

# DE WAARHEID IN BEELD

---

Een kwalitatief onderzoek naar de ervaring van Nederlandse hbo-journalistiekstudenten met online verifiëring om de authenticiteit van foto- en videomateriaal vast te stellen.

Leiden, 8 juli 2019

Masterthesis  
Journalistiek & Nieuwe Media  
Universiteit Leiden

Student: Kelly van Zijdam, s2104652

Begeleider: Dr. J.P. Burger

Tweede lezer: Dr. A.R.J. Pleijter



Deze scriptie bouwt voort op de studie van Brandtzaeg, Følstad & Chaparro Domínguez (2018). Zij onderzochten de ervaring van journalisten en socialmediagebruikers met onlineverificatietools en richtten zich daarbij op jonge journalisten en studenten Journalistiek. Deze scriptie richt zich in het bijzonder op laatstejaars hbo-journalistiekstudenten en op verifiëring van foto- en videomateriaal. Daarentegen richt deze scriptie zich niet per se op onlineverificatietools, maar op online verifiëring in het algemeen, waar onlineverificatietools een onderdeel van vormen.

Journalisten zullen in hun werkzaamheden steeds vaker te maken krijgen met verifiëring van foto- en videomateriaal afkomstig van sociale media, mede omdat sociale media journalisten van informatie voorzien waar zij anders wellicht geen toegang toe zouden krijgen (Rauchfleisch et al., 2017, p. 1). Het is dan ook relevant om de ervaring van journalistiekstudenten met online verifiëring vast te stellen; zij zijn immers de journalisten van morgen (Brandtzaeg et al., 2018, p. 1110). Voor opleidingen is het daarom ook extra belangrijk om hier aandacht aan te besteden om studenten klaar te stomen voor het journalistieke werkveld. Om de ervaring van hbo-journalistiekstudenten in kaart te brengen, staat de volgende onderzoeksvraag dan ook centraal in deze scriptie:

*“Welke ervaring hebben Nederlandse hbo-journalistiekstudenten met online verifiëring om de authenticiteit van foto- en videomateriaal vast te stellen?”*

Het onderzoek is uitgevoerd aan de hand van semigestructureerde interviews die zijn afgenomen onder Nederlandse journalistiekstudenten die in hun laatste jaar van hun hbo-opleiding zitten. De interviews zijn afgenomen aan de hand van een topic guide, die afgeleid is van het onderzoek van Brandtzaeg et al. (persoonlijke communicatie, 7 januari 2019). Bovendien kwam er in de interviews een praktische opdracht aan bod, waarbij de respondenten zelf de authenticiteit van twee foto's en een video moesten achterhalen. De respondenten is gevraagd om hardop na te denken, zodat de onderzoeker hun gedachten en stappen kon volgen. Achteraf zijn de interviews getranscribeerd, geanalyseerd en gelabeld om de resultaten in kaart te kunnen brengen.

Uit de resultaten is naar voren gekomen dat Nederlandse hbo-journalistiekstudenten weinig ervaring hebben met online verifiëring om de authenticiteit van foto- en videomateriaal vast te stellen. Hoewel de aanname was dat jongeren wellicht meer affiniteit hebben met verificatie omdat zij zijn opgegroeid in een internettijdperk, geven de journalistiekstudenten aan dat zij helemaal niet altijd zo behendig zijn volgens henzelf. Ze geven aan dat ze het nog

lastig vinden om te bepalen welke content zij kunnen vertrouwen. Hun verificatievaardigheden zijn matig, waardoor studenten moeite hebben om beeldmateriaal afkomstig van sociale media te verifiëren. Opvallend genoeg zochten een aantal studenten tijdens de praktische opdracht ter plekke in Google op hoe zij online beelden konden verifiëren. Sommige andere studenten gaven aan dat zij een traditionele journalistieke aanpak zouden hanteren: bellen.

Maar ondanks het gebrek aan ervaring, zeggen de studenten dat feitelijke correctheid hoog in het vaandel staat. Hoewel de antwoorden in het geval van breaking news en live blogs genuanceerder liggen, zeggen de studenten dat zij in principe eerst zouden verifiëren en dan pas zouden publiceren. In dat geval gaat verificatie boven snelheid, om de verspreiding van onjuiste informatie tegen te gaan. Bovendien zeggen de studenten dat transparantie van bronnen belangrijk is, om de betrouwbaarheid en geloofwaardigheid van de journalistiek te versterken. De vraag is natuurlijk wel of studenten deze ideeën ook nastreven op het moment dat zij daadwerkelijk werkzaam zijn als journalist.

Doordat studenten weinig ervaring hebben met online verifiëring, kennen zij ook weinig verificatietools en factcheckorganisaties. Binnen hogescholen komen vooral traditionele journalistieke handelingen aan bod, maar er is weinig ruimte voor diepgang over onderwerpen als sociale media en verifiëring. Daar wordt er volgens de studenten vooral aandacht besteed aan het opstellen van onderzoeksrapporten, creative commons, hoor- en wederhoor, en andere standaard journalistieke praktijken.

Volgens de studenten zou het dan ook goed zijn als kennis van sociale media en verifiëring gestimuleerd wordt. Ook kritisch nadenken zou gestimuleerd moeten worden. Daarbij zou het nuttig zijn als hogescholen inspirerende socialmediajournalisten of -redacteurs inhuren die zowel de negatieve als positieve kanten van sociale media belichten. Ook kunnen hogescholen tijdens colleges opdrachten inzetten – zoals ze in dit onderzoek naar voren zijn gekomen – om de ervaring met online verifiëring te vergroten. Bovendien ligt er een winstpunt voor verificatietools in het algemeen. Online verifiëring zou makkelijker gemaakt moeten worden door de komst van één tool, waarin de eigenschappen van alle huidige tools samenkomen. Ook zou een tool sites die bronnen van sociale media gebruiken kunnen pinnen op betrouwbaarheid, om verifiëring makkelijker te maken.

1. Inleiding	8
2. Theorie	11
2.1 De kansen en uitdagingen van sociale media binnen de journalistiek	12
2.2 Verificatie van user generated content	16
2.3 Ervaring van journalisten met online verifiëring	18
2.4 Ervaring van journalistiekstudenten met online verifiëring	21
3. Methode	25
3.1 Semigestructureerde interviews	26
3.1.1 Afname	26
3.1.2 Structuur	27
3.2 Respondenten	27
3.2.1 Relevantie	27
3.2.2 Representativiteit	28
3.3 Onderzoeksmateriaal	28
3.3.1 Interviewvragen	29
3.3.2 Praktische opdracht	31
3.4 Analyse	31
4. Resultaten	33
4.1 Sociale media	34
4.4.1 Sociale media als bron	34
4.4.2 Kansen van sociale media	35
4.4.3 Uitdagingen van sociale media	37
4.4.4. Geloofwaardigheid van de journalist	39
4.2 Verifiëring	41
4.2.1 Vooraf, achteraf of een continu proces?	41
4.2.2 Verificatievaardigheden	42
4.2.3 Traditionele methodes vs. online verifiëring	44
4.3 Praktische opdracht	46
4.3.1 Opdracht 1	46
4.3.2 Opdracht 2	47

4.3.3 Opdracht 3	48
4.4 Verificatietools	50
4.5 Onderwijs	52
4.6 Eerstejaars	55
5. Conclusie	57
5.1 Sociale media	58
5.2 Verifiëring	58
5.3 Verificatietools	60
5.4 Onderwijs	61
5.5 Algemene conclusie	62
6. Discussie	63
6.1 Kansen	64
6.2 Beperkingen	64
Literatuur	67
Bijlage I - Hbo-journalistiekopleidingen	70
Bijlage II - Topic guide	72
Bijlage III - Praktische opdracht	76
Bijlage IV - Antwoorden praktische opdracht	80
Bijlage V - Codeerschema	104
Bijlage VI - Transcripties	106

# 1. INLEIDING

“It’s 2001, and we can Fact Check your ass. And you, like many in the Hate America movement, are no longer able to dress your wretched ‘reporting’ in fiction. We have computers. It is not difficult to Find You Out, dig?” (Graves, 2013, p. 29).

Het was de conservatieve blogger Ken Layne die deze woorden op zijn website publiceerde, nadat hij zelf een nieuwsbericht over de Amerikaanse militaire campagne in Afghanistan had onderzocht. Zijn uitspraak verwijst naar de machtsverhoudingen tussen journalisten en lezers die vanwege nieuwe technologieën zijn veranderd (Graves, 2013, pp. 29-30). Waar journalisten eerder nog de macht hadden over de nieuwsverspreiding, is dit sinds de opkomst van internet niet langer het geval. Hun rol van gatekeeper verschoof naar een rol als gatewatcher (Bruns, 2008; Lewis, 2012). Sociale media veranderden onder andere de norm van verificatie; een norm die volgens sommigen de essentie van de journalistiek is (Kovach & Rosenstiel, 2014; Buttry, 2014). Er is geen top-down ideologie meer: verificatie is hervormd naar een discipline van samenwerking (Hermida, 2012).

Maar inmiddels is het 2019: een aantal kleine factcheckblogs zijn uitgegroeid tot professionele organisaties en de middelen om onlineberichtgeving als foto- en videomateriaal te verifiëren zijn nauwkeuriger en gebruiksvriendelijker geworden. Toch is de kennis van tools en technieken om te verifiëren nog geen algemeen geldende norm binnen alle redacties. En juist in een tijd waarin des- en misinformatie een groeiend probleem is (Rauchfleisch et al., 2017), user generated content niet altijd betrouwbaar is (Brandtzaeg et al., 2016) en journalisten mede aan de hand van verificatie sociale autoriteit proberen te claimen (Hermida, 2012; Kovach & Rosenstiel, 2014) is het van belang om de authenticiteit van foto- en videomateriaal vast te kunnen stellen.

Deze scriptie bouwt voort op de studie van Brandtzaeg, Følstad & Chaparro Domínguez (2018). Zij onderzochten de ervaring van journalisten en socialmediagebruikers met onlineverificatietools en richtten zich daarbij in het bijzonder op jonge journalisten en studenten Journalistiek; zij zijn immers *"tomorrow's journalists"* (Brandtzaeg et al., 2018, p. 1110). Voor opleidingen is het extra belangrijk om in te spelen op de nieuwe ontwikkelingen van de journalistiek. Door veranderingen in de journalistiek en ontwikkelingen van sociale media mee te nemen in het studieprogramma, kunnen instellingen hun studenten klaarstomen voor de moderne journalistieke praktijk. Dat betekent ook dat opleidingen in het studieprogramma aandacht moeten besteden aan moderne vormen van verificatie. De vraag is echter: gebeurt dit ook? Besteden opleidingen wel aandacht aan verificatie? En hoe goed zijn studenten in verificatie aan het einde van hun opleiding?

Waar Brandtzaeg et al. (2018) zich in hun studie richten op zowel jonge journalisten als studenten Journalistiek, ligt binnen deze scriptie de nadruk op de laatste groep. Daarbij wordt er in het bijzonder gekeken naar studenten die in hun laatste jaar van hun hbo-opleiding zitten. Het is relevant om de ervaring van deze doelgroep in kaart te brengen, aangezien jonge journalisten in toenemende mate zullen werken met sociale media als nieuwsbron (Brandtzaeg et al. 2018, p. 1110). Bovendien is dit specifieke onderzoek relevant, omdat Brandtzaeg et al. (2018) zich alleen op Noorse



journalistiekstudenten hebben gericht en de nadruk hebben gelegd op verificatietools. Dat betekent niet dat de uitkomsten voor Nederlandse journalistiekstudenten hetzelfde zullen zijn, maar het zegt ook weinig over de ervaring van online verifiëring in het algemeen. En dat is precies het gat dat deze scriptie probeert te vullen aan de hand van de volgende onderzoeksvraag:

*“Welke ervaring hebben Nederlandse hbo-journalistiekstudenten met online verifiëring om de authenticiteit van foto- en videomateriaal vast te stellen?”*

Aan de hand van semigestructureerde interviews met Nederlandse hbo-journalistiekstudenten probeert deze scriptie de onderzoeksvraag te beantwoorden. De interviews zijn gebaseerd op een topic list (zie bijlage II), die is afgeleid van de topic list van Brandtzaeg et al. (persoonlijke communicatie, 7 januari 2019). Bovendien is er binnen het interview ruimte gemaakt voor een praktische opdracht, waarbij de respondenten de authenticiteit van twee foto's en een video moeten vaststellen.

Binnen deze scriptie komt eerst het theoretisch kader aan bod dat te vinden is in hoofdstuk 2. Daarin wordt er aandacht besteed aan de kansen en uitdagingen van sociale media binnen de journalistiek, de verificatie van user generated content, de ervaring van journalisten met online verifiëring en de ervaring van journalistiekstudenten met online verifiëring. Na de theorie volgt de methode: hoofdstuk 3. Binnen deze scriptie gaat dat om een kwalitatief onderzoek, met in het bijzonder semigestructureerde interviews. Binnen dit hoofdstuk komen de interviews, de respondenten, het onderzoeksmateriaal en de analyse naar voren. Hoofdstuk 4 geeft inzicht in de resultaten van het onderzoek, waar vervolgens een conclusie en discussie uit is voortgekomen, die te vinden zijn in hoofdstuk 5 en 6.

# 2. THEORIE

Journalistiekstudenten zijn de journalisten van morgen. Zij zullen in hun werkzaamheden vaker te maken krijgen met verifiëring van foto- en videomateriaal afkomstig van sociale media. Om die reden is het relevant om de ervaring van journalistiekstudenten met online verifiëring vast te stellen. Dit theoretisch kader brengt verschillende publicaties en onderzoeken in kaart met betrekking tot de kansen en uitdagingen van sociale media binnen de journalistiek, de verificatie van user generated content, de ervaring van journalisten met betrekking tot online verifiëring en de ervaring van journalistiekstudenten met betrekking tot online verifiëring.

## 2.1 De kansen en uitdagingen van sociale media binnen de journalistiek

We leven tegenwoordig niet meer *met* media, maar *in* media (Deuze, 2012, p. x). Ons werk- en privéleven is geconvergeerd in en door de voortdurende blootstelling aan het gebruik van media-, informatie- en communicatietechnologieën (Deuze, 2011, p. 137). De toegang tot internet biedt burgers de mogelijkheid om online te netwerken, te shoppen of om levensgebeurtenissen te delen. Maar het internet, met in het bijzonder sociale media, maakt het ook mogelijk om online nieuws te consumeren. Bovendien bieden sociale media kansen voor de journalistiek, zo stellen Paulussen & Harder (2014, p. 542) in hun studie naar socialmediareferenties in de Vlaamse kranten *De Standaard* en *De Morgen*. Sociale media geven nieuwsorganisaties de mogelijkheid om hun content op de markt te brengen, het verkeer naar hun website te vergroten en om klantrelaties te versterken. Voor journalisten zijn sociale media daarentegen de ultieme kans om hun volgers en lezers te vertellen waar ze mee bezig zijn, om meningen en ideeën te delen of om live te bloggen (Paulussen & Harder, 2014, p. 542).

Die informele en persoonlijke houding van journalisten tegenover de nieuwsconsument laat meteen de verschuiving zien die plaatsvindt binnen de journalistiek. Want waar er eerst sprake was van een passieve nieuwsconsument, is er nu sprake van een actieve nieuwsconsument. Nieuwsconsumenten kunnen via sociale media rechtstreeks met mediaorganisaties en journalisten in contact komen, waardoor interactie en participatie steeds belangrijker worden. *“The people formerly known as the audience”*, zoals Rosen (2006) de nieuwsconsument destijds al noemde. Maar nieuwsconsumenten kunnen de traditionele nieuwsmedia vanwege sociale media ook vermijden en direct met andere nieuwsconsumenten praten. Het publiek kan via sociale media namelijk gemakkelijk zelf rapporten, commentaren en debatten over nieuws en actualiteiten maken en dialogen aangaan (Bruns, 2008, p. 172). In dat opzicht zouden journalisten hun grip op de nieuwsstroom binnen de samenleving kunnen verliezen (Paulussen & Harder, 2014, p. 543).

Sinds de opkomst van het internet is er dan ook sprake van een verschuivende rol binnen de journalistiek (Bruns, 2008; Lewis, 2012, p. 837; Paulussen & Harder, 2014, p. 543). Voorheen waren journalisten *gatekeepers*, de poortwachters, van de samenleving. Zij maakten beslissingen over de input, de output en de respons van het nieuws. Zo werd het nieuws alleen door journalisten verzameld, was er een gesloten redactionele hiërarchie en maakte de redactie een selectie van responsen die openbaar gemaakt moesten worden (Bruns, 2008, p. 174). Maar waar journalisten in een krant maar beperkt de ruimte hebben voor nieuws, en daarmee de nieuwsselectie veel belangrijker is, is dit online niet het geval. Informatie is niet langer schaars, moeilijk te produceren of moeilijk opnieuw te gebruiken en te delen (Lewis, 2012, p. 837). Bovendien was gatekeeping een middel om brede en evenwichtige berichtgeving te verzekeren, maar dit was niet langer strikt noodzakelijk in de onlinewereld. De macht van journalisten viel daardoor deels weg en hun rol als gatekeeper verschoof naar de rol van *gatewatcher*. Journalisten

controleren de poorten niet meer, maar observeren deze en halen uit de informatiestroom de informatie die het meest relevant is voor iemand zijn persoonlijke interesses of voor de belangen van iemand zijn bredere gemeenschap (Bruns, 2008, p. 175). De verschuiving in rollen binnen de journalistiek maakt dat er voor journalisten een continue uitdaging is tussen professionele controle en open participatie (Lewis, 2012, p. 837).

De journalistiek heeft door de jaren heen een buitengewone macht verworven door feitelijke informatie over actuele gebeurtenissen te verzamelen en te verspreiden. Die macht heeft het vak deels bereikt door een beroep te doen op de professionele norm *objectiviteit* (Lewis, 2012, p. 841), waarmee journalisten sociale autoriteit claimen (Lewis, 2012, p. 846). Objectiviteit verwijst naar waarde vrij werk, waarmee deze norm zo ook de stempel geloofwaardig, gebalanceerd en waar krijgt (Lewis, 2012, p. 846). Op die manier hebben journalisten een expertise opgebouwd in het communiceren van de waarheid over de wereld (Lewis, 2012, p. 842). Binnen de rol als gatekeeper is het in dat geval belangrijk om verkeerde informatie niet door de 'poort' te laten gaan. *Onafhankelijkheid* is van belang bij het kiezen, organiseren en verspreiden van informatie, om te kunnen vertrouwen op de kwaliteit van nieuwsartikelen (Singer, 2008, p. 64). Onafhankelijkheid slaat terug op de vrijheid die journalisten hebben door zichzelf te beschermen tegen extern toezicht. Op die manier kunnen zij voldoen aan de geloofwaardigheid van een onpartijdige waarheid (Singer, 2008, p. 70).

Maar zoals begrijpelijk, is het voor journalisten sinds de digitalisering steeds uitdagender om die sociale autoriteit nog langer te claimen, aangezien burgers ook zelf content kunnen creëren en kunnen verspreiden via sociale media. Bovendien stelt Bruns (2008, p. 172) dat de verschuiving van gatekeeper naar gatewatcher te wijten is aan het eigen falen van de journalistiek. De journalistiek paste zijn producten niet aan het nieuwe internettijdperk aan, waardoor het jongere publiek is vervreemd. Bovendien schrijft Bruns (2008, p. 172) in zijn artikel over het onvermogen van journalisten om politiek en commercieel onafhankelijk te blijven. Die positie van onafhankelijkheid werd geschaad sinds de Weapons of Mass Destruction-claims, de voorkeursbehandelingen die media gaven aan grote adverteerders en de groeiende samenloop van nieuws en entertainment. Het leidde tot een daling van de geloofwaardigheid van de journalistiek (Bruns, 2008, p. 172). Desondanks geven Paulussen & Harder (2014, p. 543) aan dat journalistieke professionals ondanks de verschuiving in rollen nog wel een belangrijke functie hebben in het nieuwsproductieproces en de verschillende stadia van informatieverzameling, selectie, verificatie, presentatie en verspreiding van nieuws. En laat *verificatie* dan juist een belangrijk element zijn voor de journalistiek om objectief en onafhankelijk te kunnen zijn.

*"The essence of journalism is a discipline of verification"* (Kovach & Rosenstiel, 2014, p. 98). Ook Brandtzaeg, Lüders, Spangenberg, Rath-Wiggings & Følstad (2016, p. 325) geven aan dat verificatie een cruciaal onderdeel is van het nieuwsgarings- en informatieverspreidingsproces binnen de journalistiek. Het begrip verwijst naar de vakkundige bepaling van de nauwkeurigheid en de geldigheid van zowel de inhoud als de bron van het nieuws (Posetti, 2014; Brandtzaeg et al., 2016). Posetti (2014, z.p.) stelt daarbij dat journalisten deze twee elementen onafhankelijk moeten controleren en met elkaar moeten vergelijken om te bepalen of ze een consistent verhaal vertellen. Het sluit aan op de definitie van Hermida (2012, p. 659) die stelt dat journalisten aan de hand van verificatie de waarheid, juistheid of geldigheid van nieuwsgebeurtenissen bepalen. Maar verificatie is voor journalisten ook een manier om een speciaal soort status te claimen en zichzelf af te scheiden van andere vormen van communicatie, entertainment, propaganda, fictie of kunst (Hermida, 2012, p. 659; Kovach & Rosenstiel, 2014, p. 98).

"Through the discipline of verification, journalists determine the truth, accuracy, or validity of news events, establishing jurisdiction over the ability to objectively parse reality to claim a special kind of authority and status" (Hermida, 2012, p. 659).

Verificatie en objectiviteit zijn dus nauw met elkaar verbonden. Want om objectief te kunnen zijn, moeten journalisten de inhoud en bron van het nieuws verifiëren. Alleen op die manier kunnen zij sociale autoriteit en status claimen. Kovach & Rosenstiel (2014, pp. 111-112) stellen dat journalisten zich aan de volgende principes moeten houden om aan verificatie te kunnen voldoen: voeg nooit iets toe wat er niet was; misleid nooit het publiek; wees zo transparant mogelijk over methoden en motieven; vertrouw op eigen originele rapportage; oefen nederigheid. Journalisten kunnen deze principes uitvoeren door onder andere naar meerdere getuigen te zoeken, zoveel mogelijk over de bronnen te onthullen en veel partijen om commentaar te vragen (Kovach & Rosenstiel, 2014, p. 98).

Toch is verificatie vanwege sociale media hervormd. Door de opkomst van sociale media is er geen top-down ideologie van traditionele journalistiek, waarbij journalisten een monopolie hebben op het aanbod van alledaagse kennis (Hermida, 2012, p. 659). Het hangt samen met de rol van de journalist die verschoven is van gatekeeper naar gatewatcher. Verificatie is vanwege sociale media eerder een discipline van samenwerking geworden tussen de gevestigde nieuwsproductie en opkomende mediasystemen (Hermida, 2012, p. 659). Singer (2008, p. 71) laat weten dat de centrale normen binnen de journalistiek zullen blijven en ook belangrijk zullen blijven. Volgens haar veranderen alleen de beweegredenen achter de normen.

“Journalists must still provide credible information, but they must recognize that they’re not the only ones providing it – and that they control neither what information people receive nor the context in which they receive it” (Singer, 2008, p. 71).

Het moge duidelijk zijn dat sociale media de nieuwsinformatiestromen hebben veranderd. Nieuwsconsumenten hebben vanwege sociale media toegang tot meer diverse en persoonlijk relevante nieuwsbronnen (Lee & Ma, 2012, p. 331). Maar onderzoek laat ook zien dat onjuiste en misleidende content op sociale media een groeiend probleem is (Rauchfleisch, Artho, Metag, Post & Schäfer, 2017). Wardle & Derakhshan (2017) maken een onderscheid in drie typen informatiestoornissen die deze onjuiste content beschrijven. De eerste vorm is te typeren als desinformatie, waarbij sommige mensen er alles aan doen om nieuwsorganisaties en het publiek opzettelijk voor de gek te houden (Wardle 2014, p. 26) of om een persoon, groep, organisatie of land te schaden (Wardle & Derakhshan, 2017, p. 20). Maar vaker is onjuiste content iets wat per ongeluk voorkomt, doordat mensen behulpzaam proberen te zijn en verkeerd gelabelde content delen (Wardle, 2014, p. 26). In dat geval is er sprake van misinformatie: informatie is onjuist, maar niet gemaakt met de bedoeling om schade aan te richten (Wardle & Derakhshan, 2017, p. 20). Het laatste type informatiestoornis is malinformatie. Deze informatie is gebaseerd op authentieke, maar compromitterende informatie, zoals gelekte of gehackte documenten, en wordt, net als desinformatie, gebruikt om een persoon, groep, organisatie of land schade toe te brengen (Wardle & Derakhshan, 2017, p. 20).

De uitdaging van de bestrijding van onjuiste content krijgt een hoogtepunt na de Amerikaanse verkiezingen in 2016 (Mihailidis & Viotty, 2017, p. 441). Mihailidis & Viotty (2017) deden onderzoek naar de nasleep van de Amerikaanse presidentsverkiezingen in 2016 en merkten op dat onder andere de verspreiding van desinformatie leidt tot polariserende opvattingen. Bovendien leidt de bereidheid van media om partijdige informatie voort te zetten tot een gepolariseerd en wantrouwend publiek (Mihailidis & Viotty, 2017, p. 441). Het nieuws dat media verspreiden, beïnvloeden op die manier de percepties van burgers.

Ook in Nederland kan onjuiste content schadelijk zijn voor de democratie. Hazenberg et al. (2018) keken naar de invloed van ICT-media op het gemeentelijke campagne- en verkiezingsproces in Nederland, waarbij zij zich in het bijzonder richtten op *online micro-targeting*: politiek gepersonaliseerde advertenties. In hun studie geven zij aan dat onjuiste content schadelijk kan zijn voor de democratie op het moment dat leugens en samenzweringstheorieën via nieuwe media de nieuwsconsument proberen te beïnvloeden (Hazenberg et al., 2018, p. 6). Wanneer journalisten desinformatie tegen willen gaan, zullen zij dan ook een grotere verantwoordelijkheid moeten dragen voor verificatie (Brandtzaeg et al., 2018, pp. 1112-1113) en moeten reageren op de partijdigheid en het wantrouwen van nieuwsconsumenten (Mihailidis

& Viotty, 2017, p. 441). Op die manier kunnen journalisten een balans creëren tussen professionele controle en open participatie.

## 2.2 Verificatie van user generated content

Sociale media hebben het mogelijk gemaakt om *user generated content* te creëren en uit te wisselen. De term omschrijft de verschillende vormen van media-inhoud die eindgebruikers zelf maken en die publiekelijk beschikbaar zijn (Kaplan & Haenlein, 2010, p. 61). De definitie van Kaplan & Haenlein is een afgeleide van de definitie die de Organisation for Economic Cooperation and Development (2007, p. 17) hanteert. De OECD (2007, p. 17) schrijft over de *“the rise of amateur creators”*. Drie eigenschappen van user generated content staan daarbij centraal: de content moet gepubliceerd worden op een openbaar toegankelijke website of op een socialenetwerksite die toegankelijk is voor een geselecteerde groep mensen; de content moet een zekere hoeveelheid creatieve inspanning tonen; de content moet buiten de professionele routines en werkwijzen zijn gemaakt (OECD, 2007, p. 18; Kaplan & Haenlein, 2010, p. 61).

Voor journalisten biedt user generated content de mogelijkheid om via sociale media informatie te verzamelen en verhalen te analyseren (Brandtzaeg et al., 2016, p. 323). Bovendien kunnen journalisten foto- en videomateriaal via sociale media gebruiken. User generated content voorziet journalisten op die manier van informatie waartoe zij anders geen toegang zouden krijgen (Rauchfleisch et al., 2017, p. 1). Maar de opkomst van sociale media maakt het ook lastig om het foto- en videomateriaal te verifiëren. Journalisten gebruiken dan wel regelmatig foto- en videomateriaal dat is gemaakt door burgers, maar dat materiaal is niet altijd betrouwbaar. Volgens Brandtzaeg et al. (2016, pp. 323-324) is het moeilijk om de waarheid, nauwkeurigheid of validiteit te bepalen. In zo'n geval zijn sociale media gevoelig voor propaganda en de verspreiding van desinformatie.

Ook Rauchfleisch et al. (2017, p. 1) stellen in hun analyse, naar brongebruik en verificatieprocedures op Twitter tijdens de aanslagen in Brussel in maart 2016, dat de verificatieprocedures van journalisten flink verschillen en dat de basisverificatieprocedures vaak ontbreken. Zeker in een tijd waarin snelheid en click rates steeds belangrijker worden op een redactie, kan het ertoe leiden dat journalistieke praktijken niet langer worden gevolgd of zelfs worden verwaarloosd (Rauchfleisch et al., 2017, p. 2). Brongebruik en verifiëring van user generated content is dan ook steeds belangrijker binnen de journalistiek (Brandtzaeg et al., 2016; Rauchfleisch et al., 2017). Desondanks maken journalisten vaker gebruik van user generated content als bron, dan van procedures om die content te verifiëren, omdat verificatie te veel tijd kost (Rauchfleisch et al., 2017, p. 2).

Toch staat nauwkeurigheid en feitelijke correctheid hoog in het vaandel bij journalisten. Shapiro, Brin, Bédard-Brûlé & Mychajlowycz (2013, pp. 668-669) concludeerden, in hun onderzoek naar het verificatieproces van Canadese journalisten, dat nauwkeurigheid een professionele norm is binnen

de journalistiek, maar dat nauwkeurigheid ook iets is waarover compromissen worden gesloten. Kleine en makkelijk controleerbare feiten verifiëren journalisten wel, maar grotere grijzere beweringen controleren journalisten niet zozeer, tenzij ze lasterlijk zijn. Shapiro et al. (2013, p. 669) zetten dan ook hun vraagtekens bij het begrip verificatie. Nauwkeurigheidscntroles zijn volgens hen geïntegreerd in de dagelijkse routines van journalisten, waardoor ze afhankelijk zijn van de kennis van journalisten die is opgebouwd uit eerdere ervaringen. Journalisten zien verifiëring daardoor niet als een afzonderlijke fase, maar als een continu proces dat doorloopt na elke publicatie.

Uit de studie van Rauchfleisch et al. (2017, pp. 6-7) blijkt dat journalisten voornamelijk foto- en videomateriaal opvragen via sociale media. Maar waar journalisten al in weinig gevallen de bron en de locatie verifiëren, verifiëren zij maar in 1% van de gevallen de inhoud van het materiaal. Wel moet er hierbij vermeld worden dat Rauchfleisch et al. (2017) zich in het bijzonder richten op het sociale medium Twitter en onderzoek doen naar een specifieke tijdsperiode; namelijk maart 2016, waarbij er sprake was van twee terroristische aanslagen. Natuurlijk zijn er ook nog andere sociale media waar journalisten hun bronnen vandaan kunnen halen. Bovendien zegt het onderzoek van Rauchfleisch et al. (2017) weinig over de algemene ervaring van journalisten met betrekking tot online verifiëring en hoe zij onlineverificatietools inzetten in hun dagelijkse werkzaamheden. Zwakke nauwkeurigheidscntroles binnen de dagelijkse routines van journalisten dan juist verder af? Of is er wellicht meer tijd om te verifiëren in vergelijking met een crisis als de aanslagen in Brussel?

Ook bij de studie van Shapiro et al. (2013) zijn er een aantal kanttekeningen te plaatsen. Zelf geven Shapiro et al. (2013, p. 660) al aan dat zij in hun onderzoek volledig vertrouwen op de verhalen van de journalisten over hun werk. De vraag is natuurlijk of journalisten in het dagelijks leven ook daadwerkelijk doen wat ze zeggen te doen. Daarnaast hebben Shapiro et al. (2013, p. 661) Canadese journalisten geïnterviewd die voor Engelse en Franse kranten schrijven. Het onderzoek zegt daarmee nog weinig over de manier waarop Nederlandse journalisten bronnen verifiëren, maar zegt ook weinig over de manier waarop Canadese journalisten user generated content via sociale media verifiëren. Bovendien geven Shapiro et al. (2013, p. 661) aan dat hun methode weinig resultaten heeft opgeleverd met betrekking tot de gebieden sport, kunst en *breaking news*. Vooral dat laatste onderwerp is interessant, aangezien juist in dit genre snelheid van belang is. En zoals Rauchfleisch et al. (2017, p. 2) in hun studie aangeven, is snelheid een van de aspecten die ertoe kan leiden dat journalistieke praktijken verwaarloosd worden. In zo'n geval gaan journalisten die schrijven over breaking news misschien ook makkelijker om met een norm als nauwkeurigheid. Maar is dat ook daadwerkelijk het geval?

Meulenbeld schreef in 2015 zijn masterthesis over de vergelijking van bronnen in live blogs en kranten tijdens de Euromaidan Revolutie in Oekraïne in 2014. Live bloggen wordt mede mogelijk gemaakt



door sociale media (Paulussen & Harder, 2014, p. 542) en wordt tegenwoordig vooral gebruikt voor de berichtgeving van breaking news, aangezien het snelle en korte updates biedt over de voortgang van een gebeurtenis en aanzienlijk sneller is dan andere nieuwsformaten (Thurman & Walters, 2013, p. 82; Meulenbeld, 2015, p. 15). Meulenbeld (2015) definieert live blogging in zijn masterthesis daarbij als volgt:

“A live blog is a blog post that provides live, continuous rolling coverage of an ongoing news event with time-stamped posts that include new updates with information and often links to content such as images, Tweets, videos or sources” (Meulenbeld, 2015, p.15).

Uit de studie van Thurman & Walters (2013, p. 82) – een case study over de productie, het verbruik en de vorm van live blogs op Guardian.co.uk – blijkt dat live blogs een populair en dagelijks component zijn van de Guardian.co.uk. De blogs worden daarbij zelden exclusief op locatie geschreven en bevatten meer originele bronnen dan traditionele onlinenieuwsformaten. Maar deze frequente updates leiden er mede toe dat feitelijke verificatie vluchtig is (Thurman & Walters, 2013, p. 82). Thurman & Walters (2013 p. 88,) laten dan ook weten dat journalisten, om hun objectiviteit te waarborgen, moeten compenseren op andere factoren als transparante toeschrijvingspraktijken. Want transparantie van bronnen helpt het publiek om de geloofwaardigheid van bronnen te beoordelen, wat op die manier objectiviteit staande houdt. Het onderzoek van Meulenbeld (2015) wijst dan ook uit dat er verschillen zijn in aanpak tussen live blogs en kranten, maar dat nieuwsmedia wel dezelfde waarden hechten aan objectiviteit en professionaliteit. Hoewel nieuwsmedia voor live blogs meer gebruikmaken van bronnen afkomstig van sociale media, blijven zij wel een voorkeur houden voor gezaghebbende bronnen. Het lijkt aan te sluiten op de eerdergenoemde theorie van Singer (2008, p. 71), die aangeeft dat de centrale normen binnen de journalistiek zullen blijven en belangrijk zullen blijven, maar dat de beweegredenen achter de normen veranderen. Toch laat Meulenbeld (2015, p. 67) ook weten dat veel media voorzichtig zijn met bronnen afkomstig van sociale media, zelfs als journalisten ter plaatse geen toegang hebben tot diezelfde informatie of perspectieven, en dus afhankelijk zijn van user generated content. Deze houding van nieuwsmedia en journalisten heeft te maken met de betrouwbaarheid van de bronnen en de moeilijkheidsgraad van verificatie.

### 2.3 Ervaring van journalisten met online verifiëring

*“Verification is the essence of journalism”*, schreef Buttry (2014, p. 16) in het *Verification Handbook* van Silverman (2014). Zeker in het digitale tijdperk waar onjuiste informatie rondgaat, is het voor journalisten belangrijk om juist en authentiek materiaal te onderscheiden van onjuist materiaal (Ruetten, 2014, p. 6).

Daarvoor is het van belang om de *authenticiteit* van de bron vast te kunnen stellen: de oorspronkelijke bron van het materiaal.

De uitspraak van Buttry (2014, p. 6) en Ruetten (2014, p. 6) sluit aan op de quote van Kovach & Rosenstiel (2014, p. 98) en op de eerdergenoemde theorieën, want aan de hand van verificatie kan de journalistiek aan de beroepsnorm objectiviteit voldoen en zich onderscheiden van andere vakgebieden. Maar die essentie van verificatie laat ook de moeilijkheid van de journalistiek zien en de behoefte aan hoge normen. Er is namelijk geen stappenplan voor verificatie en het verificatieproces verschilt per bewering (Buttry, 2014, p. 16). Toch heeft de komst van internet verificatie makkelijker gemaakt, ook voor de gewone burger. Sommige professionele *factcheckorganisaties* begonnen als bloggers die hun kritiek uitten op de reguliere media. De opmerkelijke "*We can Fact Check your ass*", van blogger Ken Layne uit 2001 liet zien dat de nieuwe technologieën de verhoudingen tussen journalist en burger toch echt veranderd hadden (Graves, 2013, pp. 29-30; Graves, 2016, p. 25).

Het is hier belangrijk te benoemen dat er een verschil is tussen de begrippen *verificatietools* en *factcheckdiensten*. Beide dragen bij om onjuiste inhoud online te identificeren en te corrigeren, maar ieder op zijn eigen manier (Brandtzaeg et al., 2018, p. 1110). Factcheckdiensten zijn individuen of organisaties die analyses uitvoeren en de nauwkeurigheid van inhoud in het publieke domein bepalen. Daarnaast begeleiden zij gebruikers bij de geloofwaardigheid van online-inhoud (Brandtzaeg et al., 2018, p. 1110). Onder deze factcheckdiensten vallen dus factcheckorganisaties of individuele factcheckers. Verificatietools zijn daarentegen geen personen of organisaties, maar hulpmiddelen die het proces van verificatie van online-inhoud kunnen ondersteunen. Waar factcheckdiensten vaak een grote gebruikersgroep hebben – deze bevatten vaak complete analyses van online-inhoud – zijn verificatietools vooral nuttig voor gespecialiseerde gebruikersgroepen als journalisten. Verificatietools passen eerder algoritmen toe om het verificatieproces online efficiënter en nauwkeuriger te maken (Brandtzaeg et al., 2018, p. 1110). In zo'n geval kunnen factcheckers dus ook gebruikmaken van verificatietools.

Het internet biedt factcheckers en journalisten de gelegenheid om op verschillende soorten manieren berichtgeving te verifiëren. Websites en tools als Google Reverse Image Search, TinEye, FotoForensics, Google Maps, Google Earth, Snopes en Wolfram Alpha geven gebruikers ieder op hun eigen manier de mogelijkheid om foto- en videomateriaal te verifiëren (Barot, 2014; Browne, 2014; Wardle, 2014). Bovendien zijn onlineverificatietools steeds professioneler en geavanceerder geworden sinds media vaker gebruikmaken van sociale media als bron. Maar ondanks deze ontwikkeling kan geen enkele technologie user generated content met 100% zekerheid automatisch verifiëren (Wardle, 2014, p. 27).

Het verifiëren van user generated content is daarmee een vaardigheid die niet volledig kan vertrouwen op online tools, maar deze moet combineren met ouderwetse journalistieke technieken. Journalisten horen tijdens het verifiëren van inhoud op sociale media volgens Wardle (2014, p. 27) altijd te kijken naar de herkomst, de bron, de datum en de locatie. Het is dus belangrijk dat journalisten kennis hebben van zowel de traditionele journalistieke technieken als van onlineverificatietools. Maar ondanks dat de middelen om foto- en videomateriaal te verifiëren steeds nauwkeuriger en gebruiksvriendelijker worden, is de kennis van de tools en technieken nog lang geen gemeengoed op alle redacties.

In het onderzoek van Rauchfleisch et al. (2017) kwam naar voren dat journalisten in weinig gevallen de bron, locatie en inhoud van het materiaal controleerden tijdens de aanslagen in Brussel. Maar de vraag blijft nog wel staan welke ervaring journalisten exact hebben met betrekking tot online verifiëring verificatietools. Het moge duidelijk zijn dat journalisten het materiaal überhaupt niet kunnen verifiëren als zij niet op de hoogte zijn van de verificatietools en -technieken die het internet biedt. Juist omdat er geen stappenplan is voor factchecken en het verificatieproces per bewering verschilt, zullen journalisten meerdere tools in moeten zetten om de waarheid te achterhalen en is enige ervaring met betrekking tot online verifiëring en verificatietools vereist.

Werkervaring van journalisten kan in het voordeel werken bij het verifiëren van foto- en videomateriaal, maar werkervaring betekent niet per definitie dat journalisten beter om kunnen gaan met verificatietools. Brandtzaeg et al. deden in 2016 een onderzoek naar de journalistieke verificatiepraktijken met betrekking tot sociale media, waarbij ze hun respondenten classificeerden op basis van leeftijd, geslacht, nationaliteit en functie. Hieruit kwam naar voren dat veel journalisten niet de kennis en vaardigheden hebben om foto- en videomateriaal afkomstig van sociale media te verifiëren. Vaak zijn ze niet bekend met de tools die beschikbaar zijn of hebben ze geen toegang tot de tools in verband met licenties of andere beperkingen (Brandtzaeg et al., 2016, pp. 331-332).

Geavanceerde socialmediajournalisten gebruiken tools als Google Reverse Image Search, Exif Viewers, TinEye, Topsy en Tungstene voor fotoverificatie en gebruiken Google Maps en Storyful vaak voor videoverificatie (Brandtzaeg et al., 2016, pp. 331-332). Daarbij ligt de focus van journalisten met betrekking tot verificatie op het moment vóór publicatie. Opvallend genoeg gaven twee jonge journalisten in het onderzoek aan dat ze een andere focus hebben op verificatie (Brandtzaeg et al, 2016, p. 336). Zij beschouwen gepubliceerd nieuws als een levend document, waar ze de tekst kunnen bewerken samen met een update van nieuwe bronnen en binnenkomende informatie. Die jonge journalisten benoemen verificatie en publicatie als een onderling gerelateerd proces, waarbij verificatie iets is wat mogelijk na en niet noodzakelijk vóór publicatie plaatsvindt. Deze bevinding sluit aan op het onderzoek van Shapiro et al. (2013), waarbij de journalisten aangeven dat factchecken geen afzonderlijk,

maar een continu proces is. Ook sluit de theorie aan op het principe van live blogging, waar alles zo snel mogelijk naar buiten wordt gebracht en er meer waarde wordt gehecht aan transparantie van bronnen dan aan verificatie van bronnen (Thurman & Walters, 2013; Meulenbeld, 2015).

In het geval van de jonge journalisten is er dan ook geen sprake van een lineair proces, waarbij onderzoek leidt tot publicatie. Er is eerder sprake van een iteratief proces, waarbij een publicatie continu wordt aangevuld met de nieuwste informatie. En dat past mooi bij het internettijdperk, waarbij alles op een nieuwswebsite kan veranderen, in tegenstelling tot de traditionele kranten. Maar de studie van Brandtzaeg et al. (2016) beperkt zich hier wel tot twee jonge journalisten, waardoor er nog steeds weinig bekend is over de ervaring van jonge journalisten. Bovendien maken Brandtzaeg et al. (2016) in hun methode een onderscheid in verschillende leeftijdsgroepen, maar nemen zij die verschillen niet mee in hun resultaten en conclusie. Dit terwijl de onderzoekers zelf al aangeven dat er interessante verschillen zijn in leeftijd en geslacht met betrekking tot het gebruik van verificatie-instrumenten in de socialmediajournalistiek. Jonge journalisten gebruiken namelijk meer en vaker socialmediatools. En doordat jonge professionals zijn opgegroeid in het internettijdperk, kunnen zij nog wel eens meer affiniteit hebben met onlineverificatietools in vergelijking met journalisten die veel werkervaring hebben.

## 2.4 Ervaring van journalistiekstudenten met online verifiëring

In 2018 hebben Brandtzaeg et al. nog een onderzoek uitgevoerd naar de ervaring van journalisten en socialmediagebruikers met betrekking tot onlineverificatietools. Brandtzaeg et al. (2018) richtten zich hierbij op jonge journalisten en studenten Journalistiek.

“The ability to verify and fact-check social media content in a fast-paced environment is a critical skill for tomorrow’s journalists. Therefore, it is crucial to see how journalist students and young journalists experience emerging verification and fact-checking services in newsgathering processes” (Brandtzaeg et al., 2018, pp. 1114-1115).

Uit de resultaten van Brandtzaeg et al. (2018) blijkt echter dat journalisten factchecken via sociale media als een potentiële uitdaging beschouwen, omdat individuen via sociale media verkeerde aannames kunnen maken of deel kunnen nemen aan propaganda. Daarbij zien zij vooral visuele gegevens als foto- en videomateriaal als uitdagend, aangezien een claim gemakkelijk anders kan worden voorgesteld wanneer de context niet goed wordt uitgelegd (Brandtzaeg et al., 2018, pp. 1117-1118). Maar het is vooral opvallend dat de deelnemers in de studie van Brandtzaeg et al. (2018, pp. 1118) nauwelijks op de hoogte waren van de hulpmiddelen die verificatie van content op sociale media ondersteunen, terwijl de tools

om te verifiëren juist steeds professioneler en geavanceerder worden. Het gebrek aan kennis is te herleiden naar de opleiding van studenten. Daar heeft verificatie van inhoud van sociale media geen prioriteit, is er een gebrek aan competentie bij docenten en behandelt de opleiding vaak verouderde studieboeken waar updates van sociale media onbesproken blijven (Brandtzaeg, 2018, p. 1119).

Volgens Caulfield (z.d.z.p.)<sup>1</sup> leert veel literatuur studenten ook enkel te kijken en na te denken over webpagina's, content te publiceren en content te produceren op internet. De literatuur gaat niet zozeer in op de problemen die studenten in het dagelijks leven tegenkomen; namelijk het evalueren van informatie die zij tegenkomen op sociale media. En juist daarvoor hebben studenten concrete strategieën en tactieken nodig zodat zij claims op bronnen kunnen traceren en de betrouwbaarheid van die bronnen kunnen analyseren (Caulfield, z.d.z.p.).

“As many people have noted, the web is both the largest propaganda machine ever created and the most amazing fact-checking tool ever invented. But if we haven't taught our students those fact-checking capabilities, is it any surprise that propaganda is winning?” (Caulfield, z.d.z.p.)<sup>2</sup>.

Caulfield ontwikkelde dan ook zelf het boek *Web Literacy for Student Fact-Checkers* (z.d.z.p.) om studenten houvast te bieden tijdens het factcheckproces. Vier stappen staan in zijn boek centraal: controleer op eerder werk; ga op zoek naar de originele bron; lees lateraal door de kijken wat anderen zeggen over de bron; maak een back-up en begin opnieuw. In iedere stap diept Caulfield (z.d.z.p.) de mogelijkheden uit. Zo gaat hij in op de verschillende factcheckorganisaties, het gebruik van Wikipedia, het opsporen van de bron van gesponsorde en virale content en beeldmateriaal, en diverse verificatietools die studenten kunnen gebruiken.

Toch trekken de studenten in het onderzoek van Brandtzaeg et al. (2018, p. 1118) de betrouwbaarheid van de diverse verificatietools in twijfel, ondanks dat ze nauwelijks op de hoogte zijn van de hulpmiddelen die het internet biedt. Ze menen dat dergelijke diensten nuttig zijn als startpunt, maar dat ze nooit uitsluitend op het resultaat van zo'n service zullen vertrouwen (Brandtzaeg et al., 2018, p. 1118). Desondanks vinden ze het wel acceptabel om inhoud te publiceren die nog niet geverifieerd is, mits dit erbij vermeld is. Deze opvattingen sluiten aan bij eerdere onderzoeken, waar Wardle (2014, p. 27) stelde dat er geen enkele technologie is die user generated content met 100% zekerheid automatisch kan verifiëren, en waar de twee jonge journalisten in het onderzoek van Brandtzaeg et al. (2016, p. 336)

---

<sup>1</sup> <https://webliteracy.pressbooks.com/chapter/chapter-1/>

<sup>2</sup> <https://webliteracy.pressbooks.com/chapter/chapter-1/>

aangaven dat zij een publicatie als levend document beschouwen dat zij continu kunnen bijwerken en aanpassen.

Hoewel de studie van Brandtzaeg et al. (2018) in kaart brengt hoe journalisten onlineverificatietools ervaren, valt er ook een kanttekening te plaatsen bij het onderzoek. De studie van Brandtzaeg et al. (2018) beperkt zich namelijk tot Noorse journalistiekstudenten en jonge journalisten die benaderd zijn via grote Noorse en Spaanse nieuwsorganisaties. En dat wil niet zeggen dat de uitkomsten ook gelden voor Nederlandse journalisten en Nederlandse journalisten in spé. Om die reden is er vooraf gekeken of Nederlandse journalistiekopleidingen aandacht besteden aan verificatie, zie bijlage I. Hierbij is er in het bijzonder gekeken naar hbo-opleidingen, aangezien deze vooral gericht zijn op de praktijk, in tegenstelling tot universitaire masteropleidingen die een meer theoretisch en onderzoeksgeoriënteerd karakter hebben (Kester & Ruigrok, 2019, p. 45). In dat geval zouden journalistiekstudenten op hbo-niveau in hun opleiding eerder te maken krijgen met praktijkgerichte opdrachten over online verifiëring dan journalistiekstudenten op wo-niveau, waardoor hbo-journalistiekstudenten daar wellicht meer ervaring mee zullen hebben. Hoewel universitaire masteropleidingen theoretischer van aard zijn, zijn de verschillen binnen deze masteropleidingen groter. Waar de ene master zich volledig richt op theorie, besteedt een andere master aandacht aan zowel theorie als praktijk. Hbo-opleidingen richten zich daarbij allemaal op de praktijk. Om die reden staan hbo-journalistiekstudenten in deze scriptie dan ook centraal.

Toch is het goed te benoemen dat niet iedere journalistiekstudent de ambitie heeft om journalist te worden. Hoewel zo'n driekwart van de Nederlandse journalistiekstudenten de ambitie heeft om daadwerkelijk journalist te worden (Kester & Ruigrok, 2019, p. 54), zien sommige studenten zichzelf eerder werken in een tak als public relations, voorlichting of marketing (Kester & Ruigrok, 2019, p. 49). Kester & Ruigrok (2019) deden onderzoek naar het profiel, de motieven en de rolpercepties van Nederlandse journalistiekstudenten. Daaruit bleek dat Nederlandse journalistiekstudenten vooral een opleiding Journalistiek starten vanuit persoonlijke motieven en niet vanuit het idee dat zij een bijdrage leveren aan de samenleving.

“Een belangrijke en interessante conclusie is daarnaast dat Nederlandse journalistiekstudenten niet erg gedreven zijn door het motief met hun vak bij te dragen aan de samenleving. Vooral persoonlijke motieven waarin creativiteit en schrijfplezier centraal staan, voeren de boventoon. Daarbij gaat het bij slechts een minderheid van de toekomstige journalisten om het versterken van de democratie (missie) of om status. Interessant hierin is het verschil tussen studenten van de master en van het hbo. Masterstudenten willen meer dan hbo'ers wel journalistiek bedrijven

vanuit een missiegevoel en ook meer vanuit de behoefte een waakhond te zijn" (Kester & Ruigrok, 2019, p. 58).

Daarnaast vinden journalistiekstudenten een publieksfunctie, een rol als activist of een entertainmentrol belangrijker dan een rol als waakhond (Kester & Ruigrok, 2019, p. 57). Het kan dan ook zomaar zo zijn dat journalistiekstudenten die de opleiding wel hebben gekozen om een bijdrage te leveren aan de samenleving en een rol als waakhond belangrijker vinden, meer interesse hebben in online verifiëring dan journalistiekstudenten die andere opvattingen hebben. De verwachting van Kester & Ruigrok (2019, p. 58) is in ieder geval dat de huidige generatie journalistiekstudenten actiever op zoek zullen gaan naar manieren om de negatieve kanten van sociale media tegen te gaan, omdat zij zijn opgegroeid in het internettijdperk.

"Het feit dat journalistiekstudenten net als jongeren in het algemeen digital natives zijn, want opgegroeid met en gericht op nieuwe en sociale media, heeft gevolgen voor het vakgebied van de journalistiek. De verwachting is dat de nieuwe generatie journalisten anders met sociale media om zullen gaan en actiever zoeken naar manieren om de negatieve kanten van sociale media (algoritmes, tunnelvisie, nepnieuws) tegen te gaan" (Kester & Ruigrok, 2019, p. 58).

In Nederland zijn er vier hogescholen die een opleiding Journalistiek aanbieden: Christelijke Hogeschool Ede, Fontys (Tilburg), Hogeschool Utrecht en Windesheim (Zwolle). Er is gebleken dat elke opleiding op een dergelijke manier aandacht besteedt aan verificatie (zie bijlage I). Hogeschool Utrecht (2018a; 2018b) heeft daar een speciaal vak voor opgezet. Bij Fontys (persoonlijke communicatie, 6 februari 2019) is er aandacht voor factchecken binnen het vak Journalism Studies en kunnen studenten zich vrijwillig aansluiten bij de factcheckclub Factory. Christelijke Hogeschool Ede (persoonlijke communicatie, 11 februari 2019) kent geen specifiek vak voor verificatie, maar besteedt er wel aandacht aan in andere vakken. Ook Windesheim (persoonlijke communicatie, 23 januari 2019) heeft geen specifiek vak, maar laat weten dat er vanaf september 2019 structureel meer aandacht komt voor dit onderwerp. Bovendien werken zij met tweedejaarsstudenten aan een Europees factcheckproject.

De vraag die rijst is welke ervaring Nederlandse hbo-journalistiekstudenten hebben met online verifiëring om de authenticiteit van foto- en videomateriaal vaststellen. Om die reden staat dan ook de volgende onderzoeksvraag centraal in deze scriptie:

*"Welke ervaring hebben Nederlandse hbo-journalistiekstudenten met online verifiëring om de authenticiteit van foto- en videomateriaal vast te stellen?"*

# 3. METHODE

Om inzicht te generen in de ervaring van Nederlandse hbo-journalistiekstudenten met online verifiëring, gaat deze scriptie uit van semigestructureerde interviews. De interviews worden afgenomen onder Nederlandse journalistiekstudenten, die in hun laatste jaar van hun hbo-opleiding zitten. Aan de hand van een *topic list* (bijlage II) worden de interviews afgenomen. Bovendien komt er binnen het interview een praktische opdracht aan bod, waarbij de respondenten de authenticiteit van twee foto's en een video moeten achterhalen (zie bijlage III). De interviews zijn achteraf getranscribeerd, geanalyseerd en gelabeld (bijlage VI) om de resultaten in kaart te kunnen brengen. Dit hoofdstuk geeft uitleg over de semigestructureerde interviews, de respondenten, het onderzoeksmateriaal en de analyse.



### 3.1 Semigestructureerde interviews

Deze scriptie gaat uit van een kwalitatieve onderzoeksmethode en richt zich in het bijzonder op semigestructureerde interviews. Aan de hand van dit type onderzoek kan de onderzoeker de ervaringen, motieven en meningen van de respondenten achterhalen (Yeo, Legard, Keegan, Ward, McNaughton Nicholls & Lewis, 2013, p. 178). Dit onderzoek is in het bijzonder geschikt voor deze scriptie, aangezien zo de ervaringen van hbo-journalistiekstudenten in kaart gebracht kunnen worden.

#### 3.1.1 Afname

De interviews zijn gebaseerd op een topic list (zie bijlage II). De topic list biedt houvast en geeft structuur aan het interview. Bovendien maakt een topic list het mogelijk om de resultaten makkelijker te analyseren en te coderen. Wel is er binnen dit type interview de mogelijkheid voor eigen inbreng van de respondent. Dit betekent dat de onderzoeker zich flexibel opstelt en inspeelt op de antwoorden van de respondent om zo beter de gedachten van de respondent bloot te leggen. Daarnaast is er binnen het interview ruimte gemaakt voor een praktische opdracht. De respondenten worden gevraagd om opdrachten uit te voeren die te maken hebben met het verifiëren van foto- en videomateriaal. De respondenten worden daarbij gevraagd om hardop na te denken, zodat de onderzoeker hun gedachten kan volgen.

De interviews zijn in principe face-to-face afgenomen. Daar is voor gekozen, omdat de respondenten op deze manier de praktische opdracht kunnen uitvoeren en de onderzoeker de stappen van de respondent kan volgen. Bovendien bieden face-to-face-interviews het voordeel dat sociale signalen als lichaamstaal en intonatie de onderzoeker meer informatie kunnen geven over de antwoorden van de respondent (Opdenakker, 2006, p. 3). De onderzoeker kan dan bijvoorbeeld doorvragen om in te spelen op deze sociale signalen. Wel zijn er binnen dit onderzoek een aantal interviews via Skype afgenomen, aangezien deze respondenten te ver weg woonden om het interview binnen de benodigde tijd face-to-face af te nemen. Er is daarbij bewust voor Skype gekozen, omdat de onderzoeker zo toch sociale signalen kan opvangen en mee kan kijken met de praktische opdracht. Skype maakt het namelijk mogelijk om schermen met elkaar te delen.

Het interview is eerst getest op een proefpersoon, zodat deze proefpersoon feedback kon geven op de topic guide. Het interview is daarbij getest op een medestudent van de master Journalistiek & Nieuwe Media aan de Universiteit Leiden. Op basis van dit proefinterview zijn er een aantal aspecten in de topic guide gewijzigd. Zo hing er eerst een tijdslimiet van vijftien minuten aan de praktische opdracht, die uiteindelijk is geschrapt. De proefpersoon gaf aan dat een tijdslimiet studenten te veel onder druk kan zetten, waardoor zij wellicht te gehaast de opdrachten zullen uitvoeren. Daarnaast gaf de proefpersoon aan dat het relevant is om te zien of een student wellicht een half uur over een opdracht

doet of juist besluit om een opdracht te beëindigen omdat hij er niet uitkomt. Tot slot gaf de proefpersoon aan dat ze graag na uitvoering van de praktische opdracht wil weten of ze de juiste conclusies heeft getrokken. Ze zou graag uitleg willen krijgen over de manier waarop ze het beeldmateriaal, dat ze zelf niet kon vinden, kan verifiëren. Op basis van die informatie kan ze zelf beter inschatten wat goed of fout ging en wat daar de reden van is. En die informatie komt uiteindelijk de resultaten ten goede.

### 3.1.2 Structuur

De afname van het interview start met een korte inleiding waarbij de onderzoeker de respondent verwelkomt en bedankt voor zijn tijd. Daarna volgt er een uitleg over het onderzoek: het doel, de structuur en de relevantie komen daarbij aan bod. De onderzoeker spreekt van tevoren met de respondenten af dat de interviews worden opgenomen voor transcriptie, maar meldt dit nogmaals vóór het interview daadwerkelijk start. De transcripties worden daarbij uitsluitend voor het onderzoek gebruikt. Daarnaast benadrukt de onderzoeker dat er geen goede of foute antwoorden mogelijk zijn, omdat het gaat om de meningen en ervaringen van de respondenten. Op die manier probeert de onderzoeker de respondenten op hun gemak te stellen, waardoor zij ook eerder geneigd zullen zijn om eerlijk antwoord te geven. Na afloop van het interview krijgt de respondent de mogelijkheid om zelf nog iets toe te voegen aan het interview. De onderzoeker geeft nog een toelichting op het verdere verloop van het onderzoek en bedankt de respondent nogmaals voor zijn tijd.

## 3.2 Respondenten

Deze scriptie richt zich op hbo-journalistiekstudenten; zij zijn de journalisten van morgen. Bovendien zijn hbo-opleidingen gericht op de praktijk, waardoor het aannemelijk is dat praktijkgerichte opdrachten over online verifiëring aan bod zullen komen tijdens colleges, wat studenten aan ervaring helpt.

### 3.2.1 Relevantie

Brandtzaeg et al. (2018) hebben de ervaring van Noorse journalistiekstudenten met betrekking tot onlineverificatietools onderzocht, maar er is nog geen onderzoek gedaan naar de ervaring van Nederlandse journalistiekstudenten met betrekking tot online verifiëring. Deze scriptie richt zich in het bijzonder op Nederlandse journalistiekstudenten die in hun laatste jaar van hun hbo-opleiding zitten. Wel is het onderzoek van Brandtzaeg et al. (2018) vergroot. Waar Brandtzaeg et al. (2018) zich richten op onlineverificatietools, richt deze scriptie zich op online verifiëring in het algemeen. Onlineverificatietools maken slechts onderdeel uit van het onderzoek.

Aangezien zo'n driekwart van de studenten de ambitie heeft om journalist te worden en na een behaald diploma waarschijnlijk ook aan de slag gaat als journalist, is het interessant om te kijken welke ervaring zij hebben met betrekking tot online verifiëring om de authenticiteit van foto- en videomateriaal te achterhalen. Zoals Brandtzaeg et al. (2018, p. 1110) al aangaven in hun studie: het zijn de journalisten van morgen. Bovendien zijn studenten opgegroeid in de digitale wereld, waardoor het aannemelijk is dat zij makkelijk hun weg weten te vinden op het internet. Dat kan ook betekenen dat zij snel en gemakkelijk de authenticiteit van foto- en videomateriaal kunnen vaststellen. Vooral omdat deze groep nog aan het leren is, is de verwachting dat hun kennis nog vers is.

### 3.2.2 Representativiteit

Resultaten in kwalitatief onderzoek zijn representatief op het moment dat de steekproef zodanig is samengesteld dat alle relevante meningen, opvattingen, gevoelens en motivaties de mogelijkheid krijgen om zich te manifesteren binnen het onderzoek (Groenland, 2001). De onderzoeker dient hierbij selectievariabelen in kaart te brengen die de variaties binnen de onderzoeksdoelgroep aangeeft (Remmers & Groenland, 2016). Om iets te kunnen zeggen over alle laatstejaars hbo-journalistiekstudenten in Nederland is het dus van belang dat er van elke Nederlandse hogeschool, die een opleiding Journalistiek aanbiedt, meerdere studenten gesproken worden. Alleen dan kan er achteraf een representatieve uitspraak gedaan worden over de doelgroep.

Er is om die reden dan ook contact gezocht met studenten van alle Nederlandse hogescholen die de opleiding Journalistiek aanbieden. Het gaat hier om de volgende hogescholen: Christelijke Hogeschool Ede, Fontys (Tilburg), Hogeschool Utrecht en Windesheim (Zwolle). De respondenten zijn daarbij op verschillende manieren geworven: via het netwerk van de onderzoeker, via LinkedIn, via Facebookgroepen, via docenten van de genoemde hogescholen, via het netwerk van docenten aan de Universiteit Leiden of via een combinatie daarvan. In totaal zijn er zestien laatstejaarsstudenten geïnterviewd, waarvan vier per hogeschool. Aangezien op dat moment geen nieuwe resultaten naar boven kwamen, zijn er geen nieuwe respondenten geworven voor het onderzoek. Het punt van verzadiging was op dat moment bereikt. Het is wel goed te benoemen dat er in het wervingsproces onbedoeld een eerstejaarsstudent in de onderzoeksgroep terecht is gekomen. Deze persoon is naast de zestien laatstejaarsstudenten geïnterviewd en is vanwege de relevantie van de antwoorden meegenomen in de resultaten.

## 3.3 Onderzoeksmateriaal

Het interview is opgebouwd uit verschillende onderdelen. Voorafgaand aan het interview wordt eerst de achtergrond van de respondent vastgelegd: gender, leeftijd, opleidingsinstituut en eventuele

werkervaring. Daarna start het interview met vragen over de topics *sociale media* en *verifiëring*. De vragen over sociale media zijn vrij algemeen en schetsen een beeld over de meningen en ervaringen van de respondenten ten aanzien van deze topic. De topic verifiëring gaat vervolgens specifiek in op de ervaring van de studenten met betrekking tot verificatie van foto- en videomateriaal van sociale media. Na de eerste twee topics volgt er een praktische opdracht, waarbij de respondenten de authenticiteit van twee foto's en een video moeten achterhalen (zie bijlage III). Tot slot komt er nog één topic aan bod: *verificatietools*. Deze topic komt bewust na de praktische opdracht, zodat de vragen de opdracht niet beïnvloeden. De vragen binnen dit onderdeel gaan daarbij dieper in op de tools die het internet biedt. Aan de hand van die vragen kan mede de ervaring van journalistiekstudenten in kaart gebracht worden.

### 3.3.1 Interviewvragen

Om zo veel mogelijk in lijn te liggen met het onderzoek van Brandtzaeg et al. (2018) is vooraf de topic list bij Brandtzaeg opgevraagd. Het is goed te benoemen dat de topic list van Brandtzaeg et al. (persoonlijke communicatie, 7 januari 2019) in het Noors is geschreven, waardoor er gebruik is gemaakt van Google Translate om de topic list te vertalen. Deze topic list fungeert als basis voor de topic list binnen deze scriptie, maar er zijn wel een aantal aanpassingen gemaakt. Zo zijn alleen de vragen opgenomen die relevant zijn voor journalistiekstudenten, zijn de vragen over verificatie gespecificeerd in vragen over verificatie van foto- en videomateriaal, is de indeling van sommige vragen veranderd zodat de vragen beter op elkaar aansluiten en zijn een aantal vragen geschrapt omdat deze anders dubbel gesteld worden. Bovendien zijn de verificatietools die in het onderzoek van Brandtzaeg et al. (persoonlijke communicatie, 7 januari 2019) aan bod komen aangepast. Zo is de tool Topsy geschrapt, aangezien deze inmiddels niet meer bestaat. Daarnaast is de lijst aangevuld met basistools als Google Reverse Image Search en met tools die gericht zijn op de Nederlandse markt, zoals inVID.

Op basis van de vertaling van Google Translate zijn er binnen de bruikbare vragen ook een aantal aanpassingen gemaakt in de formulering van de vragen. Sommige vragen waren irrelevant voor journalistiekstudenten, waardoor ze zijn aangepast. Bovendien zijn gesloten vragen zo veel mogelijk veranderd in open vragen. Brandtzaeg et al. (persoonlijke communicatie, 7 januari 2019) stelden in hun topic list bijvoorbeeld het volgende: *“Zijn journalisten over het algemeen goed in het behandelen en verifiëren van bronnen en inhoud van sociale media? Denk je dat er verschillen zijn in leeftijd: oude en jongere journalisten die zijn opgegroeid met digitale media?”* Aangezien deze vragen gesloten zijn en irrelevant zijn voor journalistiekstudenten, is dit omgebogen tot de volgende vraag: *“Hoe schat jij over het algemeen de verificatievaardigheden van journalistiekstudenten in?”* Pas nadat er een antwoord op deze vraag is gegeven, kan er een vervolgvraag gesteld worden: *“Denk je dat er verschillen zijn in leeftijd*

*(jongere vs. oudere journalistiekstudenten), werkervaring (veel vs. weinig), niveau (hbo vs. wo) of iets anders?"*

Ook zijn een aantal vragen in de topic list van Brandtzaeg et al. (persoonlijke communicatie, 7 januari 2019) aangepast, omdat ze te sturend zijn. Zo stellen Brandtzaeg et al. (persoonlijke communicatie, 7 januari 2019) in de topic *diensten en technieken voor verificatie* – binnen deze scriptie *verificatietools* – de volgende vragen: *"Hoe groot zou je zeggen dat het probleem van het verifiëren van inhoud op sociale media vandaag is, en denk je dat dit in de toekomst zal toenemen?"* en *"Heb je enige mening over de vraag of het gebruik van sociale media je integriteit en geloofwaardigheid als journalist aantast? Kan het gebruik van sociale media bijvoorbeeld je status als neutrale en onpartijdige waarnemer en verslaggever bedreigen?"* Aangezien deze vragen de respondent al een bepaalde richting op sturen, zijn ze binnen dit onderzoek anders geformuleerd. De eerste vraag van Brandtzaeg et al. (persoonlijke communicatie, 7 januari 2019) suggereert hier immers al dat er een probleem is omtrent het verifiëren van inhoud op sociale media, terwijl de respondenten zich hier misschien helemaal niet in vinden. Aangezien deze vraag bovendien gesteld wordt nadat de studenten de praktische opdracht hebben uitgevoerd, is deze veranderd in het volgende: *"Merk je, nu je zelf een foto en video hebt geprobeerd te verifiëren, dat je ergens tegenaan loopt?"* De 'inhoud' is hier meteen gespecificeerd in foto- en videomateriaal. Als de respondent de vraag heeft beantwoord, krijgt hij de mogelijkheid om zijn antwoord te motiveren. Als een respondent daarbij aangeeft dat er wel problemen zijn bij het verifiëren en deze heeft toegelicht, kan er een vervolgvraag gesteld worden: *"Waardoor denk je dat dit komt?"*

De tweede vraag van Brandtzaeg et al. (persoonlijke communicatie, 7 januari 2019) stuurt de respondenten aan om de vraag te beamen, aangezien de stelling binnen de vraag de volgende suggestie oproept: 'het gebruik van sociale media kan je status als neutrale en onpartijdige waarnemer en verslaggever bedreigen'. Het is daarom beter om de vraag opener op te stellen, zodat de vraag de respondenten minder één richting op stuurt. De vraag is om die reden herschreven in het volgende: *"Wat is je mening over het gebruik van sociale media en de geloofwaardigheid/integriteit van een journalist?"* Mocht een respondent een dergelijke vraag wellicht abstract vinden en vragen om meer sturing, kunnen er binnen het interview altijd aanvullende vragen gesteld worden, zoals: *"Vind je dat sociale media de geloofwaardigheid/integriteit van journalisten kunnen versterken of bedreigen? Kun je dat motiveren?"* Op die manier worden de respondenten niet één richting opgestuurd en biedt het onderzoek beter inzicht in de meningen van respondenten met betrekking tot online verifiëring.

Tot slot is er in de topic verifiëring nog een vraag opgenomen naar aanleiding van het onderzoek van Brandtzaeg et al. uit 2016. In dat onderzoek kwam mede naar voren dat jonge journalisten verificatie als een continu proces zien en niet als iets wat per se vóór publicatie moet gebeuren. Aangezien dit interessante resultaten zijn, is het ook interessant om te kijken hoe Nederlandse journalistiekstudenten

daar tegenaan kijken. Om die reden is de volgende vraag toegevoegd: *“Hoe kijk jij aan tegen verificering van bronnen afkomstig van sociale media?”* Mocht de respondent meer sturing nodig hebben, kan de volgende vraag gesteld worden: *“Is dit iets wat je vóór publicatie doet, iets wat je na publicatie doet of is dit een continu proces?”*

### 3.3.2 Praktische opdracht

In dit gedeelte van het interview krijgen de respondenten drie verschillende opdrachten voorgelegd (zie bijlage III). In de eerste opdracht moeten zij de authenticiteit van een foto achterhalen. De bron staat onderaan het artikel vermeld, wat de studenten houvast biedt op het moment dat zij de bron opmerken. In de tweede opdracht krijgen de journalistiekstudenten ook de taak om de authenticiteit van een foto te achterhalen. Hier krijgen zij de opdracht om de bron van het beeld te vinden en krijgen ze de opdracht om te bepalen of het beeld overeenkomt met de bijbehorende context. Op die manier is er tussen deze twee opdrachten een onderscheid gemaakt in moeilijkheidsgraad. Bij de derde opdracht moeten de respondenten de authenticiteit van een video achterhalen. Om de werkelijkheid van de opdrachten zo goed mogelijk na te bootsen, is er gezocht naar bestaande ‘nieuwsberichten’<sup>3</sup> afkomstig van sociale media. Alle respondenten krijgen in principe dezelfde opdrachten, zodat de moeilijkheidsgraad van de opdrachten voor alle respondenten gelijk is. Wel is de eerste opdracht na het eerste interview aangepast. Deze respondent heeft de opdrachten op zijn eigen laptop gemaakt en bleek niet tot dezelfde resultaten te komen als de onderzoeker vooraf had vastgesteld. Om die reden is besloten om de opdracht te wijzigen en de overige respondenten incognito te laten werken via de laptop van de onderzoeker. Op die manier is de opdracht voor iedere respondent gelijk en beïnvloeden de zoekresultaten van de onderzoeker niet de opdrachten van de respondenten. Bovendien wordt binnen de praktische opdracht aan de respondenten gevraagd of zij hardop willen nadenken, zodat de onderzoeker kan volgen welke stappen zij nemen in het verificatieproces. Op die manier kan de praktische opdracht de gedachten van de respondenten in kaart brengen en kunnen de gegevens meegenomen worden in de analyse. Nadat de respondenten de opdrachten hebben uitgevoerd, geeft de onderzoeker hen de juiste antwoorden (zie bijlage IV).

## 3.4 Analyse

De resultaten leveren kwalitatieve gegevens op over de ervaringen, motieven en meningen van de respondenten. Deze resultaten worden geanalyseerd op basis van een kwalitatieve inhoudsanalyse.

---

<sup>3</sup> *Nieuwsberichten* staat hier tussen aanhalingstekens, aangezien er gediscussieerd kan worden in hoeverre de berichten nieuwswaardig zijn en daarmee dus echt nieuwsberichten zijn. Aangezien zij wel de vorm aannemen van een nieuwsbericht, wordt het hier als een nieuwsbericht getypeerd, maar staat het woord wel tussen aanhalingstekens.

Deze methode is geschikt om kenmerken in kaart te brengen en patronen bloot te leggen in een grote verzameling tekst (Koetsenruijter & Van Hout, 2014, p. 166). Hier zijn die teksten de transcripties van de interviews. Op basis van de transcripties wordt er gezocht naar opvallende zaken en patronen. Aangezien de interviews zijn afgenomen aan de hand van een topic list, zijn er al diverse categorieën gemaakt. Desondanks kunnen er wel nieuwe categorieën uit de data worden afgeleid, mocht dit relevant zijn. De analyse van de resultaten is dan ook een cyclisch en iteratief proces. Aan de hand van de data worden er labels toegekend aan de uitspraken van de respondenten en op basis daarvan wordt er weer met nieuwe inzichten naar de data gekeken (Koetsenruijter & Van Hout, 2014, p. 170).

“De focus ligt op het bundelen van gegevens onder eenzelfde thema en dus op het creëren van verbanden tussen verschillende stukken data. Dit type van coderen is zuiver beschrijvend en het reduceert grote hoeveelheden materiaal tot een paar algemene termen” (Koetsenruijter & Van Hout, 2014, p. 170).

Het valt samen met het datareducerend coderen van Coffey & Atkinson (1996, pp. 28-29). Zij stellen dat analytische codes of categorieën gebruikt kunnen worden om data te reduceren tot beheersbare proporties. Daarbij is het doel om gegevens die gecategoriseerd zijn onder dezelfde codes makkelijker terug te vinden (Coffey & Atkinson, 1996, p. 28). De codes kunnen vervolgens geïmplementeerd worden door verschillende kleuren te gebruiken om de tekst te markeren (Coffey & Atkinson, 1996, pp. 28-29). Coderen heeft daarbij de volgende drie doelen: relevante verschijnselen opmerken; voorbeelden van die verschijnselen verzamelen; de verschijnselen analyseren om overeenkomsten, verschillen, patronen en structuren te ontdekken (Seidel & Kelle, 1995, pp. 56-58; Coffey & Atkinson, 1996, p. 29). Op basis van die analyse kunnen de resultaten in kaart gebracht worden. Het codeerschema dat in deze analyse gebruikt is, is te vinden in bijlage V.

# 4. RESULTATEN

Dit hoofdstuk geeft inzicht in de antwoorden die de respondenten tijdens de interviews hebben gegeven. Er is hier een indeling gemaakt in de vier verschillende topics die in de interviews naar voren kwamen: sociale media, verifiëring, praktische opdracht en verificatietools. Daarnaast komen er twee extra onderwerpen aan bod: onderwijs en eerstejaars. Aangezien in de onderzoeksgroep een eerstejaarsstudent terechtgekomen is en deze student relevante antwoorden gaf, zijn deze antwoorden apart opgenomen in de resultaten. Zo wordt er wel een onderscheid gemaakt in de antwoorden van de laatstejaarsstudenten en van de eerstejaarsstudent. Bovendien zijn er veel nuttige antwoorden gegeven over de opleidingen van de studenten, waardoor hier ook extra aandacht aan besteed wordt.



## 4.1 Sociale media

Deze paragraaf biedt inzicht in de antwoorden van de respondenten ten aanzien van sociale media. Hier komen in het bijzonder de volgende onderwerpen aan bod: sociale media als bron, de kansen van sociale media, de uitdagingen van sociale media en de verhouding tussen het gebruik van sociale media door een journalist en de geloofwaardigheid van de journalist.

### 4.4.1 Sociale media als bron

Journalisten kunnen sociale media op verschillende manieren inzetten. De manier waarop journalisten dit volgens journalistiekstudenten kunnen doen, zijn samen te vatten in drie thema's: nieuws, bereik en promotie. Qua nieuws zijn sociale media de ultieme manier om nieuws bij te houden, nieuws te spotten, nieuws te verzamelen of nieuws te verspreiden. Vooral Twitter wordt gezien als het snelste medium, als grote nieuwsbron en als een 'vergaarbak' van ideeën.

"Heel veel mensen gebruiken Twitter. Dat is een grote nieuwsbron voor mensen. Voor politici of mensen die iets te zeggen hebben. Dingen die nu spelen" (Student 1, Christelijke Hogeschool Ede).

Daarnaast worden sociale media ingezet om andere personen te bereiken. Zo wordt Twitter vaak ingezet om personen te volgen of om contact te onderhouden met de achterban. Sociale media maken het op die manier mogelijk om gemakkelijk doelgroepen te vinden, te trekken en te betrekken. Ze vergroten de interactie tussen journalisten en hun volgers.

"Sowieso om je bereik te vergroten is social media wel cruciaal. Ik denk dat als je het niet gebruikt, je niet echt meer meetelt. [...] als je binnen de journalistiek bekender wil worden, want het is ook een beetje een ons-kent-ons-wereldje, denk ik dat je dan ook wel heel goed social media kunt inzetten. Vooral Twitter dan wel" (Student 2, Christelijke Hogeschool Ede).

Tevens geven de studenten aan dat journalisten sociale media in kunnen zetten ter promotie. Ze kunnen sociale media gebruiken om naamsbekendheid te creëren, zichzelf te verkopen en het eigen bereik te vergroten. Maar ondanks dat de journalistiek daarmee een commercieel aspect lijkt te krijgen, hoeft dat het vakgebied niet negatief te beïnvloeden.

“Kijk, journalistieke principes zijn heel mooi en die wil ik ook zo hoog mogelijk in het vaandel houden, maar uiteindelijk is het wel ook iets waarvan je moet leven. En ik vind niet per definitie dat iets wat commercieel is ook slecht is” (Student 16, Windesheim).

Terug naar het socialmediagebruik voor nieuws. Want zoals al naar voren kwam, kunnen journalisten sociale media ook inzetten om nieuws te verzamelen. Zij kunnen deze platformen inzetten als bron om informatie te verzamelen in de ontwikkeling van nieuwsproducties. De studenten noemen daarbij het gebruik van hashtags, live updates, voxpops, verkenner – een functie van Instagram die de meest populaire berichten toont – of reacties van anderen om op die manier aan interessante bronnen te komen. Maar sociale media worden ook gebruikt om personen te verifiëren.

“Als je bijvoorbeeld in de misdaadjournalistiek iemand tegenkomt, een naam, waarvan je denkt: klopt deze persoon wel? Tegenwoordig, in 2019, heeft iedereen social media. Dus iemand researchen is wel een stuk makkelijker als je snel aan het Facebookprofiel van iemand kan komen. Tegenwoordig delen mensen wel veel op social media en dan kom je toch wel heel snel iets over een persoon te weten. En dat kan soms heel relevant zijn” (Student 9, Fontys).

Bovendien worden sociale media als bron gebruikt voor beeldmateriaal. Hoewel nieuwsmedia vaak abonnementen op persagentschappen hebben, schakelen zij sociale media in op het moment dat er geen recent beeld in de persagentschappen te vinden is.

“We hadden ook een abonnement op Getty Images en daar staan gewoon een beperkt aantal foto’s op, terwijl een celebrity elke dag een nieuwe foto op Instagram plaatst. Als je het van social media haalt, hoef je niet steeds hetzelfde beeld te gebruiken” (Student 17, Windesheim).

“Mocht er geen recente foto tussen zitten, dan hang je gewoon die tweet aan jouw artikel, waardoor mensen alsnog die foto kunnen zien. [...] dat betekent gewoon beeld aanmoedigen, zeggen wij dan” (Student 11, Hogeschool Utrecht).

#### 4.4.2 Kansen van sociale media

Snel, makkelijk en goedkoop. Dat zijn volgens journalistiekstudenten de voordelen om beeldmateriaal van sociale media te gebruiken. Aangezien tegenwoordig iedereen wel een camera heeft en een foto op sociale media kan plaatsen, kunnen nieuwsmedia beeldmateriaal op die manier binnen no time op hun

eigen website zetten. Bovendien wordt beeldmateriaal van sociale media gezien als een goede aanvulling, die verhalen beeldender of mooier kan maken.

“Beeld spreekt veel meer. Mensen klikken eerder op een foto die aanspreekt dan op een tekstje” (Student 2, Christelijke Hogeschool Ede).

“Het is ook voor de consument aantrekkelijk, aangezien zij heel snel zien wat er gebeurt in een video. Consumenten hebben natuurlijk een korte spanningsboog en hebben niet altijd zin om een heel artikel te lezen. In dat opzicht is het heel makkelijk als je snel een video voorbij ziet komen en dan wel snel de strekking van het nieuws meekrijgt” (Student 13, Hogeschool Utrecht).

“[...] we hebben in Nederland een hele goede voetballer die bij Liverpool speelt: Van Dijk. En Engelse supporters hebben een liedje voor hem gemaakt die ze altijd in het café zingen. Dan kan je opschrijven hoe het liedje gaat, of je zet er een filmpje bij van iemand die het op Twitter heeft gezet met het filmpje zelf waarin je dat liedje hoort. En dat is natuurlijk veel mooier, veel beter” (Student 7, Fontys).

In sommige gevallen leveren sociale media de meest nuttige foto's of video's op. Vooral acute gebeurtenissen, zoals aanslagen of ongelukken, worden genoemd. Het leidt tot meer mogelijkheden, aangezien een fotograaf niet altijd in de buurt is.

“De meest nuttige foto is de foto die je hebt. En de meest nuttige camera is de camera die je hebt” (Student 8, Fontys).

Maar ook in het geval van ooggetuigenverslagen of het overlijden van bekende personen, kunnen foto's en video's van sociale media een nuttige bijdrage leveren.

“Nieuws moeten ook altijd een beetje een persoonlijk iets worden. Dus dat er bij een aanslag twintig doden zijn en dat het is opgeëist door IS, dat is allemaal heel statisch. Media willen steeds meer een persoonlijk verhaal waar je dat aan kan ophangen. [...]. Dus social media worden ook heel erg gebruikt om zakelijk nieuws, hard nieuws, om dat persoonlijk te maken” (Student 11, Hogeschool Utrecht)

Bovendien levert beeldmateriaal van sociale media ander soort beeld op, of een ander perspectief.

“Het heeft ook wel weer wat als het gewoon door omstanders gemaakt is. Het is gewoon lekker ruw” (Student 1, Christelijke Hogeschool Ede).

#### 4.4.3 Uitdagingen van sociale media

De keerzijde is dat burgers vaak ‘doelloos’ foto’s maken, waardoor sommige journalistiekstudenten aangeven dat sociale media niet per se het meest nuttige beeldmateriaal opleveren. Fotografen weten vaak zelf vaak goed wat ze moeten doen of nieuwsmedia kunnen fotografen makkelijk opdracht geven. Daarnaast is het ook de vraag of nieuwsmedia wel gratis beeld over moeten willen nemen van sociale media.

“Gratis overnemen van burgers moet je niet willen, ze hebben nog steeds bepaald auteursrecht” (Student 4, Christelijke Hogeschool Ede).

Maar de rechten van socialmediagebruikers zijn volgens de journalistiekstudenten een vaag grijs gebied. Mede om die reden embedden nieuwmedia tweets, zodat het beeldmateriaal automatisch op de eigen website verschijnt en er in principe geen problemen lijken te zijn met auteursrechten.

“Wat op social media staat is openbaar, en mag je dus gebruiken. [...] Maar eigenlijk konden we alles embedden en voor zover ik weet, mochten we dat dan gewoon gebruiken. Tenminste, dat is hoe het ons geleerd is” (Student 17, Windesheim).

En soms wordt er voor een foto gekozen, waarvan de kans klein is dat de maker er gehoor aan geeft.

“Het is gewoon echt een gedoe. Dan zit ik gisteren weer een kwartier te zoeken naar een foto en dan kies je soms een foto waarvan je hoogstwaarschijnlijk niets gaat horen. Van een of andere Italiaanse fotograaf ofzo. [...] Maar dan weet je dat het eigenlijk niet helemaal klopt wat je doet, maar dan doe je het toch” (Student 5, Fontys).

Ook wordt er aangegeven dat het voor socialmediagebruikers zelf vaak onduidelijk is wat de regels zijn omtrent auteursrechten van beeldmateriaal op sociale media.

"[...] want geef je de video zomaar gratis af met de vermelding van je naam of kan je er geld voor vragen? Dat is een heel vaag grijs gebied. [...] Niemand heeft enig idee wat hij kan vragen aan zo'n bedrijf. Zijn er bedragen? Of is dat overdreven?" (Student 14, Windesheim).

Bovendien is er nog een ethisch dilemma voor het gebruik van beeldmateriaal van sociale media.

"Bijvoorbeeld Anne Faber. Toen er bekend werd dat de verdachte opgepakt was, stond binnen drie minuten denk ik de volledige naam van de verdachte plus foto op social media. Ook bij groepen die er heel erg op gebrand zijn om juist alle gegevens bekend te maken. Dus: we hangen hem aan de hoogste boom. Dan is het aan de journalist om te beoordelen van: dat is hele fijne informatie, maar het heeft geen toegevoegde waarde, want we hebben in Nederland met elkaar afgesproken dat we deze meneer nu Michael P. noemen en een balkje voor zijn ogen plaatsen. Dus dat moet je dan ook respecteren" (Student 9, Fontys).

Journalistiekstudenten zijn kritisch over het gebruik van beeldmateriaal van sociale media. Ze zijn zich ervan bewust dat er op sociale media veel onjuiste informatie te vinden is, waardoor ze voorzichtig zijn in het gebruik ervan.

"Eén bron is geen bron [...]. Dus wat er op Twitter of Facebook staat, daar moet je niet direct van uitgaan" (Student 11, Hogeschool Utrecht).

"Als bron gebruiken, dat zou ik niet snel doen of helemaal niet doen eigenlijk, maar het is wel een heel handige manier om bronnen te vinden" (Student 4, Christelijke Hogeschool Ede).

Eenzijds trekken journalistiekstudenten de betrouwbaarheid van beeldmateriaal van sociale media in twijfel, mede omdat ze zich dus bewust zijn van de hoeveelheid onjuiste informatie die te vinden is op sociale media, waaronder desinformatie. Anderzijds geven ze ook aan dat zij niet altijd hun vraagtekens bij berichtgeving zetten of dat ze zelf in de val van onjuiste informatie trappen. Zeker in het geval van deep fake is het moeilijk om het materiaal te verifiëren. In dat geval zullen zowel socialmediagebruikers als journalisten volgens hen sneller geneigd zijn om misinformatie te verspreiden.

"[...] een foto zegt meer dan duizend woorden. Maar tegenwoordig kan een foto dus ook liegen. Een foto kan nog meer liegen dan duizend woorden zou ik maar kunnen zeggen. En dat is soms lastig" (Student 11, Hogeschool Utrecht).

"Ik weet nog wel een keertje, twee jaar geleden ofzo, plaatste een of andere BN'er een foto in Amsterdam dat het sneeuwde. Maar er lag echt veel sneeuw. En ik woon zelf in Enschede en ik had echt zoiets van: [...] het sneeuwt in Amsterdam! Maar dat bleek gewoon een foto te zijn van een jaar daarvoor. En toen studeerde ik ook Journalistiek, dus dan had ik er eigenlijk al vraagtekens bij moeten zetten, maar dat deed ik dus helemaal niet" (Student 15, Windesheim).

En in sommige gevallen gaan studenten uit van goed vertrouwen in de mens, waardoor zij berichtgeving snel betrouwbaar vinden.

"[...] je hebt dan dus wel de kans dat iets misschien niet betrouwbaar is. Maar goed, aan de andere kant... Als iemand ergens een foto van iets maakt, dan vraag ik me wel weer af wat voor belang iemand erbij heeft om dat dan in een keer te gaan bewerken..." (Student 2, Christelijke Hogeschool Ede).

"[...] op het moment dat je geen beeld hebt en je kan via Twitter wat laten zien, dan is de kans groter dat je het wel gebruikt dan niet. Want de kans is vrij klein dat het gemanipuleerd is" (Student 12, Hogeschool Utrecht).

#### 4.4.4. Geloofwaardigheid van de journalist

Over het algemeen zien journalistiekstudenten sociale media als een versterking voor de geloofwaardigheid van de journalist. Ze zijn goed voor interactie en om vaste volgers te bereiken. Bovendien bieden ze journalisten de mogelijkheid om meer informatie te verspreiden, die ze in een nieuwsitem misschien niet altijd kwijt kunnen. Dat maakt het journalistieke vak interessanter en breder. Wel geven journalistiekstudenten aan dat het, vooral binnen serieuze takken als politiek, belangrijk is om privé en werk gescheiden te houden en dat het belangrijk is om neutraal te blijven.

"Je moet niet te veel je politieke mening gaan spammen. [...] Of je moet er een hele duidelijke keuze in maken, van: ik belicht het vanuit deze visie of vanuit deze achterliggende gedachte. [...] maar dan wel inderdaad daar helder over zijn en dat laten weten in plaats van het niet benoemen, maar wel subtiel laten blijken en dan vanuit daar gaan berichten" (Student 1, Christelijke Hogeschool Ede).

Een activistische houding als Wierd Duk wordt dan ook niet gewaardeerd.

"[...] het gaat erom dat iemand zo activistisch is, dat ik je dan als journalist niet meer betrouwbaar vind. Dan denk ik: je bent geen journalist, je bent een opiniemaker. [...] Je mag best een keer in een discussie gaan, maar als jij continu zelf zo actief bent en zo duidelijk je eigen mening laat horen en je gaat daarna een stuk in de krant publiceren over diezelfde thema's, dan ben je voor mij totaal ongeloofwaardig" (Student 2, Christelijke Hogeschool Ede).

Neutraliteit is dus belangrijk om geloofwaardig te zijn. En als journalisten niet goed inspelen op het gebruik van sociale media, lijken sociale media eerder een bedreiging te vormen voor de geloofwaardigheid van de journalist.

"Ik denk dat factchecken de afgelopen jaren door social media echt van onschatbare waarde is geworden om die betrouwbaarheid en die geloofwaardigheid te kunnen maatstaven. En dat dat nodig is komt omdat het door social media heel makkelijk is om te doen alsof je journalist bent, en verhalen de wereld in te slingeren die jou heel goed uitkomen, maar die niet op een journalistieke manier tot stand zijn gekomen of überhaupt ergens op slaan. En voor de gewone gemiddelde Nederlander kan het heel moeilijk zijn om de goede journalistiek van dat te onderscheiden. En dat is natuurlijk niet bevorderlijk voor het vertrouwen. Dus daar moet je als journalist zijnde een antwoord op weten te vormen van bijvoorbeeld: 'Wij zijn wel betrouwbaar, want wij hebben de dingen gefactcheckt'" (Student 9, Fontys).

Zeker wanneer een journalist per ongeluk een slippertje maakt, is het moeilijk om de geloofwaardigheid nog staande te houden.

"[...] als journalist is je reputatie het allerbelangrijkste. En met zoiets denk je dan gelijk: ik geloof je eigenlijk niet meer. Of dan wil ik het nog wel geloven, maar dan kan ik het nog moeilijk geloven, ook als het om hele domme dingen gaat. Maar ik vind wel, met social media is de kans gewoon heel groot, of in ieder geval veel groter, dat je neppe dingen gaat verspreiden" (Student 16, Windesheim).

Maar er wordt ook aangegeven dat er een manier is om dat soort fouten te voorkomen.

"Als de Telegraaf het al heeft en het AD, dan zeg je gewoon al snel: 'Volgens meerdere Nederlandse media...' Dus dan is het een beetje een vuil trucje om het aan andere media toe te schuiven. Dat jij het niet hebt gedaan als het fout is" (Student 11, Hogeschool Utrecht).

## 4.2 Verifiëring

Deze paragraaf gaat in op de antwoorden van de respondenten met betrekking tot verifiëring. Zo wordt onder andere het verificatieproces in kaart gebracht, de verificatievaardigheden van journalistiekstudenten en de traditionele journalistieke methodes in vergelijking met online verifiëring.

### 4.2.1 Vooraf, achteraf of een continu proces?

Als het erop aankomt zeggen journalistiekstudenten eerder te kiezen voor kwaliteit dan voor snelheid. Ze geven aan dat ze het van belang vinden om bronnen afkomstig van sociale media te verifiëren vóór zij een publicatie online zetten.

“Je gooit nooit zomaar iets online of de wereld in. Dat is gewoon een no go. Het is altijd check, check, dubbelcheck. Eén bron is geen bron. Dat zijn gewoon van die standaardregels in de Journalistiek, maar ze kloppen wel. [...] Verificatie en het checken van bronnen is wel echt nummer één” (Student 12, Hogeschool Utrecht).

“Ik denk dat consumenten uiteindelijk ook eerder een journalist zullen volgen waarvan ze weten dat de informatie die ze krijgen goed is, dan dat ze een journalist volgen die alles snel wil doen, maar dus wel een heleboel fouten maakt” (Student 13, Hogeschool Utrecht).

“[...] je kunt wel zeggen: ‘Ik zet het nu gewoon online, ik weet het niet zeker, maar ik kan het altijd weer veranderen’, maar je weet niet hoeveel mensen jouw eerste verhaal lezen en je tweede verhaal niet meer, en dus slecht geïnformeerd zijn. Ik bedoel, niet iedereen zit alles de hele dag te checken. Dus dan ben je in principe gewoon verkeerd geïnformeerd. Als je gewoon een gerucht al meteen voor waarheid aanneemt” (Student 10, Hogeschool Utrecht).

Zo wordt er ook genoemd dat het van belang is om ervoor te zorgen dat nieuwsmedia of journalisten niet per ongeluk iemand schade toebrengen vanwege onjuistheden, juist omdat de online wereld zo snel is. En hoewel het tegenwoordig vanwege sociale media makkelijker en meer geaccepteerd is om jezelf te corrigeren, gaat het wel ten koste van de betrouwbaarheid van de journalist. Daarentegen lijken de meningen over verifiëring verdeeld in het geval van acute gebeurtenissen.

“Als je hele heftige dingen hebt die nu gebeurd zijn, zoals de aanslag in Utrecht, dan wil iedereen heel erg snel meer weten. En dan denk ik wel dat het iets is om zo snel mogelijk dingen te publiceren van wat je weet. Je ziet wel dat er dan later wel eens teruggekomen wordt op



bepaalde uitspraken, maar het is wel... Het publiek wil het wel snel weten" (Student 17, Windesheim).

"Ik snap ook wel dat je informatie wil geven, maar soms kan dat ook gewoon even niet. En ik ben dus ook benieuwd in hoeverre mensen dan ook denken: ik wil nú informatie. Bij journalisten heb ik soms het idee dat ze denken dat mensen de hele dag nieuws zitten te volgen, terwijl dat natuurlijk echt onzin is" (Student 2, Christelijke Hogeschool Ede).

"Je kan wel als mediakanaal willen ambiëren alles helemaal gefactcheckt te hebben, alles helemaal waterdicht, maar dat is soms in bepaalde situaties, of nieuws dat net binnen is, is dat soms gewoon niet mogelijk. Maar dan is het wel heel belangrijk om duidelijk aan te geven dat je een bepaalde slag om de arm neemt en dat je sommige dingen gewoon niet met zekerheid kan zeggen. [...] Ik vind wel dat je heel eerlijk moet zijn als mediakanaal over je bron. Want dat is wel een manier waarop je kan tegengaan dat alles fake news wordt genoemd of dat er zomaar over alles iets gezegd kan worden" (Student 4, Christelijke Hogeschool Ede).

#### 4.2.2 Verificatievaardigheden

Op de vraag of journalistiekstudenten zelf een beetje kunnen verifiëren, lopen de meningen zeer uiteen. Sommige journalistiekstudenten geven aan dat ze denken dat ze redelijk goed zijn in verificatie en wel door hebben wanneer iets echt is en wanneer niet.

"[...] ik mag wel hopen dat ik na vierenhalf jaar studie en twee stages toch wel een beetje kan inschatten wat ik wel en wat ik niet kan gebruiken. Het is logisch nadenken" (Student 12, Hogeschool Utrecht).

"Ik denk op zich wel goed, omdat je als jongere zelf ook wel veel gebruikmaakt van social media. En ik denk wel dat je als journalistiekstudent heel anders tegen bepaalde berichten aankijkt dan iemand die Werktuigbouwkunde studeert bijvoorbeeld" (Student 15, Windesheim).

Sommige anderen zijn iets huiveriger en geven aan dat verifiëring niet altijd even gemakkelijk is.

"Ik denk dat ik het in sommige situaties meer doe dan de meeste mensen hier op de opleiding. Maar ik heb op een gegeven moment ook wel zoiets van: genoeg is ook genoeg. Je kan niet eindeloos blijven checken. [...] Ja, dat is wel een worsteling af en toe" (Student 8, Fontys).

"Ik moet ook wel eerlijk toegeven, ik ga niet een halve middag spenderen aan weet ik veel wat. Als ik iets lees, dan denk ik wel: dit zal ongeveer wel waar zijn. Maar als ik niet weet of het waar is, zeker als het over serieuze dingen gaat, dan ben ik er wel strenger in" (Student 16, Windesheim).

Ook geven een aantal journalistiekstudenten aan dat ze weinig ervaring hebben met verifiëring en niet goed zien wanneer iets in een verkeerde context staat. Zij vinden het lastig te bepalen wat juist of onjuist is en kunnen waarschijnlijk nog altijd in de val trappen. Zeker op het moment dat een bericht een geloofwaardig tintje heeft, zijn ze nog altijd even vatbaar om onjuiste informatie voor waar aan te nemen.

"Ik heb daar geloof ik één keer iets over gehoord, hoe je een foto kan checken. Maar ik vraag me oprecht af of ik dat nog zou kunnen doen. [...] En video's, nee, ik denk dat ik best wel snel voor de gek gehouden wordt daarin" (Student 3, Christelijke Hogeschool Ede).

"Het internet is gewoon zo'n enorme plek en dan Google je op een foto en dan krijg je hem vijf keer, en dan denk ik echt: wat is nou de officiële? Geen idee. Waar komt die vandaan? Is dat de eerste die naar boven komt? Is dat de originele bron?" (Student 14, Windesheim).

Hoewel journalistiekstudenten denken dat hun medestudiegenoten ongeveer even behendig zijn als zij, geven zij wel aan dat er verschillen kunnen zijn op basis van de volgende kenmerken: werkervaring, specialiteit, leeftijd en eigen interesse. De studenten verwachten zelf dat meer werkervaring tot betere verificatievaardigheden leidt. Ook verwachten zij dat journalistiekstudenten die een bepaalde specialiteit hebben beter zijn in het verifiëren van die specialiteit. Dat heeft twee redenen. Ten eerste verwachten zij dat journalisten in een serieuze tak als politiek vaker te maken krijgen met verifiëring dan journalisten in een entertainende tak als sport. In dat opzicht zullen journalisten die werkzaam zijn in een 'serieuze' specialiteit beter zijn in verifiëring dan journalisten die werken in een entertainende specialiteit. Ten tweede verwachten journalistiekstudenten dat journalisten binnen een specialiteit meer voorkennis hebben van die specialiteit en daarmee sneller kunnen inschatten wat wel en niet waar is binnen die specialiteit. Zo zal een politiekjournalist beter zijn in het verifiëren van politieknieuws en zal een sportjournalist beter zijn in het verifiëren van sportnieuws, op basis van de voorkennis die zij over die onderwerpen hebben. Naast werkervaring en specialiteit kan ook leeftijd een rol spelen, waar er twee theorieën over mogelijk zijn. Enerzijds is er de aanname dat jongere mensen naïefer zijn, minder kritisch nadenken en daardoor minder goed kunnen verifiëren. Anderzijds kan een jongere generatie makkelijker zijn weg vinden op het internet en juist kritischer zijn, omdat zij in een digitale omgeving opgroeien.

"Ik denk hoe ouder je wordt, hoe minder vertrouwen je misschien ook wel krijgt. Hoe jonger je bent... Dan ben je natuurlijk wat naïefer over het algemeen" (Student 15, Windesheim).

"Het valt wel op dat hoe jonger de mensen zijn, hoe meer ze alweer dingen gaan checken. En dat ze social media niet helemaal vertrouwen. [...] Misschien dat het komt omdat zij al meer in een digitale omgeving opgroeien, dat zij dat beter kunnen onderscheiden. Meer met clickbaits, memes en fake news. Dat zij daar beter misschien op ingespeeld zijn" (Student 16, Windesheim).

Tot slot geven een aantal journalistiekstudenten aan dat zij niet weten of de verschillen ergens aan te koppelen zijn. Er is vaak veel onwetendheid en in principe kan iedereen verifiëren, als mensen maar op de hoogte zijn van de methodes en de tools. In dat geval is het vooral de eigen interesse van journalistiekstudenten die het onderscheid maken.

"Ik vind Amerikaanse politiek interessant, en daar wordt zoveel gelogen, dus dan ga ik het wel helemaal doorpluizen om te kijken wat klopt. Ik weet niet of andere journalistiekstudenten dat ook doen, maar daardoor heb ik wel het idee dat als ik iets wil weten, ik het uiteindelijk ook wel kan vinden" (Student 5, Fontys).

#### 4.2.3 Traditionele methodes vs. online verifiëring

Binnen de interviews is de vraag gesteld of de journalistiekstudenten kunnen uitleggen hoe ze foto's en video's van sociale media verifiëren. Slechts een enkeling noemde daarbij verificatietools op. Google Reverse Image Search kwam twee keer naar boven, Google Earth één keer.

"Ik zou eerst gaan googelen hoe je dat moet doen denk ik. Of ja, als er collega's in de buurt zijn waarvan ik denk dat zij dat weten, dan zou ik het aan hun vragen. [...] Of aan klasgenoten vragen waarvan ik denk dat zij het wel weten" (Student 3, Christelijke Hogeschool Ede).

"Ik weet niet eens of dat kan, maar dat zie je altijd in Catfish, dan kan je een soort foto googelen toch?" (Student 14, Windesheim).

Het is opvallend dat een paar studenten Catfish noemen, een MTV-programma dat onderzoek doet naar leugens en waarheid binnen de wereld van online dating. Zij weten dus niet zozeer door hun opleiding, maar wel door Catfish dat er een methode bestaat om beeld online te verifiëren. Verder lijken journalistiekstudenten vooral te vertrouwen op de traditionele journalistieke aanpak: bellen. Ook komen

termen als 'gezond verstand' en 'goed vertrouwen' naar boven in de aanpak van verifiëring van beeldmateriaal via sociale media.

"Dan zou ik persoonlijk eerst proberen contact op te nemen met de beste mevrouw of meneer die die tweet heeft geplaatst. En op zich is dat denk ik best wel makkelijk. Maar goed, dan is het nog jouw woord tegen het zijne. Maar ik denk wel dat je als journalist zo'n goed oor hebt, dat je weet of iemand liegt of niet" (Student 7, Fontys).

"Zeker in een rampscenario. Die beelden zijn vaak ter informatie. Zo van: 'Jongens, het gaat hier goed mis'. En om daar dan een slaatje uit te slaan om te zeggen dat het jouw beelden zijn, dat komt niet echt in een mens op om dat te doen. Het is een beetje zielig als je dat zou doen. Maar ja, die kans zit erin. Je kan het natuurlijk niet 100% uitsluiten" (Student 12, Hogeschool Utrecht).

Als de journalistiekstudenten moeten aangeven wat ze het makkelijkst en het moeilijkst vinden om te verifiëren – de studenten kunnen een keuze maken tussen tekst, foto en video – blijken de meningen verdeeld. Hoewel de meeste studenten wel aangeven dat zij tekst het makkelijkst vinden, hebben zowel tekst, foto als video ieder eigen aspecten die verificatie moeilijk of makkelijk maken. Zo is tekst enerzijds makkelijk, aangezien er meer verificatieopties zijn. Via Google kunnen studenten zoektermen gebruiken om de tekst te verifiëren, via experts kunnen zij de tekst voorleggen. Anderzijds kan iedereen schrijven wat hij wil en gaat het bij tekst niet altijd alleen om de woorden die zwart-op-wit staan.

"Het is vaak ook interpretatie van de journalist of iemand het wel of niet zo heeft gezegd of zo heeft bedoeld. En je kunt wel de quotes terug gaan luisteren, maar in een gesprek zijn het ook andere dingen. Dan let je ook op hoe die man of vrouw met zijn lichaam bezig is, hoe hij iets vertelt" (Student 7, Fontys).

In het geval van foto's weten een aantal studenten Google Reverse Image Search op te noemen. Via die tool is het dan ook vrij gemakkelijk om een foto te herleiden, geven zij aan. Anderzijds kan een foto het makkelijkst uit zijn verband worden getrokken, omdat een foto geframed kan zijn. In een video zijn er daarentegen meer aanknopingspunten om mee aan de slag te gaan, wat ervoor kan zorgen dat een video makkelijker is om te verifiëren dan een foto.

Maar video's worden ook vaak als moeilijk ervaren, aangezien journalistiekstudenten daar geen functie voor kennen, heel weinig ervaring mee hebben en niet weten waar ze moeten beginnen. Anderzijds lijkt een video het makkelijkst te verifiëren, omdat het om bewegend beeld gaat en doordoor

het moeilijkst lijkt om te bewerken. Daardoor is het moeilijker om een video als 'onjuist' aan te nemen, omdat 'je ziet wat er gebeurt'. Al met al zijn er verschillende visies en zijn de antwoorden meer aannames dan eenduidige opvattingen. Veel studenten geven namelijk aan dat zij geen of weinig ervaring hebben met het verifiëren van beeldmateriaal, waardoor hun antwoorden slechts inzicht geven in wat zij denken het makkelijkst of moeilijkst te vinden, en niet wat zij daadwerkelijk het makkelijkst of moeilijkst vinden.

### 4.3 Praktische opdracht

In het interview is er een praktische opdracht aan bod gekomen, waarbij de studenten drie opdrachten moesten uitvoeren. Opdracht 1 en opdracht 2 gaan daarbij in op de verifiëring van een foto, opdracht 3 gaat daarbij in op de verifiëring van een video. De volledige praktische opdracht is te vinden in bijlage III. De antwoorden van de praktische opdracht zijn te vinden in bijlage IV.

#### 4.3.1 Opdracht 1

In de eerste opdracht krijgen de journalistiekstudenten de taak om een foto van NU.nl te verifiëren, zie bijlage III – *Opdracht 1*. Onderaan het nieuwsbericht staat de bron van de foto vermeld: 123RF. Die kan de studenten helpen in het zoekproces. Maar het is opvallend dat slechts twee studenten de originele bron weten te achterhalen. De meeste studenten kunnen de foto niet vinden of hebben überhaupt geen idee wat ze moeten doen.

“Ja, heel erg, maar ik ga gewoon eerst in Google intypen hoe ik een foto moet verifiëren” (Student 3, Christelijke Hogeschool Ede).

“Ja, dan zou ik gewoon gaan bellen en vragen van: ‘Hé, hoe komen jullie aan die foto?’ Ja, ik zou niet weten hoe ik het anders moet aanpakken” (Student 10, Hogeschool Utrecht).

Hoewel de meesten meteen aangeven dat het om een stockfoto gaat – wat ze vaststellen op basis van het type foto –, weten ze niet waar ze de foto exact kunnen terugvinden. Degene die direct naar Google Reverse Image Search gaan, of via een zoektocht bij Google bij Reverse Image Search uitkomen, veranderen niet de zoekterm die Google aan de afbeelding hangt. Er moet hier wel bij vermeld worden dat deze studenten de bron 123RF onderaan het nieuwsbericht niet opgemerkt hebben.

De studenten die de auteur, genaamd Sheeler, wel gevonden hebben, zijn er beide via een andere weg gekomen. Eén student merkte wel de bron onderaan het nieuwsbericht op en is meteen naar de site van 123RF gegaan. Daar heeft hij de afbeelding geüpload. De andere student kon de foto niet vinden via Google Reverse Image Search, aangezien zij de zoekterm niet had aangepast. Via Google kwam ze bij

TinEye terecht: een tool die ze nooit eerder had gebruikt. Vanuit daar kwam zij wel op 123RF terecht en kwam zij ook bij Sheeler uit.

De studenten die de bron niet wisten te achterhalen, hebben wel verschillende pogingen gewaagd om de bron te vinden. Voorbeelden hiervan zijn als volgt: paginabron weergeven; afbeelding inspecteren; metadata zoeken via 'afbeeldingseigenschappen'; de titel van het nieuwsbericht googelen; pagina's als LinkedInprofielen bekijken die via Google Reverse Image Search naar boven zijn gekomen; via Google Reverse Image Search achterhalen of andere nieuwsartikelen een bron bij de afbeelding plaatsen. Vooral die laatste is daarbij interessant, aangezien studenten dus zoeken naar andere nieuwsmedia die zij betrouwbaar vinden om te beslissen of daar wel een bron wordt genoemd. Als dit het geval is, gaan zij er namelijk van uit dat die bron klopt. Daarnaast zijn sommige studenten dicht bij de bron, maar nemen zij genoegen met de vondst van 123RF.

"Ik zal eens kijken of je, als je op een plaatje klikt, of je bij de maker komt. Auteursrecht. Ja, het staat er wel bij. Dus dan denk ik inderdaad als je echt de moeite neemt om langer in hun catalogus te zoeken tot je dat plaatje vindt, dat je er dan wel achter kunt komen wie die foto gemaakt heeft [...] Ik weet niet hoe snel ik dat gevonden krijg. Dus ik ga voor nu wel even door naar de volgende. Maar uiteindelijk kom je er wel achter" (Student 9, Hogeschool Utrecht).

#### 4.3.2 Opdracht 2

Binnen deze opdracht is het de bedoeling dat de studenten twee taken uitvoeren. Ze krijgen een foto van Viraltje.nl te zien die genomen is in de straat van de Turkse ambassade in Den Haag, zie bijlage III – *Opdracht 2*. Aan de studenten wordt gevraagd of zij de bron van het beeld kunnen achterhalen. Ook wordt aan hen gevraagd of de foto wel echt in de straat van de Turkse ambassade is genomen, zoals genoemd wordt in het nieuwsbericht.

Sommige studenten geven wederom aan dat ze geen idee hebben wat ze moeten doen. Ook kunnen sommige andere studenten de afbeeldingen niet via Google Reverse Image Search vinden. Achteraf blijkt ook dat geen van de studenten op de hoogte is van het feit dat zij de zoekterm in Google aan kunnen passen nadat ze een afbeelding geüpload hebben. Een aantal studenten denkt dan ook dat de foto nergens anders gebruikt wordt, omdat Google de foto niet kan vinden.

"Hè? Night. Google geeft er een soort label aan. Maar deze foto wordt niet ergens anders gevonden. [...] Oké, ik ga ervan uit dat die niet ergens anders wordt gebruikt, omdat hij niet naar

boven komt in die Google Search, maar ik weet het niet zeker, omdat ik hier gewoon te weinig verstand van heb” (Student 14, Windesheim).

De studenten die de fotograaf, Daan van den Ende, wel hebben gevonden, zijn vaak rechtstreeks naar de website van Regio15 gegaan of hebben dit als zoekterm in Google ingevuld. Op de website van Regio15 vullen zij een zoekterm als ‘Turkse ambassade Den Haag’ in en komen op die manier bij het nieuwsbericht en de desbetreffende fotoreeks terecht. Daar vinden zij de fotografen die het beeldmateriaal hebben geschoten.

Via Google Maps gaan de journalistiekstudenten op zoek naar herkenningspunten, zoals het straatbord, het hek, de tramhalte, de vlaggen et cetera. Met een beetje zoeken komen zij op de plek of ongeveer op de plek terecht waar de foto is genomen. Op basis van die ontdekking constateren zij dat de foto daadwerkelijk in de straat van de Turkse ambassade in Den Haag is genomen.

Het is opmerkelijk dat sommige studenten aangeven dat ze, in het geval van opdracht 1 en opdracht 2, eerst met NU.nl of met Regio15 zouden bellen om te vragen waar zij de foto vandaan hebben gehaald. In dat opzicht werken zij dus niet met het internet, maar met traditionele journalistieke methoden om de bron te achterhalen. Daarnaast geven veel studenten aan dat nieuwsmedia wel transparanter mogen zijn over hun bronnen. Zo vinden ze dat NU.nl de bron duidelijker kan vermelden door deze direct onder de afbeelding te plaatsen. Bovendien vinden een aantal studenten dat nieuwsmedia aan slechte naamsverwijzing doen, aangezien Viraltje.nl nergens credits geeft aan de fotograaf. Verder zeggen een aantal studenten dat zij, vooral door de 2<sup>e</sup> opdracht, tot nieuw inzicht zijn gekomen.

“Ja, ik moet eerlijk zeggen... Je gaat er natuurlijk blind van uit dat die foto daarvan is. Dus ik vind dit wel een goede. Dit is wel een realisatiepuntje” (Student 7, Fontys).

### 4.3.3 Opdracht 3

In de laatste opdracht krijgen de journalistiekstudenten de taak om de authenticiteit van een video te achterhalen, zie bijlage III – *Opdracht 3*. Ongeveer de helft van de studenten kende de video al – deze video verschijnt namelijk regelmatig op internet met verschillende ondertitelingen –, maar de andere helft kende de video nog niet. In deze laatste groep werken studenten op diverse manieren om te kijken of de video ‘waar’ is. Zo luisteren ze bijvoorbeeld naar herkenbare woorden als ‘Trump’, ‘president’, ‘Mexico’ en ‘America’ om te bepalen of de ondertiteling overeenkomt. Ook kijken studenten naar de beeldkwaliteit, die volgens hen ‘te verouderd’ is om uit 2016 te komen. Hetzelfde geldt voor de kleding van de hoofdpersonen. Daarnaast bekijken de studenten het aantal weergaven, het aantal likes en de

reacties van de video, of gaan ze op zoek naar watermerken of verdere informatie over Studio Brussel en de Gazet van Antwerpen. Uiteindelijk komen een aantal studenten via de reacties onder de video of de content onder het nieuwsbericht uit bij de naam 'Risitas', die zij via YouTube of Google opzoeken, vaak in combinatie met de zoekterm 'original'. Slechts één student gaat te werk met Google Reverse Image Search, door een screenshot te maken van het hoofd van het hoofdpersonage. Hij constateert via Reverse dat de video 'onwaar' is, maar kan ook niet aangeven welke video de originele is. Veel studenten komen uiteindelijk op YouTube uit, waarbij zij ervan uitgaan dat de video 'Risitas - Las Paelleras (Original video with English Subtitles)' de originele video is, puur gebaseerd op het feit dat er in de titel 'original video' staat. Andere studenten komen uit op Wikipedia. Hoewel zij zelf al aangeven dat Wikipedia geen officieel betrouwbare bron is binnen de journalistiek, vertrouwen zij wel op de informatie die genoemd wordt.

"Ja, dan zie je dit. En dan staat op zijn Wikipediapagina vast wel iets over zijn filmpje. [...] Nou hier zie je dan... Dan geloof ik het wel. Dan denk ik dus, daar komt het vandaan. Dit programma. En dan is het dus een interview dat hij had gegeven. En dan hoef ik niet met dit per se de echte video te vinden met die uitzending zelf, maar dan geloof ik nu wel waar het vandaan komt en wat het is. [...] Van Jesús Quintero. En dan Ratonés Coloraos" (Student 16, Windesheim).

Ook hier geldt dat de journalistiekstudenten over het algemeen niet goed weten hoe ze kunnen constateren welke bron de originele is. En ook hier worden er traditionele journalistieke werkwijzen genoemd om te bepalen of de video juiste informatie bevat. Zo geven een aantal studenten aan dat ze een tolk zouden inhuren om te bepalen of de ondertiteling overeenkomt met wat er gezegd wordt. Ook geeft een student aan dat zij met Studio Brussel zou bellen om te vragen hoe zij aan de video komen.

Het is nog wel goed te benoemen dat een aantal journalistiekstudenten, die moeite hadden met het vinden van de originele bron, in eerste instantie aangaven dat zij dachten redelijk goed te zijn in online verifiëring. Daarentegen was er ook één student die dacht dat hij geen goede verificatievaardigheden had, maar juist wel degene was die in opdracht 1 de originele bron had achterhaald door 123RF op te merken in het nieuwsbericht van NU.nl. Ook zijn er een aantal studenten teruggekomen op hun eerder gegeven antwoorden dat zij dachten dat een foto makkelijker te verifiëren was. Zij geven aan dat zij een video toch makkelijker vinden om te verifiëren, omdat een video meer aanknopingspunten heeft, waardoor zij zowel beeld als tekst kunnen gebruiken in hun zoektocht naar de originele bron.



#### 4.4 Verificatietools

De journalistiekstudenten kennen allemaal Google Earth en Google Maps, maar de meeste studenten gebruiken dit nooit om beeldmateriaal mee te verifiëren. Een aantal studenten geven aan dat zij niet wisten dat ze deze tools daarvoor konden gebruiken. Slecht een enkeling heeft Google Earth of Google Maps eerder gebruikt, of gebruikt deze tools vaker om beeldmateriaal mee te verifiëren.

“Je kan snel zien of iets wel of niet overeenkomt met wat je op de foto ziet. Alleen de hoek is niet altijd even ideaal. De hoek van de foto is vaak net wat anders dan die op Google Maps of Google Earth. [...] je moet wel herkenningspunten hebben. Als je geen herkenningspunten hebt, dan raak je heel snel in de war” (Student 8, Fontys).

Google Reverse Image Search kennen de meeste journalistiekstudenten ook, maar de studenten geven ook aan dat zij deze tool nooit eerder of slechts een enkele keer eerder hebben gebruikt. Daarnaast laten een aantal studenten weten dat zij wel vaker gebruikmaken van Google Reverse Image Search, maar geven zij ook aan dat ze alleen de basisstappen onder de knie hebben. Zo wisten de meeste studenten niet dat zij de zoekterm, na de Google Reverse Image Search, kunnen aanpassen.

“[...] ik heb net een trucje gezien waarvan ik zie dat het veel makkelijker kan. Ja, ik ken de basics. Meer dan dat eigenlijk ook niet” (Student 8, Fontys).

Op het moment dat er geen resultaten bij Google Reverse Image Search naar boven komen, kan het daarentegen wel aanleiding geven voor iets anders.

“Soms heb je wel eens een bron en dan staat er alleen ‘Twitter’. Maar dan denk je wel: ja, wie van Twitter dan? En dan doe je dat en dan vind je wel gelijk het account enzo. En soms, als je echt niets vindt, dan geeft het nog wel aanleiding. Ook qua typen sites, dus dan weet je wel een beetje waar je moet gaan zoeken” (Student 16, Windesheim).

Verder worden er nog een aantal andere tools genoemd. Zo herkennen sommige studenten FotoForensics van naam, maar hebben zij de tool nooit of slechts één keer gebruikt. Ook TinEye wordt genoemd, die studenten kennen van naam, bij de praktische opdracht voor het eerst gebruikt hebben of al wel eens eerder gebruikt hebben. Tot slot kent één student Wolfram Alpha, maar zij gebruikt deze tool nooit. Daar zit niet per se een reden achter; uit gewoonte gebruikt ze altijd Google Scholar.

Over het algemeen maken de journalistiekstudenten geen gebruik van factcheckorganisaties. Hoaxmelding klinkt veel studenten bekend in de oren. Hoax-slayer, hoaxwijzer, Nieuwscheckers, Politifact en Snopes worden slechts één of een paar keer genoemd. De studenten geven aan dat ze deze organisaties wel eens voorbijzien hebben zien komen in hun studie of op Twitter, maar doen er verder weinig mee. Ze kunnen dan ook moeilijk aangeven wat ze van deze organisaties vinden. De studenten die Politifact wel echt gebruiken, vinden dit vooral interessant gedurende de verkiezingen.

Aangezien de studenten over het algemeen weinig tools en organisaties kennen, vinden zij het lastig om aan te geven of zij vertrouwen op dit soort typen diensten en organisaties. De meeste studenten geven aan dat het ligt aan de personen die achter de site zitten. Zeker als de website-eigenaren gespecialiseerd zijn, echte factcheckers zijn, of de tool of website er speciaal voor gebouwd is, zullen zij hier sneller op vertrouwen. Desondanks zullen zij niet snel volledig op een tool of site vertrouwen en is het een kwestie van onderbuikgevoel, gezond verstand en vooral zelf bellen.

De journalistiekstudenten hebben na de opdracht wel gemerkt dat het nog niet zo eenvoudig voor ze is om beeldmateriaal te verifiëren. Ze geven aan dat ze niet altijd goed te weten welke stappen ze moeten zetten, dat beeld verifiëren lastiger is dan het lijkt en dat ze beperktere mogelijkheden hadden dan ze dachten. De meesten geven dan ook aan dat ze beter op de hoogte hadden mogen zijn van de tools die beschikbaar zijn. Verder zouden tools zelf kunnen werken aan hun toegankelijkheid.

“Je zou eigenlijk één grote zoekmachine moeten hebben waarbij je al die tools waar jij het nu over hebt bij elkaar hebt. Wil je een foto checken? Sleep hem dan hierin. Nu moet je het allemaal een beetje zelf gaan uitvogelen” (Student 11, Hogeschool Utrecht).

“Het probleem is alleen dat heel veel foto’s die echt zijn op allerlei sites worden gebruikt. Dus je eerste twintig resultaten zijn Bizar.nl, Viraltje.nl en daarna komt pas een keertje... Dus wat gebruiksvriendelijk zou zijn, is dat ze bepaalde sites pinnen als die het hebben gebruikt. Want het zegt wel meer als de NOS het heeft gebruikt dan wanneer Bizar.nl het heeft gebruikt. Maar goed, dat is weer heel veel taken ophangen aan een Reverse Image, maar dat zou het wel gebruiksvriendelijk maken. Als je bepaalde sites hogergeplaatst krijgt, zodat je het wel kan checken. NOS gebruikt bronvermelding, Viraltje.nl niet helaas. Dus dat je op die manier ook zelf makkelijk kan verifiëren” (Student 4, Christelijke Hogeschool Ede).

Ook mogen nieuwsmedia transparanter zijn over hun bronnen.

“Dus transparantie, daar mag ook wel aan gewerkt worden bij sommige nieuwsmedia. Want die foto is natuurlijk niet aangekocht, anders zet je die tweet er niet bij. Die tweet hangen ze er gewoon aan en dan denken ze dat ze gewoon die foto kunnen jatten. Maar dat mag helemaal niet. Als je het doet, zet dan de naam van de fotograaf eronder. Dat doen ze ook al niet” (Student 11, Hogeschool Utrecht).

#### 4.5 Onderwijs

Op de hogescholen blijkt er niet veel aandacht te zijn voor verifiëring van beeldmateriaal. De journalistiekstudenten van de Christelijke Hogeschool Ede geven aan dat zij eerder in hun opleiding wel één of twee lessen hebben gehad over factchecken, maar dat hier in de opleiding geen nadruk op lag. Er werd sowieso weinig aandacht gegeven aan sociale media. Docenten zijn vaak ouder, waardoor studenten de indruk krijgen dat zij zelf vaak meer van sociale media afweten dan de docenten zelf. Bovendien geeft een student aan dat er vooral aandacht besteed wordt aan de negatieve kanten van sociale media, terwijl de positieve kanten wat achterwege blijven.

“[...] je krijgt ook wel mee van de opleiding dat je het wel kan gebruiken, maar echt heel... Ja, je rommelt daarna maar een beetje aan op zekere hoogte. Je krijg niet echt specifiek mee van: hiervoor kan je het inzetten, of zo kan je het goed gebruiken, of let hierop, of dat soort dingen. Dus er zou wel meer aandacht naar mogen. Ook naar het positieve deel ervan” (Student 3, Christelijke Hogeschool Ede).

Maar het blijkt ook dat de journalistiekopleiding van de Christelijke Hogeschool Ede inmiddels op de schop is gegaan en dat eerstejaars vanaf het begin al te maken krijgen met factchecken. Zelfs op de open dagen wordt factchecken gepromoot.

“Het eerste wat ze kregen op de Experience Day was: ‘Hier krijg je allemaal foto’s en video’s te zien, kun jij zien wat echt of nep is?’ Dat vond ik wel supergrappig, omdat dat nu echt een heel ding is. Omdat de journalistiek dus echt zo’n imago heeft van fake news, dat ze dat gelijk aanpakken door dat als thema te doen op een Experience Day” (Student 4, Christelijke Hogeschool Ede).

Ook bij de Fontys in Tilburg konden de journalistiekstudenten hun studie afronden zonder diep in te gaan op verifiëring van beeldmateriaal. Hoewel Fontys wel de factcheckclub Factory kent, konden studenten zich daar vrijwillig voor aanmelden. De opleiding besteedde voornamelijk aandacht aan juiste

bronvermelding, rechtenvrije foto's, creative commons en media-ethiek. Verifiëring van beeldmateriaal kwam niet zozeer aan de orde.

"[...] wij hebben daar weinig over gehad. Tuurlijk heb je het wel over de juiste bronvermelding en dat soort dingen, maar je hebt het niet over het verifiëren van bronnen op het moment dat je iets online moet gaan gooien of iets in de krant moet gaan zetten. [...] het kan zijn dat ze het nu door die toenemende online wereld wel proberen toe te passen in het lessysteem, maar dat is voor mij in ieder geval niet gebeurd. Misschien ligt daar ook wel een winstpunt voor de gehele journalistiekopleiding" (Student 7, Fontys).

"[...] toen ik hier op school kwam, was er geen Factory. Er waren geen factcheckoefeningen. Daar ben ik echt pas in het derde jaar mee in aanmerking gekomen. Maar nu krijgen de eerstejaars al daadwerkelijk factcheckopdrachten en verificatieopdrachten. En dan worden ze een beetje in het diepe gegooid dat ze moeten uitzoeken waar een foto gemaakt is en dan krijgen ze later les van hoe ze dat kunnen aanpakken" (Student 8, Fontys).

De laatstejaarsjournalistiekstudenten aan de Hogeschool Utrecht zitten in een verouderd curriculum, waar er weinig ruimte was voor sociale media en factchecken. Hoewel de studenten wel het vak Research kregen, ging dat voornamelijk over het opstellen en verwerken van rapporten en het bevragen van respondenten.

"Het is misschien wel verteld, maar nooit dat we ermee aan de slag moesten. Dan was het me wel bijgebleven" (Student 10, Hogeschool Utrecht).

"[...] ik heb in een curriculum gezeten wat volgens mij alweer vijf of zes jaar oud was. En dan zit je als vierdejaars tegen een curriculum van vier, vijf, zes jaar oud aan te hoppen, waar geen ruimte is voor: wat is social media? Hoe moet je ermee omgaan? Hoe zoek je dingen op? Hoe kan je het beste dingen factchecken? [...] en ik snap ook wel dat je het wil actualiseren en dat je niet ieder jaar hele nieuwe curricula kunt opstellen, maar er is niets zo veranderlijk als de journalistiek. Dus speel daar dan op in. Dus ik vind wel dat we daar meer les over zouden mogen krijgen" (Student 11, Hogeschool Utrecht).

Tot slot besteedt ook Windesheim weinig aandacht aan verifiëring. Daar krijgen studenten les over hoor en wederhoor, waar ze rechtenvrije foto's kunnen vinden en hoe creative commons werken. Qua beeld

besteedt de opleiding wel aandacht aan de manier waarop studenten zelf beeld kunnen bewerken, maar verificering komt niet aan de orde.

"[...] ik kan me toevallig een keer herinneren dat we een college hebben gehad in het tweede jaar ofzo, dat ging dan wel over dat journalisten ook zelf foto's kunnen bewerken. Dat ging toen over een treinongeluk en daar lag een stuk vlees van iemand. En dat kregen wij te zien. Maar op de volgende foto was dat stuk vlees in dezelfde kleur als de stenen die daar lagen, dus toen zag je dat niet meer. Dus daar hebben we er wel op die manier een college over gehad, dat journalisten zelf ook wel eens hun foto's bewerken om het publiek minder te schaden. En tuurlijk krijg je wel te horen dat je je bronnen moet checken, maar in mijn optiek gaat dat toch meer over mensen zelf. Dus de bronnen zelf. Waar komt dat vandaan? En niet per se over foto's en video's. Ik denk wel dat daar meer aandacht aan besteed mag worden eigenlijk" (Student 15, Windesheim).

Maar ook sociale media in het algemeen blijken weinig aan bod te komen. De studenten krijgen er wel les over, maar krijgen dit van docenten die zelf niet zijn opgegroeid met sociale media en er daardoor weinig verstand van lijken te hebben. Bovendien lijken sociale media ook nog steeds van ondergeschikt belang.

"Docenten zijn hier ook wel heel erg van, social media is heel belangrijk, je moet alles dubbel verifiëren, maar uiteindelijk is daar ook wel de makkelijkheid, van, 'Oh, maar het is social media, dat nemen mensen toch al minder serieus'. [...] Ze zeggen wel altijd heel makkelijk: 'Social media is een heel belangrijke bron, maar het is ook een gevaarlijke bron'. Dus ze zeggen ook altijd dat je goed moet controleren, maar daar houdt het dan wel bij op. Dan denk je wel: ja, hoe doe ik dat dan?" (Student 16, Windesheim).

De oplossing ligt voor de journalistiekstudenten van alle hogescholen voor de hand: laat het aan bod komen in de opleiding en laat studenten er daadwerkelijk mee werken. Opdrachten, zoals ze in de interviews aan bod kwamen, zouden ook in colleges behandeld moeten worden. Daarnaast is het van belang om jonge mensen aan het woord te laten die de studenten inspireren en die zelf veel verstand hebben van sociale media. Zeker redacteurs die zelf socialmediakanalen van redacties onderhouden, zouden ingehuurd kunnen worden voor gastcolleges, om zowel de positieve als negatieve kanten van sociale media uit te leggen. Verder geven de studenten aan dat het vooral belangrijk is om op de hoogte te zijn van de tools die er zijn om beeldmateriaal te verifiëren. Vooral de onwetendheid maakt verificering lastig.

## 4.6 Eerstejaars

In de onderzoeksgroep is per ongeluk een eerstejaarsstudent terechtgekomen. Aangezien veel laatstejaarsstudenten aangaven dat hun hogescholen de journalistiekopleiding hebben hervormd en er in het interview met de eerstejaarsstudent interessante resultaten naar boven zijn gekomen, is het relevant om de resultaten mee te nemen in de analyse. Deze paragraaf gaat daarbij dan ook in het bijzonder in op de antwoorden van deze eerstejaarsstudent.

De eerstejaarsstudent van Fontys laat weten dat er maar weinig mensen op de opleiding bezig zijn met Factory. Volgens hem zijn de verificatievaardigheden van zijn medestudenten dramatisch en zit het probleem vooral in het kritisch nadenken.

“Omdat we als generatie nog niet helemaal gewend zijn aan dat nieuwe internet. [...] Je gelooft de krant. En er is niet meer zo’n duidelijke distictie tussen wat de krant is en wat een Joop is, of een paar stappen verder een GeenStijl. Het zijn hele vage grenzen en het is ook veel makkelijker nu op het internet om mensen te zoeken die het met je eens zijn. [...] Mensen nemen van alles aan, zonder kritisch na te denken. En dat is ook hier op de opleiding. Dus ik weet ook niet of kritisch nadenken hier wordt geleerd” (Student 6, Fontys).

Bovendien laat deze student weten dat de colleges oppervlakkig zijn. Hij vertelt dat eerstejaarsstudenten moeite hebben met docenten die colleges geven over sociale media. Dat laatste lijkt dus niet alleen een punt van kritiek van laatstejaarsstudenten, maar lijkt ook in het huidige eerste jaar het geval.

“We hebben de eerste twee semesters factchecken gehad, maar een goede opdracht op zich... Ik weet niet of mensen er echt wat van geleerd hebben als ik mensen erover spreek. En social media, ja... Het is een beetje dubbel natuurlijk. Wat gaat een docent je nou vertellen over social media? Dat gevoel heerst wel. Daar herken ik me ook wel in hoor. En wat er wordt verteld tijdens de lessen Journalism Studies is dusdanig oppervlakkig... Ja, ik zou het er in een kwartier doorheen kunnen gooien, zo’n semester” (Student 6, Fontys).

Maar in vergelijking met de laatstejaarsstudenten heeft deze student binnen no time de foto’s en video uit de praktische opdracht geverifieerd. Deze eerstejaarsstudent geeft aan dat hij onder andere naar de resolutie van het beeld kijkt, aangezien de verwachting vaak is dat de foto met de hoogste resolutie het originele beeld is. Via Yandex uploadt hij de foto van de eerste opdracht, waarna hij meteen bij 123RF

uitkomt. Hij kiest expliciet voor Yandex, omdat Google alleen op zoek gaat naar exact dezelfde foto. Yandex zoekt daarentegen breder.

“Als ik een foto maak van een bepaalde hoek van een kerk en ik gooi die in Google, dan vind ik niet zoveel. Maar in Yandex vind ik die kerk gewoon” (Student 6, Fontys).

Via Yandex vindt deze student ook het beeld van de tweede opdracht; het beeld van de Turkse ambassade. En ook in Google Maps komt hij snel herkenningspunten tegen, waarna hij concludeert dat de foto in het gebied rond de Turkse ambassade is genomen.

In de laatste opdracht, de verifiëring van de video, laat de student weten dat hij de video al kent. Het zou volgens hem gaan over een talkshow en een ‘dish washer’. Nadat hij googelt op ‘origin Mexican man laughing video’, bevestigt hij zijn aanname en geeft hij aan dat het interview uit 2002 kwam.

Ondanks dat deze student makkelijk zijn weg weet te vinden op internet en de beelden uit de praktische opdracht snel kan verifiëren, stelt hij zelf wel de vraag of factchecken helpt. Uiteindelijk is het niet iets wat journalisten alleen moeten kunnen, maar moet er ook vertrouwen komen vanuit de nieuwsconsument.

“Ja, de vraag is of factchecken helpt. Dus het NRC factcheckt iets en dat staat dan op Facebook. En dan kun je in de comments kijken, en dan staat er: ‘Nou, de luxe media...’ En dan staat er best groot dat iets wel of niet klopt of whatever, maar het wordt gewoon niet geaccepteerd. Dus waarheid is helemaal geen begrip meer. Waarheid bestaat binnen agreement. Dus als wij allebei vinden dat iets waar is, dan is het pas waar. En dat zie je zeker nu in dat moderne medialandschap heel erg. Je kunt op Twitter eindeloos in discussie gaan over klimaatverandering, maar er zijn altijd mensen die zeggen: ‘Nee! Het is allemaal complot!’ [...] liever dat mensen de Telegraaf lezen en dat geloven. Dat is misschien wel een beetje biased, maar beter dat dan dat ze alle media afkeuren. Want de Telegraaf heeft een hogere integriteitswaarde dan een willekeurige blogger of jongens op Twitter. Dus we moeten weer gaan geloven in journalistiek, anders gaat het helemaal fout. (Student 6, Fontys).

# 5. CONCLUSIE

Dit hoofdstuk geeft antwoord op de onderzoeksvraag die binnen deze scriptie centraal staat: *“Welke ervaring hebben Nederlandse hbo-journalistiekstudenten met online verifiëring om de authenticiteit van foto- en videomateriaal vast te stellen?”* Het onderzoek is gebaseerd op een combinatie van een interview en een praktische opdracht met zeventien studenten van vier hbo-opleidingen. De resultaten van de interviews bevatten in de eerste plaats ervaringen, meningen en motieven omtrent sociale media en online verifiëring, maar de bevindingen zijn op veel punten zo eensluidend dat er ook voorzichtig kwantitatieve conclusies getrokken kunnen worden. Uit de resultaten is namelijk naar voren gekomen dat Nederlandse hbo-journalistiekstudenten weinig ervaring hebben met online verifiëring om de authenticiteit van foto- en videomateriaal vast te stellen. Het zou daarom onwaarschijnlijk zijn als er op hbo-opleidingen wel een substantieel aantal studenten te vinden is die goed zijn in beeldverificatie, terwijl dit niet in de onderzochte groep naar voren is gekomen.



## 5.1 Sociale media

Volgens de journalistiekstudenten kunnen journalisten sociale media goed gebruiken voor nieuws, bereik en promotie. Daarnaast kunnen ze goed ingezet worden als bron, ook voor het gebruik van beeldmateriaal. Beeldmateriaal is vooral handig, omdat journalisten zelf niet altijd toegang hebben tot bepaalde gebeurtenissen om daar beelden van te maken. Journalisten zijn zelf niet altijd ter plaatse. In dat geval bieden beelden van sociale media een uitkomst, aangezien die beelden wel voor iedereen toegankelijk zijn. Zeker in het geval van acute situaties als ongevallen, aanslagen of overlijdens vinden journalistiekstudenten sociale media relevant.

Toch zitten er volgens de studenten ook nadelen aan sociale media. Veel journalistiekstudenten geven toe dat zij het nog altijd lastig vinden om de betrouwbaarheid van informatie van sociale media vast te stellen. Sommige journalistiekstudenten geven aan dat zij überhaupt niet weten hoe ze beeldmateriaal van sociale media moeten verifiëren. Sociale media het volgens hen dan ook makkelijker om sneller onjuiste informatie te verspreiden. Ook zeggen studenten dat ze daardoor voorzichtig zijn in het gebruik van bronnen afkomstig van sociale media. Een andere reden voor hun voorzichtigheid heeft te maken met de rechten die gelden op de beelden. Het is volgens hen een vaag grijs gebied, voor zowel de journalist als voor de socialmediagebruiker. Betrouwbaarheid van bronnen gaat daardoor vaak gepaard met 'goed vertrouwen' en 'onderbuikgevoel'.

De studenten zien het gebruik van sociale media wel als een versterking voor journalisten, mits zij sociale media goed inzetten. Sociale media maken de journalistiek interessanter en breder: ze zijn goed om interactie te vergroten, om vaste volgers te bereiken en om meer informatie te verspreiden. Daarentegen is neutraliteit belangrijk, worden activistische houdingen niet gewaardeerd en tasten fouten de geloofwaardigheid van de journalist aan.

De conclusie over sociale media sluit aan bij eerdergenoemde theorieën, aangezien Rauchfleisch et al. (2017) al stelden dat beelden afkomstig van sociale media nuttig zijn voor journalisten, omdat zij zelf niet altijd toegang hebben tot bepaalde gebeurtenissen om daar beelden van te maken. Maar het is moeilijk om de betrouwbaarheid van user generated content te bepalen (Brandtzaeg et al., 2016), waardoor nieuwsmedia voorzichtig zijn in het gebruik van bronnen afkomstig van sociale media (Meulenbeld, 2015).

## 5.2 Verifiëring

Hoewel eerder de aanname was dat jongeren wellicht meer affiniteit hebben met verificatie omdat zij zijn opgegroeid in een internettijdperk, geven de journalistiekstudenten aan dat zij helemaal niet altijd zo behendig zijn volgens henzelf. Zij denken dat jongere generaties misschien wel beter zijn in verifiëring,

omdat deze generaties volledig zijn opgegroeid met sociale media en des- en misinformatie. Zelf geven de studenten aan dat zij het nog lastig vinden om te bepalen welke content zij kunnen vertrouwen.

De verificatievaardigheden van journalistiekstudenten zijn matig, waardoor zij moeite hebben om beeldmateriaal afkomstig van sociale media te verifiëren. Op het moment dat studenten niet weten hoe zij het materiaal moeten verifiëren, zoeken zij dit ter plekke op in Google. Daarnaast geven een aantal studenten aan dat zij zouden bellen naar bronnen in dergelijke situaties, omdat zij niet weten hoe ze het materiaal anders kunnen verifiëren. In dat geval zouden zij dus uitgaan van de traditionele journalistieke aanpak. Maar ondanks het gebrek aan onlineverificatievaardigheden zeggen journalistiekstudenten dat zij feitelijke correctheid ontzettend belangrijk vinden. Zij vinden het een absolute no-go om zo snel mogelijk informatie te publiceren zonder de inhoud te verifiëren. Snelheid brengt volgens hen in zo'n geval de betrouwbaarheid en de geloofwaardigheid van de journalist in gevaar. Eerst verifiëren, dan publiceren, is het motto. Het is volgens hen een van de manieren om des- en misinformatie tegen te gaan. Zelfs als journalisten publicaties later corrigeren, kan het kwaad al geschied zijn. Journalisten weten immers nooit welke lezers alleen het eerste en niet het tweede artikel lezen en daarmee dus verkeerd geïnformeerd zijn.

Toch zijn de antwoorden genuanceerder in het geval van breaking news en live blogs. Aangezien het publiek volgens een aantal studenten zo snel mogelijk op de hoogte gehouden wil worden – hoewel een aantal andere studenten dit in twijfel trekken – vinden zij het belangrijk om zo snel mogelijk informatie te verschaffen. Maar journalistiekstudenten zeggen ook dat zij wel altijd uit zouden gaan van officiële bronnen, zoals een overheid of politie, en nooit zomaar zullen vertrouwen op anderen. De journalistiekstudenten laten bovendien weten dat het altijd belangrijk is om transparant te zijn over bronnen. Het versterkt de betrouwbaarheid en de geloofwaardigheid van de journalistiek.

Aan de andere kant is er nog een trucje om snel te zijn, maar de betrouwbaarheid hoog te houden, ook op het moment dat materiaal nog niet geverifieerd is. Op het moment dat diverse media al een nieuwsitem besteden aan een bepaald onderwerp, is het als nieuwsmedium heel makkelijk om het nieuws toe te schrijven aan die andere nieuwsmedia. De invalshoek ligt dan niet op het nieuws, maar op het nieuws dat in andere media aan bod is gekomen. Mochten er dan toch onjuistheden naar voren komen tijdens het verificatieproces, is het voor journalisten of nieuwsmedia makkelijk om die onjuistheden naar de andere partij toe te schuiven.

Het is interessant hoe Nederlandse hbo-journalistiekstudenten aankijken tegen online verifiëring. Shapiro et al. (2013) stelden namelijk dat journalisten verifiëring als een continu proces zien dat doorloopt na elke publicatie. Jonge journalisten beschouwen publicaties daarnaast als een levend document dat zij continu kunnen bijwerken en aanpassen (Brandtzaeg et al., 2018). Deze theorieën zijn

in dit onderzoek niet naar voren gekomen. Geen van de studenten heeft aangegeven dat zij verificatie als een continu proces beschouwen, waardoor het onwaarschijnlijk is dat deze theorie prominent voorkomt onder Nederlandse hbo-journalistiekstudenten. De studenten geven aan dat verificatie over het algemeen iets is wat vóór publicatie hoort te gebeuren. En dat is opvallend, want feitelijke correctheid staat dus hoog in het vaandel bij zowel journalisten (Shapiro et al., 2013) als journalistiekstudenten, terwijl het ook ontbreekt aan basisverificatieprocedures bij journalisten (Rauchfleisch et al., 2017) en aan onlineverificatievaardigheden bij journalistiekstudenten. Wel zijn de antwoorden van de studenten genuanceerder in het geval van breaking news en live blogs. Een interessant gegeven voor Rauchfleisch et al. (2017), aangezien zij in het bijzonder onderzoek doen naar verificatieprocedures tijdens een crisis. Het zou zomaar kunnen dat nauwkeurigheidscntroles van journalisten sterker zijn in de dagelijkse routines dan tijdens de aanslagen die zij onderzocht hebben, juist omdat er dan meer tijd is om te verifiëren.

Maar er zijn ook overeenkomsten met de theorie. Nieuwsmedia hechten voor kranten en live blogs dezelfde waarde aan objectiviteit en professionaliteit, waardoor zij voor beide media een voorkeur houden voor gezaghebbende bronnen (Meulenbeld, 2015). Ook studenten zeggen alleen te vertrouwen op officiële bronnen. En in dat geval blijven de normen binnen de journalistiek behouden en blijven die normen ook belangrijk, zoals Singer (2008) aangaf in haar onderzoek. Tevens is transparantie van bronnen van belang, zodat de journalistiek zijn betrouwbaarheid en geloofwaardigheid hoog kan houden (Thurman & Walters, 2013).

### 5.3 Verificatietools

Aangezien journalistiekstudenten weinig ervaring hebben met online verifiëring, is het niet vreemd dat zij weinig verificatietools en factcheckorganisaties kennen. Als ze wel tools of organisaties kennen, hebben ze het vaak een keer voorbij zien komen, maar kunnen ze er geen goed oordeel over vellen. Google Reverse Image Search kennen de meeste studenten wel, maar het is opvallend dat een aantal studenten deze tool kennen vanwege Catfish, een MTV-programma, en niet per se van de opleiding.

Toch geven de journalistiekstudenten aan dat ze niet snel volledig op een verificatietool of factcheckorganisatie zullen vertrouwen. Wel zeggen de studenten dat de maker van een verificatietool of factcheckorganisatie een rol zal spelen in de beoordeling van de betrouwbaarheid van de tool of de organisatie. Dit vertrouwen is gebaseerd op de personen die achter de tool of organisatie zitten. Als de website-eigenaren gespecialiseerd zijn, echte factcheckers zijn, of de tool of website er speciaal voor gebouwd is, zullen zij deze sneller vertrouwen. Daarnaast lijkt vertrouwen gebaseerd te zijn op autoriteit, aangezien een aantal studenten binnen de praktische opdracht naar andere nieuwsmedia zochten om te kijken of ze daar de bron van het beeldmateriaal konden achterhalen. Ze vallen daarbij in het bijzonder

terug op grote, bekende nieuwsmedia. Op het moment dat betrouwbare nieuwsmedia een beeld publiceren, zullen zij dit sneller als juiste informatie aannemen dan wanneer bloggers iets publiceren.

Wardle (2014) stelde al dat geen enkele technologie user generated content met 100% zekerheid automatisch kan verifiëren, waardoor journalisten online tools altijd moeten combineren met traditionele journalistieke technieken. Maar zowel de journalistiekstudenten uit het onderzoek van Brandtzaeg et al. (2018) als Nederlandse hbo-journalistiekstudenten zullen nooit volledig op zo'n tool of dienst vertrouwen, ondanks dat ze dus nauwelijks op de hoogte zijn van de hulpmiddelen die het internet biedt.

## 5.4 Onderwijs

Ondanks dat er vooraf werd aangenomen dat hbo-journalistiekstudenten wel ervaring zouden hebben met verifiëring – mede vanwege het praktijkgerichte karakter van hbo-opleidingen –, lijkt dit niet zozeer het geval. Waar er eerder aan de orde kwam dat Hogeschool Utrecht (2018a; 2018b) een speciaal vak heeft opgezet voor verifiëring, blijkt dit vak onder een nieuw curriculum te vallen. De huidige laatstejaarsstudenten zaten in een verouderd curriculum waar verifiëring van beeldmateriaal nauwelijks aan bod kwam. Ook de Christelijke Hogeschool Ede, Fontys en Windesheim besteden weinig aandacht aan verifiëring van beeldmateriaal afkomstig van sociale media.

Binnen de hogescholen komen volgens de studenten vooral traditionele journalistieke handelingen aan bod, maar is er weinig ruimte voor diepgang betreft onderwerpen als sociale media en verifiëring. De journalistiekopleidingen besteden volgens journalistiekstudenten vooral aandacht aan het opstellen van onderzoeksrapporten, creative commons, hoor- en wederhoor, en andere standaard journalistieke praktijken. Dat is opvallend, want studenten zeggen zelf dat zij vaak nog voor de gek gehouden kunnen worden op het moment dat nieuws ook maar ietwat een geloofwaardig tintje heeft. Zeker in het geval van opdracht 2 van de praktische opdracht – het beeld van het gebied rondom de Turkse ambassade –, laten een aantal studenten weten dat zij tot nieuw inzicht zijn gekomen, omdat ze er vanzelfsprekend van uitgaan dat een dergelijk beeld 'waar' is.

Ook geven de studenten aan dat zij moeite hebben om informatie van docenten over sociale media aan te nemen. Er heerst onder studenten het gevoel dat zij zelf meer afweten van sociale media dan hun docenten, omdat zij zelf, in tegenstelling tot hun docenten, zijn opgegroeid met sociale media. Om die reden voelt het voor hen vaak dubbel om informatie van docenten aan te nemen.

De conclusie komt overeen met het onderzoek van Brandtzaeg et al. (2018) die in hun studie aangeven dat studenten nauwelijks op de hoogte zijn van hulpmiddelen die verificatie van content op sociale media ondersteunen. Het gebrek aan kennis is het gevolg van de opleiding van studenten: verificatie van inhoud

op sociale media heeft geen prioriteit en er is een gebrek aan competentie bij docenten (Brandtzaeg et al., 2018). Ook Caulfield (z.d.z.p.) liet al weten dat opleidingen vooral aandacht besteden aan onderwerpen als publiceren en produceren op internet. In Nederland blijkt daar bij hbo-journalistiekopleidingen hetzelfde aan de gang te zijn. Binnen de opleiding ontbreken concrete strategieën en tactieken die studenten nodig hebben om claims op bronnen te traceren en de betrouwbaarheid van bronnen te analyseren (Caulfield, z.d.z.p.).

Maar zoals in de studie van Kester & Ruigrok (2019) ook naar voren kwam, starten veel Nederlandse journalistiekstudenten een opleiding vanuit persoonlijke motieven en niet vanuit het idee om een bijdrage te leveren aan de samenleving. Het sluit aan op de antwoorden van journalistiekstudenten die ook in dit onderzoek hebben aangegeven dat zij verificering niet zo hard nodig hebben, omdat ze niet voor de 'harde' journalistiek gaan. Zij denken dan ook dat goede verificatievaardigheden wellicht gelinkt kunnen zijn aan specialiteit en eigen interesse.

## 5.5 Algemene conclusie

De vraag die binnen deze scriptie centraal staat, luidt als volgt:

*“Welke ervaring hebben Nederlandse hbo-journalistiekstudenten met online verificering om de authenticiteit van foto- en videomateriaal vast te stellen?”*

Nederlandse hbo-journalistiekstudenten hebben weinig ervaring met online verificering om de authenticiteit van foto- en videomateriaal vast te stellen. Binnen de opleidingen van hogescholen is er weinig diepgang voor onderwerpen als sociale media en online verificering, terwijl de studenten zelf aangeven dat het heel makkelijk is om onjuiste informatie te verspreiden via sociale media en dat het moeilijk is om de betrouwbaarheid van bronnen vast te stellen. En dat is opvallend, aangezien studenten wel aangeven dat sociale media een versterking kunnen zijn voor journalisten, mits zij sociale media op een juiste manier inzetten.

Bovendien zeggen de studenten dat ze het over het algemeen belangrijk vinden dat er vóór publicatie geverifieerd wordt. Maar als het op online verificering aankomt, weten studenten niet goed wat ze moeten doen. Sommige studenten hebben geen idee, andere studenten kennen alleen de basis. Zo wisten de meeste studenten ook niet dat zij de zoekresultaten kunnen aanpassen na een Google Reverse Image Search. Doordat de onderwerpen gering aan bod komen binnen de opleidingen, kennen de studenten maar weinig verificatietools en factcheckorganisaties die ze houvast kunnen bieden tijdens het onlineverificatieproces. Een aantal studenten zeggen dan ook eerder uit te gaan van traditionele journalistieke methoden als bellen, dan van online verificering, omdat zij daar te weinig vanaf weten.

# 6. DISCUSSIE

Er is gebleken dat Nederlandse hbo-journalistiekstudenten weinig ervaring hebben met online verifiëring om de authenticiteit van foto- en videomateriaal vast te stellen. Om ervoor te zorgen dat toekomstige laatstejaarsjournalistiekstudenten wel ervaring hebben met online verifiëring, liggen er kansen voor hbo-opleidingen om hierop in te spelen. De kansen die zij kunnen aangrijpen, komen in dit hoofdstuk aan de orde. Daarnaast zijn er uiteraard ook bij dit onderzoek kanttekeningen te plaatsen. Daarom gaat dit hoofdstuk ook in op de beperkingen van dit onderzoek.

## 6.1 Kansen

Hoewel jonge journalisten meer en vaker gebruikmaken van socialmediatools (Brandtzaeg et al., 2016), blijkt onder Nederlandse hbo-journalistiekstudenten ervaring van verifiëring ook nog lang geen gemeengoed. En dat terwijl het voor journalisten juist belangrijk is om verantwoordelijkheid te dragen voor verificatie (Brandtzaeg et al., 2018), zeker in een tijdperk waarin des- en misinformatie een groeiend probleem is (Rauchfleisch et al., 2017), user generated content niet altijd betrouwbaar is (Brandtzaeg et al., 2016), onjuiste informatie leidt tot een polariserend en wantrouwend publiek (Mihailidis & Viotty, 2017) en onjuiste informatie schadelijk kan zijn voor de democratie op het moment dat leugens en samenzweringstheorieën de nieuwsconsument proberen te beïnvloeden (Hazenberg et al., 2018). Het is dan ook vanzelfsprekend van belang dat journalistiekstudenten ervaring op moeten doen met verificatie, om die verantwoordelijkheid te kunnen dragen.

Niet alleen kennis van sociale media en verifiëring, maar ook kritisch nadenken zou gestimuleerd moeten worden op journalistiekopleidingen. Het zou bovendien nuttig zijn als hogescholen inspirerende socialmediajournalisten of -redacteurs inhuren die zowel de negatieve als positieve kanten van sociale media belichten. De studenten geven zelf al aan dat sociale media een versterking kunnen zijn voor de journalistiek, maar dan hebben studenten wel handvatten nodig om te weten op welke manier zij dit kunnen inzetten in hun werkzaamheden. Daarnaast kunnen hogescholen tijdens colleges praktische opdrachten inzetten – zoals de praktische opdracht die binnen dit onderzoek aan bod kwam – om de ervaring met online verifiëring op te schroeven. Alleen zo kunnen vaardigheden vergroot worden, kan des- en misinformatie ingeperkt worden en kan de journalistiek zijn betrouwbaarheid en geloofwaardigheid versterken.

Verder ligt er nog een winstpunt voor verificatietools in het algemeen. Verifiëring zou makkelijker gemaakt moeten worden, door de komst van één tool, waarin de eigenschappen van alle huidige tools samenkomen. Het zou nuttig zijn als er één tool is die de metadata toont, op zoek gaat naar vergelijkbare beelden op andere sites, andere perspectieven meeneemt, et cetera. Bovendien zou een dergelijke tool sites kunnen pinnen op betrouwbaarheid. Op het moment dat een journalist een beeld uploadt en deze te vinden is bij zowel de NRC als Viraltje.nl, zou een NRC hoger in de ranglijst moeten staan dan Viraltje.nl.

## 6.2 Beperkingen

Binnen deze scriptie is er een kwalitatief onderzoek uitgevoerd, met in het bijzonder semigestructureerde interviews. Hoewel er binnen de analyse met een codeerschema is gewerkt, komt er een zekere mate van interpretatie van de onderzoeker aan te pas. Die interpretatie kan het onderzoek onbedoeld beïnvloeden. Daarnaast is er in de interviews een praktische opdracht aan bod gekomen, die

inzicht biedt in de manier waarop studenten omgaan met het verifiëren van beeldmateriaal afkomstig van sociale media. Het doel van deze opdracht is om de gedachten van de studenten bloot te leggen en om hun stappen te volgen. De opdracht is niet ingezet als experimenteel onderzoek, terwijl dit wel een relevante methode is om hun vaardigheden te toetsen en te analyseren. Maar zoals genoemd, is deze scriptie niet zozeer gericht op de vaardigheden van de studenten, maar vooral op de ervaring van online verifiëring. Desalniettemin kan het van toegevoegde waarde zijn om deze vaardigheden expliciet te onderzoeken.

Dit onderzoek is gericht op journalistiekstudenten, omdat er werd aangenomen dat hun kennis vers is en zij hierna hoogstwaarschijnlijk aan de slag gaan als journalist. De vraag is of zij tijdens hun werkzaamheden op eenzelfde manier omgaan met verifiëring als zij in dit onderzoek aangeven. De studenten hebben hier aangegeven dat ze verifiëring prefereren boven snelheid, maar de vraag is of dit ook het geval is op het moment dat zij werkzaam zijn als freelancer of binnen een nieuwsmidium. Zeker in het laatste geval kunnen de methoden en het karakter van nieuwsmedia invloed uitoefenen op hun werkwijze. Bovendien kan tijdsdruk ervoor zorgen dat zij uiteindelijk op een andere manier met online verifiëring omgaan dan zij in dit onderzoek hebben aangegeven.

Daarnaast zou het voor vervolgonderzoek interessant zijn om dit onderzoek over vier jaar te herhalen. Aangezien de opleidingen hun curricula hebben veranderd, is de vraag of huidige eerstejaarsstudenten aan het einde van hun opleiding meer ervaring hebben met online verifiëring dan de huidige laatstejaars. Zij beschikken over vier jaar alle kennis – die volgens opleidingen relevant zijn – om aan de slag te kunnen als journalist. Wellicht zijn daar verschillen in te vinden nu de curricula zijn hervormd. Hoewel de eerstejaarsstudent die in dit onderzoek naar voren is gekomen het beeldmateriaal sneller verifieerde dan de laatstejaarsstudenten, kan er met één student geen uitspraak gedaan worden over een totale groep eerstejaarsstudenten. Aangezien het interview eind april is afgenomen, heeft deze student het eerste jaar nog niet afgerond. Het kan zijn dat deze onderwerpen dan ook later dit jaar of later in de opleiding uitgebreider aan bod komen, wat de ervaring van studenten vergroot. Daarnaast heeft deze student zich vrijwillig aangemeld bij Factory en is deze student de opleiding niet gaan volgen vanuit persoonlijke motieven, maar vanuit een kritische opvatting om als waakhond voor de samenleving te dienen. Het kan natuurlijk ook zo zijn dat de uiteindelijke verificatievaardigheden van andere eerstejaars, die vanuit andere motieven de opleiding zijn gestart, anders zijn.

Verder zou het interessant zijn om te kijken naar de verschillen tussen hbo- en wo-opleidingen. Kester & Ruigrok (2019) lieten in hun studie al weten dat masterstudenten meer dan hbo'ers journalistiek ambiëren vanuit een missiegevoel en meer vanuit de behoefte om een waakhond van de samenleving te zijn. In dat geval lijkt de eerstejaarsstudent die in dit onderzoek naar voren is gekomen ook een uitzondering op andere hbo-studenten. Het zou voor vervolgonderzoek interessant zijn om te



onderzoeken of er hier daadwerkelijk verschillen in te vinden zijn. Daarbij is het ook relevant om te kijken of er daadwerkelijk verschillen zijn in verificatievaardigheden van journalistiekstudenten die de opleiding vanuit persoonlijke motieven hebben gekozen of van journalistiekstudenten die een functie als waakhond ambiëren. Al met al is het toetsen van onlineverificatievaardigheden een relevant aspect, aangezien in deze scriptie vooral de ervaring van online verifiëring centraal staat.

- Barot, T. (2014). Verifying Images. In C. Silverman (Ed.), *The verification handbook: An ultimate guideline on digital age sourcing for emergency coverage* (pp. 35-41). Maastricht, The Netherlands: The European Journalism Centre.
- Buttry, S. (2014). Verification Fundamentals: Rules to Live By. In C. Silverman (Ed.), *The verification handbook: An ultimate guideline on digital age sourcing for emergency coverage* (pp. 15-24). Maastricht, The Netherlands: The European Journalism Centre.
- Brandtzaeg, P. B., Lüders, M., Spangenberg, J., Rath-Wiggins, L., & Følstad, A. (2016). Emerging journalistic verification practices concerning social media. *Journalism Practice, 10*(3), 323-342.
- Brandtzaeg, P. B., Følstad, A., & Chaparro Domínguez, M. Á. (2018). How Journalists and Social Media Users Perceive Online Fact-Checking and Verification Services. *Journalism Practice, 12*(9), 1109-1129.
- Browne, M. (2014). Verifying Video. In C. Silverman (Ed.), *The verification handbook: An ultimate guideline on digital age sourcing for emergency coverage* (pp. 47-53). Maastricht, The Netherlands: The European Journalism Centre.
- Bruns, A. (2008). 3.1. The active audience: Transforming journalism from gatekeeping to gatewatching.
- Caulfield, M.A. (z.d). *Web Literacy for Student Fact-Checkers*. Opgevraagd op 26 juni 2019 van <https://webliteracy.pressbooks.com/>
- Coffey, A. & Atkinson, P. (1996). *Making Sense of Qualitative data*. Thousand Oaks: Sage.
- Deuze, M. (2011). Media life. *Media, Culture & Society, 33*(1), 137-148.
- Deuze, M. (2012). *Media life*. Cambridge: Polity Press.
- Graves, L. (2013). *Deciding what's true: Fact-checking journalism and the new ecology of news*. Columbia University.
- Graves, L. (2016). *Deciding what's true: The rise of political fact-checking in American journalism*. Columbia University Press.
- Groenland, E. (2001). Online kwalitatief marktonderzoek. Een deerne van vele zinnen. Universiteit Nyenrode.
- Hazenberg, H., Hoven, J. van den, Cunningham, S., Alfano, M., Asghari, H., Sullivan, E., Fard, A.E. & Rodriguez, E.T. (2018). Micro-Targeting and ICT media in the Dutch Parliamentary system. Technological changes in Dutch Democracy.
- Hermida, A. (2012). Tweets and truth: Journalism as a discipline of collaborative verification. *Journalism Practice, 6*(5-6), 659-668.

- Hogeschool Utrecht (2018a). *Studiegids bacheloropleiding Journalistiek 2018-2019*. Opgevraagd op 18 januari 2019 van <https://husite.nl/studiegidsen/voltijd-bachelor-opleidingen/journalistiek/>
- Hogeschool Utrecht (2018b). *Bijlage cursusomschrijvingen Journalistiek Voltijd 2018-2019*. Opgevraagd op 18 januari 2019 van <https://husite.nl/studiegidsen/voltijd-bachelor-opleidingen/journalistiek/>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68.
- Koetsenruijter, W. & Hout, T. van (2014). *Methoden voor journalism studies*. Den Haag: Boom Lemma Uitgevers.
- Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2014). *The elements of Journalism. What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. United States: Three Rivers Press.
- Lee, C. S., & Ma, L. (2012). News sharing in social media: The effect of gratifications and prior experience. *Computers in human behavior*, 28(2), 331-339.
- Lewis, S. C. (2012). The tension between professional control and open participation: Journalism and its boundaries. *Information, Communication & Society*, 15(6), 836-866.
- Meulenbeld, D. (2015). *Live blogging: changing journalism. A comparison of sourcing practices in live blogs and newspapers during the 2014 Euromaidan Revolution in Ukraine* (masterthesis University of Groningen). Opgevraagd op 26 juni 2019 van [http://arts.studenttheses.ub.rug.nl/17672/1/MA\\_1902156\\_D\\_A\\_Meulenbeld.pdf](http://arts.studenttheses.ub.rug.nl/17672/1/MA_1902156_D_A_Meulenbeld.pdf)
- Mihailidis, P., & Viotty, S. (2017). Spreadable spectacle in digital culture: Civic expression, fake news, and the role of media literacies in "post-fact" society. *American Behavioral Scientist*, 61(4), 441-454.
- OECD. (2007). *Participative web and user-created content: Web 2.0, wikis, and social networking*. Paris: Organisation for Economic Co-operation and Development.
- Opendakker, R. (2006, september). Advantages and disadvantages of four interview techniques in qualitative research. In *Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research* 7(4).
- Paulussen, S., & Harder, R. A. (2014). Social media references in newspapers: Facebook, Twitter and YouTube as sources in newspaper journalism. *Journalism Practice*, 8(5), 542-551.
- Posetti, J. (2014). Trends in Newsrooms #3: Back to Basics with Social Media Verification. Opgevraagd op 19 februari 2019 op <https://blog.wan-ifra.org/2014/07/09/trends-in-newsrooms-3-back-to-basics-with-social-media-verification>
- Rauchfleisch, A., Artho, X., Metag, J., Post, S., & Schäfer, M. S. (2017). How journalists verify user-generated content during terrorist crises. Analyzing Twitter communication during the Brussels attacks. *Social Media+ Society*, 3(3), 2056305117717888.

- Remmers, N. & Groenland, E. (2006). De steekproeftrekking en de selectie van respondenten in commercieel kwalitatief onderzoek. In *Kwalon 113*, pp. 21-26.
- Rosen, J. (2006). *The People Formerly Known as the Audience*. Opgevraagd op 3 januari 2019 op [http://archive.pressthink.org/2006/06/27/ppl\\_frmr.html](http://archive.pressthink.org/2006/06/27/ppl_frmr.html)
- Ruetten, W. (2014). Foreword. In C. Silverman (Ed.), *The verification handbook: An ultimate guideline on digital age sourcing for emergency coverage* (p. 6). Maastricht, The Netherlands: The European Journalism Centre.
- Seidel, J. & Kelle, U. (1995). Different functions of coding in the analysis of textual data. *Computer-aided qualitative data analysis: Theory, methods and practice*, 52-61.
- Shapiro, I., Brin, C., Bédard-Brûlé, I., & Mychajlowycz, K. (2013). Verification as a strategic ritual: How journalists retrospectively describe processes for ensuring accuracy. *Journalism Practice*, 1(6), 657-673.
- Silverman, C. (Ed.). (2014). *Verification handbook: An ultimate guideline on digital age sourcing for emergency coverage*. European Journalism Centre.
- Singer, J. B. (2008). The journalist in the network: A shifting rationale for the gatekeeping role and the objectivity norm. *Trípodos. Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals Blanquerna.*, (23), 61-76.
- Thurman, N., & Walters, A. (2013). Live blogging—digital journalism’s pivotal platform? A case study of the production, consumption, and form of live blogs at Guardian. co. uk. *Digital Journalism*, 1(1), 82-101.
- Wardle, C. (2014). Verifying user-generated content. In C. Silverman (Ed.), *The verification handbook: An ultimate guideline on digital age sourcing for emergency coverage* (pp. 25-32). Maastricht, The Netherlands: The European Journalism Centre.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. *Council of Europe report, DGI (2017), 9*.
- Yeo, A., Legard, R., Keegan, J., Ward, K., McNaughton Nicholls, C. & Lewis, J. (2013). In Depth-Interviews. In Ritchie, J., Lewis, J., Nicholls, C. M., & Ormston, R. (Eds.). (2013). *Qualitative research practice: A guide for social science students and researchers*. Sage.