffers en doden wordt steeds met behulp van ‘*user-generated content*’ geïllustreerd:

*“In Al Zawiya, niet ver van Tripoli, zouden troepen van Kadhaffi vandaag een bloedbad aangericht hebben. Er duiken ook steeds meer beelden (YouTube) op van doden en gewonden tijdens de opstand in het Oosten.”* (VTM 24 februari, fragment 1)

Vervolgens zien we dat beeldfragmenten van burgers worden gehanteerd door de Vlaamse nieuwszenders aan het begin van het nieuwsitem als inleiding op de feiten en vóór de fragmenten van agentschappen. Nadien worden beelden van persconferenties of officiële instanties gemonteerd en vervolgens beelden die een connectie met België illustreren, zoals implicaties van de revolutiegolf op de olieprijs en protesten aan de ambassades in België.

### **3.2.2 Vergelijking tussen sociale media en officiële bronnen**

De tegenstrijdigheden tussen staatstelevsie of overheid en informatie van ooggetuigen, maakten het een uitdaging om kijkers te informeren over de situatie in het Midden-Oosten. Toeristen werden gedurende de revolutieperiode als verificatiemiddel gebruikt voor sociale media:

*“Amateurbeelden, waarvan we de echtheid niet kunnen verifiëren, tonen onrust in de straten van Tripoli [...] Op tientallen Europese luchthavens stromen nu mensen toe die geëvacueerd zijn uit Libië. Zij bevestigen de getuigenissen.”* (VRT 22 februari, fragment 1)

Niet enkel de authenticiteit van burgerbeelden wordt in twijfel getrokken. Ook de betrouwbaarheid van beelden van de overheid wordt met wantrouwen bekeken. Situaties werden in scènes gezet en autoriteiten controleerden de uitspraken van burgers tegenover de

pers. Daarnaast blijkt dat de staatstelevsie en het regime tegen de informatie van burgers ingaan door tegenstrijdige berichten de wereld in te sturen.

*“Een amateurvideo toont hoe er geschoten wordt tijdens een demonstratie [...] Gisteravond zouden er bij confrontaties in Tripoli vele doden zijn gevallen [...] Khadaffi en zijn aanhangers blijven evenwel doen alsof ze aan het winnen zijn.”* (VRT 26 februari, fragment 1)

Uit deze analyse kunnen we afleiden dat sociale media een rol hebben vervuld in de verslaggeving als tegenwicht voor officieel materiaal inzake specifieke thema's. Het niet-professionele karakter van de bron wordt bovendien door de journalisten benadrukt in hun nieuwstekst. Om meer informatie te krijgen over de specifieke attitude van journalisten zullen we deze analyse opvolgen met diepte-interviews.

### **3.3 Kwalitatieve diepte-interviews: journalistiek gebruik sociale media**

In dit onderdeel van de analyse wordt stilgestaan bij de derde onderzoeksvraag. Aan de hand van vier diepte-interviews met professionele buitenlandjournalisten van VRT en VTM proberen we namelijk inzicht te krijgen in het specifieke gebruik van sociale media gedurende de verslaggeving omtrent de Arabische omwentelingen en de attitude van journalisten tegenover deze informatiebron. Dit gebeurt aan de hand van gesprekken met Patrick Van Gompel en Tim Verheyden (VTM) en Inge Vrancken en Roel Pennemans (VRT). Met behulp van het analyseprogramma NVivo werden gegevens verwerkt.

#### **3.3.1 Algemeen brongebruik**

Wanneer we bij journalisten van de openbare en commerciële omroep peilden naar hun brongebruik gedurende de Arabische revolutiegolf, klonk op beide redacties eenstemmig dat de voorkeur werd gegeven aan persagentschappen gedurende de eerste maanden van de conflicten. Bij de openbare omroep was de *'dope sheet'* of achtergrondinformatie die nieuwsagentschappen bij hun beeldfragmenten plaatsden, de reden waarom amateurbeelden minder gebruikt werden. Nieuwsagentschappen kregen bij VTM daarentegen omwille van financiële en contractuele redenen voorrang. De authenticiteit en waarheidsgetrouwheid van

beelden van agentschappen vormden een tweede reden. De agentschappen beschikken over een redactie die binnenstromend nieuws controleert op betrouwbaarheid:

*“Als het via een nieuwsagentschap gaat, wil dat zeggen dat het ofwel meestal cameramensen zijn die dat zelf gefilmd hebben, door hun redactie nagekeken is en dan wordt uitgezonden. Of dat het iemand heeft aangeleverd en dat het daar al gecheckt is op authenticiteit” (Verheyden)*

Niet enkel agentschappen vormden een belangrijke informatiebron. Wanneer het moeilijk werd om via hen geschikte informatie te verkrijgen, stapten journalisten naar buitenlandse media. VTM baseerde zich in die gevallen voornamelijk op CNN. VRT raadpleegde informatie van ondermeer BBC:

*“Uiteindelijk wat je doet en de enige houvast die je hebt, is ontzettend veel bronnen raadplegen [...] media die het label hebben dat ze zeer geloofwaardig zijn zoals The Guardian, The New York Times, The Independent, Le Monde...” (Vrancken)*

Opmerkelijk is de afwijzing van Al Jazeera. Aanvankelijk werd volgens de kwantitatieve inhoudsanalyse gebruik gemaakt van de zender. Ook de journalisten bevestigden dit. Daarnaast meldden ze dat de zender zijn geloofwaardigheid verloor bij de val van Moebarak. De reden hiervoor was volgens Vrancken de aandachtswissel van de zender naar een incident rond Wikileaks. De zender bewees hiermee zijn partijdigheid waardoor hij onbetrouwbaar werd.

Zowel VRT als VTM konden zich eveneens beroepen op eigen materiaal. De overheden in het Midden-Oosten stonden echter niet positief ten opzichte van de Westerse pers. Zo werden correspondenten begeleid door het regime. Zij bepaalden wat journalisten te zien kregen. Op die manier leverde het ter plaatse gaan niet altijd betrouwbare informatie:

*“Rudi (Vranckx) was met een veiligheidsagent door Tripoli aan het rijden en wou graag beelden maken aan een tankstation omdat er geen invoer van olie meer was in Libië [...] En die begeleider gaat eerst naar de chauffeur [...] en Rudi zei dan ‘de volgende dagen dat ik daar was, heb ik geen enkel tankstation meer gezien’. En zij zeiden ‘dat is niet waar hoor, hier zijn geen lange rijen aan tankstations.’” (Vrancken)*

De commerciële omroep had ook problemen om de conflicten in beeld te brengen. Volgens de buitenlandjournalisten was het enkel in de zogenaamde toeristische regio's makkelijk om beelden te schieten.

### 3.3.2 Sociale media

De journalisten van VRT en VTM benadrukten dat ze bij het gebruik van sociale media informatie vooral op Twitter zochten. Bij drie van de vier geïnterviewde journalisten bleek dit het meest dankbare informatiekanaal te zijn omdat het niet alleen toelaat de situatie in de Arabische wereld op de voet te volgen, maar het ook mogelijk maakt om contacten te leggen:

*“Mensen op het plein die alles vertelden wat er gebeurde [...] Je hebt daar ooggetuigen ter plekke en dat is fantastisch aan Twitter. Dat wist je vroeger niet of je moest zelf iemand op het plein hebben of je moest er zelf staan.” (Van Gompel)*

Dit gegeven spreekt echter onze kwantitatieve inhoudsanalyse tegen. In de archieven vinden we nauwelijks Twitter terug als nieuwsbron. Twitter blijkt eerder een kanaal om informatie te toetsen dan deze in eerste hand te gebruiken. Het vervangt de telexen die de redactie binnen komen, biedt links naar interessant beeldmateriaal en toont de tendensen die leven bij de bevolking. Facebook is voor de journalisten eerder een persoonlijke vriendschapstool. YouTube ligt goed in de markt omwille van de beelden.

De journalisten zijn ondanks het feit dat ze er geen voorkeur voor hebben, naar eigen zeggen toch enthousiast over de mogelijkheden die sociale media bieden. Alle specialisten meenden actief te zoeken naar burgercontent, zowel als aanvulling op de agentschapbeelden als op zichzelf staande burgerbeelden.

Informatie van sociale media werd om diverse redenen gehanteerd. Ten eerste voorzien ze nieuwszenders van beeld bij beeldscharste en een persverbod. Een andere reden voor het gebruik van sociale media is de iconische waarde van de beelden. Zowel Vrancken als Verheyden verwijzen hiervoor naar de dood van Khadaffi. Het overlijden van de Libische president bereikte de Vlaamse media in de vorm van foto's die met mobiele telefoons waren genomen:

*“Khadaffi, het moment dat die wordt opgepakt. Daar is geen enkele camera in de buurt. De enige beelden die we hebben, zijn aangebracht door burgerjournalisten of door gewone mensen die ze op YouTube hebben gezet [...] Anders hadden we het nooit gezien of nooit geweten dat er iets gebeurd was.”* (Verheyden)

Wanneer journalisten gebruik maakten van sociale media, zien we dat betrouwbaarheid een probleem was. Om deze te bepalen, werd burgercontent vergeleken met informatie die via agentschappen binnensijpelde. De journalisten van de commerciële en openbare omroep vertrouwden op binnenlandse en buitenlandse media om de correctheid te achterhalen. Door na te gaan welke amateurbeelden concurrenten gebruikten, oordeelden ze of burgerbeelden correct waren. Andere manieren om de waarheid te ontleden en te bepalen of informatie betrouwbaar en waarachtig is, was het nagaan van landschappen, straatnamen en omgevingsfactoren.

*“Of uniformen of vlaggen of kentekens [...] Wij kunnen naar onze schermen zitten kijken en zien of een beeld Pakistan, Irak, Iran, Bahrein,... We zien dat gewoon. Omdat we dat zo vaak zien, zien we bijna aan de straat van welk land die straat is.”* (Vrancken)

De journalisten van de openbare en commerciële omroep zijn het eens over het feit dat klassieke agentschappen en de journalistiek broodnodig blijven. Er zijn opgeleide journalisten nodig die informatie van verschillende kanalen moeten kanaliseren en duiden.

### **3.3.3 Attitude journalisten**

Een uitgesproken voordeel van sociale media was volgens VTM het idee dat ze een bijkomende bron zijn die de regimes in vraag durft stellen. Daarnaast zorgen ze voor een enorme bereikbaarheid. Vierentwintig uur per dag komt informatie binnen via sociale media. Bovendien wordt de informatie snel verspreid. Hierdoor staan ze sterker dan klassieke telexen:

*“Die eerste directe informatie van ‘er gebeurt iets op een plek’, dat weet je nu via sociale media veel sneller. Je hebt nu eenmaal niet overal correspondenten zitten en ook de persbureaus zitten niet overal.” (Van Gompel)*

Verder stellen de VTM-journalisten dat het aantal burgers dat communiceert via sociale media aanzienlijk hoger ligt dan het aantal correspondenten ter plaatse. Er zijn meer burgers met sociale media en mobiele telefoons dan professionele journalisten die met een camera evenementen illustreren. De commerciële omroep ziet sociale media hierdoor als een hulpmiddel voor de journalistiek.

Sociale media bieden volgens VRT eveneens voordelen. Zo zorgen sociale media dat men meer in contact staat met de wereld en getuigen kan bereiken. Vaak zijn ze het enige kanaal dat overblijft. Hierin treedt VRT de commerciële omroep bij:

*“Hoe zwaar Homs ook gebombardeerd is [...] er waren wel nog altijd getuigen die op Twitter vertelden wat er gebeurde vanuit Homs, die foto’s stuurden, die filmpjes stuurden, die getuigenissen stuurden. [...] Dat is de enige communicatie die je nog hebt, ik denk dat dat een ongelooflijk belangrijke rol speelt.” (Vrancken)*

Sociale media zorgen bovendien voor een persoonlijke toets in het oorlogsverhaal. Voor journalisten is dit een belangrijk facet omdat ondanks de militaire gruwel en politieke corruptie nog steeds moet worden aangetoond dat het verhaal gaat om mensen. Daarnaast hebben ze het voordeel dat ze ogenblikkelijke informatie leveren en journalisten op die manier kunnen inspelen op wat er gebeurt.

*“Voor mij is sociale media een barometer die zegt waar de klepel hangt. Hij hangt daar misschien niet helemaal juist maar het geeft je wel een indicatie van dat er iets aan de hand is en je het verder moet gaan uitzoeken.” (Vrancken)*

Desalniettemin zien beide nieuwszenders ook nadelen. Zo zijn activisten achter sociale media geen georganiseerde bedrijven. Ze houden het niet lang vol. De moeilijkheid is dan om een betrouwbare vervanger te vinden. Bovendien zijn berichten die deze sociale media verspreiden gefragmenteerd. Ze bieden een blik op een detail in het verhaal. Dit maakt het mogelijk om conflicten menselijker voor te stellen, maar zorgt tegelijk dat het moeilijk wordt

om hoofd- en bijzaak te scheiden. Omwille van die reden zijn professionele journalisten nog steeds een must volgens VRT en VTM.

Een ander minpunt is het feit dat de kwaliteit varieert door de niet-professionele apparatuur van burgers. Agentschappen die beelden aankopen verhogen de resolutie en zorgen voor een ‘*dope sheet*’. Bovendien behoren burgerjournalisten vaak tot een specifieke groepering waardoor berichten gekleurd en eenzijdig blijven.

*“Maar je kent de mensen niet die filmpjes posten. Die hebben misschien een eigen agenda of soms gewoon het onrecht willen aanklagen [...] Hoe oprecht dat soms ook is, daarom is dat nog niet juist. Dat is meestal zo gekleurd dat het een bepaalde richting uit gaat.”* (Pennemans)

De onbetrouwbaarheid vormt echter het grootste nadeel, zoals eerder werd gezegd. Hierdoor moeten journalisten telkens een controle uitvoeren op betrouwbaarheid door op zoek te gaan naar referentiepunten. Tegelijk worden officiële agentschappen en kwaliteitsmedia geraadpleegd om na te gaan of burgerinformatie strookt met de werkelijkheid. Dit geheel zorgt voor onzekerheid en wantrouwigheid over de authenticiteit en correctheid.

## **4. Discussie en conclusie**

In deze masterproef werd getracht inzicht te krijgen in het brongebruik van Vlaamse televisiejournalisten gedurende de eerste maanden van de Arabische Revolutiegolf van 2011 aan de hand van een multimethodisch opzet. We probeerden hierbij voornamelijk te peilen naar het belang van sociale media als journalistieke bron gedurende de conflictperiode.

### **4.1 Conclusie**

#### ***4.1.1 Algemeen brongebruik***

Voor een goed begrip van de invloed van sociale media op het journalistieke brongebruik in het kader de berichtgeving over de Arabische Lente, is het belangrijk om eerste het algemene brongebruik in kaart te brengen.



Uit onze analyse blijkt dat het brongebruik van VTM- en VRT-journalisten in sterke mate bepaald werd door wat Gans ‘*efficiency and power considerations*’ noemt (zie 1.1.2). Bij de verschillende aspecten van de nieuwsselectie en berichtgeving is de professionaliteit en autoriteit van de nieuwsbron een cruciaal gegeven (Gans, 2003: 46; 1979: 117). De macht die journalisten aan bronnen toeschrijven en de financiële relatie die ze hebben beïnvloeden de nieuwsselectie. Een nieuwsagentschap heeft een hogere status dan informatie afkomstig van de nieuwsconsument. Journalisten bevoordelen volgens Hall eveneens de standpunten van de machtigste Westerse instellingen in onze samenleving. Westerse agentschappen bepalen voornamelijk welke onderwerpen media-aandacht krijgen (Allan, 2011: 71). De bevindingen van Gans en Hall vonden we eveneens terug in de onderzoeksresultaten van deze masterproef. De commerciële en openbare omroep in Vlaanderen hebben een voorkeur voor informatie van Reuters en APTN.

De wereldagentschappen blijken zelfs zelf een bepalende rol te spelen in de selectie van ‘*user-generated content*’ in de verslaggeving (Rantanen, 2011: 303). Als beelden van YouTube opduiken in nieuwsuitzendingen, zijn het doorgaans beelden die via Reuters of APTN op de nieuwsredacties zijn gekomen. De journalisten die we interviewden, bevestigen dit. Dit verklaart mogelijk ondermeer waarom VRT en VTM het merendeel van hun gebruikte sociale mediabronnen in de archieven categoriseerden als ‘afkomstig van een persagentschap’. Al blijkt dit een foutieve vorm van archivering te zijn aangezien de agentschappen deze sociale media zelf als bron in hun ‘*dopesheets*’ aangeven en ze niet omschrijven als aangekocht materiaal. We kunnen concluderen dat slechts zes items louter gebaseerd waren op burgercontent en ‘*user-generated content*’ toen de primaire bron was. In een derde van het materiaal was burgercontent een secundaire bron.

‘*Efficiency considerations*’ vereisen daarentegen een snelle informatieselectie door onder andere tijdsgebrek. Wanneer een journalist voor een dilemma komt te staan en door tijdgebrek een keuze moet maken uit verschillende bronnen, dan preferereert hij een bron waarvan hij gewoontegetrouw veronderstelt dat die op correctheid is gecontroleerd (Gans, 1979: 109; 2003: 47). Opnieuw wordt dan gekozen voor informatie van agentschappen. De bronnen die journalisten gebruiken en selecteren wijzen bijgevolg op weinig revolutionair gebruik van sociale media als nieuwsbron maar een ‘*business as usual*’.

#### **4.1.2 Bronattitudes**

Niet alleen in onze onderzoeksresultaten, maar ook in onze literatuurstudie stelden we vast dat sociale media een rol gespeeld hebben in de berichtgeving omtrent de Arabische opstanden. Al valt het belang sterk te relativiseren aangezien slechts een derde van het materiaal in ons onderzoek bestempeld werd als burgercontent en slechts zes items burgerbeelden als primaire bron omvatten. Volgens Blanken (2009: 120) zijn professionele journalisten nodig die nieuws kaders en een globaal overzicht bieden daar waar sociale media ongenueanceerde en gefragmenteerde informatie verspreiden. Onze onderzoeksresultaten bevestigden dit.

We stelden vast dat beelden van agentschappen, buitenlandse media en eigen materiaal werden gebruikt indien journalisten een objectieve weergave brachten van feiten. In onze literatuurstudie stellen De Swert en Hooghe (2007: 101) dat journalisten zichzelf namelijk zien als objectieve waarnemer. Sociale media, maar ook staatskranten en- televisie werden gemedan. Dit omwille van hun toegeschreven partijdigheid en onbetrouwbaarheid. Sociale media worden bijgevolg, ondanks het voordelen niet ten volle gebruikt. Verklaringen hiervoor waren zowel in ons theoretisch kader als in onze resultaten door de snelheid van het nieuws weinig tijd overblijft om beelden te verifiëren waardoor foute informatie kan worden verspreid. Iedereen kan immers, ongeacht zijn motieven, informatie het web insturen (van Heeswijk, 2007: 27). Sociale media zorgen zo voor problemen bij het werk van journalisten. Zo moeten ze steeds meer hun werkrouines aanpassen door een continue broncontrole. Opnieuw een moeilijkheid die onze respondenten aankaarten. Bovendien varieert volgens hen de beeldkwaliteit, al valt deze eerder te wijten aan opnameapparatuur. Sociale media worden bijgevolg beschouwd als onbetrouwbaar volgens de literatuur (zie 1.2.2) door de anonimiteit en gekleurdeheid. Bijgevolg geven journalisten nog steeds de voorkeur aan traditionele bronnen wanneer ze informatie samenstellen voor nieuwsitems.

## **4.2 Discussie**

Een aantal punten in dit onderzoek verdienen nadere toelichting. Een eerste vaststelling is dat zonder inzage in de archieven van de commerciële en openbare omroep deze masterproef niet mogelijk was geweest. Bij het bekijken van de journaals werd geconstateerd dat niet steeds duidelijk was wie de oorspronkelijke informatieleverancier was. Door toegang te krijgen tot de archieven werd het mogelijk om een beter zicht te krijgen op het brongebruik van VRT en VTM. Hierdoor konden we tijdens onze analyses bovendien gebruik maken van de metadata.

Er was echter niet steeds sprake van een volledige en consistente archivering bij beide nieuwsredacties waardoor mogelijk relevant onderzoeksmateriaal verloren is gegaan.

Een nadeel vormde onze beperking tot zeven-uur-journaals. Zowel VRT als VTM zenden dagelijks meerdere journaals uit en bewerken nieuwsitems doorheen de dag. Door alle journaals (13u, 18u, 19u en laat) in beschouwing te nemen, zou een meer veralgemenende uitspraak mogelijk zijn over het brongebruik gedurende de beginperiode van de Arabische Lente. Daarnaast hebben we ons beperkt tot de eerste maanden van de revoluties. De periode is historisch relevant en de steekproef is voldoende groot, maar het is niet mogelijk om uitspraken te doen over het brongebruik gedurende de gehele periode. Het was bovendien niet mogelijk om de gehele revolutie te onderzoeken aangezien deze tot op het moment van schrijven voortduurt.

Gedurende de kwalitatieve inhoudsanalyse stelden we ook vast dat deze methode minder verheldering bood dan we verwacht hadden omdat verwijzingen naar sociale media vrij summier waren. Hierdoor waren diepte-interviews een noodzakelijk onderdeel in dit multimethodisch opzet om een beter inzicht te krijgen in het belang van sociale media.

Een laatste bemerking is het beperkt aantal respondenten in de interviews. De meest bekende buitenlandjournalist, Rudi Vranckx, wenste niet mee te werken. Dit kon worden opgevangen door de medewerking van Inge Vrancken (VRT) die zelf meerdere malen in het buitenland vertoefde. Ook de medewerking van Patrick Van Gompel (VTM) en Tim Verheyden (VTM) zorgden ervoor dat we een blik kregen op conflictjournalistiek. Roel Pennemans (VRT) kon als deskter zijn ervaringen delen omtrent oorlogsjournalistiek als vorm van bureaujournalistiek. Dit zorgde voor een gevarieerde blik op de verslaggeving.

Om subjectiviteit te beperken werd geopteerd voor een codering bij de kwantitatieve inhoudsanalyse door een tweede onderzoeker. Een duidelijk codeboek zorgde dat het verschil in interpretatie tussen de codeurs minimaal was. Dit werd bewezen door overeenstemmingmaat Cohen's Kappa en maakt het onderzoek geldig en navolgbaar.

De grote sterkte van dit onderzoek is datatriangulatie. Door te beginnen met een kwantitatieve inhoudsanalyse konden we in eerste instantie het brongebruik van de Vlaamse

televisieredacties in het algemeen bestuderen en een onderzoek voeren in de breedte. Vervolgens konden we op basis van die eerste kwantitatieve fase die items eruit filteren waarin expliciet gebruik werd gemaakt van en/of verwezen werd naar sociale media als nieuwsbron. Op die manier werd ons onderzoek naar het gebruik van sociale media ook in de diepte uitgewerkt. Via interviews verkregen we tot slot een verdere uitdieping en verklaring van professionele journalisten voor sommige van de bevindingen uit de voorgaande analyses.

In deze masterproef slaagden we erin de beginmaanden van de Arabische revolutiegolf te bestuderen. Op die manier konden we verschillende aspecten van het journalistiek brongebruik onderzoeken. Ondanks de kleinschalige omvang, is het toch mogelijk een bijdrage te leveren aan de huidige debatten. De meest opmerkelijke vaststelling uit deze masterproef is het feit dat het belang van sociale media in de journalistiek te sterk nuanceren is. Uit de literatuur is gebleken dat sociale media hun bijdrage hebben geleverd bij het mobiliseren van de lokale bevolking om een massaprotest aan te tekenen tegenover het regime, maar de rol ervan in de journalistiek moeten we relativiseren. Slechts een derde van de informatie die zowel commerciële als openbare omroep gebruikten is burgermateriaal dat veelal onder de noemer ‘nieuwsagentschap’ werd opgetekend in de archieven. Uit macht der gewoonte wordt steeds opnieuw naar nieuwsagentschappen gegrepen omwille van hun toegeschreven status. Hierdoor was er tijdens de Arabische Lente geen sprake van een revolutionair anders brongebruik, maar van een *‘business as usual’* die Gans en Hall reeds beschreven. Doordat de macht bij de persagentschappen blijft liggen inzake informatielevering, ontstaat er in de maatschappij en status quo die vooral focust op een Westers perspectief op de conflictsituatie in de Arabische wereld en niet op de thematiek en beelden die burgers en activisten de wereld instuurden. Bijgevolg gaat het te ver om te stellen dat de berichtgeving een *‘make-over’* onderging. De Arabische revolutie was op vlak van brongebruik geen sociale mediarevolutie.

## 5. Bibliografie

Abu-Fadil, M. (2011). Media Live up to Name as Game Changers in Spreading Arab Revolutions. *Perspectives: Political Analysis and Commentary from the Middle East*, 2, 74-79.

Aday, S., Farrell, H., Linch, M., & Sides, J. (2010). Blogs and Bullets: New Media in Contentious Politics: United States Institute of Peace Report. *Peaceworks*, 6 (7), 9-45.

Aiello, S. (2011). *The Facebook-Revolution: Internet, Social Media and the Globalization of Conflicts in the Middle East*. Geraadpleegd in Oktober, 2011, via University of Herzliya, The Interdisciplinary Center of Herzliya, [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1809668](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1809668)

Allan, S. (2011). *News Culture*. Buckingham, McGraw Hill Open University Press.

Allan, S., & Zelizer, B. (2011). Rules of Engagement: Journalism and War. In S. Allan & B. Zelizer (Eds.), *Reporting War: Journalism in Wartime* (p. 3-22). London & New York, Routledge.

Atton, C. (2002). *Alternative Media*. Sage Publications, London.

Bailey, O.G., Cammaerts, B. & Carpentier, N. (2008). *Understanding Alternative Media*. McGraw Hill Open University Press, Berkshire/England.

Barkho, L. (2010). *News from the BBC, CNN and Al-Jazeera: How the Three Broadcasters Cover the Middle-East*. Cresskill New Jersey, Hampton Press Inc.

Bhuiyan, S. (2011). Social Media and its Effectiveness in the Political Reform: Movement in Egypt. *Middle East Media Educator*, 1 (1), 14-20.

Blanken, H. (2009). *Media Mores: Over Digitale cultuur, Bloggende Burgers en Journalistieke Ethiek*. Amsterdam/Antwerpen, Atlas Uitgeverij.

Boyd-Barrett, O. (2011). Understanding: the Second Casualty. In S. Allan & B. Zelizer (Eds.), *Reporting War: Journalism in Wartime* (p. 23-42). London & New York, Routledge.

Bruns, A. (2005). *Gatewatching: Collaborative Online News Production*. New York, Peter Lang Publishing.

Burns, T. (1970). Part Two: Communications, organisations and communicators: Chapter 1: Public Service and Private World. In J. Tunstall, *Media Sociology* (p. 135- 157). Constable, London.

Carruthers, S. L. (2000). *The Media at War: Communication and Conflict in the Twentieth Century*. New York, St-Martin's Press.

Centrum voor Informatie over de Media. (2011). Jaarverslag CIM 2011. Geraadpleegd in April, 2012, via: [http://cim.be/downloads.php?files=cim\\_rapport2011\\_nl.pdf](http://cim.be/downloads.php?files=cim_rapport2011_nl.pdf)

Corten, M., Opgenhaffen, M. & d'Haenens, L. (2011). Nieuwsvaardig: Journalistieke Competenties in Vlaanderen: een Crossmediale Competentiematrix. Leuven, Uitgeverij Lannoo.

De Swert, K. & Hooghe, M. (2007). De Kerk in het Midden. Objectiviteit en Woord/Wederwoord in Vlaams Televisienieuws. In M. Hooghe, K. De Swert & S. Walgrave (Eds.), *Kwaliteit van het Nieuws* (p. 101-114). Leuven, Uitgeverij Acco.

Duncombe, C. (2011). *The Twitter Revolution? Social Media, Representation and Crisis in Iran and Lybia*. Geraadpleegd in Oktober, 2011, via University of Queensland (Australia), School of Political Science and International Studies: <http://law.anu.edu.au/COAST/events/APSA/papers/151.pdf>

El Amrani, I. (2011). What Kind of Transition for Egypt? *Perspectives: Political Analysis and Commentary from the Middle East*, 2, 145-153.

Galtung, J., & Ruge, M. (1970). The Structure of Foreign News. The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crisis in For Foreign Newspapers. In J. Tunstall (Eds.), *Media Sociology* (p. 259-298). University of Illinois Press.

Gans, H. (1979). *Deciding What's News*. New York, Pantheon Books.

Gans, H. (2003). *Democracy and the News*. Oxford University Press.

Gündüz, U. (2011). Social Media and Globalization: the Case of Facebook and Twitter. In C. Mesaros (Eds.), *Knowledge Communication: Transparency, Democracy and Global Governance* (p. 49-56). Romania, West University of Timisoara Press.

Hermida, A. (2010a). Twittering the News: the Emergence of Ambient Journalism. *Journalism Practice*, 4 (3), 297-308.

Hermida, A. (2010b). From TV to Twitter: How Ambient News Became Ambient Journalism. *Media/Culture Journal*, 13 (2), 30-36.

Hijmans, E. & Wester, F. (2006). De Kwalitatieve interviewstudie. In F. Wester, K. Renckstorf & P. Scheepers (Eds.), *Onderzoekstypen in de Communicatiewetenschap* (p. 507-531). Alphen aan den Rijn, Kluwer.

Joye, S. & Biltreyst, D. (2007). All Quiet on the...? Een Analyse van het Buitenlandaanbod van VRT en VTM. In M. Hooghe, K. De Swert & S. Walgrave (Eds.), *Kwaliteit van het Nieuws* (p. 71-84). Leuven, Uitgeverij Acco.

Kadragic, A., (2011). Analyzing Journalism, PR, Content Creation in the Arab world. *Middle East Media Educator*, 1 (1), 102-106.

Kaplan A. M., & Haenlein M. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53 (1), 59-68.

Khoury, D. (2011). Social Media and the Revolutions: How the Internet Revived the Arab Public Sphere and Digitalized Activism. *Perspectives: Political Analysis and Commentary from the Middle East*, 2, 80-85.

Kwak, H., Lee, C., Park, H., & Moens, S. (2010). *What is Twitter: a Social Network or a News Media?* Geraadpleegd in Oktober, 2011, via New York ACM, 19<sup>th</sup> International Conference on World Wide Web (p. 591-600): <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=1772751>

Luyendijk, J. (2006). *Het zijn net mensen: beelden uit het Midden-Oosten*. Uitgeverij Podium, Amsterdam.

Matheson, D. (2004). Weblogs and the Epistemology of the News: Some Trends in Online Journalism. *New Media and Society*, 6 (4), 443-468.

McLaughlin, G. (2002). *The War Correspondent*. London, Pluto Press.

Messner, M., Linke, M., & Eford, A. (2011). *Shoveling Tweets: an Analysis of the Micro-Blogging Engagement of Traditional News Organizations*. Geraadpleegd in Oktober, 2011, via Texas University, School of Mass Communications: <http://online.journalism.utexas.edu/2011/papers/Messner2011.pdf>

Mnasri, C. (2011). Tunisia: The People's Revolution. *International Socialism*, 130, 19-26.

Morrison, D.E. & Tumber, H. (1995). Section 6: Media occupations and professionals: Chapter 40: Journalists at war. In O. Boyd-Barrett & C. Newbold, *Approaches to media, a reader* (p. 313-318). Arnold, London.

Mortelmans, D. (2009). *Handboek Kwalitatieve Onderzoeksmethoden*. Leuven, Uitgeverij Acco.

Owais, R. (2011). Arab Media during the Arab Spring in Tunisia and Egypt: Time for Change. *Middle East Media Educator*, 1 (1), 9-13.



Papacharissi, Z., & de Fatima Oliveira, M. (2011). *The Rhythms of News Storytelling on Twitter: Coverage of the January 25th Egyptian uprising on Twitter*. Geraadpleegd in September, 2011, via University of Illinois-Chicago, Department of Communication website: [http://tigger.uic.edu/~zizi/Site/Research\\_files/RhythmsNewsStorytellingTwitterWAPORZPMO.pdf](http://tigger.uic.edu/~zizi/Site/Research_files/RhythmsNewsStorytellingTwitterWAPORZPMO.pdf)

Rantanen, T. (2011). European News Agencies and their Sources in the Iraq War Coverage. In S. Allan & B. Zelizer (Eds.), *Reporting War: Journalism in Wartime* (p. 301-314). London & New York, Routledge.

Robinson, P. (2011). Researching US Media-State Relations and Twenty-First Century Wars. In S. Allan & B. Zelizer (Eds.), *Reporting War: Journalism in Wartime* (p. 96-112). London & New York, Routledge.

Samad, A. Z., & Mohamadieh, K. (2011). The Revolutions of the Arab Region: Socio-Economic Questions at the Heart of Successful Ways Forward. *Perspectives: Political Analysis and Commentary from the Middle East*, 2, 112-118.

Sangani, K. (2011). Revolution 2.0: What Role did Social Media and Capable Devices Have on the Ongoing Events in the Middle East? *Engineering and Technology*, 8, 88-92.

Tapas, R. (2011). The 'Story' of Digital Excess in Revolutions of the Arab Spring . *Journal of Media Practice*, 12 (2), 189-196.

Traboulsi, F. (2011). Revolutions Bring Down Ideas as Well! *Perspectives: Political Analysis and Commentary from the Middle East*, 2, 14-21.

Tumber, H. (2011). Prisoners of News Values? Journalists, Professionalism and Identification in Times of War. In S. Allan & B. Zelizer (Eds.), *Reporting War: journalism in Wartime* (p. 190-205). London & New York, Routledge.

Van Heeswijk, E. (2007). *Journalistiek & Internet: Onderzoek 2002-2007: Technofielen of digibeten?* Apeldoorn/ Antwerpen, Het Spinhuis.

Wall, M. (2005). Blogs of War? Weblogs as News. *Journalism: Practices and Theories*, 6 (2), 153-172.

Wester, F. & van Selm, M. (2006). Inhoudsanalyse als Systematisch-Kwantificerende Werkwijze. In F. Wester, K. Renckstorf & P. Scheepers (Eds.), *Onderzoekstypen in de Communicatiewetenschap* (p. 121-151). Alphen aan den Rijn, Kluwer.

Zelizer, B. (2011). When war is Reduced to a Photograph. In S. Allan & B. Zelizer (Eds.), *Reporting War: Journalism in Wartime* (p. 115-135). London & New York, Routledge.

Zurayk, R. (2011). Feeding the Arab Uprisings. *Perspectives: Political Analysis and Commentary from the Middle East*, 2, 119-125.