Fopnuus, nuuswaardes en organisasiekultuur: ’n Gevallestudie van Maroela Media

Y Slatter

orcid.org/0000-0003-1080-3272

Verhandeling aanvaar ter nakoming vir die graad *Magister Artium* in Kommunikasie aan die Noordwes-Universiteit

Studieleier: Me C Pretorius

Gradeplegtigheid: Junie 2022

Studentenommer: 23518057

VOORWOORD

Vir die ystervroue in my lewe. Ek hoop om eendag vir ’n ander vrou te wees wat julle vir my is.

Aan my Here, wat my genees het van Covid-19 en my gesin gespaar het, en my gedra het deur die onstuimigste jaar van my lewe.

My studieleier, Me. Cornia Pretorius, vir eindelose geduld, ware begrip, aanmoediging en waardevolle leiding.

Magriet Pienaar, vir die noukeurige teks- en dokumentversorging van dié studie.

Die Noordwes-Universiteit se skool vir Kommunikasie, wat my voorstel vir dié studie waaroor ek so passievol is, goedgekeur het.

Maroela Media en elke joernalis wat ingestem het om deel te neem aan die studie. Baie dankie, julle.

My ma, Yvonne Malan, dankie vir hande wat vir my bid, ore wat luister, oë wat sien as ek struikel en ’n mond wat vra of ek nog kop bo water hou. Dankie dat Mamma my biblioteek toe gevat het en my toegelaat het om te vra wat ek wil vir wie ek wil (met respek, natuurlik).

My pa, Johan Malan. Dankie dat Pa altyd vir my raad gee as ek daarvoor vra, en vir perspektief as ek myne verloor. Julle het my geleer wat dit beteken om uit te styg, ondanks. Dankie dat my pad makliker kon wees as julle s’n.

My sussie, Sonja. Jy inspireer my elke dag om my drome na te jaag deurdat ek sien hoe opgewonde jy oor joune is. Ek hoop ek kan jou trots maak en vir jou ’n voorbeeld stel nes jy vir my.

My man, Jaco – jy is my huis. Niks hiervan sonder jou nie. Altyd saam.

OPSOMMING

Fopnuus en die vinnige verspreiding daarvan, onder meer deur sosialemediaplatforms, is ’n verskynsel waarmee nuusorganisasies gekonfronteer word. Die roetines en praktyke om nuus te beoordeel en te selekteer en feite te verifieer word ook hierdeur geraak. So kan joernaliste byvoorbeeld hul proses van nuusbeoordeling skoei op nuuswaardes, wat op hul beurt dikwels verwant is aan die tipe nuusvoorkeure van die nuusorganisasie waarvoor hulle werk.

Wanneer die nuuswaardes van fopnuus dit aantreklik maak vir nuusseleksie deur ’n nuusorganisasie word joernaliste en nuusbestuurders se gevestigde werkswyses in ’n nuuskantoor op die proef gestel. Die wisselwerking tussen nuuswaardes, fopnuus en die organisasiekultuur van ’n nuuskantoor kan daarom die selektering en verspreiding van fopnuus deur joernaliste aanhelp óf beperk.

Dit is hierdie verskynsel wat in die konteks van die aanlyn nuusorganisasie Maroela Media as gevallestudie ondersoek is om te bepaal of die joernalistieke werkswyse in dié organisasie se nuuskantoor deur fopnuus geraak is, al dan nie.

’n Literatuurstudie is gebruik om fopnuus te klassifiseer en elke kategorie is aan ’n nuuswaarde(s) gekoppel. Vervolgens is ’n kwalitatiewe inhoudsanalise gedoen van sewe maande se fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke wat aan Maroela Media gestuur is, met die doel om te bepaal watter tipe fopnuus geskoei op spesifieke nuuswaardes veral aan die nuusorganisasie gestuur word.

Die literatuurstudie en inhoudsanalise het saam die basis gevorm vir semi-gestruktureerde onderhoude wat met al die joernaliste en redakteurs van Maroela Media se hardenuusspan gevoer is. Die uiteinde hiervan het die wisselwerking tussen die verskynsel van fopnuus en die joernalistieke werkswyse in Maroela Media se nuuskantoor beskryf.

Die empiriese resultate dui daarop dat die verskynsel van fopnuus nie die werkswyse van Maroela Media se hardenuusspan verander het met betrekking tot nuusseleksie nie, onder meer omdat die joernaliste en redakteurs in hul nuusseleksie nie die nuuswaardes prioritiseer wat sterk figureer in die fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke wat aan die nuusorganisasie gestuur is nie.

Uit die studie blyk dit verder dat gevestigde roetines, wat deel is van die organisasiekultuur van Maroela Media, in plek is en onderhou word deur die joernaliste en redakteurs. Bestaande, hoewel grootliks ongedokumenteerde, nuusprioritiserings- en feitverifikasieprosesse, saam met hekwagteraksies en -oordeel wat deur ’n personeellid beoefen word, blyk derhalwe fopnuus te stuit voordat dit gepubliseer word.

Voorts blyk dit dat joernalistieke etiek en etiese optrede as ’n integrale deel van Maroela Media se joernalistieke werkswyse en organisasiekultuur beskou word.

Die bevindings van die studie dui daarop dat begrip van nuuswaardes waaraan ’n nuusorganisasie voorkeur gee, asook faktore wat deel vorm van ’n nuusorganisasie se werkswyse en organisasiekultuur, tesame met sterk joernalistieke etiek en etiese optrede moontlik bydra om die verspreiding van fopnuus deur die nuusorganisasie self te beperk.

Sleutelwoorde: Feitverifikasie, fopnuus, joernalistieke etiek, joernalistieke werkswyse(s), Maroela Media, nuusseleksie, nuuswaardes, organisasiekultuur

ABSTRACT

Fake news and its rapid distribution, through social media platforms among others, are phenomena that confront news organisations. Fake news also affects the routines and practices of news evaluation and selection and verification of facts. Journalists, may, for example, base their news decisions on news values that are, in turn, often related to the typical news preferences of the news organisation they work for.

When the news values associated with fake news align with a news organisation's news selection preferences, the established journalistic work routines in the newsroom are put to the test. The interaction between news values, fake news and a newsroom's organisational culture can therefore contribute to or limit the selection and distribution of fake news by journalists.

It is this phenomenon that was investigated in the context of Maroela Media, an online news organisation, as a case study to determine whether the journalistic practices in this organisation's newsroom have been affected by fake news.

A literature study was used to classify fake news and to link a news value(s) to each category. Subsequently, a qualitative content analysis was performed of the fake news-based articles, messages and tips sent to Maroela Media over a period of seven months. This analysis was aimed at determining which types of fake news, based on specific news values, are more likely to be sent to the news organisation.

The literature study and the content analysis together formed the foundation for semi-structured interviews that were conducted with all of the journalists and editors of Maroela Media's hard news team. The outcome led to a description of the interaction between the fake news phenomenon and the journalistic practices of Maroela Media's newsroom.

The empirical results of this study indicate that the phenomenon of fake news has not changed the journalistic practices of Maroela Media's hard news team regarding news selection. This is in part because, in their news selection, the journalists and editors do not prioritise the news values that are prominent in the fake news articles, messages and tips sent to the news organisation.

The study also shows that established routines, which are part of the organisational culture of the news organisation, are in place and are upheld by the journalists and editors. Existing, but largely undocumented processes for news prioritisation and fact verification, together with gatekeeping actions and judgment exercised by a staff member, therefore appear to prevent fake news before it is published.

Furthermore, it seems that journalistic ethics and ethical conduct are considered to be integral parts of Maroela Media's journalistic practices and organisational culture.

The findings of the study suggest that an understanding of the news values that a news organisation favours, as well as elements of a news organisation’s work practices and organisational culture, together with strong journalistic ethics and ethical conduct potentially contribute to limit the distribution of fake news by the news organisation.

Key words: Fact verification, fake news, journalistic ethics, journalistic practices, Maroela Media, news selection, news values, organisational culture

INHOUDSOPGAWE

VOORWOORD .... **I**

OPSOMMING .... **II**

ABSTRACT .... **IV**

LYS VAN TABELLE .... **X**

LYS VAN FIGURE .... **XI**

LYS VAN BYLAES .... **XII**

HOOFSTUK 1 INLEIDING, AGTERGROND EN PROBLEEMSTELLING **13**

1.1 Inleiding, agtergrond en konteks **13**

1.2 Probleemstelling **17**

1.3 Algemene navorsingsvraag **18**

1.4 Spesifieke navorsingsvrae **18**

1.5 Spesifieke navorsingsdoelstellings **18**

1.6 Teoretiese vertrekpunte **19**

1.6.1 Sentrale teoretiese stelling 1 (STS1) 20

1.6.2 Sentrale teoretiese stelling 2 (STS2) 20

1.6.3 Sentrale teoretiese stelling 3 (STS3) 20

1.6.4 Sentrale teoretiese stelling 4 (STS4) 20

1.7 Navorsingsbenadering **21**

1.7.1 Navorsingsmetodes 22

1.8 Etiese oorwegings **24**

1.9 Studiebeperkings **25**

1.10 Waarom is dié studie belangrik/van belang? **25**

1.11 Struktuur van die studie **25**

HOOFSTUK 2 LITERATUURSTUDIE: FOPNUUS EN NUUSWAARDES **27**

2.1 Inleiding **27**

2.2 Definisies ... 28

2.2.1 Voorbeelde ... 30

2.2.2 STS1 ... 31

2.3 Tipes/klassifikasie van fopnuus ... 32

2.3.1 Satire of parodie ... 32

2.3.2 Misleidende nuus wat in die verkeerde konteks aangebied word ... 32

2.3.3 Slordige berrigewing wat ’n sekere agenda dien ... 33

2.3.4 Nuus wat opsetlik misleidend is ... 33

2.3.5 Vervalste verbindings ... 33

2.3.6 Gemanipuleerde inhoud ... 34

2.3.7 Kliekaas ... 34

2.3.8 STS2 ... 35

2.4 Gevolge van fopnuus vir joernalistiek ... 35

2.4.1 Stappe teen fopnuus ... 36

2.5 Nuuswaardes ... 39

2.5.1 STS3 ... 45

2.6 Fopnuus en nuuswaardes ... 45

2.7 Samevatting en slot ... 48

HOOFSTUK 3 TEORETIESE RAAMWERK: DIE TEORETIESE RAAMWERK VAN ORGANISASIEKULTUUR IN ’N JOERNALISTIEKE KONTEKS ... 50

3.1 Inleiding ... 50

3.2 Organisasiekultuur ... 51

3.2.1 Die proses van sosialisering ... 53

3.2.2 Gedrag word afgelei en is nie sentraal nie ... 53

3.2.3 ’n Groot organisasie of ’n beroep kan een kultuur hê ... 54

3.2.4 ’n Beroep kan ’n kultuur hê ... 54

3.2.5 Sekere aannames is belangriker as ander ... 54

3.2.6 STS4 ... 55

3.3 Joernalistieke werskwyse ... 56

3.3.1 Nuusseleksie ... 58

3.3.2 Nuusinsameling en -verifikasie ... 61

3.3.3 Kompetisie ... 65

3.3.4 Nuuskantoorkultuur ... 66

3.4 Toepassing van die kernelemente van organisasiekultuur op Maroela Media as gevallestudie ... 70

3.4.1 Maroela Media se werkswyse ... 71

3.5 Die meting van kernelemente van joernalistieke werkswyse aan Maroela Media se werkswyse ... 74

3.5.1 Nuusseleksie ... 74

3.5.2 Nuusinsameling en -verifikasie ... 75

3.5.3 Kompetisie ... 76

3.5.4 Nuuskantoorkultuur ... 76

3.6 Samevatting en slot ... 79

HOOFSTUK 4 NAVORSINGSONTWERP: BENADERING, METODES EN MEETINSTRUMENT ... 81

4.1 Inleiding ... 81

4.2 Kwalitatiewe navorsing en metodologie ... 81

4.3 Navorsingsmetodes ... 83

4.3.1 Literatuurstudie ... 83

4.3.2 Kwalitatiewe inhoudsanalise as empiriese metode ... 84

4.3.3 Semi-gestruktureerde onderhoude as empiriese metode ... 88

4.4 Dataseleksie ... 93

4.5 Geldigheid en betroubaarheid ... 95

4.5.1 Triangulasie ... 96

4.6 Samevatting en slot ... 97

HOOFSTUK 5 EMPIRIESE BESKRYWING EN ONTLEDING VAN DATA ... 99

5.1 Inleiding **99**

5.2 Data-insameling **99**

5.3 Kwalitatiewe inhoudsanalise **100**

5.3.1 Maroela-inboks 101

5.3.2 Nuus-inboks 104

5.3.3 WhatsApp-fone 106

5.4 Gevolgtrekking en kritiese bespreking van die inhoudsanalise **108**

5.5 Semi-gestruktureerde onderhoude **111**

5.5.1 Nuusseleksie 112

5.5.2 Nuusinsameling en -verifikasie 116

5.5.3 Kompetisie 122

5.5.4 Nuuskantoorkultuur 125

5.5.5 Vrae ná die inhoudsanalise 130

5.6 Samevatting en slot **134**

HOOFSTUK 6 SAMEVATTING EN SLOT **137**

6.1 Inleiding **137**

6.2 Oorsig van studie **137**

6.3 Metodes en bevindings **141**

6.4 Navorsingsuitdagings **143**

6.4.1 Navorsingsbeperkings 143

6.5 Aanbevelings **144**

6.5.1 Aanbevelings vir Maroela Media 144

6.5.2 Aanbevelings vir toekomstige studies wat uit dié een mag voortspruit 144

6.6 Gevolgtrekking **145**

BIBLIOGRAFIE **146**

BYLAES **159**

LYS VAN TABELLE

Tabel 2.1: Tipes fopnuus en hul gekoppelde nuuswaardes 46

Tabel 3.1: Die kernelemente van organisasiekultuur toegepas op joernalistieke werkswyse 77

Tabel 4.1: Die datavel 87

Tabel 4.2: Onderhoudsvrae, stel 1 (gegrond op literatuurstudie en teoretiese raamwerk) 90

Tabel 4.3 Onderhoudsvrae, stel 2 (gegrond op kwalitatiewe inhoudsanalise).................. 93

Tabel 5.1: Fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke onttrek uit die Maroela-inboks........ 101

Tabel 5.2: Fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke onttrek uit die nuus-inboks............. 104

Tabel 5.3: Fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke onttrek uit die WhatsApp-fone........ 106

Tabel 5.4: Klassifikasie van fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke en gekoppelde nuuswaardes uit al drie platforms 108

Tabel 5.5: Aantal fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke ontvang per maand 109

Tabel 5.6: Bevindings uit semi-gestruktureerde onderhoude oor joernalistieke werkswyse 134

Tabel 6.1: Spesifieke navorsingsvrae en -doelstellings en hul hoofstukverwysings 140

Tabel 6.2: Sentrale teoretiese stellings en hul hoofstukverwysings 141

LYS VAN FIGURE

Figuur 3.1: Die proses van nuusseleksie, -insameling en -verifikasie 69

Figuur 3.2 Skermgreep van Maroela Media se tuisblad op 16 November 2021 71

Figuur 3.3: Die struktuur van Maroela Media se hardenuusspan 74

LYS VAN BYLAES

Bylaag 1: Toestemmingvorm 159

Bylaag 2: “Stuur ’n boodskap”-vorm op Maroela Media se webtuiste 162

Bylaag 3: “Stuur ’n nuuswenk”-vorm op Maroela Media se webtuiste 163

Bylaag 4: Onderhoudskedule 165

Bylaag 5: Vraag oor rangorde vir nuuswaardes 167

Bylaag 6: Datavelle 168

HOOFSTUK 1 INLEIDING, AGTERGROND EN PROBLEEMSTELLING

1.1 Inleiding, agtergrond en konteks

Die roetines en praktyke van joernaliste in nuuskantore regoor die wêreld is byna daagliks aan die verander. Een van die redes hiervoor is dat nuusgebruikers se behoeftes vinnig verander – in reaksie op veral omwentelinge in inligtings- en kommunikasietegnologie. Wardle (2017) gaan sover as om die veranderinge as ’n inligtingsoorlog te beskryf. Dit word grootliks op digitale platforms gevoer en in dié wêreld is dit die alomteenwoordige media wat mense se ervarings raam en verstaanbaar en onmiddellik maak (Deuze, 2007:13). Dit is in dié konteks dat fopnuus, veral ná die Amerikaanse verkiesing in 2016, prominensie gekry het (Marda & Milan, 2018:1).

Fopnuus is egter nie ’n nuwe verskynsel nie. In literatuur oor die geskiedenis van die media is verskeie voorbeelde. Rodgers (2017) verwys na voorbeelde soos die van die Russiese bevelvoerder Mikhail Kutuzov, wat in sy veldtog teen Napoleon Bonaparte, verdraaide inligting aan sy troepe kon deurgee omdat hulle ongeletterd was. Nog ’n voorbeeld is Operasie INFEKTION, ’n versinsel van die Sowjet-unie wat gedurende die Koue Oorlog die nuus versprei het dat die Verenigde State van Amerika (VSA) MIV/vigs geskep het as deel van ’n eksperiment in biologiese oorlogvoering (Rodgers, 2017). Meer onlangs het Kellogg’s se sosialemedia-aansien en aandeelprys geval nadat Breitbart, ’n Amerikaanse webtuiste met ’n geskiedenis van fopnuusverspreiding, ’n veldtog teen die graanvlokkiehandelsmerk van stapel gestuur toe Kellogg’s die besluit geneem het om hul advertensies van dié webtuiste te onttrek (Watts, 2018). Breitbart het in ’n verklaring op hul webtuiste beweer Kellogg’s het deur dié skuif “haat” teenoor hul 45 miljoen lesers verklaar, die maatskappy “grootmoedig”, “links” en “Anti-Amerikaans” genoem en gesê Kellogg’s gebruik “valse linkse storielyne” om Amerikaners te beïnvloed (Breitbart News, 2016).

Uit bostaande voorbeelde blyk dit dat fopnuus, op grond van die konteks, nie altyd op dieselfde manier en om dieselfde redes gebruik word nie. Dít kan deurgetrek word na die definisies van die konsep. Hunt (2016) meen dat fopnuusstories totaal vervals is en ontwerp is om lesers te mislei en om sodoende verkeer na webtuistes aan te moedig, sowel as om winste te vergroot. White (2017) definieer fopnuus as (vertaal na Afrikaans) “die doelbewuste vervaardiging/vervalsing van inligting wat ten doel het om ander te mislei om valshede te glo of om verifieerbare feite te betwyfel”. Schow (2017) meen fopnuus behoort te verwys na stories wat totaal en al opgemaak en onwaar is, maar maan dat dit ook misbruik word om alternatiewe standpunte, wat dikwels polities van aard is, te minimaliseer. In dié opsig gebruik iemand soos die voormalige Amerikaanse president Donald Trump die term om kritiek teenoor hom in die hoofstroommedia

af te maak terwyl die hoofstroommedia ook die term gebruik om die sienswyses van meer konserwatiewe nuuswebtuistes aan te val.

Wanneer definisies van fopnuus ondersoek word, kom die verspreiding daarvan ook ter sprake. Facebook het ná die Amerikaanse presidensiële verkiesing in 2016 waartydens Trump verkies is onder fel kritiek gekom vir die rondstuur en sirkulasie van fopnuus op dié platform (Chen, 2017:80). Die platform is ook gekritiseer omdat dit nie daarin geslaag het om die verspreiding van fopnuus tydens die verkiesingsveldtog te verhoed en te beperk nie. Die Cambridge Analytica-skandaal, waarvolgens Facebook-gebruikers glo geteiken is met spesifieke boodskappe wat pas by hul sosialemediaprofiele om hul politiese perspektiewe te manipuleer, het die kollig verder op Facebook se onvermoë geplaas om die vloei van inligting op die platform te beheer (Chen, 2017:80; Marda & Milan, 2018). Facebook-gebruikers is gevolglik in sogenaamde *filter bubbles* en *echo chambers* vasgevang (Chen, 2017:80). Volgens Chen (2017) beperk dit kritiese denke en laat dit verdeeldheid toeneem. Sosialemediaplatforms soos Twitter en WhatsApp-groepe maak ook die vinnige verspreiding van inligting, fopnuus ingesluit, moontlik.

Wanneer die literatuur oor fopnuus oorweeg word met die doel om die verskynsel se eienskappe te identifiseer, blyk dit dat fopnuus valshede en/of nie-verifieerbare feite bevat, dat dit vervaardig kan word deur individue, instansies of propagandagroepe en dat sosialemediaplatforms die vinnige verspreiding daarvan moontlik maak. Harcup en O'Neill (2016:1482) noem dit deelbaarheid of *shareability* – nuus wat geneig is om kommentaar te ontlok op sosialemediaplatforms soos Facebook en Twitter en daarom gedeel word.

Dié elemente suggereer dat daar moontlik ’n spektrum is waarop fopnuus geplaas kan word. Die tipes fopnuus wat in die literatuur geïdentifiseer kan word (sien Tabel 2.1), is: satire of parodie, misleidende nuus wat gedeeltelik waar is, maar in die verkeerde konteks aangebied word, slordige beriggewing wat ’n sekere agenda dien, misleidende nuus wat nie op feite gebaseer is nie maar ’n deurlopende, bestaande storielyn dien, ook valse verwantskappe (wanneer die grafika, byskrifte of koppe nie die inhoud van die berig ondersteun nie), valse konteks (wanneer ware inhoud gedeel word gepaardgaande met vals kontekstuele inligting), gemanipuleerde inhoud (wanneer ware inhoud of grafika gemanipuleer word om om die bos te lei), misleidende inhoud (misleidende gebruik van inligting om ’n kwessie of ’n individu valslik te beskuldig), voorgee-inhoud (wanneer ware nuusbronne nagemaak word) en nuus wat opsetlik misleidend is (Czarnecki, 2018; Schow, 2017; Wardle, 2017; Watts, 2018).

Volgens Kshetri en Voas (2017) het fopnuus op sosiale media en webtuistes ekonomiese, politieke én sosiale gevolge. Advertensieagentskappe gee byvoorbeeld, volgens hulle, nie noodwendig om oor die inhoud van fopnuuswebtuistes nie, solank hulle net hul minimum getal

klieks op die betrokke webtuiste haal. Dit kan joernaliste onder druk plaas om stories te skryf wat klieks tot gevolg het. Dit is dus geen verrassing nie dat Feehery (2015) meen joernalistiek verkeer tans in ’n betreurenswaardige toestand.

As daar ook in ag geneem word dat digitale inhoud gemanipuleer of redigeer kan word om ’n sekere agenda te dryf, is dit makliker om te verstaan dat sommige mense om die bos gelei kan word en nie ’n onderskeid tussen ware nuus en fopnuus kan tref nie (Crate, 2017:4). Dit suggereer dat fopnuus in sy 21ste eeuse gedaante moontlik uitdagings vir nuuskantore bied waar daar daagliks deur inligting gesif word om nuuskeuses te maak.

Nuus is nie eenvoudig net die weergee van dit wat plaasvind nie, maar ook dit wat deur die media en joernaliste as nuuswaardig voorgehou kan word (Fowler, 1991). Die nuusmedia gebruik nuuskriteria of -waardes, meestal onbewustelik in ’n redaksionele konteks, om te bepaal watter nuusberigte gedoen sal word (Fowler, 1991). Nuuswaardes bied vir joernaliste en redakteurs ’n stel reëls wat dikwels nie tasbaar is nie en wat informeel en onbewustelik nagevolg word om hul werk te doen en om die inhoud van ’n publikasie of uitsaai te beplan (Brighton & Foy, 2007:1).

Nuuswaardes sluit onder meer in impak, tydigheid of nuutheid, bekendes, nabyheid, die bisarre, konflik, die belangrikheid van ’n kwessie nóú of relevansie wat dit tans het en menslike belang (Harrower, 2010; Zajechowski, 2020). Daar is ook die verrassingselement of buitengewone element en humor (Beale, 2016). Harcup en O’Neill (2016:1471) sluit ook verrassing, konflik en bekendes in as nuuskriteria op grond waarvan nuusorganisasies nuus selekteer, maar voeg nog kriteria of waardes by, naamlik eksklusiwiteit, slegte nuus, prikkelende oudiovisuele materiaal, deelbaarheid (*shareability*), vermaaklikheid, relevansie, impak, drama, opvolgstories, magtige mense (*power elite*), goeie nuus en die organisasie se eie nuusagenda.

In enige nuuskantoor pas joernaliste konstant “nuusbeoordeling” toe deur die toepassing van al of sommige van hierdie nuuswaardes. Dit is die vermoë van nuusbestuurders en joernaliste om te bepaal watter stories vir lesers interessant en nuuswaardig sal wees. Dit is ’n verwikkelde proses met baie dimensies. Preston (2009) stel dit dat “nuusmaak” gesien word as ’n komplekse en vinnige proses wat ’n gekoördineerde poging van groot getalle individuele werkers verg om die nuus op ’n daaglikse of uurlikse basis te vervaardig binne ’n sekere omgewing van tyd, spasie, norme, tegnologie en ander hulpbronne. Joernaliste het gevolglik nie die vryheid om op te tree volgens hul houdings en oortuigings nie. Hulle moet eerder optree binne ’n sekere raamwerk van materiële, normatiewe, sosiale, en tegnologiese hulpbronne om hul rolle in dié nuusmaakproses te vervul (Preston, 2009). Mense wat in die nuusmediabedryf werk, moet dus bruikbare kennis hê van meer as net hul eie onmiddellike pligte. Deuze en Steward (2010: 17) stel dit om binne die

waardenetwerk te funksioneer moet die nuuswerker ook die rolle van dié rondom hom/haar verstaan en verstaan hoe dit by mekaar pas (Deuze & Steward, 2010:17).

Dit is binne hierdie raamwerk van nuusmaak in ’n nuuskantoor waar die verskynsel van fopnuus, nuuswaardes en nuusbeoordeling bymekaarkom. Wanneer die nuuswaardes van fopnuus dit aantreklik maak vir nuusseleksie word joernaliste en nuusbestuurders se gevestigde werkswyses in ’n nuuskantoor op die proef gestel.

Dit geld ook vir Maroela Media (sien Afdeling 3.4), die nuusorganisasie waarop gefokus word in die studie, veral aangesien dit ’n webtuiste is waar stories wat byvoorbeeld ’n uur gelede plaasgevind het so gou as moontlik gepubliseer moet word vir lesers. Verskeie mense word by die proses van nuusmaak in die nuuskantoor van Maroela Media betrek. Hoewel verskillende nuusorganisasies sekere roetines, norme en praktyke mag deel, is daar ook werkswyses wat organisasie-spesifiek is.

Dít kan as die organisasiekultuur of joernalistieke werkswyse van die nuuskantoor beskryf word. Schein (2004:17) definieer die organisasiekultuur van ’n groep as ’n patroon van gedeelde basiese aannames wat deur die groep aangeleer is tydens die proses om probleme van eksterne aanpassing en interne integrasie op te los. Dié aannames het goed genoeg gewerk dat dit as geldig beskou word en vir nuwelinge aangeleer word as die korrekte manier om te voel en op te tree in soortgelyke situasies.

Een van die joernalistieke werkswyses wat deel vorm van nuuskantore is nuusbeoordeling deur die toepassing van nuuswaardes, soos reeds uiteengesit. Nuusbeoordeling is dikwels gegrond op joernalistieke norme en waardes. In die verlede was die publiek dikwels nie aktiewe deelnemers aan dié proses nie. Die massamediamodel wat deur die twintigste eeu gebruik is, het die joernalistiek as ’n kragtige instelling gevestig (Gade & Lowrey, 2011). Deur oor byvoorbeeld die regering en ander belangrike instellings verslag te doen, het dit joernalistiek aan die instellings en die publiek verbind. Die eenrigtingvloei van inligting na die publiek het met die koms van digitale media verbrokkel. Enigiemand met internet en basiese tegnologie kan inligting, insluitend nuus en kommentaar, aan gehore regoor die wêreld stuur. Dit vergemaklik uiteraard die verspreiding van fopnuus aan ’n wye gehoor.

Die vloei van inligting is nie meer van bo af na onder of eenrigting nie maar eerder van kant tot kant, dit wil sê tussen mense (Gade & Lowrey, 2011). Een persoon kan in die gemak van sy eie huis ’n storie fabriseer en dit byvoorbeeld op verskeie WhatsApp-groepe deel. Mense begin die nuus versprei, veral as dit handel oor iets wat hulle raak, soos ’n ma met skoolgaande kinders wat fopnuusstories oor mensehandel deel. Kort voor lank beland so ’n boodskap in ’n

nuusorganisasie se in-mandjie en die joernaliste moet begin, as deel van hul gevestigde werkswyse, om dit te verifieer – veral as dit vanuit meer as een bron afkomstig is.

Een van die gevolge van fopnuus in ’n nuuskonteks is dat gebruikers die nuusmedia al hoe minder vertrou – dit is ’n beduidende hindernis aangesien daar soveel ander bronne van inligting beskikbaar is. Om invloed in die gemeenskap te behou moet nuusbronne geloofwaardige inligting aan hul gehore bied. Dit is dus belangrik vir nuusorganisasies om hul hekwagterfunksie te vervul deur te keer dat fopnuus verder versprei word of dit te weerlê met amptelike inligting (Gade & Lowrey, 2011).

Die algemene rigting van die nuusorganisasie se doelwitte en strukture word deur die eienaars en uitvoerende beamptes bepaal aangesien die meeste nuusorganisasies gekenmerk word deur ŉ hiërargiese struktuur van mag en invloed, maak nie saak hoe formeel of informeel die manifestering daarvan is nie (Preston, 2009). Maroela Media het ook hiërargie en prosesse. In die konteks van ŉ spesifieke nuusorganisasie se kultuur of werkswyse kan bepaal word of nuusseleksie geraak word deur fopnuus – en spesifiek omdat fopnuus nuuswaardes reflekteer wat sal aanspraak maak op ŉ nuusorganisasie en die betrokke joernaliste se nuussin en -voorkeur.

Kortom poog dié studie om te bepaal watter nuuswaardes gekoppel kan word aan die fopnuus wat Maroela Media ontvang vanaf lesers en ander bronne. Voorts stel die studie ondersoek in na die mate wat fopnuus werkswyses in die nuuskantoor van Maroela Media raak, indien enigsins. In die verband word spesifiek aandag geskenk aan die seleksieproses van stories op grond van hul nuuswaardes.

1.2 Probleemstelling

Fopnuus is nie ŉ nuwe verskynsel nie. Die bestaande literatuur oor die fenomeen dui daarop dat om gerugte te versprei vir politieke gewin, kwaadwilligheid, vermaak of ekonomiese voordeel ingeburger is in die geskiedenis van die media. Die ontwikkeling van kommunikasietegnologie, spesifiek sosialemediaplatforms, wat dit moontlik maak om inligting vinniger en wyer te versprei, het egter die ideale omgewing geskep waarin fopnuus kan floreer. Die omvang van die verskynsel is van so ŉ aard dat die literatuur verwys na ŉ spektrum van verskillende tipes fopnuus wat op grond van faktore onderskei kan word, soos die tipe valshede wat dit vervat, asook die teikengehore waarop dit gemik is (Czarnecki, 2018; Schow, 2017; Wardle, 2017; Watts, 2018). Nuuskantore, as werksomgewings waar nuusinsameling, nuusseleksie (op grond van nuuswaardes) en feitverifikasie plaasvind, word ook met fopnuus gekonfronteer. Begrip van fopnuus en die nuuswaardes waarop dit geskoei word, is in dié konteks van belang omdat dit die

werkswyse van nuuskantore raak. Wanneer die nuuswaardes van fopnuus dit aantreklik maak vir nuusseleksie word joernaliste en nuusbestuurders se gevestigde werkswyses in ŉ nuuskantoor op die proef gestel. Die wisselwerking tussen nuuswaardes, fopnuus en die organisasiekultuur van ŉ nuuskantoor kan daarom die seleksie en verspreiding van fopnuus aanhelp of beperk. Dit is dié probleem wat in die studie onder die loep kom aan die hand van onderstaande algemene en spesifieke navorsingsvrae.

1.3 Algemene navorsingsvraag

Wat is die wisselwerking tussen die verskynsel van fopnuus en die joernalistieke werkswyse in Maroela Media se nuuskantoor?

1.4 Spesifieke navorsingsvrae

1. Hoe word fopnuus in die literatuur geklassifiseer en kan spesifieke nuuswaardes aan die hand van die klassifikasie aan fopnuus gekoppel word?

2. Wat is die kernelemente van organisasiekultuur wat op joernalistieke werkswyse van toepassing gemaak kan word?

3. Wat is die kernelemente van joernalistieke werkswyse in Maroela Media se nuuskantoor betreffende nuuskeuses en die nuuswaardes onderliggend daaraan?

4. Hoe kan nuuswaardes aan die verskillende tipes fopnuus gekoppel word wat in die tydperk van studie deur Maroela Media geïdentifiseer is?

5. Tot watter mate, al dan nie, het fopnuus die werkswyse van Maroela Media se nuusspan (joernaliste en nuusredakteurs) verander met betrekking tot nuusseleksie?

1.5 Spesifieke navorsingsdoelstellings

1. Om aan die hand van ’n literatuurstudie te bepaal hoe fopnuus geklassifiseer word en aan die hand van ’n literatuurstudie te bepaal watter spesifieke nuuswaardes aan die fopnuus gekoppel kan word.

2. Om aan die hand van ’n literatuurstudie vas te stel wat die kernelemente van organisasiekultuur is wat op joernalistieke werkswyse van toepassing gemaak kan word.

3. Om deur middel van semi-gestruktureerde onderhoude te bepaal wat die aard van die joernalistieke werkswyse in Maroela Media se nuuskantoor is wat betref die nuuskeuses en die nuuswaardes onderliggend daaraan.

4. Om aan die hand van 'n inhoudsanalise te bepaal hoe kan nuuswaardes aan die verskillende tipes fopnuus gekoppel word wat in die tydperk van studie deur Maroela Media geïdentifiseer is.

5. Om deur middel van semi-gestruktureerde onderhoude te bepaal tot watter mate, al dan nie, fopnuus die werkswyse van Maroela Media se nuusspan (joernaliste en nuusredakteurs) verander het met betrekking tot nuusseleksie.

1.6 Teoretiese vertrekpunte

Verskillende tipes fopnuus word in die literatuur geklassifiseer; naamlik satire of parodie, misleidende nuus wat gedeeltelik waar is maar in die verkeerde konteks aangebied word, slordige beriggewing wat 'n sekere agenda dien, misleidende nuus wat nie op feite gebaseer is nie maar 'n deurlopende, bestaande storielyn dien, valse verwantskappe, valse konteks, gemanipuleerde inhoud, misleidende inhoud, voorgee-inhoud en nuus wat opsetlik misleidend is (Schow, 2017; Watts, 2018). Nuuskantore word met verskillende tipes fopnuus gekonfronteer waaroor nuusbesluite geneem moet word.

Nuusbeoordeling of -seleksie word beïnvloed deur nuuswaardes. Nuuswaardes sluit faktore in soos impak, tydigheid, bekendes, nabyheid, die bisarre, konflik, relevansie, menslike belang, verrassing, ongewoonheid, slegte nuus (wat negatiwiteit en konflik insluit), prikkelende oudiovisuele materiaal, deelbaarheid (*shareability*), vermaaklikheid, relevansie, sterstatus van die joernalis (sluit eksklusiwiteit in), impak, drama, opvolgstories, magtige mense (*power elite*), goeie nuus en die organisasie se eie agenda (Beale, 2016; Harcup & O'Neill, 2016; Harrower, 2010; McGregor, 2002; Zajechowski, 2020).

Wanneer die nuuswaardes van fopnuus dit aantreklik maak vir nuusseleksie, wat deel vorm van 'n komplekse, dinamiese proses van nuusmaak, word joernaliste en nuusbestuurders se gevestigde werkswyses in 'n nuuskantoor op die proef gestel. Die wisselwerking tussen nuuswaardes, fopnuus en die werkswyse van 'n nuuskantoor kan daarom die seleksie en verspreiding van fopnuus aanhelp of beperk. Organisasiekultuur van 'n nuuskantoor is daarom ter sprake.

Organisasiekultuur as teorie voer aan dat kultuur 'n dinamiese fenomeen is, sowel as 'n stel strukture, roetines, reëls en norme wat gedrag lei en beperk (Schein, 2004:1). Daar kan waargeneem word hoe kultuur geskep word, vergestalt word, ontwikkel en uiteindelik gemanipuleer word en terselfdertyd hoe die kultuur beperk, stabiliseer en struktuur en betekenis aan die lede van die organisasie verskaf.

Schein (2004:64) meen deur die interaksie van lede in 'n groep in detail te bestudeer, is dit moontlik om te bepaal hoe norme en gedrag vergestalt word wanneer die werksomgewing deur uitdagings gekonfronteer word. Volgens Eitel (2018) is die belangrikste deel van enige nuuskantoor die personeel. In dié studie is die fokus op die werkswyse of roetines van joernaliste en nuusbestuurders wat fopnuus moet hanteer.

Vier sentrale teoretiese stellings is geformuleer:

1.6.1 Sentrale teoretiese stelling 1 (STS1)

Fopnuus is nuus (of inligting) wat vervals of verdraai word om gehore (kykers, lesers en verbruikers) met opset om die bos te lei en versprei word, dikwels via sosiale media, vir winsmarge of invloed of om die spot te dryf met persone of gebeure. Dit word dikwels voorgehou as ernstige of ware joernalistiek en gereeld aangewend vir politieke gewin, om 'n sameweringsteorie te laat posvat of om mense aan ware feite en verifieerbare stories te laat twyfel.

1.6.2 Sentrale teoretiese stelling 2 (STS2)

Fopnuus kan geklassifiseer word in sewe hooftipes, naamlik satire of parodie, misleidende nuus wat in die verkeerde konteks aangebied word, slordige berriggewing wat 'n sekere agenda dien, nuus wat opsetlik misleidend is, vervalste verbindings, gemanipuleerde inhoud en kliekaas.

1.6.3 Sentrale teoretiese stelling 3 (STS3)

Nuuswaardes is 'n stel kriteria wat media-organisasies en joernaliste elke dag gebruik in die nuusseleksieproses om stories of gebeurtenisse te selekteer om gepubliseer te word in 'n koerant of op 'n webtuiste, radio- of televisiestasie. Dit is 'n omvangryke lys wat vir die studie saamgestel is: slegte nuus, oudiovisuele elemente, kontinuïteit, emosie, die elite, relevansie, deelbaarheid, verrassing en sterstatus van die joernalis (sluit eksklusiwiteit in).

1.6.4 Sentrale teoretiese stelling 4 (STS4)

Organisasiekultuur is die bepaalde kultuur van 'n sekere groep mense binne 'n organisasie en word sosiaal onderhou deur daardie groep. Rituele, roetines en sekere praktyke word deur die bepaalde groep beoefen of gevolg en van werknemers na nuwelinge in die organisasie oorgedra. Leiers speel 'n belangrike rol binne die bepaalde organisasie en die groep deel sekere basiese aannames.

1.7 Navorsingsbenadering

Die studie maak gebruik van ŉ kwalitatiewe navorsingsbenadering. Kwalitatiewe navorsing gebruik inligting wat in die vorm van woorde, prente, opnames of foto's voorkom (Struwig & Stead, 2001:13).Dié benadering is gewoonlik, maar nie altyd nie, induktief van aard (Du Plooy, 2009:88).

Die doelstellings van ŉ kwalitatiewe navorsingsontwerp is om areas waar beperkte of geen inligting beskikbaar is nie te ondersoek. Dit het ook ten doel om gedrag, temas, neigings, houdings en behoeftes of verwantskappe wat van toepassing is op die eenhede van data te beskryf (Du Plooy, 2009:88).

Die tipe waarnemings wat gemaak word, kan gelei word deur die navorsingsvrae om sodoende ŉ kommunikasieverskynsel te verstaan (Du Plooy, 2009:35) Aangesien waarnemings en vrae gelei word deur aannames, moet dié aannames stewig geanker wees in die literatuur.

Juis omdat die navorser met dié studie ondersoek en beskryf is 'n gevallestudie van Maroela Media ideaal. Gagnon (2010:xi) sê gevallestudies is toespaslik vir 'n wye reeks navorsingsvelde. Woodside en Wilson (2003), soos aangehaal deur Gagnon (2010:2), sê die gevallestudie is toepaslik daarvoor om die prosesse verwant aan verskeie fenomene te beskryf, verduidelik, voorspel of beheer. Gagnon (2010:3) sê verder voordele daaraan verbonde om 'n gevallestudie te gebruik, sluit in dat dit indiepte-analise van 'n fenomeen binne konteks kan lewer.

Zainal (2007:1) sê deur 'n gevallestudie te doen, stel dit die navorser in staat om data binne 'n spesifieke konteks van naby te ondersoek. In die meeste gevalle gebruik die gevallestudiemetode 'n spesifieke geografiese omgewing of 'n beperkte hoeveelheid individue as die onderwerp van die studie (Zainal, 2007:1).

Gerring (2004:6) sê gevallestudies is veral bruikbaar as die navorser beskrywende afleidings wil maak.

Maroela Media as gevallestudie het die navorser in staat gestel om die koppelvlak van fopnuus, nuuswaardes en organisasiekultuur te bestudeer. Die data is in dié konteks ingesamel deur middel van 'n kwalitatiewe inhoudsanalise en semi-gestruktureerde onderhoude en later ontleed. Só kon die navorser uiteindelik die algemene navorsingsvraag, naamlik "Wat is die wisselwerking tussen die verskynsel van fopnuus en die joernalistieke werkswyse in Maroela Media se nuuskantoor?", beantwoord.

Die rede waarom die kwalitatiewe navorsingsbenadering in dié studie gepas is, is omdat die navorser ryk inligting wil insamel in terme van die fynere werking van die nuuskantoor by Maroela Media met spesifieke betrekking tot die seleksie van stories (met spesifieke nuuswaardes) vir

publikasie. Die hardenuusspan se gedrag en neigings moet beskyf word, asook hul verwantskap aan die data wat geanaliseer word. Kwalitatiewe navorsingsontwerpe bied ook meer ruimte vir buigsaamheid.

1.7.1 Navorsingsmetodes

1.7.1.1 Literatuurstudie

ʼn Literatuurstudie is gebruik om ʼn tipologie van fopnuus saam te stel en om te bepaal of spesifieke nuuswaardes aan fopnuus gekoppel kan word. Voorts is ʼn literatuurstudie gebruik om die kernelemente van organisasiekultuur en die toepassing daarvan op nuuskantore te bepaal.

Vir hierdie doel is verskeie databasisse gekonsulteer, insluitende Nexus, die nasionale ETD-portaal (National Electronic Thesis and Dissertations platform), Google Scholar, Google en Boloka, die Noordwes-Universiteit (NWU) se institusionele toegangsplatform. Akademiese handboeke, joernaalartikels en populêre artikels in die formaat van indiepte-artikels, nuusberigte en rubrieke op gedrukte en aanlynnuusplatforms is ook gekonsulteer.

Uit die bestaande literatuur op Boloka is dit duidelik dat daar al veelvuldige studies oor organisasiekultuur gedoen is. Dié studies fokus hoofsaaklik op korporatiewe omgewings soos polisiestasies of skole. Nexus en die nasionale EDT-portaal het albei ook verskeie resultate opgelewer oor organisasiekultuur. Weereens was die klem hier op korporatiewe omgewings, soos die Suid-Afrikaanse Nasionale Weermag (SANW), skole en die sakesfeer.

Daar kon geen studies oor organisasiekultuur in nuuskantore op die databasisse wat gekonsulteer is, opgespoor word nie. Die enigste studie wat op Boloka opgespoor kon word wat betrekking het op Maroela Media is een waarin die navorser noem dat Maroela Media onder die Solidariteit-vakbondsambreel val en funksioneer.

Heelwat studies is ook reeds oor fopnuus gedoen. Baie van die studies fokus op die ondersoeke ná die Amerikaanse presidensiële verkiesing in 2016, hoe gebruikers joernaliste sien noudat fopnuus oral te vinde is en maniere om fopnuus uit te ken.

Daar is in 2005 plaaslik ʼn studie gedoen aan die Rhodes Universiteit oor die rol van nuuswaardes in die seleksie van nuusbronne by die *Daily Nation*-koerant in Kenia (Kisuke, 2005). Die studie kan van waarde wees om die proses van hoe nuuswaardes gebruik word tydens nuusseleksie beter te begryp. Die studie fokus ook op omgewingsake en die belangrike en verantwoordelike rol wat joernaliste speel in beriggewing daaroor.

Op die nasionale EDT-platform is talle resultate vir fopnuus, maar die temas is breed – byvoorbeeld vergelykende studies tussen uitsaaikanale en koerante, die uitbeelding van vroue op televisie en verkiesingsdekking. ’n Studie is in 2010 aan die Universiteit van Pretoria gedoen oor faktore wat besluite van nuusredakteurs beïnvloed. Dit het wel betrekking op dié studie omdat ’n groot deel van die studie fokus op die stories wat wel gedoen word – die nuusredakteur maak uiteraard daardie finale besluit (Griffiths, 2010).

Herman Wasserman, verbonde aan die Universiteit van Kaapstad, het in 2020 ’n artikel in die J*ournalism*-joernaal gepubliseer oor die fopnuusfenomeen en joernalistieke diskoers binne die politieke, sosiale en kulturele omgewing in Suid-Afrika.

Op grond van soektogte na soortgelyke studies is daar ruimte vir dié studie. Dít aangesien daar nog nie ’n soortgelyke studie gedoen is oor fopnuus, die unieke nuuswaardes daaraan verbonde en hoe dit nuusseleksie raak as deel van die werkswyses en nuusmaakprosesse van ’n Afrikaanse nuusorganisasie se nuuskantoor in Suid-Afrika nie. Daar bestaan wel genoeg literatuur om inligting te bekom.

1.7.1.2 Kwalitatiewe inhoudsanalise

Tydens hierdie studie is van ’n kwalitatiewe inhoudsanalise gebruik gemaak, dit wil sê die versamel van inligting en die sistematiese prosedure om die inhoud van die ingesamelde materiaal te ontleed om sodoende meer diepte en detail oor die onderwerp wat bestudeer word te bekom (Du Plooy, 2009:207-232).

Die kwalitatiewe inhoudsanalise is voorts gebruik word om bestaande teoretiese vertrekpunte en die verbande wat tussen teoretiese konsepte bestaan te ondersoek vir die nuuswaardes wat met elke tipe fopnuus geassosieer kan word in die konteks van Maroela Media as nuusorganisasie (Du Plooy, 2009:89).

Die eenhede wat ontleed is, is fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke wat Maroela Media ontvang het in ’n afgebakende tydperk. ’n Tydperk van twee maande is aanvanklik gekies om voorsiening te maak vir die insamel van genoeg data wat ontleed kon word, maar is later verleng na sewe maande. Die reëlmaat waarmee fopnuus versprei word, is onvoorspelbaar. Die buigsaamheid van die navorsingsontwerp het beteken dat die tydperk verkort of verleng kon word na gelang van die data wat ingesamel word.

Vir die kwalitatiewe inhoudsanalise is ’n meetinstrument op grond van die literatuurstudie ontwikkel wat fopnuus kon klassifiseer en indeel in verskillende tipes fopnuus. Dit is as operasionele definisies gebruik.

ŉ Verdere ontleding is gedoen om te bepaal of daar spesifieke nuuswaardes is wat aan fopnuus gekoppel kan word. Die klassifiseringstabel (sien Tabel 2.1) – en die definisies – is uiteindelik gebruik om fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke te ontleed wat deur Maroela Media in die tydperk van studie ontvang is.

Die ontleding het dus gefokus op fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke wat Maroela Media vanaf lesers en ander bronne ontvang het. Die ander dimensie van die ontleding het gefokus op die nuuswaardes van die geïdentifiseerde fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke.

1.7.1.3 Semi-gestruktureerde onderhoude

Ná die inhoudsanalise is daar aan die hand van die data wat ingesamel is individuele, semi-gestruktureerde onderhoude met Maroela Media se hardenuusspanlede gevoer word om hul nuuskeuses, op grond van nuuswaardes, te verstaan en te verklaar.

Semi-gestruktureerde onderhoude vind plaas wanneer onderhoude deur voorafopgestelde vrae of onderwerpe gevoer word, maar die navorser kan wel daarvan afwyk en ander opvolgvrae vra (Du Plooy, 2009:198). Dit het dit moontlik gemaak om sinvolle en insiggewende vrae te formuleer aan die hand van die deeglike inhoudsanalise.

Dié metode was gepas vir die studie om ŉ dieper begrip van die joernalistiekpraktyk – as deel van die organisasiekultuur in Maroela Media se nuuskantoor te bekom en te verstaan hoe daar met stories omgegaan word in die seleksie en verifikasie van nuusberigte, wat moontlik fopnuus kan insluit.

Die navorser was vir ŉ tydperk self by Maroela Media werksaam as joernalis en het kennis van die nuusorganisasie se organisasiekultuur omdat sy ook in die tydperk besluite rakende nuusseleksie en -verifikasie geneem het. Die binneperspektief het tot die navorser se insig bygedra, veral ten opsigte van die werkswyse in die nuuskantoor.

1.8 Etiese oorwegings

Elke deelnemer het ’n toestemmingsvorm onderteken (sien Bylaag 1) waarin hy/sy bevestig dat hy/sy verstaan waaroor die studie handel, wat die doel daarvan is en dat hy/sy vrywillig daaraan deelneem. Die deelnemers het ook bevestig dat hulle kennis neem dat hulle enige tyd van die studie kon onttrek.

Die navorser het ook etiese klaring vir die studie gekry. Die etieknommer vir dié studie is: N W U - 0 1 4 5 8 - 1 9 - A 7.

In die studie is daar nie sprake van sensitiewe persoonlike inligting nie omdat lesers se name nie genoem is nie, slegs die inligting wat hulle aan Maroela Media gestuur het.

1.9 Studiebeperkings

ŉ Element wat moontlik die studie kon beperk is onvoorspelbare dimensies, soos ’n tekort aan fopnuus vir kwalitatiewe inhoudsanalise. Die risiko kon oorbrug word deur die tydperk waarin die fopnuus ingesamel is te verleng om sodoende meer data in te samel. Dié kwessie word in geheel in Hoofstuk 5 bespreek.

1.10 Waarom is dié studie belangrik/van belang?

Die omvang en gevaar van fopnuus is tydens die Covid-19-pandemie beklemtoon. Hazelton (2021:93) sê ons daaglikse gesprekke, sosialemediatuisblaae, koerantvoorblaaie, televisie-uitsendings en radioprogramme word oorheers deur stories oor Covid-19. Hazelton (2021:93) berig Tedros Adhanom Ghebreyesus, direkteur-generaal (DG) van die Wêreldgesondheidsorganisasie (WGO), het in Februarie 2020 gesê: “Ons veg nie net teen ’n epidemie nie, ons beveg ’n infodemie” toe hy verwys het na die feit dat fopnuus amper vinniger as die virus versprei. In Suid-Afrika is fopnuus oor Covid-19 gekriminaliseer ingevolge regulasies onder die Wet op Rampbestuur 57 van 2002 (Departement van Samewerkende Regering en Tradisionele Sake, 2020: 24). ’n Oortreder kan ’n boete of ses maande tronkstraf opgelê word (sien Afdeling 2.4.1).

Gegewe die rol van joernalistiek om aan gehore akkurate, betroubare inligting te gee op grond waarvan hulle belangrik besluite kan neem, bly fopnuus ŉ kwessie en word daar toenemende studies gedoen om te bepaal hoe die omvang van die probleem beperk kan word.

Uit bogenoemde kan daar afgelei word dat fopnuus in die joernalistieke konteks ŉ kwessie is in die veld van kommunikasiestudies. Dit is veral in nuuskantore, waar nuusbesluite geneem word, waar fopnuus werkswyses kan raak. Die studie, wat fokus op die wisselwerking tussen fopnuus en werkswyses, het data gegenereer wat van waarde is vir Maroela Media in hul nuusseleksieprosesse as deel van hul organisasiekultuur. Ander nuusorganisasies kan ook by die studie baat vind. Dit lewer as sodanig ŉ belangrike bydae tot die studieveld oor die koppelvlakke tussen fopnuus en joernalistiek.

1.11 Struktuur van die studie

Hoofstuk 1: Inleiding, agtergrond en probleemstelling. In dié hoofstuk word die leser ’n inleiding en agtergrond tot die studie gebied. Die probleem rondom die kwessie word ook aan die leser verduidelik.

Hoofstuk 2: Die literatuurstudie bied ’n klassifikasie van fopnuus en die identifisering van nuuswaardes wat met verskillende tipes fopnuus geassosieer kan word. In dié hoofstuk word ’n manier om fopnuus te klassifiseer, aangebied. Die verskillende nuuswaardes wat daaraan gekoppel kan word, word ook uitgelig.

Hoofstuk 3: Die teoretiese raamwerk beskryf die kernelemente van organisasiekultuur in ’n joernalistieke konteks en die organisasiekultuur van Maroela Media se nuuskantoor. In dié hoofstuk word spesifiek gekyk na die werking van Maroela Media se nuuskantoor.

Hoofstuk 4: Die navorsingsontwerp behels die kwalitatiewe navorsingsbenadering en -metodes (literatuurstudie, kwalitatiewe inhoudsanalise en semi-gestruktureerde onderhoude) en die meetinstrument word uiteengesit. Die manier en die proses waarvolgens die studie uitgevoer word, word in dié hoofstuk verduidelik.

Hoofstuk 5: Dit is ’n empiriese beskrywing en ontleding van die data. In dié hoofstuk word die resultate van die kwalitatiewe inhoudsanalise en semi-gestruktureerde onderhoude in fyn besondherhede ontleed en bespreek.

Hoofstuk 6: Dié hoofstuk word gebruik om die studie sinvol saam te vat, te evalueer of die navorsingsdoelstellings bereik is, probleme met die studie te bespreek en die studie af te sluit deur aanbevelings te maak vir Maroela Media en vir studies wat uit dié een kan voortspruit.

HOOFSTUK 2 LITERATUURSTUDIE: FOPNUUS EN NUUSWAARDES

2.1 Inleiding

In Hoofstuk 1 is ’n breë agtergrond en oorsig van die studie gegee. Fopnuus is geen nuwe verskynsel nie en die bestaande literatuur oor die fenomeen dui daarop dat om gerugte te versprei vir politieke gewin, kwaadwilligheid, vermaak of ekonomiese voordeel ingeburger is in die geskiedenis van die media. Soos in die vorige hoofstuk in die probleemstelling (sien Afdeling 1.2) genoem, word nuuskantore, as werksomgewings waar nuusinsameling, nuusseleksie (op grond van nuuswaardes) en feitverifikasie plaasvind, ook met fopnuus gekonfronteer.

Begrip van fopnuus en die nuuswaardes waarop dit geskoei word, is in dié konteks van belang omdat dit die werkswyse van nuuskantore raak. Wanneer die nuuswaardes van fopnuus dit aantreklik maak vir nuusseleksie word joernaliste en nuusbestuurders se werkswyses in ’n nuuskantoor op die proef gestel. Gevolglik sal daar in dié hoofstuk aandag geskenk word aan fopnuus, die klassifikasie van fopnuus en die identifisering van nuuswaardes wat met verskillende tipes fopnuus geassosieer kan word.

Dit word gedoen aan die hand van ’n literatuurstudie. Deur dit te doen, word spesifieke navorsingsvraag 1.4.1 beantwoord, naamlik om te bepaal hoe fopnuus geklassifiseer word en of spesifieke nuuswaardes aan elk van die tipes fopnuus gekoppel kan word. Die hoofstuk word afgesluit deur ’n tabel (sien Tabel 2.1) wat aandui watter nuuswaarde(s) gekoppel kan word aan elk van die geïdentifiseerde tipes fopnuus.

Die tabel is in die res van die studie ook gebruik en sal veral van toepassing wees in Hoofstukke 4 en 5, waarin die navorsingsontwerp en die kwalitatiewe navorsingsbenadering en -metodes uiteengesit en toegepas word. Die tabel en die operasionele definisies daarin is gebruik vir die inhoudsanalise, in die opstel van vrae vir die semi-gestruktureerde onderhoude en dus in die beantwoording van die studie se spesifieke navorsingsvrae 1.4.3, 1.4.4 en 1.4.5. Dit help die navorser met die ontwerp van ’n meetinstrument vir die empiriese gedeelte van die studie.

Die hoofstuk word as volg uiteengesit. Eerstens word daar na die definisies van fopnuus gekyk sodat die kernelemente van fopnuus bepaal kan word. Verskeie voorbeelde hiervan sal ingesluit word in die bespreking. Tweedens kom die tipes fopnuus en hoe dit geklassifiseer word onder die loep. In dié afdeling word daar ook verskeie voorbeelde ter illustrasie aan die leser voorgehou. Derdens word die gevolge van fopnuus spesifiek vir joernalistiek bespreek. In dié afdeling word daar ook in diepte na nuuswaardes gekyk omdat dit ’n integrale rol speel in joernaliste se daaglikse werkswyses en hoe hulle met inligting omgaan en hoe nuusseleksie in ’n nuuskantoor

plaasvind, met ander woorde hoe hulle bepaal of iets nuuswaardig is. Vierdens word gekyk na stappe wat gedoen word om fopnuus, op plaaslike en internasionale vlak, te bekamp. Die hoofstuk word afgesluit met ’n samevatting en slot.

2.2 Definisies

In Hoofstuk 1 is verwys na enkele definisies van fopnuus. White (2017) defnieer fopnuus as (vertaal na Afrikaans) “die doelbewuste vervaardiging/vervalsing van inligting wat ten doel het om ander te mislei om valshede te glo of om verifieerbare feite te betwyfel”. Die United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Unesco), die Verenigde Nasies se wêreldwye kulturele organisasie, meen die term fopnuus het nie net een betekenis waaroor almal saamstem nie. Unesco sê nuus is iets wat geverifieer kan word en in die openbare belang is en fopnuus behoort nie eens die woord “nuus” te bevat nie. Fopnuus is dus volgens hulle (2018) ’n teenstrydigheid weens die plasing van die woorde “fop” teenoor “nuus”. McGonagle (2017) definieer fopnuus as inligting wat met opset gefabriseer en versprei word met die doel om gebruikers te mislei om onwaarhede te glo en feite te betwyfel. Ordway (2017) sê eenvoudig fopnuus is gefabriseerde inhoud of stories wat hom voordoen as ernstige joernalistiek.

Die Cambridge-woordeboek definieer fopnuus as vals stories wat voorgee om nuus te wees. Hul definisie gaan verder en sluit ook die metode van verspreiding en die doelstelling van fopnuus in. Hulle sê dit word op die internet of in ander media versprei én word gewoonlik geskep om politieke sienings te beinvloed of as ’n grap te dien. Hulle voeg by daar is kommer oor die mag van fopnuus om verkiesingsuitslae te beïnvloed (Cambridge Advanced Learner’s Dictionary & Thesaurus, g.d.). The Collins English Dictionary (g.d.) definieer fopnuus eenvoudig as valse en dikwels sensasionele inligting wat versprei word onder die voorwendsel dat dit nuusverslaggewing is. Die University of Michigan se aanlynnavorsingsgids oor fopnuus definieer fopnuus as stories wat vals is, menend dat die storie self gefabriseer is en geen verifieerbare feite, bronne of aanhalings bevat nie (Desai *et al.*, g.d.). Oxford Learner’s Dictionaries (g.d.) definieer fopnuus weer net as ’n valse verslag van gebeure wat op webtuistes gepubliseer en gelees word.

Daar is twee terme vir die gebruik en misbruik van sosiale media vir ideologiese indoktrinasie – fopnuus en *post-truth*, soos daar meer onlangs daarna verwys word (Peters *et al*., 2018:27). Oxford Learner’s Dictionaries (g.d.) definieer postwaarheid (vertaal na Afrikaans) as verwant aan omstandighede waarin mense eerder op gevoelens en oortuigings reageer as op feite, wat dikwels die konteks is waarin mense ontvanklik is vir fopnuus. Dit is egter nie die fokus van hierdie studie nie.

Rini (2017) sê dis belangrik om te onthou foute in gewone, eerlike beriggewing is nie fopnuus nie. Vir iets om as fopnuus te kwalifiseer, moet daar opsetlike misleiding plaasvind. Rini (2017) sê die "nuus"-gedeelte in "fopnuus" impliseer dat die misleiding bedoel is vir 'n gehoor – 'n gehoor groter as die onmiddellike ontvanger van die stukkie fopnuus. "Fopnuus is bedoel om gedeel en weer gedeel te word" (Rini, 2017). Rini (2017) gaan verder deur te sê 'n fopnuusstorie handel oor gebeure in die regte wêreld en maak soms die kenmerke van tradisionele verslaggewing na. Die skepper van die fopnuus weet die inhoud is vals. Rini (2017) sê een van die redes waarom gebruikers nie sukkel om fopnuus te glo nie is omdat dit voorgehou word as getuienis. "Fopnuusstories maak hul verskyning op hul sosiale media en dit lyk of mense wat hulle (die leser/kyker) vertrou die inligting beaam – dis natuurlik om te glo wat vriende wat jy vertrou vir jou sê."

Lazer *et al.* (2018) sê fopnuus is gefabriseerde inligting wat die nuusmedia inhoudelik namaak – wat die vorm aanbetref maar nie in die organisatoriese proses of die bedoeling daarvan nie. Volgens Gelfert (2018:91) lyk en werk hedendaagse fopnuuswebtuistes dikwels dieselfde as hoofstroommediabronne om meer geloofwaardig te lyk. Gelfert (2018) sê in die verlede is dieselfde dikwels gedoen met waardevolle kuns, juis omdat dit so skaars is en die skepper 'n diep waardering vir die kunswerk het. Alhoewel fopnuus dikwels op tradisionele nuus teer, word fopnuus nie geskep uit 'n waardering vir tradisionele nuusmedia nie, sê Gelfert (2018:91). Klein en Wueller (2017:1) sê fopnuus het van 'n satiriese inslag na 'n swaar gekritiseerde internet-fenomeen ontwikkel. Hulle sê dié "vervalste verklarings van feite" word dikwels op webtuistes gepubliseer en versprei deur sosiale media vir wins óf sosiale invloed (Klein & Wueller, 2017:1) Verder sê Klein en Wueller (2017:6) dat hulle aanvaar fopnuuspublikasies publiseer dié fopnuus wetend en opsetlik.

Edson *et al.* (2018) definieer fopnuus as artikels wat gegrond is op vals inligting en verpak word om soos regte nuus te lyk om gebruikers om die bos te lei. Dit word gedoen vir finansiële of ideologiese gewin.

Dis daarom dat daar voordele én nadele daaraan verbonde is om sosiale media te gebruik om jou nuus in die hande te kry. Shu *et al.* (2017) sê die voordele sluit in dat dit goedkoop en maklik verkrygbaar is. Die nadeel is dat dit die wye verspreiding maklik maak van fopnuus of "nuus" van 'n lae gehalte wat opsetlik valse inligting bevat. 'n Individu met geen reputasie of bewese ervaring kan soms soveel mense bereik as mediareuse soos Fox News, CNN en *The New York Times* (Allcott & Gentzkow, 2017:211).

Uit bogenoemde bespreking van die verskillende definisies van fopnuus is dit duidelik daar is sekere elemente waaroor daar algemene konsensus is in terme van die definisies van fopnuus.

Dit is dat fopnuus met opset geskep word, dat dit versprei word (dikwels via sosialemediaplatforms) en dat dit gereeld soos “regte” of ware nuus lyk en in dieselfde tipe formaat as betroubare nuus geskryf word.

Verskeie voorbeelde van fopnuus bevestig die gevare daarvan. Dít word vervolgens bespreek.

2.2.1 Voorbeelde

Om fopnuus as konsep beter te verstaan, kan daar na voorbeelde ter illustrasie verwys word.

Die internasionale handelsmerk en korporatiewe reus PepsiCo het, volgens Watts (2018), soos Kellogg’s (genoem in Afdeling 1.1) erg deurgeloop toe vals inligting oor die koeldrankreus versprei is, insluitend vervalste aanhalings wat aan hul uitvoerende hoof, Indra Nooyi, toegedig is. Hul aandeelprys het byna onmiddellik met 3,75% geval. Fopnuuswebtuistes het kort ná Trump as Amerikaanse president verkies is, berig Nooyi het gesê Trump-aanhangers “moet hul besigheid maar iewers anders heen skuif”. Nooyi het dit nooit gesê nie, maar Trump-aanhangers wou steeds met ’n boikot teen die maatskappy begin (Gupta, 2016).

Misleidende nuus wat nie op feite gebaseer is nie maar ’n deurlopende, bestaande storielyn dien, verwys gereeld na sameseringsteorieë – nuus waar daar geen vasgestelde grondslag vir waarheid bestaan nie. Dikwels verskil opinies vurig wanneer dit by dié tipe nuus kom. ’n Voorbeeld hiervan, naamlik Pizzagate, spruit ook uit die Amerikaanse verkiesing in 2016. ’n Sameweringsteorie het tydens daardie verkiesing die lig gesien dat hooggeplaastes in die Amerikaanse Demokratiese politieke party betrokke was in mensehandel en die seksuele misbruik van kinders. McGonagle (2017) sê fopnuus kan soms ektreme en dramatiese gevolge hê. Edgar Maddison Welch het in Desember 2016 self gaan “ondersoek instel” na die beweerde pedofiliekring van die gerug en het skote met ’n aanvalsgeweer binne ’n pizzarestaurant in Washington afgevuur. Hy is tot vier jaar tronkstraf gevonnis (Haag & Salam, 2017).

Nog ’n voorbeeld hiervan is die aanhaling “*Ireland is now officially accepting Trump refugees from the US*”, wat toegedig is aan Mary Heanue, ’n voormalige beampte van Inishturk, ’n eiland aan die weskus van County Mayo in Ierland. Heanue het die gebruik van die misplaaste aanhaling betwis en gesê dat die konteks van die gesprek nie polities van aard was nie. Bowendien, Inishturk kan nie eensydig besluit om vlugtelinge namens Ierland te aanvaar nie en Amerikaners wat teen Trump gekant is, kan nie as vlugtelinge bestempel word nie (Czarnecki, 2018).

’n Ander voorbeeld is ’n artikel van The Washington Post getiteld “*Russian hackers penetrated U.S. electricity grid through a utility in Vermont, officials say*”. Die joernalis het nie kommentaar by die Vermont-fasiliteit gekry nie, maar verskeie aanhalings ingesluit van lede van die

Amerikaanse kongres wat hul uitspreek oor Rusland. Die joernalis het voortgegaan om die storie te bevorder dat Rusland die VSA probeer skade berokken. Burlington Electric het ŉ verklaring uitgereik om die berig te ontken. The Washington Post het die berig later terug getrek (Eilperin & Entous, 2016).

Die aard van fopnuus en van die elemente van fopnuus, soos dat dit dikwels soos "regte" of ware nuus lyk en in dieselfde tipe formaat geskryf word as betroubare nuus, dra ook daartoe by dat dit vinnig versprei en gedeel word.

Meer onlangs het die 2019 brande in die Amasone-reënwoud in Brasilië ook bygedra tot die verspreiding van fopnuus. Franse president Emmanuel Macron het in 2019 ŉ foto op Twitter gedeel van ŉ brand wat woed in ŉ woud met die woorde: "Ons huis is aan die brand. Letterlik." Dié foto, wat sedertdien al byna 59 000 keer gedeel is en deur 162 000 gebruikers ge*like* is, is deur Loren Mcintyre, ŉ Amerikaanse fotograaf wat al in 2003 oorlede is, geneem (Shellenberger, 2019).

Dis ook nie net wêreldleiers wat in dié strik trap nie. Omgewingsaktivis en Oscar-wenner Leonardo DiCaprio het dieselfde foto as Macron met sy 34,5 miljoen volgelinge op Instagram gedeel. DiCaprio het darem daarna $5 miljoen aan die Amazon Forest Fund belowe.

Die sokkerspeler Christiano Ronaldo het in 2019 ook ŉ soortgelyke foto, wat reeds in 2013 deur Lauro Alves geneem is, met sy 181 miljoen volgelinge op Instagram gedeel. Dié toneel was nie eens in die Amazon-streek geneem nie, maar dié dramatiese foto het wyd woede, skok en hartseer uitgelok onder sy volgelinge en aanhangers (Shellenberger, 2019).

Ander bekendes soos sanger Madonna en supermodel Gisele Bündchen het ook in dié strik getrap (Shellenberger, 2019).

Hierdie voorbeelde bevestig die elemente van fopnuus, naamlik dat fopnuus met opset geskep word, dat dit versprei word (dikwels via sosiale media) en dat dit gereeld soos "regte" of ware nuus lyk en in dieselfde tipe formaat as betroubare nuus geskryf word. Die navorser kan byvoeg dat fopnuus baie vinniger versprei wanneer bekendes betrokke raak by die verspreiding daarvan, soos met die fopnuus- en foto's van die brande in die Amasone-reënwoud.

2.2.2 STS1

Fopnuus is nuus (of inligting) wat vervals of verdraai word om gehore (kykers, lesers en verbruikers) met opset om die bos te lei en versprei word, dikwels via sosiale media, vir winsmarge of invloed of om die spot te dryf met persone of gebeure. Dit word dikwels voorgehou as ernstige of ware joernalistiek en gereeld aangewend vir politieke gewin, om ŉ

samesweringsteorie te laat posvat of om mense aan ware feite en verifieerbare stories te laat twyfel.

2.3 Tipes/klassifikasie van fopnuus

Uit die literatuur blyk dit dat daar verskillende tipes fopnuus is. Dit is ook duidelik dat die skeppers van fopnuus die verskillende vorme daarvan vir verskillende doeleindes gebruik. In dié studie word sewe tipes fopnuus kortliks bespreek en met voorbeelde geïllustreer.

2.3.1 Satire of parodie

Een van die algemeenste vorme, en dikwels die mees skadelose, is satire. Satire verwys na inhoud wat duidelik bedoel is om die spot te dryf met die media en aktuele gebeure, maar kan lesers om die bos lei as dit buite konteks gedeel word. Satiriese nuuswebtuistes soos The Onion is ŉ goeie voorbeeld hiervan. Die hele webtuiste is een satiriese fopnuusstorie na die ander. Sommige is komies, maar ander raak aan ernstiger kwessies wat hewige reaksie by lesers uitlok. Een van hul hoofopskrifte lees byvoorbeeld op 14 Augustus 2018 "*Mother annoyed son playing video games on beautiful day when he could go outside and kill people*" (The Onion, 2018). Dié kop dryf die spot met die uiters sensitiewe onderwerp van skoolskieterye in die VSA. Klein en Wueller (2017) sê fopnuus is besig om te ontwikkel van sy satiriese literêre oorspronge en is nou ’n internetfenomeen wat wyd gekritiseer word.

2.3.2 Misleidende nuus wat in die verkeerde konteks aangebied word

Misleidende nuus wat gedeeltelik waar is maar in die verkeerde konteks aangebied word, verwys na selektiewe feite wat aangebied word om sekere opskrifte te laat werk en dikwels nie ŉ ware verteenwoordiging van feite is nie (Schow, 2017; Watts, 2018). ŉ Voorbeeld hiervan is die artikelopskrif in die Daily Mail: "*Can beer make you smarter? Hop compound boosts brain function - but you'd need to drink 3,500 PINTS a day*" (Griffiths, 2014). Wat egter uit die opskrif gelaat word, is dat dié studie op muise en nie op mense nie uitgevoer is. Dis ’n storie wat na verwagting tipies wyd onder veral jongmense (of ander mense wat lief is vir bier) rondgestuur word sonder dat hulle die inhoud van die berig behoorlik bestudeer het.

Misleidende nuus wat nie op feite gebaseer is nie maar ’n deurlopende, bestaande storielyn dien, verwys gereeld na samesweringsteorieë – nuus waar daar geen vasgestelde grondslag vir waarheid bestaan nie.

2.3.3 Slordige berrigewing wat ’n sekere agenda dien

Slordige beriggewing wat ŉ sekere agenda dien, kan verwys na nuus waarin daar sekere greintjies van die waarheid versteek is wat nog nie geverifieer is nie en wat gebruik word om ŉ sekere agenda te bevorder of sienswyse te ondersteun. Volgens Schow (2017) is dit die grootste probleem wat die media tans in die gesig staar.

ŉ Voorbeeld hiervan is ŉ *Rolling Stone*-berig oor ŉ beweerde bendeverkragting wat by die Universiteit van Virginië plaasgevind het. Die berig "*A rape on campus*" deur Sabrina Erdely het op 19 November 2014 verskyn en is op 5 April 2015 teruggetrek, omdat die storie onwaar was. Volgens Schow (2017) het die hele storie gesteun op slegs een bron wie se storie van seksuele aanranding die perspektief van die outeur en die hoofstroommedia dat manskoshuislede verkragters is, dat vrouens in gevaar verkeer en dat universiteite nie omgee nie, bevestig.

2.3.4 Nuus wat opsetlik misleidend is

Meeste fopnuus val in dié kategorie. Nuus wat opsetlik misleidend is, verwys na nuus wat gefabriseer is om geld te maak of klieks te genereer (Schow, 2017; Watts, 2018). Dit is dikwels ook om verwarring te saai of ontevredenheid te veroorsaak. Dié tipe stories kom gewoonlik voor op fopnuuswebtuistes wat ontwerp is om eg voor te kom. Dit gebruik dikwels foto's en video's wat op een of ander wyse geredigeer is (Watts, 2018). Allcott en Gentzkow (2017) sê vir hulle is fopnuus spesifiek nuusartikels wat opsetlike vals inligting bevat, wat getoets en bewys kan word as vals en wat lesers kan mislei. Hulle sluit nie sameweringsteorieë en foute wat per ongeluk deur joernaliste gemaak word in nie. Hulle sluit ook satire uit wat waarskynlik nie as feitelik gesien gaan word nie.

Voorgee-nuus is inhoud wat kamstig van ŉ ware nuuswebtuiste kom. Dit kom dikwels soos die ware webtuiste kom maar is nie die ware Jakob nie. Daar was byvoorbeeld tydens die presidensiële verkiesing in die VSA in 2016 ’n webtuiste, abcnews.com.co, met ’n logo wat baie soortgelyk is aan die regte ABC News (abc.go.com) wat vals stories oor die Trump-veldtog versprei het. Baie mense het hiervoor geval. Voor die verkiesing het die fopnuuswebtuiste byvoorbeeld ’n berig gepubliseer met die opskrif "*Donald Trump protester speaks out: I was paid $3 500 to protest Trump's rally*" (Jacobson, 2016). Die storie was gefabriseer.

2.3.5 Vervalste verbindings

Vervalste verbindings is wanneer twee onverwante kwessies of sake met mekaar verbind word, byvoorbeeld ŉ kop van ŉ berig en die foto wat inderwaarheid niks in gemeen het nie. Een voorbeeld is die opskrif "*Celebrities you didn't know were dead*" saam met ŉ foto van ŉ bekende

wat nog lewendig is. Die leser kliek op die storie net om uit te vind die bekende op die foto is nooit in die berig genoem nie en is dus nog springlewendig en gesond. Moses (2017) sê fopnuuswebtuistes (en uiteraard dié verantwoordelik vir die inhoud op dié webtuistes) het ontdek dat die *celebrity death hoax* ’n manier is om te verseker dat daar groot hoeveelhede verkeer na hul webtuistes kom, wat weer op hul beurt groot geld maak met advertensies. Dié tipe fopnuus kan ook oorvleuel met sogenaamde *clickbait* of kliekaas (sien Afdeling 2.3.7). Craig Silverman, wat vir die Amerikaanse media-, nuus- en vermaaklikheidswebtuiste Buzzfeed oor fopnuus skryf, het aan Moses (2017) gesê hierdie *celebrity death hoaxes* werk omdat dit spreek tot mense se emosies – daarom deel hulle so graag dié tipe berig.

2.3.6 Gemanipuleerde inhoud

Gemanipuleerde inhoud verwys na inhoud wat ware inligting en selfs ware grafika en beeldmateriaal bevat maar wat op ’n manier gemanipuleer is om ’n ander storie te vertel. Dié tipe manipulasie word dikwels *fauxtography* genoem en kan van toepassing wees op inligting soos die grootte van ’n skare by ’n byeenkoms (Evon, 2017). Soms laat lyk ’n foto dit asof daar derduisende mense na een of ander spreker kom luister het, waar daar inderwaarheid net ’n klein handjievol die toespraak of geleentheid bygewoon het. Aan die ander kant kan ’n foto dit ook laat voorkom asof byna niemand opgedaag het nie, maar eintlik was daar ’n groot skare.

Evon (2017) noem talle voorbeelde, soos ’n gemanipuleerde foto van Melania Trump, Amerika se voormalige presidentsvrou, by oudpres. Barack Obama en sy vrou Michelle Obama. Die fopfoto wys dié drie van agter af met Michelle Obama se hand op Melania Trump se rug en Barack Obama se hand wat oënskynlik op Trump se agterstewe rus. Saam met die foto verskyn die reël: “*What will feminists say about this*?” Die oorspronklike foto toon egter duidelik dat Barack Obama se hand nog selfs hoër as Michelle s’n was en op haar middelrug rus en nié haar agterstewe nie.

Johnson (2017) sê daar is vyf hooftipes fopnuus. Die vyf tipes is dié “nuus” wat 100% vals is, soos dat Pous Francis oorlede is, bevooroordeelde beriggewing, pure propaganda van die nuusorganisasie, die misinterpretasie van data en slordige beriggewing.

2.3.7 Kliekaas

Nog ’n tipe fopnuus wat die moeite werd is om te noem, is kliekaas. Die Universiteit van Michigan se navorsingsgids oor fopnuus stel dit dat fopnuus soms as kliekaas ontwerp en geskryf word met winsmarge in gedagte (Desai *et al.*, g.d.). Met ander woorde die skrywer van dié stories, wat mense aanmoedig om daarop te kliek, maak wins uit die hoeveelheid klieks. Mense deel dié tipe stories ook graag op hul eie sosialemediaprofiele en stuur dit aan vriende. Silverman en Pham (2018), joernaliste by Buzzfeed, het vir die webtuiste ’n lys van die 50 grootse fopnuusstories op

Facebook in 2018 gemaak en gevind dié stories het saam ’n reuse 22 miljoen reaksies, opmerkings en *shares* op Facebook gehad.

Chen *et al.* (2015) sê kliekaas verwys na inhoud waarvan die hoofdoel is om aandag te trek en lesers aan te moedig om op ’n skakel na ’n spesifieke webtuiste te kliek.

2.3.8 STS2

Fopnuus kan geklassifiseer word in sewe hooftipes, naamlik satire of parodie, misleidende nuus wat in die verkeerde konteks aangebied word, slordige berriggewing wat ’n sekere agenda dien, nuus wat opsetlik misleidend is, vervalste verbindings, gemanipuleerde inhoud en kliekaas.

2.4 Gevolge van fopnuus vir joernalistiek

Nuus speel ’n belangrike rol en is ’n kernbron van akkurate inligting oor politiese en ander kwessies in die samelewing. Dit vorm op sy beurt die openbare mening – wanneer die nuus onwaar is, ondermyn dit die openbare debat vanaf die bron (McGonagle, 2017:204).

Die instansies wat fopnuus versprei, het nie dieselfde redaksionele norme en prosesse in plek as die nuusmedia om sodoende akkuraatheid en geloofwaardigheid van inligting te verseker nie (Lazer *et al*., 2018). Hierdie fopnuus word, soos bo in die definisies daarvan vasgestel, opsetlik vervaardig en daar word uiteraard nie tradisionele prosesse soos nuusinsameling en -verifikasie (dit word in fyn besonderhede in Hoofstuk 3 bespreek) van feite toegepas nie.

Edson *et al.* (2018) sê fopnuus bedreig joernalistiek. Dit veroorsaak dat nuusorganisasies nie net moet meeding om gehoordeelname nie maar kan ook joernalistiek se geloofwaardigheid ondermyn terwyl joernaliste hulself heeltyd moet verdedig teen fopnuusbeskuldigings eerder as om regte verslaggewing te doen. Die verifikasie van nuusberigte, -boodskappe en -wenke wat moontlik vals is, neem ook baie tyd in beslag. Fopnuus bedreig nie net joernalistiek deur met gehore te skakel in ’n tyd waarin baie nuusorganisasies sukkel om hul gehore te vergroot nie, maar openbare diskoers ook. Openbare mening kan beïnvloed word deur onakkurate inligting. Fopnuus word ook deur politici gebruik om nuusorganisasies wat negatiewe berigte oor hulle plaas te diskrediteer (Edson *et al.*, 2018)

Fopnuus bedreig die joernalistiek en veroorsaak dat mense die nuusmedia al hoe minder vertrou. Nuusorganisasies móét geloofwaardige inligting aan hul gehore bied om invloed in daardie gemeenskap te behou. Dit is dus belangrik vir nuusorganisasies om hul hekwagterfunksie te vervul en te keer dat fopnuus verder versprei word of om dit te weerlê met amptelike inligting (Gade & Lowrey, 2011).

Edson *et al.* (2018) sê dis belangrik om te onthou dat sosiale media verander het hóé mense nuus verbruik. Dis maklik om via sosialemediaplatforms soos Facebook net iets te deel. Die platform word gebou met dié funksionaliteit. Mense kan ook op voetsoolvlak self nuus publiseer as hulle iets sien gebeur het – dit alles word vergemaklik deur sosiale media. Alhoewel joernaliste eens op ’n tyd ’n monopolie gehad het op nuusproduksie en -verspreiding, vind dié prosesse nou buite die beheer van tradisionele joernaliste plaas.

Die WGO sê fopnuus oor die dodelike Covid-19-virus, oftewel die infodemie soos die DG daarna verwys, skep ’n teelaarde vir onsekerheid (WGO, 2021). Onsekerheid blaas wantroue aan en skep ’n omgewing van vrees, angstigheid, stigma en aggressie en veroorsaak dat mense bewese gesondheidsmaatreëls van die hand wys. Dít kan tot lewensverlies lei.

2.4.1 Stappe teen fopnuus

Wêreldwyd het sosialemediareuse en regerings begin regop sit en aandag skenk aan fopnuus en watter gevolge dit vir gebruikers kan inhou.

Verkiesings blyk ’n tipe teelaarde te skep vir die verspreiding van fopnuus. Plaaslik het die Onafhanklike Verkiesingskommissie (OVK) van Suid-Afrika in 2019 voor die algemene verkiesing op 8 Mei daardie jaar ’n aanlynplatform, Real 411, van stapel gestuur om die verspreiding van vals nuus en verdraaide inligting in die aanloop tot die verkiesing in die kiem te smoor. Die OVK het gesê *disinformation*, met ander woorde vals nuus wat met opset rondgestuur word, het die potensiaal om die integriteit van die verkiesing in gedrang te bring. In ’n verklaring op die OVK se webtuiste sê hulle hulle beskou verdraaide inligting (*disinformation*) as (vertaal na Afrikaans) “vals, onakkuraat of misleidende inligting wat ontwerp is om opsetlik skade te berokken. Binne ’n verkiesingskonteks sluit dit vals inligting in wat dit ten doel het om deelname in en die uitkoms van verkiesings onnodig te beïnvloed” (Election Commission of South Africa, 2019).

Op dié platform kon bekommerde Suid-Afrikaners aanlyn hul bekommernisse oor vals nuus of inligting aan die OVK deurgee vir oorweging en moontlike stappe teen die skuldige partye.

Facebook het op 18 April 2019 in ’n mediaverklaring gesê Facebook het self ’n paar maatreëls in plek gesit om die verspreiding van vals nuus te verminder voor die Suid-Afrikaanse verkiesing en interaksie rondom die verkiesings op hul platform aan te moedig. Hulle het onder meer joernaliste hieroor in werkswinkels opgelei en politici geleer hoe om aanlyndreigemente te vermy en te hanteer (Morule, 2019).

Verder het hulle nasionale en gemeenskapsradio en -koerante gebruik om wenke te deel oor hoe om fopnuus te identifiseer en die stappe wat gebruikers kan neem as hulle dit teëkom (Morule, 2019).

Spesiale sagteware is ook gebruik om Facebook-profiele waarin iemand of ’n party nageboots word te identifiseer en te sluit. Facebook het ook saam met AfricaCheck, ’n organisasie wat daarin spesialiseer om feite na te gaan vir akkuraatheid, gewerk om die akkuraatheid van nuus wat op Facebook gedeel word vas te stel. As inligting as fopnuus geïdentifiseer is, is die verspreiding daarvan op Facebook-gebruikers se tuisblaaie verlaag sodat minder mense dit sien (Morule, 2019). Deur die bogenoemde stappe te neem het Facebook verantwoordelik opgetree en hul deel gedoen om op voetsoolvlak te verhoed dat gebruikers paniek saai en vals nuus versprei.

Buiten verkiesings het die wêreldwye Covid-19-pandemie ook behoorlik vir sy aandeel fopnuus gesorg. In Suid-Afrika is fopnuus vir die eerste keer gekriminaliseer ná een van die eerste Covid-19-gevalle op 8 Maart 2020 in KwaZulu-Natal aangemeld is. Ingevolge regulasies wat onder die Wet op Rampbestuur (57 van 2002) in plek gestel is, begaan “enige persoon wat enige plasing maak deur enige medium, insluitend sosiale media, met die bedoeling om ’n ander persoon om die bos te lei oor Covid-19, die Covid-19-infeksiestatus van enige persoon of enige maatreëls van die regering om Covid-19 aan te spreek” ’n oortreding. Hy/sy kan ’n boete, ses maande tronkstraf of beide opgelê word.

Stephen Birch is een van enkele Suid-Afrikaners wat in hegtenis geneem is vir hierdie oortreding nadat hy ’n video gemaak het waarin hy mense waarsku om hulself nie te laat toets vir die Covid-19-virus nie omdat die toetse self moontlik met die virus besmet is (De Wee & Marais, 2020).

Die regering het die OVK se Real 411-webtuiste begin gebruik as platform waar mense fopnuus spesifiek verwant aan Covid-19 kan rapporteer. Daar is ook ’n WhatsApp-nommer wat mense kan gebruik om fopnuus aan te meld. Die regering het gevolglik ’n lys van die mees bekende of gewilde fopnuusstories spesifiek verwant aan Covid-19 gepubliseer op hul amptelike webtuiste (Suid-Afrikaanse regering, 2020). Hulle verwys mense ook na AfricaCheck. Hulle het ’n lys gepubliseer van 24 fopnuusstories, waaronder die “nuus” dat helikopters chemiese oplossings oor gemeenskappe gaan spuit en dat die adjunkminister van toerisme toestemming gegee het dat die Paashaas mag kom paaseiers aflewer aangesien hy virusvry is. ’n Ander vals storie wat ook vinnig aan die begin van die pandemie in Suid-Afrika versprei het, is dat eienaars van eiendomme vir 90 dae nie huur mag ingevorder het nie.

Só het die regering duisende mense gewaarsku teen dié brokkies fopnuus en waarskynlik gekeer dat hordes mense hierdie nuus aanstuur na familie en vriende.

WhatsApp, wat deur meeste Suid-Afrikaners gebruik word om met geliefdes en vriende kontak te behou, veral tydens die grendelstaat, het ook hul deel gedoen om te help om die verspreiding van fopnuus te bekamp. WhatsApp word in inperkingstye ook gebruik om byvoorbeeld kontak te behou met jou skool, universiteit of dokter. In ’n mediaverklaring op 7 April 2020 sê WhatsApp alhoewel hulle in 2019 reeds vir WhatsApp-gebruikers begin bewus maak het van boodskappe wat al ’n paar keer aangestuur is en nie van ’n nabye kontak afkomstig is nie met die dubbel pyltjies wat bo aan dié soort WhatsApp-boodskappe verskyn, het hulle nog verder gegaan. Nou kan so ’n boodskap net na een gesprek op ’n slag aangestuur word. Dit keer onder meer dat misleidende inligting, veral oor iets soos Covid-19, aan ’n klomp groepe en mense tegelyk gestuur word (Mchunu, 2020).

Sosialemediareus YouTube het ook hul kant begin bring om te keer dat inligting wat nie ’n mediese grondslag het nie via die YouTube-platform versprei word. Die BBC (2020) berig YouTube het gesê hulle gaan alle Covid-19-verwante inhoud wat direk strydig is met dít wat die WGO aanbeveel summier verwyder en verban. Susan Wojcicki, hoof- uitvoerende beampte van YouTube, het gesê inhoud wat tipies hul nuwe beleid oortree, is inhoud soos “drink genoeg vitamien C of borrie en dit sal jou genees (van Covid-19)”.

Funke en Flamini (g.d.), wat vir die Poynter Instituut vir Mediastudies in die VSA ’n gids oor die stappe wat wêreldwyd teen fopnuus geneem word, saamgestel het, skryf regerings regoor die wêreld het begin optree teen aanlynfopnuus. Sommige se benaderings is meer aggressief as ander. In België het die regering in Mei 2018 twee projekte van stapel gestuur wat dit ten doen het om die verspreiding van fopnuus (in die vorm van *misinformation*) aanlyn te bekamp. Eerstens is ’n groep kundiges, wat uit joernaliste en akademici bestaan, bymekaar gemaak om oplossings te vind en tweedens het hulle ’n webtuiste waar inligting oor fopnuus gepubliseer word op die been gebring. Mense kan daar stem vir of teen voorgestelde oplossings (Funke & Flamini, g.d.). Ten spyte van die regering se pogings berig *The Brussels Times* in Maart 2020 die nasionale krisissentrum het mense gemaan om net amptelike inligtingskanale te gebruik en om nie fopnuus op sosiale media te versprei nie.

In Frankryk het Macron in Januarie 2018 aangekondig hy gaan ’n nuwe wet voorlê om die verspreiding van fopnuus (in die vorm van *misinformation*) tydens verkiesings te beveg. Dié wet het toe later in November 2018 in werking getree en definieer fopnuus onder meer as nuus wat vervalste feite rapporteer spesifiek met die bedoeling om die “opregtheid van ’n stem” te verander (Funke & Flamini, g.d.).

Dié stappe bevestig hoe ernstig die probleem van fopnuus is en hoe belangrik enige navorsing is wat dit kan help aanspreek.

In die volgende afdeling word nuuswaardes bespreek sodat die navorser navorsingsvraag 1.4.1, naamlik “Hoe word fopnuus in die literatuur geklassifiseer en kan spesifieke nuuswaardes aan die hand van die klassifikasie aan fopnuus gekoppel word?”, kan beantwoord.

2.5 Nuuswaardes

Nuus is ’n skepping en die eindproduk van die joernalistieke proses. Die media selekteer gebeurtenisse om oor verslag te doen in oorleg met ’n komplekse stel kriteria van nuuswaardigheid (Fowler, 1991:13).

Van Dijk het al in 1988 gesê vir hom kan “nuus” drie dinge beteken. Eerstens kan dit na nuwe inligting verwys in die sin van “Ek het vir jou goeie nuus.” Tweedens, waar die media betrek word, kan mense praat van “Het jy gisteraand die nuus gekyk?” waar daar na die program self verwys word of “Het jy die nuus oor die rentekoerse gelees?” waar daar nie na die fisieke berig of berig op televisie of radio verwys word nie (Van Dijk, 1988:4).

Nuus is nie eenvoudig net die gebeurtenis wat plaasvind nie, maar dit wat deur die media en joernaliste as nuuswaardig voorgehou kan word. Dié kriteria, wat onbewustelik in ’n redaksionele konteks gebruik word, word nuuswaardes genoem (Fowler, 1991:13). Tradisioneel is die waardes gebruik in ’n hekwagterkonteks om nuus tot by gehore te filtreer. ’n Spesifieke storie wat aan meer as een nuuswaarde voldoen, is meer nuuswaardig en behoort gepubliseer te word.

Om nuuswaardes behoorlik te bekyk, is dit nodig om die heel eerste stel nuuswaardes, wat as die “basis” van moderne nuuswaardes beskou word, te bestudeer. Die eerste noemenswaardige stel nuuswaardes is in 1965 deur Johan Galtung en Mari Holmboe Ruge opgestel in navorsing getiteld *The Structure of Foreign News*. Dit word tot vandag toe as die grondslag of raamwerk vir navorsing oor nuuswaardes voorgehou. Hulle het aangevoer die verhouding tussen die gebeure, die persepsie daarvan en die finale indruk daarvan word op interpersoonlike vlak redelik goed verken. Dit is op kollektiewe persepsievlak waar ’n persepsie namens iemand gemaak word om later oor te dra aan hullle, soos met die skryf van ’n koerantberig waar ’n sekere indruk van ’n sekere gebeurtenis aan klomp mense oorgedra gaan word, waar die situasie veel meer ingewikkeld raak.

Van wêreldgebeure tot iemand se persoonlike indruk (*image*) van ’n gebeurtenis is daar ’n ketting van kommunikasie wat gevolg word in die media, naamlik 1) gebeure na 2) die media se persepsie van die gebeure, met ander woorde dit wat gepubliseer word na 3) media-indruk na 4) die persoonlike persepsie van die gebruiker en uiteindelik 5) die persoonlike indruk van die leser (Galtung & Ruge, 1965:65). Met ander woorde, hoe word gebeure nuus?

Die twaalf nuuswaardes soos deur Galtung en Ruge (1965) geïdentifiseer is: Gereeldheid (*frequency*), intensiteit (*threshold*), ondubbelsinnigheid, betekenisvolheid (hieronder val kulturele nabyheid en relevansie), konsonansie (*consonance*) waaronder voorspelbaarheid en wat gebruikers eis, onverwagsheid waaronder onvoorspelbaarheid en skaarsheid, kontinuïteit, samestelling (*composition*), verwysing na elite nasies en mense, verwysing na mense en verwysing na die negatiewe.

Galtung en Ruge (1965) se eerste nuuswaarde is gereeldheid. Hoe meer soortgelyk die frekwensie van die gebeurtenis is aan die frekwensie van die nuusmedium ter sprake, hoe meer waarskynlik is dit dat dit as nuus in daardie medium geselekteer sal word (Galtung & Ruge, 1965:66). Byvoorbeeld die bou van ’n dam oor ’n lang tydperk sal ongesiens verby gaan tensy dit ’n noemenswaardige hoogtepunt bereik, soos die inhuldiging daarvan.

Die tweede nuuswaarde is intensiteit, oftewel *threshold*. Daar is ’n sekere drempel wat ’n gebeurtenis moet verby steek voor dit enigsins as nuus geselekteer sal word. Hoe groter die dam is, hoe meer sal daar oor die inhuldiging daarvan geskryf word (Galtung & Ruge, 1965:66).

Die derde nuuswaarde is die ondubbelsinnigheid van ’n gebeurtenis. Nuusgebeure wat duidelik geïnterpreteer kan word en nie dubbelsinnig is nie geniet voorkeur bo gebeure wat dubbelsinnig is en op vele maniere geïnterpreteer kan word.

’n Vierde nuuswaarde is betekenisvolheid. Onder dié nuuswaarde val kulturele nabyheid en relevansie. Byvoorbeeld, as ’n Europese radioluisteraar in Marokko die radio aanskakel, sal hy/sy waarskynlik verby die plaaslike musiek beweeg en verlig wees as hy/sy materiaal in Engels kry (Galtung & Ruge, 1965:67). ’n Gebeurtenis kan ook enorme geïmpliseerde betekenis en relevansie hê vir die gebruiker, al gebeur dit in ’n plek wat kultureel verwyderd is van hom/haar.

Die vyfde nuuswaarde is konsonansie. Dit bestaan uit twee onderafdelings, naamlik voorspelbaarheid en wat gebruikers verwag van ’n publikasie. Mediagebruikers voorspel sekere gebeure en dit skep ’n psigiese matriks vir die gebeurtenis om maklik opgeneem en geregistreer te word. Galtung en Ruge (1965) sê verder ’n gebruiker kan ook wil hê iets moét gebeur en kan dan perspepsies verdraai wat hy/sy ontvang en hom/haarself oortuig dat wat hy/sy wou gehad het inderdaad gebeur.

Onverwagsheid is die sesde nuuswaarde soos deur Galtung en Ruge (1965) geïdentifiseer. Dit sê herhalende en gereelde gebeure is veel minder interessant as die onverwagse. Onvoorspelbaarheid en skaarsheid val ook onder hierdie aspek.

Die sewende is kontinuïteit. Wanneer iets reeds nuus is, sal dit aanhou om nuus te wees. ’n Goeie plaaslike voorbeeld om dié nuuswaarde te verduidelik is staatskaping. Die kommissie van ondersoek na staatskaping onder leiding van adjunkhoofregter Raymond Zondo is amper daagliks nuus (Chabalala, 2018). Dit is al langer as drie jaar aan die gang en elke dag se gebeure en getuienis word wyd deur die media gedek.

Die agtste nuuswaarde van Galtung en Ruge (1965) is samestelling. Dié waarde kan aan die hand van die volgende voorbeeld verduidelik word. Wanneer ’n joernalis op ’n gegewe dag net baie nuus oor buitelandse politieke gebeure het om te gebruik maar kort voor saktyd onbelangrike plaaslike nuus en buitelandse vermaaknuus ontvang, sal hy/sy dit gebruik. Die drempel vir daardie gebeure om gepubliseer te word, is nou baie laer as wat dit voorheen sou wees om te verseker dat daar ’n gebalanseerde nuussamestelling gelewer word. Die tuisblad van meeste aanlynpublikasies sluit gewoonlik hoofnuus, meer algemene en internasionale nuus maar ook kuns en vermaak en resepte in. Dit is om te verhoed dat die gebruiker nie toegegooi word en oorweldig voel deur al die negatiewe nuus en net eenvoudig die platform verlaat nie. Dit handel ook oor die spesifieke nuusaanbod van daardie spesifieke dag. Die *news hole* is die relatiewe spasie wat aan nuusinhoud gewy word (Maier, 2010:9).

Negende op die lys van nuuswaardes is die elite nasies. Nuus oor elite mense en nasies is meestal outomaties nuuswaardig.

Verwysing na elite mense is die tiende nuuswaarde. ’n Goeie voorbeeld van dié nuuswaarde is die aandag gegun aan die geboorte van die koninklike baba Archie Harrison Mountbatten-Windsor in Mei 2019. Fopnuus het ook erg versprei in veral die week voor sy geboorte oor die baba se geslag, bespiegelinge of die baba eintlik lankal reeds gebore is en of sy ma Meghan Markle ooit in die eerste plek swanger was (Brolley, 2019). Die blote feit dat elite mense so prominent is, veroorsaak dat alles waaraan hulle raak en wat hulle doen outomaties nuus is.

Die elfde nuuswaarde is verwysings na mense. Dit is byvoorbeeld vir joernaliste beter om ’n foto van ’n persoon as ’n gebou te neem. Gebeure is die resultaat van ’n persoon se aksies; mense dien as simbole van positiewe en negatiewe identifisering.

Laastens is die nuuswaarde negatiwiteit. Meeste van die tyd is negatiewe gebeure meer in die nuus omdat dit eenvoudig meer gereeld (sien die eerste nuuswaarde) voorkom as positiewe gebeure (Galtung & Ruge, 1965:69). Negatiewe nuus is ook dikwels nie dubbelsinnig nie in die sin dat daar konsensus is dat die gevolgtrekking van die gebeurtenis negatief is.

Nuuswaardes en mense se siening daarvan het sedertdien verander en is aangepas soos wat tegnologie verander, verbeter en vooruitgegaan het.

McGregor (2002) meen Galtung en Ruge se werke moet weer bestudeer word in ’n meer moderne era. Televisie was byvoorbeeld geensins so alomteenwoordig in 1965 toe hulle hul navorsing gedoen het soos wat dit vandag is nie. Radikale veranderinge in nuuswaardes is teweeg gebring deur televisie en ander nuusformate (soos sosiale media). McGregor (2002) sê joernaliste leer ’n “informele gedragskode” in nuuskantore aan oor wat tot ’n goeie storie bydra. Dit word versterk deur komplimente van redakteurs en jaloesie vanaf kollegas.

McGregor (2002) sê een nuuswaarde van Galtung en Ruge het veral modernisering nodig, naamlik gereeldheid. Hul navorsing is gedoen op koerante wat daagliks verskyn het en het nie intyd-media in ag geneem nie. Dit is nie meer ’n geval dat die nuus volg ná die gebeure nie – die nuus word soms regstreeks uitgesaai, soos met die inhegtenisneming vir moord van Amerikaanse voetbalspeler O.J. Simpson ná ’n hoëspoed-jaagtog op ’n hoofweg in Los Angeles wat regstreeks op televisie uitgesaai is.

McGregor (2002) stel vier nuwe nuuswaardes voor, naamlik visualiteit, emosie, konflik en die viering van die joernalis. Sy meen visualiteit is die belangrikste nuuswaarde vandag, en die eenvoudige feit dat ’n joernalis daarin kon slaag om foto’s van ’n gebeurtenis te kry, dra by dat dié storie geselekteer word. Sy noem ’n voorbeeld: ’n Aardskudding in Siberië waarin 1 000 mense sterf, gaan waarskynlik agterweë bly as daar ’n aarskudding in Londen is waarin net 10 mense sterf maar daar beeldmateriaal en foto’s daarvan is. Stories word as’t ware vertel déur foto’s en video.

Emosie kan gekoppel word aan visualiteit. Hoe meer ’n gebeurtenis emosionele subteks ten toon stel, hoe meer waarskynlik is dit dat dié storie geselekteer sal word. Dít beteken ook dat dit wat as nuus gekies word die inhoud van die storie én die gehoor se reaksie daarop verbind as een oorweging. Hoe meer ’n storie ’n emosionele verhaal suggereer, hoe meer waarskynlik is dit dat die storie gepubliseer sal word. Die gehoor se reaksie op die storie word hier sterk in ag geneem. McGregor (2002) sê die stelling van emosie as nuuswaarde word ondersteun deur die hoeveelheid kere wat verslaggewers vir bronne vra: “Hoe voel jy?” en die bron bereid is om hul private emosies en gevoelens met die joernalis te deel. ’n Gebeurtenis is dadelik meer emosioneel as dit elemente soos tragedie, kinders, diere en slagoffers bevat (McGregor, 2002).

Konflik kan gekoppel word aan Galtung en Ruge (1965) se waarde van negatiwiteit. McGregor (2002) verwys na die konflik-formaat van stories, veral op televisie. Met ander woorde as daar nie ’n “A versus B”-geval is nie, kan daar nie debatte in die ateljee oor die storie gevoer word nie. Dié formaat is die dryfveer vir die seleksie en verspreiding van politiese nuus en nuus oor omstrede kwessies. Omdat nuusorganisasies billik moet wees, sluit die formaat dikwels teenoorgesteldes soos liberale kiesers versus konserwatiewes, ’n ja-stem versus ’n nee-stem in. Dié formaat het

dus ’n effek op watter kwessies gekies word, watter bronne gebruik word en watter gebeurtenisse verkies word om dié kwessies ten toon te stel.

Laastens praat McGregor (2002) van die joernaliste met sterstatus. Dit vind veral plaas met die *piece to camera*-insetsels op nuusprogramme. “Die nuus maak staat op joernaliste om die nuus te verskaf, om dit te wees, om die bron daarvan te wees en dit ook aan te bied selfs al is daar ’n nuusprogramaanbieder wat die program aanbied sonder die joernalis.” Dit veroorsaak dat die joernalis nie net meer ’n anonieme stem is wat berig doen nie maar gee die joernalis ’n stem en persoonlikheid en maak hom/haar ’n sentrale karakter in die nuus. Die joernalis word ’n kenner, gee feite, spreek opinies uit en praat met gesag oor sekere onderwerpe. ’n Goeie voorbeeld hiervan is hofsake waartydens joernaliste die regsproses, wat volgende met die beskuldigde gaan gebeur en wat die moontlike uitkomste van die saak kan wees met gesag aan gebruikers verduidelik.

Dit word gebruik om te sê: “Hier is ons, ons is aktief op die toneel besig.” Dikwels praat bronne ook eksklusief met hierdie tipe joernalis.

Dié bedryf en nuuswaarde maak vir die betrokke joernaliste baie geld. McGregor (2002) voer aan Katie Couric, die voormalige aanbieder van die Amerikaanse NBC ontbytprogram *The Today Show*, is $65 miljoen oor vier jaar vir hierdie werk betaal.

Volgens Caple (2018) word selfs navorsing oor nuuswaardes nou beïnvloed deur spertye, nuwe mediaplatforms en toenemend aktiewe gehore. Brighton en Foy (2007:2) sê ook daar is ’n paar ernstige probleme met Galtung en Ruge se werk. Eerstens is hul agenda te bevraagteken. Hulle sê Galtung en Ruge was in essensie gemoeid met die rapportering van konflikte in koerante vanuit die perspektief van akademici met ’n belang in vredesstudies. Die reeks koerante wat hulle bestudeer het, was ook te beperk, volgens Brighton en Foy (2007:2). En die feit dat hul navorsing net in Noorweë uitgevoer is, blyk vir Brighton en Foy (2007:2) ’n tekort te wees. Die internet het ook nie toe al bestaan nie.

’n Belangrike aspek om te onthou is hoe die nuus meer staatmaak op styloorwegings en inhoud. Brighton en Foy (2007:3) sê dit vergestalt in verskillende maniere afhangend van watter nuusmedium bespreek word. Dinge soos programformaat ding mee met tradisionele nuuswaardes as daar besluit moet word wat vir televisienuusbulletins geselekteer word. Stories is soms al ingesluit of laat vaar op grond van estetiese balans eerder as joernalistieke waarde (Brighton & Foy, 2007:4).

Caple (2018) sluit hierby aan en sê een groot probleem met die vroeë navorsing oor nuuswaardes is dat dit grootliks die visuele aspek van storievertel ignoreer en nie in ag geneem het dat

fotografie ook bydra tot die nuuswaardigheid van ’n gebeurtenis nie. Daar is te min navorsing oor die verhouding tussen persfotografie en nuuswaardes (Caple, 2018). Formele nuuswaardes wat in persfotografie vorendag kom, sluit in die onverwagse, dramatiese en onlangse gebeure oor ’n persoon wat aansienlike status geniet. ’n Goeie voorbeeld hiervan is Ramaphosa se inhuldiging as president in Mei 2019 op die Loftus Versfeld-sportgronde in Pretoria. Op daardie dag is duisende foto’s geneem van hom, die militêre toertjieteentoonstellings en die skare. Die dag het selfs voldoen aan die onverwagse nuuswaarde toe ’n valskermspringer van die SANW se landing skeefgeloop en hy per ongeluk teen ’n paal op die sportveld te lande gekom het. Videomateriaal van die komieklike voorval is wyd op sosiale media gedeel. Fopnuus wat uit die voorval spruit dat die man na die voorval bewusteloos in ’n hospitaal opgeneem is, is deur die SANW weerlê (Dlulane, 2019)

Caple en Bednarek (2016) sê negatiwiteit as nuuswaarde kan maklik vergestalt word in ’n foto van byvoorbeeld die nadraai van ongelukke, natuurlike rampe, beseerde persone of deur mense af te neem wat buite die norm optree, soos wanneer hul betrokke raak by vandalisme of betogings. Ander nuuswaardes wat ook in persfoto’s kan voorkom is estetiese voorkeur, konsonansie, eliteheid, impak, positiwiteit en nabyheid.

Harcup en O’Neill (2016) het in 2001 en toe weer in 2016 Galtung en Ruge se lys van nuuswaardes hersien en opdateer. Hulle meen enige studie van moderne nuuswaardes moet ook die impak van sosiale media op die tradisionele skeiding tussen joernaliste as aktief en gehore as passief in ag neem. Hul nuwe lys sluit die nuuswaardes van eksklusiwiteit, konflik, oudiovisuele materiaal, deelbaarheid (*shareability*) en drama in. Stories sal waarskynlik geselekteer word indien dit aan een of verkieslik meer as een van die volgende waardes voldoen.

Harcup en O’Neill (2016) se lys behels: Eksklusiwiteit, slegte nuus (soortgelyk aan negatiewe nuus), konflik, verrassing, oudiovisule elemente, deelbaarheid, vermaak, drama, opvolgstories, die elite, relevansie, impak, glanspersoonlikhede, goeie nuus en die nuusagentskap se eie agenda. Die nuuswaardes van slegte of negatiewe nuus (asook konflik), die elite (asook glanspersoonlikhede), relevansie en impak, wat soortgelyk is aan intensiteit, van hulle lys stem ooreen met Galtung en Ruge (1965) se lys.

Volgens Bednarek en Caple (2016) is daar verskeie waardes wat waarskynlik die seleksie van stories beïnvloed op enige gegewe tyd van die nuusproduksieproses. Dit sluit etiese waardes in waaraan joernaliste gehoorsaam moet wees soos vervat in gedragskodes. Dinge soos die beskikbaarheid van joernaliste en fotograwe en die beskikbaarheid van persklaar-nuusverklarings speel ook ’n rol in watter stories vir publikasie gekies word.

Caple (2018) lig ook ’n stel professionele waardes uit wat ’n rol speel in nuusseleksie en joernaliste se daaglikse roetines, soos vertroue, spoed, regverdigheid, integriteit en akkuraatheid.

Parks (2019) sê alhoewel die sleutelnuuswaardes soos tydigheid of onmiddellikheid, nabyheid, prominensie, die vreemde, konflik, menslike belange en impak in plek is sedert die 1900’s hang die manier hoe daardie nuuswaardes toegepas word af van die sosiokulturele konteks van die era. Volgens Parks (2019) is nuuswaardes nie natuurlik of onvermydelik nie en joernaliste het die mag om dit te verander.

Uit die beskikbare literatuur oor nuuswaardes kan die navorser ’n stel nuuswaardes identifiseer wat bogenoemde saamvoeg en wat voortaan in die studie gebruik word.

Die lys is as volg: Slegte nuus (wat negatiwiteit en konflik insluit), oudiovisuele elemente (sluit visualiteit in), kontinuïteit (sluit opvolgstories en gereeldheid in), emosie (sluit drama in), elite (mense, nasies, koninklikes en bekendes), relevansie, deelbaarheid, verrassing (ongewone en onverwagse) en sterstatus van die joernalis (sluit eksklusiwiteit in).

2.5.1 STS3

Nuuswaardes is ’n stel kriteria wat media-organisasies en joernaliste elke dag gebruik in die nuusseleksieproses om stories of gebeurtenisse te selekteer om gepubliseer te word in ’n koerant of op ’n webtuiste, radio- of televisiestasie. Dit is ’n omvangryke lys wat vir die studie saamgestel is: slegte nuus, oudiovisuele elemente, kontinuïteit, emosie, die elite, relevansie, deelbaarheid, verrassing en sterstatus van die joernalis (sluit eksklusiwiteit in).

2.6 Fopnuus en nuuswaardes

Daar is ’n intrinsieke verband tussen fopnuus en nuuswaardes – daar is ’n rede waarom fopnuus so eg kan voorkom, maklik is om te deel en gehore so ontstel. In dié studie word ondersoek hoe en of nuuswaardes neerslag vind in fopnuus.

Op grond van die literatuur kan fopnuus vir die doeleindes van hierdie studie as een van die volgende sewe tipes geklassifiseer word: Satire of parodie, misleidende nuus wat in die verkeerde konteks aangebied word, slordige berriggewing wat ’n sekere agenda dien, nuus wat opsetlik misleidend is, vervalste verbindings, gemanipuleerde inhoud (wat *fauxtography* en grafika insluit) en kliekaas. Die bespreking van nuuswaardes is vervolgens gebruik om aan elke tipe fopnuus nuuswaardes toe te ken. Dit word in tabelvorm aangedui (sien Tabel 2.1). Dié indeling het die navorser gehelp met die ontwerp van ’n meetinstrument vir die empiriese gedeelte van die studie.

Tabel 2.1: Tipes fopnuus en hul gekoppelde nuuswaardes

Tipe fopnuus	**Hul doel**	**Kenmerke**	**Gekoppelde nuuswaarde**
Satire of parodie	Om die spot te dryf met die nuus van die dag	• Soms geskrewe op verskillende platforms (digitaal, gedruk en sosiale media), soms in die vorm van grafika of spotprente. Dit sluit ook televisieprogramme en memes (komieklike foto's met teks by) in • Spreek sosiale kwessies en ongelykhede aan • Dikwels gemik op die media, prominente politici of glanspersoonlikhede	Deelbaarheid Sterstatus van die joernalis
Misleidende nuus wat in die verkeerde konteks aangebied word	Inligting in dié tipe fopnuus kan dikwels korrek wees maar op so ʼn manier aangebied word dat dit ʼn kop laat slaag maar nie die konteks weergee nie. ʼn Goeie voorbeeld hiervan is "*Can beer make you smarter? Hop compound boosts brain function - but you'd need to drink 3,500 PINTS a day*" (Griffiths, 2014), maar wat uitgelaat word in die opskrif is dat dié studie op muise uitgevoer is en nie op mense nie.	• Trek onmiddellik leser se aandag • Spreek dikwels tot gebruikers se vrese of diepste begeertes, of dit nou is om meer bier te kan drink, sjokolade te kan eet of tot laat te slaap	Emosie, soos skok of begeerte
Slordige beriggewing wat ʼn sekere agenda dien	Die doel hiervan is om vals "geloofwaardigheid" aan ʼn vervalste berig of gerug te verleen. Byvoorbeeld, ʼn foto van ʼn dogtertjie met ʼn duidelik sigbare klapmerk op haar wang is wyd versprei ná die sogenaamde "Spur-voorval" in 2017 waartydens die pa van ʼn dogtertjie en die ma van ʼn seuntjie wat glo aan mekaar geslaan het in dié restaurant op video op mekaar gil en vloek, saam met ʼn berig wat beweer dat dít is hoe erg die dogtertjie deur die seuntjie geslaan is. Die foto is eg, maar dit is jare tevore in die VSA geneem.	• Kom eg voor en "pas" by die meegaande onderskrif of foto • Moeilik om uit te ken sonder moeite of eie navorsing	Emosie Deelbaarheid
Nuus wat opsetlik misleidend is	Om gebruikers om die bos te lei, dikwels met kwaadwillige bedoelings of die dryf van ʼn	• Wek sterk emotiewe reaksies by gebruikers • In terme van boodskappe wat op WhatsApp	Relevansie Emosie

	sekere propaganda hetsy godsdienstig of polities	rondgestuur word, kan dit dikwels in die vorm van lang uitgetikte boodskappe met ŉ internasionale nuusorganisasie se naam gekoppel word, bv. "Kyk hier wat sê ds. Baker in ŉ onderhoud met BBC oor Christenskap in skole".	
Vervalste verbindings	Om gebruikers sover te kry om op die berig te kliek deur hulle te flous met byvoorbeeld ŉ vervalste prikkelfoto en sodoende verkeer en gevolglik winste na die webtuiste te dryf	• Dit kan ook gebruik word in berigte oor hoe sekere bekendes glo sonder grimering lyk of watter bekendes na bewering plastiese chirurgie ondergaan het, ens.	Emosie Die elite Deelbaarheid
Gemanipuleerde inhoud (sluit *fauxtography* en grafika in)	Die doel van vervalste foto's en grafika is om ŉ gebruiker om die bos te lei en ŉ vervalste idee te skep en ŉ vals storielyn te dryf van ŉ sekere aksie of geleentheid hetsy positief of negatief. Die doel van vervalste grafika is dikwels om ŉ vals indruk van ŉ sekere situasie te skep, soos grafika van damvlakke wat oënskynlik kritiek laag is (alhoewel dit nie regtig die geval is nie). Dit het tweedens in baie gevalle ten doel om vrees by ŉ gebruiker in te boesem oor onderwerpe soos veiligheid, gesondheid, werksekuriteit en plaaslike regering.	• Dié tipe foto's lyk eg, maar is noukeurig geredigeer. • Dit is oor die algemeen gefokus op nuusgebeure wat tans relevant is en waaroor talle mense praat. • Dikwels verregaande, amper té belaglik of opspraakwekkend om moontlik waar te wees • Nog ŉ kenmerk wat aan dié tipes grafika gekoppel kan word, is dat dit ŉ sterk emotiewe reaksie by die kyker ontketen. Byvoorbeeld ŉ grafika van ŉ man wat kwansuis in hegtenis geneem is omdat hy sy MIV-positiewe bloed by ŉ baksel Cadbury-sjokolade sou gevoeg het, het sosialemediagebruikers warm onder die kraag gehad.	Kontinuïteit Oudiovisuele elemente Deelbaarheid Verrassing Emosie, soos skok
Kliekaas	Die doel van kliekaas is dikwels om gebruikers na ŉ webtuiste te lok met ŉ winsoogmerk.	• Opspraakwekkend • Spruit dikwels uit huidige nuusgebeure en melk huidige nuusgebeure. Byvoorbeeld in die tyd van die Spur-voorval waartydens die ouers van kinders wat glo aan mekaar geslaan het in die speelarea van die restaurant op video opmekaar skree, het berigte dat een van hul kelners glo erken het dat sy menstruele bloed op kliënte se biefstuk smeer op sosiale media versprei.	Relevansie Deelbaarheid Verrassing Emosie

2.7 Samevatting en slot

In hierdie hoofstuk is daar breedvoerig gekyk na hoe fopnuus in die literatuur gedefinieer word. Daar is ook ’n hele stel voorbeelde voorgehou ter illustrasie. Daar is bepaal fopnuus is nuus (of inligting) wat vervals of verdraai word om gehore (kykers, lesers en gebruikers) met opset om die bos te lei en dikwels via sosiale media versprei word vir winsmarge of invloed of om die spot te dryf met persone of gebeure. Dit word dikwels voorgehou as ernstige of ware joernalistiek en gereeld aangewend vir politieke gewin, om ’n sameswerингsteorie te laat posvat of om mense aan ware feite en verifieerbare stories te laat twyfel.

Die klassifikasie van fopnuus is ook bespreek. Daar is vasgestel fopnuus kan geklassifiseer word in sewe hooftipes, naamlik satire of parodie, misleidende nuus wat in die verkeerde konteks aangebied word, slordige berriggewing wat ’n sekere agenda dien, nuus wat opsetlik misleidend is, vervalste verbindings, gemanipuleerde inhoud (wat *fauxtography* en grafika insluit) en kliekaas.

Hiernaas is nuuswaardes bespreek. Dis gedoen juis omdat nuuswaardes ’n integrale rol speel in die nuusseleksieproses wat in elke nuuskantoor plaasvind. Nuuswaardes is die stel unieke kriteria wat joernaliste gebruik om te kies watter nuusberigte gedoen sal word.

Die navorser kon uit bogenoemde studie van die literatuur beskikbaar oor nuuswaardes daarin slaag om ’n eie stel nuuswaardes wat bogenoemde saamvoeg, wat voortaan in die studie gebruik sal word, te identifiseer. Die lys is as volg: Slegte nuus (wat negatiwiteit en konflik insluit), oudiovisuele elemente (sluit visualiteit in), kontinuïteit (sluit opvolgstories en gereeldheid in), emosie (sluit drama in), elite (mense, nasies, koninklikes en bekendes), relevansie, deelbaarheid, verrassing (ongewone en onverwagse) en sterstatus van die joernalis (sluit eksklusiwiteit in).

Die navorser het hierdie inligting gebruik om ’n tabel op te stel waarin nuuswaardes aan fopnuus gekoppel word. Dit is verder gebruik om die meetinstrument vir die inhoudsanalise asook die vrae vir die semi-gestruktureerde onderhoude op te stel.

Spesifieke navorsingsdoelstelling 1.5.1, naamlik “Om aan die hand van ’n literatuurstudie te bepaal hoe fopnuus geklassifiseer word en aan die hand van ’n literatuurstudie te bepaal watter spesifieke nuuswaardes aan die fopnuus gekoppel kan word”, is dus bereik.

Dié literatuurstudiehoofstuk skakel met die volgende hoofstuk, naamlik die teoretiese raamwerk, waarin organisasiekultuur as teorie en joernalistieke werkswyse in diepte bespreek sal word. Hoé organisasiekultuur neerslag vind in Maroela Media se nuuskantoor sal ook besbreek word. Uiteindelik is die doel om die wisselwerking tussen die verskynsel van fopnuus en die

joernalistieke werkswyse in Maroela Media se nuuskantoor te ondersoek. Om hierdie rede was dié literatuurstudie van belang.

HOOFSTUK 3 TEORETIESE RAAMWERK: DIE TEORETIESE RAAMWERK VAN ORGANISASIEKULTUUR IN ’N JOERNALISTIEKE KONTEKS

3.1 Inleiding

In die vorige hoofstuk is ’n omvattende definisie van fopnuus verskaf, sodat van die kernelemente van fopnuus geïdentifiseer kon word. Daar is na verskeie voorbeelde van fopnuus ter illustrasie verwys. Verder is fopnuus geklassifiseer en verskeie voorbeelde is ook hier voorgehou. Daarna is die gevolge van fopnuus vir joernalistiek bespreek, asook die stappe wat op plaaslike en internasionale vlak geneem word om fopnuus te beperk. Daar is vervolgens na nuuswaardes gekyk omdat dit ’n integrale rol speel in joernaliste se daaglikse werkswyses – hoe hulle met inligting omgaan, stories doen en dit dan aanbied aan gehore. Dit is ook integraal tot die nuusseleksieproses in die nuuskantoor waar daar bepaal word wat nuuswaardig is. Laastens is van die stappe bespreek wat op plaaslike en internasionale vlak gedoen word om fopnuus te bekamp.

Fopnuus en die nuuswaardes waarop dit geskoei word, is in dié konteks van belang omdat dit die werkswyse van nuuskantore raak. Die manier hoe joernaliste en nuusbestuurders gewoonlik te werk sou gaan, dus hul gevestigde werkswyses, word op die proef gestel wanneer die nuuswaardes van fopnuus dit aanloklik maak vir nuusseleksie.

Juis daarom sal daar in dié hoofstuk, as teoretiese raamwerk, na aspekte van organisasiekultuur as teorie gekyk word vir beter kennis van hoe die kernelemente van organisasiekultuur neerslag vind in ’n nuuskantoor en meer spesifiek in ’n digitale nuuskantoor. Dit sal ook toegepas word spesifiek op Maroela Media se nuuskantoor en hul spesifieke werkswyse (sien Afdeling 3.4).

Zainal (2007:1) sê deur ’n gevallestudie te doen, stel dit die navorser in staat om data binne ’n spesifieke konteks van naby te ondersoek – dit is presies wat hier plaasvind. Dit is gedoen om spesifieke navorsingsvrae 1.4.2, naamlik “Wat is die kernelemente van organisasiekultuur wat op joernalistieke werkswyse van toepassing gemaak kan word?”, en 1.4.3, naamlik “Wat is die kernelemente van joernalistieke werkswyse in Maroela Media se nuuskantoor betreffende nuuskeuses en die nuuswaardes onderliggend daaraan?”, deels te beantwoord. Die vraag word eers ten volle in Hoofstuk 5 in die empiriese ontleding beantwoord.

Dié hoofstuk word as volg uiteengesit. Eerstens sal organisasiekultuur as algemene teorie bespreek word, daarna sal dit toegepas word op joernalistieke werkswyse. Dan volg ’n ondersoek na die werking van Maroela Media se unieke digitale nuuskantoor as ’n manifestasie van

organisasiekultuur as ’n joernalistieke werkswyse. Volgende word nuusseleksie en -verifikasie onder die loep geneem – en spesifiek hoe die proses by Maroela Media werk. Dit alles word gedoen om spesifieke navorsingsvrae 1.4.2 en 1.4.3 te kan beantwoord. Navorsingsvraag 1.4.3 word gedeeltelik in hierdie hoofstuk beantwoord, maar sal eers volledig beantwoord word ná die empiriese gedeelte van hierdie studie.

Integrasie van die kernelemente van organisasiekultuur en joernalistieke werkswyse word aan die hand van ’n tabel gedoen wat aandui hoe die aspekte bymekaar aansluit (sien Tabel 3.1).

Die hoofstuk word afgesluit met ’n samevatting en slot.

3.2 Organisasiekultuur

Om organisasiekultuur te verstaan, moes die navorser eers vasstel wat presies dit is. In die HAT word kultuur gedefinieer as “die manier van leef, gewoontes, geloof ens. van ’n bepaalde groep mense of gemeenskap” (Luther *et al*., 2015:698). Volgens Abu-Jarad *et al.* (2010:26) het slim of skerp bestuurders binne organisasies begin besef dat enige organisasie ook ’n eie kultuur het. Schein (2004:1) sê kultuur is binne die organisasie en is dinamies en hééltyd teenwoordig.

Denison en Mishra (1995:204) sê die verhouding tussen kultuur en die funksionering van sosiale organisasies is ’n tema wat in die laaste 50 jaar keer op keer voorgehou is in die sosiale wetenskappe.

Organisasiekultuur word geskep deur mense se interaksie met ander, dié in leierskapposisies se gedrag en’n stel strukture, roetines, reëls en norme wat gedrag rig en beperk (Schein, 2004:1). Sy definisie van die kultuur van ’n groep is ’n patroon van gedeelde, basiese aannames wat deur die groep aangeleer is soos hulle die probleme van eksterne aanpassing en interne integrasie opgelos het.

Die patroon werk goed genoeg dat dit as waardig beskou word om deur nuwe lede van die groep aangeleer te word as die aanvaarde manier om iets te beskou en daaroor te dink en te voel (Schein, 2004:17). Schein (2004:17) meen kultuurformasie is altyd per definisie ’n strewe na patroonvorming en integrasie.

Hatch en Shultz (1997:359) sê organisasiekultuur betrek alle lede in die organisasie en spruit voort uit en word ontwikkel op alle hiërargiese vlakke. Dit is gevestig op ’n breë geskiedenis wat neerslag vind in die materiële aspekte (of artefakte) van die organisasie, soos hul naam, produkte, gebou en logo’s. Eerder as om organisasiekultuur as ’n veranderlike wat deur die topbestuur van die organisasie meegebring word te beskou, sien Hatch en Shultz (1997:360) organisasiekultuur as ’n simboliese konteks waarbinne verskillende interpretasies van organisatoriese identiteit en

voornemens om die organisatoriese beeld te beïnvloed, geformuleer word. Hatch en Shultz (1997:360) voer ook aan dat dit toenemend al moeiliker raak om tussen organisatoriese ingewydes en buitestaanders, soos konsultante wat by die organisasie werk (ingewydes) of deeltydse dosente by ’n sakeskool (buitestaanders), te onderskei.

Ouchi en Wilkins (1985:469) sê die studie van organisasiekultuur is meer gegrond op sosiologie as enige ander intellektuele tradisie. Hulle meen die idee dat ’n organisasie ’n sosiale fenomeen is met eie karaktertrekke wat dit aan die een kant onderskei van die omgewing en aan die ander kant van die individuele begeertes van lede is kernbelangrik vir die studie van organisasiekultuur (Ouchi & Wilkins, 1985:469).

Hofstede (2001:9) definieer kultuur as die “kollektiewe programmering van die psige wat lede van een groep of kategorie van mense van ’n ander (groep of kategorie) onderskei”. Hy verduidelik psige verwys na die kop, hart en hande, met ander woorde jou denke, gevoelens en optrede. Kultuur is vir die groep wat persoonlikheid vir ’n individu is. Op dieselfde manier wat persoonlikheid ’n individu se uniekheid bepaal, bepaal kultuur die uniekheid van ’n bepaalde groep (Hofstede, 2001:10). Hofstede (2001:10) sê kultuur manifesteer in sigbare én onsigbare elemente. In terme van sigbare elemente sê hy dat drie sigbare elemente in samewerking met waardes die konsep van kultuur goed opsom, naamlik simbole, helde en rituele.

Simbole is woorde, handgebare, prente en objekte wat komplekse betekenis het vir dié in die groep, soos jargon of woorde van ’n taal, haarstyle of statussimbole. Hofstede (2001:10) sê ou simbole verdwyn soos wat nuwes aangeneem word en simbole van een kultuurgroep word maklik deur ’n ander aangeneem.

Helde is lewende persone of persone wat reeds gesterf het wat karaktertrekke het wat belangrik geag word vir lede van ’n spesifieke kultuur. Lede van die groep kan hul gedrag ook namaak. Dié persone of karakters kan werklik of onwerklik wees, soos byvoorbeeld Batman. In ’n nuuskantoorkonteks voer Breed (1955:330) aan nog ’n rede dat nuwe werkers in ’n mediaomgewing inval by die nuusorganisasie se beleid en manier van doen is dat hulle respek, bewondering of dankbaarheid teenoor sekere redakteurs kan voel wat miskien in die verlede as mentor opgetree het of vir hulle in die bresse getree het. Dié persone dien as rolmodelle vir nuwe lede (Breed, 1955:330).

Rituele is volgens Hofstede (2001:10) kollektiewe aktiwiteite wat tegnies onnodig is om ’n sekere einddoel te bereik maar wat binne die kultuur as sosiaal belangrik beskou word en die individu binne die norme van die kollektief bind. Hofstede (2001:10) sê vergaderings binne ’n organisasie

word soms georganiseer op ’n manier wat rasioneel voorkom maar eintlik ’n rituele doel dien, soos om leiers toe te laat om hulself te laat geld.

Simbole, helde en rituele kan onder die term “praktyke” georganiseer word – met ander woorde ’n waarnemer van buite kan dit waarneem maar die praktyke se kulturele betekenis is egter onsigbaar (Hofstede, 2001:10).

Schein (2004) hou vyf elemente voor wat belangrik is vir sy bogenoemde formele definisie van organisasiekultuur, naamlik die proses van sosialisering, dat gedrag afgelei en nie sentraal is nie, dat ’n groot organisasie of beroep een kultuur kan hê, dat beroepe kulture het en laastens dat sommige aannames belangriker as ander is. Die vyf elemente word hiernaas kortliks bespreek.

3.2.1 Die proses van sosialisering

Dit verwys na die proses van hoe ’n nuwe werknemer beweeg van ’n groentjie met geen binnekennis nie na ’n permanente lid van die groep wat al die geheime wat net vir die binnekring beskore is, mag hoor. Alhoewel dit nie altyd die geval is nie, is daar meestal gedeelde aannames tussen groepslede (Schein, 2004:19). ’n Nuwe lid moet bedryfsnorme en aannames identifiseer en interpreteer. Die kultuur van die groep oorleef juis deurdat dit vir nuwe lede aangeleer word en hulle dan weer later dieselfde doen met werknemers wat ná hulle by die betrokke organisasie begin werk.

Breed (1955:328) meen die eerste manier wat werknemers geleer word om in te pas, is deur middel van sosialisering. Breed (1955) sê wanneer ’n nuwe werker begin, word hy/sy amper sonder uitsondering nooit aangesê wat die organisasie se beleid is nie, maar steeds is almal, behalwe nou die heel nuutste lid, bewus daarvan. Breed (1955) sê dit gebeur deur middel van die nuwe lid wat die beleid en die spesifieke regte en verpligtinge van sy status ontdek en dan internaliseer. Dit gebeur ook met die nuwe lid se posisie se norme en waardes (Breed, 1955:328). So leer die nuwe werker om aan te voel wat van hom/haar verwag word en wat hy/sy moet doen om geprys te word en wat hy/sy moet doen om te vermy om gestraf te word in terme van ’n dissiplinêre proses of sosiaal deur kollegas.

3.2.2 Gedrag word afgelei en is nie sentraal nie

Wanneer dieselfde gedrag gereeld voorkom, soos wanneer alle lede van die groep bang is in die teenwoordigheid van ’n intimiderende leier wat fisiek lank is en hard praat, kan dit wees weens biologiese instinktiewe reaksies teenoor die fisieke manifestasie van die persoon se grootte en klank óf individuele of gedeelde onderrig. Dit kan ’n vergestalting van gedeelde onderrig en daarom ’n manifestasie van gedeelde aannames wees (Schein, 2004:20).

3.2.3 ’n Groot organisasie of ’n beroep kan een kultuur hê

Schein (2004) sê sy definisie spesifiseer nie die grootte van die groep waarop sy definisie gebruik kan word nie. Hy sê in die geval van groot organisasies, soos Shell olie- en gasmaatskappy, raak die variasies in organisasiekultuur onder subgroepe waarneembaar en is dit nie noodwendig van pas om na so ’n groot organisasie te verwys as een met net een kultuur nie.

3.2.4 ’n Beroep kan ’n kultuur hê

Schein (2004) sê wanneer ’n beroep ’n onderrigperiode en vakleerlingskap insluit, is daar verseker gedeelde aanleer van houdings, norme en waardes wat later deur die groep aanvaar word.

Schein (2004) sê ’n mens kan aanvaar dat die oortuigings en waardes wat gedurende die onderrigperiode of vakleerlingskap aangeleer word stabiel sal bly selfs al is die persoon nie altyd in ’n groep van kollegas wat dieselfde beroep as hy/sy beoefen nie.

3.2.5 Sekere aannames is belangriker as ander

Schein (2004:21) fel nie ’n oordeel hieroor nie. Hy sê alhoewel organisasies meestal funksioneel in terme van hul kernaannames (amper soos die DNS van ’n organisasie) is, kan individuele aannames (amper soos die gene van ’n individu) bestudeer word in die konteks van hul impak of vermoë om sekere tipes gedrag te beperk of groei te beïnvloed.

Selfs in organisasies waar kulturele kwessies nie baie aandag geniet nie rig ’n kulturele (sosiaal gedeelde) aard hoe mense dink, voel, waarde heg en optree (Alvesson, 2013:1). Alvesson (2013) sê senior lede van die organisasie bestuur altyd op een of ander manier die kultuur en beaam wat belangrik en wat minder belangrik is. Organisasiekultuur is kernbelangrik wanneer daar na die funksionering van die organisasie gekyk word; dit vervat strategiese veranderinge, alledaagse leierskap, asook hoe kennis geskep, gedeel, volhou en gebruik word (Alvesson, 2013 2). Alvesson (2013) bevestig wat Schein (2004:22) vroeër bevind het. Schein (2004) meen leierskap en organisasiekultuur is die kop en stert van dieselfde muntstuk. Leiers skep organisasiekulture wanneer hulle die groep vorm. As die organisasiekultuur eers bestaan, bepaal dit weer op sy beurt die kriteria vir leierskap en dus wie ’n leier sal wees.

Organisasiekultuur kan as ’n komplekse fenomeen gesien word (Denison *et al*., 2002:3). Dit is ’n fenomeen wat strek van onderliggende oortuigings en aannames tot strukture en praktyke wat letterlik gesien kan word. Juis daarom wonder sommige navorsers of organisasiekultuur werklik “gemeet” kan word in die vergelykende sin van die woord. Schein (2004:18) sê alle groeps- en organisatoriese teorieë stel dit duidelik dat twee stelle probleme alle groepe, ongeag die grootte

van die groep, in die gesig staar. Eerstens is oorlewing, groei en aanpassing in hul omgewing en tweedens interne integrasie wat daaglikse funksionering en die vermoë om aan te pas en te leer te weeg bring.

Abu-Jarad *et al.* (2010:34) sê alhoewel daar nie noodwendig ooreenstemming oor die definisie van organisasiekultuur is nie, is daar tog sekere elemente waaroor meeste navorsers saamstem. Dit is dat dit na iets verwys wat holisties is en histories bepaal word deur leiers of stigters, dat dit verwant is aan dinge wat deur antropoloë bestudeer word soos rituele en simbole, dat dit sosiaal gekonstrueer word (geskep en behou word deur die groep mense wat die organisasie vorm) en dat dit moeilik is om te verander (Abu-Jarad *et al.* 2010:34).

Uit bogenoemde literatuur stel die navorser die volgende lys kernelemente van organisasiekultuur voor wat vir die doeleindes van dié studie gebruik word, naamlik dat organisasiekultuur die bepaalde kultuur is van ’n sekere groep mense binne ’n organisasie en **sosiaal onderhou** word deur daardie groep, dat **rituele, roetines en sekere praktyke** deur die bepaalde groep beoefen of gevolg word en van werknemers na nuwelinge in die organisasie oorgedra word, dat **leiers** ’n belangrike rol speel binne die bepaalde organisasie en dat die groep sekere **basiese aannames deel**.

3.2.6 STS4

Organisasiekultuur is die bepaalde kultuur van ’n sekere groep mense binne ’n organisasie en word sosiaal onderhou deur daardie groep. Rituele, roetines en sekere praktyke word deur die bepaalde groep beoefen of gevolg en van werknemers na nuwelinge in die organisasie oorgedra. Leiers speel ’n belangrike rol binne die bepaalde organisasie en die groep deel sekere basiese aannames.

Hierdie lys kernelemente word gebruik om aan die einde van die hoofstuk spesifieke navorsingsvraag 1.4.2, naamlik “Wat is die kernelemente van organisasiekultuur wat op joernalistieke werkswyse van toepassing gemaak kan word?”, te beantwoord.

Nuusorganisasies is uiteraard ook organisasies, en het derhalwe ook hul eie kulture. In die joernalistieke konteks word organisasiekultuur beskou as die manier wat ’n groep joernaliste wat aan ’n spesifieke projek of in ’n spesifieke konteks soos ’n nuuskantoor saamwerk, werk en hoe groepslede sin maak daarvan (Deuze & Witschge, 2018:168). In die volgende afdeling sal joernalistieke werkswyse in diepte bespreek word.

3.3 Joernalistieke werskwyse

In Kovach en Rosenstiel (2007:ix) se tweede uitgawe van hul invloedryke boek *The Elements of Journalism* wat oorspronklik vir die eerste keer in 2001 verskyn het en die opgedateerde weergawe ses jaar later, sê hulle om te oorleef, moet joernalistiek in vorm en styl aanpas om veranderinge in kultuur, politiek, smaak en tegnologie weer te gee. Burns (2002:5) het ’n paar jaar gelede al gesê joernalistiek soos ons dit vandag ken, is iets wat konstant verander, soms weens ontwikkelende tegnologie en soms as ’n weerspieëling van dit wat in die samelewing aan die gebeur is. Die joernalistiek is besig om die oorgang tussen ’n samehangende bedryf na ’n hoogs diverse reeks praktyke te maak (Deuze & Witschge, 2018:166).

Digitale tegnologie beïnvloed die manier wat joernalistiek aan gehore voorgehou word en nuwe vorme van joernalistiek begin kop uitsteek (Burns, 2002:5). Sy gaan sover as om te sê die toenemende gebruik van gevorderde tegnologie het nie net die manier wat inhoud geskep word nie maar inhoud sélf verander (Burns, 2002:5). Die nuusmedia moet nou nie nét hulself gewoond maak aan ’n nuwe, meer kompeterende omgewing waarin elke Jan Rap en sy maat toegang het tot die internet nie, hulle moet ook die stem van die burger, wat harder en duideliker as tevore na vore kom, verstaan en daarby aanpas (Kovach & Rosenstiel, 2007:xiii). Joernaliste word met ’n valkoog dopgehou deur bloggers (gewone burgers, joernaliste en vakkundiges wat hul eie inhoud kan skep en aanlyn publiseer). Baie nuusorganisasies sukkel om dit wat hulle aanlyn doen en die nuuskantoor te integreer sonder om standaarde vir verslaggewing en feitverifikasie te verlaag (Kovach & Rosenstiel, 2007:xii).

Cohen (2019:582) meen aanlynjoernaliste is dikwels dag en nag verknog aan hul slimfone en moet van enige plek af kan werk, asook beskikbaar wees om te werk as daar brekende nuus is. Uit ’n 2019-studie wat Cohen van elf aanlynjoernaliste gedoen het, blyk dit die joernaliste is minder bekommerd oor die effek wat hul besige en onvoorspelbare leefstyle op hul vermoë sal hê om die pas vol te hou en meer bekommerd is oor die akkuraatheid en die hoeveelheid detail wat hulle by ’n berig kan insluit as dinge basies onmiddellik gepubliseer word (Cohen, 2019:583). Steeds bly nuusverifikasie ’n kritieke sleutelfunksie van die joernalistiek. Dit is kernbelangrik omdat dit juis verifikasie as normatiewe praktyk is wat joernalistiek van enige ander vorm van openbare kommunikasie onderskei (Zeller & Hermida, 2015:111).

Die nuuskantoor is die “hart” van alle joernalistieke praktyke. Die nuuskantoor is soos ’n produksielyn waar joernaliste daagliks hul bes doen om die horlosie te klop om élke dag nuwe inhoud te skep (Harrower, 2010:24).

Hier word die praktyke van nuusseleksie, nuusinsameling en die publikasie van inhoud prakties uitgevoer. Burns (2002:3) meen waar die nuuskantoor ’n paar dekades gelede waarskynlik onnet, chaoties en oorverdowend weens tikmasjiene was, is vandag se nuuskantore stil, rekenaargesentreerd en selfs soms volgens kleure gekoördineer. Waar joernaliste en redakteurs dalk ’n paar jaar terug kliphard vurig debat sou voer bo-oor kollegas wat almal besig is met hul eie stories sit vandag se joernaliste waarskynlik elkeen voor ’n rekenaar en word met afskortings uitmekaar gehou. Onderhoude gebeur waarskynlik oor die foon en argumente per e-pos (Burns, 2002:4).

Perreault en Perreault (2021:982) sê die Covid-19-pandemie het joernalistieke werkswyse weer kom verander. Sommige joernaliste werk van die huis af en gebruik ’n skootrekenaar en oproepe na kontakte wat hulle vóór die pandemie gevestig het om inligting in te samel. Joernaliste bestee oor die algemeen meer tyd om stories van die huis af na te vors en dié inligting met inligting op sosiale media te kombineer vir berigte. Perreault en Perreault (2021:983) sê alhoewel die proses van verslaggewing meer aanpasbaar is as voorheen, is werksekuriteit nie altyd gewaarborg nie, daarom is daar ’n verwagting dat joernaliste meer moet doen as voor die pandemie én dit goed moet doen.

Deuze en Witschge (2018) verwys na hóé belangrik die nuuskantoor is. Nuuskantore is ’n sosiale stelsel wat hulself organiseer en ook afhanklik is van ’n verskeidenheid ander stelsels, soos verkope, bemarking, ontwerp, programmering en verspreiding. Al dié stelsels is nodig om op die ou end ’n maklik leesbare, goed funksionerende publikasie of webtuiste te hê.

Dít is die plek waar jy tradisioneel ’n joernalis kon wees en as een raakgesien kon word. Maar, sê Deuze en Witschge (2018), net soveel van die nuusinsameling, redigering en verpakking vir gebruikers vind buite die nuuskantoor plaas. Harrower (2010) sê redakteurs noem dit ’n daaglikse wonderwerk dat daar ten spyte van groot uitdagings, soos rekenaars wat breek en kragonderbrekings, steeds elke dag ’n koerant gedruk en afgelewer word (of stories aanlyn gepubliseer word). Die nuuskantoor is dus ’n kulturele ruimte.

Kovach en Rosenstiel (2007:5) sê daar is tien beginsels waarop die joernalistiek gegrond is en waarop burgers geregtig is. Hulle sê die beginsels geld ondanks veranderinge in die bedryf. Die beginsels het oorleef omdat joernaliste in staat was om die beginsels aan te pas by die eise wat nuwe publikasieplatforms stel. Joernaliste het hul werk en nie hul beginsels nie aangepas, nes die publiek ook die manier wat hulle die nuus ontvang, aangepas het (Kovach & Rosenstiel, 2007:5).

Kovach en Rosenstiel (2007) se tien algemene elemente van joernalistiek is:

1. Joernalistiek se eerste verpligting is teenoor die waarheid.
2. Joernalistiek se eerse lojaliteit is teenoor burgers.
3. Die essensie van joernalistiek is ’n dissipline van verifikasie.
4. Dié wat dit beoefen, moet onafhanklik bly van dié waaroor hulle skryf of wat hulle dek.
5. Joernalistiek moet dien as ’n onafhanklike monitor van mag.
6. Joernalistiek moet ’n forum vir openbare kritiek en kompromieë daarstel.
7. Joernalistiek moet streef om die merkwaardige interessant en relevant te maak.
8. Joernalistiek moet die nuus omvattend en in proporsie hou.
9. Dié wat dit beoefen het ’n verpligting om hul persoonlike gewete te gebruik.
10. Burgers het ook regte en verantwoordelikhede as dit by die nuus kom.

Baie van dié elemente sal jy in ’n nuuskantoor teëkom. Die joernalistiek beskik egter nie net oor algemene elemente nie; daar is ook praktiese elemente wat deel vorm van joernalistieke werkswyses in nuuskantore wat joernaliste in staat stel om stories te skryf, te vervaardig of te produseer. Van daardie elemente, naamlik nuusseleksie, -insameling, -verifikasie, kompetisie en nuuskantoorkultuur, word hiernaas bespreek.

3.3.1 Nuusseleksie

Dié kernwaarde van joernalistieke werkswyse loop hand aan hand met die tweede kernelement van organisasiekultuur, naamlik dat rituele, roetines en sekere praktyke deur die bepaalde groep beoefen of gevolg word (sien Afdeling 3.2). Nuusseleksie, soos deur Gelfert (2018:89) gedefinieer as die redaksionele besluite wat bepaal watter nuusberigte word gekies om gedoen te word, is ’n praktyk met sekere roetines en rituele daaraan gekoppel.

Harrower (2010:68-69) sê stories kom vanuit verskeie oorde. Die gewildste hiervan is voorvalle of gebeurtenisse wat onverwags is, geskeduleerde gebeurtenisse, nuusverklarings en idees wat deur joernaliste, lesers en redakteurs gegenereer word.

Deesdae is sosiale media ook ’n belangrike bron van nuus. Rauchfleisch *et al.* (2017) sê sosiale media het belangrike nuusbronne vir joernaliste geword, veral in tye van krisis. Inhoud wat deur gebruikers van sosialemediaplatforms geskep word, kan vir joernaliste inligting van die toneel verskaf wat hulle nooit andersins in die hande sou kon kry nie (Rauchfleisch *et al*., 2017:1).

Paulussen en Ugille (2008:34) sê hul studie oor die gebruik van inhoud wat deur gebruikers in België geskep word, bewys dat veral aanlynjoernaliste al hoe minder huiwer om nie-amptelike bronne te gebruik. Die internet het ’n belangrike bestemming geword vir bronne wat vir nuusinsameling gebruik kan word – selfs al is daar probleme met vertroue en geloofwaardigheid.

Harcup en O’Neill (2016) meen wie die nuus selekteer en vir wie en via watter medium is net so belangrik soos die nuuswaardes wat moontlik inherent aan die storie is. Breed (1955: 333) sê nuus het sy oorsprong in vier plekke, naamlik die storie is in lyn met die nuusorganisasie se beleid of dis ’n veldtogstorie, dis ’n storie wat aan die joernalis toegeken word, dis ’n storie wat in daardie joernalis se *beat* (spesialisering in ’n sekere tema soos onderwys of gesondheid) val of dis ’n storie wat deur die joernalis aangebied word. Breed (1955) sê wat *beat*-stories betref, verander die rol van die joernalis en vervul hy/sy tot ’n mate die redakteursfunksie en kan hy/sy tot ’n mate binne daardie spesialisveld self besluite neem oor watter stories gedoen word. Alhoewel bg. bron uit 1955 dateer, dui Knight (2011) ook aan stories kan deur joernaliste aangebied word, stories kan ’n mengsel van oorspronklike verslaggewing en nuusverklarings wees of stories kan heeltemal van nuusdienste of ander eksterne inligting afkomstig wees.

Cohen (2019:577) sê aanlynjoernaliste skep berigte wat via sosiale media gepubliseer en gedeel sal word juis aangesien aanlynjoernalistiek so verweef is met die inhoud, praktyke en voorkeure van sosialemediaplatforms. Joernaliste is konstant bewus van analitiese sagteware wat regstreeks kan aandui watter berig op enige gegewe tyd die meeste gelees word. Meeste joernaliste het sagteware wat hierdie funksie vervul konstant oop op hul rekenaars en sommige nuuskantore het dit selfs beskikbaar op skerms in die nuuskantoor waar almal dit kan sien (Cohen, 2019:579). Dit help met nuusseleksie wat gepas is vir gebruikers.

Daar word van joernaliste verwag om ’n hele verskeidenheid bronne te hê, maar hulle moet steeds bedryfshindernisse soos sosiale en geografiese nabyheid aan die bron hanteer (Hermida *et al.*, 2014:480).

Die tipe bron en die bron se affiliasie beïnvloed hoe joernaliste te werk gaan om geloofwaardigheid aan ’n bron toe te ken. Bedryfshindernisse het tot gevolg dat joernaliste langtermyn-verhoudings met bronne ontwikkel. Hoe meer bekend die bron aan die joernalis is, hoe meer geneig is hy/sy om die bron as geloofwaardig te beskou (Hermida *et al.*, 2014:481). Dus is die seleksie van bronne ’n noodsaaklikheid vir hekwagtery. Hekwagtery is wanneer joernaliste groot hoeveelhede inligting inneem en verwerk en in verbruikbare media-items verander wat gebruikers binne ’n sekere tyd kan verbruik. Kovach en Rosentiel (2007:19) sê eenvoudig hekwagtery is wanneer die joernalis besluit wat die publiek moet weet en wat nie.

Joernaliste het die mag om bronne te kies wat ’n stem kry tydens krisistye (Van der Meer *et al*., 2017:1107). Tydens ’n krisissituasie word nuus hoofsaaklik vanuit inligting wat deur bronne verskaf word, gekonstrueer (Van der Meer *et al*., 2017:1109). Van der Meer *et al.* (2017:1119) sê joernaliste is noodsaaklike hekwagters en nié net in krisistye nie. Die Covid-19-pandemie is ’n goeie voorbeeld van ’n krisis waartydens joernaliste afhanklik is van inligting vanuit ander bronne, of dit nou die department van gesondheid of ’n pasiënt self is.

Joernaliste selekteer gebeurtenisse om oor verslag te doen in oorleg met ’n komplekse stel kriteria van nuuswaardigheid (Fowler, 1991:13). Burns (2002:51) sê joernaliste oorweeg nuuswaardes (sien Afdeling 2.5) wanneer hulle besluit wat vir gebruikers interessant sal wees. Nuuswaardes is, luidens Burns (2002:51), “temas” wat al bewys het dat dit aanklank vind by gehore. Soos vroeër genome, sê Caple en Bednarek (2016) daar is verskeie nuuswaardes wat waarskynlik die seleksie van stories op enige gegewe tyd van die produksieproses beïnvloed. Dit sluit etiese waardes in waaraan joernaliste gehoorsaam moet wees, soos vervat in die nuusorganisasie se gedragskodes. Dinge soos die beskikbaarheid van joernaliste en fotograwe en die beskikbaarheid van persklaar-nuusverklarings speel ook ’n rol in watter stories gekies word.

Caple (2018) lig ook ’n stel professionele waardes uit wat ’n rol speel in nuusseleksie en joernaliste se daaglikse roetines soos vertroue, spoed, regverdigheid, integriteit en akkuraatheid.

Die navorser het in die literatuurstudiehoofstuk ’n stel nuuswaardes geïdentifiseer, naamlik slegte nuus (wat negatiwiteit en konflik insluit), oudiovisuele elemente (sluit visualiteit in), kontinuïteit (sluit opvolgstories en gereeldheid in), emosie (sluit drama in), elite (mense, nasies, koninklikes en bekendes), relevansie, deelbaarheid, verrassing (ongewone en onverwagse) en sterstatus van die joernalis (sluit eksklusiwiteit in).

Verder is sewe tipes fopnuus, naamlik satire of parodie, misleidende nuus wat in die verkeerde konteks aangebied word, slordige berriggewing wat ’n sekere agenda dien, nuus wat opsetlik misleidend is, vervalste verbindings, gemanipuleerde inhoud (wat *fauxtography* en grafika insluit) en kliekaas geïdentifiseer. Daar is daaropvolgend nuuswaardes aan elke tipe fopnuus toegeken.

Werkswyses en vangnette wat ’n nuuskantoor in plek het, word op die proef gestel wanneer joernaliste en nuusbestuurders op ’n besige dag gekonfronteer word met fopnuus wat dit aantreklik en maklik maak om te selekteer as ’n moontlike storie. Die wisselwerking tussen nuuswaardes, fopnuus en die organisasiekultuur van ’n nuuskantoor kan daarom die seleksie en verspreiding van fopnuus aanhelp of beperk.

Die operasionele definisie van nuusseleksie is as volg: Redaksionele besluite wat in oorleg met sekere nuuswaardes bepaal watter stories word gekies om gedoen te word.

3.3.2 Nuusinsameling en -verifikasie

Hierdie kernelement van joernalistieke werkswyse hou ook verband met die tweede kernelement van organisasiekultuur, naamlik dat rituele, roetines en sekere praktyke deur die bepaalde groep beoefen of gevolg word. Nuusinsameling en -verifikasie is ’n praktyk waarbinne sekere roetines en bedryfsnorme gevolg word.

Joernaliste is geneig om deur selfverwysing hul aksies en houdings te meet aan verlangde tipiese standaarde. Hulle sien hulself dikwels as mense wat ’n openbare diens lewer, objektief is en daarom betroubaar is (Deuze & Witschge, 2018:167). Hulle het baie outonomiteit en is toegewyd aan die bedryfslogistiek van relevansie en spoed (kry die storie eerste, hou by spertye) en om sosiaal verantwoordelik en eties sinvol te werk (Deuze, 2005:447). Joernaliste wat waarde heg aan etiek maak erns met fopnuus en die nagaan van feite.

Joernaliste voel steeds só selfs te midde van veranderinge en uitdagings binne die beroep. Kovach en Rosenstiel (2007:19) sê juis weens die feit dat tegnologie gewone mense nou in staat stel om nie net joernaliste se werk passief in te neem nie maar ook hul eie “joernalistiek” saam te stel uit uiteenlopende elemente is die taak van die hedendaagse joernalis nie meer om te besluit wát die publiek mag weet nie maar eerder om gebruikers te help om inligting te orden.

Kovach en Rosenstiel (2007:19) gaan sover as om die term “joernalis” gelyk te stel aan “sinmaker” en sê die belangrikste taak van die hedendaagse joernalis is om te verifieer watter inligting is betroubaar en dit dan so te orden dat gebruikers dit kan verstaan.

Joernaliste moet in beheer bly, nié tegnologie nie. Hulle moet inligtingsbestuur toepas. Die ontwikkeling van inligtingsbestuur en die behoefte vir alle joernaliste om digitaal-geletterd te wees beteken dat reusepogings aangewend moet word om aanlyninhoud na te gaan en wéér na te gaan (Quinn, 2002).

Professionele nuusbronne, soos kommunikasiepraktisyns en beamptes wat in die veld van openbare betrekkings werk, verstaan die nuus en wéét dat as hulle vir die joernalis ’n storie aanbied wat versoenbaar is met die nuusorganisasie se normale styl dat daar waarskynlik min aan dit verander sal word (Burns, 2002:26). Aangesien daar van die moderne joernalis verwag word om daagliks meer kopie as sy/haar kollegas twintig of selfs tien jaar terug te lewer, is dit maklik om die benadering van “as dit nie gebreek is nie, moet dit nie probeer regmaak nie” te volg. Twintig jaar terug sou nuusredakteurs dalk aangedring het dat ’n persverklaring herskryf

word, maar met die druk van meer kopie in dieselfde hoeveelheid tyd is dit maklik om iets te publiseer sonder om daaraan te torring of in sommige gevalle selfs te verifieer. Persverklarings word soms sonder verandering deur nuusorganisasies gepubliseer (Burns, 2002:26).

Die joernalis het tot ’n mate beheer in hierdie situasies en die werklikheid van enige joernalis se werkslewe word waarskynlik gevorm deur die waardes van die individu, maar ook dié van die nuusorganisasie waarvoor hy/sy werk. Die organisasiekultuur beïnvloed die rol van die joernalis (Burns, 2002:27).

Een van die handigste en mees suksesvolle praktyke om feit van fiksie te skei, is kruisverifikasie. Mediakenners is toegerus met vermoëns en metodes om ongeverifieerde stories te identifiseer (Katsaounidou *et al.*, 2019). Aangesien meeste assesserings van fopnuus per hand deur persone wat feite nagaan (*fact checkers*) geskied, val die die volume en spoed waarteen inligting op sosiale media versprei word buite hul netwerk (Katsaounidou *et al.*, 2019).

3.3.2.1 Hoe word nuus ingesamel en geverifieer?

3.3.2.1.1 Onderhoude

Onderhoude voer is ’n manier om inligting in te samel en te verifieer. Scanlan (2013) skryf in ’n aanlynartikel vir Poynter dat om onderhoude te voer sentraal staan tot die hart van die joernalistiek.

Burns (2002:56) sê wanneer die joernalis besluit het dat hy/sy ’n nuusberig wil opvolg, moet hy/sy besluit met wie hy/sy oor die storie wil praat, met ander woorde met wie hy/sy onderhoude wil voer. Burns (2002) sê dít is veral belangrik aangesien die bronne wat die joernalis kies uiteindelik sal bepaal wat hy/sy publiseer. Moontlike bronne om mee te praat moet geëvalueer word aan die hand van hul sterk- en swakpunte in terme van hul waarde as inligtingsbron (Burns, 2002:56).

Sou die joernalis byvoorbeeld ’n betrokke omgewing se polisiewoordvoerder bel om ’n gebeurtenis te bevestig en meer besonderhede daaroor te kry, is dit baie belangrik om hom/haarself voor te stel met sy/haar naam en die publikasie of webtuiste waarvoor hy/sy skryf. Scanlan (2013) sê joernaliste moet die kuns van onderhoude voer oefen. Hy beveel aan dat hy/sy sy/haar onderhoude opneem en dan transkribeer. Op dié manier kan daar geen foute insluip nie. Daar is ook sekere reëls wat hy/sy moet ken, soos dat ’n bron nie aan die einde van ’n heerlike onderhoud sommer net kan sê dat dít wat hulle alles gesê het nie vir publikasie (*off the record*) is nie.

3.3.2.1.2 *Aggregation*

Aggregation, oftewel die proses om nuus uit verskeie nuusbronne waar dit reeds gepubliseer is te vat, dit te herskryf of “hervorm” en dit dan weer op een plek te publiseer, het volgens Coddington (2019) een van die algemeenste joernalistieke praktyke in die aanlynnuusomgewing geword. *Aggregation* gebruik norme en waardes van professionele joernalistiek gemeng met internetkultuur (Coddington, 2019.)

Kovach en Rosenstiel, soos aangehaal deur Coddington (2015:21), gee ’n meer informele definisie van dié praktyk, naamlik dat dit bestaande inligting inspan en organiseer en dan keuses maak in terme van relevansie, waarde en merkwaardigheid.

3.3.2.1.3 Sosiale media

Brandtzæg *et al.* (2015:4) definieer verifikasie as die kernbelangrike proses wat deel is van nuusinsameling en die proses om inligting te versprei. Verifikasie verg die vaardige bepaling van die akkuraatheid of geldigheid van beide die bron en die inhoud self. Dus moet twee elemente geverifieer word; die bron van ’n stuk inhoud en die inhoud self.

Vergeer (2018:37) sê alhoewel daar tydens die nuusproduksieproses versigtig met álle inligting omgegaan moet word, is daar spesifieke redes waarom daar meer bekommernisse is rondom die geloofwaardigheid van aanlyninligting. Eerstens is die inligting digitaal en kan daar makliker daarmee, in vergelyking met gedrukte inligting, gepeuter word. Groot hoeveelhede daarvan is ook vrylik beskikbaar en dit kan makliker en vinniger rondgestuur word aangesien daar nie fisieke grense is wat dit verhoed nie. Inligting word ook meestal voorgehou op grond van die gewildheid daarvan en nie noodwendig die betroubaarheid daarvan nie (Vergeer, 2018:38).

In só ’n omgewing word dit vir die joernalis al hoe belangriker om inligting versigtig na te gaan en vas te stel watter inligting geloofwaardig genoeg is om in berigte gebruik te word. Nuwer nuusplatforms publiseer glad nie eens meer berigte in hardekopie nie maar nét aanlyn. Minder joernaliste moet met kleiner begrotings inhoud skep wat vinnig by gehore uitkom. Daarvoor moet hulle dikwels aanlyninligting gebruik wat onbetroubaar en ongeloofwaardig kan wees en soms openlik vals is. Om deeglik seker te maak van die gehalte van die inligting tydens die nuusproduksieproses neem tyd (Vergeer, 2018:041). Vergeer (2018:038) vra daarom: Hoe moet joernaliste vasstel wat is betroubaar, korrek en waar en daarom bruikbaar vir nuusproduksie?

Dis gevaarlik vir nuusorganisasies om onakkuraathede te publiseer aangesien dit gebruikers se vertroue in hul produk en handelsmerk kan verlaag en kan manifesteer in ekonomiese gevolge soos die kansellasie van subskripsies of minder besoeke aan die webtuiste.

Wardle (2014:27) verduidelik in die *Verification Handbook* van die European Journalism Centre hoe joernaliste inligting wat deur gebruikers gegenereer is, kan verifieer en beskryf vier dinge wat joernaliste moet nagaan en bevestig. Eerstens die herkoms of oorsprong van die inligting – is hierdie die oorspronklike stuk inhoud? Tweedens die bron – wie het hierdie inhoud opgelaai? Derdens die datum – wanneer is hierdie inhoud geskep? En laastens die ligging – waar is hierdie inhoud geskep?

3.3.2.1.4 ’n Kombinasie van insamelings- en verifikasietegnieke – kruisverifikasie

Volgens Wardle (2014:27) is die beste manier vir ’n joernalis om seker te maak hy/sy het werklik iets geverifieer om ’n kombinasie van aanlynhulpbronne en “outydse” joernalistieke tegnieke te gebruik.

Brandtzæg *et al*. (2015) het uit ’n studie wat hy en medenavorsers onder 24 joernaliste regoor Europa vasgestel die joernaliste gebruik verskillende metodes om nuus te verifieer. Hulle monitor sosiale media en maak seker hulle volg profiele van bekendes, politici, meningsvormers en nasionale asook internasionale nuusagentskappe soos Reuters en die BBC. Facebook is ’n goeie manier om seker te maak hulle kry ’n ooggetuie van ’n gebeurtenis in die hande of om profiele van mense wat betrokke was by misdaadtonele te bekyk. Twitter kan byvoorbeeld gebruik word om te kyk watter persone en organisasies wat die joernalis vertrou hertwiet private burgers se twiets, só kry die joernalis iemand wat hy/sy fyner kan dophou. Op dié manier kom die joernalis al hoe nader aan iemand wat met sy/haar eie twee oë gesien het hoe iets gebeur. Die respondente het beskryf hoe hulle inligting kruisverifieer deur Google-soektogte te doen en Facebook- en Twitterprofiele van mense te soek en dit in ag neem as groot nuusorganisasies met goeie reputasies, soos The New York Times, dieselfde stemme in hul berigte gebruik (Brandtzæg *et al*., 2015:8).

Hierdie respondente het ook beklemtoon hoe ’n kombinasie van “ou” of tradisionele en nuwe joernalistieke metodes die beste werk om inligting te verifieer. Hulle maak nie net van tegnologie en sosiale media gebruik om storie-idees te genereer nie maar monitor ook die sosialemediaplatforms om vas te stel wié hulle kan kontak om dit wat hulle op sosiale media gesien het te evalueer. Só word ’n berig op die ou end geskryf. Een van die respondente het die voorbeeld gebruik van ’n vliegtuig wat neergestort het. Alhoewel iemand daaroor getwiet het, gebruik die joernalis in hierdie geval die tradisionele manier van verifikasie en bel die reddingspankoördineerder en die polisie. Met ander woorde storie-idees wat van sosiale media afkomstig is, word op dieselfde manier as gewone nuuswenke wat via die publiek by joernaliste aankom, hanteer; alles moet nagegaan en bevestig word (Brandtzæg *et al*., 2015:8).

Joernaliste gebruik aanlynsoektogte op Google, gewone telefoonoproepe om onderhoude te voer en aanlyntoerusting soos TinEye om die outentiekheid van foto's na te gaan, Google Maps, e-posse en Google Streetview om feite te verifieer. Kontak met 'n bron van aangesig tot aangesig en telefoonoproepe was tydens hul studie die eerste prys wanneer 'n bron geverifieer moet word.

Die operasionele definisie van nuusinsameling en -verifikasie is as volg: Die proses waardeur joernaliste onder meer onderhoude, *aggregation*, sosiale media en kruisverifikasie gebruik om akkurate inligting vir nuusberigte in te samel en feite te verifieer. Die twee prosesse is dikwels verweef.

3.3.3 Kompetisie

Dié spesieke kernelement van joernalistieke werkswyse kan in verband gebring word met drie kernelemente van organisasiekultuur, naamlik dat organisasiekultuur die bepaalde kultuur is van 'n sekere groep mense binne 'n organisasie en sosiaal onderhou word deur daardie groep, dat leiers 'n belangrike rol speel binne die bepaalde organisasie en dat die groep sekere basiese aannames deel.

Deuze en Witschge (2018) se verwysing na die spoed van nuuspublikasie hier bo het betrekking, veral in terme van nuuswebtuistes. Aangesien daar altyd nuus is, moet daar altyd iemand aan diens wees om die nuus te skryf soos dit gebeur; berigte kan nie ure ná gebeurtenisse (en in sommige gevalle selfs minute nadat dit gebeur het) eers verskyn nie. Dan het die gebruiker reeds die nuus op 'n ander plek gaan soek. Die kompetisie tussen nuuswebtuistes soos Maroela Media en Netwerk24, beide Afrikaans, is byvoorbeeld baie straf.

Die vraag ontstaan: Wie gaan heel eerste die berig met die meeste inligting plaas sonder om akkuraatheid in te boet? Lim (2012:75) bevestig dat die aanlynnuusbedryf uiters mededingend is. Volgens Lim (2012:75) word nuusorganisasies daardeur gedwing om beter as hul kompetisie te vaar deur heeltyd nuwe en belangrike nuus te publiseer. Die behoefte om mededingend te wees is egter nie volgens Lim (2012) eie aan aanlynjoernaliste nie maar ook teenwoordig by dié wat nie aanlyn werksaam is nie.

Cohen (2019:576) sê joernaliste wat vir aanlynplatforms werk, omarm tegnologie en is konstant op soek na nuwe "gereedskap" om hul werk meer doeltreffend te doen, juis weens die enorme druk om konstant en vinnig inhoud te publiseer. Aanlynnuus het nie spertye soos 'n koerant of televisieuitsending nie. Daarom kan aanlynjoernaliste aanhoudend nimmereindigende inhoud skep. Nuus is byna tot op die minuut op datum en meer inhoud as ooit tevore word gepubliseer (Cohen, 2019:580).

Veral in krisistye (soos oorloë, pandemies en gewelddadige betogings) is daar baie druk op joernaliste om vinnig te wees, maar om vinnig of eerste te wees laat joernaliste dikwels met ’n dilemma. Rauchfleisch *et al.* (2017:2) sê die gevestigde kriteria van joernalistieke gehaltebeheer, bronidentifikasie, verifikasie en selfs inligting oor die storie-onderwerp kan in gedrang kom of in die slag bly weens dié druk.

By aanlynplatforms word sukses dikwels gemeet aan hoeveel reaksie berigte kry in terme van hoeveel gebruikers daarvan hou (gemeet aan *likes*) en hoeveel gebruikers dit deel of daaroor twiet. Joernalistieke werk kry ’n element van verspreiding by. Die proses wat die joernalis volg om die berig die wêreld in te stuur, is nou ’n kernelement van die joernalis se werk en word by sommige nuusorganisasies selfs hoër geag as beriggewing, skryfwerk en redigering, bevind Cohen (2019:583).

Harrower (2010: 26) sê publikasies (webtuistes kan ook hierby ingesluit word) is soos ’n weermag; dit het duidelike outoriteitstrukture nodig om chaos te vermy. Net soos in die weermag is daar generaals wat die besluite maak (redakteurs) en troepe (joernaliste en fotograwe) wat in die voorste linies baklei (Harrower, 2010:26). Weereens, soos in die weermag, maak die nuusorganisasies staat op spanwerk vir oorlewing.

In kleiner nuusorganisasies het verskillende rolspelers dikwels meer verantwoordelikhede. Joernaliste sal dikwels self met ’n persoon ’n onderhoud voer, self die persoon of gebeurtenis afneem, self daaroor skryf én die inhoud aanlyn publiseer (Harrower, 2010:26).

Die operasionele definisie van kompetisie is as volg: Die element wat nuusorganisasies dwing om beter as hul kompetisie te vaar deur heeltyd nuwe en belangrike nuus te publiseer. Kompetisie beteken ook kompetisie met jouself as joernalis, en beteken dat byvoorbeeld trefslae op nuusberigte konstant dopgehou word.

3.3.4 Nuuskantoorkultuur

Dié spesieke kernelement van joernalistieke werkswyse kan in verband gebring word met drie kernelemente van organisasiekultuur, naamlik dat organisasiekultuur die bepaalde kultuur is van ’n sekere groep mense binne ’n organisasie en sosiaal onderhou word deur daardie groep, dat leiers ’n belangrike rol speel binne die bepaalde organisasie en dat die groep sekere basiese aannames deel.

Anders as professionele persone soos dokters, argitekte en prokureurs word joernaliste nie betaal deur die mense wat hul dienste gebruik nie. Hulle is, volgens Burns (2002:16), werknemers wat by ’n nuusorganisasie werksaam is om die winsmarge van die werkgewer te verbeter. Daar

bestaan wel ook joernalistiek wat deur skarebefondsing soos GoFundMe of deur privaatdonateurs befonds word.

Tot redelik onlangs is die deelname van joernaliste in die diskoers van die oprigting van joernalistiek gelei deur of hulle in diens geneem is deur ’n nuuskantoor, hetsy as joernalis, vakleerling of skolier wat net waarneem. Die nuuskantoor was die vernaamste ruimte van indiensneming en hoe werk in joernalistiek georganiseer is in die twintigste eeu (Deuze & Witschge, 2018:169). Al moes nuuskantore weens die Covid-19-pandemie in meeste gevalle van ’n fisieke ruimte na ’n virtuele bymekaarkomplek van individuele tuiskantore skuif, verander dit nie die belangrikheid van die struktuur en die groep se gemeenskaplike doelwitte nie.

Dit is juis hier waar leiers in die vorm van die nuusredakteur en algemene redakteur van ’n nuusorganisasie ’n baie belangrike rol speel om ’n span joernaliste te lei, veral in sulke vreemde tye. Die nuusredakteur is volgens Burns (2002:38) verantwoordelik daarvoor om stories aan spesifieke joernaliste toe te ken. Die nuusredakteur skets gewoonlik vir die joernalis ’n prentjie van hoe hy/sy voorsien die berig sal uitspeel. Die nuusredakteur se inligting rig die joernalis se navorsing, of dit nou direk is of net as ’n riglyn gebruik word.

Volgens Breed (1955:327) kan die werknemers van ’n nuuskantoor basies in twee afdelings verdeel word, naamlik uitvoerende beamptes soos die uitgewers (in die geval van gedrukte media) en redakteurs en personeel wat die joernaliste en herskrywers insluit.

Breed (1955:331) sê alhoewel die gewone personeellede in die formele sin van die woord ’n lae status het in vergelyking met die uitvoerende beamptes word hulle dikwels eerder as medewerkers behandel. Soos Harrower (2010) genoem het dat spanwerk benodig word vir oorlewing, noem Breed (1955) dat die hele groep werknemers saamwerk aan die werk wat hulle almal geniet en respekteer. Groeplede noem mekaar op hul noemname en stories kan heen-en-weer bespreek word tussen joernaliste en redakteurs.

Quinn (2002) sê die probleem met joernalistiek in die digitale era is eenvoudig – tegnologie laat inligting-oorlading toe. Omdat joernaliste toenemend met tegnologie moet bybly en dit konstant moet gebruik, beteken dit op sy beurt dat joernaliste met reusehoeveelhede inligting oorlaai kan word (Quinn, 2002). Dié moontlike oorlading moet deur bestuurders en nuusredakteurs bestuur word (Quinn, 2002). Deel van dít waarmee joernaliste oorlaai word, is fopnuus.

Die nuuskantoor as werksomgewing is waar nuusinsameling, -seleksie (op grond van nuuswaardes) en feitverifikasie plaasvind. Begrip van fopnuus en die nuuswaardes waarop dit geskoei word, soos in die vorige hoofstuk uiteengesit, is van belang omdat dit die werkswyse van nuuskantore raak. Die prosesse en manier van werk van ’n gegewe nuuskantoor moet bewys

word as effektief wanneer die nuuswaardes van fopnuus dit kan laat lyk soos ’n publiseerbare nuusberig. Inligting-oorlading, saam met die druk om vinnig te publiseer en eerste te wees met ’n berig, kan tot gevolg hê dat fopnuus sonder dat dit die bedoeling was verder versprei word.

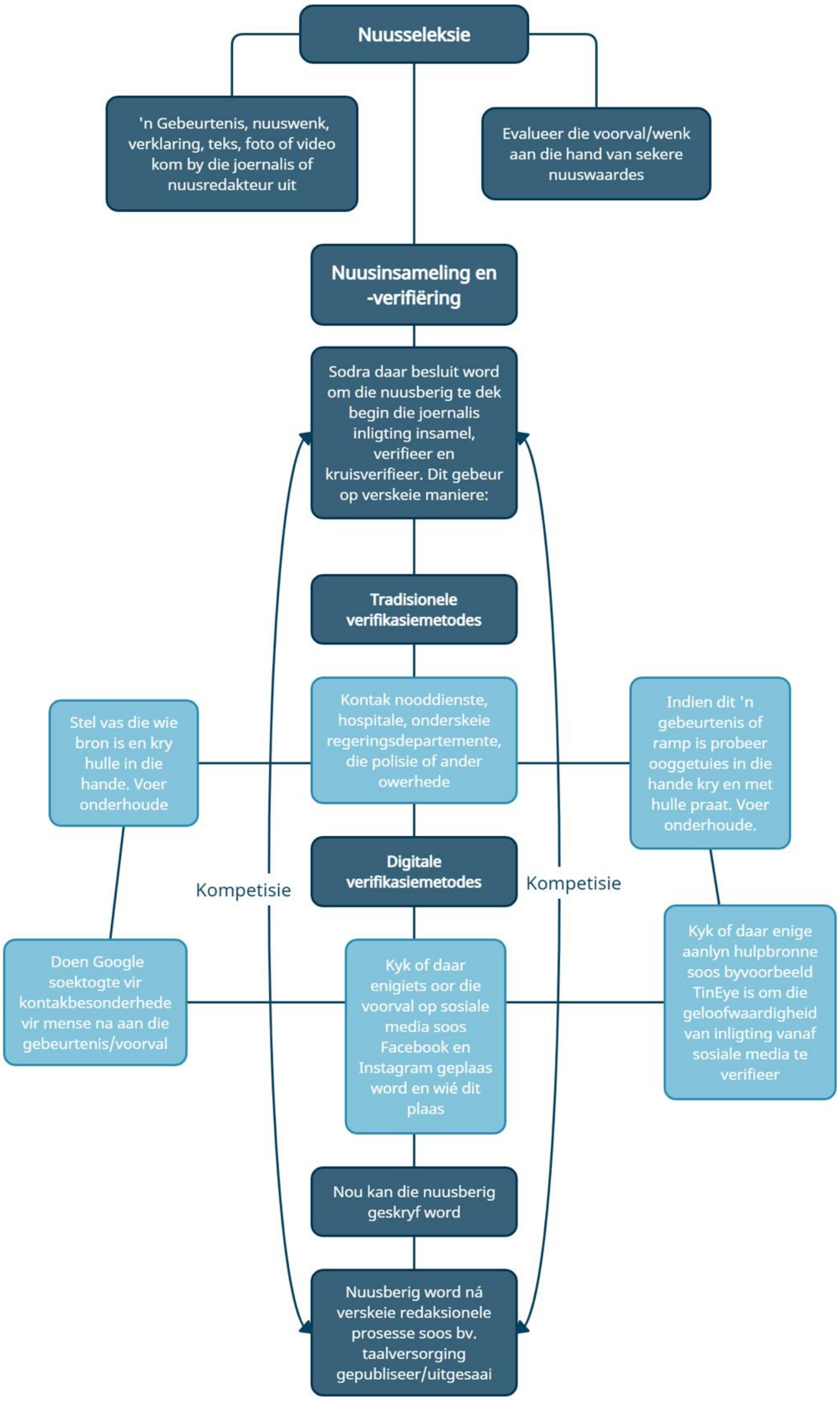
Hierdie stukture en hiërargie, saam met die prosesse en rituele wat in die nuuskantoor afspeel, vorm die organisasiekultuur van die nuuskantoor binne die groter nuusorganisasie.

Die operasionele definisie van nuuskantoorkultuur is as volg: Die prosesse en werkswyses in ’n gegewe nuuskantoor. Dit is hier waar nuusinsameling, -seleksie en feitverifikasie plaasvind. Leiers, soos nuusredakteurs, speel ’n belangrike rol om ’n span joernaliste te lei.

Uit bogenoemde navorsing en literatuur kan die navorser nou die volgende stel kernelemente van joernalistieke werkswyse saamstel vir die beantwoording van die twee spesifieke navorsingsvrae 1.4.2 en 1.4.3, naamlik “Wat is die kernelemente van organisasiekultuur wat op joernalistieke werkswyse van toepassing gemaak kan word?” en “Wat is die kernelemente van joernalistieke werkswyse in Maroela Media se nuuskantoor betreffende nuuskeuses en die nuuswaardes onderliggend daaraan?”

Die kernelemente van joernalistieke werkswyse is:

- Nuusseleksie;
- Nuusinsameling en -verifikasie;
- Kompetisie; en
- Nuuskantoorkultuur.



Figuur 3.1: Die proses van nuusseleksie, -insameling en -verifikasie

3.4 Toepassing van die kernelemente van organisasiekultuur op Maroela Media as gevallestudie

Deur Maroela Media as gevallestudie te gebruik (sien Afdeling 1.7) kan die navorser daarin slaag om elemente van organisasiekultuur en joernalistieke werkswyse op Maroela Media van toepassing te maak.

Gagnon (2010:3) sê voordele daaraan verbonde om ’n gevallestudie te gebruik, sluit in dat dit indiepte-analise van ’n fenomeen binne konteks kan lewer. Dit is presies wat die navorser hier doen.

Maroela Media is ’n gratis Afrikaanse nuuswebtuiste met ’n Christelike grondslag wat deel uitmaak van die Solidariteit Beweging se bewegingsinstellings. Maroela Media is nog nie so oud nie (10 jaar) en is ook nie nét ’n nuusorganisasie nie maar word bemark as ’n Afrikaanse aanlyn-“kuierplek” met onder meer nuus, resepte, leefstyl-, motor- en sakenuus.

Maroela Media gee spesifiek ook ingevolge die agste nuuswaarde van Galtung en Ruge (1965) soos in die vorige hoofstuk bespreek (sien Afdeling 2.5) aandag aan die samestelling van hul tuisblad om die idee van ’n “kuierplek” tuis te bring en die gebruiker nié onmiddellik te bombardeer met ’n groot hoeveelheid “slegte nuus” nie.

Die afdeling heel bo op die tuisblad is “In die nuus” vir berigte wat die nuusspan voel groot en belangrike nuus is. Dit kan dus erg negatiewe berigte wat belangrik is vir gebruikers insluit, maar ook ligter inhoud bevat. Verder ondertoe is “Nog nuus” vir nuwe berigte soos hulle gepubliseer word. Verder ondertoe is “Goeie goed” wat ligter inhoud bevat, “Sport” en “Leefstyl”. Skakels bo aan die tuisblad maak dit ook maklik om tussen verskillende opsies soos vermaak-, landbou- en sportnuus te beweeg. Sien die skermgreep vir verwysing.

Figuur 3.2 Skermgreep van Maroela Media se tuisblad op 16 November 2021

Die skermgreep wys dat gebruikers dadelik ’n prettige berig oor Springbokkaptein Siya Kolisi wat sy handtekening op ’n ondersteuner se Speedo met ’n Suid-Afrikaanse vlagpatroon skryf, maar ook berigte oor moord en hofsake.

Die meeste van Maroela Media se aanlynverkeer word sonder twyfel deur die hardenuus (dikwels negatiewe berigte) gelok. Dit word vasgestel deur sagteware soos Google Analytics te gebruik wat meet hoeveel verkeer sekere berigte gelok het en op watter blaaie gebruikers die meese tyd bestee het.

3.4.1 Maroela Media se werkswyse

In tradisionele, groot nuusorganisasies is daar gewoonlik die volgende spanne op die redaksie: joernaliste en redakteurs, uitlegkunstenaars en subredakteurs, die redaksionele bestuur en die foto- en grafikaspan. In ’n aanlynomgewing werk dinge bietjie anders. Joernalistieke posbeskrywings verskil wyd van nuuskantoor tot nuuskantoor (Harrower, 2010:26).

Die nuuskantoor van Maroela Media, insluitend die redakteurs en harde- en sagtenuusjoernaliste, bestaan op enige tydstip uit ’n redaksie van nie groter nie as elf permanente redaksielede. Dié persone is verantwoordelik vir die meerderheid inhoud op Maroela Media (behalwe vir een of twee vryskutskrywers wat nou en dan bydraes lewer). Daar is niemand anders wat aan die nuus

werk as dié personeellede nie. Die navorser dra hierdie inligting by op grond van haar binneperspektief na ’n tydperk van indiensneming by Maroela Media (sien Afdeling 1.7.1.3).

Die Maroela Media-joernalis is self verantwoordelik om te sorg vir ’n foto, grafika of argieffoto by elke berig. Daar is geen fotograwe in diens nie. As ’n joernalis byvoorbeeld ’n hofsaak bywoon om die storie vir Maroela Media te dek, is hy/sy self verantwoordelik om foto’s te neem en ander inhoud te skep vir die webtuiste.

Die nuusredakteur is uiteindelik verantwoordelik vir alle inhoud en die bestuur van die joernaliste in die hardenuusspan. Die nuusredakteur skryf ook soms berigte en werk ook oortyd.

Daar is elke oggend en elke aand asook elke naweek joernaliste aan diens wat die webtuiste aan die gang moet hou vir daardie tyd. Enige beplande én onbeplande of brekende storie moet deur die joernalis aan diens gedoen word. Die persoon is ook verantwoordelik om die kommentare op Maroela Media se webtuiste en Facebook waar die berigte gepubliseer word, dop te hou en na te gaan. Maroela Media het ’n beleid waarvolgens kommentare wat byvoorbeeld seksisties, rassisties of xenofobies is of kru taal bevat van die webtuiste of sosialemediaplatform verwyder word.

Tydens ’n oggendskof is dit gebruiklik vir die joernalis aan diens om minstens drie berigte voor 08:00, wanneer die res van die span inval, te publiseer. Dié personeellid begin gewoonlik om 05:00 die oggend werk. Vir aandskofte is vyf berigte gebruiklik (die persoon werk minstens tot 20:00) en oor naweke minstens twaalf berigte per dag (die persoon werk van om en by 06:00 tot 19:00). Dit is die minimum hoeveelheid berigte en joernaliste publiseer dikwels meer as die minimum. ’n Naweek word gewoonlik in twee gedeel, met een persoon wat die Vrydagaand- en Saterdagskof werk en ’n ander wat die Sondag- en Maandagoggendskof werk.

Saam met die joernalis werk ’n taalversorger wat ook in skofte ingedeel word. Wanneer die joernalis ’n nuusberig klaar geskryf het, word dit na die taalversorger aan diens gestuur om die teks te redigeer voor publikasie (sien Afdeling 5.5.4 vir die presiese verduideliking van die vaste kopievloeiproses).

Wanneer stories tydens die dag in werksure waartydens die hele span werksaam is, gedoen word, word elke berig wat ’n joernalis voltooi eers vir die nuusredakteur gestuur. Die redakteur gaan dit dan na, vra vrae oor die storie as daar is, skaaf aan die inhoud of skuif teks rond sodat dit meer sin maak. Die storie gaan dan terug na die joernalis en daarná na die taalversorger.

Maroela Media het twee afsonderlike redakteurs vir die hardenuusspan[1] en die sagtenuusspan[2].

Om orde te behou en op hoogte te bly van wie waarmee besig is, gebruik die Maroela Media-nuusspan die app Trello as inhoudsbestuurstelsel. Trello behels gratis aanlynsagteware wat die gebruiker help om aanlyn enige tipe projek te organiseer.

Maroela Media het op Trello ’n blad vir stories waarmee almal besig is waarby die spesifieke joernalis se naam gevoeg word, hy/sy dui hier aan in watter stadium van die nuusproduksieproses die berig is, byvoorbeeld om te wys dat taalversorging plaasvind, wanneer hy/sy dit terug gekry het en wanneer dit gepubliseer is. Daar is ook ’n kalender waarop belangrike datums, soos byvoorbeeld die volgende verskyningsdatum van ’n beskuldigde in ’n moordsaak of ander beplande nuusgebeurtenisse aangebring word.

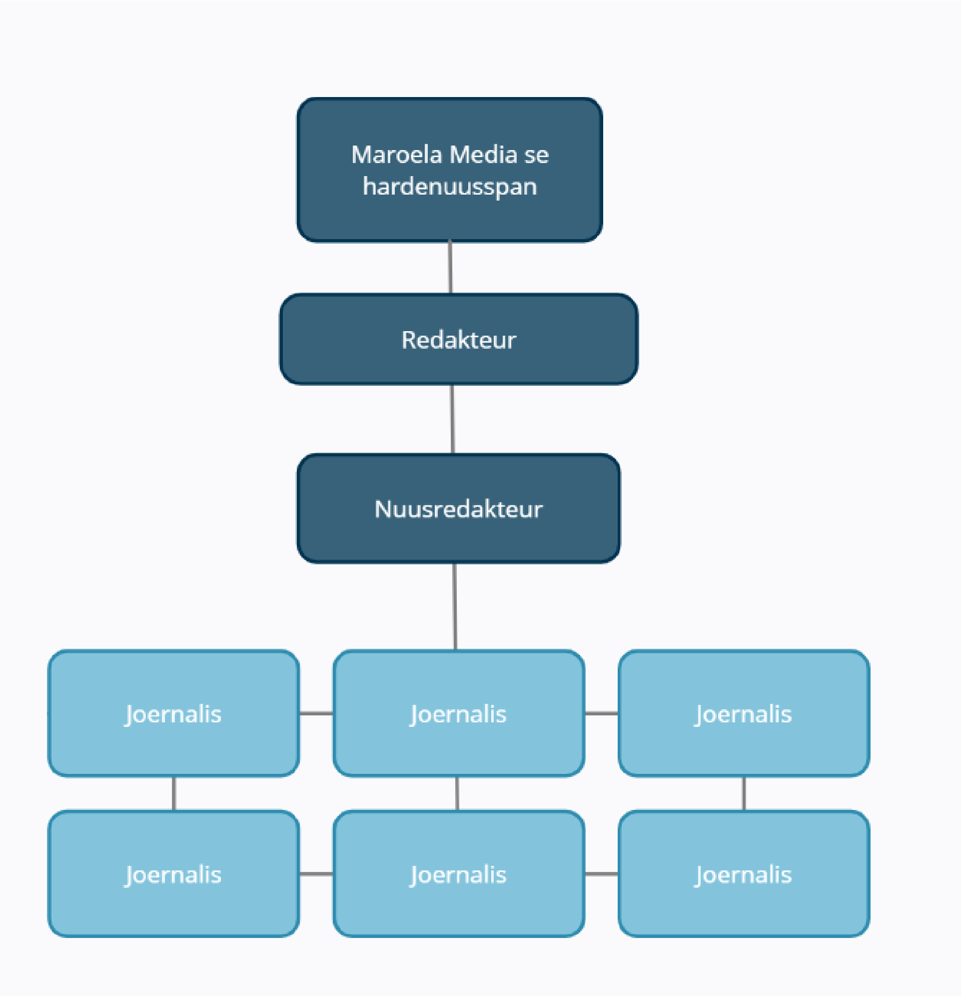
Die kennisgewing van elke storie in Trello kan ook digitale lêers en foto’s bevat. Die joernalis kan verder notas hier maak en byvoorbeeld ’n waardevolle kontak of ’n persoon wie se nommer hy/sy geweldig gesukkel het om in die hande te kry hier stoor. Op so ’n manier kan die span se effektiwiteit verbeter word deur die volgende joernalis wat ’n oortydskof werk en ’n opvolgstorie doen maklik die relevante persone se kontakbesonderhede in die hande kry. Só hoef hy/sy nie tyd te mors om dit self te soek of die oorspronklike joernalis eers te nader vir die kontakbesonderhede nie.

Almal in die span het toegang tot dié app. Só word misverstande vermy, selfs al werk die spanlede tuis soos die Covid-19-pandemie nuusspanne regoor die wêreld gedwing het om te doen. Juis omdat die span so klein is, is elke joernalis se tyd en uitsette belangrik en kan die nuuskantoor nie bekostig om toe te laat dat twee joernaliste per ongeluk dieselfde storie doen of deur verwarring toelaat dat ’n storie agterweë bly nie.

Om spesifieke navorsingsvraag 1.4.3, naamlik “Wat is die kernelemente van joernalistieke werkswyse in Maroela Media se nuuskantoor betreffende nuuskeuses en die nuuswaardes onderliggend daaraan?”, uiteindelik te beantwoord, moet die navorser die kernelemente van joernalistieke werkswyse soos in Afdeling 3.3 genoem meet aan Maroela Media se werkswyse.

[1] Hardenuus vereis onmiddellike verslaggewing weens die belangrikheid van die inhoud en kort “rakleeftyd” (Lehman-Wilzig & Seletzky, 2010). Tuchman (1972), soos aangehaal deur Lehman-Wilzig en Seletzky (2010), sê hardenuusonderwerpe sluit dikwels stories met hoë nuuswaarde soos politiek of ekonomie in en het dikwels meegaande analise of kommentaar nodig.

[2] Sagtenuus is nuus oor ligter, minder dringende en minder swaar onderwerpe soos vermaak, verhoudings en resepte (Harrower, 2010:116-117)



Figuur 3.3: **Die struktuur van Maroela Media se hardenuusspan**

3.5 Die meting van kernelemente van joernalistieke werkswyse aan Maroela Media se werkswyse

3.5.1 Nuusseleksie

Nuusseleksie gebeur volgens 'n bepaalde proses. Dit werk as volg by Maroela Media: tydens die week in gewone werkstyd tussen 08:00 en 16:30 (op Vrydae tot 15:00) neem die nuusredakteur gewoonlik die voortou om stories voor te stel en op Trello te laai. Hy/sy sal dit aan 'n spesifieke joernalis toeken of 'n joernalis sy/haar naam self by dié storie gaan voeg en daaraan begin werk. Indien die redakteur die joernalis attent wil maak op 'n spesifieke aspek van die storie of 'n spesifieke bron se insette op die storie wil hê, word dit op Trello aangedui of gespreksgewys oorgedra.

Dit staan joernaliste ook vry om storievoorstelle te maak na aanleiding van iets wat hulle gehoor het, iewers gesien het, interessant gevind het, iets waaroor hulle wonder of een van hul vorige

berigte wat ’n nuwe verwikkeling het (opvolgberig). Dit kan byvoorbeeld wees dat iemand in verband met ’n plaasmoordberig wat die joernalis vroeër gedoen het in hegtenis geneem is en daardie joernalis dan in die beste posisie is om vinnig die beste moontlike berig daaroor te skryf aangesien hulle reeds agtergrond het en vertroud is met die storie. Tydens oortydskofte is die joernalis aan diens self verantwoordelik om storie-idees te soek. Dit gebeur soms dat die nuusredakteur, redakteur, uitvoerende hoof of selfs ’n ander lid van die nuusorganisasie in ’n heel ander afdeling ’n nuuswenk aanstuur wat die joernalis dan kan kies om op te volg.

Alle joernaliste is ook op ’n magdom media-verwante WhatsApp-groepe, soos die provinsiale polisie in die Oos-Kaap, die onderwysdepartment in Gauteng of die Valke in Mpumalanga. Persverklarings word dikwels op dié groepe gedeel en joernaliste kan ook direk met woordvoerders op dié platforms kommunikeer. WhatsApp-groepe dien dus ook as ’n bron van nuusstories.

’n Bykomende bron van nuusstories vir Maroela Media-joernaliste is politieke partye en korporatiewe kommunikasie-agentskappe wat namens kliënte mediaverhoudinge bou en nuusverklarings uitreik. ’n Politieke party kan byvoorbeeld ’n verklaring uitreik met sekere bewerings teen ander partye of menings oor wat Ramaphosa byvoorbeeld in sy jongste nasionale Covid-19-toespraak gesê het. Hierdie verklarings word soms bloot verwerk en dan gepubliseer.

3.5.2 Nuusinsameling en -verifikasie

Soos bo genoem sien joernaliste hulself as mense wat ’n openbare diens lewer, objektief is en daarom betroubaar is (Deuze & Witschge, 2018:167). Maroela Media roem hom daarop dat sy nuus “gabalanseerd en betroubaar” is, soveel so dat dit die slagpreuk vir hul nuuswebtuiste is. Dit strook teoreties met wat Deuze (2005:447) sê, naamlik dat joernaliste baie outonomiteit het en toegewyd is aan die bedryfslogistiek van relevansie en spoed (kry die storie eerste, hou by spertye) en om sosiaal verantwoordelik en eties sinvol te werk. Alhoewel daar by Maroela Media klem geplaas word op spoed en die vinnige publikasie van nuus, is die akkuraatheid van berigte net so, indien nie meer nie, belangrik.

Wanneer ’n joernalis ’n storie doen, kan hy/sy in die algemeen self besluit met wie hy/sy wil praat of as bronne wil raadpleeg. Hierna volg meestal telefoniese onderhoude of navrae wat per WhatsApp of e-pos aan woordvoerders gestuur word.

Maroela Media gebruik ook internasionale nuusplatforms soos die BBC en CNN en sosiale media soos Instagram om *aggregation* toe te pas wanneer hulle byvoorbeeld ’n storie doen oor die Britse koninklike gesin. Maroela Media gebruik ook die Agence France-Presse (AFP) as *news wire* – ’n aanlynnuusdiens met internasionale asook plaaslike nuus waarop nuusorganisasies soos

Maroela Media inteken vir ’n bepaalde bedrag per maand in ruil vir toestemming om van hierdie berigte te gebruik. Dié berigte word meestal dan net vertaal en dan op die webtuiste gepubliseer nadat dit taalversorg is. Die outeur word as “AFP” aangedui.

Nadat ’n joernalis byvoorbeeld ’n nuusverklaring op WhatsApp-groep van ’n provinsiale polisiediens ontvang het, kan hy/sy nou begin moeite doen om die slagoffers van dié misdaad se familie of vriende in die hande te kry, die voorval te verifieer en ekstra “vleis” en foto’s vir die gepaardgaande berig te kry.

3.5.3 Kompetisie

Lim (2012:75) sê die aanlynnuusbedryf is uiters mededingend en dat nuusorganisasies heeltyd een stap voor hul kompetisie probeer bly deur heeltyd nuwe en belangrike nuus te publiseer. Dit is by Maroela Media ook die geval met betrekking tot kompetisie met ander nuusorganisasies, veral Netwerk24. Soms sal ’n storie daar raakgesien word en daarna opgevolg word, of ’n joernalis sal ’n pluimpie kry omdat hy/sy ’n storie suksesvol kon publiseer voor Netwerk24.

Joernaliste moet uiteraard heeltyd op hoogte bly van wat ander nuusorganisasies berig. Maroela Media se direkte kompetisie is Netwerk24 aangesien dit die enigste ander Afrikaanse nuuswebtuiste is wat deel vorm van die hoofstroommedia. Net soos bo genoem is Maroela Media se joernaliste afhanklik van hul fone en elkeen hou die WhatsApp-groepe en hul e-posinboks obsessief dop – veral as die joernalis aan diens is met ’n oortydskof.

3.5.4 Nuuskantoorkultuur

Die joernaliste werk almal saam in Maroela Media se nuuskantoor in Pretoria met die uitsondering van een joernalis wat in Kaapstad vanuit ’n tuiskantoor werk. Die nuuskantoor is ’n oopplan-kantoor met ooghoogte afskortings tussen joernaliste se lessenaars. Die nuusredakteur sit binne die spasie in ’n eie kantoor met twee glasafskortings. Joernaliste en die redakteur kan mekaar dus heeltyd fisiek sien, asook met mekaar praat, aangesien die deur na die nuusredakteur se kantoor meeste van die tyd oopstaan. Meeste van Maroela Media se stories word vanuit hierdie kantoor ingesamel, geskryf, geredigeer, verpak en gepubliseer. Die joernaliste gaan met uitsondering uit die kantoor om stories te doen; meestal met hofverskynings.

Daar is ’n duidelike hiërargie in Maroela Media se nuuskantoor. Die uitvoerende hoof is in beheer van die hele nuusorganisasie se bedrywe, naas hom/haar is die algemene redakteur wat verantwoordelikheid neem vir alle inhoud op Maroela Media se nuuswebtuiste, naas hom/haar is die nuusredakteur in beheer van die hardenuusinhoud en die inhoudsredakteur verantwoordelik vir die sagter inhoud op die webtuiste. Onder hulle werk die joernaliste wat uiteindelik

verantwoordelik is vir die berigte en inhoud wat op die webtuiste gepubliseer word (sien Figuur 3.2 vir ’n voorbeeld van die tuisblad op ’n gegewe tydstip). Soos Breed (1955) bevind dat die hele personeelkorps van ’n nuusorganisasie gewoonlik saamwerk aan die werk (joernalistiek) wat hulle almal geniet en respekteer, gebeur dit ook by Maroela Media. Spanlede noem mekaar op hul noemname en stories kan heen-en-weer bespreek word tussen joernaliste en redakteurs. Enigeen is welkom om ’n mening oor ’n storie uit te spreek.

Deel van Maroela Media se organisasiekultuur in die nuuskantoor is dat minder ervare joernaliste enige tyd met vrymoedigheid meer ervare joernaliste wat al ’n hele paar joernalistieke poste vóór hul poste by Maroela Media beklee het, mag vra vir leiding en raad oor hoe om sekere stories te doen, vir kontakte te soek of navrae te bewoord.

Joernaliste by Maroela Media doen in die algemeen baie moeite om hul netwerk van kontakte uit te brei en te onderhou. Hulle kom gou agter wanneer hulle ’n waardevolle bron wat uiters kundig op sy/haar gebied is, teëgekom het en doen moeite om daardie besonderhede veilig te bewaar en maklik identifiseerbaar te hou. Joernaliste doen ook moeite om sekere kenners van sekere velde, soos byvoorbeeld die weer, uit te soek en met hulle kennis te maak.

Die Maroela Media-joernalis gebruik sagteware soos Google Analytics om dop te hou watter berigte op ’n gegewe tydstip goed vaar en hou dit in gedagte wanneer die volgende storie gekies word. Tydens oortydskofte sien die nuusredakteur dus nié elke berig voordat dit op die webtuiste gepubliseer en op sosiale media gedeel word nie.

Die navorser hou ter opsomming die volgende tabel voor om uiteindelik spesifieke navorsingsvrae 1.4.2, naamlik “Wat is die kernelemente van organisasiekultuur wat op joernalistieke werkswyse van toepassing gemaak kan word?”, en 1.4.3, naamlik “Wat is die kernelemente van joernalistieke werkswyse in Maroela Media se nuuskantoor betreffende nuuskeuses en die nuuswaardes onderliggend daaraan?”, te beantwoord. Navorsingsvraag 1.4.3 sal eers volledig beantwoord kan word ná die empiriese navorsing.

Tabel 3.1: Die kernelemente van organisasiekultuur toegepas op joernalistieke werkswyse

Kernelemente van joernalistieke werkswyse	**Kernelement van organisasiekultuur**	**Joernalistieke werkswyse in Maroela Media se nuuskantoor**
Nuusseleksie	Rituele, roetines en praktyke in die nuuskantoor	• Voorstelle deur die redakteur • Voorstelle deur die nuusredakteur • Voorstelle deur die joernalis self

		• Voorstelle deur kollegas (alle voorstelle word, al is dit onbewustelik, op grond van nuuswaardes beoordeel) • Gebruik WhatsApp-groepe en ander sosialemediaplatforms • Nuusverklarings • AFP, BBC, CNN en ander internasionale nuusbronne
Nuusinsameling en -verifikasie	Rituele, roetines en praktyke in die nuuskantoor	• Voer onderhoude (telefonies, via Zoom of in persoon) met relevante of gesaghebbende bronne, mense na aan die storie, owerhede, hospitale, ens. om inligting in te samel en te verifieer • *Aggregation* • Gebruik AFP • Gebruik sosiale media om bronne na aan die storie te kontak • Deur inligting in te samel, vind verifikasie ook plaas deur met verskillende bronne te praat en amptelike bevestiging van gebeure te kry.
Kompetisie met ander nuusorganisasies	• Die organisasiekultuur van ’n sekere groep word sosiaal deur hulle onderhou. • Leiers speel ’n belangrike rol binne die bepaalde organisasie. • Die groep deel sekere basiese aannames.	• Joernaliste maak seker hulle bly op hoogte van presies wat op mededingende nuusorganisasies se webtuistes gepubliseer word deur die webtuistes dop te hou. • Hou fone en e-posinbokse deurentyd dop • Hou Google Analytics dop om te sien in watter berigte gebruikers die meeste belangstel en hoeveel gebruikers tans op die webtuiste tyd bestee • Werk eties so vinnig moontlik sonder om akkuraatheid in te boet; etiek en etiese optrede weeg swaarder as spoed • Respekteer die hiërargie in die nuuskantoor en luister na leiers om chaos te vermy
Nuuskantoorkultuur	• Die organisasiekultuur van ’n sekere groep word sosiaal deur hulle onderhou. • Leiers speel ’n belangrike rol binne die bepaalde organisasie. • Die groep deel sekere basiese aannames.	• Behou goeie verhoudings met bronne. Bou netwerk van kontakte uit • Behou goeie verhoudings met werkskollegas en lynhoof • Oop kommunikasie tussen die redakteur, nuusredakteur en joernaliste

		• Gebruik sagteware om dop te hou hoe goed die joernalis se eie berigte vaar

3.6 Samevatting en slot

In hierdie hoofstuk is die spesifieke navorsingsvraag 1.4.2, naamlik “Wat is die kernelemente van organisasiekultuur wat op joernalistieke werkswyse van toepassing gemaak kan word?”, beantwoord. Die navorser kon ook ’n gedeelte van die spesifieke navorsingsvraag 1.4.3, naamlik “Wat is die kernelemente van joernalistieke werkswyse in Maroela Media se nuuskantoor betreffende nuuskeuses en die nuuswaardes onderliggend daaraan?”, bespreek en beantwoord. Die res word voltooi ná die empiriese gedeelte van dié studie soos in Hoofstuk 5 beskryf.

Daar is vasgestel dat organisasiekultuur dinamies en alomteenwoordig is. Dit sluit die spesifieke strukture, hierargie, rituele, gewoontes en geleerde gedrag van enige groep, soos ’n nuuskantoor, in. Die kernelemente van organisasiekultuur wat die navorser geïdentifiseer het, is soos volg: dat organisasiekultuur die bepaalde kultuur is van ’n sekere groep mense binne ’n organisasie en **sosiaal onderhou** word deur daardie groep, dat **rituele, roetines en sekere praktyke** deur die bepaalde groep beoefen of gevolg word, dat **leiers** ’n belangrike rol speel binne die bepaalde organisasie en dat die groep sekere **basiese aannames deel**.

Volgende is daar na joernalistieke werkswyse gekyk. Daar is vasgestel dat joernaliste, veral in ’n aanlynomgewing onder konstante druk werk en dikwels met inligting oorlaai word. Die kompetisie is straf om eerste te wees met ’n berig sonder om etiek en akkuraatheid in te boet. Die kernelemente van joernalistieke werkswyse soos deur die navorser geïdentifiseer is soos volg: nuusseleksie, -insameling, -verifikasie, kompetisie en nuuskantoorkultuur.

Maroela Media se nuuskantoor en sy werking as gevallestudie is volgende onder die loep geneem. Beskrywings is gegee van hoe die nuusspan uiteengesit is, wie wanneer werk en hoe hulle op hoogte bly van mekaar se aktiwiteite te midde van ’n pandemie wat meeste werknemers gedwing het om van die huis af te werk.

Dié hoofstuk met die teoretiese uiteensetting van organisasiekultuur soos van toepassing op joernalistieke werkswyse skakel met die volgende hoofstuk, naamlik die navorsingsontwerp waarin die navorser die kwalitatiewe navorsing sal bespreek. Semi-gestruktureerde onderhoude en ’n kwalitatiewe inhoudsanalise is gebruik om die joernaliste, nuusredakteur en redakteur se gedrag en neigings te beskryf, asook hul verwantskap aan die data wat geanaliseer is.

Uiteindelik is die doel om die wisselwerking tussen die verskynsel van fopnuus en die joernalistieke werkswyse in Maroela Media se nuuskantoor te ondersoek; daarom was die opstel van dié teorietiese raamwerk onontbeerlik.

HOOFSTUK 4 NAVORSINGSONTWERP: BENADERING, METODES EN MEETINSTRUMENT

4.1 Inleiding

In die vorige hoofstuk is organisasiekultuur as algemene teorie bespreek. Dit is gedoen sodat die navorser organisasiekultuur as breë teoretiese raamwerk in die studie kan gebruik en dit toepas op Maroela Media en hul unieke organisasiekultuur, prosesse en rituele.

Volgende is joernalistieke werkswyse bespreek en spesifiek ook Maroela Media as nuuskantoor se unieke werking. Daarna is daar dieper gedelf in die prosesse van nuusseleksie en feitverifikasie en waarom dit belangrik is. Weereens is dit ook van toepassing gemaak op Maroela Media. Dit alles is gedoen om spesifieke navorsingsvrae 1.4.2 en 1.4.3 te beantwoord, naamlik "Wat is die kernelemente van organisasiekultuur wat op joernalistieke werkswyse van toepassing gemaak kan word?" en "Wat is die kernelemente van joernalistieke werkswyse in Maroela Media se nuuskantoor betreffende nuuskeuses en die nuuswaardes onderliggend daaraan?" Navorsingsvraag 1.4.3 word eers volledig beantwoord ná die voltooiing van die empiriese gedeelte van dié studie.

Die navorser moes vasstel wat die kernelemente van joernalistieke werkswyse in Maroela Media se nuuskantoor is betreffende nuusseleksie en die nuuswaardes onderliggend daaraan om te verstaan hoe Maroela Media se hardenuusspan met nuus en die nuuswaardes onderliggend daaraan omgaan. Dit is om uiteindelik te bepaal watter nuuswaardes onderliggend is aan die stories wat hulle kies om te doen.

In hierdie hoofstuk sal die navorser verduidelik hoe die navorsingsproses ontwerp is om die navorsingsvrae te beantwoord.

Die hoofstuk word afgesluit met 'n samevatting en slot.

4.2 Kwalitatiewe navorsing en metodologie

Hierdie studie wil uiteindelik die algemene navorsingsvraag, naamlik "Wat is die wisselwerking tussen die verskynsel van fopnuus en die joernalistieke werkswyse in Maroela Media se nuuskantoor?", beantwoord.

Omdat dít juis die uiteindelike doel van die studie is, is 'n kwalitatiewe navorsingsbenadering hier die gepaste keuse bó 'n kwantitatiewe navorsingsbenadering. Kwalitatiewe navorsing gebruik inligting wat in die vorm van woorde, prente, opnames of foto's voorkom (Struwig & Stead,

2001:13). Dié benadering is gewoonlik, maar nie altyd nie, induktief van aard (Du Plooy, 2009:88). Babbie en Mouton (2001:270) beaam die bevinding en sê die kwalitatiewe navorsingsproses volg dikwels ’n induktiewe benadering wat die skep van nuwe teorieë of hipoteses tot gevolg het. Kwantitatiewe analise werk met numeriese data en gebruik wiskundige metodes om dit te analiseer en verder te ondersoek (Muijs, 2004:1-2; Walliman, 2011:113). Dit is dus nie gepas vir dié studie nie.

Die doelstellings van ’n kwalitatiewe navorsingsontwerp is om areas te ondersoek waar beperkte of geen inligting beskikbaar is nie. Dit het ook ten doel om gedrag, temas, neigings, houdings, behoeftes of verwantskappe wat betrekking het tot die eenhede van data te beskryf (Du Plooy, 2009:88). In dié geval is die eenhede wat ontleed is die fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke wat Maroela Media ontvang het in ’n afgebakende tydperk. Dit is uiteindelik opgeweeg met die prosesmatige benadering wat Maroela Media volg om hul stories te doen om uiteindelik die wisselwerking tussen die verskynsel van fopnuus en die joernalistieke werkswyse in Maroela Media se nuuskantoor te bepaal.

Kwalitatiewe navorsingsontwerpe bied ook meer ruimte vir buigsaamheid, wat veral hier van nut is omdat fopnuus self, hoe dit versprei word, deur watter kanaal dit by die nuusorganisasie uitkom en hoe hulle daarmee omgaan onvoorspelbaar is en konstant verander.

Die term metodologie verwys na die manier hoe navorsers probleme benader en antwoorde daarvoor soek. In terme van sosiale wetenskappe, soos hier van toepassing, is die term van toepassing op hoe navorsing gedoen of uitgevoer word. Die navorser se aannames, belange en doel vorm watter metodologie hy/sy kies (Taylor *et al.*, 2016:3).

Die frase “kwalitatiewe metodologie” verwys in die breë sin na navorsing wat beskrywende data produseer, met ander woorde mense se eie woorde, hetsy gesproke of geskrewe, asook waarneembare gedrag (Taylor *et al.*, 2016:7). Die kwalitatiewe metodologie is ’n manier om die empiriese wêreld aan te pak. Taylor *et al.* (2016:7) hou agt kernbegrippe van kwalitatiewe navorsing voor. Dit is:

1. Kwalitatiewe navorsers is gemoeid met die betekenis wat mense aan dinge in hul lewe heg.

2. Kwalitatiewe navorsing is induktief van aard, hoewel Du Plooy (2009:88) daarop wys dat dit nie altyd die geval nie.

3. Met die kwalitatiewe metodologie kyk die navorser holisties na omgewings en mense; mense, omgewings en groepe word nie net tot veranderlikes beperk nie maar word as ’n geheel beskou.

4. Kwalitatiewe navorsing is bemoeid met hoe mense in hul alledaagse lewe dink en optree.

5. Vir die kwalitatiewe navorser is alle perspektiewe die moeite werd om na te vors.

6. Kwalitatiewe navorsing beklemtoon die betekenisvolheid van navorsing.

7. Vir die kwalitatiewe navorser is daar iets te leer in alle omgewings en groepe.

8. Kwalitatiewe navorsing is ’n kuns. Dis aangesien die kwalitatiewe navorser buigbaar is in die manier waarop hy/sy sy/haar navorsing benader en later ’n vakman word aangesien daar riglyne is om te volg maar nooit reëls nie (Taylor *et al.*, 2016:11).

Kwalitatiewe navorsers gebruik kwalitatiewe metodes, soos semi-gestruktureerde onderhoude en gevallestudies, om data in te samel (Babbie & Mouton, 2001:270). Die navorsingsmetodes wat in hierdie studie gebruik is, word hieronder bespreek.

4.3 Navorsingsmetodes

Hierdie studie het drie navorsingsmetodes gebruik om data in te samel. Dit is ’n literatuurstudie, kwalitatiewe inhoudsanalise en semi-gestruktureerde onderhoude. ’n Bespreking van dié metodes volg.

4.3.1 Literatuurstudie

In hierdie studie is daar eerstens van ’n omvattende literatuurstudie gebruik gemaak om inligting in te samel. Dit is gebruik om ’n tipologie van fopnuus saam te stel en om te bepaal of spesifieke nuuswaardes aan verskillende tipes fopnuus gekoppel kan word. Dit is in Hoofstuk 2 gedoen. In daardie hoofstuk is definisies en voorbeelde van fopnuus, tipes fopnuus, nuuswaardes en uiteindelik tipes fopnuus en hul gekoppelde nuuswaardes onder die loep geneem. Deur die literatuurhoofstuk te gebruik kon die navorser daarin slaag om ’n meetinstrument te ontwikkel wat fopnuus kan klassifiseer of indeel in verskillende tipes fopnuus met hul gekoppelde nuuswaardes.

’n Literatuurstudie is ook gebruik om die teoretiese raamwerk vir organisasiekultuur in ’n joernalistieke konteks te bepaal. Hiervoor kan die eerste gedeelte van Hoofstuk 3, die teoretiese raamwerk, geraadpleeg word. Die res van Hoofstuk 3 handel oor joernalistieke werkswyse.

Vir Hoofstuk 1, waar ’n inleiding, agtergrond en konteks van die studie gegee word, is verskeie databasisse gekonsulteer wat Nexus, die nasionale ETD-portaal, Google Scholar, Google en Boloka, die NWU se institusionele navorsingsplatform, insluit. Akademiese handboeke, joernaalartikels en populêre artikels in die formaat van indiepte-artikels, nuusberigte en rubrieke op gedrukte en aanlynnuusplatforms is ook gekonsulteer (sien Afdeling 1.7.1.1).

4.3.2 Kwalitatiewe inhoudsanalise as empiriese metode

’n Kwalitatiewe inhoudsanalise kan gedefinieer word as ’n metode om die inhoud van ’n groot volume diverse data te analiseer. Die data kan visueel of verbaal van aard wees en dié metode maak dit moontlik om ’n fenomeen of geleenthede as gedefinieerde kategorieë te beskryf, wat dit makliker maak om hulle te analiseer en te interpreteer (Harwood & Garry, 2003). ’n Kwalitatiewe inhoudsanalise kan ook beskou word as die insameling van inligting, die sistematiese prosedure om die inhoud van die ingesamelde materiaal te ontleed om sodoende meer diepte en detail te bekom oor die onderwerp wat bestudeer word (Du Plooy, 2009:207-232).

Alhoewel Struwig en Stead (2001:13) verduidelik dat kwalitatiewe navorsing inligting gebruik wat in die vorm van woorde, prente, opnames of foto’s voorkom, beteken dit nie kwalitatiewe navorsing behels nie ook syfers nie.

Sandelowski (2001:230) sê dis ’n mite dat kwalitatiewe navorsers nie tel nie en nie kan tel nie. Sommiges glo dat kwalitatiewe navorsers minder bekwaam is en hulle wend tot kwalitatiewe navorsing om die uitdagings van kwantitatiewe navorsing te vermy. Sandelowski (2001:230) sê verder mense dink soms kwalitatiewe navorsers kan nie met syfers werk nie en kwantitatiewe navorsers nie met woorde nie. Sy argumenteer dat dit juis dié mites is wat die vermyding van syfers in kwalitatiewe navorsing aangehelp het. Maar, sê sy, al is syfers minder prominent in kwalitatiewe navorsing, is dit steeds integraal en is dit nodig om syfervaardig te wees om goeie kwalitatiewe navorsing te doen (Sandelowski, 2001:231). Om eenvoudig te tel is onlosmaaklik deel van die proses van analiseer, veral as die navorser patrone of afwykings van dié patrone wil raaksien en veralgemenings oor die data wil maak – soos wat inhoudsanalise in die studie doen. Patrone word herken deur iets oor en oor te sien, hetsy dit in een geval waargeneem word of in die analise van ’n paar gevalle (Sandelowski, 2001:231).

In kwalitatiewe navorsing loop navorsing, data-insameling en analise hand aan hand (Taylor *et al*., 2016:169). Dit laat die navorser toe om teoretiese kwessies te toets en sodoende die begrip van die data te vebeter. Deur ’n kwalitatiewe inhoudsanalise is dit moontlik om woorde te distilleer tot minder inhoudsverwante kategorieë (Elo & Kyngäs, 2008:108). Die eenhede wat vir hierdie studie ontleed is, word in die volgende afdeling bespreek.

Die hoofdoel van dié tipe analise is om ’n bondige verduideliking van die fenomeen te verkry. Die uitkoms is, aldus Elo en Kyngäs (2008:108), konsepte of kategorieë wat die fenomeen beskryf. Hierdie kategorieë kan volgens Hsieh en Shannon (2005:1278) eksplisiete of afgeleide kommunikasie verteenwoordig. Kwalitatiewe inhoudsanalise is ’n navorsingsmetode waar inhoud

of teksdata geïnterpreteer word deur ’n proses van kodering te gebruik en temas of patrone te identifiseer (Hsieh & Shannon, 2005:1278).

Wanneer die navorsingsprobleem of die kwessie oor waardes, byvoorbeeld nuuswaardes of temas, handel, kan ’n kwalitatiewe inhoudsanalise help om die problem te ontleed en te verstaan (Du Plooy, 2009:219). Du Plooy (2009) sê verder ’n kwalitatiewe inhoudsanalise word gewoonlik nie uitgevoer of gerapporteer in numeriese terme nie maar word eerder gerig deur vrae en gerapporteer as beskrywings of eienskappe, karaktertrekke, waardes, menings en vlakke van betekenis. Die resultate van ’n kwalitatiewe inhoudsanalise kan amper nooit veralgemeen word tot ander tekste of media nie (Du Plooy, 2009:220).

Die resultate van die inhoudsanalise op die steekproef van data wat vir dié studie gedoen is op fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke wat Maroela Media se nuusspan oor ’n tydperk van sewe maande ontvang het, is dus uniek tot hierdie studie se gevolgtrekkings.

Die kwalitatiewe inhoudsanalise is voorts gebruik word om bestaande teoretiese vertrekpunte en die verbande wat tussen teoretiese konsepte bestaan te ondersoek, in dié geval die nuuswaardes wat met elke tipe fopnuus geassosieer kan word en die hantering van fopnuus deur die hardenuusspan van Maroela Media as nuusorganisasie (Du Plooy, 2009:89).

4.3.2.1 Materiaal en tydperk

Die term “eenhede van ontleding” verwys na daardie individuele eenhede waaroor die navorser beskrywende of verduidelikende stellings maak (Duncan, 1989:29). Duncan (1989:29) sê met ’n kwalitatiewe inhoudsanalise is die eenheid wat ontleed word gewoonlik ’n dokument of een of ander element van massakommunikasie. Eenhede kan woorde, frases, sinne, paragrawe, afdelings, hoofstukke, artikels, boeke of tydskrifte wees. Elke eenheid kan vir ontledingsdoeleindes gekategoriseer word (Duncan, 1989:29).

Om koderingskategorieë vas te stel is volgens Duncan (1989) een van die kernbelangrike stappe in die beplanning van ’n inhoudsanalise. Die navorser moet seker wees dat die kategorieë wat vasgestel word werklik die oorspronklike navorsingsvraag sal beantwoord. Hierdie moet deur die inhoudsanalise verduidelik word.

Die eenhede wat in dié studie ontleed is, is die fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke wat Maroela Media ontvang het in ’n afgebakende tydperk van sewe maande. ’n Tydperk van twee maande is oorspronklik gekies om voorsiening te maak vir die insamel van genoeg eenhede om te ontleed, maar dit is verleng na sewe maande. Graneheim en Lundman (2004:110) sê die hoeveelheid data wat nodig is om ’n navorsingsvraag met geloofwaardigheid te beantwoord,

verskil tussen studies en hang af van die kompleksiteit van die fenomeen wat ondersoek word, asook die gehalte van die data. Die reëlmaat waarmee fopnuus versprei word, is onvoorspelbaar. Die buigsaamheid van die navorsingsontwerp het beteken dat die tydperk verkort of verleng kon word na gelang van die data wat ingesamel is.

Indien dieselfde stuk fopnuus meer as een keer per dag, week of maand deur Maroela Media ontvang is, is dit so aangedui, aangesien die frekwensie waarteen die fopnuus ontvang word ook ’n invloed behoort te hê op hoe die Maroela Media-joernaliste met dié stukke inligting omgaan. Sulke stukke fopnuus is dus nie net as een stuk data getel nie, selfs al is dit byvoorbeeld vier keer ontvang; is dit vier keer getel. Soos Sandelowski (2001) sê, om eenvoudig te tel is onlosmaaklik deel van kwalitatiewe navorsing. Dit was belangrik vir die navorser om te probeer vasstel of joernaliste ’n fopnuusberig, -boodskap of -wenk anders hanteer as hulle dit vyf keer ontvang teenoor as hulle dit net een keer ontvang.

Die meetinstrument vir die kwalitatiewe inhoudsanalise is ontwikkel uit die literatuurstudie. Die identifikasie van die fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke is gedoen op grond van STS1, naamlik fopnuus is nuus (of inligting) wat vervals of verdraai word om gehore (kykers, lesers en verbruikers) met opset om die bos te lei en versprei word, dikwels via sosiale media, vir winsmarge of invloed of om die spot te dryf met persone of gebeure. Dit word dikwels voorgehou as ernstige of ware joernalistiek en gereeld aangewend vir politieke gewin, om ’n samesweringsteorie te laat posvat of om mense aan ware feite en verifieerbare stories te laat twyfel.

Die literatuurstudie het die kategorieë bepaal vir die ontleding van die fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke. Die operasionele definisies vir fopnuus en nuuswaardes is onttrek uit Tabel 2.1. Die klassiferingstabel is gebruik om die fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke te ontleed wat deur Maroela Media in die tydperk van studie ontvang is en dui die koppelvlak aan tussen die tipologie van fopnuus en nuuswaardes.

Die ontleding het gefokus op fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke wat Maroela Media vanaf lesers en ander bronne ontvang het maar nie geplaas het nie aangesien dit vroeg genoeg as fopnuus geïdentifiseer is.

Die identifikasie is gedoen op grond van die eienskappe en klassifikasie van fopnuus soos volledig bespreek in Hoofstuk 2, asook op grond van die verifikasiepraktyke wat deel vorm van Maroela Media se organisasiekultuur en roetines.

4.3.2.2 Meetinstrument

Soos in Hoofstuk 1 genoem, is die eenhede wat in die studie ontleed is, die fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke wat Maroela Media ontvang het in ŉ afgebakende tydperk van sewe maande.

In die literatuurstudiehoofstuk (Hoofstuk 2) kon die navorser daarin slaag om ŉ tabel te ontwikkel wat dit makliker maak om fopnuus eerstens te klassifiseer, te bepaal wat is daardie spesifieke tipe fopnuus se doel en watter nuuswaardes aan daardie tipe fopnuus gekoppel kan word. Dié tabel is gebruik om die fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke deur Maroela Media ontvang en die nuuswaardes aan elkeen gekoppel te klassifiseer.

Elke fopnuusberig, -boodskap en -wenk, hetsy teks, grafika of ŉ kombinasie, is op die volgende manier geklassifiseer vir ontleding in Hoofstuk 5 se empiriese ontleding en beskrywing van data, waartydens die resultate van die inhoudsanalise en semi-gestruktureerde onderhoude in fyn besonderhede bespreek sal word. Elke fopnuusberig, -boodskap en -wenk is op die datavel wat spesiaal vir dié studie ontwerp is, gedokumenteer.

4.3.2.3 Die datavel wat gebruik is

Tabel 4.1: Die datavel

Die fopnuus ontvang	**Datum**	**WhatsApp-fone of e-posinbokse**	**Tipe fopnuus**	**Kenmerke**	**Gekoppelde nuuswaarde**	**Hoeveel keer is dié berig ontvang? (frekwensie)**
Berig 1 (voorbeeld)	Bv. 1 Maart 2021	Bv. WhatsApp	Bv. Nuus wat opsetlik misleidend is	Bv. Wek sterk emotiewe reaksies by gebruikers. Hierdie prent sal mense byvoorbeeld baie kwaad maak asook verdeeldheid saai in ŉ land waar rassisme reeds ŉ probleem is.	Bv. Relevansie en emosie	Bv. 2 keer

Dié proses is met elke fopnuusberig, -boodskap en -wenk wat deur Maroela Media ontvang is oor ’n typerk van sewe maande gevolg. Ná die inhoudsanalise gedoen is en die resultate daarvan geanaliseer is, het die navorser die semi-gestruktureerde onderhoude uitgevoer. Die inhoudsanalise is gedoen in ooreenstemming met spesifieke navorsingsdoelstelling 1.5.4, naamlik “Om aan die hand van ’n inhoudsanalise te bepaal hoe kan nuuswaardes aan die verskillende tipes fopnuus gekoppel word wat in die tydperk van studie geïdentifiseer is”.

4.3.3 Semi-gestruktureerde onderhoude as empiriese metode

Longhurst (2016:143) definieer ’n semi-gestruktureerde onderhoud as ’n verbale handeling waartydens een persoon (die onderhoudvoerder) poog om inligting van ’n ander persoon (in hierdie geval die lede van die Maroela Media-hardenuusspan) te verkry deur vrae te vra. Alhoewel die onderhoudvoerder of navorser ’n voorafbepaalde lys vrae voorberei, ontvou semi-gestruktureerde onderhoude in gespreksformaat en bied dit vir navorsers die geleentheid om kwessies wat hulle voel belangrik is te ondersoek (Longhurst, 2016:143).

Met semi-gestruktureerde onderhoude word daar ’n gids gebruik met sekere vrae en onderwerpe wat gedek moet word. Harrell en Bradley (2009) sê hierdie tipe onderhoude samel gedetailleerde data in deur ’n tipe gesprekstyl te gebruik. Dié tipe onderhoude word dikwels gebruik waar die navorser hom/haarself wil verdiep in ’n onderwerp en om die antwoorde wat verskaf word ordentlik te verstaan (Harrell & Bradley, 2009:27).

Taylor *et al.* (2016:102) sê kwalitatiewe onderhoude is buigsaam en dinamies. Die navorser kan afwyk van die voorbereide lys vrae en ander of opvolgvrae vra afhangende van die deelnemer se antwoorde, veral as die antwoorde onvolledig of onduidelik is (Du Plooy, 2009:198). Taylor *et al*. (2016:102) sê die onderhoudvoerder, en nie die onderhoudskedule of protokol nie, word as’t ware die navorsingsgereedskap. Horton *et al.* (2004:341) sê die buigsaamheid in die ontwerp en verfyning van die onderhoudgids en die fisieke onderhoudvoering is waarskynlik die rede vir die sukses van die gebruik van hierdie metode.

Die meeste kwalitatiewe onderhoude vind plaas in die deelnemer se fisieke wêreld (Taylor *et al.*, 2016:103). In hierdie studie was dit ook die geval; die meerderheid van die onderhoude, met die uitsondering van 2 wat virtueel plaasgevind het (sien 4.4, dataseleksie) het by Maroela Media se nuuskantoor plaasgevind. Volgens Du Plooy (2009) kan die onderhoudvoerder anders as met gestruktureerde onderhoude hier met die deelnemer interaksie hê. Semi-gestruktureerde onderhoude bevat elemente van ’n gestruktureerde vraelys met geslote items en van ’n indiepte-onderhoud.

Dié metode is gepas vir die studie om sodoende ʼn dieper begrip van die joernalistiekpraktyk – as deel van die organisasiekultuur by Maroela Media – te kon bekom en te verstaan hoe daar met fopnuus omgegaan word in die seleksie en verifikasie van stories om vir die webtuiste te doen.

Ná die kwalitatiewe inhoudsanalise is daar aan die hand van die data wat ingesamel is semi-gestruktureerde onderhoude met Maroela Media se hardenuusspanlede (die joernaliste, nuusredakteur en redakteur) gevoer om hul nuuskeuses, op grond van nuuswaardes, te verstaan en te verklaar. Dit is gedoen om spesifieke navorsingsdoelstelling 1.5.3, naamlik "Om deur middel van semi-gestruktureerde onderhoude te bepaal wat die aard van die joernalistieke werkswyse in Maroela Media se nuuskantoor is wat betref die nuuskeuses en die nuuswaardes onderliggend daaraan", te beantwoord.

Die data wat uit die semi-gestruktureerde onderhoude ingesamel is, is nie, soos in die geval van die kwalitatiewe inhoudsanalise, in voorafbepaalde kategorieë geplaas nie.

Dit was moontlik om sinvolle en insiggewende vrae te formuleer aan die hand van die deeglike inhoudsanalise. Daar is tydens die inhoudsanalise aantekeninge gemaak wanneer ʼn tema, vraag of onderwerp teëgekom is wat in die onderhoude aangespreek moes word. Die twee prosesse kon dus nie gelyktydig plaasvind nie; die inhoudsanalise moes eers voltooi word vóórdat die onderhoude gevoer is. Op so ʼn manier kon die navorser seker wees dat daar sinvolle vrae gevra word en dat die antwoorde gehelp het om die navorsingsvrae te beantwoord. Sy kon ook die vrae wat sy in gedagte gehad het, aanpas na aanleiding van die inligting wat uit die kwalitatiewe inhoudsanalise na vore gekom het. Die navorser kon daarmee seker maak alle navorsingsvrae word beantwoord.

Die navorser was vir sewe maande na aanvang van die studie in April 2018 self nog ʼn joernalis by Maroela Media. Die navorser het dus tot ʼn mate reeds binnekennis van die nuusorganisasie gehad en het vir drie jaar (Januarie 2016 tot November 2018) binne die raamwerk van die organisasiekultuur gewerk en self besluite geneem rakende nuusseleksie en -verifikasie. Tydens die studie was daar dus ʼn mate van binneperspektief teenwoordig deurdat die navorser die samelewing uit die oogpunt van die onderwerp van die studie waargeneem het juis omdat die navorser self betrokke was met die onderwerpe van die studie. LeCompte en Goetz (1982:43) sê alhoewel moontlike probleme met die betroubaarheid die geloofwaardigheid van die studie kan bedreig, kan geldigheid moontlik dié tipe navorsing se grootste pluspunt wees. Dit is weens die tegnieke wat die tipe navorsers gebruik om data in te samel en te analiseer. Onderhoudvoering, een van die vernaamste metodes om data in te samel vir dié navorsers, word nader aan die empiriese kategorieë gestel en vrae word minder abstrak gevorm as in ander navorsingsontwerpe (LeCompte & Goetz, 1982:43). Hulle voeg by dat om ʼn toestel soos ʼn bandopnemer te gebruik

om die navorser te help om te verseker dat hy/sy niks vergeet of ignoreer nie kan bydra tot die geldigheid van die studie mits dit geanaliseer word (LeCompte & Goetz, 1982:43). Die onderhoude in hierdie studie is ook met 'n bandopnemer opgeneem vir transkripsie en ontleding en die fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke wat Maroela Media ontvang het, is ook veilig aanlyn bewaar.

Vir hierdie studie is daar met altesaam agt persone onderhoude gevoer. Dié agt persone wissel van leiers tot joernaliste van die hardenuusspan. Al die joernaliste van Maroela Media se hardenuusspan was deelnemers. Die studie was dus so volledig as moontlik aangesien die hele hardenuusspan ingesluit is. Die navorser ken vyf van die deelnemers persoonlik maar het almal al minstens een keer ontmoet. Vier van die persoonlike verhoudings kan as oppervlakkig beskou word en die ander een as vriendskaplik.

4.3.3.1 Die semi-gestruktureerde onderhoudsvraelys (waarvan afgewyk kon word as nodig)

Deur semi-gestruktureerde onderhoude te voer, het die navorser daarin geslaag om twee van die vyf spesifieke navorsingsdoelstellings, naamlik navorsingsdoelstellings 1.5.3 ("Om deur middel van semi-gestruktureerde onderhoude te bepaal wat die aard van die joernalistieke werkswyse in Maroela Media se nuuskantoor is wat betref die nuuskeuses en die nuuswaardes onderliggend daaraan") en 1.5.5 ("Om deur middel van semi-gestruktureerde onderhoude te bepaal tot watter mate, al dan nie, fopnuus die werkswyse van Maroela Media se nuusspan (joernaliste en nuusredakteurs) verander het met betrekking tot nuusseleksie") te bereik.

Daar is twee stelle vrae aan die deelnemers gestel vir hul insette. Die eerste stel hanteer die werkswyse van Maroela Media se nuuskantoor wat betref nuusseleksie en die nuuswaardes onderliggend daaraan (sien Tabel 4.2) en die tweede stel is gebaseer op die bevindings van die inhoudsanalise en is gebruik om te bepaal tot watter mate, al dan nie, fopnuus die werkswyse van Maroela Media se nuusspan verander het met betrekking tot nuusseleksie (sien Tabel 4.3).

Tabel 4.2: Onderhoudsvrae, stel 1 (gegrond op literatuurstudie en teoretiese raamwerk)

Kernelement van joernalistieke werkswyse	Konstruk	Konsep	Vrae
Nuusseleksie: Redaksionele besluite wat in oorleg met sekere nuuswaardes bepaal watter stories	Nuusseleksie	Nuuswaardes	Hoe word nuus in Maroela Media se nuuskantoor geselekteer?

word gekies om gedoen te word			Waar kom nuuswenke vandaan? Dui die rangorde (1 tot 9 van die meeste tot die minste) aan die nuuswaardes wat volgens jou by Maroela Media gebruik word vir die seleksie en doen van stories. (Operasionele definisies vir die nege nuuswaardes is aan elke deelnemer verskaf om die rangorde te bepaal.) Wanneer jy aan diens is, is daar stories met sekere nuuswaardes wat jy elke keer sal opvolg? Waar kry jý stories? / Watter bronne gebruik jy?
Nuusinsameling en -verifikasie: Die proses waardeur joernaliste onder meer onderhoude, *aggregation*, sosiale media en kruisverifikasie gebruik om akkurate inligting vir nuusberigte in te samel en feite te verifieer. Die twee prosesse is dikwels verweef.	Nuusinsameling Nuusverifikasie	Akkuraatheid Etiek	Jy het reeds 'n storie gekry om te doen of besluit om 'n storie te doen: watter stappe doen jy om inligting vir daardie storie in te samel? Wie of wat het jou geleer oor feitverifikasie? Opvolgvraag: Het Maroela Media 'n handleiding om jou te leer oor feitverifikasie? Watter verifikasietegnieke gebruik jy om seker te maak dit wat jy skryf, is waar of korrek? Watter rol speel etiek, met ander woorde morele waardes en integriteit, in jou skryfproses?
Kompetisie: Die element wat nuusorganisasies dwing om beter as hul kompetisie te vaar deur heeltyd nuwe en belangrike nuus te publiseer. Kompetisie beteken ook	Kompetisie	Spoed Etiek Druk	Watter rol speel kompetisie met bv. Netwerk24 om eerste te publiseer in jul nuuskantoor? Opvolgvraag: Wat is die positiewe en die negatiewe hieraan verbonde?

kompetisie met jouself as joernalis, en beteken dat bv. trefslae op nuusberigte konstant dopgehou word.			Hoe manifesteer die druk om berigte voor jou kompetisie te publiseer in jul nuuskantoor? Opvolgvraag: Volg jou nuusredakteur met jou op? Kry jy byvoorbeeld WhatsApp-boodskappe wat jou aanjaag? Het al ’n berig gepubliseer wat jy gevoel het nog nie persklaar was nie? Opvolgvraag: Hoekom of hoekom nie?
Nuuskantoorkultuur: Die prosesse en werkswyse in ’n gegewe nuuskantoor. Dit is hier waar nuusinsameling, -seleksie en feitverifikasie plaasvind Leiers, soos nuusredakteurs, speel ’n belangrike rol om ’n span joernaliste te lei.	Suksesvolle joernalis	Leiers en die hiërargie in die nuuskantoor Die nuuskantoor waar seleksie, insameling en verifikasie plaasvind	As jy ’n fout gemaak het in ’n berig, hoe word dit hanteer? Verduidelik die kopievloeiproses van hoe ’n berig uiteindelik op die webtuiste gepubliseer word. Opvolgvraag: Wie gaan die berigte na voor publikasie? Is daar ’n handleiding wat dié proses aan jou verduidelik het toe jy hier begin werk het? Opvolgvraag: Indien nie, hoe leer ’n mens van beleid en prosesse? Hoe het hierdie proses aan jou bekend geword? Sover jou kennis strek, het julle al fopnuus gepubliseer? Opvolgvrae: Indien wel, hoekom? Het julle ondersoek waarom dit gebeur het? Was daar gevolge?

Tabel 4.3 Onderhoudsvrae, stel 2 (gegrond op kwalitatiewe inhoudsanalise)

Konstruk	Konsep	Vrae
Nuusseleksie	Nuuswaardes	Hoe word nuuswenke[3] hanteer? Opvolgvraag: Sien net sekere mense sekere wenke? Hoe gereeld kry julle nuuswenke wat fopnuus bevat? As julle 'n spesifieke boodskap meer as een keer kry, gee julle meer aandag daaraan teenoor as julle dit net een keer kry?

4.4 Dataseleksie

Die navorser het aanvanklik gewerk met die veronderstelling dat fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke deur Maroela Media ontvang word via hul WhatsApp-fone en Facebook-inboks.

Toe die navorser die nuusorganisasie kontak vir die ondertekening van vorms waarin die deelnemers toestemming gee dat hulle vrywillig aan die studie sou deelneem, het dit aan die lig gekom dat die nuusorganisasie reeds 'n paar jaar gelede gekies het om hul Facebook-inboks af te skakel.

In stede daarvan maak lesers nou met Maroela Media kontak via 'n kontakvorm op hul webtuiste wat outomaties 'n e-pos na die e-posadres maroela@maroelamedia.co.za (die Maroela-inboks) stuur, asook via e-pos na nuus@maroelamedia.co.za (die nuus-inboks) en die WhatsApp-fone, hoewel tot 'n mindere mate.

Wanneer gebruikers van Maroela Media se webtuiste na die "kontak ons"-funksie navigeer, is daar 'n opsie wat lees "stuur 'n boodskap" (sien Bylaag 2). Wanneer lesers dié opsie kies, is daar 'n elektroniese vorm wat hulle kan invul en hul boodskap skryf. Wanneer hulle die vorm stuur, genereer dit outomaties 'n e-pos na die Maroela-inboks. Lesers gebruik dié funksie nie net om nuuswenke of -berigte van ander nuusorganisasies aan te stuur nie maar ook vir algemene navrae oor 'n wye verskeidenheid onderwerpe, soos advertensiekoste of om uit te vind hoe hulle 'n resep op die webtuiste kan laat druk om later te gebruik.

Wanneer gebruikers van Maroela Media se webtuiste na die "kontak ons"-funksie navigeer, is daar 'n opsie wat lees "stuur 'n nuuswenk" (sien Bylaag 3). Wanneer 'n leser dié opsie kies, is

[3] Nuuswenke kan deur verskillende tipes bronne, soos individue, instellings en belangegroepe met verskillende doelwitte en agendas aangestuur word, en is 'n belangrike hulpbron vir joernaliste (Fröjdh, 2021).

daar ’n elektroniese vorm wat hulle kan invul en die nuuswenk beskryf. Die nuus@maroelamedia.co.za e-posadres is ook bo-aan die vormblad beskikbaar sodat die persoon direk ’n e-pos kan stuur. Wanneer die persoon die nuuswenk via die elektroniese vorm stuur, genereer dit outomaties ’n e-pos na die nuus-inboks.

Maroela Media het die navorser op 21 Mei 2021 met 1 348 e-posse uit die nuus-inboks en op 25 Mei 2021 met 24 829 e-posse uit die Maroela-inboks voorsien. Dié e-posse is vir die tydperk van April 2018 (toe die navorser dié studie begin het) tot April 2021.

’n Inhoudsanalise-toetslopie en ’n sifting van die e-posse in beide inbokse vir die maand April 2021 het gevolg. Die navorser kon slegs vyf fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke identifiseer wat voldoen aan die studie se definisie van fopnuus soos in STS1 bepaal, naamlik “Fopnuus is nuus (of inligting) wat vervals of verdraai word om gehore (kykers, lesers en verbruikers) met opset om die bos te lei en versprei word, dikwels via sosiale media, vir winsmarge of invloed of om die spot te dryf met persone of gebeure. Dit word dikwels voorgehou as ernstige of ware joernalistiek en gereeld aangewend vir politieke gewin, om ’n samesweringsteorie te laat posvat of om mense aan ware feite en verifieerbare stories te laat twyfel.” Die sifting het per hand plaasgevind; die navorser het elke e-pos oopgemaak en daarna gekyk en dié wat voldoen aan die definisie na die datavel oorgedra (sien Tabel 4.1).

Vyf fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke is nie genoeg data om ’n indiepte inhoudsanalise te doen nie en die navorser het toe die data van Maart 2021 bygevoeg. Daar is oorspronklik beplan dat twee maande se data ontleed sou word en dat die tydperk aangepas kon word. In Maart 2021 is daar ook vyf fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke deur Maroela Media ontvang. Dit was dus duidelik uit die toetslopie dat die aanvanklike tydperk van twee maande nie voldoende data opgelewer het vir die ontleding nie. Die navorser wou ook vasstel of die fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke wat ontvang is in Maart en April 2021 ’n aanduiding was van die gemiddeld per maand.

Graneheim en Lundman (2004:110) sê die hoeveelheid data wat nodig is om ’n navorsingsvraag met geloofwaardigheid te beantwoord, verskil tussen studies en hang af van die kompleksiteit van die fenomeen wat ondersoek word, asook die gehalte van die data.

Soos genoem, is die reëlmaat waarmee fopnuus versprei word, onvoorspelbaar. Die buigsaamheid van die navorsingsontwerp beteken dat die tydperk verkort of verleng kon word na gelang van die data wat ingesamel is, sou die navorser sien dat daar te min of te veel data in twee maande na vore kom.

Die navorser het op 9 Augustus 2021 toegang ontvang tot die twee fone wat die organisasie gebruik om elke middag aan duisende lesers ’n nuusflits met die dag se belangrikste nuus en die weer in Suid-Afrika se groot stede te stuur. Dié fone het altesaam 43 WhatsApp-uitsaailyste met 256 lede elk (WhatsApp se limiet). 11 008 mense ontvang dus teen 9 Augustus 2021 elke dag dié nuusflitse. Gebruikers kan nie op die uitsaailyste reageer nie maar kan wel private WhatsApp-boodskappe met ’n boodskap, foto, grafika, video of stemboodskap aan Maroela Media stuur.

Nadat die navorser die WhatsApp-fone ook onder oë gehad het, het sy gesien data op dié fone is net beskikbaar van Julie 2020 af. Die navorser het toe gekies om die tydperk van Oktober 2020 tot April 2021, dus sewe maande, se volledige data te ontleed vir die doeleindes van dié studie. Veertig fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke is deur die navorser geïdentifiseer deur per hand te sif deur die 7 145 e-posse (aan Maroela Media se nuus- en Maroela-inbokse) en WhatsApp-boodskappe (na die twee fone) gestuur is.

Daar is dus deur middel van ’n induktiewe proses – waartydens die volume van die data deurgaans geëvalueer en indien nodig nog data bygevoeg is – om te verseker dat ’n betroubare inhoudsanalise uiteindelik gedoen kon word en dat die bevindings gebruik kon word om die navorsingsvrae te beantwoord.

Ná die inhoudsanalise het die onderhoude gevolg.

Alle onderhoude is in Afrikaans gevoer aangesien dit al die deelnemers se moedertaal is en ook die taal is waarin die berigte (en alle ander inhoud op Maroela Media) geskryf word. Alle deelnemers het in terme van die NWU se etiese riglyne toestemming gegee om deel te neem aan die studie nadat hulle volledig oor die studie ingelig is. Die onderhoude het gemiddeld tussen 30 en 40 minute geduur en is met die deelnemers se toestemming digitaal opgeneem. Ses van die onderhoude is van aangesig tot aangesig by Maroela Media se nuuskantoor gevoer, en twee die volgende dag via Zoom, omdat een van die deelnemers in ’n ander provinsie werk en die ander nie die vorige dag beskikbaar was nie en nie kantoor toe kon kom nie omdat die nuuskantoor tydelik gesluit is ná ’n positiewe Covid-19-geval. Alle Covid-19-protokolle in terme van veiligheidsmaatreëls is gevolg. Die navorser het onmiddellik na afloop van die onderhoude al die onderhoude self getranskribeer.

4.5 Geldigheid en betroubaarheid

Babbie en Mouton (2001:119) sê as ’n tegniek herhaaldelik op dieselfde objek toegepas of gebruik word en dieselfde resultate word elke keer verkry, dán is die studie betroubaar. Babbie en Mouton (2001:125) stel dit ook só dat betroubaarheid na die waarskynlikheid verwys wat ’n gegewe meetprosedure dieselfde beskrywing van ’n gegewe fenomeen tot gevolg sal hê. Daarom

is dit belangrik om betroubare maatstawwe te ontwikkel. Babbie en Mouton (2001:121) sê dis eerstens belangrik om te onthou dat as die navorser vir mense vrae vra met die doel om inligting uit hulle te kry, soos die navorser hier semi-gestruktureerde onderhoude gevoer het, moet die navorser daarop let om net vrae te vra oor dinge wat die deelnemers waarskynlik die antwoorde voor sal weet. Die navorser moet duidelike vrae vra en oor dinge wat relevant is tot die deelnemers (Babbie & Mouton, 2001:121). Du Plooy (2009:131) definieer betroubaarheid as die interne konsekwentheid van ’n maatstaf wat op verskillende tye dieselfde antwoord gee. Du Plooy (2009:131) sê dis belangrik dat die maatstaf stabiel is en dieselfde antwoorde of afmetings oor ’n tydperk lewer.

Die term geldigheid verwys na die mate waartoe ’n empiriese maatstaf die ware betekenis van die konsep wat onder die loep geneem is voldoende weerspieël (Babbie & Mouton, 2001:122). Geldigheid verwys ook na die mate waartoe ’n spesifieke maatstaf data verskaf wat verwant is aan die algemeen aanvaarde betekenisse van ’n spesifieke konsep (Babbie & Mouton, 2001:125). Du Plooy (2009:135) sê die geldigheid van ’n maatstaf het te make met die mate waartoe die meetinstrument wat die navorser gebruik regtig meet wat daar aangevoer is dit sal meet.

Golafshani (2003:600) sê beide kwalitatiewe én kwantitatiewe navorsers moet kan demonstreer dat hul studies geloofwaardig is. Golafshani (2003:600) voer aan hoewel geldigheid en betroubaarheid apart hanteer word in kwantitatiewe studies, word die terme nie apart beskou in kwalitatiewe navorsing nie. Terme wat beide geldigheid en betroubaarheid insluit, soos geloofwaardigheid, word gebruik.

Wat kwalitatiewe navorsing betref, is die fokus van geldigheid en betroubaarheid op die betroubaarheid en geloofwaardigheid van die prosedures wat gevolg is. Die akkuraatheid van die interpretasie van data en vertroue in die bevindings is ook belangrik en kan onder meer behaal word deur triangulasie.

4.5.1 Triangulasie

Triangulasie verwys na die kombinasie en vergelyking van verskeie databronne, data-insamelings- en analiseprosedures, navorsingsmetodes, navorsers en gevolgtrekkings wat aan die einde van die studie gemaak word (Teddlie & Tashakkori, 2009:27). Triangulasie word dikwels beskou as ’n manier om verskillende insigte wat verkry is uit verskillende vorme van data na te gaan (Taylor *et al.*, 2016:93). Du Plooy (2009:86) definieer triangulasie as wanneer daar twee of meer teorieë, tipe steekproewe, navorsers, bronne van data of data-insamelingsmetodes gebruik word.

Denzin (1978), soos aangehaal deur Teddlie en Tashakkori (2009), onderskei vier tipes triangulasie, naamlik data- of bron-, metodologiese, navorser- en teoretiese triangulasie. Data- of brontriangulasie behels die gebruik van ’n verskeidenheid databronne in ’n studie. Metodologiese trianguasie is wanneer data uit verskillende bronne ingesamel word om een probleem te ondersoek. Navorsertriangulasie is as verskeie navorsers in een studie gebruik word en teoretiese triangulasie is wanneer verskeie perspektiewe gebruik word om ’n enkele stel data te interpreteer.

Denzin (1970:310) sê metodologiese triangulasie is die komplekse proses om die verskillende metodes te gebruik om op die ou end die geldigheid van die veldnavorsing te optimaliseer. Data is in hierdie studie ingesamel met ’n literatuurstudie, ’n kwalitatiewe inhoudsanalise en semi-gestruktureerde onderhoude. Deur drie metodes te gebruik optimaliseer dit dus die geldigheid van die navorsing.

Triangulasie word ook gedoen om die betroubaarheid van hierdie studie te verhoog. Daarom is semi-gestruktureerde onderhoude gevoer selfs ná ’n deeglike kwalitatiewe inhoudsanalise. Die onderhoude is met deelnemers wat verskillende posisies in die nuuskantoor beklee, gevoer. Dit het gehelp om ’n meer omvattende prentjie van joernalistieke werkswyse in dié kantoor te vorm.

4.6 Samevatting en slot

Hierdie hoofstuk, die metodehoofstuk, het verduidelik waarom ’n kwalitatiewe navorsingsbenadering bó ’n kwantitatiewe benadering gekies is en het duidelikheid gegee oor wat presies ’n kwalitatiewe inhoudsanalise en semi-gestruktureerde onderhoude onderskeidelik is.

Hierdie hoofstuk skakel met die volgende hoofstuk in die sin dat dit verduidelik hoe die navorser die navorsingsproses bestuur het. Die navorsingsmetodes is beskryf, die toepassing daarvan op die studie en die motivering vir die geldigheid van die metodes is uiteengesit, probleme en die hantering daarvan is bespreek, asook hoe die data ingesamel is.

Dís die gereedskap wat die navorser gebruik het om uiteindelik die algemene navorsingsvraag, naamlik “Wat is die wisselwerking tussen die verskynsel van fopnuus en die joernalistieke werkswyse in Maroela Media se nuuskantoor?”, te beantwoord.

In die volgende hoofstuk, naamlik die empiriese beskrywing en ontleding van data, sal die data wat ingesamel is deur middel van die kwalitatiewe inhoudsanalise en semi-gestruktureerde onderhoude in diepte beskryf en ontleed word in ooreenstemming met die kwalitatiewe

benadering wat stel dat dit ten doel het om gedrag, temas, neigings, houdings en behoeftes of verwantskappe te beskryf wat betrekking het op die eenhede van data (Du Plooy, 2009:88)

Dit is gedoen ten einde spesifieke navorsingsvraag 1.4.3 volledig te beantwoord. Die laaste twee spesifieke navorsingsvrae, 1.4.4 en 1.4.5, naamlik "Hoe kan nuuswaardes aan die verskillende tipes fopnuus gekoppel word wat in die tydperk van studie deur Maroela Media geïdentifiseer is?" en "Tot watter mate, al dan nie, het fopnuus die werkswyse van Maroela Media se nuusspan (joernaliste en nuusredakteurs) verander met betrekking tot nuusseleksie?", sal ook beantwoord word.

HOOFSTUK 5 EMPIRIESE BESKRYWING EN ONTLEDING VAN DATA

5.1 Inleiding

In die vorige hoofstuk het die navorser verduidelik hoé die navorsingsproses ontwerp is om die navorsingsvrae te beantwoord. Sy het verduidelik waarom ’n kwalitatiewe navorsingsbenadering die gepaste keuse vir dié studie is en ook bespreek wat presies ’n kwalitatiewe inhoudsanalise en semi-gestruktureerde onderhoude is en hoe dit in hierdie studie gebruik en toegepas is.

In hierdie hoofstuk word die data wat ingesamel is deur middel van die kwalitatiewe inhoudsanalise (die fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke en hul meegaande nuuswaardes) en semi-gestruktureerde onderhoude (antwoorde van die joernaliste) in diepte bespreek en ontleed. Die data wat deur die inhoudsanalise gegenereer is, is eerste ontleed. Die vrae vir onderhoude is induktief geskoei op dít wat die inhoudsanalise opgelewer het.

Dit word gedoen om eerstens die navorser se drie spesifieke empiriese navorsingsvrae te beantwoord, naamlik:

1.4.3 Wat is die kernelemente van joernalistieke werkswyse in Maroela Media se nuuskantoor betreffende nuuskeuses en die nuuswaardes onderliggend daaraan?

1.4.4 Hoe kan nuuswaardes aan die verskillende tipes fopnuus gekoppel word wat in die tydperk van studie deur Maroela Media geïdentifiseer word?

1.4.5 Tot watter mate, al dan nie, het fopnuus die werkswyse van Maroela Media se nuusspan (joernaliste en nuusredakteurs) verander met betrekking tot nuusseleksie?

Uiteindelik sal hierdie inligting gebruik word om die algemene navorsingsvraag te beantwoord, naamlik “Wat is die wisselwerking tussen die verskynsel van fopnuus en die joernalistieke werkswyse in Maroela Media se nuuskantoor?”

Die hoofstuk word afgesluit met ’n samevatting en slot.

5.2 Data-insameling

Vir hierdie studie is daar benewens ’n literatuurstudie ook data ingesamel deur ’n kwalitatiewe inhoudsanalise te doen van die 40 fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke wat Maroela Media vanaf lesers ontvang het in die tydperk 1 Oktober 2020 tot 30 April 2021 op die twee e-posinbokse (Maroela-inboks en nuus-inboks) en twee WhatsApp-fone waarmee lesers die nuusorganisasie kontak. Data is ook ingesamel deur middel van semi-gestruktureerde onderhoude met elkeen van

die agt persone (joernaliste, nuusredakteur en redakteur) by Maroela Media wat berigte skryf vir hul hardenuusafdeling. Vir verwysingsgemak word daar na die studiedeelnemers as D1 tot D8 verwys.

Volgens die deelnemers is daar in die geskiedenis van Maroela Media nog net twee fopnuusberigte gepubliseer (D1, D5 & D8). Nie een van dié berigte val binne die tydperk van studie nie, want hulle is vroeg in 2020 gepubliseer kort na die aanvang van die Covid-19-pandemie.

Sien Bylaag 1 vir die toestemmingsvorm wat al die deelnemers, asook die uitvoerende hoof van die organisasie, geteken het waarin hulle bevestig het dat hulle verstaan waaroor die studie handel, wat die doel daarvan is, dat hulle vrywillig daaraan deelneem en in enige stadium kan onttrek.

Hier volg ’n ontleding van die data wat uit die e-posinbokse en die twee WhatsApp-fone van Maroela Media onttrek is.

5.3 Kwalitatiewe inhoudsanalise

Tydens die ontleding van die data verkry uit die inhoudsanalise was daar ’n spesifieke fokus op nuuswaardes. Die rede hiervoor is dat die navorser spesifieke navorsingsvraag 1.4.4, naamlik “Hoe kan nuuswaardes aan die verskillende tipes fopnuus gekoppel word wat in die tydperk van studie deur Maroela Media geïdentifiseer is?”, wil beantwoord. Dit word gedoen deur middel van spesifieke navorsingsdoelstelling 1.5.4, naamlik “Om aan die hand van ’n inhoudsanalise te bepaal hoe kan nuuswaardes aan die verskillende tipes fopnuus gekoppel word wat in die tydperk van studie deur Maroela Media geïdentifiseer is”.

Soos in Afdeling 4.4 vermeld, is 7 145 e-posse en WhatsApp-boodskappe geëvalueer, waaruit 40 fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke geïdentifiseer is wat in die tydperk van studie (Oktober 2020 tot April 2021) ontvang is en voldoen aan die operasionele definisie van fopnuus soos vervat in STS1.

STS1 stel “Fopnuus is nuus (of inligting) wat vervals of verdraai word om gehore (kykers, lesers en verbruikers) met opset om die bos te lei en versprei word, dikwels via sosiale media, vir winsmarge of invloed of om die spot te dryf met persone of gebeure. Dit word dikwels voorgehou as ernstige of ware joernalistiek en gereeld aangewend vir politieke gewin, om ’n samesweringsteorie te laat posvat of om mense aan ware feite en verifieerbare stories te laat twyfel.”

Die navorser het Tabel 2.1, waarin nuuswaardes aan verskillende tipes fopnuus gekoppel word, gebruik om nuuswaardes aan elk van die geïdentifiseerde lesersberigte of -boodskappe te koppel na aanleiding van STS2. STS2 bepaal "Fopnuus kan geklassifiseer word in sewe hooftipes, naamlik satire of parodie, misleidende nuus wat in die verkeerde konteks aangebied word, slordige beriggewing wat ’n sekere agenda dien, nuus wat opsetlik misleidend is, vervalste verbindings, gemanipuleerde inhoud en kliekaas."

Hierna volg ’n beskrywing van wat die navorser uit elk van die drie platforms (Maroela-inboks, nuus-inboks en twee WhatsApp-fone) ingesamel het.

5.3.1 Maroela-inboks

In dié inboks (sien Afdeling 4.4 i.v.m. dataseleksie) het die navorser 25 (dus meer as die helfte van die steekproef) van die fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke wat as eenhede van analise in die inhoudsanalise gebruik is, opgespoor. Van die 25 berigte is 10 as nuus geklassifiseer wat opsetlik misleidend is, 5 as misleidende nuus wat in die verkeerde konteks aangebied word, 5 as kliekaas, 4 as slordige beriggewing wat ’n sekere agenda dien en 1 as vervalste verbindings.

Tabel 5.1: Fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke onttrek uit die Maroela-inboks

Tipes fopnuus soos vroeër gedefinieer (sien Afdeling 2.3)	**Voorkoms (frekwensie) in die Maroela-inboks**	**Gekoppelde nuuswaarde**
Satire of parodie Satire verwys na inhoud wat duidelik bedoel is om die spot te dryf met die media en aktuele gebeure maar lesers om die bos kan lei as dit buite konteks gedeel word.	0	Deelbaarheid Sterstatus van die joernalis
Misleidende nuus wat in die verkeerde konteks aangebied word Misleidende nuus wat gedeeltelik waar is maar in die verkeerde konteks aangebied word, verwys na selektiewe ware feite wat aangebied word om sekere koppe of opskrifte te laat werk en dikwels nie ’n ware verteenwoordiging van wetenskaplike feite is nie (Schow, 2017; Watts, 2018). Kan ook verwys na samesweringsteorieë.	5	Emosie
Slordige beriggewing wat ’n sekere agenda dien Nuus waarin daar ’n greintjie van waarheid steek wat nog nie geverifieer is nie en wat gebruik word om ’n sekere agenda te bevorder of sienswyse te ondersteun.	4	Emosie Deelbaarheid
Nuus wat opsetlik misleidend is Nuus wat gefabriseer is om geld te maak of om klieks te genereer (Schow, 2017; Watts, 2018). Dit is dikwels ook om verwarring te saai of	10	Relevansie Emosie

ontevredenheid te bring. Hierdie tipe stories kom gewoonlik voor op fopnuuswebtuistes wat ontwerp is om eg voor te kom.		
Vervalste verbindings Wanneer twee onverwante kwessies met mekaar verbind word, byvoorbeeld 'n kop van 'n berig en die foto het eintlik niks in gemeen nie.	1	Emosie Die elite Deelbaarheid
Gemanipuleerde inhoud Nuus wat ware inligting en selfs ware grafika en beeldmateriaal bevat, maar wat gedeeltelik gemanipuleer is om 'n "ander storie" te vertel.	0	Kontinuïteit Oudiovisuele elemente Deelbaarheid Verrassing Emosie
Kliekaas Chen et al. (2015) sê kliekaas verwys na inhoud waarmee die hoofdoel is om aandag te trek en lesers aan te moedig om op 'n skakel na 'n spesifieke webtuiste te kliek.	5	Relevansie Deelbaarheid Verrassing Emosie
Totaal	**25**	

5.3.1.1 Bespreking

'n Totaal van 14 (die meerderheid dus) van dié 25 berigte was Covid-19-verwant. Emosie is die nuuswaarde wat die meeste voorgekom het by al 25 berigte. Relevansie was teenwoordig by 15 uit die 25 en deelbaarheid by 10. Verrassing en die elite het onderskeidelik 5 en 1 keer voorgekom.

'n Voorbeeld is die skrywer van die fopnuusboodskap "Johnson & Johnson 'vacine[4]'" (Maroela-inboks, 2021) wat in Maart 2021 ontvang is, wat selfs wil weet wat Christene moet maak van die Johnson & Johnson-entstof teen Covid-19 aangesien dit kwansuis selle van geaborteerde menslike fetusse bevat en "katolieke word gevra om nie die *vacine* te vat nie".

Hierdie fopnuusboodskap is as misleidende nuus wat in die verkeerde konteks aangebied word geklassifiseer, waarvan die meegaande nuuswaarde emosie is. Schow (2017) en Watts (2018) definieer dié tipe fopnuus 'n berig wat verwys na selektiewe ware feite wat aangebied word om sekere koppe of opskrifte te laat werk en dikwels nie 'n ware verteenwoordiging is van wetenskaplike feite nie. Reimann (2021) skryf vir Forbes-tydskrif dat die VSA se Konferensie van Katolieke Biskoppe Rooms-Katolieke aanraai om die Johnson & Johnson-entstof te vermy sou een van die ander inentingsopsies beskikbaar wees, aangesien dit "vrae oor die morele toelaatbaarheid" laat opduik. Dit is ten spyte van die feit dat Johnson & Johnson bevestig het dat hul entstof geen fetale weefsel bevat nie. Dus is die fopnuusberig waar in dat een groep Katolieke

[4] Die navorser gebruik die spelling van die leser.

amptenare gelowiges aanraai om die Johnson & Johnson-entstof te vermy as hulle kan, maar die stelling dat dit "selle van 'n *aborted fetus*" bevat, is onwaar.

McGregor (2002) sê in terme van die nuuswaarde van emosie word die gehoor se reaksie op die nuusberig sterk in ag geneem. 'n Gebeurtenis is dadelik meer emosioneel as dit elemente soos tragedie, kinders, diere en slagoffers bevat (McGregor, 2002). Hierdie fopnuusberig wat Maroela Media ontvang het, strook met McGregor (2002) se stelling dat iets dadelik meer emosioneel is as dit elemente soos kinders of slagoffers bevat. Hier word verwys na 'n geaborteerde menslike fetus en dit wek 'n emosionele reaksie by die leser.

'n Ander Covid-19-verwante fopnuusboodskap ("Media se aandeel in die mediese tirannie", Maroela-inboks, 2021) wat ook in Maart 2021 ontvang is, stel die dra van maskers en die "*vaccine* apartheid" wat glo ingestel is gelyk aan wat die Jode moes deurmaak onder die Nazi's: "*Mandatory Masks is an insidious psychological weapen. They demean our dignity as free human beings, they do not work as countless studies from non-co-opted scientists have shown. They work only as symbolic yellow stars with the same goal the Nazis had, to show our subjucation.*" Hierdie inligting is geklassifiseer as nuus wat opsetlik misleidend is met die gekoppelde nuuswaardes van relevansie en emosie. Dit strook met die literatuur oor emosie. McGregor (2002) sê iets is dadelik meer emosioneel as dit elemente soos diere of slagoffers bevat.

Nog 'n voorbeeld van 'n fopnuusberig wat ontvang is ("Mislydende Nuus", Maroela-inboks, 2020) beweer dat daar "grootskaalse verkiesingsbedrog" was tydens die verkiesing van Joe Biden as president van die VSA in 2020. Dié fopnuusberig is geklassifiseer as nuus wat opsetlik misleidend is met meegaande nuuswaardes van relevansie en emosie. Een van die mees gesaghebbende nuusagentskappe in die wêreld, Reuters, het in Februarie 2021 ná pres. Biden ingesweer is 'n *fact check*-berig spesifiek hieroor gepubliseer. Volgens hulle is 'n Facebook-plasing wat lui dat "nog nie een hof na bewyse gekyk het en toe verklaar het dat Biden gewen het nie" meer as 6 140 keer op Facebook gedeel. Die berig meld dat dié stelling onwaar is en dat Amerikaanse regters meer as 50 hofsake deur oudpres. Trump en sy bondgenote wat die verkiesing en die uitkoms daarvan betwis van die hand gewys het. Die National Association of State Election Directors het die verkiesing ook as die "veiligste (*most secure*) in Amerikaanse geskiedenis" bestempel.

Uit die ontleding van die 25 fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke blyk dit emosie en relevansie is die twee nuuswaardes wat die mees algemeen voorkom in dié boodskappe aan Maroela Media as nuusorganisasie.

5.3.2 Nuus-inboks

In Maroela Media se nuus-inboks het die navorser 8 e-posse aangetref in die gekose sewe maande waarin fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke ontleed is. Van die 8 is 4 as kliekaas geklassifiseer, 2 as slordige beriggewing wat ’n sekere agenda dien, 1 as misleidende nuus wat in die verkeerde konteks aangebied word en 1 as nuus wat opsetlik misleidend is.

Tabel 5.2: Fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke onttrek uit die nuus-inboks

Tipes fopnuus soos vroeër gedefinieer (sien Afdeling 2.3)	**Voorkoms in die nuus-inboks**	**Gekoppelde nuuswaarde**
Satire of parodie	0	Deelbaarheid Sterstatus van die joernalis
Misleidende nuus wat in die verkeerde konteks aangebied word	1	Emosie
Slordige beriggewing wat ’n sekere agenda dien	2	Emosie Deelbaarheid
Nuus wat opsetlik misleidend is	1	Relevansie Emosie
Vervalste verbindings	0	Emosie Die elite Deelbaarheid
Gemanipuleerde inhoud	0	Kontinuïteit Oudiovisuele elemente Deelbaarheid Verrassing Emosie
Kliekaas	4	Relevansie Deelbaarheid Verrassing Emosie
Totaal	**8**	

5.3.2.2 Bespreking

’n Totaal van 6 fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke (dus weereens die meerderheid van die 8 berigte) was Covid-19-verwant. Die nuuswaarde van emosie was by al 8 berigte teenwoordig, deelbaarheid by 6 en relevansie by 5. Covid-19-verwante temas het onder meer oor Covid-19-finansiële verligting, inentings en ’n “kuur” gehandel.

Byvoorbeeld, een fopnuusboodskap, ontvang in Februarie 2021, verkondig dat grootliks wit mense donasies aan die nasionale Covid-19-hulpfonds gemaak het en dat wit mense, op gronde daarvan dat hulle wit is, geensins finansiële bystand tydens die pandemie sal geniet nie. Die

boodskap meld verder dat pres. Ramaphosa in ’n toespraak plaaswerkers bedank maar nie een keer boere bedank vir hul pogings om die land met kos te voorsien nie. “*Coincidence? I will let you be the judge of that one*” lui die boodskap (nuus-inboks,16 Februarie 2021).

Hierdie fopnuusboodskap is as slordige beriggewing wat moontlik ’n rasse-agenda dien geklassifiseer en gaan gepaard met die nuuswaardes van emosie en deelbaarheid. Die fopnuusboodskap is só geklassifiseer omdat dit aan twee van die kenmerke van dié tipe fopnuus voldoen, naamlik dat dit eg voorkom en dat dit moeilik is om dit as fopnuus te bevestig sonder om moeite en eie navorsing te doen. Ramaphosa het op 9 April 2020 in ’n toespraak oor Covid-19 gesê dat die regering R1,2 miljard herprioritiseer om verligting te bring aan kleinskaalse boere en om by te dra tot voedselsekuriteit en -voorraad. Daar bestaan geen bewyse dat geen wit persoon finansiële hulp ontvang het uit die aangekondigde Covid-19-hulpfonds nie.

’n Ander fopnuusberig, ontvang in Desember 2020, meld dat “nuwe navorsing” wat deur “’n groep dokters in Amerika” gedoen is, bewys dat die Covid-19-enstof geensins nodig is nie en dat ivermektien, die “ou, lank bebroefde middel” ’n kuur vir Covid-19 is (nuus-inboks, 15 Desember 2020). Die skrywer van die fopnuusberig hou ’n YouTube-video voor as bewys. Dit is as slordige beriggewing wat ’n sekere agenda dien geklassifiseer en gaan gepaard met die nuuswaardes van emosie en deelbaarheid. Wanneer die kenmerke van dié tipe fopnuus bekyk word, naamlik dat dit eg voorkom en moeilik is om uit te ken sonder moeite of eie navorsing, is dit duidelik dat baie mense moontlik vir dié berig sou val of die inhoud daarvan sou glo indien hulle nie hul eie inisiatief gebruik het en self gaan navorsing doen het deur geakkrediteerde bronne en verifieerbare feite te soek nie.

Nog ’n fopnuusberig, in April 2021 ontvang, beweer dat die hele bevolking van Gibraltar al ingeënt teen Covid-19 is (nuus-inboks, 29 April 2021). Die aanhaling wat die skrywer van die fopnuusberig aanstuur, lui: “*GIBRALTAR--On this strip of densely populated rock jutting into the Mediterranean Sea, people are tasting freedom*.” Hierdie spesifieke aanhaling kom uit ’n artikel op *The Wall Street Journal* se webtuiste (Horner, 2021). As die persoon self die berig net verder as die prikkel gelees het, sou hy/sy self gesien het die artikel meld dat nagenoeg 85% van die bevolking ten volle ingeënt was (teen 28 April 2021). Volgens Our World in Data (2021) was 99% van die bevolking teen 13 Oktober 2021 ingeënt. Om dié redes is die fopnuusberig as nuus wat opsetlik misleidend is geklassifiseer met die gekoppelde nuuswaardes van relevansie en emosie.

Aangesien die skrywer van die fopnuusberig wat dié sin uit ’n berig aangestuur het duidelik toegang gehad het tot die berig maar steeds gekies het om net die selektief gekose prikkel aan te stuur met die boodskap by dat 100% van “hierdie plek” hul bevolking al ingeënt het, is dit as opsetlik misleidend geklassifiseer. Uiteraard is enigiets rondom Covid-19 relevant en voldoen dit

aan die nuuswaarde van relevansie, met ander woorde dit wat nóú vir lesers en kykers belangrik is.

Uit die agt fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke blyk dit dat emosie en deelbaarheid die nuuswaardes is wat die algemeenste voorkom in boodskappe aan nuus-inboks van die organisasie.

5.3.3 WhatsApp-fone

Maroela Media se WhatsApp-fone (sien Afdeling 4.4 i.v.m. dataseleksie) het 7 fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke opgelewer , waarvan al 7 in die vorm van 'n foto was. Drie van die foto's het teks bygevoeg gehad en vier was alleenstaande foto's. Van dié fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke is 5 as vervalste verbindings geklassifiseer en 2 as gemanipuleerde inhoud.

Tabel 5.3: Fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke onttrek uit die WhatsApp-fone

Tipes fopnuus soos vroeër gedefinieer (sien Afdeling 2.3)	**Voorkoms op die WhatsApp-fone**	**Gekoppelde nuuswaarde**
Satire of parodie	0	Deelbaarheid Sterstatus van die joernalis
Misleidende nuus wat in die verkeerde konteks aangebied word	0	Emosie
Slordige beriggewing wat 'n sekere agenda dien	0	Emosie Deelbaarheid
Nuus wat opsetlik misleidend is	0	Relevansie Emosie
Vervalste verbindings	5	Emosie Die elite Deelbaarheid
Gemanipuleerde inhoud	2	Kontinuïteit Oudiovisuele elemente Deelbaarheid Verrassing Emosie
Kliekaas	0	Relevansie Deelbaarheid Verrassing Emosie
Totaal	**7**	

5.3.3.1 Bespreking

Die vyf foto's wat as vervalste verbindings geklassifiseer is, is almal foto's van die "*king of corruption* Ace Magashule" se tweeling-seuns wat langs 'n swembad met hope R100 en R200 geldnote poseer en dit in 'n bord sit, asof hulle so baie daarvan het dat hulle dit sou kon eet as hulle wou (WhatsApp-fone, 2020).

Berugte Suid-Afrikaanse politikus Ace Magashule het nie 'n tweeling nie. Hierdie is disinformasie. Die fopnuusfoto's is in Oktober 2020 ontvang, 'n maand voor daar in November 2020 'n lasbrief vir dié voormalige premier van die Vrystaat se inhegtenisneming op aanklagte van bedrog, korrupsie en geldwassery uitgereik is (Gericke, 2020).

Vervalste verbindings, soos in Afdeling 2.3.5 gedefinieer is, is wanneer twee onverwante kwessies of sake met mekaar verbind word, byvoorbeeld die kop van 'n berig en die meegaande foto. Dit is inderdaad presies wat hier gebeur het. Alhoewel dit nie 'n volledige berig is nie, is die "kop" van die foto en die foto self heeltemal onverwant. Vervalste verbindings word gekoppel aan die nuuswaardes van emosie, die elite en deelbaarheid. Al vyf die fopnuusfoto's voldoen aan hierdie nuuswaardes, veral aangesien Magashule 'n prominente figuur in Suid-Afrika se politieke landskap is en sonder twyfel as deel van die elite geklassifiseer kan word.

Een van die ander fopnuusberigte, ontvang in Oktober 2020, is 'n self-gemaakte grafika van 'n foto van ene André Pienaar aan die een kant en een van Sekwetje Mahlamba aan die ander kant. Onder Pienaar se foto staan dat sy misdaad saakbeskadiging is en sy borgtog R15 000, terwyl onder Mhlamba se foto staan dat sy misdaad moord is en sy borgtog R5 000 is (WhatsApp-fone, 2020). Alhoewel albei hierdie bedrae korrek is, is dit steeds gemanipuleer in die sin dat die skepper van die fopnuusberig nie meld dat Pienaar ook aangekla is van openbare geweld en poging tot moord nie. Dié klagtes spruit uit 'n voorval waarin betogers buite die Senekal-landdroshof 'n polisiewa bestorm en aan die brand gesteek het. Mahlamba het daardie dag in die hof verskyn het in verband met moord op Brendin Horner (21), 'n plaasbestuurder (Letshaba, 2020).

Die gekoppelde nuuswaardes is kontinuïteit, oudiovisuele elemente, deelbaarheid, verrassing en emosie. Die grafika voldoen aan al hierdie nuuswaardes, veral omdat die teks op die boodskap mense ook aanmoedig om te "*please share*!! *South Africa this is SICK*!!!". Dit voldoen ook aan die kenmerke van gemanipuleerde inhoud, naamlik dat dit in die algemeen fokus op nuusgebeure wat tans relevant is en waaroor talle mense praat en dat dit 'n sterk emosionele reaksie by die kyker of leser ontlok.

Al sewe fopnuusboodskappe wat op dié platform geïdentifiseer is, bevat die nuuswaardes van emosie en deelbaarheid.

5.4 Gevolgtrekking en kritiese bespreking van die inhoudsanalise

Van al 40 fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke is die meeste (11) geklassifiseer as nuus wat opsetlik misleidend is. Kliekaas is tweede meeste met 9, misleidende nuus wat in die verkeerde konteks aangebied word, slordige beriggewing wat 'n sekere agenda dien en vervalste verbindings is elk 6 keer gemerk en 2 fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke was gemanipuleerde inhoud. Die klassifikasie is gedoen volgens die operasionele definisies van die konsepte soos wat in Hoofstuk 2 uiteengesit is (sien Afdeling 2.2).

Tabel 5.4: Klassifikasie van fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke en gekoppelde nuuswaardes uit al drie platforms

Tipes fopnuus soos vroeër gedefinieer (sien Afdeling 2.3)	**Voorkoms op al 3 platforms oor 7 maande**	**Gekoppelde nuuswaarde**
Satire of parodie	0	Deelbaarheid Sterstatus van die joernalis
Misleidende nuus wat in die verkeerde konteks aangebied word	6	Emosie
Slordige beriggewing wat 'n sekere agenda dien	6	Emosie Deelbaarheid
Nuus wat opsetlik misleidend is	11	Relevansie Emosie
Vervalste verbindings	6	Emosie Die elite Deelbaarheid
Gemanipuleerde inhoud	2	Kontinuïteit Oudiovisuele elemente Deelbaarheid Verrassing Emosie
Kliekaas	9	Relevansie Deelbaarheid Verrassing Emosie
Totaal	**40**	

Tabel 5.5: Aantal fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke ontvang per maand

Maand	**Hoeveelheid ontvang**
April 2021	5
Maart 2021	5
Februarie 2021	6
Januarie 2021	3
Desember 2020	2
November 2020	4
Oktober 2020	15
Totaal	**40**

Emosie is die nuuswaarde wat die meeste voorgekom het, aangesien dit in 6 van die 7 tipes fopnuus wat die navorser geïdentifiseer het, aangetref is en by al 40 stories teenwoordig was. Relevansie, met ander woorde dit wat nóú vir lesers relevant is, soos Covid-19 en verwante nuusaspekte, was die nuuswaarde wat die tweede meeste voorgekom het, naamlik in 20 van die fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke.

Die literatuur sê fopnuus gebruik soms mense se emosies teen hulle. Loveless (2021:65) sê fopnuus is ’n emosie-belaaide wapen wat strategies poog om huidige gesprekke te verwar en ten doel het om gehore se gevoelens te manipuleer. Fopnuus word as wapen gebruik deur beroep te doen op mense se emosies eerder as hul intellek (Loveless, 2021:65). Tussen die magdom inligting wat beskikbaar is, kies mense om te bly by dit wat hulle ken – dit is dan ook hoe hulle die internet gebruik wat lei daartoe dat hulle al minder blootgestel word aan inligting wat ander storielyne, kritiek of uitdagings tot hul oortuigings insluit. Internet soekfilters of filterborrels en gebruikers se soekgeskiedenis kan met ander woorde daartoe lei dat hul internetsoektogresultate danksy algoritmes al “nouer” word (Loveless, 2021:66). Dus gee die internet vir jou meer van dít waarna jy gereeld soek.

McGregor (2002) het gesê hoe meer iets ’n emosionele subteks het, hoe meer waarskynlik is dit dat dié storie deur joernaliste en redakteurs as nuus gekies sal word. Die beoordeling word gedoen op grond van die inhoud van die berig, asook die gehoor se verwagte reaksie daarop. Uit bostaande voorbeelde van fopnuus wat voorgehou is, is dit duidelik dat daar ’n noue band bestaan tussen McGregor se redes vir nuusseleksie en fopnuus, veral dié waaraan die nuuswaarde van emosie gekoppel kan word aangesien dié fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke emosionele subteks het. Die gehoor se verwagte reaksie daarop is dikwels woede, skok, selfs afgryse en hartseer. Statt (2020), soos aangehaal deur Cunliffe-Jones *et al.* (2020:21), stel dit dat die bedryfstelsels van talle sosialemediaplatforms misleidende inligting wat sterk emosionele reaksies tot gevolg het aan lesers bemark. Cunliffe-Jones *et al.* (2020:90) voeg by

een van die redes waarom mense hierdie tipe inligting rondstuur, kan hul emosionele reaksie op die inligting wees, byvoorbeeld dit ontlok woede, word gesien as snaaks, bevestig iemand se vooropgestelde lewensbeskouiing, lok vrees uit of vervul die behoefte om inligting te deel wat jy dink behulpsaam vir ander kan wees.

Die bevinding strook met die literatuur. Byvoorbeeld, die fopnuusberig (nuus-inboks, 15 Desember 2020) wat beweer "'n groep dokters in Amerika" sê 'n entstof teen 'n dodelike virus wat 'n globale pandemie veroorsaak het, miljoene mense se sterftes veroorsaak het, miljoene werkloos en wees gelaat het en die wêreld se ekonomieë lamgelê het, is nie nodig nie, spreek duidelik nié tot lesers se intellek nie. Met dié fopnuusberig, en talle ander, word die teorie dat fopnuus as 'n wapen gebruik kan word, beklemtoon. Ernstige siekte en selfs lewensverlies kan gevolge wees van lesers wat sulke fopnuusberigte as die waarheid aanvaar. Loveless (2021:65) sê fopnuus word gedryf en ondersteun om verdeeldheid en verwarring in openbare opinie te skep om voordeel, hetsy finansieel of polities, te trek uit die gevolglike chaos.

Dit strook met die literatuur. Soos vervat in STS1 word fopnuus dikwels via sosiale media versprei vir winsmarge. Sou die derduisende mense wat die bostaande fopnuusboodskap gekry het dit glo dat hulle nie ingeënt moet word nie maar eerder ivermektien ('n medikasie wat hoofsaaklik gebruik word om parasitiese siektes soos rivierblindheid in mense en dierekwale te behandel) moet gebruik, sou die verkope daarvan die hoogtes in skiet. Die vervaardigers en verspreiders daarvan sou sonder twyfel voordeel trek uit mense se onsekerhede en vrese. Die WGO sê die omgewing van vrees, angstigheid en onsekerheid wat deur fopnuus geskep word, kan lewensgevaarlik wees en lei tot lewensverlies (WGO, 2021). Uit bostaande inhoudsanalise kom die navorser tot die gevolgtrekking dat woede en vrees die twee emosies is wat die skeppers en verspreiders van fopnuus wat by Maroela Media uitkom die twee vernaamste emosies is wat hulle by lesers wil inboesem.

Hazelton (2021:93) sê ons daaglikse gesprekke, sosialemediatuisblaaie, koerantvoorblaaie, televisienuusuitsendings en radiobulletins word oorheers deur stories oor Covid-19 en dit raak al moeiliker om verby sensasionele opskrifte te kyk en feit van fiksie te skei. Hierdie literatuur strook met die fopnuusberigte wat die navorser in die tydperk van studie by Maroela Media geïdentifiseer het. Hazelton (2021:93) sê DG van die WGO Ghebreyesus het in Februarie 2020 gesê "ons veg nie net teen 'n epidemie nie, ons beveg 'n infodemie" toe hy verwys na die feit dat fopnuus amper vinniger as die Covid-19-virus versprei. Dit blyk waar te wees, as 'n mens in ag neem dat 20, oftewel die helfte, van die fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke wat geïdentifiseer is, verwant aan Covid-19 is. Hazelton (2021:94) sê temas wat reeds na vore kom tydens die Covid-19-pandemie hul basis het in hoe verskillende sosiale groepe die werklikheid beskou en

verteenwoordig. Hierdie temas, soos xenofobie, rassisme, regeringsmisleiding, geheimhouding en wanoptrede, sal waarskynlik tydens volgende uitbrekings van ander siektes ook na vore kom.

Uit die inhoudsanalise van die twee e-posinbokse en albei WhatsApp-fone sien die navorser dat emosie, relevansie en deelbaarheid die nuuswaardes is wat die meeste in die geïdentifiseerde fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke voorgekom het. Maroela Media kan kennis neem dat dít nuuswaardes is wat hul lesers meer raak. Dit kan ook die nuusorganisasie help om veral in hul nuusseleksie- en verifikasieprosesse skerper te fokus op nuuswenke en -idees wat op emosie as nuuswaarde gebou is.

5.5 Semi-gestruktureerde onderhoude

Ná die inhoudsanalise voltooi is, het die navorser semi-gestruktureerde onderhoude met agt deelnemers gevoer. Die agt joernaliste skryf hardenuusberigte vir Maroela Media se nuusplatform.

Die onderhoude is gedoen om twee navorsingsvrae te beantwoord en te bereik, naamlik:

1.4.3 “Wat is die kernelemente van joernalistieke werkswyse in Maroela Media se nuuskantoor betreffende nuuskeuses en die nuuswaardes onderliggend daaraan?”

(met spesifieke navorsingsdoelstelling 1.5.3 “Om deur middel van semi-gestruktureerde onderhoude te bepaal wat die aard van die joernalistieke werkswyse in Maroela Media se nuuskantoor is wat betref die nuuskeuses en die nuuswaardes onderliggend daaraan”); en

1.4.5 “Tot watter mate, al dan nie, het fopnuus die werkswyse van Maroela Media se nuusspan (joernaliste en nuusredakteurs) verander met betrekking tot nuusseleksie?”

(en sy navorsingsdoelstelling 1.5.5 “Om deur middel van semi-gestruktureerde onderhoude te bepaal tot watter mate, al dan nie, fopnuus die werkswyse van Maroela Media se nuusspan (joernaliste en nuusredakteurs) verander het met betrekking tot nuusseleksie”.

Tydens die ontleding van die onderhoude is klem geplaas op die werkswyse en joernalistieke werkswyse van Maroela Media se nuuskantoor juis omdat dit die fokus van die navorsingsvrae is wat die navorser in dié hoofstuk en afdeling wil beantwoord.

Die navorser het die kernelemente van joernalistieke werkswyse, naamlik nuusseleksie, -insameling en -verifikasie, kompetisie en nuuskantoorkultuur met hul gekoppelde kernelemente van organisasiekultuur (sien Afdeling 3.3) gebruik om die ontleding te doen. ’n Tweede stel vrae

ná die inhoudsanalise se bevindings en ontleding volg onder ’n aparte hofie hieronder; so ook die bevindings en ontledings.

5.5.1 Nuusseleksie

Met die vyf vrae wat die navorser onder dié kernelement aan die respondente gestel het, wou sy vasstel hoe nuusseleksie in hul nuuskantoor plaasvind, dus hoe kies hulle watter stories om te doen? Dis gedoen juis omdat die navorser wou vasstel wat die kernelemente van joernalistieke werkswyse in Maroela Media se nuuskantoor is wat betref hul nuuskeuses en die nuuswaardes onderliggend daaraan. Die vrae is ook só opgestel om voorsiening te maak vir antwoorde vir wanneer almal saam in die nuuskantoor is en wanneer die joernalis alleen aan diens is, hetsy vir oggendskof, aandskof of oor ’n naweek. Die navorser wou ook vasstel watter nuuswaardes, volgens die deelnemers, die meeste voorkom in die nuusberigte wat Maroela Media plaas. Die navorser het vir elke deelnemer ’n uitgedrukte bladsy gegee met die studie se nege nuuswaardes en ’n kort definisie van elk en toe die deelnemer gevra om ’n rangorde (1 tot 9 van die meeste tot die minste) te gee aan die nuuswaardes wat volgens hulle by Maroela Media gebruik word vir die seleksie en doen van stories (sien Bylaag 5). Die vraag daarna wou vasstel of daar dan stories met sekere nuuswaardes is wat die deelnemer elke keer as hulle aan diens is sou kies om op te volg, dus stories wat vir hulle aantreklik is.

Die vyf vrae:

1. Hoe word nuus in Maroela Media se nuuskantoor geselekteer?
2. Waar kom nuuswenke vandaan?
3. Dui die rangorde (1 tot 9 van die meeste tot die minste) aan die nuuswaardes wat volgens jou by Maroela Media gebruik word vir die seleksie en doen van stories.
4. Wanneer jy aan diens is, is daar stories met sekere nuuswaardes wat jy elke keer sal opvolg?
5. Waar kry jý stories? / Watter bronne gebruik jy?

5.5.1.1 Opsomming van bevindings

Die deelnemers is dit eens dat hulle gereeld nuuswenke vanaf lesers kry en vir nuuswenke en storie-idees staat maak op boodskappe en verklarings via e-pos, Twitter, Facebook, WhatsApp (polisiegroepe, verkeersgroepe, nooddienste, skakelbeamptes, ens.) en die internasionale nuusdiens wat hulle gebruik vir internasionale stories en soms ook plaaslike stories, naamlik AFP. Die deelnemers (D1-8) gebruik ook persoonlike kontakte en hul kontaknetwerke wat hulle tydens

hul joernalistieke loopbane opgebou het vir nuuswenke. Hulle hou ook ander media dop om te sien watter nuusberigte hulle skryf en stories hulle dek.

Benewens die tye wat deelnemers oggend-, aand- of naweekskofte werk, moet die nuusredakteur goedkeuring verskaf voor ’n storie gedoen word. Deelnemers vra ook eers vir die nuusredakteur vir goedkeuring om voort te gaan met ’n nuuswenk wat hulle van ’n bron ontvang. Die nuusredakteur kry dikwels self storie-idees en ken storieopdragte aan joernaliste toe deur Trello, die inhoudsbestuurstelsel wat hulle gebruik. Nuusseleksie vind daagliks, en byna uurliks, plaas. Tydens werksure (08:00 tot 16:30) het die nuusredakteur beheer oor die nuusberigte wat op die webtuiste gepubliseer word.

Meeste deelnemers sê daar is by Maroela Media ’n groot fokus op mensestories wat gekoppel kan word aan hardenuus. D1 verwoord dit as volg:

> “Ons fokus baie op mensestories, enige vorm daarvan. So, merkwaardige prestasies, ongelukke, moord, enige iets wat mense raak – fratsongelukke, nou met Covid, sê nou maar gevalle waar die ma, die pa en ’n kind dood is.”

Met die rangorde van watter nuuswaardes volgens die deelnemers die meeste tot die minste by Maroela Media gebruik word vir die seleksie en doen van stories, dui 5 uit die 8 deelnemers aan dat relevansie (met ander woorde dit wat nóú vir nuusgebruikers relevant is om te weet) volgens hulle vir Maroela Media en hul lesers die belangrikste nuuswaarde is. Van die ander 3 deelnemers stel 2 slegte nuus en 1 emosie eerste. Op die vraag of daar stories met sekere nuuswaardes is wat hulle keer op keer sal opvolg, het 3 uit die 8 deelnemers gesê hulle skryf wat mense wil lees, met ander woorde dit wat hulle ag vir lesers relevant is.

D8 sê:

> “Daar is half ’n ding van jy hou die syfers[5] dop deur die dag en jy doen stories, veral as jy oor naweke werk en dis ’n stil dag, dan wil ek graag stories doen wat ek weet meer gelees gaan word. En dit is baie keer jou mensestories waar jy ’n gesig kan koppel en ’n foto van hierdie persoon kan sien en sien dis wat met

[5] Die “syfers” verwys na syfers van Google Analytics, ’n diens wat webanalise doen en statistieke bied wat webtuistes vir soekenjinoptimalisering en bemarkingsdoeleindes kan gebruik. Dit meet die webtuiste se trefslae en gebruikers se gedrag. Dit help organisasies onder meer om te sien watter inhoud genereer die meeste verkeer en wat gebruikers se verbruikspatrone en -neigings, asook demografiese data, is (Chai, 2021).

> hierdie persoon gebeur het. So ek dink daai tipe stories is definitief iets waarvoor ek sal uitkyk wanneer ek werk, maar dis ook vir my belangrik om weereens daai balans te hou en te kyk of ek sê nou maar een politieke storie en dan ’n *feel good*-storie en dan ’n misdaadstorie kan doen.”

D6 sê:

> “Ek weet nie of moet ek dit vir jou sê nie maar jy weet wat mense gaan lees en dan doen jy dit. Of dit nou altyd reg is, moet ek vir jou sê, is ’n debat wat ek baie met myself voer.”

Die meeste van die deelnemers noem ook dat dit vir hulle belangrik is om samestellings, oftewel ’n “mengsel” van stories, te plaas as hulle alleen aan diens is, sodat hulle nie lesers oorweldig met een tipe storie vir ’n hele aand, oggend of naweek nie. So, in terme van nuusseleksie is sekere nuuswaardes belangriker, maar dis ook vir deelnemers belangrik dat daar ’n verskeidenheid van stories (en dus nuuswaardes) gedoen moet word.

5.5.1.2 Ontleding van bevindings

Die tweede kernelement van organisasiekultuur soos in Hoofstuk 3 bespreek, naamlik dat rituele, roetines en sekere praktyke deur die bepaalde groep beoefen of gevolg word, word deur hierdie vrae se antwoorde bevestig. Nuusseleksie, soos deur Gelfert (2018:89) gedefinieer as die redaksionele besluite wat bepaal watter nuusstories gekies word om gedoen te word, is ’n praktyk met sekere roetines en rituele daaraan gekoppel wat elke dag deur die deelnemers in Maroela Media se nuuskantoor gevolg word.

Nuusseleksie by Maroela Media vind op ’n sekere wyse plaas, naamlik dat die nuusredakteur stories identifiseer en dit aan joernaliste toeken, dat joernaliste stories of storie-idees identifiseer en dit aan die nuusredakteur voorhou vir goedkeuring en dat joernaliste tydens oortydskofte self verantwoordelik is vir nuusseleksie. Die trefslae wat nuusberigte kry (en wat die organisasie kan dophou op Google Analytics) bepaal tot ’n mate of daar soortgelyke nuusberigte gedoen word.

Alvesson (2013) sê senior lede van die organisasie bestuur altyd op een of ander manier die organisasiekultuur en beaam wat belangrik en wat minder belangrik is. Uit die onderhoude blyk dit dat dít wat die literatuur voorhou in dié geval ook neerslag vind omrede Maroela Media se hardenuusjoernaliste steeds binne die organisasiekultuur funksioneer selfs wanneer hulle nie in die kantoor is en direkte leiding van die senior lede van die span, naamlik die redakteur, nuusredakteur en selfs senior joernaliste, ontvang nie. Dit beteken dat die rituele, wat insluit

watter stories om te kies om te doen, wat nuusseleksie onderlê, ingeburger is in die werkswyse van Maroela Media.

Uit die inhoudsanalise van die fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke wat geïdentifiseer is, kon die navorser vas stel emosie is die nuuswaarde wat die meeste na vore gekom het in die fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke wat Maroela Media ontvang het in die tydperk van studie en by al 40 die fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke aangetref is.

Die nuuswaarde wat tweede meeste aangetref is (by presies die helfte (20) van die fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke) is relevansie.

Vir 5 uit die 8 deelnemers is relevansie volgens hulle vir Maroela Media die belangrikste nuuswaarde vir nuusseleksie is. Uit die ander 3 deelnemers stel 2 slegte nuus en 1 emosie eerste.

Die feit dat net 1 van die deelnemers emosie eerste stel, suggereer dat dit een van die redes is waarom fopnuus, sover die organisasie daarvan bewus is, slegs enkele kere deur Maroela Media gepubliseer is. Met ander woorde, uit die onderhoude blyk dit dat, volgens die joernaliste, die nuuswaarde van relevansie vir hulle, en spesifiek vir Maroela Media se lesers, die belangrikste nuuswaarde vir nuusseleksie is. Die feit dat net 1 deelnemer emosie eerste stel as die nuuswaarde wat nuusseleksie die meeste raak, dui daarop dat almal wat betrokke is by nuusseleksie nié stories selekteer hoofsaaklik op grond van die emosionele waarde daarvan nie en dít maak die nuuskantoor op grond van die beskikbare inligting in die studie minder ontvanklik vir fopnuus waar emosie die hoof- gekoppelde nuuswaarde is.

Deel van Maroela Media se werkswyse is dat daar roetines is wat gevolg word in terme van nuusseleksie, insluitende die voorkeur wat die meeste joernaliste gee aan die nuuswaarde van relevansie. Nuuswaardes waaraan daar in ’n nuuskantoor voorkeur gegee, word kan moontlik ’n rol speel in die publikasie van fopnuus, maar in dié geval blyk dit op die oog af op grond van die inligting in hierdie studie nie ’n groot probleem te wees nie.

Dus, om navorsingsvraag 1.4.3, naamlik “Wat is die kernelemente van joernalistieke werkswyse in Maroela Media se nuuskantoor betreffende nuuskeuses en die nuuswaardes onderliggend daaraan?”, te beantwoord: Nuusseleksie word daagliks (byna uurliks) gedoen as deel van Maroela Media se joernalistieke werkswyse en in hierdie proses word die nuuswaarde van relevansie vooropgestel. Slegte nuus en emosie raak ook nuusseleksie, maar tot ’n minder mate.

As antwoord op die algemene navorsingsvraag, naamlik “Wat is die wisselwerking tussen die verskynsel van fopnuus en die joernalistieke werkswyse in Maroela Media se nuuskantoor?”, kan die navorser na dié afdeling die volgende antwoord voorhou. In terme van nuusseleksie gebruik

joernaliste en redakteurs by Maroela Media elke dag nuuswaardes, volgens STS3 ("'n Stel kriteria wat media-organisasies en joernaliste elke dag gebruik in die nuusseleksieproses om stories of gebeurtenisse te selekteer om gepubliseer te word in 'n koerant of op 'n webtuiste, radio- of televisiestasie"), om te bepaal watter stories geselekteer word om te doen. Maroela Media se nuusseleksie, as deel van die nuusorganisasie se werkswyse, word grootliks gedryf deur die nuuswaarde van relevansie vir lesers. Dit kan 'n bydraende faktor wees waarom Maroela Media, volgens die organisasie, slegs enkele kere fopnuus gepubliseer het.

5.5.2 Nuusinsameling en -verifikasie

Met die vyf vrae wat die navorser onder dié kernelement aan die deelnemers gestel het, was die doel om vas te stel watter stappe die joernaliste volg om inligting vir nuusberigte in te samel en te verifieer, hoe hulle seker maak dit wat hulle skryf, is waar en korrek en watter rol joernalistieke en persoonlike etiek[6] speel in hul skryfproses. Dit is steeds deel van die proses om die spesifieke navorsingsvrae 1.4.3, naamlik "Wat is die kernelemente van joernalistieke werkswyse in Maroela Media se nuuskantoor betreffende nuuskeuses en die nuuswaardes onderliggend daaraan?", en 1.4.5, naamlik "Tot watter mate, al dan nie, het fopnuus die werkswyse van Maroela Media se nuusspan (joernaliste en nuusredakteurs) verander met betrekking tot nuusseleksie?", te beantwoord.

Die vyf vrae:

1. Jy het reeds 'n storie gekry om te doen of besluit om 'n storie te doen: watter stappe doen jy om inligting vir daardie storie in te samel?
2. Wie of wat het jou geleer oor feitverifikasie?
3. Opvolgvraag: Het Maroela Media 'n handleiding om jou te leer oor feitverifikasie?
4. Watter verifikasietegnieke gebruik jy om seker te maak dit wat jy skryf, is waar of korrek?
5. Watter rol speel etiek, met ander woorde morele waardes en integriteit, in jou skryfproses?

5.5.2.1 Opsomming van bevindings

Om inligting in te samel vir die skryf van nuusberigte sê meeste van die deelnemers hulle begin deur eers te gaan lees wat daar oor die nuusgebeurtenis geskryf is. Indien dit 'n nuwe storie is,

[6] Etiek in die media spreek die morele kwessies aan wat opduik in verband met die inwin, voorbereiding, stoor, voorstelling, verspreiding en ontvangs van inligting via massamedia (Drozdek, 2015). Legendariese joernalis Bob Woodward verduidelik aan die Masterclass-platform dat joernalistieke etiek die algemene waardes is wat verslaggewers se handel rig (Masterclass, 2021).

maar selfs al is dit ’n storie waaroor al baie berig is, bly sosiale media ’n uiters waardevolle bron om rolspelers, wat op een of ander manier betrokke by die nuusgebeurtenis is, in die hande te kry (D1, D2, D4, D5, D6 & D8).

D4 stel dit só:

> “Sê nou maar die nuusredakteur gee vir my iets wat ek moet opvolg… gewoonlik sal ek eers op Google gaan kyk wat daar gedoen is en wat daar aangaan. As ek niks kry nie begin ek kernwoorde te soek soos mense se name, as ek mense moet soek, kyk ek op Facebook, op Twitter. Ek kyk gewoonlik as ek kan uitvind waar hulle bly, kyk ek vir ’n areakode en dan moontlik hulle nommer te vind. Ja, en gewoonlik sal ek kernwoorde in veral Twitter en Facebook sit om hulle óf op te spoor óf nuus met betrekking tot dit op die sakeonderneming wat ek versoek – Twitter help veral nogal daarmee met *hashtag*s en goed. So ja, ek kyk eers wat gedoen is en dan gaan ek van daar af.”

D1 sê:

> “Okay, goed, so as dit ’n nuwe storie is en daar is nog nie daaroor berig nie dan sal ek afhangend van die tipe storie – sê nou maar dis ’n misdaadstorie – in so geval sal mens dadelik op sosiale media begin soek en kyk of jy daar inligting kry of mense al op een of ander dorpsgroep. Sê nou maar ek weet dit het in Warmbad plaasgevind, sal ek gaan kyk of daar ’n groep is op Facebook sodat ek myself ook bietjie meer kan vergewis van wat gebeur het en uiteraard is daar verskillende weergawes van almal so ek wil net bietjie kyk en sien wat sê mense. Mense probeer mekaar ook so op hoogte hou. Uiteraard sal ek dan ook met die polisie opvolg en die inligting kry wat hulle het en dan sal ek probeer om mense wat direk betrokke was by die voorval te identifiseer en hulle op te spoor sodat ek, omdat ek uiteraard nie self daar was nie, ’n geheelbeeld te probeer vorm van wat presies daar gebeur het en om die weergawes van wat daar gebeur het met mekaar te probeer versoen. Sodat ek uiteindelik vir die lesers die verskillende weergawes kan gee, maar ook ’n aanvaarbare weergawe van wat almal deel van wat presies daar gebeur het.”

D6 sê behalwe om te lees wat al oor die storie geskryf is, probeer hy/sy ook dadelik direk by die bron uitkom:

> “Wel, dit hang nou af wat jy nou het om mee te begin, nè. As jy nou byvoorbeeld ’n naam het of ’n ding – eerste prys is maar altyd om by die mens uit te kom oor

wie die storie gaan of by die bron uit te kom wat die wenk aangestuur het, so dis maar my eerste ding."

Daarna kyk D6 of daar al vantevore iets oor die nuusgebeurtenis geskryf is en probeer vasstel of daar 'n nuwe manier is hoe die nuusberig aangepak kan word. D6 probeer eers "bietjie agtergrond" bymekaar maak voor daar met die nuusinsamelingsproses weggeval word. Die meeste van die ouer, meer ervare deelnemers, met 10 jaar en langer se ondervinding, sê hulle het óf op universiteit óf die hoëronderwysinstelling waar hulle studeer het, geleer oor feitverifikasie, hoe om dit te doen en hoe belangrik dit is. Uit die onderhoude blyk dat jonger deelnemers vir wie Maroela Media hul eerste werk ná studies is, sê hulle eers regtig by Maroela Media geleer het hoe belangrik feitverifikasie is, al is dit tydens hul studies genoem. D6, een van die mees ervare joernaliste, stel dit so:

> "Kyk op technikon – ek het op technikon geswot – so daar het hulle vir jou gesê: jy weet, as jou ma sê sy's lief vir jou, gaan vra 'n tweede opinie. Maar as jong verslaggewer by X[7] (ek het by X begin): nog 'n bron, en as jy kan 'n derde bron, wat nie deesdae so maklik is nie, veral omdat jy weet die web is baie vinnig. Daar is baie groot verwagting van jy moet dit nóú hê, jy weet, waarvoor wag ons? Saktyd is nie meer 22:00 nie. Ek dink dit sit baie groot druk op verslaggewers, jy weet, dis 'n worsmasjien, ek gaan daaroor met jou heeltemal eerlik wees. So dit sit baie groot druk op 'n mens om seker te maak en seker te maak en weer seker te maak. Veral in die era van sosiale media; mense deel net 'n ding. Hulle het nie 'n saak of waar dit vandaan kom of is dit 'n geloofwaardige bron nie."

D4, een van die jonger, minder ervare joernaliste, stel dit weer só:

> "Ek dink ek het dit maar in hierdie nuuskantoor geleer. Ek het altyd geweet dis baie belangrik, maar ek voel op universiteit was daar nie so baie klem daarop gelê nie, veral in hierdie kantoor het ek geleer jy kan vieslik in die sop beland as jy nie jou feite nagegaan het nie, en ek dink dit het my ook baie… ek is bietjie meer attent daarop om seker te maak dit wat ek sê, is feitelik korrek en dis nie te veel hoorsê of wat ook al nie. So, ja, ek het veral hier geleer om dit te doen."

D3 sê:

[7] Vorige werkgewer se naam is verwyder om die deelnemer se identiteit te beskerm.

> "Ek dink dit is maar half al in ons ingedril van universiteit af om feite te verifieer, maar ook toe ek by X gewerk het, was daar baie ag geslaan op dit en natuurlik hier ook. Ons word gereeld herinner om ons feite mooi te *double check* om nie net een persoon se woord daaroor te vat nie. Y[8] sê dit altyd mooi: mens moet die heeltyd skepties wees. Mens moet die heeltyd vrae vra, seker maak jy kan dit wat daar gesê word net op 'n ander plek ook *double check*."

Die deelnemers noem dat hulle verskeie stappe doen om feite te verifieer. Dit sluit in om te ondersoek wat ander nuusorganisasies of nuusmedia geskryf het en te kyk of dit strook met die inligting wat deur Maroela Media ingesamel is. Verder word die meer ervare joernaliste, nuusredakteur of redakteur gevra vir leiding oor berigte, asook raad oor of hulle nog iemand moet bel of iets ekstra moet doen om feite te verifieer. Bronne word ook terug gebel as iets nie vir die joernalis duidelik was nie of as daar twyfel is oor tegniese terminologie of syfers. Hulle sal ook dikwels probeer om stawende dokumentasie in die hande te kry, hetsy jaarverslae, hofdokumente of fakture. Die tradisionele joernalistieke tegniek van "bron na bron na bron" word ook gevolg. Dus, hoe meer mense vir jou dieselfde gebeurtenis bevestig, hoe meer waarskynlik is dit dat dit waar is. Sekere bronne word ook as meer gesaghebbend aanvaar (D1-8).

Etiek speel by elke deelnemer 'n reuse-rol. D7 sê: "Jy kan nie sonder etiese waardes nuus doen nie. Ja, dis wanneer jy op die *slippery slope*… dis wanneer jy begin nonsens aanjaag." D5 sê etiek is verskriklik belangrik en dit is een van die groot redes waarom dié deelnemer dit geniet om by Maroela Merk te werk, want, sê die deelnemer, "my waardes is nooit van my stories verwyderd nie en hulle verwag dit nie van jou nie". Met ander woorde die deelnemer voel sy/haar eie oortuigings en morele waardes word nooit onder druk geplaas of in gedrang gebring by dié nuusorganisasie nie. Die deelnemer voel nie druk van die leiers van die nuusorganisasie om strydig met dit waarin hy/sy glo op te tree nie.

D3 sê hy/sy wil eerstehandse inligting kry:

> "Ek het al ander publikasies gesien wat iemand anders se aanhalings wat 'n ander joernalis gekry het net so gebruik en verpak as byvoorbeeld hulle eie of dit baie vervaag dat dit amper klink of hulle self daardie storie gedoen het. So daai is vir my baie belangrik. So wanneer ek met mense praat of wanneer ek 'n storie doen, seker maak wat ek daar skryf, het ek self gekry. Of as ek dit nie eerstehands kry nie maak ek altyd seker die bronne word geken."

---

[8] Vorige werkgewer en kollega se name is verwyder om die deelnemer se identiteit te beskerm.

D2 sê eenvoudig: “Ek hou nie daarvan om iemand te *bullsh*t* vir ’n storie nie. Ek hou daarvan om iemand se storie te vertel soos dit is en ek dink ons lesers waardeer dit ook.” D8 het ’n kwalifikasie in etiek en is baie “bewus van die media se plig en hoe die media eties kan optree”.

D6 verwoord dit dalk die beste:

> “Dit is vir my baie belangrik, ek moet vanaand myself in die oë kyk en sê ek het nie iemand in ’n storie ingeboelie nie. En dit moet ek vandag vir jou erken: ek was ’n misdaadverslaggewer en ek dink partykeer het ek mense onkant betrap en hulle so half in ’n ding ingeboelie. Hulle is ooremosioneel, hulle is verward, en hier is hierdie mens wat net sê dis die regte ding om te doen om met my te praat, en vir party mense is dit nie die regte ding om te doen om met my te praat nie, en vandag respekteer ek daai keuse báie meer. En ek het ook die selfvertroue om te sê: ‘Nee.’ Hierdie mens het vir my gesê: ‘Nee.’ Ek gaan nie ’n tweede of derde of vierde keer terugbel en sê: ‘Is jy seker?’ nie. Ek doen dit nie meer nie. Dit gaan teen my grein en ek dink by Maroela het mense nogal begrip daarvoor.”

5.5.2.2 Ontleding van bevindings

Nuusinsameling en -verifikasie hou verband met die tweede kernelement van organisasiekultuur, met ander woorde die rituele, roetines en sekere praktyke wat deur die bepaalde groep beoefen of gevolg word. Nuusinsameling en -verifikasie is ’n praktyk waarbinne sekere roetines en bedryfsnorme gevolg word deur alle lede van dié groep, wat in die studie verwys na die nuuskantoor van Maroela Media.

Hofstede (2001:9) definieer kultuur as die “kollektiewe programmering van die psige wat lede van een groep of kategorie van mense van ’n ander (groep of kategorie) onderskei”. Hy verduidelik psige verwys na die kop, hart en hande, met ander woorde jou denke, gevoelens en optrede.

Die onderhoude bevestig die literatuur volgens Hofstede (2001) dat die lede van hierdie groep se kollektiewe programmering ’n kultuur van etiese optrede by Maroela Media is. Dit is die een vraag wat alle deelnemers die vinnigste en maklikste sonder enige huiwering kon beantwoord. Hulle het sonder uitsondering gesê het dat etiek vir hulle uiters belangrik is en hulle dit nooit sal vergeet nie, nie eens ter wille van spoed of om eerste te wees met ’n berig nie.

Deuze en Witschge (2018:167) sê joernaliste beskou hulself dikwels as mense wat ’n openbare diens lewer, objektief is en daarom betroubaar is. Hulle het baie outonomiteit en is toegewyd aan die bedryfslogistiek van relevansie en spoed (kry die storie eerste, hou by spertye) en om sosiaal

verantwoordelik en eties sinvol te werk (Deuze, 2005: 447). Joernaliste wat waarde heg aan etiek maak erns met fopnuus en die nagaan van feite. Dié stelling strook met wat die navorser by die joernaliste van Maroela Media teëgekom het, en uit die onderhoude blyk dit duidelik dat joernalistieke etiek en etiese optrede vir Maroela Media se hardenuusspan swaarder weeg as spoed.

Deel hiervan is om seker te maak die bronne waarmee die joernaliste kontak maak vir stories is geloofwaardig. Hermida *et al.* (2014:481) sê joernaliste ontwikkel langtermyn-verhoudings met bronne; hoe meer bekend die bron aan die joernalis is, hoe meer geneig is hy/sy om die bron as geloofwaardig te beskou. Verder word die bron se affiliasie in ag geneem wanneer geloofwaardigheid aan ’n bron toegeken word.

D5 verwoord hierdie stelling aan die hand van ’n spesifieke voorbeeld:

> “Ek luister nie na wat enige een sê nie; dit moet tog ’n gesaghebbende bron wees. Ek voel as jy een bron of twee bronne het, is dit genoeg, maar dan is dit ’n gesaghebbende bron – soos, as ek nou dink, ek het ’n naweek gewerk en toe is dr. Johan van Zyl, Toyota se hoof, is dood, en ek sien dit toe orals so ons is bietjie laat met die storie so ek kan dit nie net gaan vat en plak en sê dit is so nie. Maar ek gaan ook nou nie op Twitter en sê: ‘Oe, daar stroom nou medelye in, so ek doen dit nou’ nie. Maar toe sit ek met een vrou wat vir Toyota werk en ek weet sy werk saam met hierdie persoon en sy was genoeg om vir my te sê, en sy was een bron maar ek het geweet dit is toe nou so. So baie jy moet weet dat dit ’n betroubare bron is.”

In dié geval was die bron se affiliasie met die oorledene genoeg vir D5 om haar as gesaghebbende bron te beskou. Hierdie waarde dra dus by dat verifikasie plaasvind en vals nuus nie gepubliseer word nie.

Nuusinsameling en -verifikasie, as kernelement van joernalistieke werkswyse, sluit ’n kultuur van verifikasie in wat deel vorm van die werkswyse en deur die hele Maroela Media-nuusspan gedeel word. Etiek en etiese optrede as integrale deel van die nuusinsameling en -verifikasieproses by Maroela Media is ’n praktyk wat die hele groep toepas. Dit dra op sy beurt by tot akkuraatheid van berigte.

As antwoord op die algemene navorsingsvraag, naamlik “Wat is die wisselwerking tussen die verskynsel van fopnuus en die joernalistieke werkswyse in Maroela Media se nuuskantoor?” kan die navorser na dié afdeling voorhou dat verifikasiepraktyke insluit om te kyk watter ander mediaorganisasies oor die onderwerp geskryf het, om leiding te vra by leiers in die groep, om

bronne terug te bel as iets onduidelik is, om soveel as moontlik bronne te kry wat iets bevestig en om stawende dokumentasie soos fakture of hofdokumente in die hande te kry.

Lazer *et al.* (2018) sê die instansies wat fopnuus versprei het nie dieselfde joernalistieke norme en prosesse in plek as die nuusmedia om daardeur akkuraatheid en geloofwaardigheid van inligting te verseker nie (sien Afdeling 3.4). Omdat Maroela Media se organisasiekultuur van etiese optrede en verifikasie deel uitmaak van hul praktyk, verklaar dit waarom die nuusorganisasie nog net by uitsondering fopnuus gepubliseer het.

5.5.3 Kompetisie

Met die ses vrae wat die navorser onder dié kernelement van joernalistieke werkswyse (sien Afdeling 3.3) aan die deelnemers gestel het, was die doel om vas te stel hoe groot die rol van kompetisie in Maroela Media se nuuskantoor is en hoe dit in die nuuskantoor manifesteer. Die navorser wou ook vasstel of enige van die deelnemers al ’n berig gepubliseer het wat nie persklaar[9] was nie omdat hulle tydsdruk ervaar het of weens ’n ander rede en indien nie, wat hulle in staat gestel het om nie ’n berig te publiseer wat nog nie in alle opsigte gereed was nie en dus geverifieer en volledig was nie. Deel van die proses was om spesifieke navorsingsvrae 1.4.3, naamlik “Wat is die kernelemente van joernalistieke werkswyse in Maroela Media se nuuskantoor betreffende nuuskeuses en die nuuswaardes onderliggend daaraan?”, en 1.4.5, naamlik “Tot watter mate, al dan nie, het fopnuus die werkswyse van Maroela Media se nuusspan (joernaliste en nuusredakteurs) verander met betrekking tot nuusseleksie?”, te beantwoord.

Die ses vrae:

1. Watter rol speel kompetisie met byvoorbeeld Netwerk24 om eerste te publiseer in jul nuuskantoor?
2. Opvolgvraag: Wat is die positiewe en die negatiewe hieraan verbonde?
3. Hoe manifesteer die druk om berigte voor jou kompetisie te publiseer in jul nuuskantoor?
4. Opvolgvraag: Volg jou nuusredakteur met jou op? Kry jy byvoorbeeld WhatsApp-boodskappe wat jou aanjaag?
5. Het jy al ’n berig gepubliseer wat jy gevoel het nog nie persklaar was nie?

[9] Scanlan (2003) van Poynter sê daar is verskeie fases waardeur ’n berig moet gaan voor dit gereed is vir publikasie. Hy stel voor om nie te dink aan een spertyd nie, maar eerder meervoudige spertye vir die verskillende fases, soos die skep van die idee, inligting insamel, die eerste weergawe van die berig, tyd om feite na te gaan en taalversorging.

6. Opvolgvraag: Hoekom of hoekom nie?

5.5.3.1 Opsomming van bevindings

Uit die data blyk dat die minder ervare deelnemers (D2 en D4) baie meer druk voel om 'n berig op dieselfde tyd as of voor byvoorbeeld Netwerk24 te publiseer. Dié inhoud verskyn wel agter 'n betaalmuur. Twee van die mees ervare (D1 en D8) is dit eens dat alle media eintlik vir mekaar kompetisie is.

D1 sê:

> "In 'n sin is seker alle media vir mekaar kompetisie, maar tog, almal het eintlik verskillende markte en gehore vir wie hulle nuus lewer. Maar ja, uiteindelik is eerste nie vir ons so belangrik nie. Vir ons gaan dit regtig daaroor om seker te maak van 'n storie en die feite te verifieer. So as dit beteken ons is dan nie eerste nie omdat ons dit eers gedoen het, dan is dit heeltemal okay met ons."

Die trefkrag van berigte speel 'n groot rol. D8 sê hulle is gesteld op hul syfers:

> "So ons het heeltyd Google Analytics oop en jy kan sien as die syfers daal. En ek sal partykeer beangs raak oor die feit dat ons nou min lesers het. Ek weet nie hoeveel lesers Netwerk24 in daai stadium het nie, maar ek weet ons behoort nie teen ons eie standaarde so min lesers te hê nie… of dis besig om gevaarlik te daal en dan sal ek druk uitoefen op die joernaliste en sê asseblief 'hierdie storie moet nou op. Ons sit al te lank op hierdie storie.'"

D2 gee toe hy/sy dink

> "omdat jy so gedruk is… jy wil hierdie storie eerste uitbring, gaan daar baie keer kwaliteit van die storie verlore en baie keer dan gee jy dalk daai storie baie korter weer as wat jy kon omdat jy gedruk was en iets het nou gebeur en jy wil nou hierdie storie uitkry. So, baie keer gaan kwaliteit verlore en dis die negatiewe. Positiewe is lesers lees dit dan eerste by ons of ons word gesien as 'n betroubare bron, want 'ons het dit nou eerste uitgesit'."

Twee van die deelnemers (D2 & D4) meen hulle het al berigte gepubliseer het wat nog nie persklaar was nie.

D2 sê:

> “Ja, ek kan nou nie aan ’n spesifieke een dink nie, maar daar was al berigte, weereens oor dieselfde redes – weereens jy’s gedruk en jy moet hierdie ding klaar net gemaak het; ek het baie keer al gevoel hierdie storie is bietjie afgejaag.”

Die res sê almal dat hulle voel al hul berigte tot dusver was persklaar en volledig. Twee deelnemers (D5 & D7) sê hulle los die “probleem” van spoeddruk op deur ’n nuusflits of kort berig te doen met net ’n paar sinne en te sê dat meer inligting volg. Hulle maak dit baie duidelik hulle sal dit nét doen as hulle seker is dat die nuusgebeurtenis wel plaasgevind het. Hulle sal dit ook nét doen indien inligting nog ontbreek, maar nooit as hulle nog nie self die voorval bevestig het nie.

Die deelnemers lig ook uit dat hulle voel dat hulle vir die nuusredakteur kan sê as hulle nie gereed is om ’n storie te publiseer nie en dat daar oop kommunikasie binne die groep is.

5.5.3.2 Ontleding van bevindings

Kompetisie tussen nuusorganisasies, bv. Maroela Media en Netwerk24, kan in verband gebring word met drie kernelemente van organisasiekultuur, naamlik dat organisasiekultuur die bepaalde kultuur is van ’n sekere groep mense binne ’n organisasie en sosiaal onderhou word deur daardie groep, dat leiers ’n belangrike rol speel binne die bepaalde organisasie en dat die groep sekere basiese aannames deel.

Al die deelnemers gee toe dat kompetisie ’n rol speel in die nuuskantoor; vir sommiges meer as vir ander.

Lim (2012:75) sê die aanlynnuusbedryf is uiters mededingend en nuusorganisasies word daardeur gedwing om beter as hul kompetisie te vaar deur heeltyd nuwe en belangrike nuus te publiseer. Die navorser het uit die onderhoude bevind dat kompetisie dikwels deur die joernaliste van Maroela Media as ’n positiewe aspek beskou word. D1 sê: “Ek vind altyd kompetisie is goed; dit help mens om ook gemotiveerd en positief te bly.” En D5 sê:

> “Kyk, ek dink dis baie belangrik om kompetisie te hê. Dit laat jou… dit spoor jou aan om beter te wees – kom ons kyk wat kan ons beter doen. Jis, okay, ons *stats* was hierdie maand baie beter as hulle s’n. Kom ons kyk wat ons reg doen.”

Uit die onderhoude blyk dat hoewel dit vir die joernaliste van Maroela Media lekker is om eerste met ’n storie te wees, is dit nie die vernaamste dryfveer nie. Die joernaliste wil eerder volledige inligting, wat op ’n etiese wyse bekom is, publiseer.

Joernaliste het ook vrymoedigheid om vir die redakteur of nuusredakteur te sê as hulle voel ’n storie is nie gereed vir publikasie nie. D3 verwoord dit as volg:

> “Ek moet sê daar is baie oop kommunikasie tussen ons almal. So wanneer jy nie *happy* is met jou storie nie of voel jy het nie eintlik al al die voldoende inligting nie, dan is daar daai kommunikasiekanaal om te sê: ‘Luister, ek dink ons wag met hierdie een tot Maandag.’ Daar is maar druk dat mens die goed vinnig moet doen, maar ek het nog nooit gevind dat gehalte eintlik ingeboet sal word net sodat ons iets vinniger sal publiseer nie.”

Tydens oortydskofte is die joernaliste dikwels in kompetisie met hulself om hoë lesersgetalle op die webtuiste te handhaaf. Cohen (2019:583) sê met aanlynplatforms word sukses dikwels gemeet aan hoeveel reaksie ’n berig kry in terme van hoeveel mense daarvan hou (getal *likes*) en hoeveel mense dit deel of daaroor twiet. Die navorser het reeds gemeld dat syfers vir Maroela Media se joernaliste belangrik is en hulle Google Analytics konstant dophou om te sien hoeveel gebruikers op ’n bepaalde tydstip op die webtuiste is, hoeveel mense watter berigte lees, ensovoorts. Hoewel Cohen (2019) ook sê aanlynplatforms stel dikwels belang om te weet hoeveel mense oor hulle stories twiet, noem nie een van die joernaliste dat twiets vir hulle ’n belangrike maatstaf van trefkrag is nie.

As antwoord op die algemene navorsingsvraag, naamlik “Wat is die wisselwerking tussen die verskynsel van fopnuus en die joernalistieke werkswyse in Maroela Media se nuuskantoor?”, kan die navorser ná ontleding van die onderhoude oor kompetisie as ’n element van organisasiekultuur voorhou dat sekere aspekte, soos dat syfers oor trefkrag en lesersgetalle (m.b.v. Google Analytics) vir Maroela Media-joernaliste belangrik is en dat hulle dit dophou, deel en probeer om ’n sekere vlak te handhaaf. Kompetisie is vir almal belangrik maar sommige joernaliste by Maroela Media ervaar dit meer positief as ander. Alhoewel kompetisie en syfers ’n rol speel is dit nie die vernaamste dryfveer vir die manier hoe die joernaliste stories doen en publiseer nie. Dit blyk die leiers van die groep, naamlik die redakteur en nuusredakteur, handhaaf oop kommunikasiekanale en luister wanneer joernaliste sê dat ’n berig nog nie gereed is vir publikasie of ’n sekere bron nie wil instem tot ’n onderhoud nie.

5.5.4 Nuuskantoorkultuur

Met die nege vrae wat die navorser onder dié joernalistieke kernelement aan die deelnemers gestel het, wou sy vasstel wat die aard van dié nuusorganisasie se nuuskantoorkultuur is, hoe die kopievloeiproses werk en hoe foute in die nuuskantoor hanteer word. Die navorser wou ook uitvind of die nuusorganisasie al ooit fopnuus gepubliseer het, en indien wel wanneer, hoekom

en of daar gevolge was. Dit is steeds deel van die proses om spesifieke navorsingsvrae 1.4.3, naamlik "Wat is die kernelemente van joernalistieke werkswyse in Maroela Media se nuuskantoor betreffende nuuskeuses en die nuuswaardes onderliggend daaraan?", en 1.4.5, naamlik "Tot watter mate, al dan nie, het fopnuus die werkswyse van Maroela Media se nuusspan (joernaliste en nuusredakteurs) verander met betrekking tot nuusseleksie?", te beantwoord.

Die nege vrae:

1. As jy ’n fout gemaak het in ’n berig, hoe word dit hanteer?
2. Verduidelik die kopievloeiproses van hoe ’n berig uiteindelik op die webtuiste gepubliseer word.
3. Opvolgvraag: Wie gaan die berigte na voor publikasie?
4. Is daar ’n handleiding wat dié proses aan jou verduidelik het toe jy hier begin werk het?
5. Opvolgvraag: Indien nie, hoe leer ’n mens van beleid en prosesse? Hoe het hierdie proses aan jou bekend geword?
6. Sover jou kennis strek, het julle al fopnuus gepubliseer?
7. Opvolgvrae: Indien wel, hoekom?
8. Het julle ondersoek waarom dit gebeur het?
9. Was daar gevolge?

5.5.4.1 Opsomming van bevindings

Volgens die deelnemers, word daar in die nuuskantoor van Maroela Media ’n proses gevolg wanneer ’n joernalis ’n fout gemaak het.

Wanneer een van die joernaliste per ongeluk ’n fout gemaak het in ’n berig wat gepubliseer is, of dit nou ’n spelfout, tikfout of wat ook al is, word dit so vinnig moontlik reg gestel. As ’n leser die nuusorganisasie van die fout laat weet in die kommentaarafdeling onder die berig op die webtuiste, stel hulle die fout reg en lig die leser in dat die berig gewysig is (D1-8). Indien dit ’n groter fout is, wysig die joernalis of redakteur die gepubliseerde berig en voeg ’n sin onderaan die berig wat meld dat die berig sedert publikasie gewysig is. Dié sin dui nie aan wat presies in die berig gewysig is nie. Die span maak ook eers seker dat dit wat die leser of bron beweer foutief is, wél foutief is. Die redakteur sal die joernalis roep wat die berig gedoen het en hom/haar vertel

van die klagte of kommentaar en die joernalis opdrag gee om te gaan uitvind of dit wel ‘n fout is. D8 sê:

> “So sê nou maar dis ’n taalding, dan is dit nou maklik om te *check* is dit inderdaad verkeerd. Maar as dit nou ’n feitefout is… dan sal die joernalis maar seker gaan maak by die bron – ‘Ons het nou gehoor dis nie reg nie.’ Of miskien is die polisie se verklarings foutief… dit gebeur verskriklik baie die polisie se verklarings is verskriklik verkeerd. So sê nou maar ons publiseer ’n berig wat die polisie sê ’n persoon van hierdie ouderdom is hierdie dag vasgetrek. Dit gebeur toenemend dat daai klein details wanneer, waar, hoe foutief is. So, dan sê ’n leser vir ons dis foutief. So dan sal ons probeer om die inligting deur ’n ander manier te kry en te verifieer… Maar ons sal dit as ’n saak van prioriteit hanteer en dan sal ons die berig wysig.”

Volgens die deelnemers, word vaste kopievloeiprosesse in Maroela Media se nuuskantoor gevolg wat deel vorm van die joernalistieke werkswyse.

Die deelnemers is dit eens dat die kopievloeiproses as volg werk. Die nuusredakteur gee ’n opdrag aan die joernalis of die joernalis kry goedkeuring vir sy/haar storievoorstel, die joernalis gaan dan voort om die storie te doen en feite te verifieer. Daarna word die berig aan die nuusredakteur gestuur sodat hy/sy dit kan deurlees, die teks redigeer, vrae kan vra as dit nodig is en gehaltebeheer kan uitoefen. Die nuusredakteur se veranderinge word deur middel van *track changes* in ’n Word-dokument gedoen. Die nuusredakteur stuur dan die berig terug na die joernalis om die veranderinge deur te werk en enige vrae aan te spreek. Die joernalis stuur dan die dokument aan die taalversorger wat ook veranderinge aanbring met *track changes*. Die taalversorger stuur dan die berig terug na die joernalis wat dit ’n finale keer deurgaan voor hy/sy dit op Maroela Media se webtuiste publiseer en die skakels daarna op die webtuiste op Facebook en Twitter deel (D1-8). Hierdie vaste kopievloeiproses help om foute te voorkom.

Wanneer die joernalis alleen werk tydens ’n oortydskof besluit die joernalis self watter stories om te doen en stuur die berig ná voltooiing direk vir die taalversorger wat die dokument dan met *track changes* na die joernalis terugstuur vir publikasie op die webtuiste en sosialemediaplatforms. Tydens dié skofte word die berig dus nie vir ’n nuusredakteur of ander persoon as die taalversorger gestuur om na te gaan voor publikasie nie; daardie skakel in die ketting ontbreek dus.

Dit is dan juis ook tydens een van dié skofte wat ’n fopnuusberig gepubliseer is. “Dit was een storie, ek onthou dit, en dit was verskriklik,” onthou D5 dié geval.

D8 verwoord dit as volg:

> "Daar was 'n geval, dit was aan die begin van verlede jaar toe Covid net uitgebreek het in Suid-Afrika, so dit was so Maart verlede jaar, toe het daar 'n verklaring van Menlyn afgekom wat sê daar is 'n *employee* in MTN – ja dit was die MTN in Menlyn – wat Covid het en die MTN is gesluit. En in daai stadium was Covid baie nuut en daar was enkele gevalle, so enige iemand wat Covid opgedoen het, was groot nuus. En jy kan nou net dink as jy by daai MTN was daai dag en jy hoor daar is iemand wat positief getoets het watse groot chaos dit gaan saai. En die verklaring het net voor ons huis toe gegaan het, ingekom, so die joernalis wat aan diens was daai aand het hom gevat en daai joernalis het nie ge*check* dat dit reg is nie. Sy't nie ge*Google* nie, ek dink nie eens daar was 'n nommer aan die onderkant van daai persverklaring nie en ek dink dit moes al klaar rooi ligte laat afgaan het, want dit was op Menlyn se *letterhead* en dit het gelyk soos 'n regte verklaring, maar dit was toe iets wat op WA aangestuur is, en dit was nie waar nie en ons het die berig gedoen en dit was nie waar gewees nie."

Volgens D8 was die spesifieke joernalis baie onervare en het nie besef dat sy moet nagaan of die verklaring wél van Menlyn afkomstig was nie, haar "gevaarligte" het nie afgegaan nie. Die joernalis het dus nie die gewone kultuur van verifikasie in dié geval gevolg nie, en D8 skryf dit toe aan die feit dat die joernalis nog onervare was. Die berig is vinnig verwyder, en as nagevolg is die betrokke joernalis die volgende dag ingeroep en gewaarsku dat so 'n fout nóóit weer mag plaasvind nie.

D1 sê nog 'n fopnuusberig is aan die begin van die Covid-19-pandemie gepubliseer. Die berig het gehandel oor hoe die natuur herstel en weer asem skep terwyl miljoene mense wêreldwyd onder streng inperking was en nie hul huise verlaat het nie. Die berig het gemeld dat dolfyne in die kanale in Venesië opgemerk is (Dalay, 2020). D1 voel dat in die tyd waarin ons leef alle joernaliste ongelukkig al fopnuus gepubliseer. Die deelnemer sê dit was vir hom/haar moeilik om die spesifieke fopnuusberig te verifieer omdat dit in die buiteland plaasgevind het en hy/sy nie maklik die foon kon optel en plaaslike owerhede bel en hoor of dit wel so is nie. Baie nuusagentskappe, internasionaal sowel as plaaslik, het ook dié storie gedra, so as jy op ander media sou soek na die nuusberig sou jy nie sukkel om dit op verskeie plekke aan te tref nie. D1 sê in daardie geval het Maroela Media se gewone *checks and balances* "bietjie" in die slag gebly en is daar nie in daardie geval genoeg seker gemaak dat dit die waarheid is nie.

> “Ek dink grootliks een van die redes is omdat dit ’n internasionale storie was, so dis uiteraard moeiliker verifieerbaar. En ek dink omdat daar baie soortgelyke goed gebeur het, is daar makliker aanvaar dat dit die waarheid is. Want daar het regtig baie soortgelyke goed gebeur. En ek meen daai was nie heeltemal onwaar nie; dit was net die konteks wat verkeerd was, so ek dink dit het dit ook bietjie moeiliker gemaak.”

Maroela Media het nie dié berig van hul webtuiste verwyder nie. Bo-aan die berig verskyn ’n boodskap wat lees: “Jongste: Alhoewel Maroela Media verskeie bronne geraadpleeg het voor die storie oorspronklik op ons Gedoriewaar-platform gepubliseer is, is hierdie nuus intussen as vals nuus bevestig. Lees gerus die artikel op National Geographic en Snopes.com.” Die boodskap sluit ’n skakel in na ’n berig elders wat meld dat die dolfynvideo’s en -foto’s wat rondgestuur is in die hawe in Sardinië in die Mediterreense See geneem is, etlike kilometers weg van die kanale (Dalay, 2020). Talle nuusorganisasies moes dié berig terugtrek. In terme van dié berig is die gewone verifikasieprosesse nie gevolg nie omdat die storie aspekte aangespreek het wat wel in dié tyd bespreek is. Die feit dat dit nie totaal onwaar was nie en net in die verkeerde konteks was, het dinge ook bemoeilik.

Beide hierdie fopnuusberigte is gepubliseer buite die tydperk van studie (Oktober 2020 tot April 2021) van fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke wat Maroela Media ontvang het.

D5 sê hy/sy het die kopievloeiproses leer ken “van dophou”:

> “Veral by my ouer senior joernaliste. Ons het ’n senior joernalis en ek het baie hoe ek my *interview*, hoe ek my onderhoud oor ’n foon aanpak het baie, sy het dit vir my geleer. En nie deur by my te sit en sê dis wat jy sê nie; jy hoor, jy neem in, jy sien dis hoe hulle dit doen.”

5.5.4.2 Ontleding van bevindings

Die nuuskantoorkultuur kan in verband gebring word met drie kernelemente van organisasiekultuur, naamlik dat organisasiekultuur die bepaalde kultuur is van ’n sekere groep mense binne ’n organisasie en sosiaal onderhou word deur daardie groep, dat leiers ’n belangrike rol speel binne die bepaalde organisasie en dat die groep sekere basiese aannames deel. Maroela Media het ’n kultuur van oop kommunikasie en etiese optrede. Hier kan minder ervare joernaliste kyk en luister en leer by meer ervare joernaliste en enigeen kan vir mekaar vrae vra. Die joernaliste het vrymoedigheid om hulp of leiding te vra met berigte en hoef nie alleen te sukkel nie.

Deuze en Witschge (2018:169) sê die nuuskantoor is die vernaamste plek of ruimte van indiensneming en hoe werk in joernalistiek georganiseer is in die twintigste eeu. En al moes Maroela Media se nuuskantoor weens die Covid-19-pandemie tydelik van ’n fisieke ruimte na ’n virtuele bymekaarkomplek van individuele tuiskantore skuif, verander dit nie die belangrikheid van die struktuur en die groep se gemeenskaplike doelwitte nie. Die groep volg ’n tipe hibriede model, waar almal sekere dae van die week saam in die nuuskantoor werk en die ander dae tuis werk (D5).

Sekere aannames, soos die vaste kopievloeiproses, word ook deur die nuusorganisasie se lede gedeel. Dit is die deel van aannames soos hierdie wat veroorsaak dat daar bykans nooit van dié proses afgewyk word nie.

Die kopievloeiproses sluit kontak met die leiers in die groep, soos die nuusredakteur, in (D1-8). Dit is juis hier waar leiers, in die vorm van die nuusredakteur en redakteur, ’n baie belangrike rol speel om die joernaliste te lei, veral in sulke vreemde tye. Trello as inhoudsbestuurstelsel help hiermee.

Op die algemene navorsingsvraag, naamlik “Wat is die wisselwerking tussen die verskynsel van fopnuus en die joernalistieke werkswyse in Maroela Media se nuuskantoor?”, kan die navorser na dié afdeling die volgende antwoord voorhou: deel van die werkswyse by Maroela Media is die teenwoordigheid van stelsels wat deur die groep onderhou word, soos ’n vaste kopievloeiproses wat foute help keer. Foute word as prioriteit hanteer, leiers speel ’n belangrike rol deur die prosesse in stand te hou en daar is gevolge as ’n joernalis daarvan afwyk, soos dat hy/sy ingeroep en gewaarsku word. D1 sê dié kan as geleenthede vir “verdere opvoeding” beskou word. Die kultuur van etiese optrede wat tot gevolg het dat die praktyk van verifikasie toegepas word en dat akkuraatheid bó spoed geag word, is hier vooraan. Wanneer leiers afwesig is en minder ervare joernaliste wat nog nie ingeburger is in die stelsel nie alleen gelaat word, kán foute insluip, alhoewel dit die uitsondering is.

5.5.5 Vrae ná die inhoudsanalise

Met die vier vrae wat die navorser aan die deelnemers gestel het, wou sy vasstel hoe nuuswenke hanteer word, wie watter nuuswenke te siene kry, hoe gereeld hulle nuuswenke kry en of hulle meer aandag aan ’n wenk sou gee as hulle dit meer as een keer van ’n leser of ander bron ontvang. Hierdie stel vrae is spesifiek gevra om spesifieke navorsingsvraag 1.4.5, naamlik “Tot watter mate, al dan nie, het fopnuus die werkswyse van Maroela Media se nuusspan (joernaliste en nuusredakteurs) verander met betrekking tot nuusseleksie?”, te beantwoord.

Die vier vrae:

1. Hoe word nuuswenke hanteer?
2. Opvolgvraag: Sien net sekere mense sekere wenke?
3. Hoe gereeld kry julle nuuswenke wat fopnuus bevat?
4. As julle ’n spesifieke boodskap meer as een keer kry, gee julle meer aandag daaraan teenoor as julle dit net een keer kry?

5.5.5.1 Opsomming van bevindings

Wanneer ’n nuusboodskap of -wenk in die nuus-inboks ontvang word, sien al die joernaliste en redakteurs daardie e-pos (D1, D7 & D8). Wanneer ’n nuusboodskap of -wenk via die “kontak ons”-vorm op die webtuiste outomaties na die Maroela-inboks gestuur word, sien nét D7 daardie wenk. Dit is weens die posisie wat hy/sy binne die nuusorganisasie beklee en die feit dat die meerderheid van daardie navrae nié nuuswenke is nie, maar eerder navrae oor kwessies soos advertensiekoste. D7 is nie ’n voltydse joernalis nie en werk nie saam met die groep in die nuuskantoor nie. Hy/sy werk net oortydskofte. D7 filtreer dus outomaties baie van die fopnuus wat na die nuusorganisasie gestuur word deur te kies of ’n spesifieke nuusboodskap of -wenk in die Maroela-inboks na die nuusredakteur of groep aangestuur word.

D7 het etlike jare se ondervinding in die media-milieu en sê toe hy/sy destyds studeer het was “vals nuus nog nie so ’n groot probleem nie. So, mens het deur ervaring ook geleer en natuurlik deur jou kollegas.”

Dié deelnemer het ’n bewese rekord daarin om uistekende oordeel aan die dag te lê met moontlike fopnuus. Toe die navorser hierdie deelnemer onder die vorige stel vrae gevra het of hulle al ooit fopnuus publiseer het, het die deelnemer gesê hulle “het amper” fopnuus gepubliseer, maar kon dit betyds vang. D7 onthou die geval so:

> “So president Nelson Mandela het baie siek geword. En president Nelson Mandela is in die hospitaal opgeneem in Pretoria en ek en Z – onthou jy vir Z?[10] – was by die hospitaal. Ons het buite by die hospitaal tussen die ander joernaliste daar gestaan. Toe kry ons ’n boodskap van ’n verpleegster in die hospitaal op dieselfde gang as wat Madiba lê. Die verpleegster sê Madiba is weg… En ons kan sien in die beweging rondom ons die nuus is uit, daar is meer joernaliste wat hiervan weet. En ons kontak vir A en vir B en ons sê daar het iets gebeur, daar het iets gebeur. Verstaan – ons storie lê gereed; Madiba is

[10] Die voormalige en huidige werknemers se name is verwyder om hul identiteite te beskerm.

> oorlede. En ek sê vir hulle ons kan nie publiseer nie. As ons nie amptelik, as die regering nie amptelik… ek is eerder laat met hierdie storie as wat ek verkeerd is met hierdie storie. Kom ons wag vir amptelike bevestiging… en die amptelike bevestiging het nooit gekom nie, en Madiba is eers daai jaar Desember oorlede."

D7 sê Maroela Media sou daardie aand 'n "verskriklike fout" gemaak het as hulle die storie publiseer het. Hy/sy het eenvoudig gevoel dat hulle eerder laat sou wees met die nuus as wat hulle verkeerd sou wees.

D7 sê dat hy/sy nie gedryf word deur kompetisie nie.

> "Ek dink ek is dalk die verkeerde mens om te vra want ek het nie 'n vreeslike kompetisiegees nie. Ek *worry* glad nie om eerste iewers uit te kom nie."

D7 voeg by dat, in terme van geloofwaardigheid en as jy as primêre nuusbron vir jou lesers wil optree, dit belangrik is om seker te maak jy breek wel nuus.

Die deelnemers is dit eens dat daar nie baie fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke na Maroela Media gestuur word nie. Hulle stem wel saam dat dit gedurende sekere tye en tydens sekere gebeurtenisse meer voorkom, soos heel aan die begin van die Covid-19-pandemie in Suid-Afrika, dus Maart 2020 (D8 & D5). Geen deelnemer het die vraag met spesifieke syfers beantwoord nie.

D7 sê wanneer daar iets in die Maroela-inboks beland waaroor daar nie dadelik sekerheid is nie en die leser vra of dit wel waar is, word die boodskap aan die nuusredakteur of redakteur aangestuur en bespreek, al is dit vinnig, voor die leser wat dit aangestuur het, beantwoord word met 'n e-pos dat "Nee, die boodskap is nie waar nie."

Alle deelnemers sê dat daar meer aandag aan 'n storie gegee word as al hoe meer mense dit vir hulle aanstuur of hulle daaroor uitvra (D1-8). Soms sal hulle dan selfs 'n berig publiseer om te laat weet hierdie storie is inderdaad fopnuus. D2 verskaf die voorbeeld van 'n klompie mense wat gesê het dat en gevra het of dit op Tafelberg gesneeu het. Maroela Media het toe 'n berig gepubliseer om te sê die Suid-Afrikaanse Weerdiens sê dit is onwaar.

5.5.5.2 Ontleding van bevindings

Quinn (2002) sê die probleem met joernalistiek in die digitale era is eenvoudig – tegnologie laat inligtingoorlading toe. Omdat joernaliste toenemend met tegnologie moet bybly en dit konstant moet gebruik, beteken dit op sy beurt dat joernaliste met reuse-hoeveelhede inligting oorlaai kan word (Quinn, 2002). Dié moontlike oorlading moet deur bestuurders en nuusredakteurs bestuur

word (Quinn, 2002). Deel van dít waarmee joernaliste oorlaai word, is die konstante stroom fopnuus waarmee hulle gekonfronteer word. Die navorser het bevind dat dít by Maroela Media nie ’n wesenlike probleem vir die nuusorganisasie inhou nie, aangesien hulle nie konstant toegegooi word onder fopnuusberigte, -boodskappe of -wenke nie. Die navorser skryf dit toe aan twee faktore. Eerstens, dat die persoon in beheer van die Maroela-inboks waarop meeste van die fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke ontvang word ervare genoeg is om fopnuus uit te ken en die fopnuus kan keer vóór dit by die joernaliste uitkom. Tweedens, dat die groep kan staat maak op hul praktyke, waarskuwingstekens en jare se ervaring om sekere nuusboodskappe of -wenke dadelik as fopnuus te identifiseer.

Die werksprosesse en -stelsels in Maroela Media se nuuskantoor is van só ’n aard en blyk so doeltreffend te wees dat fopnuus meestal gekeer is voordat dit gepubliseer is, met twee uitsonderings – een waar ’n onervare joernalis alleen aan diens was en een waar dit ’n internasionale storie was wat moeiliker verifieerbaar was en baie ander media-organisasies ook die storie gedra het. Albei hierdie berigte was aan die begin van die Covid-19-pandemie en het buite die tydperk van studie geval.

Ter beantwoording van spesifieke navorsingsvraag 1.4.5, naamlik “Tot watter mate, al dan nie, het fopnuus die werkswyse van Maroela Media se nuusspan (joernaliste en nuusredakteurs) verander met betrekking tot nuusseleksie?”, is die navorser se gevolgtrekking dat dit nie die werkswyse van die nuusspan verander het nie, behalwe vir die tyd wat dit sóms neem om ’n storie as vals te bevestig en dan die leser te laat weet dat dit vals is.

As antwoord op die algemene navorsingsvraag, naamlik “Wat is die wisselwerking tussen die verskynsel van fopnuus en die joernalistieke werkswyse in Maroela Media se nuuskantoor?”, kan die navorser ná die semi-gestruktureerde onderhoude die volgende antwoord voorhou. Die organisasiekultuur en praktyke wat in plek is by Maroela Media is van so ’n aard dat dit keer dat fopnuus gepubliseer word. Daar is ’n stelsel en verstandhouding wat sosiaal onderhou word binne die groep en leiers speel ’n baie belangrike rol binne die groep. Nie nét leiers in die vorm van redakteur of nuusredakteur nie maar selfs senior, meer ervare joernaliste waarby minder ervare joernaliste kan leer deur waarneming. Die groep deel sekere basiese aannames, soos dat etiek uiters belangrik is, kompetisie en spoed belangrik is, en syfers en trefslae (soos op Google Analytics weergegee) nié belangriker is as akkuraatheid en etiese optrede nie. Die situasie sou anders lyk as D7 nie daar was om meeste van die fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke wat aan Maroela Media gestuur word te filtreer vóór dit by die joernaliste uitkom nie. Die meeste deelnemers (D2-6 & 8) sê daar is nie ’n handleiding wat hulle geleer het hoe die kopievloeiproses werk toe hulle by die nuusorganisasie begin werk het nie. Die nuusredakteur het eerder tyd met hulle bestee en deeglik deur die proses gegaan.

5.6 Samevatting en slot

In hierdie hoofstuk het die navorser die data verkry uit die kwalitatiewe inhoudsanalise van sewe maande se fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke wat Maroela Media deur hul nuus-inboks, Maroela-inboks en WhatsApp-fone gekry het. Daarna is die ontleding van die semi-gestruktureerde onderhoude wat die navorser met agt respondente gevoer het, voorgehou. Dit is gedoen om spesifieke navorsingsvrae 1.4.3, 1.4.4 en 1.4.5 te beantwoord en hul meegaande spesifieke navorsingsdoelstellings (1.5.3, 1.5.4 en 1.5.5) te bereik.

As samevatting van dié hoofstuk hou die navorser die volgende tabelle voor:

Tabel 5.6: Bevindings uit semi-gestruktureerde onderhoude oor joernalistieke werkswyse

Kernelemente van joernalistieke werkswyse	Kernelement van organisasiekultuur	Vernaamste bevindings uit die kwalitatiewe inhoudsanalise en semi-gestruktureerde onderhoude
Nuusseleksie	Rituele, roetines en praktyke in die nuuskantoor	Nuusseleksie word daagliks (byna uurliks) gedoen as deel van Maroela Media se joernalistieke werkswyse. In hierdie proses word die nuuswaarde van relevansie vooropgestel. Slegte nuus en emosie is ook vooropgestel, maar tot ’n minder mate. In terme van nuusseleksie gebruik joernaliste en redakteurs elke dag nuuswaardes, volgens STS3 (“’n stel kriteria wat media-organisasies en joernaliste elke dag gebruik in die nuusseleksieproses om stories of gebeurtenisse te selekteer om gepubliseer te word in ’n koerant of op ’n webtuiste, radio- of televisiestasie”), om te bepaal watter stories geselekteer word. Maroela Media se kriteria en werkswyse is van so ’n aard dat hulle fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke onderskep, deels omdat relevansie vir hulle vooropgestel word en al die fopnuus wat hulle in die tydperk van studie ontvang het emosie as die hoof-gekoppelde nuuswaarde het.
Nuusinsameling en -verifikasie	Rituele, roetines en praktyke in die nuuskantoor	Nuusinsameling en -verifikasie as kernelement van joernalistieke werkswyse sluit ’n kultuur van verifikasie in wat deel vorm van die werkswyse en deur die hele Maroela Media-nuusspan gedeel word. Joernalistieke etiek en etiese optrede as integrale deel van die nuusinsameling en -verifikasieproses by Maroela Media is ’n praktyk wat die hele groep toepas. Dit dra op sy beurt by tot akkuraatheid van berigte. Daar word uurliks nuus ingesamel en geverifieer deur die groep. Deur ’n kultuur van etiese optrede en ’n praktyk van verifikasie te volg in hul daaglikse handeling dra dit by tot die nie-publisering van fopnuus.
Kompetisie met ander nuusorganisasies	• Die organisasiekultuur van ’n sekere groep word sosiaal	Sekere aspekte, soos dat syfers oor trefkrag en lesersgetalle vir hulle belangrik is en dat hulle dit dophou, word deur die groep gedeel en ook deur hulle in stand gehou. Kompetisie is vir almal belangrik maar

	deur hulle onderhou. • Leiers speel 'n belangrike rol binne die bepaalde organisasie. • Die groep deel sekere basiese aannames.	sommige joernaliste ervaar dit meer positief as ander. Alhoewel kompetisie en syfers 'n rol speel is dit nie die vernaamste dryfveer vir die manier hoe hulle stories doen en publiseer nie. Dit blyk die leiers van die groep, naamlik die redakteur en nuusredakteur, onderhou die oop kommunikasiekanale en luister wanneer joernaliste sê dat 'n berig nog nie gereed is vir publikasie of 'n sekere bron nie wil instem tot 'n onderhoud nie.
Nuuskantoorkultuur	• Die organisasiekultuur van 'n sekere groep word sosiaal deur hulle onderhou. • Leiers speel 'n belangrike rol binne die bepaalde organisasie. • Die groep deel sekere basiese aannames.	Deel van die werkswyse by Maroela Media is dat daar stelsels is wat deur die groep onderhou word, soos dat daar 'n vaste kopievloeiproses is wat foute help keer. Foute word as prioriteit hanteer, leiers speel 'n belangrike rol deur die prosesse in stand te hou en daar is gevolge is as 'n joernalis daarvan afwyk, soos dat jy ingeroep en ernstig gewaarsku word dat sekere foute nie weer gemaak mag word nie. Die kultuur van etiese optrede wat tot gevolg het dat die praktyk van verifikasie toegepas word en dat akkuraatheid bó spoed geag word, is hier vooraan. Wanneer leiers afwesig is en minder ervare joernaliste wat nog nie ingeburger is in die stelsel nie alleen gelaat word, kán foute insluip, alhoewel dit die uitsondering is.

Die bevindings vir die vrae spesifiek ná die inhoudsanalise kan as volg opgesom word:

Ter beantwoording van spesifieke navorsingsvraag 1.4.5, naamlik "Tot watter mate, al dan nie, het fopnuus die werkswyse van Maroela Media se nuusspan (joernaliste en nuusredakteurs) verander met betrekking tot nuusseleksie?", is die navorser se gevolgtrekking dat dit nie die werkswyse van die groep wesenlik verander het nie, behalwe vir die tyd wat dit sóms neem om iets as vals te bevestig en dan die leser te laat weet dat dit vals is. Die organisasiekultuur in die nuuskantoor van Maroela Media en die joernalistieke praktyke wat gevolg word, is van so 'n aard dat die opkoms van fopnuus nie die werkswyse verander het nie. Trouens, die gevestigde werkswyse maak dit moontlik om fopnuus te beperk.

As antwoord op die algemene navorsingsvraag, naamlik "Wat is die wisselwerking tussen die verskynsel van fopnuus en die joernalistieke werkswyse in Maroela Media se nuuskantoor?", kan die navorser ná die semi-gestruktureerde onderhoude die volgende antwoord voorhou. Die organisasiekultuur en praktyke wat in plek is by Maroela Media is van so 'n aard dat die herpubliseer van fopnuus grootliks voorkom. Daar is 'n stelsel en verstandhouding wat sosiaal onderhou word binne die groep en leiers speel 'n baie belangrike rol binne die groep. Nie nét leiers in die vorm van redakteur of nuusredakteur nie maar selfs senior, meer ervare joernaliste waarby minder ervare joernaliste kan leer deur waarneming. Die groep deel sekere basiese aannames, soos dat etiek uiters belangrik is, kompetisie en spoed belangrik is, en syfers en trefslae (soos op Google Analytics weergegee) nie belangriker is as akkuraatheid en etiese optrede nie. Die situasie sou anders lyk as daar nie 'n sleutelpersoneellid was om meeste van die

fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke wat aan Maroela Media gestuur word te filtreer vóór dit by die joernaliste uitkom nie. Dit blyk dat ’n ervare hekwagter wat deel uitmaak van die verifikasiestelsel binne die organisasiekultuur van Maroela Media ’n bydrae maak om fopnuus te beperk.

In die volgende hoofstuk sal die navorser ’n opsomming van die hele studie gee, opsommende data verskaf, en ’n stel aanbevelings vir Maroela Media en vir volgende studies wat uit dié een mag voortspruit, maak.

HOOFSTUK 6 SAMEVATTING EN SLOT

6.1 Inleiding

Hierdie studie is gedoen met die doel om die algemene navorsingsvraag, naamlik "Wat is die wisselwerking tussen die verskynsel van fopnuus en die joernalistieke werkswyse in Maroela Media se nuuskantoor?", te beantwoord. Met dié doel voor oë het die navorser vyf hoofstukke se navorsing gedoen en gaan nou in dié sesde hoofstuk 'n sinvolle oorsig oor haar studie gee en dit maklik verstaanbaar opsom.

Vir verwysingsgemak is daar ook tabelle wat aandui in watter hoofstukke die spesifieke navorsingsvrae en -doelstellings, asook die sentrale teoretiese stellings, aandag geniet. Navorsingsuitdagings en -beperkings word bespreek. Die resultate word weer kortliks voorgehou.

Aan die einde van die hoofstuk maak die navorser aanbevelings aan Maroela Media, asook vir studies wat moontlik uit dié een kan voortspruit. Die hoofstuk word afgesluit met 'n gevolgtrekking.

6.2 Oorsig van studie

Die algemene navorsingsvraag, naamlik "Wat is die wisselwerking tussen die verskynsel van fopnuus en die joernalistieke werkswyse in Maroela Media se nuuskantoor?", is oor vyf hoofstukke beantwoord. 'n Kort opsomming van elke hoofstuk volg.

Hoofstuk 1 dien as inleiding en agtergrond vir die studie, waarin die probleemstelling geformuleer is, die teoretiese stellings verduidelik is en die metodes uiteengesit is.

Die roetines en praktyke van nuuskantore is besig om te verander. Dit is onder meer weens die feit dat nuusgebruikers se behoeftes verander in reaksie op veral omwentelinge in inligtings- en kommunikasietegnologie. Dis die alomteenwoordige media wat mense se ervarings raam en verstaanbaar en onmiddellik maak (Deuze, 2007:13). Fopnuus het in hierdie konteks veral ná die Amerikaanse verkiesing in 2016 prominensie gekry (Marda & Milan, 2018:1).

Nuus is nie net gebeure wat plaasvind nie; dit is wat die media en joernaliste as nuuswaardig beskou. Die nuuskriteria of -waardes wat deur die media gebruik word om te bepaal watter stories gedek sal word, word nuuswaardes genoem (Fowler, 1991). Joernaliste pas konstant "nuusbeoordeling" toe op grond van al hierdie of sommige van hierdie nuuswaardes.

Wanneer die nuuswaardes van fopnuus dit aanloklik maak vir nuusseleksie word joernaliste en nuusbestuurders se gevestigde werkswyses in 'n nuuskantoor op die proef gestel. Die

wisselwerking tussen nuuswaardes, fopnuus en die organisasiekultuur van ’n nuuskantoor kan daarom die seleksie en verspreiding van fopnuus aanhelp of beperk.

Die geskiktheid van ’n kwalitatiewe navorsingsbenadering is ook bespreek (sien Afdeling 1.7).

Hoofstuk 2 is ’n omvattende literatuurstudie. Definisies, voorbeelde en die klassifisering van fopnuus, die gevolge daarvan vir joernalistiek, asook nuuswaardes is in dié hoofstuk in diepte bespreek.

Die volgende definisie van fopnuus is gebruik (soos vervat in STS1): Fopnuus is nuus (of inligting) wat vervals of verdraai word om gehore (kykers, lesers en verbruikers) met opset om die bos te lei en versprei word, dikwels via sosiale media, vir winsmarge of invloed of om die spot te dryf met persone of gebeure. Dit word dikwels voorgehou as ernstige of ware joernalistiek en gereeld aangewend vir politieke gewin, om ’n samesweringsteorie te laat posvat of om mense aan ware feite en verifieerbare stories te laat twyfel.

Sewe tipes fopnuus (soos vervat in STS2) is in die studie gebruik, naamlik satire of parodie, misleidende nuus wat in die verkeerde konteks aangebied word, slordige beriggewing wat ’n sekere agenda dien, nuus wat opsetlik misleidend is, vervalste verbindings, gemanipuleerde inhoud en kliekaas.

’n Stel nuuswaardes vir die res van die studie is saamgestel (soos vervat in STS3) en lui: Nuuswaardes is ’n stel kriteria wat media-organisasies en joernaliste elke dag gebruik in die nuusseleksieproses om stories of gebeurtenisse te selekteer om gepubliseer te word in ’n koerant of op ’n webtuiste, radio- of televisiestasie. Dit is ’n omvangryke lys wat vir die studie saamgestel is: slegte nuus, oudiovisuele elemente, kontinuïteit, emosie, die elite, relevansie, deelbaarheid, verrassing en sterstatus van die joernalis.

Deur dit te doen word spesifieke navorsingsvraag 1.4.1 beantwoord, naamlik om te bepaal hoe fopnuus geklassifiseer word en watter spesifieke nuuswaardes aan die fopnuus gekoppel kan word. Die hoofstuk word afgesluit deur ’n uitgebreide tabel wat aandui watter nuuswaarde(s) gekoppel kan word aan elk van die geïdentifiseerde kategorieë fopnuus.

Hierdie tabel word deurgaans aangewend, soos waar die navorsingsontwerp verduidelik is asook om te help met die ontwikkeling van ’n meetinstrument waarmee die kwalitatiewe inhoudsanalise gedoen is. Dus help die tabel ook met die beantwoording van die studie se spesifieke navorsingsvrae 1.4.3, 1.4.4 en 1.4.5.

Hoofstuk 3, oftewel die teoretiese raamwerk van die studie, bespreek organisasiekultuur as teorie en identifiseer kernelemente daarvan. Die kernelemente, soos in STS4 deur die navorser

geïdentifiseer, is: dat organisasiekultuur die bepaalde kultuur is van ’n sekere groep mense binne ’n organisasie en **sosiaal onderhou** word deur daardie groep, dat **rituele, roetines en sekere praktyke** deur die bepaalde groep beoefen of gevolg word en van werknemers na nuwelinge in die organisasie oorgedra word, dat **leiers** ’n belangrike rol speel binne die bepaalde organisasie en dat die groep **sekere basiese aannames deel**.

Daarna is joernalistieke werkswyse bekyk en kernelemente daarvan is geïdentifiseer. Die kernelemente van joernalistieke werkswyse soos deur die navorser geïdentifiseer is: **nuusseleksie, nuusinsameling en -verifikasie**, **kompetisie** en **nuuskantoorkultuur**.

Volgende is Maroela Media se nuuskantoor onder die loep geneem en die navorser het na hul unieke werkswyse gekyk. Die kernelemente van joernalistieke werkswyse, soos deur die navorser geïdentifiseer, is gemeet aan Maroela Media se werkswyse.

Om die hoofstuk af te sluit het die navorser ’n tabel voorgehou waarin Maroela Media se praktiese werkswyses opgesom word in die lig van die kernelemente van organisasiekultuur en joernalistieke werkswyse. Dit het ten doel om navorsingsvrae 1.4.2, naamlik “Wat is die kernelemente van organisasiekultuur wat op joernalistieke werkswyse van toepassing gemaak kan word?”, en 1.4.3, naamlik “Wat is die kernelemente van joernalistieke werkswyse in Maroela Media se nuuskantoor betreffende nuuskeuses en die nuuswaardes onderliggend daaraan?”, deels te kon beantwoord. Die res van dié vraag is eers na die empiriese gedeelte van die studie (Hoofstuk 5) beantwoord.

Hoofstuk 4 verduidelik hoe die navorser die navorsing ontwerp en uitgevoer het om die spesifieke navorsingsvrae 1.4.3, 1.4.4 en 1.4.5, asook die algemene navorsingsvraag, te beantwoord. Aangesien kwalitatiewe navorsing inligting gebruik wat in die vorm van woorde, prente, opnames of foto’s voorkom, het die navorser verduidelik hoekom ’n kwalitatiewe navorsingsbenadering hier die gepaste keuse is. Die navorsingsmetodes, naamlik die literatuurstudie, kwalitatiewe inhoudsanalise en semi-gestruktureerde onderhoude, is verduidelik en gemotiveer as korrekte keuse van metode van data-insameling vir dié studie.

Die meetinstrument wat gebruik is vir die inhoudsanalise is ook in dié hoofstuk voorgehou. Die navorser het verduidelik hoeveel fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke op elke platform waar dit by Maroela Media ontvang word, in die tydperk van studie verskyn het en hoe die sifting van e-posse en die WhatsApp-fone en die onderhoude gedoen is.

Hoofstuk 5, die empiriese beskrywing en ontleding van die data, bied ’n beskrywing en ontleding van eerstens die 40 fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke wat in die tydperk van studie aan

Maroela Media gestuur is en tweedens die onderhoude wat met agt joernaliste van Maroela Media gevoer is.

Die navorser het vasgestel meer as die helfte (25) van die 40 fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke was Covid-19-verwant. Die nuuswaarde van emosie was by al die fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke teenwoordig en relevansie by die helfte (20). Die algemene navorsingsvraag is ook aan die einde van dié hoofstuk beantwoord, naamlik "Wat is die wisselwerking tussen die verskynsel van fopnuus en die joernalistieke werkswyse in Maroela Media se nuuskantoor?"

Hoofstuk 6 vat die studie saam, verskaf 'n oorsig van die studie en bied die resultate aan.

Tabel 6.1: Spesifieke navorsingsvrae en -doelstellings en hul hoofstukverwysings

Navorsingsvraag	**Navorsingsdoelstelling**	**Hoofstukverwysing**
NV1: Hoe word fopnuus in die literatuur geklassifiseer en kan spesifieke nuuswaardes aan die hand van die klassifikasie aan fopnuus gekoppel word?	ND1: Om aan die hand van 'n literatuurstudie te bepaal hoe fopnuus geklassifiseer word en aan die hand van 'n literatuurstudie te bepaal watter spesifieke nuuswaardes aan die fopnuus gekoppel kan word.	Hoofstuk 2 (sien Tabel 2.1)
NV2: Wat is die kernelemente van organisasiekultuur wat op joernalistieke werkswyse van toepassing gemaak kan word?	ND2: Om aan die hand van 'n literatuurstudie vas te stel wat die kernelemente van organisasiekultuur is wat op joernalistieke werkswyse van toepassing gemaak kan word.	Hoofstuk 3 (sien Figuur 3.1 en Tabel 3.1)
NV3: Wat is die kernelemente van joernalistieke werkswyse in Maroela Media se nuuskantoor betreffende nuuskeuses en die nuuswaardes onderliggend daaraan?	ND3: Om deur middel van semi-gestruktureerde onderhoude te bepaal wat die aard van die joernalistieke werkswyse in Maroela Media se nuuskantoor is wat betref die nuuskeuses en die nuuswaardes onderliggend daaraan.	Hoofstukke 2, 3 (deels) en 5
NV4: Hoe kan nuuswaardes aan die verskillende tipes fopnuus gekoppel word wat in die tydperk van studie geïdentifiseer is?	ND4: Om aan die hand van 'n inhoudsanalise te bepaal hoe kan nuuswaardes aan die verskillende tipes fopnuus gekoppel word wat in die tydperk van studie geïdentifiseer is.	Hoofstukke 2 en 5
NV5: Tot watter mate, al dan nie, het fopnuus die werkswyse van Maroela Media se nuusspan (joernaliste en	ND5: Om deur middel van semi-gestruktureerde onderhoude te bepaal tot watter mate, al dan nie, fopnuus die werkswyse van	Hoofstukke 2 en 5

nuusredakteurs) verander met betrekking tot nuusseleksie?	Maroela Media se nuusspan (joernaliste en nuusredakteurs) verander het met betrekking tot nuusseleksie.	

Tabel 6.2: Sentrale teoretiese stellings en hul hoofstukverwysings

Sentrale teoretiese stelling	**Hoofstukverwysing**
STS1: Fopnuus is nuus (of inligting) wat vervals of verdraai word om gehore (kykers, lesers en verbruikers) met opset om die bos te lei en versprei word, dikwels via sosiale media, vir winsmarge of invloed of om die spot te dryf met persone of gebeure. Dit word dikwels voorgehou as ernstige of ware joernalistiek en gereeld aangewend vir politieke gewin, om ’n sameswerингsteorie te laat posvat of om mense aan ware feite en verifieerbare stories te laat twyfel.	Hoofstuk 2
STS2: Fopnuus kan geklassifiseer word in sewe hooftipes, naamlik satire of parodie, misleidende nuus wat in die verkeerde konteks aangebied word, slordige beriggewing wat ’n sekere agenda dien, nuus wat opsetlik misleidend is, vervalste verbindings, gemanipuleerde inhoud en kliekaas.	Hoofstuk 2
STS3: Nuuswaardes is ’n stel kriteria wat media-organisasies en joernaliste elke dag gebruik in die nuusseleksieproses om stories of gebeurtenisse te selekteer om gepubliseer te word in ’n koerant of op ’n webtuiste, radio- of televisieprogram. Dit is ’n omvangryke lys wat vir die studie saamgestel is: slegte nuus, oudiovisuele elemente, kontinuïteit, emosie, die elite, relevansie, deelbaarheid, verrassing en sterstatus van die joernalis.	Hoofstuk 2
STS4: Organisasiekultuur is die bepaalde kultuur van ’n sekere groep mense binne ’n organisasie en word sosiaal onderhou deur daardie groep. Rituele, roetines en sekere praktyke word deur die bepaalde groep beoefen of gevolg en van werknemers na nuwelinge in die organisasie oorgedra. Leiers speel ’n belangrike rol binne die bepaalde organisasie en die groep deel sekere basiese aannames.	Hoofstuk 3

6.3 Metodes en bevindings

Hierdie studie het drie metodes gebruik om data in te samel, naamlik ’n volledige literatuurstudie (Hoofstuk 2), ’n kwalitatiewe inhoudsanalise (Afdelings 4.3.2 en 5.3), asook semi-gestruktureerde onderhoude (Afdelings 4.4 en 5.5).

Hiernaas volg ’n bondige opsomming van die bevindings (Hoofstuk 5):

- Nuusseleksie word daagliks (byna uurliks) gedoen as deel van Maroela Media se joernalistieke werkswyse en in hierdie proses word die nuuswaardes van relevansie en slegte nuus vooropgestel. Slegs een joernalis het emosie vooropgestel.
- In terme van nuusseleksie gebruik joernaliste en redakteurs elke dag nuuswaardes, volgens STS3 (“’n Stel kriteria wat media-organisasies en joernaliste elke dag gebruik in die nuusseleksieproses om stories of gebeurtenisse te selekteer om gepubliseer te word in ’n

koerant of op ’n webtuiste, radio- of televisieprogram”) om te bepaal watter stories geselekteer word. Maroela Media se kriteria en werkswyse is van so ’n aard dat hulle fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke onderskep, deels omdat relevansie vir hulle vooropgestel word en al die fopnuus wat hulle in die tydperk van studie ontvang het emosie as die hoof- gekoppelde nuuswaarde het.

- Nuusinsameling en -verifikasie, as kernelement van joernalistieke werkswyse, sluit ’n kultuur van verifikasie in wat deel vorm van die werkswyse en deur die hele Maroela Media-nuusspan gedeel word. Etiek en etiese optrede as integrale deel van die nuusinsameling en -verifikasieproses by Maroela Media is ’n praktyk wat die hele groep toepas. Dit dra op sy beurt by tot akkuraatheid van berigte.

- Daar word konstant nuus ingesamel en geverifieer deur die hardenuusspan by Maroela Media. Deur ’n kultuur van etiese optrede en ’n praktyk van verifikasie te volg in hul daaglikse handeling dra dit by tot die nie-publisering van fopnuus op hierdie webtuiste.

- Sekere aspekte, soos syfers oor trefkrag en lesersgetalle, is vir die joernaliste by Maroela Media belangrik en hulle hou dit dop, deel dit met die groep en hou dit in stand. Kompetisie is vir almal belangrik maar sommige van die joernaliste ervaar dit meer positief as ander. Alhoewel kompetisie en syfers ’n rol speel is dit nie die vernaamste dryfveer vir die manier hoe hulle stories doen en publiseer nie. Dit blyk die leiers van die groep, naamlik die redakteur en nuusredakteur, onderhou oop kommunikasiekanale en luister wanneer joernaliste sê dat ’n berig nog nie gereed is vir publikasie of ’n sekere bron nie wil instem tot ’n onderhoud nie.

- Deel van die werkswyse by Maroela Media is die teenwoordigheid van stelsels wat deur die groep onderhou word, soos ’n vaste kopievloeiproses wat foute help keer. Foute word as prioriteit hanteer, leiers speel ’n belangrike rol deur die prosesse in stand te hou en daar is gevolge as ’n joernalis daarvan afwyk.

- Die kultuur van etiese optrede wat tot gevolg het dat die praktyk van verifikasie toegepas word en dat akkuraatheid bó spoed geag word, is hier vooraan. Wanneer leiers afwesig is en minder ervare joernaliste wat nog nie ingeburger is in die stelsel nie alleen gelaat word, kán foute insluip, alhoewel dit die uitsondering is.

- Die organisasiekultuur in die nuuskantoor van Maroela Media en die joernalistieke praktyke wat gevolg word, is van so ’n aard dat die opkoms van fopnuus nie die werkswyse verander het nie.

- Die kulktuur en praktyke wat in plek is by Maroela Media is van so aard dat dit keer dat fopnuus gepubliseer word. Daar is ’n stelsel en verstandhouding wat sosiaal onderhou word binne die organisasie en leiers speel ’n baie belangrike rol binne die organisasie. Nie nét leiers in die vorm van redakteur of nuusredakteur nie maar selfs senior, meer ervare joernaliste waarby minder ervare joernaliste kan leer deur waarneming. Die groep deel sekere basiese aannames soos dat etiek uiters belangrik is, kompetisie en spoed is belangrik isen syfers en trefslae (soos op Google Analytics weergegee) nie belangriker is as akkuraatheid en etiese optrede nie. Dit blyk dat ’n ervare hekwagter wat deel uitmaak van die verifikasiestelsel binne die organisasiekultuur van Maroela Media ’n bydrae maak om fopnuus te beperk.
- Die presiese werkswyses en praktyke van Maroela Media se nuuskantoor is nie stapsgewys opgeteken in ’n handleiding nie.

6.4 Navorsingsuitdagings

Tesame met die inwerkingtreding van die Wet op die Beskerming van Persoonlike Inligting (4 van 2013) op 1 Julie 2021 wou Maroela Media seker maak dat die navorser nie enige persoonlike inligting soos e-posadresse of telefoonnommers van lesers wat vir die nuusorganisasie nuuswenke en ander inligting stuur, sou gebruik nie en dit veilig en vertroulik hanteer. Die navorser het dit nagekom.

Die navorser het ook persoonlike uitdagings in die vorm van ’n Covid-19-infeksie ondervind wat veroorsaak het dat hierdie studie vir sowat een maand, ná data vir die inhoudsanalise ingesamel is (maar voor die semi-gestruktureerde onderhoude gedoen is), moes stilstaan totdat sy fisiek herstel het.

6.4.1 Navorsingsbeperkings

Soos in die inleidende hoofstuk van die studie genoem was onvoorspelbare dimensies, soos ’n tekort aan fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke, ’n element wat die studie sou kon beperk. In die hoofstuk het die navorser genoem die risiko kon oorbrug word deur die tydperk waarin die fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke ingesamel word te verleng.

Dit is presies wat die navorser gedoen het (sien Afdeling 4.4). Die aanvanklike twee maande is na sewe maande verleng en genoeg fopnuus is ingesamel om ’n deeglike, betroubare studie uit te voer.

Hierdie studie is verder beperk in die sin dat dit net handel oor die wisselwerking van fopnuus met Maroela Media se nuuskantoor; die resultate geld dus net vir hierdie spesifieke nuusorganisasie.

Dit is ’n klein nuusorganisasie wat dit moontlik of makliker maak om seker prosesse en rituele te volg. Dit is moontlik nie die geval by groot nuusorganisasies nie.

6.5 Aanbevelings

6.5.1 Aanbevelings vir Maroela Media

- Die skep van ’n geskrewe handleiding of inligtingsgids vir nuwelinge waarin werkswyses, bv. prosesse vir verifikasie, saamgevat kan word. Dit kan ook stappe insluit vir verifikasie en die hantering van probleemgevalle. Die gedeelde praktyke, hoewel effektief, is nie noodwendig opgeteken nie en word eerder op nie-tasbare maniere, soos waarneming en verduideliking, oorgedra.

- Die inwerkingstelling van ’n beleid wat bepaal hoe die nuuskantoor moet optree wanneer fopnuus gepubliseer word. Die beleid kan insluit hoe opgetree word teen joernaliste, sowel as hoe die webtuiste dit hanteer. Dit kan help met die vestiging van praktyke wat kan voortbestaan al verander personeellede.

- Die hekwagterspos moet versterk word aangesien dit ’n sleutelrol speel in fopnuusfiltrering. Daar moet nog ’n hekwagter aangestel word of iemand moet opgelei word wat kan instaan in die sleutelposisie.

- Die skep van ’n afmerklysie met gevaartekens wanneer ander opsies vir verifikasie nie beskikbaar is nie. Dit kan in die handleiding ingesluit word.

6.5.2 Aanbevelings vir toekomstige studies wat uit dié een mag voortspruit

- Luidens die literatuur word fopnuus dikwels met kwaadwillige bedoelings rondgestuur of om geld te maak. Maar is dit regtig die geval met elke fopnuusberig, -boodskap of -wenk wat by nuusorganisasies soos Maroela Media beland? Sien lesers dit nie soms as hul morele plig om ander te waarsku oor iets wat hulle dínk potensieel gevaarlik kan wees nie? Die navorser is van mening dat die redes waarom lesers fopnuus vir Maroela Media aanstuur verdere ondersoek werd is.

- Soortgelyke studies met ander nuusorganisasies waar die organisasiekultuur anders is. Kry nuusorganisasies waarvoor lesers vir die inhoud moet betaal minder of meer fopnuusberigte, -boodskappe en -wenke van lesers? En hoe hanteer hulle dit?

6.6 Gevolgtrekking

In hierdie hoofstuk is die hele studie sinvol saamgevat en het die navorser verduidelik in watter hoofstukke al die navorsingsvrae en hul ooreenstemmende navorsingsdoelstellings bereik is (sien Tabelle 6.1 en 6.2).

Die navorser het die studie afgesluit met aanbevelings vir Maroela Media, asook aanbevelings vir toekomstige studies wat uit dié een kan voortspruit.

BIBLIOGRAFIE

Abu-Jarad, I.Y., Yusof, N., & Nikbin, D. 2010. A review paper of organizational culture and organizational performance. *International Journal of Business and Social Science*, 1(3):26-46.

Allcott, H., & Gentzkow, M. 2017. Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 30(2):211-236.

Alvesson, M. 2013. *Understanding organizational culture*. 2de uitg. Londen: Sage Publications.

Babbie, E., & Mouton, J. 2001. *The practice of social research*. Kaapstad: Oxford University Press.

BBC. 2020. *Coronavirus: YouTube bans “medically unsubstantiated” content*. 22 Apr. https://www.bbc.com/news/technology-52388586?at_medium=custom7&at_custom3=BBC+News&at_campaign=64&at_custom4=C8A14FD2-84C1-11EA-9CC1-67A1FCA12A29&at_custom1=%5Bpost+type%5D&at_custom2=facebook_page&fbclid=IwAR2jg-JlbaIObXJAUcSkoqC6XwdaCE5wp54pMyKJVmQwzO3OL5ukonsdPqI Datum van gebruik: 13 Mei 2020.

Beale, S. 2016. *9 factors that help define news value for journalists*. https://www.agilitypr.com/pr-news/journalism/9-factors-help-define-news-value-journalists/ Datum van gebruik: 1 Aug. 2018.

Brandtzæg, P.B., Lüders, M., Spangenberg, J., Rath-Wiggings, L., & Følstad, A. 2015. Emerging journalistic verification practices concerning social media. *Journalism Practice,* 10(3):1-20.

Breed, W. 1955. Social control in the newsroom: a functional analysis. *Social Forces*, 33(4):326-335.

Breitbart News. 2016. *#DumpKelloggs: breakfast brand blacklists Breitbart, declares hate for 45,000,000 readers*. https://www.breitbart.com/politics/2016/11/30/dumpkelloggs-kelloggs-declares-hate-45-million-americans-blacklisting-breitbart/ Datum van gebruik: 14 Nov. 2021.

Brighton, P., & Foy, D. 2007. *News values*. Londen: Sage Publications.

Brolley, B. 2019. *Why people believe Harry and Meghan are lying about baby Archie*. https://www.thelist.com/158533/why-people-believe-harry-and-meghan-are-lying-about-baby-archie/ Datum van gebruik: 11 Mei 2020.

Burns, L.S. 2002. *Understanding journalism*. Londen: Sage Publications.

Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus. g.d. *Fake news*. https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/fake-news Datum van gebruik: 10 Feb. 2020.

Caple, H. 2018. News and newsworthiness. *Oxford Research Encyclopedia of Communication:*1-21*.* DOI: 10.1093/acrefore/9780190228613.013.850

Caple, H., & Bednarek, M. 2016. Rethinking news values: what a discursive approach can tell us about the construction of news discourse and news photography. *Journalism*, 17(4):435-455.

Chabalala, J. 2018. State capture inquiry to start on August 20. *News24*, 27 Jul. https://www.news24.com/SouthAfrica/News/state-capture-inquiry-to-start-on-august-20-20180727 Datum van gebruik: 3 Jun. 2019.

Chai, W. 2021. *Google Analytics*. https://searchbusinessanalytics.techtarget.com/definition/Google-Analytics Datum van gebruik: 10 Nov. 2021.

Chen, A. 2017. The fake-news fallacy: old fights about radio have lessons for new fights about the internet. *New Yorker*, 93(26):78-83.

Chen, Y., Conroy, N.J., & Ruben, V.L. 2015. *Misleading online content: recognizing clickbait as "false news"*. Conference proceedings of the 2015 ACM on Workshop on Multimodal Deception Detection. pp. 15-19. DOI:10.1145/2823465.2823467

Coddington, M. 2015. *Telling secondhand stories: news aggregation and the production of journalistic knowledge*. Austin: University of Texas. (Verhandeling – PhD).

Coddington, M. 2019. *Aggregation and journalism*. https://oxfordre.com/view/10.1093/acrefore/9780190228613.001.0001/acrefore-9780190228613-e-778 Datum van gebruik: 2 Des. 2021.

Cohen, N.S. 2019. At work in the digital newsroom. *Digital Journalism*, 7(5):571-591.

Crate, L. 2017. Fake news vs. real news. *Education Digest*, 83(1):4.

Cunliffe-Jones, P., Gaye, S., Gichunge, W., Onumah, C., Pretorius, C., & Schiffrin, A. 2020. The state of media literacy in Sub-Saharan Africa 2020 and a theory of misinformation literacy. In: Cunliffe-Jones, P., Diagne, A., Finlay, A., Gaye, S., Gichunge, W., Onumah, C., … Schiffrin, A., reds. *Misinformation policy in Sub-Saharan Africa: from laws and regulations to media literacy*. (CAMRI policy briefs and reports 7). Londen: University of Westminster Press. pp. 9-95.

Czarnecki, S. 2018. *A guide to the 7 types of fake news from Storyful's new editor* [Bloginskrywing]. https://www.prweek.com/article/1455046/guide-7-types-fake-news-storyfuls-new-editor Datum van gebruik: 2 Des. 2021.

Dalay, N. 2020. *Fake animal news abounds on social media as coronavirus upends life*. https://www.nationalgeographic.com/animals/article/coronavirus-pandemic-fake-animal-viral-social-media-posts Datum van gebruik: 24 Sept. 2021.

Departement van samewerkende regering en tradisionele sake (Suid-Afrika). 2020. Wet op R.ampbestuur, 2002 (Wet no. 57 van 2002): Regulasies uitgereik ingevolge artikel 27(2) van die Wet op Rampbestuur. (Kennisgewing 318). *Staatskoerant*, 43107:24, 18 Maart.

De Wee, M., & Marais, J. 2020. Kapenaar in hof oor hy glo fopnuus oor virus versprei. *Netwerk24*, 7 Apr. https://www.netwerk24.com/Nuus/Hof/kapenaar-in-hof-oor-hy-glo-fopnuus-oor-virus-versprei-20200407 Datum van gebruik: 9 Mei 2020.

Denison, D.R., Haaland, S., & Goelzer, P. 2002. *Corporate culture and organizational effectiveness: is there a similar pattern around the world?* https://growthorientedsustainableentrepreneurship.files.wordpress.com/2016/07/oc-corporate-culture-and-organizational-effectiveness.pdf Datum van gebruik: 4 Aug. 2020.

Denison, D.R., & Mishra, A.K. 1995. Toward a theory of organizational culture and effectiveness. *Organization Science*, 6(2):204-223.

Denzin, N.K. 1970. *The research act: a theoretical introduction to sociological methods*. Londen: Transaction Publishers.

Desai, S., Mooney, H., & Oehrli, J.A. g.d. *"Fake news," lies and propaganda: how to sort fact from fiction*. https://guides.lib.umich.edu/fakenews Datum van gebruik: 28 Apr. 2020.

Deuze, M. 2005. What is journalism?: Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism,* 6(4):442-464. DOI: 10.1177/1464884905056815

Deuze, M. 2007. *Media work*. Cambridge: Polity Press.

Deuze, M., & Steward, B. 2010. *Managing media work*. Londen: Sage Publications.

Deuze, M., & Witschge, T. 2018. Beyond journalism: theorizing the transformation of journalism. *Journalism*, 19(2):166-169.

Dlulane, B. 2019. SANDF says man in parachute accident at inauguration is not in ICU. *EWN*, 26 Mei. https://ewn.co.za/2019/05/26/sandf-says-man-in-parachute-accident-at-inauguration-is-not-in-icu Datum van gebruik: 2 Mrt. 2020.

Drozdek, A. 2015. Media ethics. In: Wright, J.D., ed. *International encyclopedia of the social & behavioral sciences*. 2de uitg. Amsterdam: Elsevier. pp. 42-47.

Du Plooy, G.M. 2009. *Communication research: techniques, methods and applications*. 2de uitg. Kaapstad: Juta.

Duncan, D. 1989. Content analysis in health education research: an introduction to purposes and methods. *Health Education*, 20(7):27-31.

Edson, C., Tandoc, Jr., Jenkins, J., & Craft, S. 2018. Fake news as a critical incident in journalism. *Journalism Practice*, 13(6):1-18.

Eilperin, J., & Entous, A. 2016. Russian operation hacked a Vermont utility, showing risk to U.S. electrical grid security, officials say. *Washington Post*, 30 Des. https://www.washingtonpost.com/world/national-security/russian-hackers-penetrated-us-electricity-grid-through-a-utility-in-vermont/2016/12/30/8fc90cc4-ceec-11e6-b8a2-8c2a61b0436f_story.html Datum van gebruik: 11 Mei 2020.

Eitel, B. 2018. How journalists are battling fake news. https://www.nabshowny.com/why-new-york/how-journalists-are-battling-fake-news Datum van gebruik: 5 Sept. 2018.

Electoral Commission of South Africa. 2019. *Electoral Commission launches online reporting platform for digital disinformation*. (Persverklaring, 1 Apr.). https://www.elections.org.za/pw/News-And-Media/News-List/News/News-Article/Electoral-Commission-launches-online-reporting-platform-for-digital-disinformation?a=AISDGvpz75ps1usOfX7oii/bLEHfE5ipHwiO3EewHFY= Datum van gebruik: 13 Mei 2020.

Elo, S., & Kyngäs, H. 2008. The qualitative content analysis. *The Journal of Advanced Nursing*, 62(1):107-115.

Evon, D. 2017: The year in fauxtography. https://www.snopes.com/news/2017/12/29/2017-the-year-in-fauxtography/ Datum van gebruik: 6 Jun. 2019.

Feehery, J. 2015. Brian Williams: fake news, real news, and the state of journalism. *The Christian Science Monitor*, 11 Feb. https://www.csmonitor.com/USA/Politics/Politics-Voices/2015/0211/Brian-Williams-Fake-news-real-news-and-the-state-of-journalism Datum van gebruik: 10 Mrt. 2018.

Fowler, R. 1991. *Language in the news: discourse and ideology in the press*. New York: Routledge.

Fröjdh, B. 2021. *The news tip process: exploring the process from both the tipster and journalist perspective*. https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1597914/FULLTEXT01.pdf. Datum van gebruik: 10 Nov. 2021.

Funke, D., & Flamini, D. g.d. *A guide to anti-misinformation actions around the world*. https://www.poynter.org/ifcn/anti-misinformation-actions/ Datum van gebruik: 13 Mei 2020.

Gade, P.D., & Lowrey. W. 2011. *Changing the news: the forces shaping journalism in uncertain times*. New York: Routledge.

Gagnon, Y.C. 2010. *The case study as research method: a practical handbook*. Quebec: Presses de l'Université du Quebec.

Galtung, J., & Ruge, M.H. 1965. The structure of foreign news. *Journal of Peace Research*, 2(1):64-91.

Gelfert, A. 2018. Fake news: a definition. *Informal Logic*, 38(1). DOI10.22329/il.v38i1.5068

Gericke, M. 2020. “Ace kon nie vir altyd wegkruip,” sê DA in VS. *Netwerk24*, 10 Nov. https://www.netwerk24.com/Nuus/Politiek/ace-kon-nie-vir-altyd-wegkruip-se-da-in-vs-20201110 Datum van gebruik: 20 Sept. 2021.

Gerring, J. 2004. What is a case study and what is it good for? *American Political Science Review,* 98(2):341-354*.*

Golafshani, N. 2003. Understanding reliability and validity in qualitative research. *The Qualitative Report*, 8(4):597-607.

Graneheim, U.H., & Lundman, B. 2004. Qualitative content analysis in nursing research: concepts, procedures and measures to achieve trustworthiness. *Nurse Education Today*, 24(2):105-112.

Griffiths, N. 2010. *Factors affecting the decision making of news editors in South Africa*. Pretoria: Universiteit van Pretoria. (Verhandeling – MBA).

Griffiths, S. 2014. Can beer make you smarter? Hop compound boosts brain function - but you'd need to drink 3,500 PINTS a day. *Daily Mail*, 30 Sep. http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-2774800/Can-beer-make-smarter-Hop-compound-boosts-brain-function-d-need-drink-3-500-PINTS-day.html Datum van gebruik: 24 Jun. 2018.

Gupta, S. 2016 Trump supporters call to boycott Pepsi over comments the CEO never made. *CNN*, 16 Nov. https://money.cnn.com/2016/11/16/news/companies/pepsi-fake-news-boycott-trump/ Datum van gebruik: 6 Jun. 2019.

Haag, M., & Salam, M. 2017. Gunman in "pizzagate" shooting is sentenced to 4 years in prison. *The New York Times*, 22 Jul. https://www.nytimes.com/2017/06/22/us/pizzagate-attack-sentence.html Datum van gebruik: 2 Des. 2021.

Harcup, T., & O'Neill, D. 2016. What is news? News values revisited (again). *Journalism Studies*, 18(12):1470-1488. DOI:10.1080/1461670X.2016.1150193

Harrell, M.C., & Bradley, M.A. 2009. *Data collection methods: semi-structure interviews and focus groups*. Santa Monica, CA: RAND National Defense Research Institute.

Harrower, T. 2010. *Inside reporting. a practical guide to the craft of journalism*. 2de uitg. New York: McGrawHill.

Harwood, T., & Garry, T. 2003. An overview of content analysis. *The Marketing Review*, 3(4):479-498.

Hatch, M.J., & Schultz, M. 1997. Relations between organizational culture, identity and image. *European Journal of Marketing*, 31(5/6):356-365.

Hazelton, A. 2021. Once upon Covid-19: a tale of misleading information going viral. In: Giusti, S., & Piras, E., reds. *Democracy and fake news: information manipulation and post-truth politics*. New York: Routledge. pp. 92-103.

Hermida, A., Lewis, S.C., & 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 ComputerMediated Communication*, 19:479-499. DOI:10.1111/jcc4.12074

Hofstede, G. 2001. *Culture's consequence*. 2de uitg. Newbury Park, CA: Sage Publications.

Horner, W. 2021. Want a peek at post-Covid life? Check out Gibraltar. *Wall Street Journal*, 28 Apr. https://www.wsj.com/livecoverage/covid-2021-04-28/card/nNqMBrv1kwrUNTI3aVUD Datum van gebruik: 13 Okt. 2021.

Horton, J., Macve, R., Struyven, G. 2004. Qualitative research: experiences in using semi-structured interviews. In: Humphrey, C., & Lee., B., reds*. The real life guide to accounting research: a behind the scenes view of using qualitative research methods*. Amsterdam: Elsevier. pp. 339-358.

Hsieh, H., & Shannon, S.E. 2005. Three approaches to qualitative analysis. *Qualitative Health Research*, 15(9):1277-1288.

Hunt, E. 2016. What is fake news? How to spot it and what you can do to stop it. *The Guardian*, 17 Des. https://www.theguardian.com/media/2016/dec/18/what-is-fake-news-pizzagate Datum van gebruik: 2 Des. 2021.

Jacobson, L. 2016. *No, someone wasn't paid $3,500 to protest Donald Trump; it's fake news* [Bloginskrywing, 17 Nov.]. https://www.politifact.com/truth-o-meter/statements/2016/nov/17/blog-posting/no-someone-wasnt-paid-3500-protest-donald-trump-it/ Datum van gebruik: 2 Sept. 2019.

Johnson, J. 2017. *The five types of fake news*. https://www.huffpost.com/entry/the-five-types-of-fake-ne_b_13609562 Datum van gebruik: 3 Sept. 2019.

Katsaounido, A., Vrysis, L., Kotsakis, R., Dimoulas, C., & Veglis, A. 2019. MAthE the game: a serious game for education and training in news verification. *Education Sciences*, 9(2). DOI:10.3390/educsci9020155

Kisuke, C.S. 2005. *An investigation of the role of news values in the selection of news sources in a contemporary third world newspaper: a case study of the Daily Nation newspaper*. Makhanda: Rhodes Universiteit. (Skripsie – MA).

Klein, D.O., & Wueller, J.R. 2017. Fake news: a legal perspective. *Journal of Internet Law*, 20(10).

Knight, M. 2011. *The orgin of stories: how journalists find and create news in an age of social media, competition and churnalism*. Cardiff: Future of Journalism Conference.

Kovach, B., & Rosenstiel, T. 2007. *The elements of journalism*. New York: Three Rivers Press.

Kshetri, N., & Voas, J. 2017. The economics of “fake news”. *IT Professional*, 19(6):8-12.

Lazer, M.J., Baum, M.A., Benkler, Y., Berinsky, A.J., Greenhill, K.M., … Zittrain, J. 2018. The science of fake news. *Science*, 359(6380):1094-1096.

LeCompte, M. D., Goetz, J. P. 1982. Problems of reliability and validity in ethnographic research. Review of Educational Research, 52(1):31-

Lehman-Wilzig, S.N., & Seletzky, M. 2010. Hard news, soft news, “general” news: the necessity and utility of an intermediate classification. *Journalism*, 11(1):37-56.

Letshaba, T. 2020. Senekal businessman André Pienaar granted R15 000 bail. *SABC*, 19 Okt. https://www.sabcnews.com/sabcnews/senekal-businessman-andre-pienaar-granted-r15-000-bail/ Datum van gebruik: 20 Sept. 2021.

Lim, J. 2012. The mythological status of the immediacy of the most important online news. *Journalism Studies*, 13(1):71-89.

Longhurst, R. 2016. Semi-structured interviews and focus groups. In: Clifford, N., Cope, M., Gillespie, T., & French, S., reds. *Key methods in geography*. 3de uitg. Los Angeles: Sage Publications. pp. 143-156.

Loveless, M. 2021. Information and democracy: fake news as an emotional weapon. In: Giusti, S., & Piras, E., reds. *Democracy and fake news: information manipulation and post-truth politics*. New York: Routledge. pp. 64-76.

Luther, J., Pheiffer, F., & Gouws, R.H. 2015. *HAT: handwoordeboek van die Afrikaanse taal*. 6de uitg. Kaapstad: Pearson.

Maier, S.R. 2010: Newspapers offer more news than do major online sites. *Newspaper Research Journal*, 31(1).

Marda, V., & Milan. S. 2018. Wisdom of the crowd: multistakeholder perspectives on the fake news debate. DATACTIVE Ideas Lab.

Masterclass. 2021. *What is ethics in journalism? Learn about journalism ethics with tips from legendary journalist Bob Woodward*. https://www.masterclass.com/articles/what-is-ethics-in-journalism-learn-about-journalism-ethics-with-tips-from-legendary-journalist-bob-woodward#what-are-ethics-in-journalism Datum van gebruik: 11 Nov. 2021.

McGonagle, T. 2017. “Fake news”: false fears or real concerns? *Netherlands Quarterly of Human Rights*, 35(4) 203-209. DOI:10.1177/0924051917738685

McGregor, J. 2002. Restating news values: contemporary criteria for selecting the news. https://www.researchgate.net/publication/228774915_Restating_news_values_Contemporary_criteria_for_selecting_the_news Datum van gebruik: 2 Des. 2021.

Mchunu. T. 2020. *Keeping WhatsApp personal and private*. (Persverklaring, 7 April 2020) https://blog.whatsapp.com/Keeping-WhatsApp-Personal-and-Private/?lang=en Datum van gebruik: 8 Des. 2021.

Morule, I. 2019. Facebook focuses on election integrity ahead of South Africa’s national elections. [e-pos] 19 Apr. 2019.

Moses, L. 2017. *How celebrity death hoaxes power fake news*. https://digiday.com/media/queen-elizabeth-is-not-dead/ Datum van gebruik: 11 Mei 2020.

Muijs, D. 2004. *Doing quantitative research in education with SPSS*. Londen: Sage Publications.

Ordway, D. 2017. *Fake news and the spread of misinformation*. https://journalistsresource.org/studies/society/internet/fake-news-conspiracy-theories-journalism-research/ Datum van gebruik: 3 Sept 2021.

Ouchi, W.G., & Wilkins, A.L. 1985. Organizational culture. *Annual Review of Sociology* 11(1):457-483.

Our World in Data. 2021. *Gibraltar: Coronavirus pandemic country profile*. https://ourworldindata.org/coronavirus/country/gibraltar. Datum van gebruik: 13 Okt. 2021.

Oxford Learner’s Dictionaries. g.d. *Fake news*. https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/fake-news Datum van gebruik: 28 Apr. 2020.

Parks, P. 2019. Textbook news values: stable concepts, changing choices. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 19(3):784-810. DOI:10.1177/1077699018805212

Paulussen, S., & Ugille, P. 2008. User generated content in the newsroom: professional and organisations constraints on participatory journalism. *Westminster Papers in Communication and Culture*, 5(2):24-41.

Perreault, M.F., & Perreault, G.P. 2021. Journalists on Covid-19 journalism: communication ecology of pandemic reporting. *American Behavioral Scientist*, 65(7):976-991.

Peters, M.A., Rider, S., Hyvönen, M., & Besley, T., reds. 2018. *Post-truth, fake news: viral modernity & higher education*. Gateway East, Singapoer: Springer.

Preston, P. 2009. *Making the news: journalism and news cultures in Europe*. New York: Routledge.

Quinn, S. 2002. *Knowledge management in the digital newsroom*. Oxford: Focal Press.

Ramaphosa, C. 2020. Message by President Cyril Ramaphosa on COVID-19 pandemic. (Toespraak, 19 Apr.). http://www.thepresidency.gov.za/speeches/message-president-cyril-ramaphosa-covid-19-pandemic-0 Datum van gebruik: 11 Okt. 2021.

Rauchfleisch, A., Arto, 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*, July-September:1-13. DOI:10.1177/2056305117717888

Real411. *Keeping it real in digital media*. https://www.real411.org/learn Datum van gebruik: 3 Jun. 2019.

Reimann, N. 2021. Catholics should avoid Johnson & Johnson vaccine if others available, official U.S. group says. *Forbes*, 2 Mrt. https://www.forbes.com/sites/nicholasreimann/2021/03/02/catholics-should-avoid-johnson--johnson-vaccine-if-others-available-official-us-group-says/?sh=7a82462542c6 Datum van gebruik: 11 Okt. 2021.

Reuters. 2021. *Fact check: courts have dismissed multiple lawsuits of alleged electoral fraud presented by Trump campaign*. 15 Feb. https://www.reuters.com/article/uk-factcheck-courts-election-idUSKBN2AF1G1 Datum van gebruik: 11 Okt. 2021.

Rini, R. 2017. Fake news and partisan epistemology. *Kennedy Institute of Ethics Journal*, 27(2).

Rodgers, J. 2017. *Good news in an era of fake news: the public is becoming wiser about how the media works*. http://theconversation.com/good-news-in-an-era-of-fake-news-the-public-is-becoming-wiser-about-how-the-media-works-73282 Datum van gebruik: 11 Mrt. 2018.

Sandelowski, M. 2001. Focus on research methods real qualitative researchers do not count: the use of numbers in qualitative research. *Research in Nursing & Health*, 24(3):230-240.

Scanlan, C. 2003. *Writing with deadlines: it takes more than one*. https://www.poynter.org/reporting-editing/2003/writing-with-deadlines-it-takes-more-than-one/ Datum van gebruik: 10 Nov. 2021.

Scanlan, C. 2013. *How journalists can become better interviewers*. https://www.poynter.org/reporting-editing/2013/how-journalists-can-become-better-interviewers/ Datum van gebruik: 22 Jun. 2021.

Schein. E.H. 2004. *Organizational culture and leadership*. 3de uitg. San Francisco: Jossey Bass.

Schow. A. 2017. The 4 types of "fake news". *Observer*, 1 Apr. http://observer.com/2017/01/fake-news-russia-hacking-clinton-loss/ Datum van gebruik: 12 Mrt. 2018.

Shellenberger, M. 2019. Why everything they say about the Amazon, including that it's the "lungs of the world" is wrong. *Forbes*, 26 Aug. https://www.forbes.com/sites/michaelshellenberger/2019/08/26/why-everything-they-say-about-the-amazon-including-that-its-the-lungs-of-the-world-is-wrong/#443d8d6f5bde Datum van gebruik: 2 Sept. 2019.

Shu, K., Sliva, A., Wang, S., Tang, J., & Liu, H. 2017. Fake news detection on social media: a data mining perspective. *ACM SIGKDD Explorations Newsletter*, 19(1):22-36. DOI:10.1145/3137597.3137600

Silverman, C., & Pham, S. 2018. *These are 50 of the biggest fake news hits on Facebook in 2018*. https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/facebook-fake-news-hits-2018 Datum van gebruik: 11 Mei 2020.

Struwig, F.W., & Stead, G.B. 2001. *Planning, designing and reporting research*. Kaapstad: Maskew Miller Longman.

Teddlie, C., & Tashakkori, A. 2009. *Foundations of mixed methods research: integrating quantitive and qualitative apporoaches in the social and behavioral sciences*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Taylor, B., Bogdan, S.J., & DeVault, M.L. 2016. *Introduction to qualitative research methods*. 4de uitg. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

The Brussels Times. 2020. *Crisis centre warns against fake news on social media*. 16 Mrt. https://www.brusselstimes.com/all-news/belgium-all-news/100680/crisis-centre-warns-against-fake-news-on-social-media/ Datum van gebruik: 13 Mei 2020.

The Collins English Dictionary. g.d. *Fake news*. https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/fake-news Datum van gebruik: 28 Apr. 2020.

The Onion. 2018. *Mother annoyed son playing video games on beautiful day when he could go outside to kill people*. https://ogn.theonion.com/mother-annoyed-son-playing-video-games-on-beautiful-day-1828310082 Datum van gebruik: 2 Des. 2021.

Unesco, Journalism. 'Fake news' & disinformation. 2018. https://en.unesco.org/sites/default/files/journalism_fake_news_disinformation_print_friendly_0.pdf Datum van gebruik: 7 Des. 2021.

Van der Meer, T., Verhoeven, P., Beentjes, J., & Vliegenhart, R. 2017. Disrupting gatekeeping practices: journalists' source selection in times of crisis. *Journalism,* 18(9):1107-1124.

Van Dijk, T.A. 1988. *News as discourse*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Vergeer, M. 2018. Incorrect, fake, and false. journalists' perceived online source credibility and verification behavior. *Observatorio*, 12(1):37-52. DOI:10.15847/obsOBS12120181126

Walliman, N. 2011. *Research methods, the basics*. Oxford: Routledge.

Wardle, C. 2014. Verifying user-generated content. In: Silverman, G., red. *The verification handbook. an ultimate guideline on digital age sourcing for emergency coverage*. Maastricht: The European Journalism Centre. pp. 25-34.

Wardle, C. 2017. *Fake news. It's complicated*. https://medium.com/1st-draft/fake-news-its-complicated-d0f773766c79 Datum van gebruik: 2 Des. 2021.

Wassermann, H. 2020. Fake news from Africa: Panics, politics and paradigms. *Journalism*, 21(1):3-16.

Watts, N. 2018. *5 types of "fake news" and why they matter*. https://www.ogilvy.com/ideas/5-types-fake-news-why-they-matter Datum van gebruik: 2 Des. 2021.

Wet op Rampbestuur 57 van 2002.

Wêreldgesondheidsorganisasie, 2021. Fighting misinformation in the time of COVID-19, one click at a time. https://www.who.int/news-room/feature-stories/detail/fighting-misinformation-in-the-time-of-covid-19-one-click-at-a-time Datum van gebruik: 7 Des. 2021.

White, A. 2017. *Fake news: how the business of the digital age threatens democracy*. https://ethicaljournalismnetwork.org/fake-news-business-democracy Datum van gebruik: 2 Des. 2021.

Zainal, Z. 2007. Case study as a research method. *Jurnal Kemanusiaan*, 5(1):1-6.

Zajechowski, M. 2020. The eight values that will make your content "newsworthy" [Bloginskrywing]. https://www.digitalthirdcoast.com/blog/values-content-newsworthy. Datum van gebruik: 8 Des. 2021.

Zeller, F., & Hermida, A. 2015. When tradition meets immediacy and interaction. The interaction of social media in journalists' everyday practices. *About journalism*, 4(1):106-119.

BYLAES

Bylaag 1: Toestemmingvorm

Toestemming om deel te neem aan ’n navorsingstudie

TITEL VAN STUDIE

Fopnuus, nuuswaardes en joernalistieke werkswyse: ’n Gevallestudie van Maroela Media

NAAM VAN NAVORSER

Yolandi Slatter

NAAM VAN STUDIELEIER

Me. Cornia Pretorius

Jy word gevra om deel te neem aan hierdie studie as deel van die voltooiing van die navorser (myself) se Magister Artium graad in Kommunikasie aan die Noordwes-Universiteit (NWU) se Potchefstroomkampus. Die uitslae van hierdie studie sal in die navorser se verhandeling met die bogenoemde titel vervat word. Deelname aan hierdie studie is vrywillig en dit staan jou vry om enige tyd aan die navorsing te onttrek sou jy dit so verkies. Jou deelname sal egter hoog op prys gestel word.

1. **DOEL VAN HIERDIE STUDIE?**

Die algemene doelstelling van hierdie studie is om vas te stel wat is die wisselwerking tussen die verskynsel van fopnuus en die joernalistieke werkswyse in Maroela Media se nuuskantoor.

Meer spesifiek beoog hierdie studie om;

i) Om aan die hand van ’n literatuurstudie te bepaal hoe fopnuus geklassifiseer word en aan die hand van ’n literatuurstudie te bepaal watter spesifieke nuuswaardes aan die fopnuus gekoppel kan word.

ii) Om aan die hand van ’n literatuurstudie vas te stel wat die kernelemente van organisasiekultuur is wat op joernalistieke werkswyse van toepassing gemaak kan word.

iii) Om deur middel van semi-gestruktureerde onderhoude te bepaal wat die aard van die joernalistieke werkswyse in Maroela Media se nuuskantoor is wat betref die nuuskeuses en die nuuswaardes onderliggend daaraan.

iv) Om aan die hand van ’n inhoudsanalise te bepaal hoe kan nuuswaardes aan die verskillende tipes fopnuus gekoppel word wat in die tydperk van studie deur Maroela Media geïdentifiseer is.

v) Om deur middel van semi-gestruktureerde onderhoude te bepaal tot watter mate, al dan nie, fopnuus die werkswyse van Maroela Media se nuusspan (joernaliste en nuusredakteurs) verander het met betrekking tot nuusseleksie.

2. WAT WORD VAN JOU VERWAG?

Die navorser versoek toegang tot die platform/s waarop nuuswenke aan Maroela Media gestuur word asook die WhatsApp-fone om te sien watter fopnuusberigte (prente, foto's, memes, grafika ens.) lesers aan Maroela Media aanstuur via hierdie platforms. Voorlopig sal 'n tydperk van twee maande se fopnuus gebruik word. Dit mag dalk verander afhangend van die volume ontvang. Die navorser sal die organisasie ten alle tye op hoogte hou van haar vordering en bewegings. Verder sal daar 'n semi-gestruktureerde onderhoud met elke deelnemer aan wie dié vorm gestuur word, gevoer word. Dié navorsing sal by Maroela Media se kantore in Kloofsig, Centurion plaasvind.

3. PRIVAATHEID EN KONFIDENSIALITEIT

Betreffende die fopnuus wat ontvang word sal geen leser se naam, nommer of enige inligting behalwe die datum waarop hulle die fopnuusberig aangestuur het en die kanaal waardeur dit ontvang is, aangeteken word nie. Net die fopnuus self sal gebruik word. Daar is dus geen manier om die leser te identifiseer nie.

Betreffende die semi-gestruktureerde onderhoude sal die name van al die joernaliste en redakteurs waarmee die navorser onderhoude voer vertroulik gehou word en hulle sal op geen manier geïdentifiseer word nie. Die tydperk wat die persoon al by Maroela Media werksaam is, mag gebruik word.

4. GAAN DIE DATA VEILIG BEWAAR WORD EN HOE?

Die fopnuus wat ontvang word is ál inligting wat vanuit die toepaslike platforms of vanaf die WhatsApp-fone gebruik sal word en ook uitsluitlik vir die doeleindes van dié studie.

Die semi-gestruktureerde onderhoude wat die navorser met die respondente voer sal met 'n elektroniese bandopnemer opgeneem word mits die deelnemers toestem. Opnames word gedoen om seker te maak die navorser kan die onderhoude woordeliks transkribeer en seker maak geen inligting gaan verlore of word geignoreer nie.

Die stukke fopnuus en die bandopnames van die onderhoude sal vir 'n minimum van drie jaar veilig in die navorser se persoonlike argiewe bewaar word. Dié inligting sal beskerm word met 'n wagwoord wat net aan die navorser bekend is.

5. BEKENDMAKING VAN DIE INLIGTING

Die resultate van hierdie studie sal gepubliseer word in die navorser se verhandeling en moontlik gebruik word in ander akademiese artikels.

6. WORD JY BETAAL OM DEEL TE NEEM AAN HIERDIE STUDIE?

Nee, respondente van dié studie word nie finansieel vergoed nie.

7. VOORDELE EN POTENSIËLE REPUTASIEGEVAAR VIR MAROELA MEDIA

Die navorser voorsien geen gevare of reputasieskade aan Maroela Media nie. Die navorser sal die verhandeling self aan die organisasie bekend maak.

8. FISIEKE GEVARE OF ONGEMAK

Die navorser voorsien nie dat respondente ooit in fisieke gevaar sal wees of enige ongemak sal ervaar nie. Sou dit egter die geval wees kan die navorser enige tyd in kennis gestel word daarvan en dit staan die respondent vry om enige tyd van die navorsing te onttrek.

9. DEELNAME EN ONTTREKING

Deelname aan hierdie studie is absoluut vrywillig en respondente mag weier om met die navorser te praat. Respondente mag enige tyd van die navorsing onttrek sonder enige nagevolge. Respondente mag ook kies om nie spesifieke vrae te beantwoord as hulle nie gemaklik is daarmee nie. Die navorser behou die reg voor om respondente uit die studie te onttrek indien omstandighede dit vereis.

10. IDENTIFIKASIE VAN NAVORSER

Indien jy enige bekommernisse oor hierdie studie het of enige vrae het, asseblief neem die vrymoedigeid om die navorser by XXX of XXX te kontak.

Toestemming van moontlike navorsingsrespondent

Merk asseblief die toepaslike boksie.

☐ Hiermee stem ek in om vrywillig deel te naam aan hierdie studie. Ek het ’n elektroniese kopie van hierdie vorm ontvang.

☐ Ek gee nie my toestemming om aan hierdie studie deel te neem nie.

______________________________ ______________________________

Naam van respondent   Datum van ondertekening

Bylaag 2: “Stuur ’n boodskap”-vorm op Maroela Media se webtuiste

Bylaag 3: "Stuur 'n nuuswenk"-vorm op Maroela Media se webtuiste

Wat's nuus?

Wenk *

Beskryf jou nuuswenk

Bron *

Waar kan ons die wenk bevestig?

Foto 1

Maksimum grootte 1MG

Choose File No file chosen

Foto 2

Maksimum grootte 1MG

Choose File No file chosen

Jou inligting

Anoniem

- ☐ Moet asseblief nie my naam publiseer nie
- ☐ Moet asseblief nie na die bron verwys nie

Jou naam en van *

Telefoonnommer *

peiling

Dink jy mense wat ingeënt is moet ekstra voordele geniet?

- ○ Nee, die inenting moet vrywillig bly en mens moet dus nie bevoordeel of benadeel word as jy nie ingeënt is nie
- ○ Nee, as jy ingeënt is beteken dit nie dat jy nie meer Covid-19 kan kry of kan oordra nie
- ○ Nee, as jy met 'n toets kan bewys dat jy gesond is, moet jy steeds enigiets kan doen
- ○ Ja, dit is sinvol om slegs ingeëntes toe te laat by byvoorbeeld groot byeenkomste

stem Wys resultate

- by byvoorbeeld groot byeenkomste

stem Wys resultate

Telefoonnommer *

E-posadres *

Bepalings en voorwaardes *

☐ Ek aanvaar die bepalings en voorwaardes

stuur

Bepalings en voorwaardes

1. Maroela Media behou die reg voor om enige wenk op te volg en te publiseer al dan nie.
2. Maroela Media behou die reg voor om die aanslag van enige storie te bepaal en krediet te gee aan wie dit toe kom.
3. Fluitjieblasers behou die reg voor om anoniem te bly, mits dit so aangedui word in die korrespondensie aan Maroela Media.
4. Geen vergoeding van enige aard sal gegee word in ruil vir wenke nie.
5. Maroela Media sal geen persoonlike inligting, soos e-posadresse en telefoonnommers, publiseer, verkoop of weggee nie.

nuus oor die koronavirus

Sien ook die regering se amptelike webwerf by sacoronavirus.co.za

Bylaag 4: Onderhoudskedule

Nuuswaardes

1. Hoe word nuus geselekteer in MM se nuuskantoor?
2. Waar kom nuuswenke vandaan?
3. Watter soort stories doen julle die meeste?
4. Nuuswaardevraag: (sien tabel)
5. Is daar stories met sekere nuuswaardes wat jy elke keer sal opvolg?
6. Waar kry JY stories/watter bronne gebruik jy?
7. Jy het reeds ’n storie gekry om te doen, watter stappe doen jy om inligting vir daardie storie in te samel?
8. Wie of wat het jou geleer oor feitverifiëring?

Opvolgvraag – is daar ’n handleiding wat jou geleer het hoe om inligting te verifieer?

Opvolgvraag – wie het jou geleer om te verifieer?

9. Watter verifiëringstegnieke gebruik jy om seker te maak dit wat jy skryf, is waar/korrek?
10. Watter rol speel etiek, met ander woorde hoe jy in terme van morele waardes en integriteit omgaan met inligting en mense, in jou skryfproses?
11. Watter rol speel kompetisie met bv. Netwerk24 om eerste te publiseer in julle nuuskantoor?

Opvolg: Wat is die positiewe en negatiewe aspekte hieraan verbonde?

12. Hoe manifesteer die druk om stories voor jou kompetisie te plaas in julle nuuskantoor?

Opvolgvraag: Volg jou nuusredakteur met jou op? WA-boodskappe? Vra hulle hardop in kantoor?

13. Het jy al ’n berig gepubliseer wat jy gevoel het nog nie persklaar was nie?

Opvolgvraag: Hoekom?

14. Verduidelik asseblief die presiese kopievloeiproses van hoe ’n storie uiteindelik op die webtuiste gepubliseer word?

Opvolg: Wie gaan die stories na voor publikasie?

15. Is daar ’n handleiding wat dié proses vir jou verduidelik het toe jy pas hier begin werk het?

Opvolg – Hoe leer jy dan van beleid, prosesse en gevolge in die nuuskantoor?

16. Het julle al fopnuus gepubliseer?

Opvolgvrae:

Indien wel, hoekom?

Het julle ondersoek waarom dit gebeur het?

Was daar gevolge?

Joernalistieke werkswyse

17. Hoe word nuuswenke hanteer?

Opvolgvraag: Sien net sekere mense sekere wenke?

18. Hoe gereeld kry julle wenke wat fopnuusberigte bevat?
19. As julle ’n spesifieke boodskap meer as een keer kry, gee julle meer aandag daaraan teenoor as julle dit net een keer sou kry?

Bylaag 5: Vraag oor rangorde vir nuuswaardes

Nuuswaarde	Dui die rangorde (1-9) aan vir elke nuuswaarde wat volgens jou die meeste tot die minste by Maroela Media gebruik word vir seleksie en doen van stories
Slegte nuus (sluit negatiwiteit en konflik in) Meeste van die tyd is negatiewe gebeure meer in die nuus omdat dit eenvoudig meer gereeld voorkom as positiewe. Negatiewe nuus is ook dikwels nie dubbelsinnig nie in die sin dat daar konsensus is dat die afleiding van die gebeurtenis negatief is. Bv. misdaadstories, oorloë, pandemies, korrupsie.	
Oudiovisuele elemente Die beskikbaarheid van lekker foto's maak die storie meer aantreklik vir seleksie. Bv: 'n Aardskudding in Siberië waarin 1 000 mense oorlede is gaan waarskynlik agterweë bly as daar 'n aarskudding in Londen is waarin net 10 mense sterf maar daar is beeldmateriaal en foto's daarvan. Stories word as't ware vertel déur foto's en video.	
Kontinuïteit (sluit opvolgstories en gereeldheid in) Wanneer iets reeds nuus is, sal dit aanhou om nuus te wees. Bv. Hofverskynings van sake wat reeds deur die organisasie gedek word.	
Emosie (sluit drama in) 'n Gebeurtenis is dadelik meer emosioneel as dit elemente soos tragedie, kinders, diere en slagoffers bevat. Die gehoor se reaksie op die storie word hier sterk in ag geneem. Bv. Stories oor brandslagoffers	
Elite (mense, nasies, koninklikes en bekendes) Nuus oor elite mense en nasies is meestal outomaties nuus. Bv. Nuus oor Harry en Meghan	
Relevansie Dit wat nóú relevant is vir lesers/kykers.	
Deelbaarheid *Shareability*	
Verrassing (ongewone en onverwagse) Gebeure wat herhaal en gereeld plaasvind is veel minder interessant as die onverwagse. Onvoorspelbaarheid en skaarsheid val ook onder hierdie aspek. Bv. Ontploffings, sluipmoorde	
Sterstatus van die joernalis en eksklusiwiteit Dit vind veral plaas met die *piece to camera*-insetsels op nuusprogramme. Dit veroorsaak dat die joernalis nie net meer 'n anonieme stem is wat die nuus bring nie maar gee die joernalis 'n stem en persoonlikheid en maak hom 'n sentrale karakter in die nuus. Die joernalis word 'n kenner, gee feite, spreek opinies uit en praat met gesag oor sekere onderwerpe.	

Bv. Hofsake waartydens joernaliste die regsproses, wat volgende met die beskuldigde gaan gebeur en wat die moontlike uitkomste van die saak kan wees met gesag aan die kyker verduidelik.	

Bylaag 6: Datavelle

Fopnuusberig, -boodskap of -wenk ontvang	Datum	Kanaal Nuus-inboks – NI Maroela-inboks – MM WhatsApp-fone - WA	Tipe fopnuus	Toepaslike kenmerke	Gekoppelde nuuswaarde	Hoeveel keer is dit ontvang? (frekwensie)
1. Hai, Hierdie plek het 100% van hul mense inge ent. GIBRALTAR—On this strip of densely populated rock jutting into the Mediterranean Sea, people are tasting freedom.	29 Apr. 2021	NI	Nuus wat opsetlik misleidend is	Wek sterk emotiewe reaksies by lesers/kykers.	Relevansie Emosie	1
2. **Onderwerp** Plaas aanval **Jou boodskap** Ek verwys na julle berig aangaande die vier boere wat toe gesluit na bewee werkers wat dood geskiet is. Ek dink moet julle feite reg kry voor julle sulke boere is eerste aan geval deur sestig mense. Die swart man het eerste die geskiet wat nie wou saam betoog nie waarop die aanvaller deur n persoon vd boere is so erg aan gerand dat hulle met hom hospitaal toe gejaag is.As vd storie ook . Kry julle feite reg.	10 Apr. 2021	MM	Slordige beriggewing wat 'n sekere agenda dien	Moeilik om uit te ken sonder moeite of navorsing	Emosie Deelbaarhed	1

3. Daar is kommentaar met die unapprove-status vir die artikel "VSA-polisie skiet nóg 'n swart man dood". https://maroelamedia.co.za/nuus/wereld/vsa-polisie-skiet-nog-n-swart-man-dood/ **Besonderhede van kommentaar:** Skrywer: [redacted] E-posadres: [redacted] URL: Kommentaar: Derek Chauvin het 9 min en 29 sekondes op George Floyd se nek en rug met sy kniee geleun en nie 3 minute soos in die berig nie. Na George Floyd klaar bewusteloos was het Chauvin vir nog 3 minute met sy knieg op Floyd se nek geleun.... misleidende verslaggewing... Amerika moet dringend iets omtrent hulle polisie doen, anders gaan meer polisielede hulleself in die hof bevind met moordsake wat oor hulle koppe hang. © 2021 Maroela Media | maroelamedia.co.za | Teken uit	12 Apr. 2021	MM	Slordige beriggewing wat 'n sekere agenda dien	Moeilik om uit te ken sonder moeite of navorsing	Emosie Deelbaarheid	1
	16 Apr. 2021	MM	Nuus wat opsetlik misleidend is	Wek sterk emotiewe reaksies by lesers/kykers. In terme van boodskappe wat op WhatsApp rondgestuur word kan dit dikwels in die vorm van lang uitgetikte boodskappe met 'n internasionale mediahuis se naam gekoppel word bv. "kyk hier wat se ds. Baker in 'n onderhoud met BBC oor Christenskap in skole."	Relevansie Emosie	1

4. **Onderwerp** Joodse Kabaliste in Suid Afrika **Jou boodskap** Hier is geestelike moordbendes in die Oos Kaap vermoed duisende. Dink dis Joodse Kabaliste wat gas en rook oordele oor my in Bluewater Bay noor vir 3 jaar bid. Ekt al duisende mense in Suid Afrika vertel en vir die polisie n jaar terug gaan ver Swartkops polisistasie. Maar hulle het dit glad nie gestop nie, dit het net erger gev Ek is permanent in erge pyn en versmoor omtrent in die nagte soos ek sukkel om Ek kan nie n nomale lewe lei nie. Nienand kontak my terug en bied aan om my te help nie. Nie eers die kerke nie. Die SABC dis die New World Order wat dit doen en hulle is wereldwyd en die Vall hulle. Ek het "Voice messages" op die RSG se Whatsapp nr. gelos oor die goed. Dink die Engelse Pinkster Chrustene spioeneer op Afrikaanse boeremense en stu Joodse Kabaliste in om oordele oor hulle te spreek dag en nag 24 uur aanmekaar Dink oumense gaan vinniger dood hiervan, veroorsaak veroudering en mens se s disintegreer. Dink hulle le tussen plase rond ook en bid gas en rook oordele oor boere op plase Dink die Vrymesselaars is ook betrokke. Iemand sal al die Pinkster Afrikaanse kerke en kerk mense moet gaan waarsku o met AfriForum dalk gaan praat en planne kry om hierdie NWO mense te gaan soe samelewing weg te vat. Want lyk my die polisie wil hulle nie gaan soek nie.						
	28 Apr. 2021	MM	Vervalste verbindings	Dit word dikwels gedoen in opskrifte van berigte. Die opskrif sal	Emosie Die elite Deelbaarheid	1

5. **Onderwerp** Article about india **Jou boodskap** Hi there. I would like you to read this article please. It is about the gas explosion and not Covid. Not sure it's related. NYPost spreads fake news to claim people dying on streets in Indi https://www.google.com/amp/s/www.opindia.com/2021/04/nypost-t streets-covid-19-india-retracts-funeral-pyre-details/amp/				byvoorbeeld lui "Celebrities you didn't know were dead" maar die prikkel-foto is van Katie Holmes byvoorbeeld, wat natuurlik nog springlewendig en gesond is.		
6. **Onderwerp** Johnson&Johnson vacine **Jou boodskap** wat is die kerk se siening oorJ&j se vacine wat Per.c6 selle bevat van n aborted fe hier in Amerika raak dit n groot onderwerp die katolieke word gevra om nie die vacine te vat nie doen navorsing oor dit en laat weet ons christene dankie	4 Mrt. 2021	MM	Misleidende nuus wat in die verkeerde konteks aangebied word	Trek onmiddellik leser se aandag. Spreek dikwels tot lesers/kykers se diepste begeertes, of dit nou is om meer bier te kan drink, kilogramme sjokolade te eet of laat te slaap.	Emosie, soos skok of begeerte	1
7. **Onderwerp** Korona Virus **Jou boodskap** Ek het u artikel op Maroela Media baie interressant gevind' https://maroelamedia.co.za/nuus/regstreekse-gesprek-jou-vrae-oor-covid-19-inentings-kenners-krap-saam-kop/ Toe hoor ek die onderstaande https://cvws.icloud-content.com/B/ATmLpgM53blNev8nf16u0VfDJg2zAcBHgtLLg1LTHnjBUYpH4ZFjsp-/VIDEO-2021-03-22-21-41-52.mp4? [illegible] https://principia-scientific.com/vaccine-disaster-ahead-del-bigtrees-latest/ Is dit enigsins moontlik om dit voor te hou aan u kenners wat u gebruik het in u artikel, want as die bg wat ek aan u voorhou die waarheid is, is die entstof baie baie gevaarlik! Jammer ek pla so	23 Mrt. 2021	MM	Nuus wat opsetlik misleidend is	Wek sterk emotiewe reaksies by lesers/kykers. In terme van boodskappe wat op WhatsApp rondgestuur word kan dit dikwels in die vorm van lang uitgetikte	Relevansie Emosie	2

				boodskappe met ŉ internasionale mediahuis se naam gekoppel word bv. "kyk hier wat se ds. Baker in ŉ onderhoud met BBC oor Christenskap in skole."		

8. **Onderwerp** Media se aandeel in die mediese tirannie **Jou boodskap** Die berig oor werkgewers en die "virus" opskrif is sensasonieel. Skaam julle. Moet asb nie op pad wees na die selfde ou stories oor covid 19 nie. Die feit dat jull oor die 20 Maart proteste is 'n baie groot rooi lig. Mediese se tirannie is op ons voor stoep en julle is of deel of nie. Aanhaling van 'n wat dit beleef het - wat sien wat in Israel aangaan en die "vaccine" apartheid wat in maklik met maskers wat die plekhouers is Mandatory Masks is an insidious psychological weapon. They demean our dignity beings, they do not work as countless studies from non-co-opted scientists have sh work only as symbolic yellow stars with the same goal the Nazis had; to show our s Of die media of die regering of wie ook al dit wil weet of nie: Nuremberg verhore sal gehou word en elkeen wat meegedoen het aan hierdie klug ons kinders getraumatiseer het met maskers, met isolasie, met bankrotskap met o sterftes, met selfmoord, met geestelike trauma sal verantwoording doen. Soos een in die VSA gese: This will never be forgotten and each one of you that sell this will be hold accounta or the next. Die absolute tragedie van mense wat in vrees leef, wat hulle lewens basies verloor mense kyk asof hulle moordenaars is, wat ons kinders bang maak vir mense deur korporasies wat net mag en geld najaag, is die grootste misdaad wat nog ooit gesi geskiedenis van hierdie aarde. Vir 'n siekte wat mense dood maak wat verswak is dit oorleef. Terloops Soek op: SA het ons verkoop aan die WHO - hulle is die de facto "public health" en besluit MOET uitgevoer word deur die regering. Hoe is dit ongesiens en ongehoor onverkose organisasie besit deur Bill Gates vir ons as soewereine land kan voorsk vir die individu en burger van SA? Hoe is julle so ongelig?	23 Mrt. 2021	MM	Nuus wat opsetlik misleidend is	Wek sterk emotiewe reaksies by lesers/kykers. In terme van boodskappe wat op WhatsApp rondgestuur word kan dit dikwels in die vorm van lang uitgetikte boodskappe met 'n internasionale mediahuis se naam gekoppel word bv. "kyk hier wat se ds. Baker in 'n onderhoud met BBC oor Christenskap in skole."	Revelansie Emosie	1

9. Korona Virus **Jou boodskap** Ek het u artikel op Maroela Media baie interressant gevind' https://maroelamedia.co.za/nuus/regstreekse-gesprek-jou-vrae-oor-covid-19-inentings-kenners-krap-saam-kop/ Toe hoor ek die onderstaande https://cvws.icloud-content.com/B/ATmLpgM53bINev8nf16u0VfDJq2zAcBHqtLLq1LTHnyiBUYpH4ZFjsp-/VIDEO-2021-03-22-21-41-52.mp4? [illegible] https://principia-scientific.com/vaccine-disaster-ahead-del-bigtrees-latest/ Is dit enigsins moontlik om dit voor te hou aan u kenners wat u gebruik het in u artikel, want as die bg wat ek aan u voorhou die waarheid is, is die entstof baie baie gevaarlik! Jammer ek pla so Dankie	23 Mrt. 2021	MM	Nuus wat opsetlik misleidend is	Wek sterk emotiewe reaksies by lesers/kykers. In terme van boodskappe wat op WhatsApp rondgestuur word kan dit dikwels in die vorm van lang uitgetikte boodskappe met 'n internasionale mediahuis se naam gekoppel word bv. "kyk hier wat se ds. Baker in 'n onderhoud met BBC oor Christenskap in skole."	Relevansie Emosie	2
10. Video has been removed for violating YouTube's community guidelines. **Onderwerp** Covid 19 **Jou boodskap** https://youtu.be/8iaKAWWGyWI	17 Mrt. 2021	MM	Nuus wat opsetlik misleidend is	Wek sterk emotiewe reaksies by lesers/kykers. In terme van boodskappe wat op WhatsApp rondgestuur word kan dit dikwels in die vorm van lang uitgetikte boodskappe met 'n internasionale mediahuis se naam gekoppel word bv. "kyk hier wat se ds.	Relevansie Emosie	1

				Baker in ’n onderhoud met BBC oor Christenskap in skole.”		
11.	16 Feb. 2021	NI	Slordige beriggewing wat ’n sekere agenda dien	Kom eg voor Moeilik om uit te ken sonder moeite of eie navorsing	Emosie Deelbaarheid	1

The irony of this country. These four men together gave the South African government over R 4.6 billion in donations to help businesses with the Covid-19 pandemic. Pretty generous right. Here comes the irony... White people made donations. While White people will not receive donations. Based on the fact that they are indeed, White. Another piece of Irony. Patrice Motsepe made a 20% donation of what these four men donated. President Cyril Ramaposa thanked the Motsepe family 4 times on National Live TV and streaming programs for his donation. Not thanking, or even mentioning the Rupert family, Oppenheimer family, Michiel Le Roux or Koos Bekker (who by the way made the biggest contribution of them all, R1.5 billion) in any of his speeches. Ironic isn't it. Let't keep this going... In the President's speeches, he goes to thank all farm workers. He didn't once thank our FARMERS for their efforts to provide us with food in this time. Coincidence? I will let you be the judge of that one. So is that all the white man did in this difficult time for our country? Let me think...						

12. **Onderwerp** Brief Aan Regering **Jou boodskap** URGENT ATTENTION I send this letter to the South African Government 12-02-2021 Dear Mister President, Dear Government and Dear Honorable members of Parliament. It is not my intention to introduce myself as your enemy today, because I have no intention of becoming your enemy yet. Regard me as a White Afrikaans speaking freedom fighter who came here as to seek salutations towards all the problems we had being facing since 1994. It had being 27 years of hell and destruction and we have to repair the mistakes of the past as to avoid the consequences which will cause the total collapse and failure of this beautiful country. I need to start off with black economical empowerment and affirmative action. Sir/ madam, when De Klerk and Mandela negotiated equality, equal rights and democracy, they never meant that all management, labor and job opportunities would be taken away from white people as to be given to black people. Equality, equal rights and democracy were meant to give all nations the equal right and opportunity to earn a living by being able to get a job. Government turned this equality deal between De Klerk and Mandela into reversed apartheid as black economical empowerment and affirmative action was racially motivated. This was not just an act of racism for the last 27 years, but this action was the direct course of everything failing since 1994. Did you know that South Africa was self sustained and completely independent from the rest of the world during the sanctions period of the early 90s? And now? What happened to Eskom, Telkom, Spoornet, Mining, Municipalities, Roads, Water, Hospitals, Police, Military and everything else? It is gone !!! White people were the inventors, creators and maintainers of all these things Sir and Madam. How could you replace them with black people who never invented, created or maintained any of these before? You should have left the original white inventers, creators and maintainers where they belonged as there are no better scientist or engineer than a white scientist and a white engineer. Politics can not rule out these facts. Black economical empowerment and affirmative action did not only brought racial discrimination onto the nations of South Africa, but it also destroyed our beloved country. This brings me to the second topic called racism. Mr Malema shoots live ammo from an automatic assault rifle from a stage, his followers intimidates the public while disrupting schools and business, his followers assaults white people at a public rally who dares to ask as for why white people are being hated, Mr Malema shouts Kill the Boer urrrr pah, urrr pah while our white farmers gets slaughtered every single day. How can you allow this within your democratic government? Mr Malema sits within your parlement while he is the person who provokes hatred,	14 Feb. 2021	MM	Misleidende nuus wat in die verkeerde konteks aangebied word	Trek onmiddellik leser se aandag Spreek dikswels tot die leser/kyker se diepste begeertes of vrese	Emosie, soos skok of begeerte	1

government? Mr Malema sits within your parlement while he is the person who pr racism and civil war. He represents the government of the Republic Of South Afric shouting war cries of white genoside. Will I be allowed to have a seat in parlement Lets Kill Blacks Boom Boom!!!?? Of course not. I will be jailed. Why? Because I a kind of example do Mr Malema set? Equality? Democracy? Rainbow nation? NO. provokes us all to become racists by fueling our hearts with hatred and anger. Mr only the enemy of the white man, he is also the enemy of the state as he provokes between black and white. Mr Malema do not stand for peace and democracy. This brings me to the last topic namely farm murders. Sir/ Madam, we had 107 fa a few brutal murders from 01 November 2020 until 31 January 2021 while govern nothing about it. This incidents do not even reach the media. If they do reach the intentionally neglect to mention that the attackers were black and that the victims They just use the words attackers and victims. Why hiding the truth? This is not c is a gorilla war against white people and government assists by implementing gun prohibits the owner of using his firearm. In South Africa it works like this. The polic protect our white people against genocide, but they are quite able to prosecute th people who managed to protect themselves. For how long will this genocide be all Sir/Madam, at the end of the day, the white people of South Africa will have no oth but to hit back in self defense. Kill or be killed. Do you understand what I am sayin At the end of the day, white people will have no other alternative but to hit back in We can no longer just sit around and wait to be slaughtered. Something needs to now as to end this white genocide. Government should stop this or white people s stopping this themselves. This is a very serious issue as we do not talk about only white person per month. We talk about almost 30 white people being slaughtered There are only two solutions to this problems. Let us waste no more time in discussing petty laws, sub laws and regulations in th parlement, but let us discuss this serious issues instead. Let us repair the equality democracy of which Mr Mandella and Mr De Klerk dreamed about. Let us avoid a us avoid the further destruction of our country. Let us build a peaceful and prospe all nations within South Africa. --- OR --- Give the white man his own republic so he could govern himself while isolating hi rest of South Africa. --- OR						

--- OR --- Pay our white people a subsidy to leave the country. There are only these three options available as to prevent a civil war within South do not count in who will be losing or who will be winning such war as modern tech the winning hand. White man are the creators and inventors of all technology and not need a great number of soldiers to be able of winning any war. This is not big threat. This is a reality as our white people gets slaughtered on a daily basis while manage to defend themselves are the ones who gets prosecuted and jailed for be Lets talk and see how this genocide can be stopped. Kind Regards Thank you for your time [redacted]						
13. **Onderwerp** COVID-19 entstowwe **Jou boodskap** Dis hartseer om te sien dat julle die Woord van God gebruik om mense skuldig te hulle 'n entstof moet neem. Hulle noem dit geestelike manipulasie. Dan is dit duid ook nie julle huiswerk oor die entstof gedoen nie. Dit gaan nie hier oor of dit die m dier is of nie. Dit gaan oor die gesondheid van mense en hulle lewens. Jy het defi graad nodig om te sien daar is iets nie reg nie. Dit wys my net dat julle presies die die ander "mainstream media" organisasies. Hoekom wil ons mense dwing om en neem as die world health en self ons national health duidelik statistieke gee van s is daar omtrent 30 000 mense dood aan COVID-19 tot en met die 31ste Desembe julle dat daar meer as 60 000 mense 'n jaar sterf aan TB. Dis een simple bewys d behoorlik seker gemaak het van julle feite nie voor dat julle na die publiek gekom baie swak. Daar is baie ander meer ernstiger feite wat julle vir gerieflikheid net on vee. Dis swak.	12 Feb. 2021	MM	Misleidende nuus wat in die verkeerde konteks aangebied word	Trek onmiddellik leser se aandag. Spreek dikwels tot lesers/kykers se vrese of diepste begeertes.	Emosie, soos skok of begeerte	1

14. **Onderwerp** Covit 19 **Jou boodskap** Goeiedag, ek ,soos duisende ander wil graag weet waarom daar geen debadvoeri virus en die hantering daarvan geduld word nie. Ons is n jaar gelede oor die nuus daar n splinter nuwe virus die lig gesien het waarvoor die mens GEEN WEERSTA daar GEEN KUUR voor bestaan nie. Dit was n leun! Met 99 .4 % van mense wat v herstel dui dit opsigself aan dat die mens wel weerstand het en immuniteit daartee Beide my vrou en ek het daarvan herstel, en ons is senior burgers. Ons het wel de wat agv Covit en co morbidities dit ongelukkig nie gemaak het nie maar betwyfel te ware redes agter die vernietiging van die wereld ekonomie se middelklas gerugste leiers wat openlik praat dat die pandemie gebruik moet word om " the great reset" Wat het van ons ondersoekende joernalistiek geword? Almal blaf eenvoudig net sa hoofstoom media en die wat vrae vra word as sg " conspiracy theorists" uitgekryt!	5 Feb. 2021	MM	Sloridige beriggewing wat 'n sekere agenda dien	Kom eg voor Moeilik om uit te ken sonder moeite of eie navorsing	Emosie Deelbaarheid	1
15. On monday, Project Veritas released raw tapes of Facebook's internal meetings that took place on January 7, 2021 and January 21, 2021. Project Veritas' most recent release actually showed Zuckerberg and other top Facebook executives detailing their alignment with the Biden administration and admitting to having "too much power." https://youtu.be/QhmbAN E8	3 Feb. 2021	NI	Kliekaas	Opspraakwekkend. Spruit dikwels uit huidige nuusgebeure	Relevansie Deelbaarheid Verrassing Emosie	1
16. **Onderwerp** Regter Mogeng Mogeng en brand in Indie **Jou boodskap** Gaan geen joernalis die verband tussen die gebed van Moeng Mogeng en die br vacsine fabriek in Indie maak nie	2 Feb. 2021	NI	Misleidende nuus wat in die verkeerde konteks aangebied word	Trek onmiddellik leser se aandag Spreek dikwels tot lesers/kykers se diepste vrese of begeertes	Emosie	1

17. **Onderwerp** Bewys van Amerikaanse verkiessingsbedrog **Jou boodskap** Goeie dag - Asseblief kyk na die volgende skakels en inligting. https://nationsinaction.org/2021/01/press-release-voter-fraud/? fbclid=IwAR2txSVwan48WliXiLiulk562u22EYK5ElF6cl9lLhFvlmOqxePR3qyH0bc https://www.shockya.com/news/2021/01/06/the-italian-job-explosive-new-testimo dominion-election-fraud/? fbclid=IwAR2QfadjlCfqqQx7ewnByS9FoQbodkjKUwrd8j6R83mbbeB9XqUINAG8 https://drive.google.com/file/d/1yNnkTEuiDkrqnLa-rHEQKcBBIziNIlAn/view https://drive.google.com/file/d/1RQMxmbW8ujZmfTUI2D1jXWS996ZqmoHo/view Dankie vir julle uitstekende werk!	8 Jan. 2021	MM	Kliekaas	Opspraakwekkend. Spruit dikwels uit huidige nuusgebeure	Relevansie Deelbaarheid Verrassing Emosie	1
18. **Onderwerp** IvermectinHier is die bewyse meer as 12 Randomized controlled studies. **Jou boodskap** https://www.newswise.com/coronavirus/dr-pierre-kory-president-of-the-flccc-allian before-senate-committee-on-homeland-security-and-governmental-affairs-looking outpatient-covid-19-treatment	8 Jan. 2021	MM	Misleidende nuus wat in die verkeerde konteks aangebied word	Trek onmiddellik leser se aandag Spreek dikwels tot lesers/kykers se vrese en begeertes	Emosie	1
19. Dis die gelekte video greep van n voorlesing aan die WHO oor Invermectin... https://www.youtube.com/watch?v=FyulDxn9IQ	5 Jan. 2021	NI	Kliekaas	Opspraakwekkend. Spruit dikwels uit huidige nuusgebeure	Relevansie Deelbaarheid Verrassing Emosie	1

20. **Onderwerp** Covid-19 **Jou boodskap** Indien jul aan die Media-24 groep verwant is sal ek verstaan want onmiddelik nad sogenaamde media-gedrewe virus pandemie aangekondig was is daar biljoene d Oppenheimer en Rupert maatskappye beskikbaar gestel om gewig te verleen aar Gates -virus. Die geld is natuurlik direk na regeringsamptenare se sakke indien di beskikbaar gestel was. Feit is dat daar nie 'n virus geisoleer is nie. Ek is self 'n mikrobioloog wat met mikr en die PCR metodes vertroud is. Daar kan dus nie 'n PCR gedoen word wat "betr statistiek" tot gevolg het nie. So moenie die nonsens van soveel "nuwe gevalle" p is louter kaf. CVG	10 Des. 2020	MM	Nuus wat opsetlik misleidend is	Wek sterk emotiewe reaksies by lesers/kykers. In terme van boodskappe wat op WhatsApp rondgestuur word kan dit dikwels in die vorm van lang uitgetikte boodskappe met 'n internasionale mediahuis se naam gekoppel word bv. "kyk hier wat se ds. Baker in 'n onderhoud met BBC oor Christenskap in skole."	Relevansie Emosie	1
21.	15 Des. 2020	NI	Slordige beriggewing wat 'n sekere agenda dien	Kom eg voor en 'pas' by die meegaande onderskrif of foto. Moeilik om uit te ken sonder moeite of eie navorsing.	Emosie Deelbaarheid	1

Nuwe navorsing wat deur 'n groep dokters in Amerika gedoen is, het bewys dat entstof vir Covid-19 glad nie nodig is nie. Die ou, lank beproefde middel, Ivermectin, het uitstekend gevaar in verskeie studies teen Covid-19. Daar was baie videos op Youtube. Soek net 'Ivermectin Covid treatment'. Nadat die navorsing gepubliseer is, het die FDA die verkoop van Ivermectin in VSA verbied, want hulle wil die entstof forseer. Youtube het baie van die videos ook gesensor. Kyk na die video hieronder en lees die kommentaar terwyl dit nog beskikbaar is. https://www.youtube.com/watch?v=BLWQtT7dHGE&t=395s						
22. **Onderwerp** Trump: Ek sal my tasse pak - 27 Nov 2020 **Jou boodskap** Ek is nogal ontsteld en baie teleurgesteld oor die artikel wat op Maroela Media gep 'n vertaalde artikel van AFP? Hoekom word daar nie moeite gedoen om die "WAAI publiseer nie. Daar is soveel ongegronde leuens in die artikel. Kyk ons media ook "fake nuus" van die wereld soos berig word deur CNN ens? Daar is ander nuus ag ook berig oor die verkiesing en die ongekende bedrog wat gepleeg is. Hoekom nie raadpleeg nie? Biden is deur die nuusmedia aangewys as President en nie wetlik op 14 Des sal plaasvind nie. Hoekom word die feite nie gekontroleer nie? Indien B President aangewys word sal die wereld nooit weer dieselfde wees nie...ons sal 'n ingaan waar die Globaliste ons gaan verslaaf. Trump was die enigste wereldleier w Globaliste, WHO en UN baklei het. Indien hy nie meer daar is nie le donker tye vo	27 Nov. 2020	MM	Misleidende nuus wat in die verkeerde konteks aangebied word	Trek onmiddellik leser se aandag. Spreek dikwels tot lesers/kykers se vrese, of diepste begeertes,	Emosie, soos skok of begeerte	1

23. **Onderwerp** Die VSA verkiesing **Jou boodskap** Dis werklik geweldig jammer dat julle sumier aanvaar dat VOLGENS DIE LINKSE I VSA, Bidendie verkiesing gewen het. HY HET NIE GEWEN NIE. Dis valse beweer media. Hulle kan en mag nie n president aanwys nie. WAT IS SO MOEILIK DAARAAN OM DIT TE VERSTAAN, Die totale korrupsie van die demokrate in die verkiesing word nou ontbloot, weet jy nie of WIL jy nie daarvan weet nie. Het die korrupsie in SA jou brein so aangetas d kan erken of besef nie. Wat gaan jy doen wanneer Pres Trump aangewys word as president op grond van bewyse van die korrupsie in die hoogste hof....en dit gaan gebeur. Gaan jy ruggraa publiek verskoning te vra toe jy vals berigte geglo het en jou lesers mislei het omda om dieper na te vors voordat jy al diě twak verkondig het. Ek sal met plesier vir jou inlig oor die saak as, soos gesĕ jy te lui is om dit te doen.	23 Nov. 2020	MM	Nuus wat opsetlik misleidend is	Wek sterk emotiewe reaksies by lesers/kykers.	Relevansie Emosie	1
24. **Onderwerp** Mislydende Nuus. **Jou boodskap** Biden het nie die verkiesing gewen nie. Julle nuus is pro links liberaal en anti Trum wat ek julle nuus volg maar lyk nou of julle nou net soos die fop nuus hoof stroom Sal nou my nuus elders kry. Berig liewers die waarheid oor die grootskaalse verkie	22 Nov. 2020	MM	Nuus wat opsetlik misleidend is	Wek sterk emotiewe reaksies by lesers/kykers.	Relevansie Emosie	1
25. **Onderwerp** Raporteer misdaad **Jou boodskap** Jammer om te pla. Hier is n geestelike moordbende in die Oos Kaap. Hulle bid G oordele oor my 24 uur. Dink hulle het ingefiltreer van Durban en die Kaap. Gelees George Soros befonds Joodse Kabaliste in England, vermoed dit het its met Kabb Vrymesselaars en Sataniste te doen. Ek is al 5 jaar erg siek agv hierdie mense. E Swartskops polisiestasie laat weet maar dit word net erger. Ekt 3 jaar terug al die kollonelle laat weet maar niemand stop dit nie. [redacted]	14 Nov. 2020	MM	Nuus wat opsetlik misleidend is	Wek sterk emotiewe reaksies by lesers/kykers.	Relevansie Emosie	1

26. **Onderwerp** Ramaposa **Jou boodskap** Die whatsapp van hom wat sê sa het die new world order ge-join is dit waar. Ek ka whatsapp aanstuur. My nommer is [redacted] [redacted]	31 Okt. 2020	MM	Kliekaas	Opspraakwekkend. Spruit dikwels uit huidige nuusgebeure	Relevansie Deelbaarheid Verassing Emosie	1
27. **Onderwerp** Totale lockdown. **Jou boodskap** Julle ek het nou n voicenote van n jong man gehoor wat se oral op die nuus was Ramaphosa gaan n totalelockdown aankondig. Ons moet kos bymekaarmaak etc so. Weet julle van enige sulke aankondiging of stories wat rondte doen?Help asse gewoonlik op hoogte van alles. Die kingman beweer git is oor die radio en Facebo on van julle te hoor. Groete	25 Okt. 2020	MM	Kliekaas	Opspraakwekkend. Spruit dikwels uit huidige nuusgebeure	Relevansie Deelbaarheid Verassing Emosie	1
28. **Onderwerp** Rumors **Jou boodskap** Ek Wil graag weet die rumors gaan rond Dat die land weer terug gaan na level 5 2021 sonder waarskuwing hoe waar is dit	25 Okt. 2020	MM	Kliekaas	Opspraakwekkend. Spruit dikwels uit huidige nuusgebeure	Relevansie Deelbaarheid Verassing Emosie	1
29. **Onderwerp** LOCKDOWN **Jou boodskap** Is julle bewus van die "voice clip" oor ń algehele Lockdown op whatsapp. Jammer as ek buite plek is..... Net gewonder, ek het dit op my foon. Dankie vir julle nuus Groetnis [redacted]	24 Okt. 2020	MM	Kliekaas	Opspraakwekkend. Spruit dikwels uit huidige nuusgebeure	Relevansie Deelbaarheid Verrassing Emosie	1

30. Verskroeide Aarde Beleid van die ANC **Jou boodskap** Die brandstigting op plase, die aanvalle, dit is alles eens te erg. Niemand van ons is mee nie, ons is nie hulpeloos nie, ons moet vandag harder dink as ooit tevore - vir oplossings nou en permanent. Hoe kan ons kontak maak met die president , selfs mnr Mboweni, Regter Zondo, Hoofreg Mogoeng Mogoeng, sodat ons hierdie dinge kan bespreek en oplossings kan vind? Wie is nog by wie ons ons saak kan stel? Ons kan mos nie toelaat dat bose terreur-groepe ons vernietig nie. Ons moet 'n nederige weg vind om saam te kyk hoe ons almal kan genees saam vorentoe beweeg en heil vind. Dit kan ons net regkry as ons ons saak stel op die re manier. As President Emmanuel Macron sy landgenote beskerm deur sekere groepe onwettig of te verklaar na die aanval op die onderwyser Samuel Paty, kan ons ook beskerming ter wi die breë publiek vra. Die ver-linkse media laat ons in die steek en traumatiseer ons almal verder met hul daaglikse beriggewing oor die politiekery. Selfs die hoofstroom Afrikaanse is skuldig hieraan. Hulle stel nie belang in oplossings nie. Dit rus op ons om die kwaad uit te roei deur gesprek, weerbaarheid en goeie voorbeeld. Ordentlikheid, respek en eerbaarheid is wat ons as skild dra. Fisiese en geestelike weerb moet op hoë vlak gebeur . Kyk om u na u buurman, u buurt, u omgewing en neem deel aa wat sin maak om veilig te wees. Suid Afrikaners en ons bondgenote in die buiteland : help ons asseblief deur ons saak te net deur eerlike beriggewing en die ware geskiedenis daar te stel en dit te versprei. Help te bid vir joernaliste wat ons grusaam teen mekaar opstel en polariseer- dit is verkeerd wa doen. Help ons om sosiale media permanent te laat reguleer teen haatspraak en openlike rassisme. Sluit die profiele van hatige mense permanent. Romeine 1 stel die vyand duidelik aan ons. Daarom moet ons volhard en getrou bly, al be dit ook dat ons ons strate en plaaspaaie met toegangsbeheer begin beskerm en hierdie a afweer op enige moontlike manier. Dit lê in ons vindingrykheid en energie om aan te hou teen die boosheid wat oral vlamvat. Die Gedeelte van Rom 1: 18-25 (AFR83) lees : 18 God openbaar vanuit die hemel sy toorn oor al die goddeloosheid en ongeregtigheid v mense wat die waarheid deur hulle ongeregtigheid probeer onderdruk . 19 Wat 'n mens v kan weet , was immers binne hulle bereik , want God het dit binne hulle bereik gebring . 2 die skepping van die wêreld af kan 'n mens uit die werke van God duidelik aflei dat sy kra ewigdurend is en dat Hy waarlik God is, hoewel dit dinge is wat 'n mens nie met die oog kan sien nie . Vir hierdie mense is daar dus geen verontskuldiging nie , 21 omdat, al weet hulle van God, hulle Hom nie as God eer en dank Met hulle redenasies bereik hulle niks nie , en deur hulle gebrek aan insig bly hulle in die . 22 Hulle gee voor dat hulle verstandig is, maar hulle is dwaas . 23 In die plek van die heerlikheid van die onverganklike God stel hulle beelde wat lyk soos 'n verganklike mens of soos voëls of diere of slange . 24 Daarom gee God hulle aan drange van hulle hart oor en aan sedelike onreinheid , sodat hulle hulle liggame onder me onteer . 25 Dit is hulle wat die waarheid van God verruil vir die leuen . Hulle dien en veree skepsel in plaas van die Skepper, aan wie die lof toekom vir ewig . Dankie vir u kosbare t Groetnis	22 Okt. 2020	MM	Slordige beriggewing wat ’n sekere agenda dien	Kom eg voor en ‘pas’ by die meegaande onderskrif of foto. Moeilik om uit te ken sonder moeite of eie navorsing.	Emosie Deelbaarheid	1

31. **Onderwerp** Ons benader covid-19 verkeerd **Jou boodskap** Terwyl ek bemoedigende tekens van 'n behoudende en gebalanseerde nuusmedi Maroelamedia vind, wil dit tog voorkom asof dit nou nie juis is "wa' ek hoort" nie. Wanneer berigte oor die covid-19 "pandemie" geplaas word wat net die storie aan kommentaar lewer, gebaseer op werklike statistiek, wat poog om meer gebalanse perspektief te gee, word dit summier verwyder. Dit is reeds van Februarie 2020 af en elke dag duideliker dat die hoofstroommedia holderstebolder agter die WGO en sy geldmagbase aanhol en dat die agenda nik gesondheid te make het nie maar alles met beheer, mag en oorheersing. So word die "tweede golf" in Europa voorgehou as motivering vir verlenging van d noodtoestand terwyl wetenskaplikes uitwys dat daar geen tweede golf bestaan nie "toetsdemie" - die gevolg van fanaties-oordrewe toetsing. Niks word genoem van dienooreenkomstige sterftes of die feit dat gewone griep in talle jare meer sterftes veroorsaak nie. So word die goedgelowige publiek op hol gejaag en voorberei vir 'n permanente " en 'n bedenklike inspuiting waarvan die enigste wesenlike voordeel dié sal wees v sak van die verskaffers.	10 Okt. 2020	MM	Nuus wat opsetlik misleidend is	Wek sterk emotiewe reaksies by lesers/kykers. In terme van boodskappe wat op WhatsApp rondgestuur word kan dit dikwels in die vorm van lang uitgetikte boodskappe met 'n internasionale mediahuis se naam gekoppel word bv. "kyk hier wat se ds. Baker in 'n onderhoud met BBC oor Christenskap in skole."	Relevansie Emosie	1
32. https://youtu.be/kFj78ZPXkqE Video unavailable Ek het dit op 'n WhattApp groep gekry... Met die Naam Nuus	14 Okt. 2020	NI	Kliekaas	Opspraakwekkend. Spruit dikwels uit huidige nuusgebeure	Relevansie Deelbaarheid Verrassing Emosie	1
33. Omkoopgeld aangebied...? Hoe waar (of nie) is hierdie berig aangeheg.... https://fort-russ.com/amp/202 ian-president-lukas imf-offered-a-billior to-impose-covid-1	1 Okt. 2020	NI	Kliekaas	Opspraakwekkend. Spruit dikwels uit huidige nuusgebeure	Relevansie Deelbaarheid Verrassing Emosie	1

34.	Okt. 2020	WA	Gemanipuleerde inhoud	Dié tipe foto's lyk eg, maar is noukeurig geredigeer. Dit is ook oor die algemeen gefokus op nuusgebeure wat tans 'in die nuus' is en waaroor talle mense praat. Dikwels verregaande, amper té belaglik, fantasties, opspraakwekkend om moontlik waar te wees. 'n Tweede kenmerk wat aan dié tipes grafika gekoppel kan word, is dat dit 'n sterk emotiewe reaksie by die kyker ontketen. Byvoorbeeld 'n grafika met 'n man wat kwansuis in hegtenis geneem is omdat hy sy HIV-positiewe bloed na bewering by 'n baksel Cadbury sjokolade gevoeg het, het	Verrassing Emosie, soos skok	1

				sosialemediagebruikers warm onder die kraag gehad.		
35. 	Okt. 2020	WA	Gemanipuleerde inhoud	Dié tipe foto's lyk eg, maar is noukeurig geredigeer. Dit is ook oor die algemeen gefokus op nuusgebeure wat tans 'in die nuus' is en waaroor talle mense praat. Dikwels verregaande, amper té belaglik, fantasties, opspraakwekkend om moontlik waar te wees. 'n Tweede kenmerk wat aan dié tipes grafika gekoppel kan word, is dat dit 'n sterk emotiewe reaksie by die kyker ontketen. Byvoorbeeld 'n grafika met 'n man wat kwansuis in hegtenis geneem is omdat hy sy HIV-	Verrassing Emosie soos skok of woede	1

				positiewe bloed na bewering by 'n baksel Cadbury sjokolade gevoeg het, het sosialemediagebruikers warm onder die kraag gehad.		
36. 	Okt. 2020	WA	Vervalste verbindings	Dit word dikwels gedoen in opskrifte van berigte. Die opskrif sal byvoorbeeld lui "Celebrities you didn't know were dead" maar die prikkel-foto is van Katie Holmes byvoorbeeld, wat natuurlik nog springlewendig en gesond is.	Emosie Die elite Deelbaarheid	1
37.	Okt. 2020	WA	Vervalste verbindings	Dit word dikwels gedoen in opskrifte van berigte. Die opskrif sal byvoorbeeld lui "Celebrities you didn't know were dead" maar die prikkel-foto is van Katie Holmes byvoorbeeld, wat	Emosie Die elite Deelbaarheid	1

				natuurlik nog springlewendig en gesond is.		
38. 	Okt. 2020		Vervalste verbindings	Dit word dikwels gedoen in opskrifte van berigte. Die opskrif sal byvoorbeeld lui "Celebrities you didn't know were dead" maar die prikkel-foto is van Katie Holmes byvoorbeeld, wat natuurlik nog springlewendig en gesond is.	Emosie Die elite Deelbaarheid	1
39.	Okt. 2020	WA	Vervalste verbindings	Dit word dikwels gedoen in opskrifte van berigte. Die opskrif sal byvoorbeeld lui "Celebrities you didn't know were dead" maar die prikkel-foto is van Katie Holmes byvoorbeeld, wat	Emosie Die elite Deelbaarheid	1

				natuurlik nog springlewendig en gesond is.		
40. 	Okt. 2020	WA	Vervalste verbindings	Dit word dikwels gedoen in opskrifte van berigte. Die opskrif sal byvoorbeeld lui “Celebrities you didn’t know were dead” maar die prikkel-foto is van Katie Holmes byvoorbeeld, wat natuurlik nog springlewendig en gesond is.	Emosie Die elite Deelbaarheid	1