



Nieuwsbronnen en feiten checken

Geplaatst: maart/juni 2009. Laatste wijziging: juni 2011

Kenmerkt de Nederlandse journalistiek zich net als de Britse door het op ruime schaal overnemen van voorverpakt nieuws? Is de herkomst van berichten ook in Nederlandse kranten vaak onduidelijk? Worden nieuwsfeiten en beweringen hier evenmin consequent gecheckt als op redacties van Britse kranten en persbureaus?

In de [Mediamonitor 2007](#) constateerde het Commissariaat voor de Media dat een steeds groter deel van het nieuwsaanbod bestaat uit onbewerkt doorgegeven berichten van persbureaus, ondernemingen en andere belangenpartijen. De trend tot versnelling en verkorting van het nieuws kan leiden tot verschraling van de nieuwsvoorziening.

In navolging van het [onderzoek](#) van Justin Lewis c.s. van de Universiteit van Cardiff¹ en van Nick Davies' begin 2008 verschenen boek *Flat Earth News* waren vragen naar de Nederlandse situatie leidraad voor verkennende deelonderzoeken.

Aan de Radboud Universiteit voerden Ellen Hijmans c.s. eind 2008 een kwantitatieve en kwalitatieve inhoudsanalyse uit op twee weken binnenlandberichtgeving in *NRC Handelsblad*, *de Volkskrant*, *Algemeen Dagblad* en *De Gelderlander*.² Eind 2009 verscheen een grootschaliger opgezet [Nieuwsmonitor-onderzoek](#) naar het brongebruik in negen landelijke Nederlandse dagbladen – betaald en gratis – tussen 2006 en 2008.³ Hoewel de resultaten niet goed vergelijkbaar zijn als gevolg van verschillen in onderzoeksofzet en methode, was de conclusie van beide onderzoeken dat dagbladen in Nederland duidelijk minder gebruik maken van persbureau berichten dan Britse.

Het [onderzoek](#) van de Radboud Universiteit geeft een beeld hoe drie landelijke en een regionale krant de bronnen van hun binnenlandberichten bekendmaken en in welke mate zij gebruik maken van voorverpakt nieuws van persbureaus, persdiensten, andere media en professionele producenten van informatie van overheden, instellingen, belangenorganisaties en dergelijke: de categorie waarvoor Lewis en Davies de containerterm pr-materiaal gebruiken.

In 41% van de onderzochte binnenlandberichtgeving krijgt de lezer geen informatie over de herkomst of de auteur van het bericht. 32% van alle berichten bestaat geheel of gedeeltelijk uit voorverpakt nieuws, voor zover de lezer dit in het bericht zelf kan nagaan.



Nader onderzoek naar het aandeel van voorverpakte informatie in de kwalitatieve casestudy leert dat ruim de helft van de onderzochte berichten bestaat uit persbureaukopij en/of informatie geproduceerd door andere nieuwsorganisaties. De casestudy vond verder aanwijzingen voor journalistieke routines en patronen die de binnenlandberichterij vatbaar maken voor pr-materiaal en pr-boodschappen.

PR-inbreng

Anders dan in Britse kranten wordt in de Nederlandse dagbladen zelden rechtstreeks naar pr-materiaal als informatiebron verwezen. Toch is de pr-inbreng er wel degelijk. Vaak vindt pr-materiaal hier zijn weg naar de krantenredacties via bewerkte berichten van persbureau en persdienst, waarna het veelal geanonimiseerd in de berichtgeving wordt verwerkt. Ook blijven sommige pr-activiteiten onzichtbaar voor de lezers, doordat bureaus, gespecialiseerd in *free publicity*, journalisten nieuwsonderwerpen en bijbehorende zegslieden aanbieden: een praktijk die onderzoeksjournalist Joeri Boom signaleerde in *De Groene Amsterdammer*.⁴ Een tweede verklaring voor het grote verschil is dat de Britse onderzoekers alle nieuwsonderwerpen die geheel of gedeeltelijk uit de koker van overheden en dergelijke komen, als public relations bestempelen.

Uit één bron

Blijkens het Nieuwsmonitor-onderzoek van eind 2009 bestond gemiddeld een derde van de binnenlandberichterij in negen landelijke dagbladen geheel of gedeeltelijk uit ANP-berichten.⁵ Wanneer we de regionale krant uit het RU-onderzoek buiten beschouwing laten, is er geen groot verschil tussen de gevonden gemiddelden in beide onderzoeken.

De Nieuwsmonitor stelde vast dat er tussen 2006 en 2008 weliswaar minder binnenlandse ANP-berichten in de onderzochte kranten stonden, maar dat het percentage ANP-tekst in de totale binnenlandberichterij was toegenomen.⁶ Dagbladredacties werden gemiddeld afhankelijker van het ANP. Een ontwikkeling die volgens de Nieuwsmonitor-onderzoekers Scholten en Ruigrok te denken geeft, omdat een groeiend deel van de binnenlandse berichtgeving in Nederlandse kranten afkomstig is uit één bron. De afnemende pluriformiteit tast volgens hen het zelfreinigend vermogen van de pers aan.



In de [Mediamonitor 2009](#) van het Commissariaat voor de Media wordt erop gewezen dat persbureaus niet alleen kant-en-klare eindproducten produceren, maar dat de druk op redacties van nieuwsmedia om het nieuws snel online te zetten, ten koste gaat van het verifiëren en redactioneel bewerken. De vraag is of persbureaus op deze manier niet te veel invloed hebben op de publieke opinie, aldus de onderzoekers.⁷

Krimpende persbureaus

Het ANP is de afgelopen jaren steeds meer berichten gaan produceren, terwijl het aantal redacteuren als gevolg van bezuinigingen afnam, aldus het rapport van het Commissariaat voor de Media. Persdienst GPD, die de bovenregionale berichtgeving van vrijwel alle regionale dagbladen in Nederland levert, moest eveneens inkrimpen. Beide organisaties, die elkaar lang beconcurrerden, besloten eind 2009 tot samenwerking.⁸

De rol van persbureaus wordt alleen maar belangrijker. Dat is de verwachting die naar voren komt in onderzoek dat is uitgevoerd in opdracht van het Stimuleringsfonds voor de Pers. Het ordenen en controleren van nieuws dat nu via talrijke bronnen binnenkomt, past goed bij een persbureau. Een onafhankelijk persbureau kan ook tegenwicht bieden aan de commercialisering, die de kwaliteit van de journalistiek kan bedreigen. Maar ook het persbureau zelf is tegenwoordig commercieel, waardoor commerciële belangen zwaarder kunnen wegen dan onafhankelijkheid.⁹

Officiële bronnen

Ondanks de journalistieke vuistregel 'één bron is geen bron' blijkt de praktijk anders. In hun onderzoek van de plaatselijke berichtgeving in enkele Britse regionale kranten in 2007 constateerden O'Neill en O'Connor dat driekwart van de berichten slechts één bron vermeldde. Persberichten van plaatselijke overheden en voorlichters van andere instanties kregen gewoonlijk ruime aandacht, ook als ze nauwelijks nieuws van betekenis bevatten. In veel gevallen volstonden de kranten met het doorgeven van wat de officiële bron via een persbericht of een persconferentie aan de redactie had gemeld.¹⁰

Meer dan de helft van alle krantenartikelen in Australië wordt geschreven door pr-medewerkers. Dit concludeerde het [Australian Centre](#) for Independent Journalism in Sydney



na een analyse van tweeduizend publicaties in de tien grootste kranten van het land. Vooral de berichtgeving van de politie scoorde hoog: ruim 70% van het politienieuws dat in de krant kwam, bleek rechtstreeks afkomstig van politievoorlichters.

Over de mate waarin journalisten zich laten beïnvloeden door voorlichters en pr-medewerkers werden de onderzoekers niet veel wijzer. Veel journalisten weigerden hun medewerking uit angst hun baan te verliezen.

Checken

In het Britse onderzoek constateerden Lewis c.s. en Davies dat krantenredacties informatie afkomstig van nieuwsbronnen die zij betrouwbaar achten, doorgaans niet checken. Dit ondanks het feit dat een belangrijke nieuwsleverancier als het Britse persbureau *Press Association* het waarheidsgehalte van zijn berichtgeving niet controleert; zijn redactie beperkt zich gewoonlijk tot het neutraal weergeven van wat door anderen is beweerd of aangeleverd. Volgens Lewis c.s. is 60% van de nieuwsberichten in de onderzochte Britse kranten niet of nauwelijks gecheckt. De onderzoekers wijten dit vooral aan de toegenomen werkdruk: Britse dagbladjournalisten produceren nu gemiddeld driemaal zoveel als vijftien jaar geleden.¹¹

De Britse praktijk van (vooral: niet) checken komt in grote lijnen overeen met die in Nederland, zo blijkt uit een verkennend onderzoek van Els Diekerhof (Hogeschool Utrecht) naar researchstrategieën van journalisten.¹² In tegenstelling tot hun Britse collega's noemen Nederlandse journalisten als redenen om niet te checken vooral andere dan de werkdruk. Ook als zij meer tijd voor de research voor hun verhalen zouden hebben, zou er vaak niet gecheckt worden.

Nederlandse journalisten hebben uiteenlopende motieven om informatie niet te checken: meningen zijn per definitie waar, autoriteiten hebben geen belang bij liegen, de integriteit van ervaringsdeskundigen is boven twijfel verheven en soms is er te weinig tijd om te checken. Zij vinden het vooral niet nodig om te checken, omdat zij bij de beoordeling van de betrouwbaarheid van hun bronnen op hun ervaring en journalistieke intuïtie af gaan.

Nederlandse journalisten omzeilen, ontlopen en vermijden ook om te checken. Zij besteden de beoordeling van de betrouwbaarheid uit aan derden en dekken zich in door citaten te



gebruiken: zo komen uitspraken en beweringen niet voor rekening van de journalist. De lezer moet maar uitzoeken of het ook waar is.

Diekerhof analyseerde geen nieuwsberichten of de wijze waarop redacties omgaan met voorverpakt nieuws, maar analyseerde het brongebruik in producties die 22 journalisten zelf aandroegen, waarna zij hen erover interviewde. Bijna allen zeiden selectief te checken.

En nog eens checken

Studenten van de Fontys Hogeschool Journalistiek in Tilburg en van de opleidingen journalistiek en wetenschapscommunicatie aan de Universiteit Leiden zien de dagelijkse journalistieke praktijk bevestigd in hun [Factcheck](#)- respectievelijk [Nieuwscheckers](#)-project. Zij selecteren berichten uit de media waaraan op het eerste gezicht iets mankeert. Bij navraag bij de bronnen blijkt er vrijwel altijd wel wat mis.

In opmerkelijk veel gevallen waar de *factcheckers* achteraan gaan, publiceren journalisten klakkeloos informatie uit 'onderzoek' die hun door belanghebbende organisaties is opgestuurd. Daarnaast leveren zoektochten naar de harde feiten achter spannende verhalen vrijwel altijd ontzuurende ervaringen op: journalisten checken een mooi verhaal niet graag kapot.

Op basis van hun ervaringen doen de feitencontroleurs aanbevelingen aan de journalistiek, zoals: wees niet bang om verhalen kapot te checken, wees kritisch naar andere media, zorg voor expertise op de redactie, vraag naar cijfers en onderzoeksrapporten, en doe navraag bij deskundigen.¹³

Ook krantenlezers en tv-kijkers leveren regelmatig voorbeelden van berichtgeving die klakkeloos is overgenomen: zie bijvoorbeeld '[Reconstructie van een rondzinger fout](#)' en de mediaberichtgeving na anonieme bedreigingen aan het adres van een school in Weesp, februari 2009.¹⁴

Meer informatie over de wijze waarop journalisten omgaan met nieuwsbronnen, staat in hoofdstuk 4 van het boek.

Noten



- 1 J. Lewis, A. Williams, B. Franklin, J. Thomas & N. Mosdell (2006). *The Quality and Independence of British Journalism. Tracking the changes over 20 years*. Cardiff: Mediawise/Cardiff University. Zie ook J. Lewis, A. Williams & R. Franklin (2008). A compromised fourth estate? UK journalism, public relations and news sources. *Journalism Studies* 9 (1), pp. 1-20, en J. Lewis, A. Williams & R. Franklin (2008). Four rumours and an explanation. A political economic account of journalists' changing newsgathering and reporting practices. *Journalism Practice* 2 (1), pp. 27-45. Een korte samenvatting van de Britse onderzoeksresultaten staat in hoofdstuk 7, p. 162.
- 2 E. Hijmans, K. Buijs & P. Schafraad (2009). Nieuwsbronnen en de kwaliteit van de journalistiek. Een verkennende analyse van binnenlandse nieuwsonderwerpen in vier Nederlandse dagbladen. In B. Ummelen (red.), *Journalistiek in diskrediet*. Diemen: AMB, pp. 41-66.
- 3 O. Scholten & N. Ruigrok (2009). *Bronnen in het nieuws. Een onderzoek naar brongebruik in Nederlandse dagbladen 2006-2008*. Amsterdam: Nederlandse Nieuwsmonitor.
- 4 J. Boom (2009). Mediafalen. Onafhankelijke journalistiek op het spel. *De Groene Amsterdammer* 30 januari.
- 5 Het gevonden aandeel ANP-berichtgeving in het Nieuwsmonitor-onderzoek kan zijn vertekend, doordat het onderzoek elke overlapping van (delen van) krantenberichten en ANP-tekst telde als berichtgeving afkomstig van het ANP. Dit hoeft niet het geval te zijn: redacties van ANP en dagblad kunnen een gemeenschappelijke bron hebben gebruikt. Zie Hijmans e.a. (2009), p. 53.
- 6 Communicatiewetenschapper Pleijter wijst erop dat de kranten blijkens het Nieuwsmonitor-onderzoek allerm minst het doorgeefluik zijn voor ANP-nieuws. Als hun redacties ANP-kopij gebruiken, wordt die meestal bewerkt en uitgebreid met eigen informatie. Zie [Meer of minder ANP?](#) *De Nieuwe Reporter* 18 december 2009.
- 7 W. Jongbloed, E. Lauf & R. Negenborn (2009). *Over nieuws en het ANP*. *Mediamonitor 2009*. Hilversum: Commissariaat voor de Media.
- 8 Zie ANP doet twee stappen terug. *de Volkskrant* 22 september 2009; GPD vecht voor voortbestaan. *Villamedia Magazine* 20 november 2009 en Samenwerking van ANP en GPD. *NRC Handelsblad* 12 december 2009.



9 K. Vermaas & F. Janssen (2009). *Het persbureau in perspectief. Rol functies en kernwaarden van Nederlandse persbureaus*. Diemen: AMB.

10 D. O'Neill & C. O'Connor (2008). The passive journalist. How sources dominate local news. *Journalism Practice* 2/3, pp. 487-500.

11 Een andere reden voor journalisten om niet te checken wordt door Davies het Ninja Turtle Syndroom genoemd: het is een raar bericht, het zal wel niet kloppen, maar iedereen brengt het, dus kunnen wij niet achterblijven. Voorbeelden zijn te vinden in *Flat Earth News* en in het KIM-college dat Davies in januari 2009 gaf in Utrecht. Zie B. Ummelen (red.) (2009). *Journalistiek in diskrediet*. Diemen: AMB, pp. 5-22.

12 E. Diekerhof (2009). Indekken of checken? Een verkennend onderzoek naar het checken van mondelinge bronnen in de Nederlandse journalistiek. In B. Ummelen (red.). *Journalistiek in diskrediet*. Diemen: AMB, pp. 67-80.

13 P. Burger, Th. Dersjant & A. Pleijter (2009). Fact checkers lopen achter de feiten aan. In B. Ummelen (red.). *Journalistiek in diskrediet*. Diemen: AMB, pp. 81-96.

14 Zie onder meer de artikelen Dreigen als symptoom van de nieuwe tijd en Weesp, een hysterisch medialaboratorium. *NRC Handelsblad* 17 februari 2009.