



MEDIAMONITOR

ANALYSE EN VERDIEPING # 1

OVER NIEUWS EN HET ANP



COMMISSARIAAT VOOR DE MEDIA

MEDIAMONITOR
ANALYSE EN VERDIEPING # 1

OVER NIEUWS EN HET ANP

Colofon

De Mediamonitor is een uitgave van het Commissariaat voor de Media

Redactie

Wieteke Jongbloed

Edmund Lauf

Rini Negenborn

Vormgeving

Studio FC Klap

Druk

Roto Smeets Grafiservices

Commissariaat voor de Media

Hoge Naarderweg 78 |||| 1217 AH Hilversum

Postbus 1426 |||| 1200 BK Hilversum

T 035 773 77 00 |||| F 035 773 77 99 |||| [cvdm@cvdm.nl](mailto:cvdn@cvdm.nl) ||||

www.cvdn.nl |||| www.mediamonitor.nl

ISSN 1874-0111

INHOUD

Voorwoord	5
Samenvatting en slotopmerking	7
1. Het nieuws op 18 juni 2009: een analyse van actueel nieuws op internet, radio, televisie en teletekst	13
1.1 Inleiding	14
1.2 Onderzoek naar nieuwsinhoud	15
1.3 Alle berichten op 18 juni	19
1.4 Nieuwe berichten op 18 juni	22
1.5 Gebeurtenissen op 18 juni	30
1.6 Conclusie	34
2. Bronnen in het nieuws: een onderzoek naar ANP-berichten in nieuws en achtergrondinformatie in Nederlandse dagbladen 2006-2008	37
2.1 Inleiding	38
2.2 Continu Nieuwsmonitor 2006-2008	39
2.3 Sporen van berichten van persbureau ANP in artikelen met nieuws en achtergrondinformatie: de methode	42
2.4 ANP en dagbladen	48
2.5 Vermelde bron bij artikelen in categorie 'bericht ANP overschrijven'	59
2.6 Conclusies en discussie	60

VOORWOORD

In de jaren tachtig van de vorige eeuw raakte het begrip *informatiemaatschappij* zeer in zwang. Daar was alle reden toe: onze samenleving had zich na de Tweede Wereldoorlog ontwikkeld van een industriële samenleving naar een diensteneconomie, met informatie als misschien wel de voornaamste productiefactor en aanjager van economische groei en voorspoed. In die tijd werd wel geschat dat het informatieaanbod in westerse samenlevingen jaarlijks met tien procent groeide, een verdubbeling eens per zeven jaar. Inmiddels zijn we twintig jaar verder en is internet geboren en wereldwijd tot wasdom gekomen. Het lijkt geen twijfel dat de tienprocent informatiegroei eerder een grove onderschatting dan overschatting was. Burgers en consumenten kunnen vergeleken met vroeger beschikken over een ongekende hoeveelheid informatie, over *anything, anytime, anywhere*, om Nicholas Negroponte, een van de eerste internetgoeroes, nog maar eens te parafraseren. Er is nauwelijks een tekort aan informatie, zeker geen tekort aan nieuws in kranten en tijdschriften, op radio, televisie en het web; wie van nature pessimistisch is zou misschien wel willen spreken van een tsunami. Voor optimisten is de huidige vloed aan informatie en nieuws, waarvan we vrijwel zonder grote inspanning en kosten kennis kunnen nemen, een waar genoegen.

Nu is de kwaliteit van de maatschappelijke informatie- en nieuwsvoorziening niet alleen een kwestie van kwantiteit; we moeten haar ook afmeten aan diversiteit, een van de centrale waarden van mediabeleid in een democratische samenleving. In deze publicatie van de Mediamonitor wordt verslag gedaan van twee onderzoeken die zicht geven op de nieuwsvoorziening vandaag de dag in Nederland. In de eerste plaats rapporteert het Commissariaat voor de Media over een quick scan van de Nederlandse nieuwsvoorziening via nieuwssites op het web, radio, televisie en teletekst. En in de tweede plaats doen Otto Scholten en Nel Ruigrok, beiden verbonden aan 'Het Persinstituut' van de Universiteit van Amsterdam, op uitnodiging van het Commissariaat verslag van hun onderzoek naar bronnen van het nieuws in dagbladen. Het beeld dat uit deze twee onderzoeken naar voren komt is dat er enerzijds een grote diversiteit bestaat aan nieuwsberichten in kranten en andere nieuwsmedia, en dat er anderzijds sprake is van een dominante positie van persbureaus (met name ANP) in de *gatekeeping*. Verder valt op dat internetnieuws vooral wordt gekenmerkt door korthed en snelheid, met daardoor weinig ruimte voor achtergrond en verdieping. Hiermee hangt vermoedelijk ook samen dat de nieuwsagenda steeds sterker wordt bepaald door overheidsvoorlichting en PR-materiaal, iets waarop Scholten en Ruigrok ook in navolging van andere media-onderzoekers wijzen. Overigens geen Nederlands verschijnsel alleen: recent Duits onderzoek naar het persbureau DPA laat zien dat PR-strategen en journalisten steeds meer elkaars mediapartner worden, zo zeer zelfs dat commentatoren niet aarzelen om veel nieuwsvoorziening een 'gesteuerte Flut' te noemen. Wat daarvan zij, het monitoren van de bronnen van het nieuws, zoals ondermeer 'Het Persinstituut' met zijn Nederlandse Nieuwsmonitor doet, blijft van groot belang voor mediadebat en mediabeleid.

Met deze publicatie opent de Mediamonitor van het Commissariaat een serie "Analyse en verdieping", die reeds in de Mediamonitor 2008 werd aangekondigd.

Hilversum, najaar 2009

Commissariaat voor de Media,

prof. dr. Tineke Bahlmann, voorzitter

prof. mr. dr. Madeleine de Cock Buning, commissaris

prof. dr. Jan van Cuilenburg, commissaris

SAMENVATTING EN SLOTOPMERKING



SAMENVATTING EN SLOTOPMERKING

Het nieuws op 18 juni 2009: een analyse van actueel nieuws op internet, radio, televisie en teletekst

Sinds de komst van internet ligt de nadruk bij het verspreiden van nieuws steeds meer op snelheid: hoe actueler hoe beter. Opiniebladen en ook dagbladen, bieden al lang niet meer de meest actuele informatie. Papieren dagbladen vermelden het belangrijkste nieuws van gisteren en kiezen vaak, net zoals opiniebladen, voor verdiepende analyses. Verrassend genoeg houdt onderzoek naar nieuwsinhoud nauwelijks rekening met deze ontwikkeling. De grote onderzoeken beperken zich nog steeds tot de traditionele media. In het hier gepresenteerde onderzoek van de Mediamonitor worden deze media, zoals kranten, opiniebladen en actualiteitenprogramma's op radio en televisie, juist buiten beschouwing gelaten. Er wordt inzicht gegeven in het nieuws van één dag in nieuwstitels die door de dag heen ten minste één keer worden ververst: krantenwebsites, andere nieuwswebsites, televisiejournals, teletekstdiensten en radiobulletins. Hoe verloopt de nieuwsstroom op een dag? Waar en wanneer vindt de meeste nieuwsverversing plaats? Wat zijn hierbij de verschillen tussen de diverse mediatypen en wat is de bron van de berichten?

Een inhoudsanalyse, uitgevoerd in 2009, geeft antwoord op deze vragen. De inhoudsanalyse is gebaseerd op 21 nieuwstitels, verdeeld over vier verschillende mediatypen. Op een willekeurige dag (18 juni 2009) zijn alle berichten die in deze nieuwstitels zijn verschenen, geregistreerd. De periode van vastlegging behelst 26 uur: een basismetende van 1 uur bij aanvang gevolgd door een periode van 25 uur waarin de wijzigingen werden vastgelegd. Voor radio, internet en teletekst betekende dit een metende op elk uur, voor televisie elke nieuwsuitzending die er in de betreffende periode is uitgezonden. Per nieuw bericht is de kop, het onderwerp, bronvermelding, omvang en geografische strekking gecodeerd. Aansluitend zijn, aan de hand van de kop, alle berichten samengevat tot op zichzelf staande gebeurtenissen.

Per nieuwstitel zijn er in de loop van de dag gemiddeld 86 nieuwe berichten gepubliceerd. Alle nieuwe berichten samen brachten 514 unieke gebeurtenissen. Het gemiddeld totale aantal berichten blijft gedurende de dag, ook binnen de verschillende media, redelijk gelijk. Vanaf 7 uur 's ochtends komt een grote stroom aan nieuwe berichten op gang, in de loop van de avond neemt het aandeel nieuwe berichten af. Radio is het medium waar berichten het minst worden herhaald: de bulletins bevatten nagenoeg altijd nieuwe onderwerpen. De uitzendingen zijn relatief kort, met weinig berichten, waarbij het nieuws vooral uit Nederland afkomstig is.

Het onderwerp dat het meest voorkomt in nieuwe berichten binnen alle mediatypen is 'criminaliteit en veiligheid'; ook financieel nieuws en sportnieuws scoren hoog. De diversiteit van onderwerpen is over het algemeen aanzienlijk. Sommige nieuwstitels hebben bepaalde accenten gelegd waardoor hun diversiteit lager uitvalt. Persbureaus spelen bij de nieuwstitels op internet een dominante rol. Veel nieuwstitels noemen expliciet een persdienst als bron, meestal ANP. De berichten zijn gemiddeld vrij kort. Op de websites van betaalde dagbladen zijn daarnaast ook omvangrijkere berichten te vinden. Enkele gebeurtenissen

worden door alle nieuwsmedia besproken. Op internet verschijnen veel berichten die door de andere nieuwstitels niet worden opgepikt. Het gaat hier vooral om 'human interest', kleine nieuwtjes en/of wetenswaardigheden over beroemdheden.

Dat een toenemende hoeveelheid nieuwsaanbod tot fragmentatie leidt, kan ons onderzoek niet bevestigen. Het belangrijkste nieuws haalt bijna alle nieuwstitels. Aanvullend leggen nieuwstitels bepaalde accenten en bieden op deze manier toegevoegde waarde. Als oude nieuwsmedia zoals papieren dagbladen verdwijnen, blijft er nog een voldoende aanbod van divers nieuws. Of er dan ook nog voldoende verdieping bestaat, is een heel andere vraag.

Bronnen in het nieuws: een onderzoek naar ANP-berichten in nieuws en achtergrondinformatie in Nederlandse dagbladen 2006-2008

De Engelse kwaliteitskranten kregen er flink van langs in het boek Flat Earth News uit 2009 van de Britse onderzoeksjournalist Nick Davies. De steeds verdergaande commercialisering in de mediawereld is er volgens Davies de oorzaak van dat journalisten steeds meer 'productie' moeten draaien. Feiten worden hierdoor niet meer gecontroleerd, wat volgens Davies ten koste gaat van de betrouwbaarheid van het nieuws. Naast persbureaus spelen ook PR-bureaus een steeds belangrijkere rol bij de Britse dagbladen.

In navolging van Davies presenteert De Nederlandse Nieuwsmonitor hier een grootschalig onderzoek naar de invloed van persbureaus op artikelen in Nederlandse dagbladen. Over de periode 2006-2008 zijn van negen landelijke dagbladen bijna 60.000 artikelen geanalyseerd. Deze krantenartikelen zijn vergeleken met de berichten van het Algemeen Nederlands Persbureau (ANP) om vervolgens met een inhoudsanalyse te bepalen in hoeverre de ANP-berichten met de artikelen overeenkomen. De analyse geeft een antwoord op de vraag in hoeverre krantenartikelen (deels) gebaseerd zijn op berichten van ANP en dus hoe belangrijk het persbureau op dit vlak is.

Het aanbod van berichten geproduceerd door ANP is in de loop van de jaren toegenomen en tegelijkertijd maken de Nederlandse dagbladen voor nieuws en achtergrondinformatie in toenemende mate gebruik van berichten van dit persbureau. Het letterlijk overnemen van ANP-berichten komt het meest voor bij de gratis dagbladen, maar is over de gehele linie in de afgelopen drie jaar afgenomen. Hier tegenover neemt het aantal artikelen waarbij een ANP-bericht wordt bewerkt en uitgebreid, juist toe. Zowel berichten die letterlijk worden overgeschreven als berichten die worden bewerkt en uitgebreid, betreffen voornamelijk sportberichten. Uit het onderzoek blijkt ook dat kranten die een ANP-bericht in zijn geheel overschrijven, niet altijd de bron vermelden.

Speciale aandacht gaat nog uit naar artikelen over binnenlandse politiek. Ook hier neemt het aandeel artikelen dat (deels) gebaseerd is op een bericht van ANP toe. Wanneer nieuws en achtergrondinformatie steeds meer afhankelijk wordt van een persbureau en niet meer afkomstig is van meerdere bronnen, betekent dit een vershraling van de informatievoorziening.

De onderzoeken van Davies en De Nieuwsmonitor zijn moeilijk met elkaar te vergelijken omdat er een andere onderzoeksmethodiek wordt gehanteerd. Toch geven de onderzoeken hetzelfde signaal af: kranten maken in hun nieuws en achtergrondinformatie steeds vaker gebruik van berichten van een persbureau. De situatie dat in Nederland slechts één partij bepaalt wat er in het nieuws komt, doet zich nog niet voor, maar toch baart de toenemende trend wel zorgen.

Slotopmerking

In juni 2009 presenteerde de tijdelijke Commissie Brinkman haar visie op de toekomst van de pers. Een constatering was dat kranten en omroepen sterk leunen op nieuwsgaring en verslaggeving door agentschappen in binnen- en buitenland, voor Nederland in het bijzonder ANP. Volgens de commissie vervult ANP "een zeer belangrijke taak binnen de infrastructuur van journalistiek en nieuws" en moet er nagegaan worden "hoe deze taak voor de toekomst gewaarborgd kan worden."¹ Levering van kwalitatief hoogstaand nieuws is voor de maatschappelijke meningsvorming noodzakelijk, maar dit kan niet gratis zijn. Volgens de commissie Brinkman moet worden beoordeeld of er op de nieuwsmarkt voldoende financiële middelen zijn voor een betrouwbaar, pluriform en onafhankelijk aanbod door ANP en andere nieuwsagentschappen.

Een publieke discussie over de financiële nood bij ANP is in de zomer van 2009 in gang gezet onder meer doordat ANP aankondigde 35 mensen te moeten ontslaan. Intussen wordt er zelfs over gespeculeerd dat ANP door het verdwijnen van grote klanten zou kunnen omvallen. In het recent verschenen rapport "Het persbureau in Perspectief. Rol, functies en kernwaarden van Nederlandse persbureaus" komen deze en andere mogelijke ontwikkelingen, geschetst in het kader van vier toekomstscenario's, aan bod.²

In zijn reactie op het advies van de Commissie Brinkman schrijft minister Plasterk op 30 september 2009 over ANP: "En juist in deze tijd, waarin nieuws zo makkelijk en snel op het internet verspreid wordt zonder degelijke feitencontrole, is zulke betrouwbare grondstof waardevol. Het kabinet wil de aanbeveling van de commissie tot een onderzoek naar het ANP overnemen, maar ook uitbreiden tot een onderzoek naar de rol van het persbureau in het algemeen."³

De twee in de onderhavige publicatie gepresenteerde onderzoeken nopen tot vervolgonderzoek. Uit zowel het onderzoek van de Mediamonitor van het Commissariaat als van De Nieuwsmonitor van 'Het Persinstituut' blijkt dat dagbladen en andere nieuwsmedia veelvuldig gebruik maken van ANP-berichten. Onderzoek zou moeten aantonen in hoeverre berichten van persbureaus en nieuwstitels gebaseerd zijn op persberichten van publieke en particuliere

¹ *Adviesrapport Tijdelijke Commissie Brinkman (2009), De volgende editie. 23 juni, p. 11*

² *Vermaas, K. & F. Janssen (2009), Het Persbureau in Perspectief. Onderzoek uitgevoerd in opdracht van het Stimuleringsfonds voor de Pers, november*

³ *Plasterk, N.H.A. (2009), Beleidsreactie adviesrapport Tijdelijke Commissie Innovatie en Toekomst Pers, 30 september*

organisaties. Hiermee kan de vraag beantwoord worden of persbureaus en nieuwsredacties nog betrouwbare poortwachters zijn of dat zij louter doorgeefluiken aan het worden zijn. Als traditionele businessmodellen voor (betaalde) kwaliteitsjournalistiek verder onder druk komen te staan moet ook gevreesd worden dat het aanbod aan journalistieke verdieping en duiding van het nieuws afneemt, dat de scheiding tussen commercie en redactie vervaagt en dat de invloed van PR- en voorlichtingsfunctionarissen op het nieuws toeneemt. In meerdere opzichten een zorgelijk perspectief.

1. HET NIEUWS OP 18 JUNI 2009

EEN ANALYSE VAN ACTUEEL NIEUWS OP INTERNET, RADIO, TELEVISIE EN TELETEKST



1. HET NIEUWS OP 18 JUNI 2009

EEN ANALYSE VAN ACTUEEL NIEUWS OP INTERNET, RADIO, TELEVISIE EN TELETEKST

1.1 Inleiding

Er was nog nooit zo'n groot aanbod van actueel en vaak ook gratis verspreid nieuws als tegenwoordig het geval is. Met het voorliggende onderzoek naar het nieuwsaanbod op 18 juni 2009 ronden we de in 2006 gestarte reeks onderzoeken naar productie, gebruik en inhoud van het nieuwsaanbod voorlopig af. Voor de reeks is onder meer de nieuwsmarkt gedefinieerd, is de organisatie van nieuwsredacties nagegaan en is voor het eerst nieuwsgebruik breed gemeten. Met dit afsluitende onderzoek willen we achterhalen hoe de nieuwsstroom op een willekeurige dag verloopt. Waar en wanneer vindt de meeste verversing plaats en wat zijn hierbij de verschillen tussen de diverse mediatypen? Wat zijn de bronnen waaruit actueel nieuws voortkomt? Biedt internetnieuws alleen maar meer van hetzelfde of is het aanbod zo divers dat alle nieuwstitels een eigen nieuwsagenda bieden?

Allereerst een korte terugblik op de eerder uitgevoerde onderzoeken van de Mediamonitor. In 2006 is er een analyse gedaan van nieuwsredacties in Nederland. De trends die hierbij naar voren kwamen, zijn ook in 2009 nog actueel. Er is sprake van een doorlopend concentratieproces bij redacties van nieuwsmedia. Zo zijn aparte redacties voor radio, televisie of print samengevoegd tot een centrale redactie, redacties van dagbladen samengevoegd en sommige nieuwsredacties helemaal verdwenen. Hier tegenover staat het ontstaan van nieuwe internetredacties, met doorgaans weinig redacteuren.

Dat steeds meer nieuwsproducten door minder redacties en minder journalisten worden geproduceerd, heeft als gevolg dat er een toevoer van korte nieuwsberichten is. Het schrijven van berichten op redacties komt steeds vaker neer op het selecteren van persberichten. Bij Google Nieuws bijvoorbeeld is een redactie helemaal overbodig. In voorgaand onderzoek is geconstateerd dat door ingekorte nieuwsproducten en kleinere redacties de opinie-macht van persbureaus groter wordt. Als gevolg van deze ontwikkeling hebben persbureaus zich meer vraaggericht opgesteld en leveren zij het nieuws aan zowel dagbladen, radio en televisie als aan websites en aanbieders van mobiele toepassingen. ANP bijvoorbeeld heeft zich volgens voormalig ANP-hoofdredacteur Rob de Spa ontwikkeld "van louter nieuwsleverancier tot informatieknooppunt. Het ANP is altijd leverancier van nieuws voor dagbladredacties geweest. Vroeger draaide het niet zozeer om snelheid, maar om volledigheid. Aan één alinea hadden kranten niks. Een paar keer per dag werd een bericht afgeleverd dat in ieder geval op de 'zaktijd' gereed moest zijn. In de periode dat ik hoofdredacteur was, zag je een sterke tendens om de snelheid van berichtgeving te vergroten, zodat die niet alleen voor het papieren product geschikt zou zijn, maar ook voor radio-uitzendingen en internet. Dat vereiste een andere aanpak. Het betekent dat je het nieuws blijft volgen; je volstaat niet met het plaatsen van een bericht, je houdt ook het vervolg scherp in de gaten en bericht daarover."¹

¹ Commissariaat voor de Media (2006), *CoMedia 17*, Utrecht: Roto Smeets

De dagbladenmarkt is geregeld onderwerp van discussie. Veel dagbladen hebben te maken met dalende oplagecijfers en het wordt steeds moeilijker om adverteerders te vinden en te binden. Het voortbestaan van de dagbladen is onzeker en dit leidt mogelijk tot het verdwijnen van titels. Wanneer in de jaren 50 van de vorige eeuw het laatste dagblad failliet zou zijn gegaan, had de Nederlandse bevolking het grootste deel van haar dagelijkse dosis nieuws niet meer kunnen ontvangen. Tegenwoordig is dat anders en zijn Nederlanders voor hun dagelijkse portie nieuws niet meer afhankelijk van de papieren krant. Televisienieuws is er in de loop van de tijd bijgekomen en sinds het begin van de jaren 80 wordt teletekst veelvuldig gebruikt. Het succes van teletekst maakte een steeds groter wordende behoefte duidelijk: korte berichten die een overzicht geven van het laatste nieuws op het gebied van onder meer politiek, economie, sport en entertainment. Inmiddels heeft deze vorm van nieuws op internet aan terrein gewonnen. Uit het nieuwsgebruikonderzoek dat de Mediamonitor in 2008 heeft uitgevoerd, blijkt dat de jongste generatie nieuwsgebruikers met name geïnteresseerd is in gratis verspreid nieuws met een hoge actualiteitswaarde. Wie op de hoogte wil blijven van een actuele gebeurtenis wacht niet meer op het dagblad, het radio- of het televisienieuws, maar maakt gebruik van de informatie via internet.

Bij aanvang van de reeks onderzoeken is er in 2006 voor een brede definitie van “nieuws” gekozen, met de volgende kenmerken: nieuws is actueel, universeel, professioneel bewerkt en op alle Nederlanders gericht. Onder “actueel” is toen een verspreiding van het nieuws van minimaal één keer per week verstaan. De reden voor deze afbakening was enerzijds gelegen in het permanente karakter van opinievorming en anderzijds in het werkbaar houden van de analyses. Met “universeel” wordt bedoeld dat alle onderwerpen op grond van actualiteitskansen maken om geselecteerd te worden. Uitgesloten zijn dus thematische media (MTV, Het Financieele Dagblad) en radio- of televisieprogramma's gericht op één bepaald onderwerp (NOS Studio Sport). In deze definitie wordt geen onderscheid gemaakt tussen nieuws en verdieping, Elsevier en nu.nl zijn allebei nieuwstitels.

Het is de vraag in hoeverre de toen gekozen definitie voldoende toekomstgericht is. Vandaag de dag is “actueel” eerder een verversing van meerdere keren per dag dan de gehanteerde norm van een keer per week. Bij opiniebladen zal niemand verwachten dat er de meest recente informatie wordt gegeven. Deze bladen staan bekend om hun opinie en achtergrondinformatie waarvoor laatste ontwikkelingen minder belangrijk zijn. Ditzelfde geldt eigenlijk voor papieren dagbladen. Een gevolg hiervan zal zijn dat opiniebladen, maar ook papieren dagbladen in sterkere mate niet meer worden beschouwd als nieuwsmedia, maar als opinie-media met verdieping als voornaamste kenmerk en functie.

1.2 Onderzoek naar nieuwsinhoud

Nieuws bestaat uit korte berichten over actuele gebeurtenissen, terwijl achtergrondinformatie uitgebreidere berichten betreft die enige tijd na een nieuwsbericht verschijnen. De vraag ligt voor de hand of de berichtgeving door de veranderingen op redactioneel en technisch gebied

via steeds meer media wordt verspreid. Een actueel kort nieuwsbericht van bijvoorbeeld 8.30 uur kan zonder inhoudelijke aanpassingen op internet of op teletekst worden geplaatst, via rss feed verspreid of in het eerstvolgende nieuwsbulletin op radio of televisie worden gepresenteerd. Uit de hiervoor gekozen benadering volgt dat niet alleen opiniebladen, maar ook dagbladen en andere maximaal een keer per dag verschijnende titels het bericht van 8.30 uur waarschijnlijk niet zullen publiceren en dus niet meer onder de definitie van "actueel" vallen.

Verrassend genoeg houdt onderzoek naar nieuwsinhoud nauwelijks rekening met deze ontwikkeling. De grote onderzoeken beperken zich vaak tot papieren dagbladen, opiniebladen en actualiteitenprogramma's. Een uitzondering hierop is een inhoudsanalyse van het internetnieuws in de VS uit 2004². Dit onderzoek komt tot de conclusie dat in de loop van de dag ongeveer de helft van de berichten wordt vernieuwd. Deze verversing is soms echter alleen mogelijk door het overnemen van persberichten: "Among those (sites) studied, there are three kinds of sites – those generating staff content, usually from their parent company, those relying almost on wire service and those trying to edit and adapt wire copy and adding some original content."

Het hier gepresenteerde onderzoek dient als quickscan waarbij mediatypen die actueel nieuws verspreiden met elkaar vergeleken worden. Opiniebladen en papieren dagbladen worden daarbij vanwege hun niet-actuele karakter buiten beschouwing gelaten. Er wordt inzicht gegeven in de nieuwsstroom van één dag onder nieuwstitels die door de dag heen ten minste één keer ververs worden: websites van kranten, overige nieuwswebsites, televisiejournaals, teletekstpagina's en radiobulletins. De inhoudsanalyse is gebaseerd op nieuwstitels van vier verschillende mediatypen: 13 websites, 4 radiozenders, 3 televisiezenders en 2 teletekstdiensten. Bij de selectie van de titels is een aantal keuzes gemaakt. Zo komen alle mediatypen die meerdere keren per dag worden ververs aan bod, is er zowel een radiojournaal van Novum als van ANP, is er gekeken naar zowel het nieuws van RTL als van NOS (op televisie en teletekst), is er een radiozender van de NOS en is er geluisterd naar de commerciële radiozender die zich profileert als nieuwszender: BNR Nieuwsradio. Bij de internetsites zijn de websites van alle landelijke dagbladen meegenomen. Daarnaast is de lijst aangevuld met nieuwssites met een hoog bereik.³

Op een willekeurige dag (18 juni 2009) zijn alle berichten die zijn verschenen per nieuwstitel gecodeerd door vijf codeurs. De onderzoeksperiode beslaat 26 uur: een basismeting om 0 uur gevolgd door een periode van 25 uur, van 1 uur 's nachts op 18 juni tot en met 1 uur 's nachts op 19 juni. Bij radio, internet en teletekst was er een meting op elk uur (met uitzondering van Slam!FM dat alleen tussen 6 en 24 uur nieuws uitzendt), bij televisie werd gekeken naar elke nieuwsuitzending die op Nederland 1, Nederland 2 en RTL 4 werd uitgezonden: RTL Nieuws 11 keer en NOS Journaal 15 keer.

² *The state of the news media 2004*, zie http://www.stateofthemediamonitor.org/2004/narrative_online_contentanalysis.asp?cat=2&media=3

³ Meer informatie over de gemaakte keuzes en gebruikte methodiek is te vinden op www.mediamonitor.nl.

In totaal zijn er 13.656 berichten geanalyseerd. Per bericht zijn de kop, het onderwerp, de bron(nen), de omvang en de locatie van de beschreven gebeurtenis gecodeerd. Op basis van de kop en het onderwerp is uiteindelijk nog het aantal gebeurtenissen op die dag bepaald.

Wanneer een kop in een voorgaande meting ook al aanwezig was, is er sprake van een herhaling van een bestaand bericht. Indien de kop nog niet eerder was voorgekomen, is deze als nieuw bericht gecodeerd. Voor de vaststelling of er een nieuw bericht is, wordt dus alleen naar de kop gekeken. Bestaande berichten zijn op een later moment niet meer gecontroleerd op eventuele aanpassingen op een van de variabelen.

Het aantal berichten van een nieuwstittel wordt op internet in sterke mate bepaald door de vormgeving en inrichting van de website. In dit onderzoek zijn alleen de nieuwsberichten – en directe verwijzingen naar nieuwsberichten – op de voorpagina geanalyseerd, omdat dat uiteindelijk de pagina is waarmee de aanbieder zich profileert. Er is alleen gekeken naar nieuwsberichten. Hierdoor zijn onder meer weblogs, video's en strips buiten beschouwing gelaten. Om een indruk te geven van de mogelijke verschillen tussen websites, geeft figuur 1.1 een weergave van drie geanalyseerde websites. Nrc.nl kiest ervoor om de nieuwsberichten in een klein deel van de voorpagina te tonen (zie omkaderd vlak), waarbij alleen de berichtkoppen getoond worden. Een uitzondering hierop vormen de bovenste drie berichten waarbij naast de kop een kleine beschrijving van de gebeurtenis gegeven wordt. De rest van de voorpagina wordt gevuld met onder meer verwijzingen naar weblogs en nrc.tv, een vraag van de dag, reclame en beursindex. Trouw.nl hanteert een andere layout. Op deze voorpagina nemen de nieuwsberichten een beduidend groter deel van de site in beslag dan bij nrc.nl het geval is, maar ook is er ruimte voor onder meer verwijzingen naar videomateriaal, opinie, recensies en verdieping. Een voorpagina die nog weer anders is ingericht dan de twee voorgaande is die van het Reformatorisch Dagblad. Deze site kiest er voor om naast het weerbericht, een publiekspoll en reclame voornamelijk nieuws te tonen.

Figuur 1.1

De voorpagina's van nrc.nl, trouw.nl en refdag.nl



1.3 Alle berichten op 18 juni

Donderdag 18 juni 2009 was geen bijzondere dag voor het nieuws. Er waren geen grootschalige sportgebeurtenissen of rampen die het nieuws dusdanig hebben beïnvloed dat er voor andere gebeurtenissen geen ruimte meer was.

Aantal berichten

Hoeveel berichten zijn er deze dag door de verschillende nieuwstitels verspreid en in hoeverre zijn dit nieuwe berichten? In tabel 1.1 is te zien hoeveel berichten elke nieuwstitel per uur of uitzending heeft verspreid. Bij de websites staat telegraaf.nl bovenaan. Deze titel heeft elk uur op zijn voorpagina ongeveer 77 berichten staan. De pagina's van depers.nl en nieuws.nl volgen met respectievelijk 60 en 57 berichten per uur. De websites met de minste nieuwsberichten zijn nrc.nl en nd.nl, met elk uur respectievelijke 14 en 11 berichten op de voorpagina.

Zijn de verschillen in gemiddeld aantal berichten tussen de nieuwstitels bij de internetaanbieders nog groot (tussen de 77 en 10 berichten per uur), bij radio en televisie worden deze al kleiner en bij teletekst is er tussen de twee geanalyseerde diensten nagenoeg geen verschil meer in het gemiddeld aantal berichten per uur. Geheel onlogisch is dat niet. Op internet zijn er vanwege de mogelijkheid om te scrollen geen beperkingen in ruimte, terwijl bij teletekst alle berichtstitels op één beeldscherm moeten passen.

BNR en Radio 1 zijn met 6 en 5 berichten de radiozenders die de meeste berichten per uitzending hebben. Bij televisie heeft het NOS Journaal met gemiddeld 11 berichten per uitzending een bijna twee keer zo hoog aantal berichten dan het RTL Nieuws. Dat terwijl het NOS Journaal 15 keer te zien was en het RTL Nieuws 11 keer.

Het aantal berichten geeft niet aan in hoeverre er wel of geen nieuwe berichten worden geplaatst. Het kan zijn dat een nieuwstitel gedurende meerdere uren/uitzendingen dezelfde berichten gebruikt en alsnog niet erg actueel is.

Vernieuwing

Het aantal en aandeel nieuwe berichten in tabel 1.1 geeft aan in hoeverre de verschillende nieuwstitels binnen een dag nieuwe berichten hebben geplaatst ten opzichte van de berichten die op dat moment al aanwezig waren. Er is sprake van een nieuw bericht indien een aanbieder een bericht plaatst met een geheel nieuwe kop. Bij internet en teletekst is dit eenvoudiger te bepalen dan bij televisie en radio. Leidraad bij laatstgenoemden is dat er in het begin van het bericht expliciet wordt gewezen op een nieuwe ontwikkeling.

Van de nieuwstitels op internet laat depers.nl met 195 berichten zien dat zij van alle internettitels de meeste nieuwe berichten heeft gepubliceerd. Telegraaf.nl, ad.nl en trouw.nl volgen hierop. Op een site met relatief veel berichten valt het niet zo op wanneer een enkel bericht nieuw geplaatst wordt. Het is daarom van belang om niet alleen naar het absolute aantal te

Tabel 1.1

Aantal berichten en mate van vernieuwing

	Nieuwstiel (gerangschikt op totaal aantal berichten)	Totaal aantal berichten	Gemiddeld aantal berichten per uur/ uitzending	Aantal nieuwe berichten	Aandeel nieuwe berichten (in procenten)
Internet		12.530		1.437	11,5
	telegraaf.nl	1912	77	188	9,8
	depers.nl	1490	60	195	13,1
	nieuws.nl	1421	57	117	8,2
	ad.nl	1406	56	169	12,0
	spitsnieuws.nl	1108	44	78	7,0
	nu.nl	1002	40	106	10,6
	metronieuws.nl	843	34	112	13,3
	nos.nl	785	31	97	12,4
	refdag.nl	737	30	101	13,7
	trouw.nl	631	25	131	20,8
	volkskrant.nl	596	24	67	11,2
	nrc.nl	347	14	49	14,1
	nd.nl	252	10	27	10,7
Radio		448		235	52,5
	BNR Nieuwsradio	155	6	73	47,1
	Radio 1	129	5	56	43,4
	Radio 538	107	4	63	58,9
	Slam!FM	57	3	43	75,4
Televisie		234		70	29,9
	NOS Journaal	167	11	41	24,6
	RTL Nieuws	67	6	29	43,3
Teletekst		444		60	13,5
	NOS-teletekst	225	9	39	17,3
	RTL-teletekst	219	9	21	9,6
Totaal		13.656		1.802	13,2

kijken, maar ook naar het aandeel nieuwe berichten ten opzichte van het totaal aantal berichten. Depers.nl en ad.nl hebben met hun aandelen van 13 en 12 procent weliswaar meer dan het totaal gemiddelde over alle internettitels, maar juist de websites met minder berichten van trouw.nl, nrc.nl en refdag.nl vernieuwen verhoudingsgewijs het meest.

De nieuwsberichten op radio worden in vergelijking met de andere mediatypen het vaakst vernieuwd. Gemiddeld bevat een bulletin 3 tot 7 berichten dus een vernieuwing van een paar

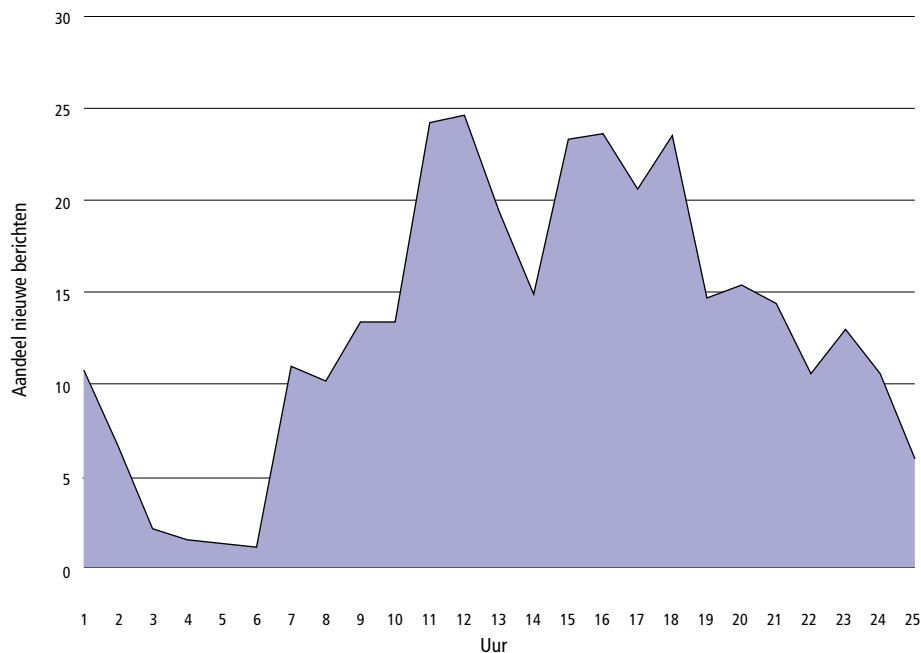
berichten leidt al snel tot een hoog aandeel. BNR is de zender die in één dag de meeste nieuwe berichten heeft verspreid en heeft een aandeel van 47 procent. Het hoogste aandeel nieuwe berichten is te vinden bij Slam!FM.

Het RTL Nieuws wordt niet elk uur op RTL4 uitgezonden waardoor er gemiddeld veel tijd tussen de uitzendingen zit. Het percentage nieuwe berichten is dan ook logischerwijze groter bij RTL dan bij het NOS Journaal. Op teletekstgebied is het de NOS die het grootste aandeel nieuwe berichten heeft.

Voor alle titels geldt dat het totale aantal berichten over de gehele dag gemeten nauwelijks verandert. Het aandeel nieuwe berichten ten opzichte van alle berichten varieert echter wel. Vanaf 6 uur komt de stroom aan nieuwe berichten langzaam op gang met een piek tussen 11 en 12 uur (figuur 1.2). Op dat moment is bijna een kwart van de getoonde berichten in het afgelopen uur nieuw geplaatst. Hierna neemt het aandeel nieuwe berichten even af, maar tussen 15 en 18 uur ontstaat een nieuwe piek. Tot 24 uur wordt nog redelijk ververst, maar daarna wordt het rustiger.

Figuur 1.2

Aandeel nieuwe berichten ten opzichte van alle berichten in procenten per uur



1.4 Nieuwe berichten op 18 juni

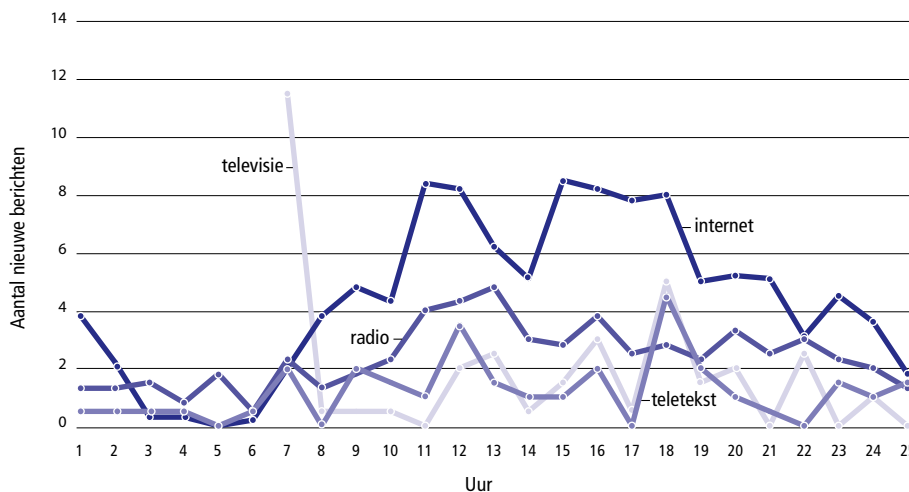
De focus van de analyse ligt vanaf nu op de nieuwe berichten die op 18 juni zijn gepubliceerd. Er zal worden ingegaan op onder meer de herhaling van berichten, de geografische strekking van de berichten, de omvang van de berichten, het brongebruik en de diversiteit van onderwerpen.

Nieuwsverloop van 25 uur

In figuur 1.3 is wederom de nieuwsstroom van de gehele dag weergegeven, maar nu wordt duidelijk welk medium per uur de meeste nieuwe berichten publiceert. De cijfers in de figuur zijn gebaseerd op het totaal aantal nieuwe berichten per medium gedeeld door het aantal titels van het medium.

Figuur 1.3

Gemiddeld aantal nieuwe berichten per medium per uur



De stroom aan nieuwe berichtgeving komt op internet vanaf 6 uur op gang met een piek om 11 uur. Vervolgens daalt het aantal berichten weer iets tot ongeveer 14 uur, om weer te stijgen naar een piek in de periode 15-18 uur. Hierna neemt het aantal nieuwe berichten geleidelijk af. In de periode 7-18 uur wordt tweederde van alle nieuwe berichten op internet geplaatst.

Bij radio is er een minder extreem verloop te zien van de nieuwsstroom. Nieuwe berichtgeving blijft tot ongeveer 10 uur redelijk constant met maximaal 2 nieuwe berichten per uur. Na 10 uur neemt het aantal nieuwe berichten toe en blijft voor de periode 11-22 uur op dit hogere niveau, met een piek om 13 uur. In de periode 11-22 uur wordt bijna tweederde van alle nieuwe berichten via de radio verspreid.

Bij televisie is de plaatsing van de nieuwe berichten moeilijk met andere mediatypen vergelijkbaar doordat op de zenders niet elk uur uitzendingen zijn. Om 7 uur, bij de eerste uitzending, is een piek van de journaals te zien. Om 18 uur volgt de tweede piek.

Teletekst heeft de meeste nieuwe berichten in de ochtend om 7 en 9 uur, in de middag om 12 uur en in de avond om 18 uur. De teletekstdiensten van NOS en RTL laten zien vooral tussen 9-19 uur actief te zijn; tweederde van alle nieuwe berichten op teletekst wordt in deze tijdsperiode geplaatst.

Nieuwe berichten per nieuwstitel

In tabel 1.2 is te zien in hoeverre nieuwe berichten het volgende uur of de volgende uitzending worden herhaald. Uitschieter is trouw.nl; het percentage nieuwe berichten zonder herhaling ligt bij deze site op 56 procent. Dit betekent dat meer dan de helft van de berichten die op trouw.nl worden gepubliceerd het uur erna niet meer op de voorpagina te lezen is. Een bezoeker die niet elk uur naar deze pagina kijkt, zal dus berichten missen. Andere opvallende nieuwstitels zijn nd.nl, nrc.nl en metronieuws.nl, die juist een omgekeerd beeld laten zien. Zij plaatsten veel berichten die (veel) langer dan één uur te zien waren.

Ondanks de uiteenlopende cijfers op het gebied van herhaling, laten de cijfers van de gemiddelde duur van een bericht zien dat trouw.nl en metronieuws.nl op dit vlak niet zo erg van elkaar verschillen. Op deze sites staat een bericht gemiddeld 3,5 à 4 uur voordat het verwijderd wordt. De gemiddelde duur van de berichten van alle internetaanbieders samen ligt op 4,3 uur. In de praktijk zal de gemiddelde duur hoger liggen, omdat de berichten die aan het eind van de dag zijn geplaatst waarschijnlijk de gehele nacht zijn blijven staan.

Bij radio is het percentage berichten dat niet herhaald wordt met 58 procent erg hoog. Meer dan de helft van de berichten wordt dus niet meer dan één keer gebruikt in het nieuwsbulletin. Radio 1 wijkt in dit rijtje duidelijk af van de rest, omdat de zender 'slechts' 36 procent van de berichten niet herhaalt. Bij televisie is het percentage berichten dat niet wordt herhaald bij de nieuwskanalen gelijk.

Bij teletekst zijn er relatief weinig berichten die slechts één uur op de pagina aanwezig zijn. Op beide pagina's is zo'n 95 procent van de berichten langer dan een uur zichtbaar. De gemiddelde duur dat een bericht op een van de teletekstpagina's staat is bij RTL-teletekst 6 uur en bij NOS-teletekst 3,7 uur.

Tabel 1.2

Herhaling van berichten

	Nieuwstitels (gerangschikt op aandeel nieuwe berichten)	Aandeel nieuwe berichten dat slechts één uur/uitzending aanwezig is (in procenten)	Gemiddeld aantal herhalingen (in uren/uitzendingen)
Internet		13,8	4,3
	trouw.nl	55,7	3,5
	refdag.nl	28,7	3,2
	nieuws.nl	17,9	3,6
	ad.nl	14,8	4,2
	volkskrant.nl	13,4	4,7
	spitsnieuws.nl	12,8	5,3
	nu.nl	5,7	4,8
	nos.nl	5,2	4,0
	telegraaf.nl	4,8	5,1
	depers.nl	4,6	4,3
	nd.nl	3,7	5,3
	nrc.nl	2,0	3,5
	metronieuws.nl	0,0	4,1
Radio		58,3	0,7
	Slam!FM	74,4	0,3
	Radio 538	73,0	0,5
	BNR Nieuwsradio	53,4	0,9
	Radio 1	35,7	1,1
Televisie		24,3	2,1
	NOS Journaal	24,4	2,8
	RTL Nieuws	24,1	1,1
Teletekst		6,7	4,5
	NOS-teletekst	7,7	3,7
	RTL-teletekst	4,8	6,0
Totaal		19,8	

Geografische strekking

Waar spelen de gebeurtenissen uit het nieuws zich af en in hoeverre zijn bij die gebeurtenissen Nederlanders of Nederland betrokken? De cijfers laten zien dat 51 procent van de berichten uit de totale nieuwe berichtgeving zich afspeelt in Nederland (tabel 1.3). Daarnaast is er een focus van 40 procent op nieuws dat zich op Europees of wereldniveau afspeelt en waarbij Nederland niet betrokken is.

Tabel 1.3

Geografische strekking van berichten (in procenten)

	Nieuwstitel (gerangschikt op aandeel locatie in Nederland)	Locatie in Nederland	Locatie buiten Nederland, Nederland is wel betrokken	Locatie buiten Nederland, Nederland is niet betrokken
Internet		48,4	9,6	42,0
	nd.nl	66,7	0,0	33,3
	refdag.nl	61,4	11,9	26,7
	nu.nl	54,7	7,5	37,7
	ad.nl	51,5	10,1	38,5
	trouw.nl	50,4	9,2	40,5
	telegraaf.nl	48,9	10,6	40,4
	nrc.nl	46,9	6,1	46,9
	volkskrant.nl	46,3	10,4	43,3
	nieuws.nl	46,2	9,4	44,4
	depers.nl	45,1	10,8	44,1
	metronieuws.nl	43,8	12,5	43,8
	nos.nl	41,2	8,2	50,5
	spitsnieuws.nl	34,6	6,4	59,0
Radio		66,4	5,5	28,1
	Slam!FM	81,4	2,3	16,3
	Radio 538	76,2	6,3	17,5
	BNR Nieuwsradio	65,8	5,5	28,8
	Radio 1	44,6	7,1	48,2
Televisie		54,3	12,9	32,9
	RTL Nieuws	58,6	17,2	24,1
	NOS Journaal	51,2	9,8	39,0
Teletekst		55,0	5,0	40,0
	RTL-teletekst	76,2	9,5	14,3
	NOS-teletekst	43,6	2,6	53,8
Totaal		51,2	9,0	39,8

Op titelniveau is te zien dat de website van het Nederlands Dagblad zijn naam eer aandoet: maar liefst tweederde van de nieuwe berichten die zij op hun website plaatsten, speelt zich af in Nederland. Ook de website van het Reformatorisch Dagblad, refdag.nl, scoort hier hoog met 61 procent. De overige nieuwstitels liggen redelijk rond het totaal gemiddelde op internet (ongeveer 50 procent). Spitsnieuws.nl vormt hierop een uitzondering met 34,6 procent. Deze website richt zich meer op Europees en wereldnieuws waarbij Nederland niet betrokken is.

Het valt op dat vooral radionieuws in sterke mate over Nederlandse onderwerpen gaat; slechts eenderde van de berichten gaat over gebeurtenissen in Europa en de rest van de wereld. Slam!FM is hier de uitschieter met meer dan 80 procent berichtgeving over onderwerpen uit Nederland. Radio 538 behaalt op dit vlak ook een hoog percentage. Bij Radio 1 is een nagenoeg gelijke verdeling te zien tussen berichten met een locatie in Nederland en berichten met een locatie daarbuiten.

Bij televisie zien we eveneens een redelijk gelijke verhouding tussen binnen- en buitenlands nieuws. In tegenstelling tot het RTL Nieuws besteedt het NOS Journaal wat meer aandacht aan nieuws dat zich op Europees of wereldniveau afspeelt waarbij er geen betrokkenheid van Nederland is. Het verschil tussen deze twee aanbieders is wel erg groot als we naar teletekst kijken. RTL richt zich met teletekst in meer dan driekwart van de berichten op nieuws dat zich in Nederland afspeelt. Dit aandeel is bij NOS-teletekst minder dan 50 procent.

Omvang

De omvang van de berichten laat zien hoe uitgebreid de berichtgeving van de verschillende nieuwstitels is. Belangrijk bij de interpretatie van de cijfers is dat het gaat om de nieuwe berichten. Het kan dus best zijn dat de berichten later op de dag nog zijn aangepast en aangevuld. Doordat de omvang maar één keer is bepaald, geeft dat inzicht in hoe uitgebreid nieuwstitels hun nieuws *in eerste instantie* brengen.

Tabel 1.4

Omvang van nieuwe berichten op internet

Nieuwstittel (gerangschikt op gemiddeld aantal woorden)	1-99 woorden	100-199 woorden	≥ 200 woorden	Gemiddeld aantal woorden per bericht
volkskrant.nl	7,5	41,8	50,7	266
nd.nl	11,1	33,3	55,6	264
nrc.nl	6,1	30,6	63,3	257
refdag.nl	9,9	43,6	46,5	257
trouw.nl	19,1	46,6	34,4	214
depers.nl	19,5	53,3	27,2	198
ad.nl	15,4	52,1	32,5	193
nieuws.nl	10,3	59,0	30,8	180
telegraaf.nl	16,5	61,2	22,3	180
nu.nl	15,1	56,6	28,3	180
metronieuws.nl	26,4	61,8	11,8	144
nos.nl	34,0	56,7	9,3	121
spitsnieuws.nl	33,8	62,3	3,9	120
Totaal	17,9	53,3	28,8	198

Vier van de zeven websites van betaalde kranten gebruiken gemiddeld meer woorden per nieuw bericht dan de rest: volkskrant.nl, nd.nl, nrc.nl en refdag.nl zitten ruim boven het gemiddelde van 198 woorden (tabel 1.4). De Pers heeft van de gratis kranten de site met gemiddeld het meeste aantal woorden. Over het algemeen lijkt het er op dat de top-5 meer achtergrond biedt bij nieuwe berichten. Dat dit diensten zijn van betaalde dagbladen, is hiervoor wellicht een verklaring.

De cijfers voor radio, televisie en teletekst (niet in tabel) zijn wat minder opvallend. De verklaring hiervoor is dat deze mediatypen aan een bepaalde standaard zijn gebonden. De berichten op radio duren gemiddeld 20 seconden. Radio 538 en Slam!FM scoren redelijk gelijk met rond de 15 seconden per bericht. Bij BNR en Radio 1 duren de berichten respectievelijk 21 en 40 seconden. De omvang van de televisieberichten ligt tussen de 40 en 50 seconden.

Op een teletekstpagina kunnen ongeveer 100 woorden achtereenvolgens zonder witregels worden gepubliceerd, de gemiddelde omvang van de teletekstberichten is rond de 70 woorden.

Bronvermelding

Naast het aantal berichten en de geografische strekking en de omvang van de berichten, is ook de herkomst van de berichten geanalyseerd. Voor het coderen van de berichten op bron zijn strikte indicatoren gehanteerd. Zo moest de bron duidelijk boven of onder het bericht vermeld staan. Verwijzingen in de tekst zoals 'dat meldde de BBC' werden als onvoldoende indicatie voor de bron beschouwd en gecodeerd als 'onbekend'. Het was mogelijk om meerdere bronnen bij een bericht te hebben, het totaal in tabel 1.5 is daarom niet 100 procent.

Voor de analyse van het brongebruik zijn alleen nieuwstitels op internet meegenomen. Bij radio, televisie en teletekst wordt de bron van het bericht niet eenduidig vermeld.

Wanneer gekeken wordt naar de afzonderlijke bronnen, dan speelt ANP bij in ieder geval 6 van de 13 internettitels een zeer belangrijke rol (tabel 1.5). Metronieuws.nl bestaat voor bijna 100 procent uit nieuws van ANP. Ook de berichten van nu.nl hebben in meer dan tweederde van de gevallen ANP als bron. Ad.nl scoort ook hoog met ruim 63 procent. Novum is vooral leverancier van berichten bij nieuws.nl: meer dan 93 procent van de berichten noemt dit persbureau als bron. Ook trouw.nl maakt gebruik van deze persdienst, zij het in mindere mate.

Geregeld is bij een bericht gebruik gemaakt van de eigen redactie (soms in combinatie met een persbureau). Bij refdag.nl, nd.nl en volkskrant.nl is bij meer dan 40 procent van de berichten de eigen redactie ingezet. Een opvallende uitkomst is 100 procent gebruik van de eigen redactie bij spitsnieuws.nl; bij alle berichten zet spitsnieuws.nl de naam van een journalist. Dit is opvallend aangezien het dagblad behorende bij deze website er juist om bekend staat veel berichten van ANP te gebruiken.

Dat bij nos.nl voor bijna 100 procent van de berichten onbekend is wie de bron is, komt doordat nos.nl niet aangeeft wie het bericht gemaakt heeft. Dit is ook het geval bij meer dan driekwart van de berichten van telegraaf.nl. Hierbij dient opgemerkt te worden dat op deze

Tabel 1.5

Bronvermelding per nieuwstitel op internet (in procenten)

Nieuwstitel (gerangschikt op aandeel persbureau)	ANP	Novum	Buitenlands persbureau	Eigen redactie	Overig	Onbekend	Totaal persbureau
metronieuws.nl	97,3	0,0	0,9	2,7	0,0	0,0	97,3
nieuws.nl	0,0	93,2	26,5	0,0	10,3	6,8	93,2
trouw.nl	39,7	38,9	13,0	16,8	4,6	4,6	78,6
nu.nl	67,9	7,5	1,9	23,6	0,9	0,0	77,4
ad.nl	63,3	0,0	0,6	17,8	0,0	18,9	63,3
nrc.nl	44,9	0,0	18,4	36,7	4,1	0,0	61,2
nd.nl	55,6	0,0	0,0	44,4	0,0	0,0	55,6
refdag.nl	53,5	0,0	10,9	45,5	6,9	0,0	55,4
volkskrant.nl	49,3	0,0	11,9	41,8	3,0	3,0	55,2
telegraaf.nl	0,5	0,0	0,0	22,3	1,6	75,5	0,5
depers.nl	0,0	0,0	0,0	13,3	0,0	86,7	0,0
nos.nl	0,0	0,0	0,0	2,1	0,0	97,9	0,0
spitsnieuws.nl	0,0	0,0	0,0	100	0,0	0,0	0,0
Totaal	32,4	11,7	5,6	23,1	2,3	31,6	45,2
Totaal exclusief spitsnieuws.nl en websites met een aandeel 'onbekend' groter dan 75 procent.	52,8	19,1	9,1	20,9	3,4	5,5	73,7

site vaak in de berichten wel een verwijzing naar een bron wordt geplaatst. Echter niet op de manier waarop het hier is onderzocht.

De buitenlandse persbureaus spelen niet zo'n belangrijke rol. Alleen nieuws.nl en nrc.nl laten hier een wat groter aandeel zien.

Bij 45 procent van de berichten wordt een van de persbureaus als bron aangegeven. De websites van depers.nl, nos.nl en telegraaf.nl hebben een hoog aandeel 'onbekend'. Wanneer deze en spitsnieuws.nl buiten beschouwing worden gelaten, stijgt het aandeel berichten van persbureaus naar 73 procent.

Diversiteit

Diversiteit is in dit onderzoek gemeten aan de hand van een indeling in onderwerp-categorieën. In totaal zijn er 16 verschillende categorieën onderscheiden, van financieel, politiek en sportnieuws tot nieuws over criminaliteit & veiligheid en cultuur.⁴

⁴Op www.mediamonitor.nl is de volledige lijst met onderwerpen te vinden.

Tabel 1.6

Diversiteit en meest voorkomende onderwerpen

	Nieuwstitel (gerangschikt op diversiteit)	Criminaliteit & veiligheid (in procenten)	Financieel (in procenten)	Sport (in procenten)	Human interest (in procenten)	Rest (totaal van overige 12 categorieën in procenten)	Diversiteit (<i>D</i>)
Internet		14,4	12,5	13,4	11,8	47,9	0,904
	nrc.nl	6,1	14,3	8,2	4,1	67,3	0,903
	nieuws.nl	11,1	14,5	14,5	12,8	47,0	0,901
	volkskrant.nl	13,4	13,4	4,5	9,0	59,7	0,897
	nd.nl	14,8	7,4	0,0	3,7	74,1	0,894
	ad.nl	14,8	17,8	5,3	13,0	49,1	0,894
	refdag.nl	15,8	11,9	0,0	6,9	65,3	0,892
	depers.nl	15,4	15,4	15,9	10,8	42,6	0,890
	trouw.nl	10,7	16,8	17,6	3,1	51,9	0,890
	nu.nl	15,1	8,5	19,8	15,1	41,5	0,883
	telegraaf.nl	22,9	4,8	9,6	18,1	44,7	0,876
	metronieuws.nl	9,8	20,5	24,1	3,6	42,0	0,863
	nos.nl	8,2	8,2	29,9	13,4	40,2	0,853
	spitsnieuws.nl	19,2	2,6	14,1	30,8	33,3	0,834
Radio		17,0	10,2	9,4	6,8	56,6	0,896
	Radio 1	7,1	10,7	17,9	5,4	58,9	0,882
	Radio 538	22,2	3,2	9,5	9,5	55,6	0,873
	Slam!FM	27,9	4,7	4,7	4,7	58,1	0,872
	BNR Nieuwsradio	13,7	19,2	5,5	6,8	54,8	0,861
Televisie		14,3	11,4	5,7	5,7	62,9	0,900
	NOS Journaal	14,6	9,8	9,8	4,9	61,0	0,894
	RTL Nieuws	13,8	13,8	0,0	6,9	65,5	0,889
Teletekst		20,0	13,3	1,7	6,7	58,3	0,876
	NOS-teletekst	12,8	15,4	2,6	7,7	61,5	0,884
	RTL-teletekst	33,3	9,5	0,0	4,8	52,4	0,807
Totaal		14,9	12,2	12,2	10,7	49,9	0,905

In tabel 1.6 is te zien welke onderwerpen het meest voorkomen. Een aantal categorieën krijgt de meeste aandacht: 50 procent van de totale berichtgeving gaat over nieuws in de categorieën criminaliteit & veiligheid, financieel nieuws, sportnieuws en human interest. Voor een indicatie van de diversiteit is gebruik gemaakt van de diversiteitsindex Simpson's *D*. Bij een waarde van 1 zijn alle berichten evenredig over de 16 verschillende onderwerpcategorieën verspreid en is de diversiteit dus optimaal. De diversiteitscore laat zien dat het aanbod van nieuws over de gehele linie (mediatypen en nieuwstittels) met 0,905 divers te noemen is.

Nrc.nl is de meest diverse nieuwstitel op internet, op de voet gevolgd door nieuws.nl. Spitsnieuws.nl is de minst diverse van de nieuwstitels, dit komt doordat 30 procent van de berichtgeving binnen één categorie valt, namelijk 'human interest'. In deze categorie valt nieuws dat bestaat uit leuke wetenswaardigheden ('Nederlandse wint online 4,3 miljoen') en nieuws over beroemdheden ('Chace Crawford meest begeerde vrijgezel'). Nos.nl valt met zijn diversiteitscore lager uit door de redelijk grote focus op sportnieuws.

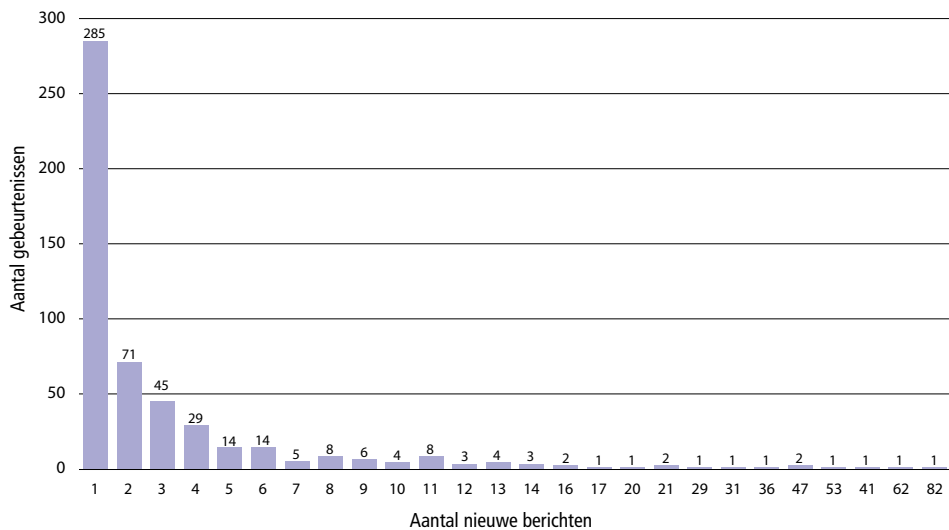
RTL-teletekst en Slam!FM zijn de nieuwstitels die op 18 juni de meeste aandacht besteden aan nieuws omtrent criminaliteit & veiligheid. Financieel nieuws speelt vooral een grote rol bij metronieuws.nl (20,5 procent) en bij BNR Nieuwsradio (19,2 procent). Opvallend is dat vier nieuwstitels deze dag geen aandacht besteden aan sportnieuws. Dit zijn nd.nl, refdag.nl, RTL-teletekst en RTL Nieuws.

1.5 Gebeurtenissen op 18 juni

Hoeveel gebeurtenissen speelden er op 18 juni 2009? In een vervolgstap van het onderzoek zijn alle nieuwsberichten gecodeerd op gebeurtenis. Dit coderen heeft zich afgespeeld op twee niveaus. Een voorbeeld zal dit duidelijk maken. Op 18 juni kwamen verschillende berichten in het nieuws die te maken hadden met de Mexicaanse griep. Zo ging het over het cruiseschip dat in quarantaine lag bij La Isla Margarita, de onduidelijkheid over het wel of niet kopen van de virusremmer Tamiflu door Minister Klink en de opname van een patiënt met Mexicaanse griep

Figuur 1.4

Mate van aandacht voor gebeurtenissen op 18 juni 2009



in een Gronings ziekenhuis. Deze drie op zichzelf staande gebeurtenissen zijn in eerste instantie afzonderlijk gecodeerd, maar vallen onder de overkoepelende gebeurtenis 'Mexicaanse griep' en hebben vooral om die reden nieuwswaarde. Slechts een deel van de gebeurtenissen kan op deze manier op een hoger niveau worden samengevat. Veel gebeurtenissen vallen niet onder een grotere noemer, zoals de berichten 'Minder drugstoeristen in Terneuzen' en 'Kind onder omgevallen betonnen muur'. Deze twee berichten staan dan ook voor twee gebeurtenissen. De term 'gebeurtenis' kan dus zowel breed als eng opgevat worden.

Tabel 1.7

Meest voorkomende gebeurtenissen (in aantal berichten)

	Nieuwstitel (gerangschikt op aantal berichten Mexicaanse griep)	Mexicaanse griep	Iraanse verkiezingen	Inval bij journalist	Ontuchtzaak Zwemleraar Benno L.	Anders
Internet		52	42	42	35	1.266
	ad.nl	6	4	7	5	147
	depers.nl	5	6	4	4	176
	telegraaf.nl	5	3	6	4	170
	nieuws.nl	5	2	3	2	105
	refdag.nl	5	6	3	2	85
	volkskrant.nl	5	4	2	1	55
	trouw.nl	4	5	3	5	114
	metronieuws.nl	4	4	5	4	95
	nu.nl	3	0	1	2	100
	spitsnieuws.nl	3	0	2	3	70
	nrc.nl	3	4	2	1	39
	nos.nl	2	4	2	2	87
	nd.nl	2	0	2	0	23
Radio		18	10	12	11	184
	BNR Nieuwsradio	5	4	4	3	57
	Radio 538	5	1	3	2	52
	Slam!FM	5	1	2	4	31
	Radio 1	3	4	3	2	44
Televisie		9	6	3	3	49
	NOS Journaal	5	4	1	1	30
	RTL Nieuws	4	2	2	2	19
Teletekst		3	4	4	4	45
	NOS-teletekst	2	3	2	2	30
	RTL-teletekst	1	1	2	2	15
Totaal		82	62	61	53	1.544

Op 18 juni 2009 zijn er in de brede opvatting in totaal 514 gebeurtenissen. Hierbij zijn dus enkele gebeurtenissen op een hoger niveau samengevat tot één gebeurtenis. Van deze gebeurtenissen wordt meer dan de helft (285) alleen door één nieuwsbericht besproken (figuur 1.4). Het is 71 keer voorgekomen dat er twee berichten zijn gewijd aan dezelfde gebeurtenis. Ongeveer 10 procent van de gebeurtenissen is door zeven of meer berichten gemeld.

De meest voorkomende gebeurtenissen zijn de Mexicaanse griep, de Iraanse verkiezingen, de zaak rondom de inval bij een journalist en de ontuchtzaak van Benno L. Per nieuwstitel is te zien hoeveel nieuwe berichten aan het betreffende onderwerp zijn gewijd (tabel 1.7).

De Mexicaanse griep komt bij elke nieuwstitel voor. Met uitzondering van RTL-teletekst besteden alle nieuwstitels meerdere berichten aan dit onderwerp. Het nieuws omtrent de Iraanse verkiezingen wordt door enkele nieuwstitels niet genoemd: zowel nu.nl, spitsnieuws.nl als nd.nl berichten hier niet over in de gemeten periode. Een andere grote gebeurtenis was de zaak rondom de inval bij een journaliste van de Telegraaf en een oud-medewerker van de AIVD naar aanleiding van het lekken van staatsgeheimen. Alle nieuwstitels staan hierbij stil. De laatste grote gebeurtenis is de ontuchtzaak van zwemleraar Benno L. Deze zaak kreeg vóór 18 juni al veel belangstelling, maar ook op deze dag hebben alle titels hier ruimschoots aandacht aan besteed.

Casestudies

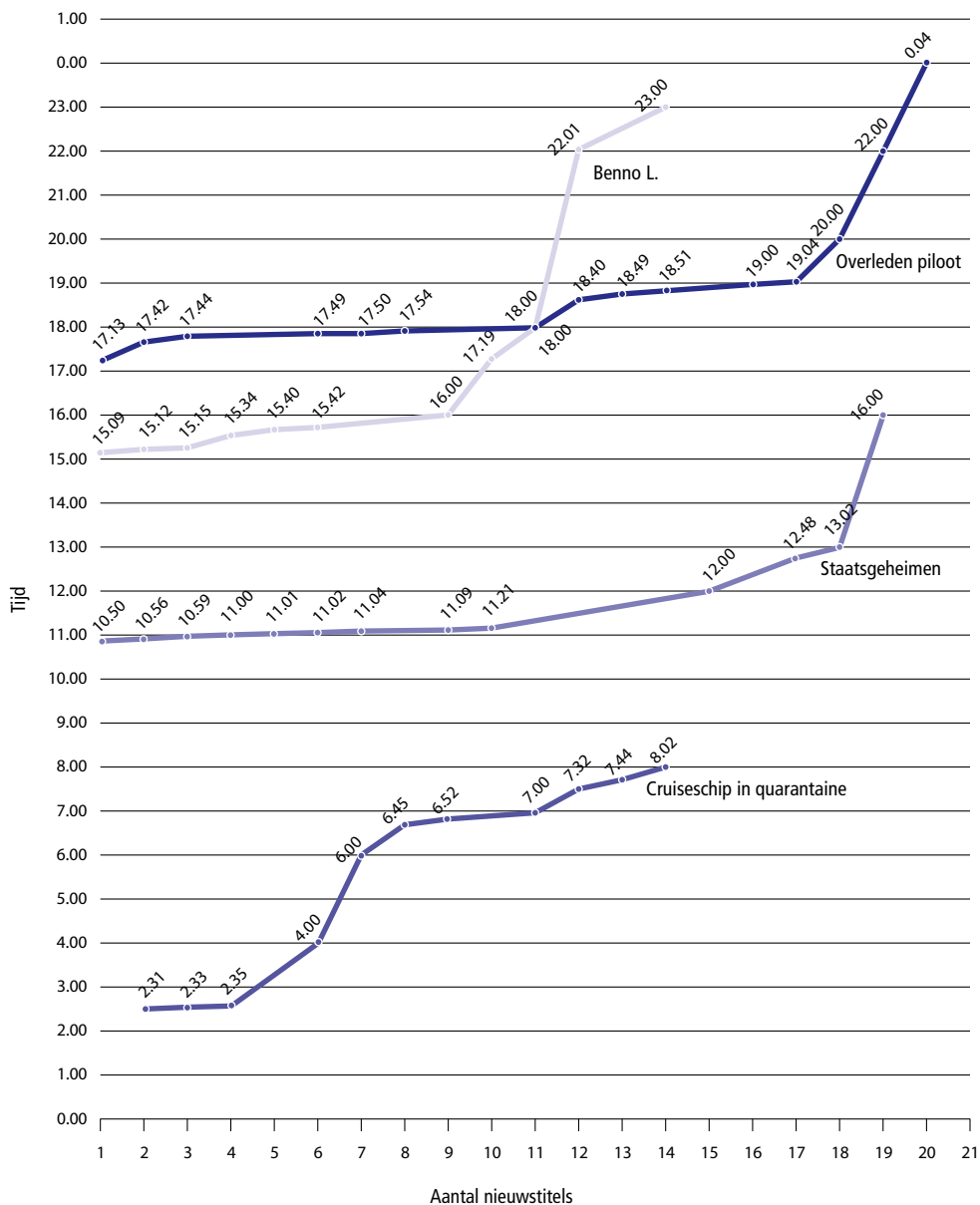
Er zijn enkele gebeurtenissen geselecteerd om na te gaan welke nieuwstitel het bericht als eerste bracht en hoe lang het duurde voordat andere nieuwstitels ook met het onderwerp kwamen. Hiervoor zijn geen samengevatte gebeurtenissen gebruikt, dus geen gebeurtenissen die uit meerdere gebeurtenissen op een lager niveau bestaan. Om een zo natuurlijk mogelijk beeld te geven, moeten de gebeurtenissen onverwacht zijn, dus niet al eerder direct of indirect zijn aangekondigd. Dat de herverkiezing van Barroso zou plaatsvinden tijdens de EU-top was al lang van te voren bekend en valt hier dan ook niet onder. Ook de bijeenkomst voor ouders van mogelijke slachtoffers in de ontuchtzaak Benno L. was al vóór 18 juni bekend.

Figuur 1.5 toont de nieuwsstroom van vijf gebeurtenissen. Op 18 juni werd bekend gemaakt dat vanwege de Mexicaanse griep het cruiseschip Ocean Dream voor het Venezolaanse eiland La Isla Margarita in quarantaine was gezet. Het bericht werd midden in de nacht gepubliceerd door depers.nl en heeft wat langer nodig om te worden opgepikt door de andere nieuwstitels. Uiteindelijk hebben de meeste nieuwstitels het bericht om 8 uur gepubliceerd.

Het nieuws dat er twee verdachten waren gearresteerd inzake het mogelijk lekken van staatsgeheimen hield de gemoederen op 18 juni bezig. De dag begon met de bekendmaking van de arrestaties. Depers.nl was er van de door ons geanalyseerde nieuwstitels het snelst bij. Het nieuws werd, zoals de grafiek laat zien, snel opgepikt door de andere nieuwstitels: in ruim een uur zijn er 15 nieuwstitels die over de kwestie berichten. De opvallende laatkomer om 16 uur is RTL Nieuws.

Figuur 1.5

Nieuwsverspreiding van vier gebeurtenissen op 18 juni



Eén van de toponderwerpen van de dag was de vermoedelijke ontuchtzaak van de Bossche zwemleraar Benno L. Net na 15 uur publiceerde depers.nl dat het huis van de zwemleraar was ontruimd op verzoek van zijn vriendin. Binnen een uur was dit opgepikt door 10 nieuwstitels. Een aantal nieuwstitels publiceerde het nieuws later, met als laatste tijdstip 23 uur.

De laatste gebeurtenis die hier wordt behandeld is van de piloot van luchtvaartmaatschappij Continental Airlines die tijdens de vlucht van Brussel naar Newark (New Jersey) overleed. Twee copiloten zetten het vliegtuig uiteindelijk veilig op de grond. Dit bericht werd als eerste gepubliceerd door spitsnieuws.nl om 17.13 uur. De grafiek laat zien dat binnen één uur 11 nieuwstitels het bericht hebben gepubliceerd, na twee uur zijn dat er 17. Het bericht van de overleden piloot kent een lang verloop, uiteindelijk is er nog één titel die het bericht om 24 uur als nieuw bericht brengt.

Op een uitzondering na, heeft de helft van de nieuwstitels binnen een uur na het verschijnen van een eerste bericht eveneens een bericht geplaatst. Bij het cruiseschip in quarantaine duurde het wat langer. Dit kan komen doordat het eerste bericht midden in de nacht is geplaatst of doordat er eerst een link werd gelegd met de Mexicaanse griep. Dit laatste zou erop kunnen duiden dat een bericht dat een op zichzelf staande gebeurtenis behandelt sneller kan worden verspreid dan een bericht dat eerst in een groter geheel moet worden geplaatst.

1.6 Conclusie

In eerste instantie zouden bij dit onderzoek ook de oorspronkelijke persberichten betrokken worden. Helaas hebben de verschillende persbureaus besloten hier niet aan mee te werken. Hierdoor ontbreekt een analyse van het aanbod aan persberichten op 18 juni en blijft een aantal vragen onbeantwoord. Welke persberichten worden gekozen en welke niet? Hoe groot is de kans dat een willekeurig persbericht wordt overgenomen en in hoeverre houdt dat verband met tijdstip en onderwerp?

Desalniettemin laat deze quickscan zien dat er in 2009 een groot aanbod aan diverse onderwerpen uit Nederland en de rest van de wereld is. Mensen kunnen het actuele nieuws permanent volgen en scannen of er iets belangrijks is gebeurd. De snelheid waarmee nieuwstitels actuele berichten plaatsen, laat in de loop van de dag nieuwe nieuwsagenda's ontstaan. De nieuwe invulling van "actueel" als een verversing van het nieuws op meerdere momenten van de dag, leidt ertoe dat papieren dagbladen en televisiejournaals als het gaat om actuele gebeurtenissen, niet langer leidinggevend te noemen zijn.

De dynamiek achter de actualiteit heeft tot gevolg dat berichten korter en de gebeurtenissen die aanleiding waren voor een bericht steeds geïsoleerder worden. Dit heeft tot gevolg dat de context niet altijd kan worden meegeleverd. Er wordt niet meer afgewacht hoe de AEX of Wall Street aan het eind van de dag sluit; tussenstanden zijn aanleiding voor actuele berichten. De scheidslijn tussen actueel nieuws en achtergrond is daardoor alleen maar groter geworden.

Persbureaus zijn de motoren achter het actuele nieuws. Het onderzoek uit de VS waarover in de inleiding is gesproken, laat zien dat online nieuws van zoekmachines en omroepen bijna uitsluitend uit persberichten bestaat, maar dat nieuwszenders zoals CNN of dagbladen zoals New York Times op hun sites vooral eigen berichten plaatsen. Voor Nederland, waar we, anders dan in de VS, al meer dan twintig jaar aan de korte nieuwsberichten op teletekst gewend zijn, laat ons onderzoek zien dat er met betrekking tot bronvermelding geen eenduidige verschillen tussen de onderzochte websites kunnen worden aangewezen. In Nederland is het bijvoorbeeld niet zo dat alle websites van betaalde dagbladen vooral eigen berichten plaatsen. Gezien de grote mate waarin redacties gebruik maken van persbureaus is de indirecte macht van persbureaus om de publieke opinie in Nederland te beïnvloeden groot. Hierbij heeft vooral ANP een dominante rol.

Tot nu toe zijn redacties de poortwachters tussen nieuwsleveranciers en gebruikers. Echter door de toenemende behoefte aan permanente vernieuwing van het nieuws wordt het risico groter dat een redactie steeds minder tijd heeft om de persberichten te verifiëren en eventueel redactioneel te bewerken. Als om 9.27 uur een persbericht binnenkomt en een groot deel van de concurrerende nieuwstitels het bericht om 9.31 uur al op hun site heeft geplaatst, betekent het uitvoeren van onderzoek een verlies aan actualiteit. De rol van sommige redacties kan door de tijdsdruk worden gemarginaliseerd tot de rol van selecteur. Redacties bepalen welk persbericht geplaatst wordt, maar niet meer wat erin staat. Als 'actueel zijn' het primaire doel is, zijn de persberichten identiek aan de eindproducten die een gebruiker bereiken. De persbureaus produceren dus niet alleen kant en klare eindproducten; de mogelijkheden om gebruikers te bereiken wordt door de directe doorgifte nog verder vergroot.

De vraag is of persbureaus op deze manier niet te veel invloed hebben op de publieke opinie. Deze 'publieke opinie' kan worden gedefinieerd als de thema's waar het maatschappelijke debat een oordeel over moet geven. De thema's worden bepaald door nieuwsmedia. Media zijn in staat de thema's te bepalen waar opinievorming over komt. In de communicatiewetenschap wordt ook wel over 'agenda-setting' gesproken.

Tot op zekere hoogte zijn persbureaus zoals ANP vergelijkbaar met zoekmachines op internet. Informatie van anderen wordt toegankelijk gemaakt en relevantie wordt eraan toegekend: voormalig ANP-hoofdredacteur Rob de Spa beargumenteert dat de veronderstelde afhankelijkheid van redacties van persbureaus juist positief moet worden ingevuld.⁵ Het is volgens hem een goede ontwikkeling dat persbureaus veel werk uit handen van redacties nemen, deze kunnen zich daardoor weer op andere vlakken onderscheiden. Redacties bepalen misschien in mindere mate wat de thema's van het maatschappelijke debat zijn, maar wel wat de context is en hoe het oordeel uitvalt.

⁵ Commissariaat voor de Media (2006), *CoMedia 17*, Utrecht: Roto Smeets

Dat de oplage van de betaalde kwaliteitskranten jaarlijks gemiddeld met 3 procent daalt, kan ook positief worden geïnterpreteerd. Dagbladen zijn een deel van hun functie om actueel nieuws te brengen kwijtgeraakt, maar toch zijn er nog mensen in achtergrondinformatie geïnteresseerd en zijn deze mensen ook bereid voor verdieping te betalen. Dagbladen zijn dagelijkse opiniebladen geworden. Ook bij televisiejournals is een ontwikkeling zichtbaar: korte nieuwsflitsen over de dag verspreid en aan het eind van de dag een uitgebreidere uitzending.

Persbureaus hebben de functie om continu actueel nieuws ter beschikking te stellen. Omdat redacties in mindere mate de kans hebben het nieuws te controleren, moeten persbureaus garant staan voor de betrouwbaarheid, pluriformiteit en onafhankelijkheid van het nieuws waaruit redacties kiezen. De macht van persbureaus om te thematiseren is groter geworden, maar de macht om te duiden niet, deze ligt nog steeds bij de professionele journalisten, aangevuld met burgerjournalistiek.

2. BRONNEN IN HET NIEUWS

EEN ONDERZOEK NAAR ANP-BERICHTEN IN NIEUWS EN ACHTERGRONDINFORMATIE
IN NEDERLANDSE DAGBLADEN 2006-2008



DOOR DR. OTTO SCHOLTEN EN DR. NEL RUIGROK, DE NEDERLANDSE NIEUWSMONITOR

2. BRONNEN IN HET NIEUWS

EEN ONDERZOEK NAAR ANP-BERICHTEN IN NIEUWS EN ACHTERGRONDINFORMATIE
IN NEDERLANDSE DAGBLADEN 2006-2008

2.1 Inleiding

Het boek *Flat Earth News* van de Engelse onderzoeksjournalist Nick Davies¹ is één lange en felle aanklacht tegen de steeds verdergaande commercialisering in de mediawereld. Die heeft volgens hem de journalistiek in een ernstige crisis gestort en dreigt zelfs te leiden tot haar definitieve einde. Steeds minder journalisten moeten steeds meer ‘productie’ draaien met als gevolg dat steeds vaker halve leugens en hele onwaarheden gepubliceerd worden. “Redacteuren” – zo betoogt Davies – “mogen de straat niet meer op om de waarheid te vinden, omdat ze tien producties per dag moeten leveren. Tijd is vreselijk belangrijk voor een journalist, om contacten op te doen en informatie te controleren. Al die megalomane uitgeverijen die alleen maar winst willen maken, menen dat het krimpen van redacties de kwaliteit van de journalistiek niet aantast. Een misrekening: het streven naar winst tast kwaliteitsjournalistiek meer aan dan ideologische of politieke propaganda. (..) Voor mijn boek (..) heb ik tweeduizend artikelen uit Engelse kwaliteitskranten onderzocht, om te zien of er aanwijzingen waren dat de feiten gecheckt waren. Dat zou natuurlijk in 100 procent van de stukken het geval moeten zijn, maar het was twaalf. Het gevolg: lezers vertrouwen ons niet meer. We moeten voor ons eigen beroep in de bres springen en zorgen dat we veranderen, maar niet sterven. In een wereld waarin vogelgriep in Vietnam directe gevolgen heeft voor ons hier in het westen, hebben we goede feitelijke informatie nodig. En die komt niet van Twitter”, aldus Davies in één van de vele interviews bij een bezoek aan Nederland.²

Behalve met eigen onderzoek, onderbouwt Davies zijn vaak felle betoog met een onderzoek uitgevoerd door een aantal Britse mediaonderzoekers³ naar de herkomst van binnenlands nieuws in vijf Britse kranten (the Guardian, Independent, Times, Telegraph en Daily Mail), de avondbulletins van BBC en ITV en twee programma’s van Radio 4 (World at One en Today). Uit het onderzoek blijkt dat een aanzienlijk deel van het binnenlandse nieuws in de vijf onderzochte Britse kranten geheel of gedeeltelijk gebaseerd is op berichten van persbureaus of van andere media⁴. Bovendien komt uit dat onderzoek naar voren dat 30 procent van de artikelen in deze kranten geheel of gedeeltelijk gebaseerd is op PR-materiaal.⁵ Onder meer op deze bevindingen baseert Davies zijn conclusie dat de journalistiek een verlengstuk geworden is van pers- en PR-bureaus en haar belangrijkste taak – waarheidsvinding – verwaarloost.

¹ Davies, N. (2009), *Flat Earth News*, Londen: Vintage Books

² Maas, J. en M. Bos (2009), *Heeft de lezer een journalist nodig?*, Trouw, 23 januari

³ Lewis, J. e.a. (2008), *The Quality and Independence of British Journalism*, University of Cardiff

⁴ Lewis rapporteert dat 30 procent van de berichten geheel gebaseerd is op persbureaus, 19 procent grotendeels en dat 13 procent een mix is van informatie afkomstig van persbureaus/andere media en ‘other information’ (Lewis e.a. (2008), p. 15).

Terzijde: NRC Handelsblad vermeldde een percentage van 70 procent (Nederlandse krant biedt voorgekookt nieuws volop ruimte, 22 januari 2009).

⁵ Lewis, e.a. (2008), p. 17

Onderzoek bij vier Nederlandse kranten geeft een 'minder dramatisch' beeld te zien, zoals blijkt uit het persbericht van de Radboud Universiteit Nijmegen⁶. Dat onderzoek heeft uitsluitend betrekking op het binnenlandse nieuws gedurende twee weken in het najaar van 2008 in AD, NRC Handelsblad, de Volkskrant en de Gelderlander. Wat de drie landelijke dagbladen betreft concluderen de onderzoekers "dat weliswaar de leugen er niet regeert, maar het persbureau wel meeregeert. Het voorverpakkingsaandeel blijkt gemiddeld hoger dan de lezer uit de berichtgeving kan opmaken, en persbureau nieuws bepaalt in aanzienlijke mate de nieuwsagenda van ook landelijke dagbladen".⁷

In het project De Nederlandse Nieuwsmonitor hebben we voor de jaren 2006, 2007 en 2008 van alle artikelen uit een steekproef van landelijke dagbladen enkele algemene kenmerken vastgelegd, waaronder de bron die bij artikelen vermeld wordt. In combinatie met alle berichten van het ANP van een dag eerder dan de data uit de steekproef van landelijke dagbladen, opent dat de mogelijkheid na te gaan hoeveel artikelen (deels) gebaseerd zijn op berichten van het ANP, los van de vraag welke bron dagbladen zelf vermelden. De in dit onderzoek ontwikkelde methode van automatische inhoudsanalyse stelt ons in staat om het Nijmeegse onderzoek te verbreden en te verdiepen. In totaal hebben we voor bijna 60.000 artikelen met nieuws en achtergrondinformatie in negen landelijke dagbladen kunnen nagaan of en zo ja in welke mate ze sporen van berichten van het ANP bevatten. Het verslag van het onderzoek is als volgt opgebouwd. In paragraaf 2.2 geven we een korte beschrijving van het databestand en van de wijze waarop de gegevens verzameld zijn. In paragraaf 2.3 volgt een toelichting op de gehanteerde onderzoeksmethode, we zetten uiteen hoe we bepalen of en in welke mate artikelen in dagbladen (deels) gebaseerd zijn op berichten van het ANP. In paragraaf 2.4 wordt duidelijk in welke dagbladen welk deel van de artikelen met nieuws en achtergrondinformatie (deels) gebaseerd is op berichten van het ANP. In paragraaf 2.5 gaan we na welke bron dagbladen vermelden bij artikelen in de categorie 'bericht ANP overschrijven'. In paragraaf 2.6 sluiten we af met conclusies en gaan we in op de 'hamvraag voor de discussie: hoe erg is het eigenlijk?'⁸

2.2 Continu Nieuwsmonitor 2006-2008

In de Continu Nieuwsmonitor wordt een aantal algemene kenmerken van artikelen in de dagbladen vastgelegd, te weten:

- het onderwerp van de berichtgeving (politiek, economie, cultuur, sport, gezondheidszorg enzovoort);
- de vorm of het genre van de berichtgeving (verslaggeving, achtergrond, commentaar, brieven van lezers);
- de gebruikte bronnen (persbureau(s), eigen redactie, expert enz.);
- voor zover het om Nederlands politiek nieuws gaat de gebruikte secundaire bronnen (wie komt hoe aan het woord in de berichtgeving en in combinatie met wie en met welk thema).

⁶ Buijs, K. (2009), *Het persbureau regeert mee. De Nieuwe Reporter*, 21 januari

⁷ Buijs, K. (2009)

⁸ Buijs, K. (2009)

De Continu Monitor 2006 omvat de landelijke dagbladen De Telegraaf, AD, de Volkskrant, NRC Handelsblad, NRC Next, Trouw en de gratis dagbladen Spits en Metro. Vanaf 2007 is ook het gratis dagblad De Pers in de Continu Monitor opgenomen. Om technische redenen ontbreken voornamelijk regionale dagbladen.

Per kwartaal is een steekproef getrokken van een zogenaamde 'samengestelde week'. Dat wil zeggen dat de steekproef uit elk kwartaal een maandag, een dinsdag, een woensdag, een donderdag, een vrijdag en een zaterdag bevat. De steekproef is voor elke krant gelijk, zodat de dagbladen in principe uit hetzelfde nieuwsaanbod een keus gemaakt hebben. Het vastleggen van de kenmerken van de duizenden artikelen is aan de hand van een uitgebreide codeer-instructie⁹ door (betaalde) codeurs gedaan. De dataverzameling bevat in totaal bijna 86.000 artikelen (zie tabel 2.1).

Tabel 2.1

Aantal artikelen landelijke dagbladen 2006-2008

Dagbladen*	Aantal artikelen in steekproef			
	2006	2007	2008	Totaal
AD	4.985	4.943	5.064	14.992
NRC Handelsblad	4.331	3.957	3.992	12.280
de Volkskrant	3.784	3.692	3.745	11.221
De Telegraaf	4.009	3.565	3.611	11.185
Trouw	3.314	3.299	3.272	9.885
Metro	2.462	2.409	2.812	8.183
Spits	2.455	2.366	2.220	7.041
NRC Next	1.763	2.395	2.386	6.526
De Pers		2.513	1.940	4.453
Totaal	27.203	29.553	29.024	85.780

* in volgorde van totaal aantal artikelen in steekproef

Vanuit de lezers gezien is de vraag naar de herkomst van nieuws niet voor alle nieuwsvormen aan de orde. Voor sommige nieuwsvormen geldt dat de herkomst per definitie bekend is. Dat geldt voor hoofdredactionele commentaren¹⁰, brieven van lezers, columns, bijdragen van externe deskundigen op opiniepagina's en recensies van boeken, tentoonstellingen, films, concerten en theatervoorstellingen. Voor andere nieuwsvormen is de vraag naar de herkomst niet of nauwelijks relevant. Dat geldt vooral voor de categorie 'service informatie': overzichten van radio en tv-programma's, bioscoopagenda e.d. Artikelen die qua nieuwsvorm in één van

⁹ Zie voor codeerinstructie www.nieuwsmonitor.net

¹⁰ Zie bijvoorbeeld Meens, Th. (2009), *De herkomst van het nieuws*, de Volkskrant, 24 januari en Donker, B. (2009), *De lezer schrijft over weinig helderheid in brongebruik*, de krant antwoordt, NRC Handelsblad, 7 & 8 februari

deze categorieën vallen, hebben we daarom in dit onderzoek buiten beschouwing gelaten. Daarmee spitsen we het onderzoek naar de herkomst van nieuws toe op 'nieuwsberichten en achtergrondinformatie'. Deze categorieën zijn goed voor bijna 70 procent van het totaal aantal artikelen (57.129 van de in totaal 85.780, zie tabel 2.2)

Tabel 2.2

Aantal artikelen 'nieuwsberichten' en 'achtergrondinformatie' in landelijke dagbladen 2006-2008

Dagbladen*	Aantal artikelen in steekproef	
	Totaal	'nieuwsberichten' en 'achtergrondinformatie'
AD	14.992	10.484
NRC Handelsblad	12.280	7.849
de Volkskrant	11.221	6.372
De Telegraaf	11.185	8.009
Trouw	9.885	6.324
Metro	8.183	6.224
Spits	7.041	5.346
NRC Next	6.526	3.737
De Pers	4.453	2.784
Totaal	85.780	57.129

*in volgorde van totaal aantal artikelen in steekproef

Alle analyses over de herkomst van nieuws zijn gebaseerd op de ruim 57.000 artikelen met nieuws en achtergrondinformatie. Van deze artikelen hebben we de vermelde bron vastgelegd. Daarbij onderscheiden we vier typen vermelde bron, te weten: 'eigen medewerker', 'ANP', 'ander persbureau' en 'geen bron vermeld'.

De cijfers in tabel 2.3 geven een eerste indicatie van de mate waarin dagbladen een voor de lezer herkenbare bron vermelden. Daarmee is de herkomst van nieuws zeker niet afdoende in kaart gebracht. Artikelen met 'geen bron vermeld' kunnen in werkelijkheid wel degelijk (deels) gebaseerd zijn op een bericht van het ANP. Het dagblad Trouw bijvoorbeeld vermeldt bij geen enkel artikel als bron 'persbureau'. Een deel van die berichten verschijnt dezelfde dag in (vrijwel) letterlijk dezelfde bewoordingen in onder andere het gratis dagblad Metro met als bron 'ANP'. Met andere woorden: in Trouw verschijnen wel artikelen met als bron 'ANP', de krant vermeldt alleen de bron niet. Verder is het waarschijnlijk dat een aantal artikelen met als vermelde bron 'eigen medewerker' deels gebaseerd is op een bericht van het ANP. In paragraaf 2.5 komen we op dit punt terug.

De aldus verzamelde gegevens presenteren we in tabel 2.3 op twee manieren. Allereerst vermelden we per krant het percentage artikelen per vermelde bron (kolom 'artikelen'). Uit ervaring en onderzoek is bekend dat artikelen sterk in lengte (kunnen) verschillen.

Rekening houdend met dat gegeven wegen we de artikelen naar lengte, uitgedrukt in het aantal woorden (kolom 'woorden').

Tabel 2.3

Vermelde bron bij artikelen met nieuws en achtergrondinformatie in percentage artikelen en gewogen naar lengte

Dagbladen*	Eigen medewerker		ANP		Ander persbureau		Geen bron vermeld	
	Artikelen	Woorden	Artikelen	Woorden	Artikelen	Woorden	Artikelen	Woorden
NRC Handelsblad	63,8	85,4	16,8	5,2	13,3	6,0	6,2	3,5
de Volkskrant	64,6	84,0	10,3	3,9	7,6	3,6	17,4	8,5
De Telegraaf	67,6	82,1	0,7	0,3	2,5	1,3	29,2	16,3
Trouw	60,4	79,3	0,0	0,0	0,0	0,0	39,6	20,7
NRC Next	53,9	78,8	21,3	7,2	15,0	6,4	9,9	7,6
De Pers	39,6	71,5	0,3	0,3	4,4	4,0	55,7	24,2
AD	35,1	60,4	6,4	3,7	2,1	0,4	56,4	34,4
Metro	22,7	49,6	49,3	33,4	17,2	11,3	10,7	5,6
Spits	14,9	35,0	51,6	41,0	11,6	7,8	21,9	16,1
Totaal	47,9	74,4	16,3	6,8	7,6	3,8	28,2	15,0

* in volgorde van hoogste naar laagste aandeel 'eigen medewerker' gemeten in aantal woorden

Voor het aandeel van de gebruikte bronnen blijkt het nogal verschil te maken of we uitgaan van het aantal artikelen dan wel van het aantal woorden. Gemeten in het aantal artikelen (ongewogen) is over alle kranten gezamenlijk bijna 24 procent afkomstig van een persbureau. Gemeten in aantal woorden (gewogen) daalt dat tot minder dan 11 procent. Met andere woorden, persbureaus leveren vooral korte berichten, eigen medewerkers nemen de lange(re) artikelen voor hun rekening. Of we nu meten in aantal artikelen dan wel in aantal woorden, de verschillen in brongebruik tussen de dagbladen zijn groot en het patroon steeds hetzelfde: in alle kranten ligt het aandeel van de eigen medewerkers gemeten in aantal woorden aanzienlijk hoger dan gemeten in het aantal artikelen. Voor persbureaus en 'geen bron' geldt het omgekeerde. In de verdere rapportage geven we de uitkomsten steeds weer uitgaande van het aantal woorden.

2.3 Sporen van berichten van persbureau ANP in artikelen met nieuws en achtergrondinformatie: de methode

We hebben in de onderzochte dagbladen uit de jaren 2006-2008 in totaal 57.129 artikelen gevonden met nieuws en achtergrondinformatie. Een deel van deze artikelen is geheel of gedeeltelijk gebaseerd op berichten van het ANP. Om te bepalen voor welk deel van de artikelen dit geldt, leggen we artikelen en berichten van het ANP naast elkaar en gaan met behulp van automatische inhoudsanalyse na of en in hoeverre berichten van het ANP en artikelen overlap vertonen. Dit doen we in twee stappen. Allereerst bepalen we of een artikel (deels) gebaseerd

is op een ANP-bericht. Vervolgens gaan we na in hoeverre er sprake is van een overeenkomst tussen het artikel en het ANP-bericht.

De eerste stap – het traceren van sporen van een ANP-bericht in een artikel – gaat als volgt.

1. We hebben een databestand met ruim 57.000 artikelen met nieuws en achtergrondinformatie in 2006, 2007 en 2008 gepubliceerd in dagbladen.
2. Uit de database van het ANP hebben we alle berichten gedownload van de dag voorafgaand aan de dag waarop de ruim 57.000 artikelen gepubliceerd zijn.
3. Met behulp van automatische inhoudsanalyse hebben we getraceerd hoeveel combinaties van woorden in een artikel en een ANP-bericht overeenkomen¹¹.
4. De overlap wordt op twee manieren berekend¹².
 - a. Vanuit het ANP-bericht. Een voorbeeld: een bericht van het ANP bestaat uit 100 woorden, in een artikel worden 20 woorden in dezelfde volgorde teruggevonden. Het artikel vertoont dus 20 procent overlap met het ANP-bericht.
 - b. Vanuit het artikel. Een voorbeeld: een artikel bevat 150 woorden, 15 woorden worden in dezelfde volgorde getraceerd in een bericht van het ANP. Het ANP-bericht vertoont met andere woorden 10 procent overlap met het artikel.

Na een vergelijking van honderden ANP-berichten en artikelen, zijn we tot een aantal criteria gekomen die er op wijzen dat een artikel (deels) gebaseerd is op een ANP-bericht.

- een ANP-bericht vertoont meer dan 5 procent overlap met een artikel;
- een ANP-bericht vertoont tussen de 3 en 5 procent overlap met een artikel en het artikel vertoont meer dan 10 procent overlap met het ANP-bericht;
- een ANP-bericht vertoont tussen de 1 en 3 procent overlap met een artikel en het artikel vertoont meer dan 13 procent overlap met het ANP-bericht.

Ter toelichting geven we een voorbeeld van een artikel dat 5,1 procent overlap vertoont met een ANP-bericht. Daarmee voldoet het net aan het eerstgenoemde criterium. Voor meer voorbeelden zie de website¹³.

¹¹ De methode is vergelijkbaar met programma's die gebruikt worden om plagiaat te achterhalen.

¹² Het op twee manieren berekenen van overlap lijkt op het eerste gezicht wellicht wat overdreven maar is bij nader inzien zeer informatief. Immers: als een ANP-bericht voor honderd procent teruggevonden wordt in een artikel wil dat niet per definitie zeggen dat artikel en ANP-bericht samenvallen. Het kan, maar het hoeft niet. Het is heel goed mogelijk dat een journalist een persbericht geheel heeft overgenomen en vervolgens heeft aangevuld met zelf vergaarde informatie. Om het onderscheid tussen 'zonder meer overnemen van persbericht' en 'overnemen van persbericht en aanvullen met zelf vergaarde informatie' te kunnen maken, is het op twee manieren berekenen van overlap absoluut noodzakelijk

¹³ www.nieuwsmonitor.net/bronnen/methode

Figuur 2.1

Voorbeeld van een artikel mogelijk gebaseerd op ANP-bericht

Drie steden maken kans op Historische Museum (ANP, 25 april 2007)	Drie gemeenten maken kans op Nationaal Museum (Trouw, 26 april 2007)
<p>Cultuurminister Ronald Plasterk heeft Arnhem Den Haag en Amsterdam gevraagd snel een voorstel te doen voor de huisvesting van het Nationaal Historisch Museum</p> <p>Dat heeft hij woensdag laten weten.</p> <p>In juni wil het kabinet een keuze maken Plasterk wil volgens zijn woordvoerder dat het Nationaal Historisch Museum aansluit bij bestaande instellingen en activiteiten die de geschiedenis van Nederland vertellen</p> <p>In Amsterdam ziet hij het Nationaal Historisch Museum als een toevoeging aan het hoogwaardige cluster van musea aan het Museumplein In Den Haag zou het echter weer passen omdat de regering daar haar geschiedenis heeft In Arnhem kan het niettemin aanhaken bij het Nederlands Openluchtmuseum een nationaal historisch museum op volkskundig gebied De winnende gemeente kan 12 miljoen euro van het Rijk tegemoet zien.</p>	<p>De gemeenten Arnhem Amsterdam en Den Haag zijn door het kabinet gevraagd met voorstellen te komen voor de huisvesting van het Nationaal Historisch Museum Minister van cultuur Ronald Plasterk liet de Kamer gisteren weten 12 miljoen euro per jaar beschikbaar te stellen voor het nieuwe museum dat de vaderlandse geschiedenis als uitgangspunt moet hebben De Kamer dringt al een tijdje aan op de instelling van een dergelijk museum De drie gemeenten zijn geselecteerd omdat een nieuw museum in die drie gevallen kan aansluiten bij al bestaande voorzieningen.</p>

Na het selecteren van de artikelen waarin we sporen van ANP-berichten hebben gevonden, gaan we in de tweede stap na wat '(deels) gebaseerd op bericht van het ANP' precies inhoudt. Met andere woorden, in welke mate overlappen berichten van het ANP en artikelen (deels) gebaseerd op berichten van het ANP elkaar? Na intensieve bestudering van de artikelen hebben we besloten dat er sprake is van overlap wanneer er vier opeenvolgende woorden overeenkomen in het persbericht en het artikel. Uitgaande van deze definitie van overlap komen we vervolgens tot de volgende categorieën:

1. Bericht van ANP en artikel in krant komen vrijwel letterlijk overeen; berichten van het ANP die in (zeer) licht ingekorte vorm als artikel verschijnen vallen in deze categorie. Artikelen vallen in deze categorie als voldaan wordt aan de volgende criteria:
 - overlap bericht ANP - artikel is 60 procent of meer;
 - overlap artikel - bericht ANP is 60 procent of meer.
2. Bericht van ANP is weliswaar vrijwel letterlijk overgenomen maar bericht en artikel vallen niet samen, journalist heeft informatie toegevoegd. Artikelen vallen in deze categorie indien voldaan wordt aan de volgende criteria:
 - overlap bericht ANP - artikel is 60 procent of meer;
 - overlap artikel - bericht ANP is minder dan 60 procent;
 - het aantal woorden van het artikel is minimaal 1,25 maal het aantal woorden van bericht ANP.

3. Bericht van ANP is bewerkt en verschijnt in (sterk) ingekorte vorm als artikel in de krant. Artikelen vallen in deze categorie als voldaan wordt aan de volgende criteria:
 - overlap bericht ANP - artikel is meer dan 5 procent en minder dan 60 procent;
 - het aantal woorden van bericht ANP is minimaal 1,25 maal het aantal woorden van het artikel.
4. Bericht van ANP is bewerkt en verschijnt in uitgebreide vorm als artikel in de krant. Artikelen vallen in deze categorie als voldaan wordt aan de volgende criteria:
 - overlap bericht ANP - artikel is meer dan 5 procent en minder dan 60 procent;
 - het aantal woorden van het artikel is minimaal 1,25 maal het aantal woorden van bericht ANP.
5. Bericht van ANP is bewerkt en verschijnt ingekort noch uitgebreid als artikel in de krant;
6. Bericht van ANP is bewerkt en verschijnt ingekort en uitgebreid als artikel in de krant. Artikelen vallen in deze (samengevoegde) categorie als voldaan wordt aan de volgende criteria:
 - overlap bericht ANP - artikel is meer dan 5 procent en minder dan 60 procent;
 - aantal woorden blijft binnen de grenzen zoals aangegeven bij categorie 3 en 4.

Berichten van het ANP en artikelen worden met behulp van een geautomatiseerd inhoudsanalyse instrument met elkaar vergeleken waarna de artikelen eveneens automatisch in één van de onderscheiden categorieën worden geplaatst. Categorie 5 en 6 voegen we samen. Analytisch is het onderscheid wel te maken, in de praktijk (nog) niet. De indicator voor 'bewerken van een bericht van het ANP' is de geconstateerde overlap (percentage woorden dat in dezelfde volgorde in bericht ANP en in artikel voorkomt). De indicator voor 'inkorten/uitbreiden' is het aantal woorden in het bericht van het ANP en in het artikel. Uit het percentage overlap is af te leiden of en zo ja in welke mate een bericht van het ANP bewerkt is. Uit het aantal woorden valt op te maken of sprake is van inkorten of uitbreiden. Wordt een bericht van het ANP enerzijds ingekort en anderzijds uitgebreid, dan kan het aantal woorden per saldo (ongeveer) gelijk blijven (categorie 6). Wordt een bericht van het ANP ingekort noch uitgebreid dan is dat ook het geval (categorie 5). Idealiter moeten beide categorieën van elkaar te onderscheiden zijn aan de hand van de mate waarin van overlap sprake is. Op dit moment is het instrument nog te weinig verfijnd om dat op een aanvaardbaar niveau van betrouwbaarheid te kunnen doen. In de komende analyses hebben we daarom de categorieën 5 en 6 samengevoegd. Ter toelichting van de methode geven we twee voorbeelden van artikelen, respectievelijk vallend in categorie 3 en 4.

Figuur 2.2

Voorbeeld van een artikel vallend in categorie 3

Jongeren voelen zich onveiliger door incidenten (ANP, 23 oktober 2007)	Jeugd voelt zich onveilig na geweld (Spits, 24 oktober 2007)
<p>Schoolgaande jongeren voelen zich onveiliger door geweldsincidenten van de afgelopen tijd en door berichten in de media Dat meldt onderzoeksbureau YoungVotes dat 300 jongeren tussen 13 en 21 jaar oud via internet Vier op de vijf leerlingen geven aan dat hun veiligheidsgevoel is beïnvloed door geweldsincidenten op scholen Een op de acht scholieren zegt dat mediaberichtgeving van invloed is op hun gevoel van veiligheid Meer dan de helft van de ondervraagde jongeren is van mening dat nieuwsberichten leiden tot meer geweld op scholen</p> <p>Net als een half jaar geleden geeft 4 procent van de jongeren aan een wapen te dragen naar school aldus YoungVotes Het bureau vindt het zorgwekkend dat 2 2 procent van de ondervraagden aangeeft van plan te zijn in de toekomst een wapen te gaan dragen dat is twee keer zoveel als een half jaar geleden</p>	<p>NIJMEGEN Schoolgaande jongeren voelen zich onveiliger door geweldsincidenten van de afgelopen tijd en door berichten in de media Dat meldt onderzoeksbureau YoungVotes dat 300 jongeren tussen 13 en 21 jaar oud via internet ondervroeg Vier op de vijf leerlingen geven aan dat hun veiligheidsgevoel is beïnvloed door geweldsincidenten op scholen Een op de acht scholieren zegt dat mediaberichtgeving van invloed is op hun gevoel van veiligheid Het bureau vindt het zorgwekkend dat 2 2 procent van de ondervraagden aangeeft van plan te zijn in de toekomst een wapen te gaan dragen ANP</p>
Totaal aantal woorden: 143	Totaal aantal woorden: 85

Overlap ANP-bericht - artikel in Spits: 52 van de 143 woorden, 36,4 procent (meer dan 5 procent, minder dan 60 procent). Aantal woorden bericht ANP 143, aantal woorden artikel 85; bericht ANP telt 1,7 maal zoveel woorden als artikel, boven de norm van 1,25.

De overlap tussen een bericht van het ANP en een artikel wordt berekend op basis van het bericht van het ANP en het artikel zoals overgenomen uit de databestanden. Bevatten een bericht van het ANP en/of een artikel in een krant technische fouten, dan kan dat gevolgen hebben voor de indeling van een artikel in één van de 5 categorieën van '(deels) gebaseerd op...'

Het bericht van het ANP in figuur 2.2 bevat bijvoorbeeld twee slordigheden die van invloed kunnen zijn op de mate van overlap. In de vijfde regel ontbreekt het woord 'ondervroeg' dat in Spits toegevoegd is. In de zevende regel staat 'be nvloed' in plaats van 'beïnvloed'. In Spits is dat wel correct vermeld. Het aantal woorden in het bericht van het ANP blijft na correctie gelijk: er komt een woord bij en er valt een woord af, de ene fout heft de andere op. Dat gaat niet op voor de mate van overlap. In de vijfde zin is na correctie in principe sprake van meer overlap. In de praktijk is dat niet het geval: in het artikel in Spits ontbreekt namelijk in dezelfde zin een spatie ('jaaroud' in plaats van 'jaar oud') met als gevolg dat er geen sprake is van overlap zoals gedefinieerd (vier woorden in dezelfde volgorde achter elkaar).

Het artikel in Spits bevat aanzienlijk meer slordigheden. Liefst tien keer ontbreekt een spatie. De computer telt in dat geval één woord in plaats van twee. Na correctie telt het artikel dus 95 in plaats van 85 woorden.

Maar niet alleen het aantal getelde woorden, ook de mate van overlap kan door het ontbreken van een spatie beïnvloed worden. Illustratief is de eerste zin van het artikel. Daarin ontbreekt tot vier keer toe een spatie. Staan die spaties er wel, dan blijkt de eerste zin letterlijk overgenomen te zijn uit het bericht van het ANP. Na correctie van deze zin stijgt het aantal woorden overlap met 15. In totaal ontbreekt in het artikel in Spits zoals gezegd tien keer een spatie. Corrigeren we het artikel van A tot Z dan is de overlap tussen het bericht van het ANP en het artikel in Spits geen 52 maar 85 woorden. Daarmee komt de overlap uit op $(85/143) = 59,4$ procent. Het aantal woorden in het bericht van het ANP is $(143/95) = 1,5$ maal zo groot als in het artikel. Ook in gecorrigeerde vorm valt het artikel dus nog (net) in categorie 3.

Het valt niet uit te sluiten dat een artikel in de 'verkeerde' categorie terecht komt als gevolg van technische slordigheden zoals het ontbreken van spaties, het foutief spellen of afbreken van een woord. Maar gezien de ruime grenzen die we bij het plaatsen van de artikelen in één van de categorieën van '(deels) gebaseerd op ...' aanhouden en gelet op het grote aantal artikelen, is het niet aannemelijk dat dit het eindresultaat ernstig zal verstoren.

Het tweede voorbeeld geeft nauwelijks aanleiding tot commentaar. Noch in het bericht van het ANP noch in het artikel vinden we technische fouten. Het bericht van het ANP is (deels) overgenomen, de krant heeft het bericht met relatief veel informatie uitgebreid.

Figuur 2.3

Voorbeeld van een artikel vallend in categorie 4

Garmin trekt bod Tele Atlas in (ANP, 16 november 2007)	Garmin geeft gevecht met TomTom om Tele Atlas op (Trouw, 17 november 2007)
<p>De Amerikaanse producent van navigatie apparatuur Garmin heeft zijn bod op de leverancier van digitale kaarten Tele Atlas ingetrokken Dat maakte het bedrijf vrijdag bekend</p> <p>Garmin kondigde eind oktober aan 2 1 miljard over te hebben voor Tele Atlas waarmee het een bod van concurrent TomTom overtrof TomTom kwam vorige week echter met een verhoogd bod van 2 9 miljard euro</p>	<p>De overname van Tele Atlas door producent van navigatie-apparatuur TomTom lijkt zo goed als rond Garmin de Amerikaanse concurrent van TomTom heeft gisteren zijn bod op Tele Atlas ingetrokken</p> <p>Garmin kondigde eind oktober aan 2 1 miljard over te hebben voor Tele Atlas waarmee het een eerder bod van TomTom overtrof TomTom kwam vorige week met een verhoogd bod van 2 9 miljard euro oftewel 30 euro per aandeel</p> <p>Het bestuur van Tele Atlas steunt het bod van TomTom De meeste analisten zeiden naar aanleiding van het verhoogde bod dat de overnamestrijd voorbij was.</p> <p>De Nederlandse producent van navigatieapparatuur heeft al 28 procent van de aandelen Tele Atlas in handen waardoor het moeilijk voor Garmin werd om de strijd met TomTom aan te gaan</p> <p>Garmin had zelf ook een belang van 5 procent in Tele Atlas (.....).</p>
Totaal aantal woorden: 69	Totaal aantal woorden: 319

Overlap bericht ANP - artikel in Trouw: 30 van de 69 woorden (43,5 procent). Aantal woorden in artikel 319, in bericht ANP 69; artikel telt 4,6 keer zoveel woorden als bericht ANP, ruim boven de norm van 1,25.

2.4 ANP en dagbladen

Voordat we ingaan op de vraag hoeveel artikelen met nieuws en achtergrondinformatie in de verschillende dagbladen (deels) gebaseerd zijn op berichten van het ANP, geven we een korte schets van het aantal door het ANP per dag verspreide berichten en van de omvang waarin de dagbladen van die berichten gebruik maken.

Aantal berichten van het ANP en selectiegraad van dagbladen

Het ANP verspreidt per dag honderden berichten. Van lang niet al die berichten vinden we sporen terug in de verschillende dagbladen, veel berichten passeren de zeef van de diverse redacties niet. In tabel 2.4 geven we een overzicht van het gemiddeld aantal berichten dat het ANP in 2006, 2007 en 2008 per dag verspreid heeft en van de selectiegraad in de verschillende dagbladen.

Tabel 2.4

Aantal door ANP verspreide berichten in 2006 - 2008 en selectiegraad per krant

Dagbladen*	Selectiegraad ANP-berichten ¹⁵		
	2006	2007	2008
AD	43,9	45,6	34,8
Metro	29,7	33,7	25,3
NRC Handelsblad	32,6	34,7	25,3
De Telegraaf	35,2	33,8	24,3
de Volkskrant	28,2	27,0	20,5
Trouw	26,3	28,3	19,8
Spits	28,2	29,1	19,4
NRC Next	20,4	22,3	15,9
De Pers		27,9	13,3
Totaal	31,2	31,6	22,4
Gemiddeld aantal door ANP verspreide berichten per dag ¹⁴	361	325	468

* in volgorde van 'Selectiegraad ANP-berichten' in 2008

Leesvoorbeeld: in 2006 verspreide het ANP per dag gemiddeld 361 berichten, in de afzonderlijke dagbladen is 20 tot 44 procent van die berichten (deels) terug te vinden.

Vergelijken we 2006 en 2008 met elkaar dan zien we dat het aantal door het ANP verspreide berichten fors toeneemt (van gemiddeld 361 naar 468 per dag) en de selectiegraad per dagblad flink daalt. Met andere woorden: het aanbod van het ANP stijgt, het absolute aantal ANP-berichten per krant blijft gelijk of daalt licht.

¹⁴ Telling op basis van database berichten ANP. Dubbeltellingen (in de loop van de dag verbeterde en aangevulde berichten over dezelfde gebeurtenis) zijn er uit gehaald.

¹⁵ Selectiegraad = (aantal berichten per krant (deels) gebaseerd op ANP-bericht)/(gemiddeld aantal door ANP verspreide berichten per dag).

De herkomst van nieuws en achtergrondinformatie: berichten van het ANP getraceerd
 Uitgaande van de criteria genoemd in paragraaf 2.3 komen we tot ruim 17.000 artikelen die (deels) gebaseerd zijn op een bericht van het ANP (zie tabel 2.5).

Tabel 2.5

Aantal artikelen in dagbladen en percentage artikelen (deels) gebaseerd op berichten van het ANP uitgesplitst naar jaar en gewogen naar lengte

Dagbladen*	2006		2007		2008	
	N	% ANP	N	% ANP	N	% ANP
Spits	2.024	44,7	1.727	47,7	1.595	45,6
Metro	2.039	46,1	2.066	36,5	2.119	36,0
NRC Next	997	23,4	1.399	30,4	1.341	31,6
Trouw	2.182	24,7	2.130	29,1	2.012	28,4
De Telegraaf	2.965	22,8	2.544	26,9	2.500	27,8
de Volkskrant	2.285	20,8	2.037	25,7	2.050	26,1
AD	3.647	20,1	3.347	26,1	3.490	24,4
NRC Handelsblad	2.714	17,9	2.572	19,6	2.563	22,3
De Pers			1.692	17,9	1.092	22,3
Totaal	18.853	23,9	19.514	26,8	18.762	27,6
Totaal aantal artikelen (deels) gebaseerd op bericht ANP		5.654		5.935		5.578

* in volgorde van percentage 'ANP' in 2008

De trend is onloochenbaar: dagbladen steunen voor nieuws en achtergrondinformatie in toenemende mate op berichten van het ANP. Het absolute aantal artikelen (deels) gebaseerd op een bericht van het ANP neemt – De Pers niet meegerekend – van 2006 op 2008 weliswaar iets af, maar het percentage artikelen (deels) gebaseerd op een bericht van het ANP stijgt in vrijwel alle kranten. Metro is de enige uitzondering: het aandeel daalt, het absolute aantal artikelen (deels) gebaseerd op een bericht van het ANP stijgt. Het percentage artikelen (deels) gebaseerd op een bericht van het ANP stijgt het sterkst in NRC Next (+ 8,2 procent), het minst sterk in Spits (+ 0,9 procent).

De cijfers in tabel 2.5 wijken sterk af van wat de Britse onderzoeksjournalist Davies rapporteert. Verwijzend naar een rapport van onderzoekers uit Cardiff concludeert hij dat 30 procent van de artikelen over binnenlands nieuws in vijf Engelse kranten “were direct rewrites of copy from PA or smaller wire agencies. A further 19 procent of the stories were largely reproduced from the same agencies. A further 21 procent contained elements of them. That is a total of 70 procent of their news stories which are wholly or partly rewritten from wire copy, usually PA”.¹⁶

¹⁶ Davies, N. (2009), p. 74

Omdat behalve de onderzoeksperiode, ook de opzet van het onderzoek, de gebruikte methode van inhoudsanalyse en de verzameling onderzochte artikelen sterk verschillen, moet bij elke vergelijking van de uitkomsten een (flinke) slag om de arm gehouden worden. Davies maakt – om een voorbeeld te noemen – geen onderscheid tussen berichten van een persbureau en persberichten van bedrijven, maatschappelijke organisaties en politieke partijen (doorgaans kort aangeduid als PR-materiaal)¹⁷. In ons onderzoek maken we dit onderscheid wel en beperken we ons tot de vraag of en zo ja in hoeverre dagbladen artikelen (deels) baseren op berichten van het ANP.

In de meeste dagbladen blijkt een vrij groot verschil te bestaan tussen het percentage artikelen met als vermelde bron 'ANP' en het percentage artikelen '(deels) gebaseerd op een bericht van het ANP' (zie tabel 2.6). In de gratis dagbladen Spits en Metro is het aandeel van het ANP in beide gevallen (aanzienlijk) hoger dan in de overige dagbladen, het verschil tussen 'ANP als bron vermeld' en '(deels) gebaseerd op bericht ANP' is juist (aanzienlijk) kleiner dan in de overige dagbladen. Bij de verdere analyse van de artikelen die (deels) gebaseerd zijn op een bericht van het ANP komen we hier op terug. Zit het verschil vooral in artikelen vallend in categorie 4 (bericht ANP bewerken en informatie toevoegen) dan ligt het voor de hand als bron 'eigen medewerker' te vermelden. Blijkt het verschil vooral te zitten in artikelen vallend in categorie 1 (bericht ANP overschrijven) dan ligt 'eigen medewerker' als vermelde bron juist niet voor de hand.

Tabel 2.6

Percentage artikelen met ANP als vermelde bron versus percentage artikelen (deels) gebaseerd op bericht ANP (gewogen naar lengte)

Dagbladen*	Percentage artikelen met ANP als vermelde bron	Percentage artikelen (deels) gebaseerd op bericht ANP	Verskil tussen '(deels) gebaseerd op ...' en ANP als bron vermeld
Spits	41,0	46,0	5,0
Metro	33,4	39,5	6,1
NRC Handelsblad	5,2	19,8	14,6
De Pers	0,3	19,9	19,6
AD	3,7	23,4	19,7
de Volkskrant	3,9	24,2	20,3
NRC Next	7,2	28,8	21,6
De Telegraaf	0,3	25,7	25,4
Trouw	0,0	27,4	27,4
Totaal	6,8	26,1	19,3

* in volgorde van kleinste naar grootste verschil in percentage tussen 'ANP als bron vermeld' en '(deels) gebaseerd op bericht van het ANP'

¹⁷ *Vergelijk de kritische kanttekeningen bij de kwaliteit van het onderzoek waarop Davies zich (groten)deels baseert van hoogleraar journalistiek Marcel Broersma: Broersma, M. (2009), De waarheid in tijden van crisis; kwaliteitsjournalistiek in een veranderend medialandschap, p. 23-40, in: B. Ummelen (red.), Journalistiek in diskrediet, Nijmegen Katholiek Instituut voor Massamedia & Diemen Uitgeverij AMB, p. 28-32*

Vergelijking tussen berichten van het ANP en artikelen in dagbladen

In paragraaf 2.3 hebben we de overlap tussen een bericht van het ANP en een artikel ingedeeld in een aantal categorieën:

1. bericht van ANP en artikel in krant komen vrijwel letterlijk overeen; berichten van het ANP die in (zeer) licht ingekorte vorm als artikel verschijnen vallen in deze categorie;
2. bericht van ANP is weliswaar vrijwel letterlijk overgenomen maar bericht en artikel vallen niet samen, journalist heeft informatie toegevoegd;
3. bericht van ANP is bewerkt en verschijnt in sterk ingekorte vorm als artikel in de krant;
4. bericht van ANP is bewerkt en verschijnt in uitgebreide vorm als artikel in de krant;
5. bericht van ANP is bewerkt en verschijnt ingekort noch uitgebreid of juist ingekort en uitgebreid als artikel in de krant.

Berichten van het ANP zonder meer overschrijven komt bij de gratis dagbladen Spits en Metro duidelijk vaker voor dan bij de overige kranten (zie tabel 2.7). Van de artikelen (deels) gebaseerd op een bericht van het ANP, blijkt in beide gratis dagbladen ruim een kwart een overgeschreven bericht van het ANP te zijn. Ook bij de categorie ‘berichten van het ANP overschrijven en (enigszins) uitbreiden’, gaan Spits en Metro aan kop. Het verschil tussen beide gratis dagbladen is hier overigens wel groot, ‘overschrijven en uitbreiden’ komt in Spits aanzienlijk vaker voor dan in Metro. Persberichten bewerken en inkorten komt relatief vaak voor in Metro, persberichten bewerken en informatie toevoegen komt in Spits en Metro verhoudingsgewijs weinig voor. Spits (17 procent) en Metro (21 procent) blijven hier duidelijk achter bij de overige dagbladen. In die kranten varieert het percentage voor ‘bewerken en informatie toevoegen’ van 57 procent in Trouw tot 83 procent in NRC Handelsblad.

Tabel 2.7

Berichten ANP getraceerd: overschrijven, bewerken, inkorten en uitbreiden

Dagbladen*	N	Bericht ANP overschrijven	Bericht ANP overschrijven en uitbreiden	Bericht ANP bewerken en inkorten	Bericht ANP bewerken en uitbreiden	Bericht ANP bewerken, lengte gelijk	in % van N
		in % gewogen	in % gewogen	in % gewogen	in % gewogen	in % gewogen	
NRC Handelsblad	1.408	2,6	5,6	2,9	82,6	6,3	100
De Pers	588	2,9	4,1	6,8	76,8	9,3	100
De Telegraaf	2.140	4,9	9,4	5,8	70,3	9,9	100
NRC Next	900	6,6	9,8	8,5	67,0	8,3	100
de Volkskrant	1.844	8,1	8,2	4,3	70,5	8,8	100
AD	2.288	8,4	14,2	5,0	64,3	8,1	100
Trouw	2.309	12,5	18,6	4,1	56,1	8,8	100
Metro	2.636	25,2	19,5	18,7	21,0	15,7	100
Spits	3.054	27,7	43,7	6,3	16,9	5,2	100
Totaal	17.167	10,6	14,9	6,0	59,9	8,6	100

* in volgorde van laagste naar hoogste percentage artikelen 'bericht ANP overschrijven'

Begin 2009 constateerden Nijmeegse onderzoekers dat in de door hen onderzochte verzameling artikelen met binnenlands nieuws (N=1054) uit AD, NRC Handelsblad, de Volkskrant en De Gelderlander 'ruwweg een derde van alle berichten manifeste aanwijzingen voor voorverpakte informatie bevat'. Daarbij gaat het deels om artikelen waarbij de afkomst vermeld is (persbureau genoemd), deels om artikelen die verwijzingen naar materiaal van een persbureau, van andere media dan wel van derden bevatten.¹⁸ Ook hier geldt wat we al eerder schreven naar aanleiding van het onderzoek van Davies: onderzoeksperiode, opzet van het onderzoek, de gebruikte methode van onderzoek en de verzameling onderzochte artikelen verschillen zo sterk, dat het vergelijken van de onderzoeksuitkomsten al snel een kwestie van appels en peren wordt.

In haar jaarlijkse rapport over concentratie en pluriformiteit van de Nederlandse media, signaleerde het Commissariaat voor de Media recentelijk een opvallende ontwikkeling, te weten "dat tegenwoordig bij veel nieuwsaanbod nog weinig journalistieke bewerking en toevoeging plaatsvindt. Een steeds groter deel van het nieuwsaanbod bestaat uit louter onbewerkt doorgegeven berichten van persbureau. (...) Deze trend manifesteert zich vooral bij internet-nieuwssites, maar ook de nieuwsvoorziening van commerciële radiozenders kent nauwelijks tijd voor achtergrondinformatie en toelichting bij het nieuws. Ook de gratis kranten bestaan voor een belangrijk deel uit korte berichten".¹⁹

Dat de gratis kranten voor een belangrijk deel uit korte berichten bestaan, is ten dele waar. Het geldt vooral voor Metro en Spits, minder voor De Pers²⁰. Maar daarmee is nog niet gezegd dat een toenemend aandeel van het nieuwsaanbod in die kranten bestaat uit 'louter onbewerkt doorgegeven berichten van persbureau'. Wat berichten van het persbureau ANP betreft is de trend eerder omgekeerd: het percentage artikelen dat beschouwd kan worden als 'louter onbewerkt doorgegeven bericht van het ANP' daalt, het percentage artikelen dat beschouwd kan worden als 'bewerkt bericht van het ANP met toegevoegde informatie' stijgt (zie tabel 2.7). Die trend geldt voor alle dagbladen die zowel in 2006 als in 2007 en 2008 onderzocht zijn. Wat niet wegneemt dat tussen Metro en Spits enerzijds en de overige dagbladen anderzijds een groot verschil blijft bestaan. Beide gratis dagbladen leunen voor hun nieuws en achtergrondinformatie aanzienlijk sterker op berichten van het ANP dan de overige dagbladen (zie tabel 2.8). Omwille van de overzichtelijkheid beperken we ons tot de twee categorieën die op de schaal van '(deels) gebaseerd op....' de uitersten vormen. Aan de ene kant is dat 'bericht ANP overschrijven', aan de andere kant 'bericht ANP bewerken en uitbreiden'.

¹⁸ Bujs, K. e.a. (2009), *De onafhankelijkheid van nieuwsbronnen en de kwaliteit van de journalistiek, Paper voor het Etnaal van de Communicatiewetenschap, Nijmegen*, p. 6-7

¹⁹ Commissariaat voor de Media (2008), *Mediaconcentratie in beeld. Concentratie en pluriformiteit van de Nederlandse media*, Utrecht: Roto Smeets, p. 10-11

²⁰ Artikelen in Metro en Spits zijn gemiddeld aanzienlijk korter dan in de Volkskrant en NRC Handelsblad. In dit onderzoek komt de gemiddelde lengte van een artikel in Metro op 114 en in Spits op 171 woorden. In de Volkskrant (375 woorden) en NRC Handelsblad (361 woorden) is dat twee à drie keer zo veel. (Scholten, O. en N. Ruigrok (2007), *Roerig politiek 2006 in de krantenkolommen*, p. 2, www.nieuwsmonitor.net). De Pers zit met gemiddeld 228 woorden tussen deze twee extremen in.

Tabel 2.8

Berichten ANP getraceerd: 'overschrijven' en 'bewerken en uitbreiden' uitgesplitst naar dagblad en jaar

Dagbladen*	Aantal artikelen (deels) gebaseerd op bericht ANP			% bericht ANP overschrijven			% bericht ANP bewerken en uitbreiden		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008
Spits	1.138	1.014	902	34,0	27,0	20,7	11,8	21,1	18,1
Metro	1.046	884	706	40,7	14,0	16,2	9,6	18,9	40,5
Trouw	772	778	759	19,8	10,0	7,5	46,5	61,8	59,9
AD	739	791	758	16,0	5,7	3,7	50,7	70,0	71,7
De Telegraaf	727	704	709	7,2	4,2	3,1	64,2	72,4	74,5
de Volkskrant	570	642	632	12,0	8,3	4,5	62,4	71,4	77,0
NRC Handelsblad	451	467	490	1,8	4,1	2,0	77,3	81,1	87,0
NRC Next	211	354	335	8,7	6,2	5,6	61,1	68,6	68,9
De Pers		301	287		0,8	5,2		77,8	75,8
Totaal	5.654	5.935	5.578	16,4	8,7	6,8	50,3	63,2	66,1

* in volgorde van 'Aantal artikelen (deels) gebaseerd op bericht ANP in 2006

Artikelen in de categorie 'bericht ANP overschrijven' gaan vooral over 'sport', 'economie' en 'buitenland'. Deze drie thema's zijn gezamenlijk goed voor ruim de helft tot bijna driekwart van alle artikelen in de categorie 'bericht ANP overschrijven'. Op ruime afstand van deze onderwerpen is 'justitie' het vierde thema in de verzameling artikelen vallend in de categorie 'bericht ANP overschrijven'. De vijfde plaats wordt ingenomen door een per krant wisselend thema. De vijf belangrijkste thema's per krant zijn goed voor bijna tweederde tot ruim vier-vijfde van alle artikelen in de categorie 'bericht van ANP overschrijven'. Met andere woorden: van de 1.823 artikelen in de categorie 'bericht ANP overschrijven'²¹ heeft bijna een kwart (N = 450) betrekking op het thema 'sport'. Aan het andere uiteinde vinden we het thema 'normen en waarden'. Minder dan één procent van alle artikelen in de categorie 'bericht ANP overschrijven' heeft betrekking op dit thema (N = 5).

²¹ Berekening: $(.164 \times 5.654) + (.087 \times 5.935) + (.068 \times 5.578) = 1.823$. Procenten en absolute aantallen ontleend aan tabel 2.7, laatste rij.

Tabel 2.9

Bericht ANP overschrijven naar dagblad en thema: de vijf belangrijkste thema's per krant in procenten

Dagbladen*	Sport	Economie	Buitenland	Justitie	Vierde en/of vijfde thema	Totaal
De Telegraaf	20,9	32,3	18,3	7,3	5,6	84,4
De Pers**	33,2	22,0	17,1	6,9	8,9	81,2
AD	24,6	30,1	12,3	9,2	4,2	80,4
de Volkskrant	21,7	31,6	16,7	6,1	4,2	80,3
Trouw	26,8	21,9	15,6	10,3	4,2	78,8
NRC Handelsblad	22,5	20,1	10,8	13,7	10,4	77,5
Metro	25,9	8,4	22,3	10,4	4,7	71,7
Spits	26,5	9,3	15,2	8,0	6,9	65,9
NRC Next***	17,5	14,1	20,2	0,0	14,0	65,8
Totaal	24,7	18,1	17,5	9,0		

* in volgorde van hoogste naar laagste concentratie op vijf belangrijkste thema's per krant

** het thema justitie staat in De Pers op plaats vijf, plaats vier wordt bezet door een thema dat in geen enkele andere krant in de top vijf staat

*** het thema justitie staat in deze krant niet in de top vijf, de thema's op de vierde en vijfde plaats zijn samengenomen in de één na laatste kolom

De uitersten van '(deels) gebaseerd op bericht ANP' zijn zoals gezegd 'bericht ANP overschrijven' en 'bericht ANP bewerken en uitbreiden'. Net als bij 'bericht ANP overschrijven' gaat het bij 'bericht ANP bewerken en uitbreiden' vooral om artikelen met als thema 'sport', 'economie' en 'buitenland'. Aanzienlijk sterker dan bij 'bericht ANP overschrijven' domineert hier het thema 'sport'. In een enkele krant gaat meer dan de helft van de artikelen in de categorie 'bericht ANP bewerken en uitbreiden' over het thema 'sport'. Ook hier zijn de vijf belangrijkste onderwerpen per krant goed voor het overgrote deel van de artikelen in de categorie 'bericht ANP bewerken en uitbreiden' (zie tabel 2.10). Van de in totaal 10.282²² artikelen vallend in de categorie 'bericht ANP bewerken en uitbreiden' gaat ruim 36 procent over het thema 'sport' (N= 3.732). Aan het andere uiteinde vinden we hier het thema 'onderwijs'. Gewogen naar lengte gaat minder dan één procent van deze artikelen over dit thema (N= 1).

²² Berekening: $(.503 \times 5.654) + (.632 \times 5.935) + (.661 \times 5.578) = 10.282$. Procenten en absolute aantallen ontleend aan tabel 2.8, laatste rij.

Tabel 2.10

Bericht ANP bewerken en uitbreiden naar dagblad en thema: de vijf belangrijkste thema's per krant in procenten

Dagbladen*	Sport	Buitenland	Economie	Justitie	Derde, vierde en/of vijfde thema	Totaal
De Telegraaf	51,8	8,6	13,6	9,7	2,6	86,3
NRC Handelsblad	46,8	10,6	13,0	8,2	7,1	85,7
Spits	39,5	14,1	8,4	10,2	7,5	79,7
NRC Next**	47,4	5,9	10,8	0,0	14,7	78,8
AD	33,4	12,9	12,4	9,5	9,1	77,3
Trouw	33,2	16,9	15,8	5,7	5,1	76,7
Metro	26,3	24,5	9,8	7,7	8,2	76,5
de Volkskrant	17,5	15,3	19,2	9,0	13,5	74,5
De Pers	18,4	18,6	14,1	0,0	13,6	64,9
Totaal	36,3	13,5	13,4	8,3		

* in volgorde van hoogste naar laagste concentratie op vijf belangrijkste thema's per krant

** justitie staat in deze krant niet in de top vijf, de thema's op de derde en vierde plaats zijn samengenomen in de één na laatste kolom

Daarmee is overigens niet gezegd dat het sportnieuws in de verschillende dagbladen voor een fors deel bestaat uit bewerkte en uitgebreide berichten van het ANP. Om conclusies te kunnen trekken over de mate waarin nieuws over 'sport' en andere thema's bestaat uit artikelen in de categorieën 'bericht ANP overschrijven' en 'bericht ANP bewerken en uitbreiden', moet als grondslag voor de berekening het totaal aantal artikelen over 'sport' en andere thema's genomen worden (gewogen naar lengte). In de tabellen 2.9 en 2.10 hanteren we een andere berekeningsgrondslag, te weten het totaal aantal artikelen (gewogen naar lengte) in de categorieën 'bericht ANP overschrijven' respectievelijk 'bericht ANP bewerken en uitbreiden'.

Politiek nieuws (deels) gebaseerd op berichten van het ANP

Alle artikelen met nieuws en achtergrondinformatie zijn gecodeerd op thema. Bovendien is vastgelegd of een artikel al dan niet over binnenlandse politiek gaat.²³ Voor het nieuws over binnenlandse politiek gaan we in deze paragraaf na in hoeverre dagbladen gebruik maken van berichten van het ANP.

Over alle dagbladen berekend is in 2008 bijna 36 procent van de artikelen met nieuws en achtergrondinformatie over binnenlandse politiek (deels) gebaseerd op een bericht van het ANP. De verschillen tussen dagbladen zijn groot. In De Pers en Trouw is rond de 30 procent (deels) gebaseerd op een bericht van het ANP, in Metro en Spits is dat respectievelijk iets minder en ruim meer dan de helft. In de tijd gezien is berekend over alle dagbladen duidelijk sprake van een toename (zie tabel 2.11).

²³ Een artikel gaat over binnenlandse politiek zodra in kop of lead een politieke actor genoemd wordt. Zie codeerinstructie op www.nieuwsmonitor.net.

Tabel 2.11

Aantal artikelen met nieuws en achtergrondinformatie over binnenlandse politiek (deels) gebaseerd op berichten van het ANP en aandeel gewogen naar lengte

Dagbladen*	2006		2007		2008	
	N	in % gewogen	N	in % gewogen	N	in % gewogen
De Pers			41	28,4	33	29,4
Trouw	137	24,7	97	31,6	137	32,6
NRC Handelsblad	107	30,6	64	30,2	108	30,5
de Volkskrant	102	26,9	84	31,4	129	34,5
AD	87	30,2	71	32,5	89	34,9
De Telegraaf	81	28,6	55	37,2	79	35,0
NRC Next	36	26,2	57	42,6	60	45,1
Metro	135	62,2	81	40,5	69	48,6
Spits	112	63,6	94	65,9	135	55,9
Totaal	797	30,8	644	34,5	839	35,7

* in volgorde van laagste naar hoogste percentage politiek nieuws (deels) gebaseerd op persbericht van ANP

Leesvoorbeeld: in de Volkskrant zijn in 2006 102 artikelen met nieuws en achtergrondinformatie over binnenlandse politiek (deels) gebaseerd op een persbericht van het ANP. Dat komt overeen met 26,9 procent van de artikelen met nieuws en achtergrondinformatie over binnenlandse politiek.

Splitsen we uit naar dagbladen dan zien we dat met uitzondering van NRC Handelsblad bij de betaalde dagbladen sprake is van een stijging: het percentage artikelen over binnenlandse politiek dat (deels) gebaseerd is op een bericht van het ANP stijgt in het AD licht (van 30,2 naar 34,9 procent), in NRC Next fors (van 26,2 naar 45,1 procent). De Telegraaf (van 28,6 naar 35,0 procent), de Volkskrant (van 26,9 naar 34,5 procent) en Trouw (van 24,7 naar 32,6 procent) zitten daar tussenin. In Metro en Spits zien we een (lichte) daling.

Dat juist in de verzameling artikelen met nieuws en achtergrondinformatie over binnenlandse politiek in dagbladen steeds vaker sporen van een bericht van het ANP worden aangetroffen, is, voor wie hecht aan het gebruik maken van verschillende bronnen, een zorgelijke ontwikkeling. "Uitgeverijen" – aldus minister Plasterk in zijn reactie op het advies van de commissie Brinkman over de toekomst van de pers – "zijn niet meer in staat, of niet bereid, om dure redacties te financieren. Het journalistieke netwerk als gevolg hiervan is de afgelopen jaren verschaald, een tendens die op het moment nog steeds doorzet. Tot nog toe hebben journalistieke redacties de toenemende druk kunnen opvangen. Maar er is een minimum aan journalistieke infrastructuur nodig om de democratie naar behoren te kunnen laten functioneren. Waar ligt die ondergrens vraagt de commissie zich af".²⁴ Waar die ondergrens – zo die al te bepalen is – exact ligt, is uiteindelijk een kwestie van (politieke) keuze. Maar zoveel is wel duidelijk: als nieuws en achtergrondinformatie over binnenlandse politiek in toenemende mate leunen op

²⁴ Plasterk, N.H.A. (2009), *Brief aan de Tweede Kamer der Staten-Generaal Den Haag Kamerstukken II, 2008-2009, 31777, nr. 12, p. 16*

berichten van een persbureau, dan is verschraving van de informatievoorziening niet langer een theoretisch risico, maar barre werkelijkheid. De trend in tabel 2.11 is al met al verontrustend.

‘(Deels) gebaseerd op’ varieert van ‘bericht ANP overschrijven’ tot ‘bericht ANP bewerken en uitbreiden’. Voor de artikelen met nieuws en achtergrondinformatie over binnenlandse politiek, geldt dat over alle dagbladen gezamenlijk berekend het beeld in grote lijnen overeenkomt met wat we geconstateerd hebben voor de totale verzameling artikelen met nieuws en achtergrondinformatie. ‘Bericht ANP overschrijven’ komt ook hier verreweg het vaakst voor in Metro en Spits, het minst vaak in NRC Handelsblad en De Pers. Bij ‘bericht ANP bewerken en uitbreiden’ zien we het vrijwel perfecte spiegelbeeld: in Spits en Metro komt dat het minst vaak voor, in De Pers en NRC Handelsblad duidelijk het vaakst (tabel 2.12).

Tabel 2.12

Berichten ANP getraceerd: ‘overschrijven’ en ‘bewerken en uitbreiden’ in artikelen met nieuws en achtergrondinformatie over binnenlandse politiek versus alle artikelen met nieuws en achtergrondinformatie in procenten

Dagbladen*	Bericht ANP overschrijven		Bericht ANP bewerken en uitbreiden	
	Politiek nieuws	Alle nieuws	Politiek nieuws	Alle nieuws
De Pers	1,6	2,9	75,5	76,8
NRC Handelsblad	2,2	2,6	82,4	82,6
De Telegraaf	3,6	4,9	68,4	70,3
de Volkskrant	5,7	8,1	69,9	70,5
AD	5,9	8,4	55,8	64,3
NRC Next	8,2	6,6	61,8	67,0
Trouw	8,7	12,5	55,4	56,1
Spits	24,9	27,7	15,7	16,9
Metro	36,8	25,2	16,8	21,0
Totaal	8,7	10,6	60,3	59,9

* in volgorde van laagste naar hoogste percentage ‘bericht ANP overschrijven’ in politiek nieuws

Vergelijken we per krant de artikelen met nieuws en achtergrondinformatie over binnenlandse politiek met alle artikelen ‘nieuws en achtergrondinformatie’, dan zien we bij enkele dagbladen verschillen optreden in de percentages voor ‘bericht ANP overschrijven’ en ‘bericht ANP bewerken en uitbreiden’. ‘Bericht ANP overschrijven’ komt in acht van de negen dagbladen in nieuws en achtergrondinformatie over binnenlandse politiek wat minder vaak voor dan in nieuws en achtergrondinformatie als geheel. Het sterkst is dat waar te nemen bij Trouw (8,7 versus 12,5 procent), het minst sterk bij NRC Handelsblad (2,2 versus 2,6 procent). De opvallende uitzondering is Metro. In deze krant komt ‘bericht ANP overschrijven’ in nieuws en achtergrondinformatie over binnenlandse politiek juist aanzienlijk vaker voor dan in nieuws en achtergrondinformatie als geheel (36,8 versus 25,2 procent). De absolute aantallen zijn te klein om dat per krant verder uit te splitsen naar thema.

'Bericht ANP bewerken en uitbreiden' komt over alle dagbladen berekend in nieuws en achtergrondinformatie over binnenlandse politiek vrijwel even vaak voor als in nieuws en achtergrondinformatie als geheel. Kijken we per krant, dan springen er drie dagbladen (enigszins) uit. In NRC Next, AD en Metro komt 'bericht ANP bewerken en uitbreiden' in nieuws en achtergrondinformatie over binnenlandse politiek minder vaak voor dan in nieuws en achtergrondinformatie als geheel.

2.5 Vermelde bron bij artikelen in categorie 'bericht ANP overschrijven'

De tamelijk grote verschillen in percentages voor 'ANP als bron vermeld' en '(deels) gebaseerd op bericht ANP' roepen de vraag op welke bron dagbladen zelf vermelden bij artikelen die (deels) gebaseerd zijn op een bericht van het ANP. Die vraag is uiteraard vooral voor artikelen in de categorie 'bericht ANP overschrijven' relevant. Bij dergelijke artikelen 'ANP' als bron vermelden ligt weliswaar voor de hand, maar gebeurt in de praktijk (lang) niet altijd (zie tabel 2.13).

Tabel 2.13

In dagbladen vermelde bron bij artikelen in categorie 'bericht ANP overschrijven'

Dagbladen*	In dagbladen vermelde bron									
	ANP		Geen bron vermeld		Ander persbureau		Eigen medewerker		Totaal	
	N	in %	N	in %	N	in %	N	in %	N	in %
Metro	842	87,3	42	4,4	49	5,1	31	3,2	964	100
Spits	869	73,9	191	16,2	110	9,4	6	0,5	1176	100
NRC Handelsblad	51	59,3	1	1,2	14	16,3	20	23,3	86	100
NRC Next	72	55,0	9	6,9	13	9,9	37	28,2	131	100
de Volkskrant	26	54,6	75	22,9	48	14,6	26	7,9	328	100
AD	61	21,9	196	70,3	17	6,1	5	1,8	279	100
De Telegraaf	26	10,8	158	65,8	4	1,7	52	21,7	240	100
De Pers	3	7,1	33	78,6	0	0,0	6	14,3	42	100
Trouw	0	0,0	514	95,2	0	0,0	26	4,8	540	100
Totaal	2.103	55,5	1.219	32,2	255	6,7	209	5,5	3.786	100

* in volgorde van hoogste naar laagste percentage 'ANP'

In NRC Handelsblad (N = 86) en De Pers (N = 42) is het totaal aantal artikelen 'bericht ANP overschrijven' zo gering dat we die dagbladen verder buiten beschouwing laten. Van de overige dagbladen vermelden Metro en Spits bij driekwart of meer van deze artikelen de juiste bron. NRC Next en de Volkskrant vermelden bij ruim de helft van deze artikelen de juiste bron. AD, De Telegraaf en Trouw vermelden zelden tot nooit de juiste bron. Bij Trouw is dat een gevolg van het besluit om het ANP niet als bron te vermelden omdat zulks voor de lezer niet van belang geacht wordt. Kijken we naar het andere uiterste, dan zien we dat NRC Next en De Telegraaf bij bijna dertig respectievelijk ruim twintig procent van de artikelen 'bericht ANP overschrijven' als bron 'eigen medewerker' vermelden. Kortom: waar we er gezien de gehanteerde criteria

gevoeglijk van uit kunnen gaan dat bij artikelen 'bericht ANP overschrijven' de belangrijkste zo niet enige bron het ANP is, moeten we vaststellen dat dagbladen in het vermelden van de bron bepaald niet zorgvuldig zijn. De vlag dekt de lading (lang) niet altijd. Zou een fabrikant van bijvoorbeeld koekjes zo frequent een verkeerde afkomst van zijn product op de verpakking vermelden, dan zou hem ongetwijfeld kritische publiciteit gevolgd door Kamervragen ten deel vallen. Waarop de fabrikant even ongetwijfeld onmiddellijk zou aankondigen in te grijpen.

2.6 Conclusies en discussie

De belangrijkste conclusies vatten we kort als volgt samen:

- Tussen 2006 en 2008 is een toenemend deel van de artikelen met nieuws en achtergrondinformatie in landelijke dagbladen (deels) gebaseerd op berichten van het ANP. De stijging is het sterkst in NRC Next (van 23 naar 32 procent), het minst sterk in Spits (van 45 naar 46 procent).
- Het percentage artikelen (deels) gebaseerd op berichten van het ANP is over de jaren 2006-2008 gerekend het laagst in NRC Handelsblad en De Pers (20 procent), het hoogst in Metro (40 procent) en Spits (46 procent).
- In de verzameling artikelen (deels) gebaseerd op ANP-berichten, daalt het percentage artikelen 'overschrijven ANP-bericht' en stijgt het percentage 'ANP-bericht bewerken en informatie toevoegen'.
- In de verzameling artikelen met nieuws en achtergrondinformatie over binnenlandse politiek neemt het percentage artikelen (deels) gebaseerd op ANP-bericht toe van 31 procent in 2006 naar 36 procent in 2008.
- Het percentage artikelen over binnenlandse politiek (deels) gebaseerd op berichten van het ANP is over alle jaren gerekend het laagst in De Pers en Trouw (iets minder dan 30 procent), het hoogst in Metro (53 procent) en Spits (61 procent).
- Bij de artikelen in de categorie 'bericht ANP overschrijven' vermelden de dagbladen als geheel in iets meer dan de helft van de gevallen het ANP als bron. De verschillen tussen de dagbladen zijn groot: Metro vermeldt het ANP het vaakst als bron (87 procent), Trouw vermeldt het ANP nooit als bron.

Het zijn cijfers die – met alle voorbehoud vanwege de grote verschillen in opzet en uitvoering van de onderzoeken – gunstig afsteken bij de cijfers die Davies en Buijs presenteren. Toch geven de uitkomsten van ons onderzoek te denken. Niet omdat met berichten van het ANP (of van andere persbureaus) op zich iets mis is. Ook bij persbureaus werken journalisten en zij worden geacht te voldoen aan dezelfde kwaliteitscriteria als die bij redacties van dagbladen gelden. Hoofdredacteur Marcel van Lingen van GPD verwijt Buijs er a priori van uit te gaan dat "bij persbureaus ongecontroleerd PR-achtige stukjes worden rondgepompt. De twee grootste persbureaus, ANP en GPD, zijn voor een belangrijk deel verantwoordelijk voor de binnenlandse berichtgeving in de media. Zij hebben gezamenlijk meer dan 150 redacteuren in dienst die niets anders doen dan kwalitatief hoogwaardige nieuwsproducties leveren. En dat doen ze door ruw aangeleverd materiaal te checken, zoals ook kwaliteitsredacties van andere

media doen”.²⁵ Of in werkelijkheid altijd aan die kwaliteitscriteria wordt voldaan, is een vraag die in dit onderzoek niet aan de orde is.

De cijfers laten zien dat de afgelopen jaren een groeiend aantal artikelen gebaseerd is op berichten afkomstig van het ANP. Echter, over de relatie tussen deze trend en de kwaliteit van het nieuws valt op basis van deze cijfers niets te zeggen. Een ander duidelijke uitkomst is het verschil tussen aan de ene kant de gratis dagbladen Spits en Metro en aan de andere kant de ‘kwaliteitskranten’ waar het gaat om het gebruik van ANP berichten. Het is echter de vraag hoe erg dit is. Zoals hierboven uiteengezet is het ANP een volwaardige redactie en is het redactie-beleid van de gratis dagbladen duidelijk anders dan dat van de ‘kwaliteitskranten’. Zij gaan ervan uit dat hun informatievoorziening, vooral gebaseerd op ANP-berichten, voldoet aan de wensen van hun lezers.

Wat wel te denken geeft is dat dagbladen over de hele linie voor hun nieuws en achtergrond-informatie steeds sterker gaan leunen op berichten van het ANP. Dat impliceert dat een groeiend deel van de berichtgeving in Nederlandse dagbladen uit één bron afkomstig is. Voor nieuws en achtergrondinformatie over binnenlandse politiek geldt dat nog sterker dan voor het niet politieke nieuws. En juist voor politiek nieuws is het van groot belang dat uit meerdere bronnen geput kan worden. Het schrikbeeld is hier dat één bron – welke dan ook – verantwoordelijk is voor alle nieuws en achtergrondinformatie. Vanuit economisch oogpunt zeer efficiënt, vanuit democratisch oogpunt komt het neer op een gelijkgeschakelde pers. Daar is – voor alle duidelijkheid – nog lang geen sprake van, maar de trend van toenemende afhankelijkheid van één bron baart wel degelijk zorgen.

Hoe sterk deze trend precies is, is voor de lezer van de dagbladen slechts deels zichtbaar. Over de hele linie zijn de dagbladen niet altijd zorgvuldig met het vermelden van bronnen. Zelfs de artikelen waarvan we kunnen aannemen dat zij zijn overgeschreven van de ANP berichten, vermelden lang niet altijd het persbureau als bron. Hierdoor is het voor de lezer van de krant niet altijd duidelijk waar het nieuws vandaan komt. Dit komt een transparante nieuwsvoorziening in de dagbladen niet ten goede.

Davies stelt in zijn boek dat ‘churnalism’ steeds meer gemeengoed wordt. Anders gezegd: de nieuwsagenda van media wordt steeds sterker bepaald door wat hij noemt ‘PR-materiaal’. Ook in Nederlands onderzoek komt dit thema aan de orde. Prenger en Van Vree spreken in dit verband van ‘dangerous liaisons’ tussen PR, voorlichting en journalistiek.²⁶ Zich baserend op het (sterk groeiende) aantal communicatieprofessionals bij overheid en bedrijfsleven en op een aantal case studies schetsen ze een tamelijk somber beeld van de journalistiek. De onafhankelijkheid en geloofwaardigheid van de journalistiek staan door de toenemende invloed van voorlichters en PR-functionarissen onder druk, aldus Prenger en Van Vree. Zij pleiten onder meer voor

²⁵ Lingen, M. van (2009), *Wat is er mis met persbureaukopij?*, *De Nieuwe Reporter*, 22 januari

kwantitatief onderzoek "naar de agendasettende invloed van voorlichters: welk percentage van alle onderwerpen die een medium brengt zijn het gevolg van de input van voorlichting en pr? En bij welk deel daarvan voerde het medium een eigen koers in de berichtgeving? Zo nee: waarom niet?"²⁷

In dit onderzoek hebben we ons beperkt tot het traceren van ANP-berichten in de dagbladen. Met de hier gepresenteerde methodiek is de volgende stap in principe eenvoudig te zetten. Die stap is nagaan of en in welke mate artikelen in dagbladen (deels) gebaseerd zijn op persberichten van departementen, politieke partijen, maatschappelijke organisaties en bedrijven. Met andere woorden: onderzoek naar de agendasettende invloed van voorlichters en PR-functionarissen. En daarmee onderzoek naar de vraag of journalistiek steeds meer louter een doorgeefluik van ongecontroleerd PR-materiaal wordt.

Dr. Otto Scholten is als UHD verbonden aan de opleiding Communicatiewetenschap van de UvA. Hij is als directeur van het persinstituut verantwoordelijk voor het project De Nederlandse Nieuwsmonitor. Hij heeft veel publicaties op zijn naam staan over overheidscommunicatie en over de wisselwerking tussen media en publiek.

Dr. Nel Ruigrok was van 2005 tot februari 2008 werkzaam als universitair docent communicatiewetenschap aan de Universiteit van Amsterdam en sinds februari 2008 is zij mede-oprichter van LJS Media Research, een onderzoeksbureau dat zich bezighoudt met media-analyse. LJS Media Research is voor het project Nederlandse Nieuwsmonitor ingehuurd om de dataverzameling en analyses van de onderzoeken te begeleiden.

²⁶ Prenger, M. en F. van Vree (2004), *Schuivende grenzen. De vrijheid van de journalist in een veranderend medialandschap*, Amsterdam: NVJ, p. 34 e.v.

²⁷ Prenger, M. en F. van Vree (2004), p. 75

COMMISSARIAAT VOOR DE MEDIA

Hoge Naarderweg 78 ||||| 1217 AH Hilversum |||||

Postbus 1426 ||||| 1200 BK Hilversum |||||

T 035 773 77 00 ||||| F 035 773 77 99 ||||| [cvdm@cvdm.nl](mailto:cvdn@cvdm.nl) ||||| www.cvdn.nl |||||