



# Breaking social media: De functie van sociale media bij breaking news op televisie



Daan Jongen | S1495623

Universiteit Leiden  
Masterthesis  
Journalistiek en Nieuwe  
Media

De functie van sociale media bij *breaking news* van televisie is onderzocht in een casus toegespitst op het verslag van de NOS en RTL Nieuws omtrent MH17. De rol van sociale media is onderzocht op basis van de functies die worden gegeven uit eerder onderzoek (Broersma & Graham, 2012) en geconstrueerde functies gebaseerd op een onderzoek dat *breaking news* definieert (Berkowitz, 1992). Daaruit is gebleken dat bestaande functies voor het analyseren van sociale media niet toereikend zijn. De geconstrueerde functies die herleid zijn uit een definiërend onderzoek met betrekking tot *breaking news* zijn in deze casus wel bruikbaar bij het analyseren van sociale media bij *breaking news* op televisie.

## Inhoudsopgave

Abstract	1
1.   <u>Inleiding:</u>	3
2.   <u>Theorie</u>	4
2.1   <u>Sociale media als nieuwsbron</u>	4
2.2   <u>Breaking news</u>	5
3.   <u>Methode</u>	9
3.1   <u>Metten van berichten op sociale media bij televisie</u>	9
3.1.1   <u>Broersma &amp; Graham</u>	10
3.1.2   <u>Berkowitz</u>	11
3.2   <u>Breaking news</u>	13
4.   <u>Analyse</u>	14
4.1   <u>Trigger en illustratie</u>	15
4.2   <u>Eerst brengen en bevestigen</u>	17
4.3   <u>Stabilisering en Normalisering</u>	20
4.4   <u>NOS vs. RTL</u>	24
4.5   <u>Functies</u>	26
5.   <u>Conclusie</u>	27
6.   <u>Literatuur</u>	29

## 1. | Inleiding

“We hebben hier een tweet van Malaysian Airlines en daar ziet u het staan (...) Malaysian Airlines heeft het contact verloren met de vlucht MH17 vertrokken uit Amsterdam. De laatst bekende positie was boven Oekraïne en details volgen nog.” Sociale media spelen niet alleen een steeds belangrijkere rol in het dagelijks leven, ook in de journalistiek zijn sociale media een essentiële en veelgebruikte tool. (Broersma & Graham, 2012). Op de nieuwsvloer is Twitter al een toegepast instrument en een belangrijk mechanisme om *breaking news* snel te brengen (Hermida, 2010). Journalisten maken veel gebruik van verschillende sociale media, zowel als instrument als distributiekanaal. Hoewel in de literatuur veel onderzoek is gedaan naar sociale media als bron in kranten (Broersma & Graham, 2010; 2012), is er bij *breaking news* nog geen onderzoek gedaan naar de rol van sociale media als bron. Zeker niet met betrekking tot televisienieuws. Dit terwijl het overkoepelende netwerk van sociale media in potentie toch een uitkomst zouden kunnen zijn bij *breaking news* waar, zeker in de eerste fases van het nieuwsproces, weinig bronnen aanwezig zijn. Een lastige situatie want het nieuws lijkt toch gebracht te moeten worden. *Breaking news* biedt namelijk een andere situatie voor journalisten dan normaliter: situaties waarbij gebruikelijke routines niet toereikend genoeg zijn (Berkowitz, 1992). In de literatuur wordt nog geen concrete koppeling gemaakt tussen de door Berkowitz (1992) gestelde elementen van *breaking news* en de potentiële rol die sociale media daarin kunnen spelen. In deze kwalitatieve casestudy zal gekeken worden naar welke rol sociale media nu eigenlijk spelen bij *breaking news* en wat hun functie is. Om die functie te duiden worden de functies van sociale media als nieuwsbron, zoals Broersma en Graham (2012) die stellen, gebruikt om dat te analyseren. Tevens worden de fases van *breaking news*, zoals herleid uit Berkowitz (1992), getoetst op toepasbaarheid met betrekking tot de rol en functie van sociale media bij *breaking news*. De onderzoeksvraag die daarbij gesteld wordt is de volgende:

OV: “*Wat is de functie van sociale media in de fase van breaking news bij het verslag van de NOS en RTL Nieuws van de vliegramp MH17?*”

Daarnaast staan in dit onderzoek twee thema's centraal. Ten eerste wordt gepoogd inzicht te geven in hoeverre de theorie van Broersma en Graham (2012) toepasbaar is op *breaking news* op televisie. Verder wordt onderzocht of de uit Berkowitz (1992) herleidde functies toepasbaar zijn om het gebruik van sociale media bij *breaking news* op televisie te analyseren. Daarom worden de volgende twee subvragen gesteld:

SV1: “In hoeverre zijn de vier functies voor het gebruik van sociale media zoals omschreven door Broersma & Graham (2012) toepasbaar op het analyseren van de functie van sociale media bij breaking news op televisie?”

SV2: “In hoeverre zijn de uit Berkowitz (1992) herleide functies van sociale media toepasbaar op het analyseren van de functie van sociale media bij breaking news op televisie?”

## 2. | Theorie

### 2.1 | Sociale media als nieuwsbron

Sociale media hebben heden ten dage een vaste plek verworven binnen het journalistieke takenpakket. Zo is het zoeken naar quotes op Twitter onderdeel geworden van de journalistieke routine terwijl het invoegen van tweets in kranten een gevestigde en geoorloofde manier binnen het journalistiek discours is geworden (Broersma & Graham, 2013). Twitter biedt journalisten een rijkelijk, snel en makkelijk toegankelijk aanbod aan bronnen die nooit beschikbaar zouden zijn in een wereld zonder sociale media (Broersma & Graham, 2012). Ooggetuigen kunnen direct informatie en foto's plaatsen op Twitter of Facebook en daarmee direct informatie verschaffen. Verslaggevers kunnen via Twitter real-time updates kunnen geven zonder dat ze hoeven te wachten tot ze live op televisie zijn. Het voordeel van sociale media in de journalistiek snijdt dus aan twee kanten: het biedt de nieuwsconsumenten sneller, vaker en recenter updates van verslaggevers, terwijl ooggetuigen die actief zijn op sociale media als een belangrijke rol kunnen spelen als bron in het proces van nieuwsgaring. Zo stelt Hermida (2010) dat Twitter een systeem is dat journalisten attent maakt op trends of nieuwsissues die (nog) niet zichtbaar zijn. Dat is te zien aan organisaties als Dataminr<sup>1</sup> die, weliswaar met behulp van logaritmen, gebruik maken van sociale media om nieuwswaardige gebeurtenissen te analyseren en lokaliseren.

Er is veel onderzoek gedaan naar hoe journalisten via Twitter verslag deden van gebeurtenissen als de Arabische Lente (Hermida, Lewis & Zamith, 2014) en de rellen in Londen (Vis, 2013). Echter ligt bij die onderzoeken de focus op hoe journalisten van Twitter gebruik maken terwijl er amper wordt gekeken naar welke rol sociale media als uiteindelijke bron spelen in de traditionele media. Toch zijn er onderzoeken waarbij de focus ligt op sociale media als nieuwsbron. Kim et al. (2014) onderzochten hoe journalisten Twitter gebruiken en concludeerden dat zij openbare tweets vaak als nieuwsbron gebruikten.

Ook Broersma en Graham (2012; 2013) onderzochten de functie van Twitter als bron in kranten. Daarbij onderscheiden ze vier functies: een *trigger* waarbij de tweet op zichzelf een

---

<sup>1</sup> Dataminr is een real-time informatie ontdekkingsbedrijf dat publieke tweets analyseert en klanten waarschuwt voor *breaking news*, grote gebeurtenissen, onzichtbare content en opkomende trends <https://www.dataminr.com/technology/>

nieuwswaardig karakter had en aanleiding was voor een nieuwsbericht (1). Een illustratie betreft een bericht waarbij de tweet een illustrerend, niet essentieel onderdeel van het bericht was dat indien het weggelaten werd niet zou af doen aan de context van het verhaal (2). Bij een standalone gaat om een tweet die in een vaste rubriek voorkomt (3). Van een Q&A is sprake wanneer de tweets in een vraag-antwoordstructuur geplaatst worden (4). De onderzoekers concluderen dat tweets een reguliere gebruikte bron zijn bij krantenjournalistiek. Hoewel bij deze onderzoeken het gebruik van sociale media als bron in kranten werd geanalyseerd, zouden de functies zoals die geconstrueerd zijn, ook toe te passen zijn bij een analyse van sociale media als bron op televisie. Dit omdat de berichten op die sociale media zelf geanalyseerd worden. Het gaat slechts om de functie van de bron die losgekoppeld kan worden van het medium waarin het is verschenen.

## 2.2 | *Breaking news*

Het proces van nieuwsproductie in de journalistiek lijkt over het algemeen een routineklus te zijn. Een journalist weet voor welke onderwerpen hij welke bronnen moet benaderen en is bekend met de werkwijze die nodig is om van losse informatie een nieuwsitem te produceren. Soms zijn er situaties waarbij die routines niet toereikend genoeg zijn. Zo gebeurde dat ook in het geval met de berichtgeving omtrent de crash van MH17. Het NOS Journaal kwam met een extra bulletin gebaseerd op slechts één persbericht van het Russische persbureau Interfax en probeerde de kijkers live vanuit de studio updates te geven zoals die in feite op de redactie binnenkwamen. Een schoolvoorbeeld van *breaking news*.

Sociale media bieden in het geval van breaking nieuws een uitkomst door het gebruiksgemak en de mogelijkheid tot het delen van informatie via links, foto's, video of audio. Sociale media spelen dan ook een belangrijke rol als het gaat om *breaking news*-situaties (Bruns & Burgess, 2012). Gezien het feit dat sociale media een bijzonder snelle verspreiding van informatie faciliteren, bieden ze een zeer bruikbare uitkomst bij *breaking news* (Broersma & Graham, 2013).

Berkowitz (1992) omschrijft *breaking news* als *what-a-story news* waarbij er een drastische verandering plaatsvindt van het dagelijkse werkritme naar een 'stop-de-persensituatie'. Hoewel dit artikel van Berkowitz uit 1992 komt en er veel veranderingen hebben plaatsgevonden in het medialandschap in de afgelopen tweeëntwintig jaar, is het onderzoek nog steeds relevant. Het nieuwsproces dat Berkowitz namelijk schetst bij *breaking news* is nog steeds van toepassing. Uit de procesbeschrijving in het onderzoek zijn drie fases te herleiden die van toepassing zijn bij de werkwijze van *breaking news*: (1) brengen van het nieuws, (2) het bevestigen van nieuws en (3) het

bieden van perspectief. Het brengen van het nieuws is de eerste fase bij verslaggeving tijdens *breaking news*. Iets is pas net bekend geworden en er is nog amper informatie over de toedracht, terwijl een nieuwsorganisatie het nieuws toch graag wil brengen. In de analyse van Berkowitz schetst hij dit als een extra bulletin vanuit de studio, gebaseerd op slechts één persbericht. In de volgende fase waarbij het nieuws bevestigd wordt, zijn de eerste verslaggevers ter plaatse. Ze hebben nog met niemand gesproken maar kunnen al wel, live op televisie, hun eigen eerste indruk beschrijven. Met beelden van de betreffende locatie op de achtergrond en het verhaal van de verslaggever wordt het verhaal bevestigd. In de derde fase komen de meest relevante personen voor het verhaal aan het woord. Het gaat hier vaak om familieleden van slachtoffers aan het woord of is er een persconferentie van een burgemeester. Deze voorbeelden bieden het perspectief van het verhaal aan de kijker. Berkowitz (1992) beschrijft dat hierna de situatie weer langzaam omvormt tot de routine van het journalistieke werk. Improvisatie is in het gehele proces belangrijk, maar is niet van dergelijke invloed dat het tot een nieuwe manier van verslaggeving leidt.

Hoewel sociale media een mogelijke goede uitkomst zijn bij het verslaan van *breaking news*, blijken die verslagen niet altijd ten goede te komen van de kwaliteit van de journalistiek die bedreven wordt. *Breaking news* wordt namelijk steeds makkelijker voorspelbaar en geroutineerd. *Breaking news* bevat minder informatie en is minder onafhankelijk dan gewone nieuwsitems. De keuze om voor meer *breaking news* verslaggeving te kiezen is inherent aan een daling van de kwaliteit van journalistiek (Lewis & Cushion, 2009). De kwaliteit en adequaatheid van nieuws is afhankelijk van mediaroutines en de mogelijkheid op een goede voorbereiding van de verslaggeving. (Nord & Strömbäck, 2006). Tevens zou die lage kwaliteit gerelateerd kunnen zijn aan het omroepsysteem. In het huidige medialandschap waarin het zowel voor commerciële als publieke omroepen om kijkcijfers gaat, is *breaking news* namelijk een lastige afweging: aan de ene kant wil een nieuwszender zo snel mogelijk met de berichtgeving aanvangen omtrent het onderwerp maar aan de andere kant moet er, los van het nieuws zelf, voldoende informatie paraat zijn die met kijkers/luisteraars gedeeld kan worden. Terugkoppelend naar de eerste berichtgeving van MH17 bij de NOS is dat duidelijk terug te zien. Er werd een keuze gemaakt om direct live op zender te gaan terwijl de parate informatie in feite niet toereikend genoeg was voor een bulletin. Indien het inhoudelijk vergeleken zou worden met een 'routinebulletin', dan zal naar alle waarschijnlijkheid blijken dat daar meer informatie gegeven wordt omdat er simpelweg meer tijd was voor research en productie. *Breaking news* leidt tot een compleet andere werksituatie dan die journalisten kennen bij routinenieuws. Berkowitz beschrijft de journalistieke routine in zijn analyse van een casus waarbij in Amerika een vliegtuigje neerstort op een hotel als volgt: "Zodra

redactieleden realiseerden dat het om een vliegtuig en een hotel ging, stopte iedereen in de vergadering met discussiëren over routinenieuws-items en spoedde naar hun nieuwsdesk die vanaf dan als commandopost diende.” (Berkowitz, 1992). Tuchman (1978) omschrijft *breaking news* als een hedendaagse journalistieke techniek die kijkers erop attendeert dat het verslag onverwacht, ongepland en nog ontvouwend is.

Wat betreft het onderwerp *breaking news* schiet de bestaande literatuur tekort op een aantal punten. Het probleem in de bestaande literatuur omtrent *breaking news* is dat het bijna altijd wordt gekoppeld aan *live coverage* of *24-hour news cycle* (Miller & Leshner, 2007; Lewis & Cushion, 2009; Lewis, Cushion & Thomas, 2005; Tuggle & Huffman, 2001; Tuggle, Huffman & Scott, 2007;). Daarnaast ligt bij veel onderzoeken de focus op de Amerikaanse en Britse televisiecultuur. Anders dan in Nederland zenden de Amerikaanse en Britse nieuwszenders 24 uur per dag uit en bovendien wordt er veel vaker van *breaking news* gesproken. Ook de koppeling tussen sociale media en *breaking news* blijkt weinig voor te komen. Petrovic et al. (2013) proberen wel de koppeling te maken tussen sociale media en *breaking news*. Echter ligt de focus bij hun onderzoek meer op de vergelijking tussen Twitter en reguliere nieuwsbronnen. Petrovic et al. (2013) onderzochten in hoeverre de onderwerpen die via Twitter en reguliere nieuwsbronnen naar voren komen met elkaar overeenstemmen. Het onderzoek van Murata (2007) naar de detectie van *breaking news* via zoekmachines is volledig toegespitst op *breaking news*, terwijl er in de theorie geen duidelijke definitie van wordt gegeven. Hetzelfde geldt voor het onderzoek van Zhang (2007) naar mediaberichtgeving omtrent de oorlog in Irak en SARS in 2003. De conclusie draait om *breaking news* maar ook in het hele artikel is geen definitie van *breaking news* terug te vinden. Saltzis (2012) deed onderzoek naar online *breaking news* met betrekking tot de consequenties van constante aanpassingen van nieuws online. Hoewel hij refereert naar Lewis en Cushion (2009) ontbreekt ook hier een duidelijke definitie van *breaking news*.

Hoewel de term ‘*breaking news*’ niet als dusdanig gebruikt wordt, koppelt Bouvier (2007) het verslag van de aanslagen van 11 september 2001 aan het door Fiske (1996) omschreven fenomeen *media event*. Bouvier linkt het aan de kenmerken die Dayan en Katz (1992) schetsen om een dergelijk media-event te omschrijven. De onderzoeker filtert drie hoofdkenmerken: Het media-event moet uitzonderlijk en buitengewoon zijn. Daarbij zou het moeten gaan om een historisch moment, erkend door omroepen en publiek. Betrekkend op de case van MH17 kunnen we stellen dat dat hier het geval is. Koning Willem Alexander benadrukte in een speech dat deze gebeurtenis een litteken in de samenleving achterlaat (Koning: Ramp is litteken, 2014). Het feit dat de omroepen een dergelijke situatie zien als buitengewoon, wordt bevestigd door het

uitstellen van de vaste programmering. De programmering werd in het geval van MH17 onderbroken door verschillende journaals. Eveneens zou er in meerdere landen of zelfs globaal aandacht moeten zijn voor het media-event en zouden correspondenten vanuit hun land de reacties op het media-evenement verslaan. Ook dat is in het geval van MH17 aan de orde. Ten tweede moet er sprake zijn van een dermate grote impact van het *media-event* en het verslag ervan. Het *media-event* verstoort de dagelijkse routine en representeert een monopolistische interruptie. Tevens ontstaat er een situatie waarbij men gezamenlijk naar het nieuws kijkt. Op het werk gaat de tv aan en de routine verdwijnt zoals die ook aan de andere kant bij de journalistiek verdwijnt. Ten derde moet de aard van de uitzending live zijn, een hoog dramatisch gehalte hebben en aandacht besteden aan heroïsche verhalen en die van individuen. Wederom zijn deze factoren herkenbaar bij het verslag van MH17. Klaarblijkelijk zijn er kenmerken uit te destilleren die betrekking hebben op *breaking news*, maar ook hier is geen duidelijke definitie gegeven die duidelijkheid biedt over wanneer het begint, gaande is en eindigt. Inhoudelijk worden er ook geen grenzen gesteld, maar louter kenmerken gegeven.

In het onderzoek van Olsson, Nord en Falkheimer (2015) wordt voortgeborduurd op de bevindingen van Berkowitz (1992) en Tuchman (1978) door crisisnieuws vanuit een *buiten-de-media*-perspectief en *binnen-de-media*-perspectief te bekijken. Het *buiten-de-media*-perspectief crisis nieuws wordt gezien als gebeurtenissen die als crisis worden ervaren door de betrokken actoren terwijl het door de journalisten die het nieuws brengen als een routineonderdeel wordt gezien. Het *binnen-de-media*-perspectief wordt gezien als een situatie die ook door de journalisten als een crisis wordt beschouwd. Situaties die gekarakteriseerd worden door een hoge mate van verassing en onzekerheid. Nord en Strömbäck (2006) definieerden in hun onderzoek vier verschillende typen nieuws waarbij rekening werd gehouden met twee variabelen: mediaroutine en mediavoorbereiding, waarbij voor beiden gescoord kon worden op goede en slechte mogelijkheid tot voorbereiding. Hieruit werden vier verschillende typen nieuws gefilterd.

		Media Preparations	
		Bad	Good
Media Routines	Bad	Type I (new and surprising events)	Type II (new but expected events)
	Good	Type III (surprising events that have happened before)	Type IV (expected events that have happened before)

FIGURE 1 Media and crises (Nord & Strömbäck, 2006, p. 89).



Het eerste type betreft nieuws dat nooit eerder voor is gekomen en als verrassend wordt beschouwd. De onderzoekers geven als voorbeeld de aanslagen van 11 september 2001 (Nord & Strömbäck, 2006, pp. 89-90). Het tweede type nieuws is nieuw maar verwacht. Een nog nooit eerder voorgekomen situatie waar de media goed op voorbereid zijn. Het geponeerde voorbeeld in dit geval betreft de Eerste Golfoorlog van 1991. Het derde type heeft betrekking op verrassende situaties die al wel eerder zijn voorgekomen. Hierbij worden situaties gekoppeld als vliegtuigongelukken, aardbevingen en overstromingen. Het laatste type betreft zowel een goede routine als een goede voorbereiding. Indien de case van MH17 gekoppeld wordt aan de omschrijvingen van verschillende soorten crisis nieuws zou deze te scharen zijn in categorie III. Hierbij is dus sprake van een slechte voorbereiding en een goede routine. Terugkoppelend naar Berkowitz (1992) zou je kunnen stellen dat die slechte voorbereiding invloed heeft op de mate waarin de routine weer overhand neemt. Door de slechte voorbereiding is er gebrek aan routine omdat er simpelweg te weinig informatie voorhanden is voor goede verslaggeving. Echter, gezien het feit deze situaties eerder zijn voorgekomen kunnen bekende autoriteiten en bronnen worden geraadpleegd waardoor de routine sneller herstelt dan in het type 1 nieuws.

### **3. | Methode**

In dit onderzoek zal worden onderzocht op welke manier sociale media gebruikt worden tijdens *breaking news*. Daarbij wordt specifiek gekeken naar het verslag van de NOS en RTL Nieuws van de vliegcrash van MH17. Van alle bulletins in de 24 uur na de ramp zullen alle berichten van sociale media die zijn verschenen worden geanalyseerd. Daarbij wordt gekeken naar de functie, context en inhoud van het bericht. Gezien het feit er naast op Twitter ook gebruik is gemaakt van berichten op lokale sociale media zoals VKontakte is gekozen om alle berichten op de sociale media mee te nemen in de analyse. Bij de analyse wordt rekening gehouden met verschillende factoren. Zo wordt geanalyseerd van welk sociaal medium het bericht afkomstig is, of het één of meerdere berichten zijn en of het wordt opgelezen (quote) of dat er beeld bij wordt gebruikt. Tevens wordt gekeken naar de manier waarop het bericht gepresenteerd wordt en of het bericht al eerder in de berichtgeving is voorgekomen. De inhoud van het bericht wordt beknopt omschreven.

#### **3.1 | Meten van berichten op sociale media bij televisie**

Omdat er in de literatuur nog geen onderzoek is gedaan naar de rol van sociale media bij *breaking news* op televisie en er naast het artikel van Berkowitz (1992) weinig literatuur is die *breaking news*

loskoppelt van *live coverage*, wordt in dit onderzoek op een kwalitatieve manier een analyse gemaakt van de functie van sociale media bij het verloop van *breaking news*. Zo wordt gekeken of de functies zoals Broersma en Graham (2012) die stellen toepasbaar zijn op sociale media bij *breaking news* maar ook of de fases van Berkowitz (1992) als leidraad genomen kunnen worden om de functie van sociale media te analyseren. Om de hoofdvraag te kunnen beoordelen en daadwerkelijk iets over de functie van sociale media te kunnen zeggen wordt elk bericht gescoord op welke van de vier door Broersma en Graham (2012) geselecteerde functies (trigger; standalone; Q&A; illustratie) het in te delen is. Hetzelfde geldt voor de drie fases van Berkowitz (1992) die herleid als functie geanalyseerd worden. Op die manier is uiteindelijk te concluderen of de functies voor sociale media zoals Broersma en Graham stellen toepasbaar zijn op sociale media bij *breaking news*. Daarbij worden dezelfde scoringsvoorwaarden toegepast zoals bij het coderen in hun onderzoek.

### 3.1.1 | Broersma & Graham

Omdat nog geen specifiek onderzoek is gedaan naar de functie van sociale media bij *breaking news* op televisie, wordt gekeken of de functies die Broersma en Graham (2012) hebben geconstrueerd toepasbaar zijn op sociale media bij *breaking news* op televisie. Hoewel de onderzoekers berichten op sociale media in kranten analyseren, worden de berichten zelf geanalyseerd en staat de analyse los van de context of het medium waarin ze verschijnen.

De vier functies die Broersma en Graham (2012) schetsen zijn (1) trigger, (2) standalone, (3) Q&A of (4) illustratie. Een trigger zal bij de analyse van een bericht op sociale media in de uitzending omtrent MH17 gescoord worden indien het bericht nieuwe informatie brengt. Het proces van *breaking news* en de verslaggeving ervan is opgebouwd uit een opeenstapeling van brokjes informatie die tot een steeds completer beeld van de situatie leiden. Zo is een tweet van de adviseur van de Minister van Buitenlandse Zaken van Oekraïne die verklaart dat het vliegtuig van 10 kilometer hoogte is neergeschoten en er geen overlevenden zijn, een trigger omdat er nieuwe informatie geboden wordt.

Hoewel er bij *breaking news* geen ruimte is voor een vaste rubriek omdat de routine niet aanwezig is en het simpelweg ongepast zou zijn, wordt het lastig om berichten op sociale media bij verslaggeving van *breaking news* op tv te scoren als standalone. Echter zou wel gesteld kunnen worden dat er gekozen wordt voor een bepaalde vorm van verslaggeving met terugkerende elementen. Zo zou een journalist die in de buurt is en meetwittert een terugkerend onderdeel van de verslaggeving kunnen vormen. In een dergelijk geval worden zulke berichten gescoord als standalone.

Ook de Q&A zoals die bij Broersma en Graham (2012) wordt gebruikt lijkt in eerste instantie niet bijzonder toepasbaar omdat het gaat om een vraag-en-antwoordconstructie. Wanneer er echter gekeken wordt naar berichten op Facebook of Twitter, dan wordt er vaak gereageerd. Dat kunnen reacties zijn die even belangrijk zijn als het bericht zelf. Indien er bij de verslaggeving een reeks berichten wordt getoond waarbij op een ander bericht op sociale media direct gereageerd wordt, zal het bericht gescoord worden als Q&A.

Een bericht wordt geanalyseerd als illustratie indien het een beeldende functie heeft maar, zoals Broersma & Graham stellen, niet dermate van belang is dat indien het wordt weggelaten er geen context verloren gaat. Indien dit wordt betrokken op het proces van *breaking news* is dat het geval bij herhalende beelden van de situatie. Er wordt geen nieuwe informatie gebracht omdat het al eerder is getoond en uitgelegd. Daarnaast heeft het een 'illustreerend' functie voor de verslaggeving. Tevens zijn quotes van instanties of personen die hun medeleven betuigen eveneens een illustratie. Ondanks dat de tweet van de Premier van Maleisië weliswaar nog niet eerder is getoond, is zijn medeleven geen nieuwe informatie omtrent de crash zelf. Indien de tweet weggelaten zou zijn, zou er geen context verloren gaan van de toedracht en huidige situatie van MH17.

Kort samengevat zijn berichten op sociale media die nog niet eerder vertoonde informatie in het verslag verstrekken een (1) trigger. Tweets of andere berichten op sociale media die in het verslag binnen een vaste vorm terugkeren gescoord als (2) standalone. Indien sociale media aan de hand van een vraag-antwoordstructuur gepresenteerd worden zullen deze gescoord worden als (3) Q&A. Berichten op sociale media die geen harde nieuwsfeiten over de toedracht brengen maar eerder perspectief bieden en bij weglating geen afbreuk aan de context doen, worden gescoord als (4) illustratie.

### **3.1.2 | Berkowitz**

De drie fases die herleid zijn uit Berkowitz (1992) (brengen; bevestigen; bieden van perspectief) zijn variabelen waarop berichten van sociale media gescoord worden als functie. Hoewel Berkowitz (1992) deze fases niet bedoeld heeft als functie van nieuwsberichten, ogen deze drie goed toepasbaar. Omdat bij *breaking news* steeds brokjes informatie worden gegeven voordat correspondenten ter plaatse zijn en andere bronnen beschikbaar worden, kan beargumenteerd worden dat sociale media als bron steeds als nieuw nieuwselement gepresenteerd worden. Om die reden zouden berichten van sociale media bij *breaking news* op die herleidde functies gescoord kunnen worden.

Om de mate van betrouwbaarheid van de coderingsschaal die herleid is uit de drie fases van Berkowitz (1992) te berekenen hebben twee onafhankelijke beoordelaars de te analyseren berichten van sociale media daarop beoordeeld waarna een intercodeursbetrouwbaarheidsanalyse is voltrokken. Daaruit komt naar voren dat die betrouwbaarheid zeer hoog ( $\alpha=.92$ ) is en dus gesteld kan worden dat de schaal om de functies van sociale media bij *breaking news* op te beoordelen die in dit onderzoek geconstrueerd is als betrouwbaar wordt geacht.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,918	,918	2

Door de herleidde functies van Berkowitz te analyseren, kan uiteindelijk beter inzicht verkregen worden met betrekking tot de rol van sociale media bij *breaking news*. Zo wordt een bericht op sociale media dat een compleet nieuw nieuwsfeit brengt gescoord op de eerste functie, (1) brengen. Indien er een bericht volgt vanuit een ander persoon of andere instantie dat inhoudelijk consistent is met het eerder gebrachte nieuwsfeit gescoord als (2) bevestigen. Dit is consistent met de tweede fase van Berkowitz die dat beschrijft als berichten van correspondenten. In feite zijn in dit geval relevante personen of instanties die communiceren via sociale media zelf (burger-)journalisten. Dit gezien het feit zij updates presenteren en over meer informatie beschikken waar ze dichtbij zijn of over relevante, nog niet bekende informatie beschikken. Bij de derde functie worden berichten op sociale media vanuit instanties of personen die inhoudelijk gezien statements met betrekking tot het voorval betreffen of herhalingen van eerdere berichten gescoord als het (3) bieden van perspectief. Dit is consistent met de derde fase van Berkowitz waarin statements en steunbetuigingen voorkomen.

Op die manier worden de eerste tweets die als bundel besproken worden in het bulletin gecategoriseerd als (1) brengen van nieuws, wordt een besproken tweet van Malaysian Airlines gecategoriseerd als (2) bevestigen en wordt diezelfde tweet op beeld gecategoriseerd als bieden van (3) perspectief. Omdat *breaking news* gezien kan worden als een verhaallijn met steeds nieuwe brokjes informatie, wordt iets wat nog niet besproken is gecategoriseerd als nieuws brengen (1). Een nieuw bericht dat gekoppeld kan worden aan een eerder bericht of het herhalen van dat bericht (1) wordt gescoord als bevestigen (2). Het herhalen van een bericht (2) of statements/steunbetuigingen die zelf geen nieuws waarde hebben met betrekking tot de relevante situatie, worden gecategoriseerd als het bieden van perspectief (3). Daarnaast wordt ook geanalyseerd wie de afzender van het bericht is en wat zijn/haar functie is. Van die berichten

wordt bij de tweets, indien mogelijk, ook gekeken naar het aantal ‘retweets’ en ‘favorites’. Als laatste wordt ook de begin- en eindtijd van wanneer het bericht gebruikt wordt in het verslag geanalyseerd. Daarbij wordt eveneens de totale duur van hoe lang het bericht wordt besproken meegenomen.

Een eenheid (e.g. bericht op sociale media dat wordt aangehaald) wordt gemeten vanaf het moment dat erover gesproken wordt of het in beeld komt. Indien een eenheid gequote wordt, wordt er gemeten vanaf de eerste zin die betrekking heeft op die eenheid tot en met de laatste zin die betrekking heeft op die eenheid. Bij een beeldquote is de eenheidsduur gelijk aan het tonen van dat beeld. Een eenheid sluit af als over een volgend, niet aan deze eenheid gekoppeld, onderwerp wordt gesproken of als simpelweg het beeldgebruik van die eenheid voorbij is.

Kort samengevat worden berichten op sociale media die nog niet eerder gebrachte informatie in het verslag brengen gescoord als (1) brengen van nieuws. Indien eerder gebrachte informatie door een bericht op sociale media bevestigd wordt óf er sprake is van een herhaling van een bericht gescoord op (1) brengen van nieuws, wordt deze gescoord op (2) bevestigen van nieuws. Waar tweets of andere sociale media worden getoond waarbij autoriteiten of instanties met statements komen met betrekking tot het nieuws óf er sprake is van een herhaling van berichten gescoord op (2) bevestigen van nieuws, wordt deze gescoord op (3) brengen van perspectief.

### **3.2 | *Breaking news***

Er is dus sprake van een gat in de literatuur met betrekking tot onderzoek naar de rol van sociale media bij *breaking news* en *breaking news* zoals Berkowitz dat omschrijft: Een situatie waarbij er een drastische verandering plaatsvindt van het dagelijkse werkritme naar een ‘stop-de-persensituatie’ (Berkowitz, 1992). Omdat dit onderzoek naar een specifiek onderdeel kijkt die een koppeling zijn van verschillende aspecten uit verschillende onderzoeken is aan de hand van die aspecten een definitie van *breaking news* geconstrueerd. Daarbij is tevens een definitie samengesteld die kenmerken weergeeft indien er geen sprake meer is van *breaking news*:

Er is sprake van *breaking news* als er (1) een onderbreking plaatsvindt van de bestaande programmering voor (2) een gebeurtenis met globale aandacht (3) die tevens een dermate grote impact heeft op de verslaggeving waardoor de bestaande routine niet toereikend genoeg is.

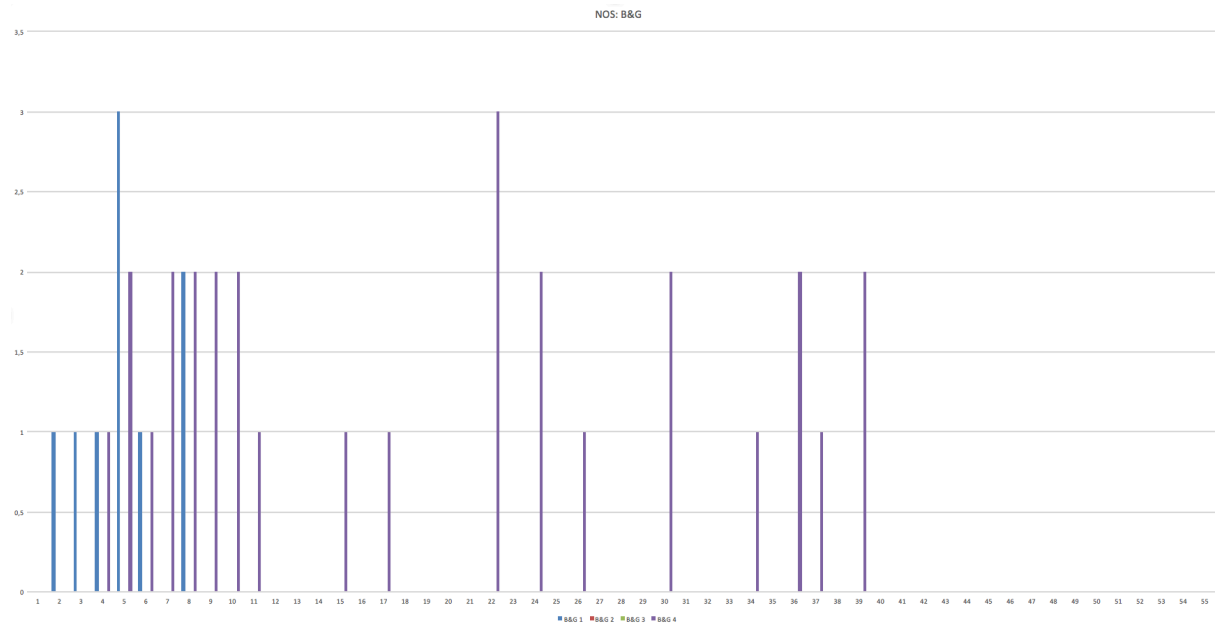
Indien (1) de bestaande programmering is hersteld of (2) de routine bij de journalisten hersteld is er geen sprake meer van *breaking news*.

*Breaking news* is dus vast te stellen aan de hand van drie kenmerken. De eerste heeft betrekking op de situatie waarin een programma dat gepland staat plaats moet maken voor een extra nieuwsbulletin. Het tweede kenmerk betreft globale aandacht. Hiervan is sprake indien cross-continentaal aandacht is voor het nieuws. Bij het derde kenmerk waarbij de bestaande routine niet toereikend genoeg is, is sprake van beperkte informatie bij de verslaggeving. Berichten worden herhaald en er zijn nog geen verslaggevers of persberichten beschikbaar die nieuws kunnen bevestigen. Daarbij wordt zoals Berkowitz (1992) stelt eerst nieuws gebracht, daarna bevestigd en vervolgens brengt men perspectief. Zodra er geen nieuws meer gebracht wordt met betrekking tot het bestaande onderwerp en louter perspectief wordt geboden kan gesteld worden dat de routine hersteld is.

#### **4 | Analyse**

De verzamelde data is geanalyseerd door in eerste instantie te kijken naar het verloop van het gebruik van sociale media in de eerste viereneenhalf uur na de eerste uitzending omtrent MH17. Eerst is voor de functies die Broersma en Graham (2012) stellen voor zowel de NOS als RTL Nieuws gemeten (figuur 1; figuur 2). Daarna is hetzelfde gedaan voor de functies herleid uit het onderzoek van Berkowitz (1992) (figuur 3; figuur 4). Om een beter inzicht te geven in het verloop en de stabilisering van gebruik van sociale media als bepaalde functies is daarna per functie (Broersma & Graham, 2012; Berkowitz, 1992) voor zowel de NOS als RTL Nieuws een cumulatieve tabel gegenereerd (figuur 5; figuur 6; figuur 7; figuur 8). In figuur 9 worden vervolgens de scores van NOS + RTL Nieuws met elkaar vergeleken bij Broersma & Graham en in figuur 10 gebeurt dat voor Berkowitz. Als laatste worden de scores van NOS en RTL Nieuws samengevoegd per functie (figuur 11; figuur 12) om een beeld te schetsen van de overkoepelende bruikbaarheid van de gestelde functies.

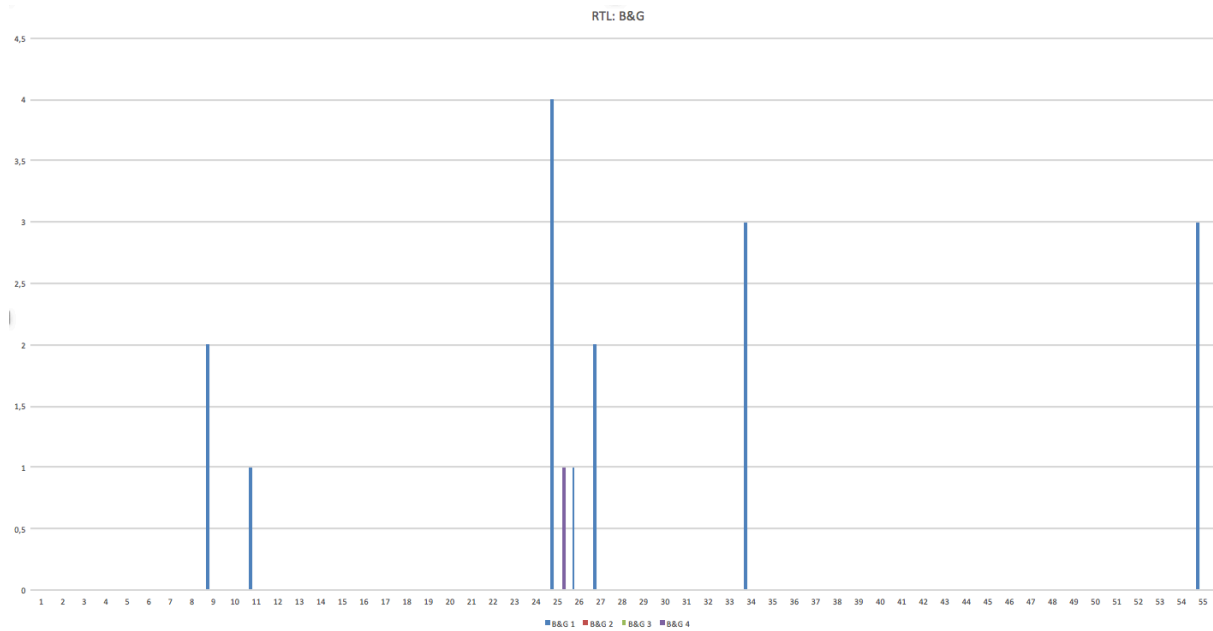
## 4.1 | Triggers en illustraties



**Figuur 1**

Aantal berichten op sociale media gebruikt in het NOS Journaal per vijf minuten tussen 17:35 en 22:10 gescoord op Broersma & Graham (2012)

Wat direct opvalt uit figuur 1 is dat er maar op twee functiecategorieën gescoord is: de trigger en de illustratie. Geen enkel bericht op sociale media dat gebruikt is als bron in het verslag van de NOS is gecategoriseerd als standalone of Q&A. Tevens is aan de grafiek af te leiden dat in eerste instantie veel berichten een ‘triggerende’ functie hebben. Dat wil zeggen dat, zoals Broersma en Graham (2012) operationaliseerden, het bericht op zichzelf een nieuwswaardig karakter heeft. Toch is er wel een overgang waar te nemen met betrekking tot de functie. Naarmate de tijd verloopt daalt het aantal triggerende berichten en is te zien dat berichten op sociale media een illustrerende functie krijgen. Waar dus in eerste instantie sociale media zelf een nieuwswaardig karakter hebben, worden ze later in het proces van illustrerende waarde die, indien weggelaten, geen afbreuk doen aan de context van het verhaal (Broersma & Graham, 2012).



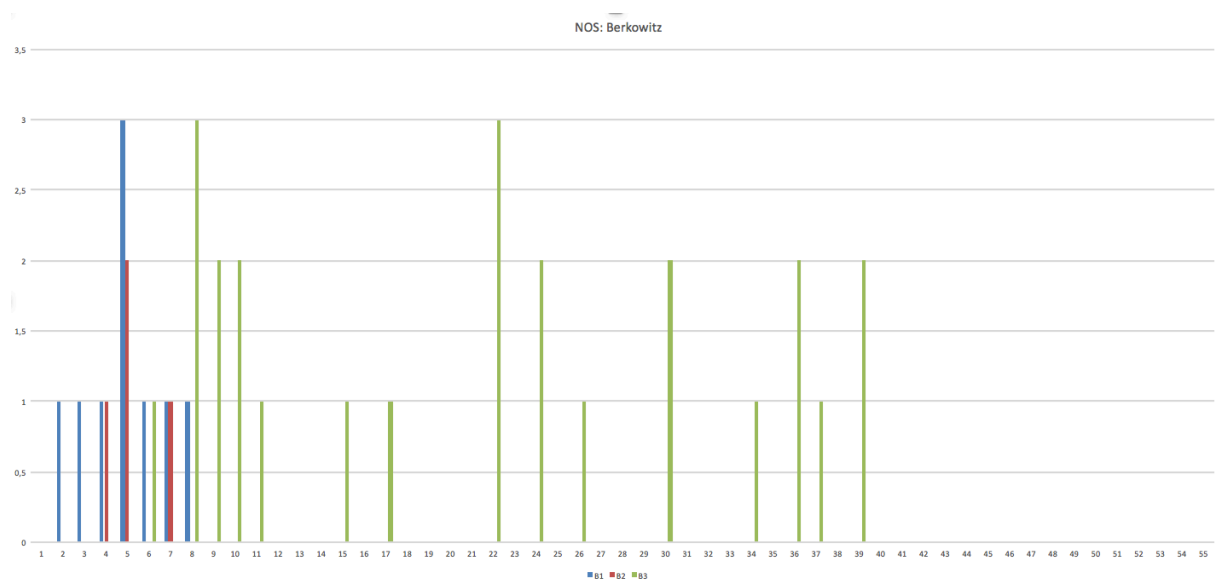
**Figuur 2**

Aantal berichten op sociale media gebruikt bij RTL Nieuws per vijf minuten tussen 17:35 en 22:10 gescoord op Broersma & Graham (2012)

In figuur 2 is duidelijk waar te nemen dat RTL Nieuws een ander (gefragmenteerd) uitzendschema had dan de NOS. Telkens is op moment van uitzending een piek af te lezen. Tevens wordt duidelijk dat ook bij RTL Nieuws slechts twee functies van waarde zijn geweest: de trigger en de illustratie. Daarbij wordt vrijwel alleen de trigger gemeten en slechts één maal de illustratie en dus lijkt het duidelijk dat de functies die Broersma en Graham stellen om tweets te analyseren niet afdoende bruikbaar zijn om berichten van sociale media als bron bij *breaking news* op televisie te analyseren.



## 4.2 | Eerst brengen en bevestigen



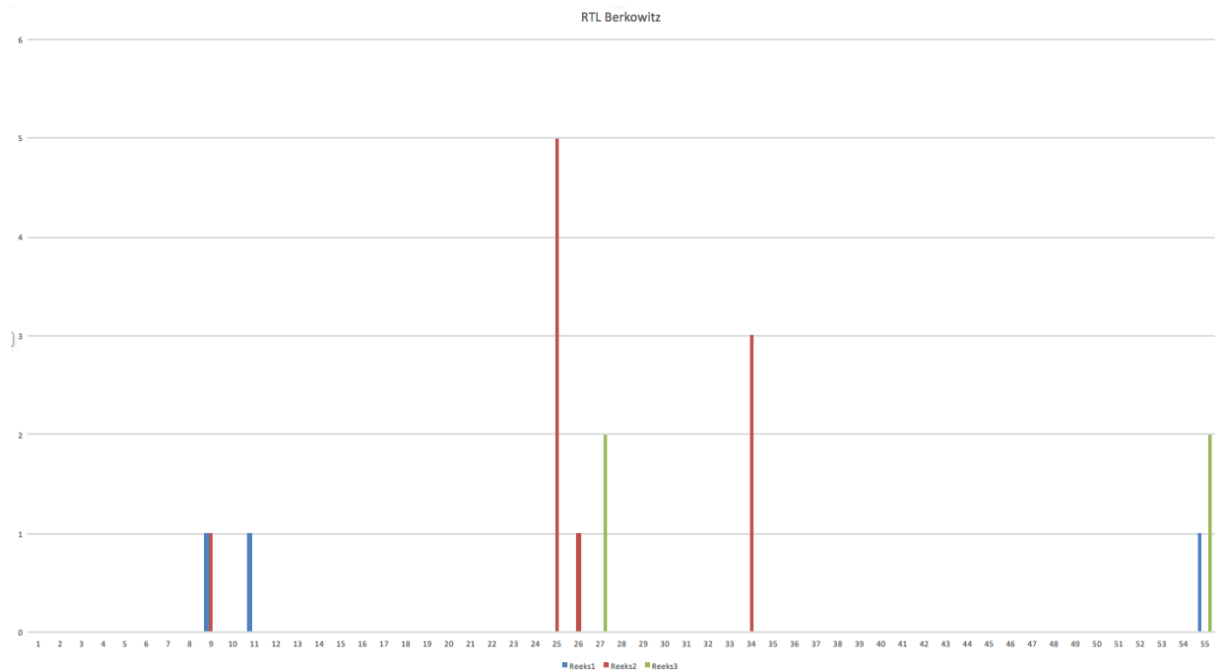
**Figuur 3**

Aantal berichten op sociale media gebruikt in het NOS Journaal per vijf minuten tussen 17:35 en 22:10 gescoord op Berkowitz (1992)

Tussen 17:35 en 22:10 zijn in totaal 93 berichten van sociale media geanalyseerd die gebruikt zijn tijdens het verslaan van MH17 bij NOS en RTL Nieuws. Wat direct opvalt, is het feit dat op de variabelen “Bringen” en “Bevestigen” in eerste instantie veel gescoord wordt, terwijl op het “Bieden perspectief” pas later wordt gescoord. Dit is in overeenstemming met bevindingen van Berkowitz naar *breaking news* (1992) waarin hij drie fases onderscheidt: brengen, bevestigen en bieden van perspectief. In de eerste fase wordt het eerste nieuws omtrent het voorval gebracht. Er is nog weinig bekend dus alle informatie die verteld wordt via nieuws brengen nieuws. In de fase die erop wordt het gebrachte nieuws via een geautoriseerd persoon of instantie bevestigd dan wel ontkracht. In de laatste en derde fase, als meer duidelijk wordt over de toedracht ontstaat de situatie waarbij perspectief wordt geboden aan het reeds gebrachte en bevestigde voorval. Als ook de derde fase voorbij is kan gesteld worden dat de journalistieke routine is hersteld en spreekt men van het normaliseren van het nieuws.

Sociale media bieden voor de eerste fase bij *breaking news* een uitkomst gezien het feit er nog geen officieel bevestigde bronnen zijn maar er men toch nieuws wil brengen. Zeker op Twitter ontstaat bij *breaking news* een stroom van berichten. Zo is te zien dat de eerste bronnen die (op Twitter) worden aangehaald journalisten, de vliegtuigmaatschappij zelf en een adviseur van een ministerie zijn die met een nieuwe informatie komen die worden verwerkt in het verslag. De redactie ziet deze bronnen als ‘gelooftwaardig’ en brengt hun reactie op Twitter. Daarbij wordt telkens wel de slag om de arm gehouden dat nog niets bevestigd is.

Na een half uur komt het eerste bericht van sociale media dat perspectief biedt - de tweede categorie van Berkowitz. Dit is het moment waarop uitgebreid telefonisch gesproken wordt met een correspondent in Moskou. Hoewel de correspondent niet ter plaatse is, lijkt dit tekenend te zijn voor de normalisering van *breaking news*: journalisten gaan een nieuwe fase in (van bevestigen naar bieden van perspectief). Rond dit tijdstip – een half uur na de ramp - zijn er steeds meer officiële bronnen die via hun eigen kanalen nieuwe informatie communiceren met betrekking tot het nieuws. Zo uiten (de eerste) politici via bijvoorbeeld Twitter hun medeleven, iets wat volgens Berkowitz (1992) kenmerkend is voor de laatste fase van *breaking news* waarna de journalistieke routine terugkeert en de nieuwsgaring normaliseert. De pieken die in de tabel hebben een verband met reacties van politici die dat op eigen naam doen.



**Figuur 4**

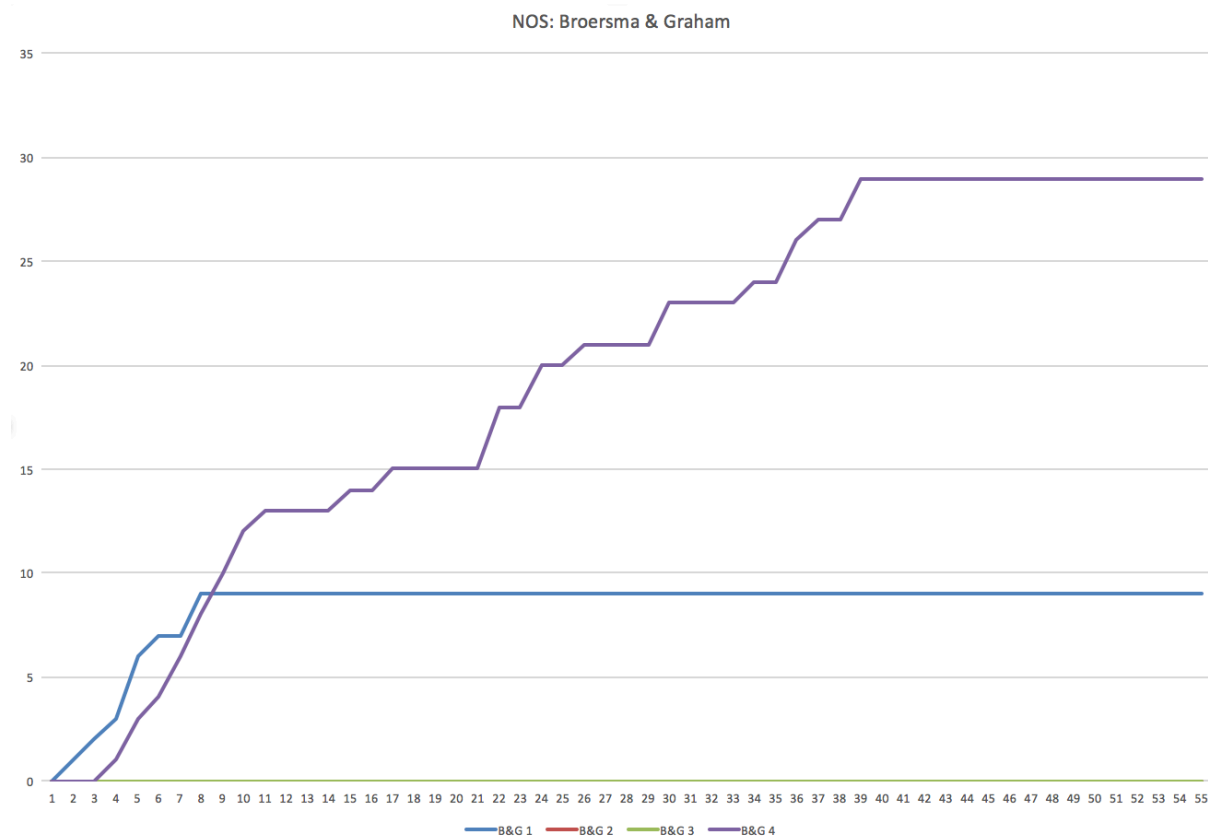
Aantal berichten op sociale media gebruikt in het RTL Nieuws per vijf minuten tussen 17:35 en 22:10 gescoord op Berkowitz (1992)

Bij het RTL Nieuws is duidelijk te zien dat het geen constante nieuwsvoorziening aanbiedt. De pieken die in deze tabel te zien zijn hebben een verband met met moment van uitzending: per uitzending zijn er hogere pieken waarneembaar. Zo is bij moment 25 (19:30) een direct gevolg te zien van de opening waarin veel foto's van Twitter getoond worden. Die zijn gescoord op de variabele bevestigen omdat ze de eerder gebrachte feiten bevestigen en dus niet een op zichzelf staand nieuwsonderdeel geponereerd worden. Waar de NOS sociale media gebruikt voor het

brengen, bevestigen en het bieden van perspectief, kiest RTL er voor om sociale media juist op een bevestigende manier in te zetten. Omdat RTL de keuze maakt voor een ander uitzendschema en dus later inschakelt wordt er geen gebruik gemaakt van sociale media om nieuws te brengen. Dat verklaart tevens waarom er meer wordt gescoord op het bevestigen van nieuws via sociale media. Opvallend detail is de gescoorde variabele op “Bringen” in het laatste deel van de tijdlijn. Dit heeft te maken met het feit dat er een nieuw, nog niet eerder voorgekomen informatie wordt gebracht aan van een tweet van de militair commandant van de separatisten. De keuze om niet live op zender te blijven is een bewuste keuze die ten grondslag kan liggen aan het feit dat er nog zo weinig bronnen beschikbaar zijn. Waar de NOS wel op zender blijft en, met een slag om de arm, gebruik maakt van sociale media, vergaart RTL Nieuws informatie bij officiële kanalen, persbureaus en journalisten. Er wordt dus een bewuste keuze gemaakt om te wachten tot er nieuws is dat bevestigd kan worden.

### 4.3 | Stabilisering en Normalisering

Indien het aantal gebruikte berichten van sociale media op een cumulatieve manier gescoord worden kan in kaart worden gebracht wanneer een stabilisering en daarmee normalisering plaatsvindt. Stabilisatie is het meest duidelijk bij een cumulatieve grafiek. Daar waar de lijn vlak trekt is het punt waarop er op die categorie geen sociale media als bron meer bijkomen. Voor Broersma & Graham en Berkowitz is gescoord bij het NOS Journaal en RTL Nieuws om het verloop en de momenten waarop een bepaalde functie relevant is en blijft in kaart te brengen.

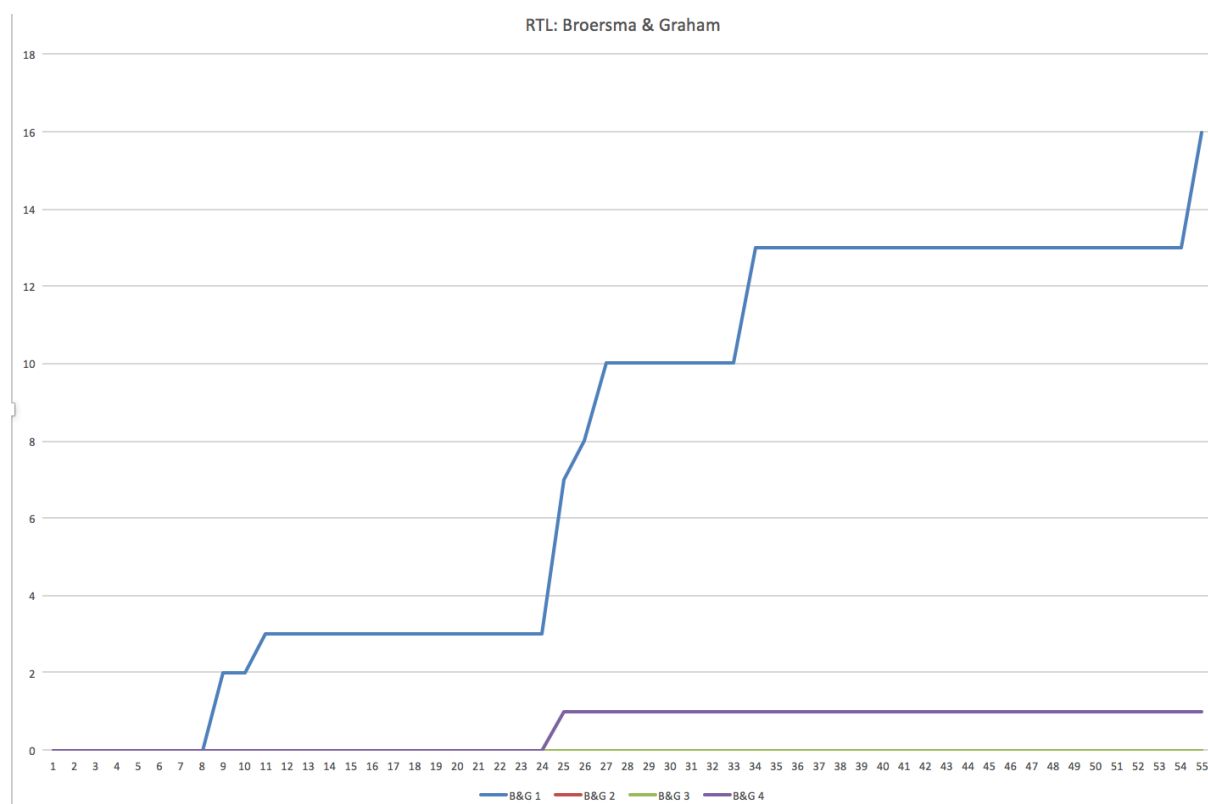


**Figuur 5**

Cumulatief aantal berichten op sociale media gebruikt in het NOS Journaal per vijf minuten tussen 17:35 en 22:10 gescoord op Broersma & Graham (2012).

Wederom wordt duidelijk dat, gekeken naar het verslag van de NOS, er twee functies van Broersma en Graham (2012) totaal niet aan bod komen: “Standalone” en “Q&A” zijn op geen enkel moment van toepassing en van nut geweest bij het verslag van MH17 bij de NOS. Tevens is te zien dat er in eerste instantie meer gebruik wordt gemaakt van sociale media met een triggerende (B&G1) functie. Toch vindt in deze categorie snel stabilisering plaats. Dit terwijl het gebruik van sociale media op een illustrerende manier een veel langer en uiteindelijk groter

verloop heeft. Bijna vijf keer later dan de functie “Trigger” zien we een stabilisering bij sociale media op illustrerende manier. Berichten gemeten als trigger zijn op zichzelf staande nieuwswaardige berichten op sociale media. In de eerste vier uur wordt steeds meer bekend van de toedracht van de gebeurtenis, vaker en langer via sociale media dan illustrerende berichten. Na het eerste halfuur, bij de stabilisatie van berichten als illustratie wordt in het verslag steeds meer beeld via andere journalisten en nieuwszender beschikbaar. Daardoor lijken sociale media als bron overbodig te worden.

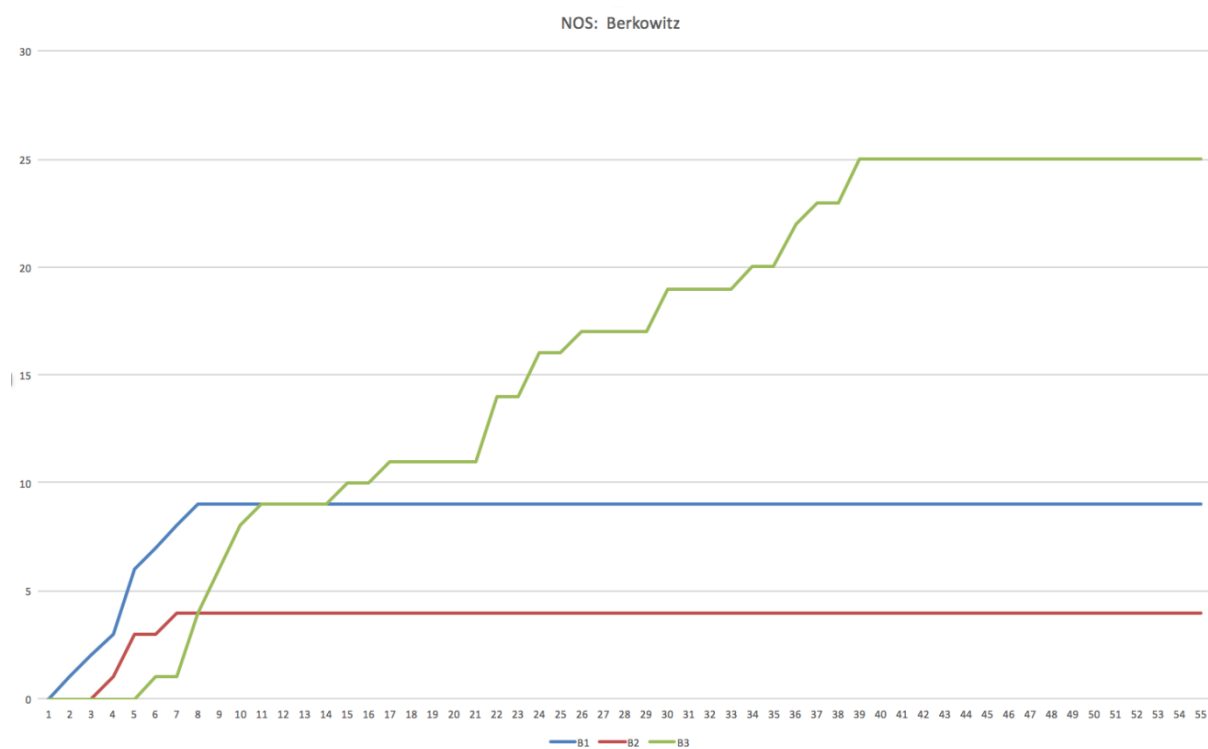


**Figuur 6**

Cumulatief aantal berichten op sociale media gebruikt in het RTL Nieuws per vijf minuten tussen 17:35 en 22:10 gescoord op Broersma & Graham (2012).

In de cumulatieve grafiek van berichten op sociale media als bron bij RTL gescoord op Broersma en Graham (2012) in figuur 6 zijn direct verschillende pieken te zien. De pieken geven een duidelijke weergave van de momenten waarop er uitgezonden werd. Duidelijk wordt wederom dat zowel “Standalone” en “Q&A” als functie niet van waarde zijn in de analyse. Duidelijk wordt dat RTL Nieuws sociale media als bron voornamelijk op een triggerende manier gebruikt en

minder illustrerend. Dit is een groot verschil met de NOS waarbij de illustrerende functie een langere doorloop had. Mogelijkerwijs ligt de oorzaak bij het feit dat RTL het nieuws gefragmenteerder heeft gebracht. Dat lijkt logisch waar Broersma en Graham (2012) de trigger als een op zichzelf staand nieuwswaardig bericht operationaliseerden. Waar de NOS zeker in de eerste uren bijna constant heeft uitgezonden hield RTL, los van korte extra bulletins, vast aan normale programmering. Deze stond weliswaar in het teken van MH17 maar kan verklaren waarom berichten op sociale media als bron met de functie trigger vaker voorkomen: waar tijd heeft gezeten tussen twee bulletins in tijden van *breaking news* is veel gebeurd. Mogelijk onderbouwt RTL Nieuws het nieuws dat ze brengen aan de hand van tweets en andere berichten op sociale media maar kunnen die niet anders gescoord worden dan trigger omdat ze van dermate belangrijke aard zijn dat indien ze weggelaten worden een deel van de context vervalt zoals geoperationaliseerd bij Broersma & Graham (2012).



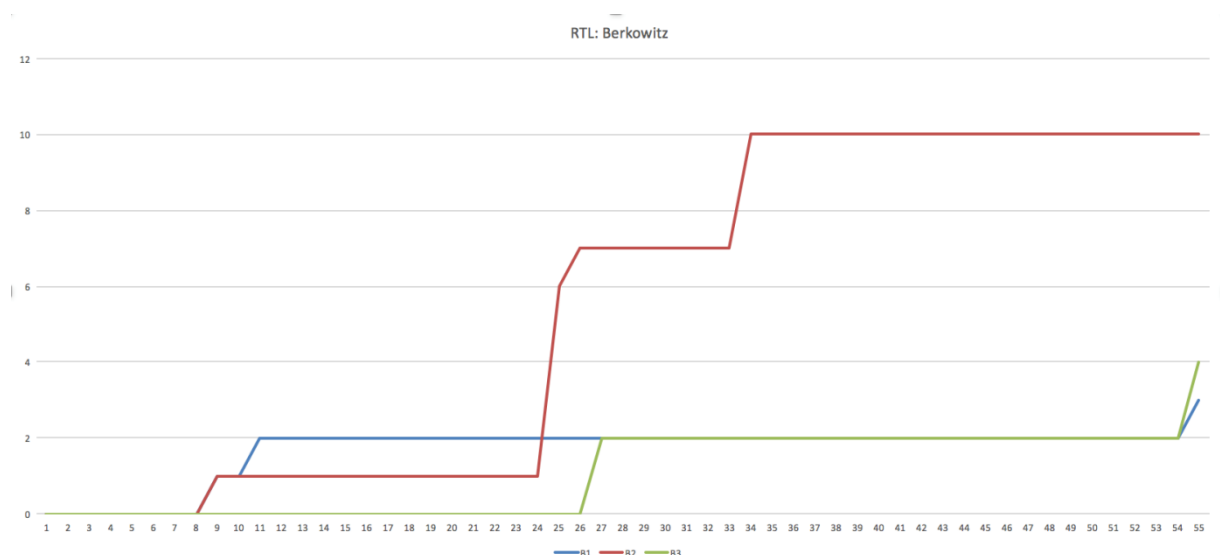
**Figuur 7**

Cumulatief aantal berichten op sociale media gebruikt in het NOS Journaal per vijf minuten tussen 17:35 en 22:10 gescoord op Berkowitz (1992).

In figuur 7 is het cumulatieve aantal berichten van sociale media gebruikt in het verslag van de NOS te zien waarbij meteen een duidelijke en bijna gelijktijdige stabilisering van de eerste twee

functiemogelijkheden te zien is: “Brenge” en “Bevestigen”. In de eerste fase van het verslag wordt meer nieuws gebracht via sociale media dan bevestigd. Dat lijkt, terugkoppelend naar het onderzoek van Berkowitz (1992) logisch gezien het feit er veel onduidelijkheid is in de eerste fase van *breaking news*. Er valt nog weinig te bevestigen. Dit lijkt ook logisch gezien informatie via tweets als nieuws worden gebracht en vervolgens op een later moment bevestigd worden door officiële bronnen. Dit verklaart tevens het lage aantal bevestigende berichten op sociale media dat gebruikt wordt in het verslag. In het logboek staat bij de analyse van de NOS dan ook vrij snel beschreven: “Langzamerhand meer persberichten en reporters”. Dat is precies de tweede fase die Berkowitz (1992) in zijn onderzoek beschrijft. Het lijkt een logische keuze om die als leidend te aanschouwen en via die bronnen nieuws te brengen in plaats van via onbevestigde sociale media. Toch kunnen sociale media ook bevestigend zijn. Want waar Berkowitz (1992) het heeft over journalisten ter plaatse die nog geen officiële bronnen hebben gesproken maar wel een indruk hebben van de situatie op locatie, zijn het juist die journalisten op Twitter die gequote worden in nieuwsuitzendingen.

De derde functie “Bieden perspectief” heeft dan ook een veel langere levensduur in het proces van *breaking news*. Vlak voor de stabilisering van perspectief biedende sociale media komen in de uitzending de eerste berichten van officiële instanties via eigen kanalen naar buiten. Op het moment da perspectief biedende sociale media als bron uiteindelijk een half uur later stabiliseren wordt in de uitzending van de NOS het eerste, zelf gemonteerde item van met beelden van de locatie uitgezonden, een teken van normalisering zoals Berkowitz (1992) dat omschrijft.

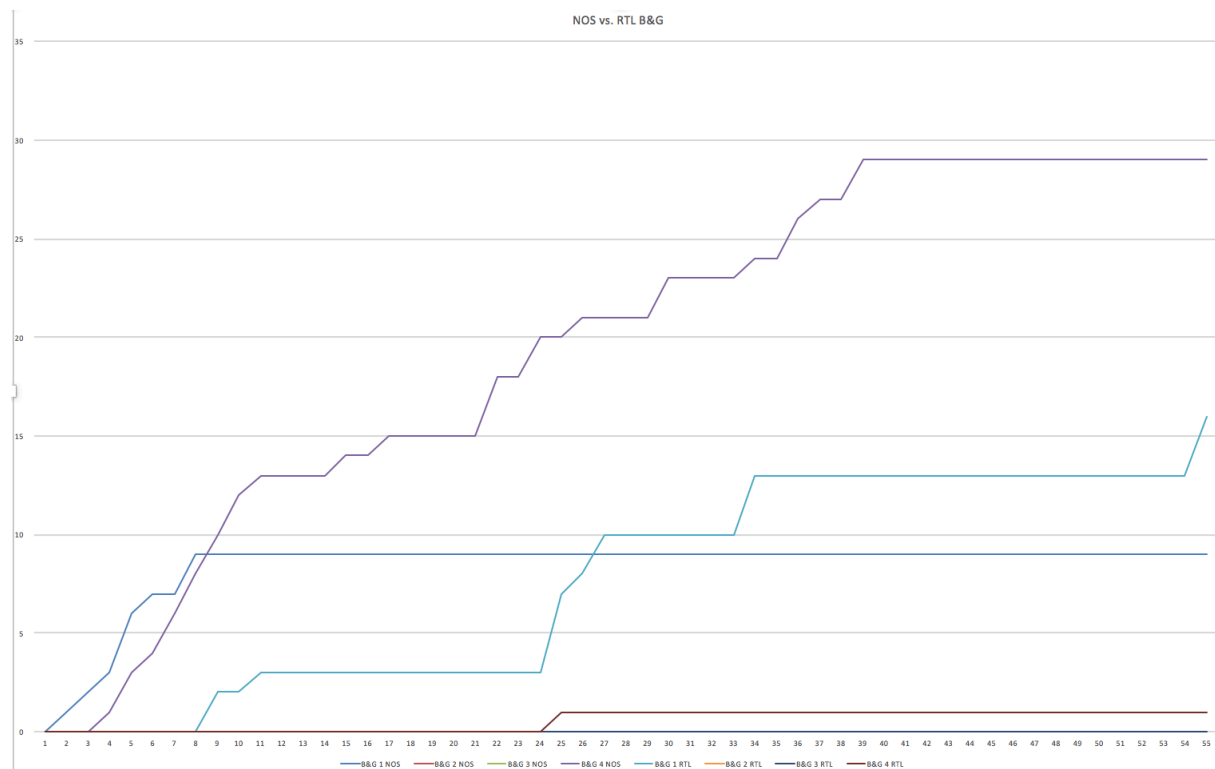


**Figuur 8**

Cumulatief aantal berichten op sociale media gebruikt in het RTL Nieuws per vijf minuten tussen 17:35 en 22:10 gescoord op Berkowitz (1992).

Wat af te leiden was uit grafiek 6 wordt in grafiek 8 duidelijk: een grote mate van berichten op sociale media die een bevestigende functie hebben. Dit is in lijn met de stijl van berichtgeving bij RTL Nieuws. Er wordt geen hard nieuws gebracht maar bevestigd nieuws wordt onderstreept met berichten op sociale media. Dat verklaart het lage aantal berichten met “Brenge(n)” van nieuws als functie. Wederom zijn aan de pieken af te lijden op welke momenten er een nieuw bulletin werd uitgezonden. Die pieken duiden wederom mogelijk op de werkwijze van RTL Nieuws waarbij reeds door betrouwbare bronnen bevestigd nieuws wordt gebracht waarna gerelateerde berichten op sociale media dat bevestigen.

#### 4.4 | NOS vs. RTL



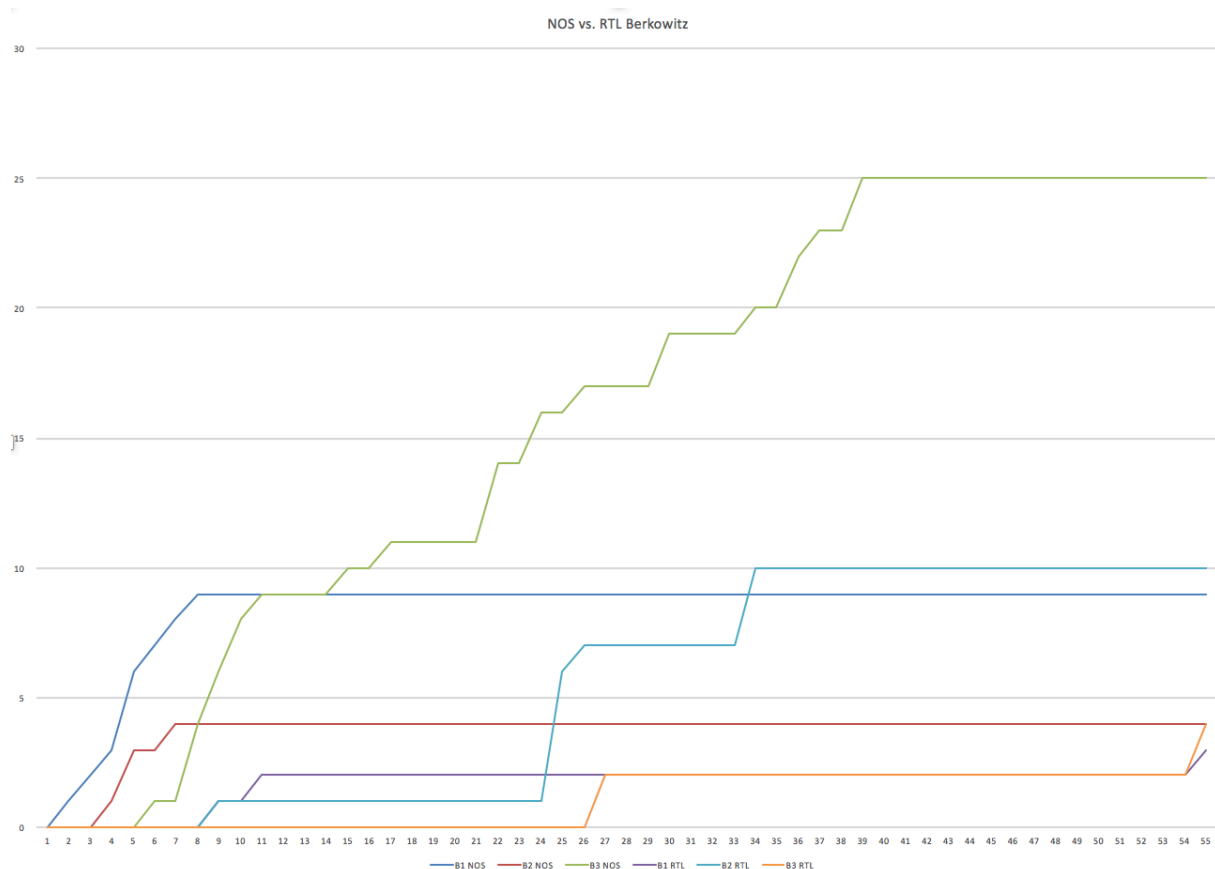
**Figuur 9**

Cumulatief aantal berichten op sociale media gebruikt in het RTL Nieuws en NOS per vijf minuten tussen 17:35 en 22:10 gescoord op Broersma en Graham (2012).

In figuur 9 zijn de data van zowel NOS en RTL gescoord op de functies van Broersma en Graham (2012) samengevoegd om een duidelijker inzicht te geven in het verschil in verloop. Er zijn twee duidelijk stijgende lijnen te zien bij RTL en NOS. Bij RTL gaat het om de “Trigger” als sociale media waar het bij de NOS gaat om berichten met een illustrerende functie. Waar bij RTL duidelijke pieken te zien zijn gaat dat bij de NOS geleidelijk. Dit zou verband kunnen hebben met



het feit dat NOS bijna constant op zender bleef. RTL kwam met reguliere bulletins in het teken van MH17. NOS lijkt, gezien de operationalisatie van “Illustratie” volgens Broersma & Graham, context te bieden via sociale media. Daarnaast is te zien dat sociale media als “Trigger” in eerste instantie stijl stijgt maar relatief snel stabiliseert. Tevens is te zien dat er maar vier lijnen zijn in de grafiek terwijl er acht (4x2) functies geanalyseerd zijn. Dat houdt in dat er voor vier functies (Q&A en Standalone bij RTL en NOS) niet gescoord is.



**Figuur 10**

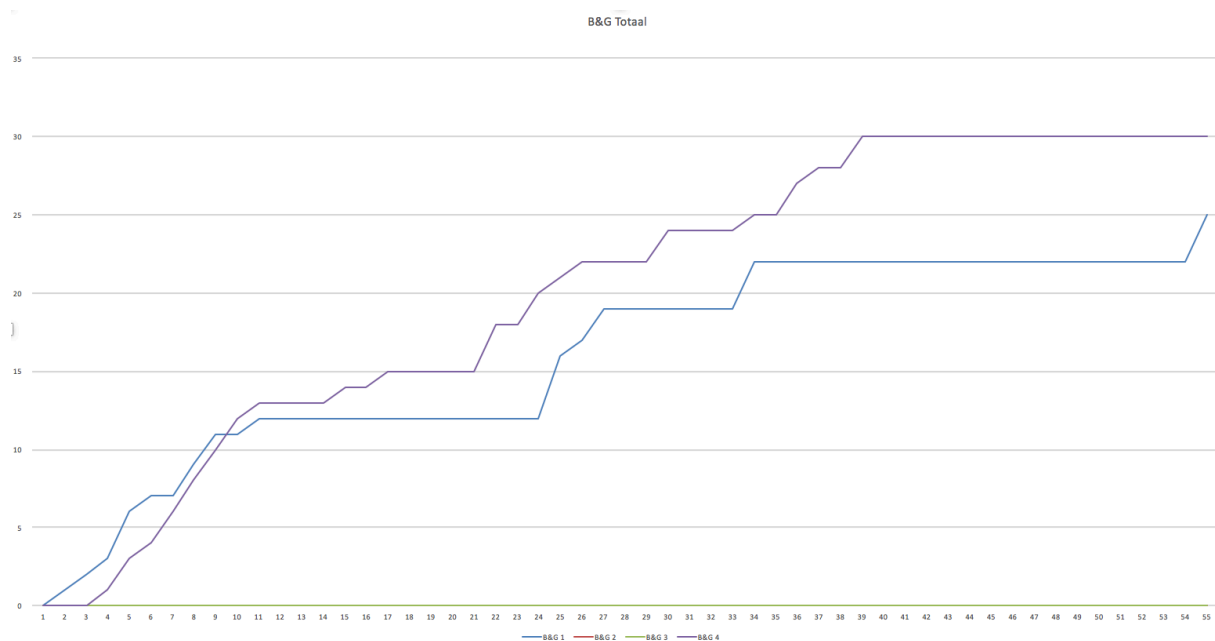
Cumulatief aantal berichten op sociale media gebruikt in het RTL Nieuws en NOS per vijf minuten tussen 17:35 en 22:10 gescoord op Berkowitz (1992).

In figuur 10 is ten eerste duidelijk te zien dat de NOS eerder begint met het gebruik van sociale media. Als eerste is een stijgende lijn van het “Brenge” van nieuws te zien die ook weer snel stabiliseert. Gevolgd door “Bevestigen” van nieuws waar een nog snellere stabilisatie te zien is. Uit figuur 10 blijkt dat er meer nieuws gebracht wordt dan bevestigd in de eerste periode. Dit zou een samenhang kunnen hebben met het feit dat berichten op sociale media onbevestigd gebracht worden en later bevestigd door berichten van officiële kanalen, niet via sociale media. Het “Bieden van perspectief” via sociale media maakt na de eerste keer een steile sprong en wordt

gedurende de eerste vier uur het langst en het meest gebruikt. Er is dus klaarblijkelijk langer behoefte aan perspectief via sociale media bij de NOS waar de nieuws brengende en bevestigende waarde van sociale media sneller onnodig blijkt. Tevens is te zien dat het gebruik van sociale media eerder stabiliseert en dus ook mogelijk normaliseert dan bij RTL Nieuws.

Bij RTL zijn wederom de momenten van bulletins zichtbaar en valt tevens op dat sociale media voornamelijk worden gebruikt om nieuws te bevestigen. Daarnaast is te zien dat er relatief laat wordt begonnen met het bieden van perspectief via sociale media. Mogelijk hangt dit samen met het feit dat er minder zendtijd was en er op moment van uitzenden naast berichten op sociale media ook perspectief biedende berichten beschikbaar waren op officiële kanalen.

#### 4.5 | Functies

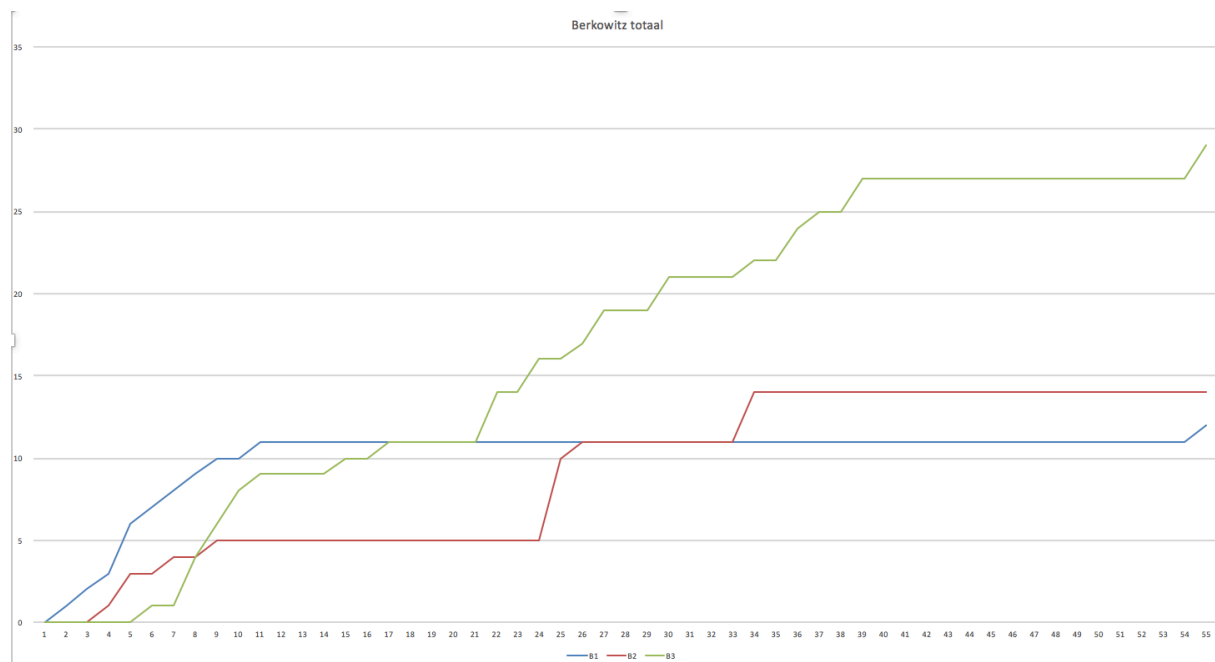


**Figuur 11**

Totaal aantal berichten op sociale media gescoord op Broersma & Graham (2012) van RTL en NOS bij elkaar

In figuur 11 zijn alle berichten op sociale media bij de NOS en RTL Nieuws bij elkaar geteld in een poging inzicht geven in het feit hoe bruikbaar de functieomschrijvingen zijn. Iets wat al eerder naar voren kwam wordt nu heel zichtbaar: slechts twee lijnen in de grafiek zijn te zien waar er vier zouden moeten lopen. Dat komt door het feit dat er niet is gescoord op “Q&A” en “Standalone”. Wel is er gescoord op “Trigger” en “Illustratie” waarbij te zien is dat de stijgende lijn redelijk identiek is. Toch lijken de vier functies van Broersma & Graham (2012) niet afdoende

bruikbaar bij het categoriseren van sociale media bij *breaking news* op televisie omdat twee van de vier functies niet aan bod komen.



**Figuur 12**

Totaal aantal berichten op sociale media gescoord op Berkowitz (1992) van RTL en NOS bij elkaar

In figuur 12 wordt direct het verloop van *breaking news* zoals Berkowitz (1992) dat stelt geschetst. Het begint met brengen, dan bevestigen en vervolgens het bieden van perspectief. Daarbij gaat het om de normalisering van de journalistieke routine die even kwijt is bij *breaking news*. Die lijn is terug te zien in de data want eerst stabiliseert de brengende functie, vervolgens de bevestigende functie en uiteindelijk ook het bieden van perspectief via sociale media. De grafiek loopt af na 4.5 uur omdat er daarna helemaal geen gebruik meer wordt gemaakt van sociale media als bron. Dit zou mogelijk een aanduiding kunnen zijn van het normaliseren van de het gebruik van sociale media als bron bij *breaking news* en daarmee de journalistieke routine.

## 5 | Conclusie

De resultaten uit dit onderzoek brengen naar voren dat de functieomschrijving herleid uit het onderzoek van Berkowitz (1992) in deze casus een handvat bieden bij het analyseren van het gebruik van sociale media bij *breaking news* op televisie. Tevens is gebleken dat de functies die Broersma en Graham (2012) poneren om sociale media als bron te duiden niet toepasbaar zijn bij het uitleggen van de manier waarop sociale media bij *breaking news* op televisie worden gebruikt.

Terugkoppeland naar de gestelde hoofdvraag kan gesteld worden dat sociale media als bron bij de NOS een andere functie hebben dan bij RTL Nieuws. NOS lijkt sociale media bij gebrek aan officiële bronnen in eerste instantie te gebruiken om nieuws te brengen en te bevestigen waarna het nog relatief lang perspectief blijft bieden via sociale media terwijl het gebruik van de eerste twee functies is gestabiliseerd. Met de stabilisering van de functie “Bieden perspectief” lijkt een normalisering op te treden waarbij journalistieke routines zijn hersteld en sociale media als bron niet meer noodzakelijk lijken. De normalisering van het gebruik van sociale media is een logisch gevolg van het herstel van de journalistieke routine en het groeiende aantal beschikbare officiële bronnen en persberichten. Dit verklaart waarom alle berichten binnen de eerste 4.5 uur vallen en er in de 19.5 uur daarna geen enkel bericht van sociale media gebruikt wordt als bron.

Een meer gefragmenteerd uitzendschema bij RTL Nieuws heeft invloed op het uiteindelijke gebruik van sociale media. Sociale media hebben voornamelijk een nieuws bevestigend karakter als functie. Waar bij NOS veel perspectief wordt geboden via sociale media gebeurt dat bij RTL Nieuws niet, mogelijk vanwege het feit dat er al officiële statements beschikbaar zijn waardoor het quoten van bijvoorbeeld politici op Twitter minder krachtig is. Dit is wederom een gevolg van een ander uitzendschema.

Vervolgonderzoek zou kunnen aantonen of het op zender blijven of de reguliere bulletins in het kader van het *breaking news* stellen invloed heeft op het daadwerkelijke gebruik van sociale media als bron. Onderzoek zou in de toekomst tevens kunnen analyseren of die normalisering binnen een bepaald tijdsbestek valt in meerdere gevallen van *breaking news*. Mogelijk houdt dit verband met het ontstaan van bepaalde frames waardoor er geen behoefte is aan meer perspectief. In vervolgonderzoek zou men kunnen analyseren hoe lang het duurt voor normalisatie optreedt en of het ontstaan van frames daar een mogelijke oorzaak van zou kunnen zijn.

## Literatuurlijst

- Berkowitz, D. (1992). Non-routine news and newswork: Exploring a what-A-story. *Journal of Communication*, 42(1), 82-94.
- Broersma, M., & Graham, T. (2012) SOCIAL MEDIA AS BEAT, *Journalism Practice*, 6(3), 403-419.
- Broersma, M., & Graham, T (2013) TWITTER AS A NEWS SOURCE, *Journalism Practice*, 7(4), 446-464.
- Bouvier, G. (2007). “Breaking news”: The First Hours of BBC Coverage of 9/11 as a Media Event. *How the World's News Media Reacted to*, 9(11), 51-83.
- Bruns, A., & Burgess, J. (2012). Researching news discussion on Twitter: New methodologies. *Journalism Studies*, 13(5–6), 801–814.
- Fiske, J. (1996). Media matters: Everyday culture and political change. *MEDIA CULTURE AND SOCIETY*, 18(1), 163-165.
- Hermida, A. (2010) TWITTERING THE NEWS, *Journalism Practice*, 4(3), 297-308.
- Hermida, A., Lewis, S., & Zamith, R. (2014). Sourcing the Arab Spring: A Case Study of Andy Carvin's Sources on Twitter During the Tunisian and Egyptian Revolutions, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(3), 479-499.

Katz, E., & Dayan, D. (1992). Media events: The live broadcasting of history. *Cambridge, MA: Harvard UP.*

Lewis, J., & Cushion, S. (2009) THE THIRST TO BE FIRST, *Journalism Practice*, 3(3), 304-318.

Lewis, J., Cushion, S., & Thomas, J. (2005) Immediacy, Convenience or Engagement? An analysis of 24-hour news channels in the UK, *Journalism Studies*, 6(4), 461-477.

Miller, A., & Leshner, G. (2007) How Viewers Process Live, Breaking, and Emotional Television News, *Media Psychology*, 10(1), 23-40.

Murata, T. (2008) Detection of *Breaking news* from Online Web Search Queries, *New Generation Computing*, 26(1), 63-73.

Nord, L., & Strömbäck, J. (2006) Do Politicians Lead the Tango?, *European Journal of Communication*, 21(2), 147-164.

Olsson, E. K., Nord, L. W., & Falkheimer, J. (2015). Media Coverage Crisis Exploitation Characteristics: A Case Comparison Study. *Journal of Public Relations Research*, 27(2), 158-174.

Petrovic, S., Osborne, M., Mccreadie, R., Macdonald, C., & Ounis, I. (2013) Can Twitter Replace Newswire for *Breaking news*? In: ICWSM – 13, Boston, MA, Verenigde Staten, 8-10 Jul 2013.

Saltzis, K. (2012) *BREAKING NEWS ONLINE*, *Journalism Practice*, 6(5-6), 702-710.

Tuchman, G. (1973) Making News by Doing Work: Routinizing the Unexpected, *American Journal of Sociology*, 79(1), 110-131.

Tuggle, C. A., & Huffman, S. (2001) Live Reporting in Television News: *Breaking news* or Black Holes?, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 45(2), 335-344.

Tuggle, C. A., Huffman, S., & D. Scott (2007) Reporting Live From the Scene: Enough to Attract the 18-24 Audience?, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 51(1), 58-72.

Vis, F. (2013) TWITTER AS A REPORTING TOOL FOR *BREAKING NEWS*, *Digital Journalism*, 1(1), 27-47.

Zhang, J. (2007) Beyond anti-terrorism: Metaphors as message strategy of post-September-11 U.S. public diplomacy, *Public Relations Review*, 33(1), 31-39.

Yonghwan Kim, Youngju Kim, Joong Suk Lee, Jeyoung Oh & Na Yeon Lee (2014): Tweeting the public: journalists' Twitter use, attitudes toward the public's tweets, and the relationship with the public, *Information, Communication & Society*, 1-16.