
Bronnen in het nieuws

Een onderzoek naar brongebruik in Nederlandse dagbladen 2006-2008

Otto Scholten
Nel Ruigrok

Amsterdam, november 2009



Inhoud

Inleiding.....	3
1. Gebruik van bronnen en de Continu Monitor 2006-2008.....	5
2. Landelijke dagbladen en brongebruik.....	9
2.1 Brongebruik in 2006, 2007 en 2008	9
2.2 Brongebruik uitgesplitst naar de vijf belangrijkste thema's per krant	10
2.2.1 Brongebruik naar thema: aandeel eigen medewerker.....	10
2.2.2 Brongebruik naar thema: aandelen 'ANP', 'ander persbureau' en 'geen bron'	13
2.3 Brongebruik in politiek en overig nieuws.....	14
2.4 Brongebruik in politiek nieuws naar thema	16
3. Sporen van ANP berichten in artikelen met nieuws en achtergrondinformatie: de methode	18
4. ANP en dagbladen.....	23
4.1 Aantal berichten van het ANP en selectiegraad van dagbladen.....	23
4.2 Herkomst van nieuws en achtergrondinformatie: berichten van het ANP getraceerd.....	24
4.3 Vergelijking tussen persberichten van het ANP en artikelen in dagbladen.....	26
4.4 Politiek nieuws (deels) gebaseerd op berichten van het ANP	30
4.5 Vermelde bron bij artikelen in categorie 'bericht ANP overschrijven'	33
5. 'Churnalism': een case studie als voorbeeld.....	35
5.1 Winderigheid en www.hetluchtop.nl : 20 t/m 29 augustus 2009.....	35
5.2 Winderigheid en www.hetluchtop.nl : zondag 30 augustus 2009.....	41
5.3 Winderigheid en www.hetluchtop.nl : 31 augustus t/m 5 september 2009	42
5.3.1 Winderigheid en www.hetluchtop.nl : sporen van ANP bericht van 30 augustus in dagbladen van 31 augustus en 1 september 2009.....	42
5.3.2 Winderigheid en www.hetluchtop.nl : sporen van ANP berichten van 31 augustus in dagbladen van 1 tot en met 5 september 2009	44
5.4 Discussie.....	49
5.4.1 Farmaceutische industrie en journalistiek.....	49
5.4.2 Journalistiek als doorgeefluik van berichten ANP en/of persberichten	50
5.4.3 (Kritiek op) de rol van onderzoeksbureau TNS NIPO.....	52
5.4.4 Verhouding journalisten - woordvoerders.....	52
5.4.5 (Kritiek op) de rol van TROS Radar	54
5.5 Conclusie case studie	56
6. Conclusies en discussie	57
Literatuurlijst.....	60
Bijlagen	61

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” aldus Davies in één van de vele interviews bij een bezoek aan Nederland (Maas en Bos, *Heeft de lezer een journalist nodig?*, 23 januari 2009).

Behalve met eigen onderzoek, onderbouwt Davies zijn vaak felle betoog met een onderzoek naar de herkomst van binnenlands nieuws in vijf Britse kranten (*the Guardian, Independent, Times, Telegraph* en *Daily Mail*), de avond bulletins van BBC en ITV en twee programma’s van Radio 4 (*World at One* en *Today*).² Uit dat 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 media³. Bovendien komt uit dat onderzoek naar voren dat 30% van de artikelen in deze kranten geheel of gedeeltelijk gebaseerd is op PR-materiaal (Lewis, 2008, p. 17). Onder meer op deze bevindingen baseert Davies zijn conclusie dat de journalistiek een verlengstuk is geworden van pers- en PR-bureaus en haar belangrijkste taak - waarheidsvinding - verwaarloost.

Onderzoek bij vier Nederlandse kranten geeft een ‘minder dramatisch’ beeld te zien, zoals blijkt uit het persbericht van de Radboud Universiteit Nijmegen⁴. Dat onderzoek heeft uitsluitend betrekking op het binnenlands nieuws gedurende twee weken in het najaar van 2008 in *Algemeen Dagblad, 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

¹ Nick Davies (2009), *Flat Earth News*, Vintage, Londen

² Justin Lewis e.a. (2008), *The Quality and Independence of British Journalism*, University of Cardiff

³ Lewis rapporteert dat 30% van de berichten geheel gebaseerd is op berichten van persbureaus, 19% grotendeels en dat 13% een mix is van informatie afkomstig van persbureaus of andere media en ‘other information’ (Lewis, e.a., 2008, p. 15).

⁴ Persbericht Radboud Universiteit, 21 januari 2009

voorverpakkingaandeel blijkt gemiddeld hoger dan de lezer uit de berichtgeving kan opmaken, en persbureaunieuws bepaalt in aanzienlijke mate de nieuwsagenda van ook landelijke dagbladen”.⁵

In de Continu Monitor 2006, 2007 en 2008 zijn van alle artikelen uit een steekproef van landelijke dagbladen enkele algemene kenmerken vastgelegd. Op basis van die dataverzameling hebben we het onderzoek naar het vermelden van bronnen in tweeërlei opzicht uitgebreid ten opzichte van het Nijmeegse onderzoek. Wij beperken ons niet tot 'binnenlands nieuws' maar nemen alle nieuws mee en het aantal dagbladen is groter.

Het rapport is als volgt opgebouwd. In hoofdstuk 1 beschrijven we kort het databestand waarop de analyses in de volgende hoofdstukken zijn gebaseerd. In hoofdstuk 2 beantwoorden we de vraag of en zo ja, in welke mate voor de lezer de herkomst van het nieuws duidelijk wordt. We maken onderscheid tussen de bronnen 'eigen medewerker', 'ANP', 'ander persbureau' en 'geen bron vermeld'. In hoofdstuk 3 geven we een toelichting op de methode die we gebruiken om ANP berichten en artikelen in dagbladen met elkaar te vergelijken. In hoofdstuk 4 gaan we in op de vraag of en in welke mate dagbladen berichten van het ANP overnemen. In hoofdstuk 5 doen we verslag van een case studie naar wat Davies 'churnalism' noemt. In hoofdstuk 6 sluiten we af met de belangrijkste conclusies en gaan we in op 'de hamvraag voor de discussie: hoe erg is het eigenlijk?'⁶

⁵ Kees Buijs, *Het persbureau regeert mee*, De Nieuwe Reporter, 21 januari 2009

⁶ Kees Buijs, *Het persbureau regeert mee*, De Nieuwe Reporter, 21 januari 2009

1. Gebruik van bronnen en de Continu Monitor 2006-2008

In de Continu Nieuwsmonitor leggen we een aantal algemene kenmerken van de berichtgeving vast, 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, enzovoort);
- 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).

De Continu Monitor 2006 omvat de landelijke dagbladen *De Telegraaf*, *Algemeen Dagblad*, *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. Vanwege technische problemen ontbreken vooralsnog regionale dagbladen.

Per kwartaal trekken we een steekproef 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 codeerinstructie⁷ door (betaalde) codeurs gedaan. De dataverzameling bevat in totaal bijna 86.000 artikelen (zie tabel 1.1).

Tabel 1.1 Overzicht aantal artikelen in steekproef landelijke dagbladen 2006-2008

dagbladen	aantal artikelen in steekproef			
	2006	2007	2008	totaal
NRC Handelsblad	4331	3957	3992	12280
de Volkskrant	3784	3692	3745	11221
De Telegraaf	4009	3565	3611	11185
AD	4985	4943	5064	14992
Trouw	3314	3299	3272	9885
NRC Next	1763	2395	2386	6526
Spits	2455	2366	2220	7041
Metro	2462	2409	2812	8183
De Pers		2513	1940	4453
Totaal	27203	29553	29204	85780

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

⁷ Voor codeerinstructie zie www.nieuwsmonitor.net

hoofdreactionele commentaren⁸, 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 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'. Qua aantal artikelen zijn deze categorieën goed voor bijna 70% van het totaal aantal artikelen (57129 van de in totaal 85780, zie tabel 1.2).

Tabel 1.2 Overzicht 'nieuwsberichten' en 'achtergrondinformatie' in landelijke dagbladen 2006 - 2008 uitgedrukt in aantal artikelen

dagbladen	aantal artikelen in steekproef	
	totaal	'nieuwsberichten' en 'achtergrondinformatie'
NRC Handelsblad	12280	7849
de Volkskrant	11221	6372
De Telegraaf	11185	8009
AD	14992	10484
Trouw	9885	6324
NRC Next	6526	3737
Spits	7041	5346
Metro	8183	6224
De Pers	4453	2784
Totaal	85780	57129

Alle analyses over de herkomst van nieuws zijn gebaseerd op de ruim 57.000 artikelen met nieuws en achtergrondinformatie. In de rapportage wegen we de artikelen naar lengte, uitgedrukt in het aantal woorden. Een kort bericht telt derhalve minder zwaar dan een lang artikel. Voor het aandeel van de gebruikte bronnen blijkt dat nogal verschil te maken. Gemeten in het aantal artikelen (ongewogen) is over alle kranten gezamenlijk bijna 24% afkomstig van een persbureau. Gemeten in aantal woorden (gewogen) daalt tot minder dan 11% (zie tabel 1.3). 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.

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

Tabel 1.3 Vermelde bronnen 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					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

De cijfers in tabel 1.3 geven een eerste indicatie van de mate waarin dagbladen bij artikelen een voor de lezer herkenbare bron vermelden. Daarmee is de herkomst van nieuws zeker niet afdoende in kaart gebracht. En wel om twee redenen.

In de eerste plaats kunnen artikelen met 'geen bron vermeld' in werkelijkheid wel degelijk (deels) gebaseerd zijn op een bericht van een persbureau. Het dagblad *Trouw* bijvoorbeeld vermeldt bij geen enkel artikel als bron 'ANP' of 'ander 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 valt niet uit te sluiten dat een aantal artikelen met als vermelde bron 'eigen medewerker' deels gebaseerd is op een bericht van het ANP. In hoofdstuk 3 komen we op dit punt terug.

In de tweede plaats geldt dat nieuws beschouwd kan worden als een coproductie van journalisten en bronnen. Eigen medewerkers en persbureaus baseren zich op hun beurt ook op weer op bronnen. Behalve de vraag welke bron **bij** een artikel vermeld wordt is dus ook de vraag welke bron(nen) **in** een artikel genoemd worden van belang. Voor een voorbeeld zie box 1.1.

Het voorbeeld maakt meteen duidelijk dat het in kaart brengen van bronnen **in** een artikel een even simpel als tijdrovend karwei is. In een kort bericht (4 zinnen, 64 woorden) komen al drie bronnen voor. In de Continu Monitor 2006 – 2008 zijn deze gegevens om die reden slechts op zeer bescheiden schaal verzameld. Alleen voor artikelen over binnenlandse politiek is uitgaande van kop en lead vastgelegd of en ja welke actoren als bron worden opgevoerd. In dit onderzoek richten we ons daarom op de bronnen zoals vermeld bij artikelen.

Box 1.1 Vermelde bron bij en bronnen in een artikel

<p>Uit: NRC Handelsblad, 22 oktober 2009 Vijf executies om moord in Iran TEHERAN, 22 okt. In de Evin-gevangenis in de Iraanse hoofdstad Teheran zijn gisteren vier mannen en een vrouw opgehangen die wegens moord waren veroordeeld. Dat heeft de regeringskrant <i>Iran</i> bericht. Vorig jaar zijn in Iran volgens Amnesty International 317 mensen geëxecuteerd; dit jaar volgens mediaberichten al meer dan 150. Sinds de regering vorig jaar een campagne tegen “immoreel gedrag” lanceerde, is het aantal executies scherp gestegen. (AP).</p>	<p>Bronnen</p> <p>Bron bij artikel Persbureau AP</p> <p>Bron(nen) in artikel Regeringskrant <i>Iran</i> Amnesty International Mediaberichten</p>
---	---

Artikelen in dagbladen verschillen sterk in lengte. Bij het analyseren van het brongebruik hebben we daar rekening mee gehouden. We berekenen het aandeel ‘eigen medewerker’ etc. ongewogen (in percentage artikelen) en gewogen naar lengte (in percentage van aantal woorden). Het verschil tussen gewogen en ongewogen is groot (zie tabel 1.4). Uitgedrukt in aantal artikelen staat bij bijna de helft van de artikelen ‘eigen medewerker’ als vermelde bron. Uitgedrukt in aantal woorden stijgt dat naar bijna driekwart. In het vervolg van dit rapport gebruiken we voor het aandeel van de verschillende bronnen steeds de gewogen versie (het aantal woorden).

Over de dagbladen gezamenlijk berekend zijn de verschillen in het vermelden van bronnen door de jaren heen vrijwel te verwaarlozen. Het aandeel van ‘eigen medewerkers’ stijgt licht, zowel gemeten in aantal artikelen als in aantal woorden. Of het hier om een reële stijging van het aandeel ‘eigen medewerker’ gaat is de vraag. Het is niet uit te sluiten dat dagbladen vaker dan in voorgaande jaren ‘eigen medewerker’ boven een artikel zetten, ook al is het artikel grotendeels gebaseerd op een bericht van een persbureau.

Tabel 1.4 Vermelden van bronnen in 2006-2008 in aantal artikelen en aantal woorden

dagbladen*	aandeel bronnen in nieuws en achtergrondinformatie in landelijke dagbladen							
	eigen medewerker		ANP		ander persbureau		geen bron vermeld	
	artikelen	woorden	artikelen	woorden	artikelen	woorden	artikelen	woorden
2006	47.2	73.1	18.7	7.8	6.9	3.6	27.2	15.5
2007	46.9	74.6	16.4	6.8	7.3	3.7	29.4	14.8
2008	49.6	75.4	13.9	5.9	8.4	3.9	28.0	14.8
Totaal	47.9	74.4	16.3	6.8	7.6	3.8	28.2	15.0

* in volgorde van hoogste naar laagste percentage ‘eigen medewerker’ gemeten in aantal woorden

2. Landelijke dagbladen en brongebruik

In dit hoofdstuk gaan we na of binnen en tussen dagbladen op een aantal dimensies verschillen bestaan in het vermelden van bronnen. Achtereenvolgens komen aan de orde de tijdsdimensie (2006, 2007, 2008), de vermelde bronnen bij artikelen over de vijf voor een krant belangrijkste onderwerpen en brongebruik in nieuws en achtergrondinformatie over politiek.

2.1 Brongebruik in 2006, 2007 en 2008

Over het geheel van het nieuws en de achtergrondinformatie in de negen dagbladen berekend, zijn er nauwelijks verschillen in het vermelden van bronnen. Per krant bekeken is het beeld wat gevarieerder (zie tabel 2.1).

Tabel 2.1 Vermelden van bronnen in landelijke dagbladen per krant en jaar

bron	jaar	NRC	VK	TEL	TR	Next	Pers	AD	Metro	Spits
Eigen medewerker	2006	84.5	82.8	81.1	83.0	81.8		55.8	44.9	27.1
	2007	84.9	83.7	82.7	82.3	80.5	68.9	57.9	52.3	36.0
	2008	86.9	85.6	82.6	72.2	74.6	74.6	67.9	51.6	42.8
Periode 2006-2008		85.4	84.0	82.1	79.3	78.8	71.5	60.4	49.6	35.0
ANP	2006	5.2	4.6	0.3	--	6.9		3.7	43.3	43.2
	2007	5.8	3.7	0.4	--	7.8	0.0	4.1	33.6	43.9
	2008	4.5	3.3	0.2	--	7.0	0.7	3.5	24.3	35.9
Periode 2006-2008		5.2	3.9	0.3	--	7.2	0.3	3.7	41.0	33.4
Ander persbureau	2006	5.6	4.4	1.5	--	5.7		2.1	4.7	9.5
	2007	6.2	3.4	0.8	1.5	8.6		6.2	5.8	8.5
	2008	6.3	3.1	1.5	--	7.0	1.9	0.7	19.7	5.2
Periode 2006-2008		6.0	3.6	1.3	--	6.4	4.0	1.4	7.8	11.3
Geen bron	2006	4.8	8.3	17.0	17.0	5.5		38.4	7.1	20.2
	2007	3.1	9.2	16.1	17.7	5.5	25.3	36.6	5.7	11.6
	2008	2.3	7.9	15.6	27.3	11.5	22.9	28.0	4.3	16.0
Periode 2006-2008		3.5	8.5	16.3	20.7	7.6	24.2	34.4	5.6	16.1

Wat het aandeel ‘eigen medewerker’ in nieuws en achtergrondinformatie betreft, zien we bij *NRC Handelsblad*, *de Volkskrant*, *Trouw* en *De Telegraaf* een lichte stijging: het percentage stijgt van gemiddeld 83.1% in 2006 naar 85.3% in 2008. Bij *NRC Next* daalt het licht, bij *Algemeen Dagblad* en de gratis dagbladen *Metro* en *Spits* stijgt het aandeel ‘eigen medewerkers’ van gemiddeld 43 naar bijna 55%.

Bij het aandeel ‘ANP’ zijn de verschillen in de tijd over het algemeen klein. De grootste verschuivingen zien we bij de gratis dagbladen *Metro* en *Spits*. Bij *Metro* wordt ‘nieuws en

achtergrondinformatie' in 2008 aanzienlijk minder vaak dan in 2006 toegeschreven aan het ANP, bij *Spits* is dat veel minder sterk het geval. Ook wat 'ander persbureau' betreft zijn de verschillen over het algemeen (verwaarloosbaar) klein. De uitzonderingen vinden we (opnieuw) bij *Spits* (daling van 10 naar 5%) en *Metro* (stijging van 5 naar 20%).

'Geen bron vermeld' ten slotte daalt tussen 2006 en 2008 in alle dagbladen enigszins (*Trouw*, *De Telegraaf*) tot vrij sterk (*Algemeen Dagblad*).

Samenvattend: *NRC Handelsblad* vermeldt vrijwel altijd een bron (bij minimaal 96% van alle nieuws en achtergrondinformatie). Dat geldt in iets mindere mate ook voor *NRC Next* (94%), *Metro* (93%) en *de Volkskrant* (91%). *De Telegraaf* en *Trouw* volgen met minimaal 83%, *Spits* (minimaal 80%), *De Pers* (minimaal 75%) en *Algemeen Dagblad* (minimaal 62%) sluiten de rij.

2.2 Brongebruik uitgesplitst naar de vijf belangrijkste thema's per krant

Nieuws en achtergrondinformatie in dagbladen gaat over allerlei thema's. Sport en buitenland, onderwijs en criminaliteit, economie en cultuur: dagbladen besteden er meer of minder aandacht aan. We beginnen met een analyse van het aandeel 'eigen medewerker' in het verzorgen van de vijf belangrijkste thema's per krant en sluiten af met een kort overzicht van de aandelen 'persbureaus' en 'geen bron' voor de nieuwsoorten die in één of meer dagbladen doordringen tot de top vijf.

2.2.1 Brongebruik naar thema: aandeel eigen medewerker

De vijf belangrijkste thema's per krant zijn goed voor iets minder tot iets meer dan tweederde van het totale aanbod aan nieuws en achtergrondinformatie. In *Trouw* (61%) vinden we de laagste concentratie op de top vijf, in *De Telegraaf* (72%) de hoogste. 'Buitenlands nieuws' is in *NRC Handelsblad* (24%), *Trouw* (23%) *de Volkskrant* (21%) en *NRC Next* (20%) het belangrijkste nieuws, sport of economie (*NRC Handelsblad*) komt op de tweede plaats. Sportnieuws komt in *Algemeen Dagblad* (33%), *Spits* (25%), *Metro* (22%), *De Telegraaf* (21%) en *De Pers* (19%) op de eerste plaats, gevolgd door buitenlands nieuws of economisch nieuws (*De Telegraaf*).

Tabel 2.2 Aandeel eigen medewerkers in top vijf thema's per krant

thema	aandeel eigen medewerkers in								
	NRC H	VK	De Telegraaf	Trouw	NRC N	De Pers	AD	Metro	Spits
sport	76.6	84.5	82.0	65.0	71.5	71.0	60.1	44.8	32.3
buitenland	76.5	78.1	63.9	75.0	67.5	74.4	53.4	36.7	4.5
media en cultuur	90.0	90.9	88.1	87.4	85.8	75.3	65.5	65.6	64.5
economie	84.2	77.5	75.5	73.4	85.4	65.4	58.0		
human interest			84.2	80.3		57.1	64.3	59.8	50.9
misdad(bestrijding)	84.9	78.1			73.6			45.6	26.1
krant als geheel	85.4	84.0	82.1	79.3	78.8	71.5	60.4	49.6	35.0

De gegevens in tabel 2.2 kunnen we vanuit twee invalshoeken bekijken.

- Vanuit het thema. Vanuit dit perspectief gaat het om verschillen **tussen** kranten.
- Vanuit het dagblad. Vanuit dit perspectief gaat het om verschillen **binnen** kranten.

Vanuit de invalshoek 'thema' staan we kort stil bij twee gegevens. Allereerst komt aan de orde of het aandeel eigen medewerker als boven- dan wel benedengemiddeld kan worden aangemerkt en vervolgens vermelden we de krant respectievelijk het thema met de hoogste en de laagste score voor het aandeel 'eigen medewerker'. Vanuit de invalshoek 'dagblad' beperken we ons tot de hoogste en laagste score 'aandeel eigen medewerker' binnen een krant.

Verschillen in aandeel eigen medewerker tussen kranten

Sportnieuws

De uitersten worden gevormd *De Telegraaf* (aandeel eigen medewerkers 82%) en *Spits* (aandeel eigen medewerkers 32%).

In vijf van de negen dagbladen wordt sportnieuws minder vaak door een eigen medewerker verzorgd dan in de krant als geheel. Het minst sterk is dat het geval in *Spits* (sportnieuws 32%, alle nieuws 35%), het sterkst in *Trouw* (sportnieuws 65%, alle nieuws 79%). In de overige kranten zijn de verschillen in het aandeel 'eigen medewerker' tussen sportnieuws en het totaal aan nieuws en achtergrondinformatie in de krant te verwaarlozen.

Buitenlands nieuws

De uitersten worden hier gevormd door *de Volkskrant* (aandeel eigen medewerker 78%) en *Spits* (aandeel eigen medewerkers 5%).

Alleen in *De Pers* wordt buitenlands nieuws iets vaker door eigen medewerkers verzorgd dan het nieuws als geheel (74 versus 72%). Voor alle andere kranten geldt het omgekeerde. Het minst sterk doet het zich voor bij *Trouw* (buitenlands nieuws 75%, nieuws als geheel 79%), het sterkst in *Spits* (buitenlands nieuws 5%, nieuws als geheel 35%).

Nieuws over media en cultuur

De uitersten worden hier opnieuw gevormd door *de Volkskrant* (aandeel eigen medewerkers 91%) en *Spits* (aandeel eigen medewerkers 65%).

Voor alle kranten geldt dat nieuws over media en cultuur vaker door eigen medewerkers wordt verzorgd dan het nieuws als geheel. Vooral in de gratis dagbladen *Metro* (66 versus 50%) en *Spits* (65 versus 35%) is het verschil opvallend groot. In de overige dagbladen varieert het verschil van bijna 4 (*De Pers*) tot 8% (*Trouw*).

Economisch nieuws

De uitersten worden hier gevormd door *NRC Next* (aandeel eigen medewerkers 86%) en *Algemeen Dagblad* (aandeel eigen medewerkers 58%).

‘Economisch nieuws’ valt in *Metro* en *Spits* buiten de top vijf. In de overige dagbladen wijkt het aandeel ‘eigen medewerker’ bij economisch nieuws nauwelijks af van het aandeel in alle nieuws en achtergrondinformatie. In *NRC Next* wordt het economisch nieuws iets vaker dan het nieuws als geheel verzorgd door een eigen medewerker, binnen de overige kranten waarin het economisch nieuws in de top vijf staat, iets minder vaak.

Human interest nieuws

De uitersten worden gevormd door *De Telegraaf* (aandeel eigen medewerkers 84%) en *Spits* (aandeel eigen medewerkers 51%).

‘Human interest’ valt in *NRC Handelsblad*, *de Volkskrant* en *NRC Next* buiten de top vijf. In *Metro* en *Spits* wordt dit nieuws aanzienlijk vaker door eigen medewerkers verzorgd dan het nieuws als geheel, in *Trouw*, *De Telegraaf* en *Algemeen Dagblad* zijn de verschillen te verwaarlozen.

Nieuws over misdaad(bestrijding)

De uitersten worden gevormd door *NRC Handelsblad* (aandeel eigen medewerker 85%) en *Spits* (aandeel eigen medewerker 26%).

Nieuws over misdaad(bestrijding) valt in *De Telegraaf*, *Trouw*, *De Pers* en *Algemeen Dagblad* buiten de top vijf. Voor de overige kranten geldt dat de verschillen in het aandeel eigen medewerker voor nieuws over misdaad(bestrijding) en het nieuws als geheel, te verwaarlozen zijn.

Verschillen in aandeel eigen medewerker binnen kranten

Voor de verschillen **binnen** kranten geven we per krant het hoogste en het laagste percentage ‘eigen medewerker’ binnen de vijf belangrijkste thema’s (zie tabel 2.3). Cultureel nieuws blijkt bij uitstek het domein van eigen medewerkers: in alle negen dagbladen is het de nieuwssoort met het hoogste aandeel ‘eigen medewerker’ binnen de top vijf. Een mogelijke verklaring voor het gegeven dat nieuws over media en cultuur in zo hoge mate door eigen medewerkers wordt verzorgd is te vinden in de aard van dit nieuws. Het is binnenlands nieuws dat vaak een agendakarakter heeft en mede als uitvloeisel daarvan relatief goedkoop te produceren is. Dat een (groot) deel van het culturele nieuws

bestaat uit recensies van boeken, uitvoeringen en voorstellingen - die bijna per definitie door eigen medewerkers (onder naam) geschreven worden - kan geen verklaring zijn. Recensies hebben we immers buiten beschouwing gelaten.

Tabel 2.3 Hoogste en laagste aandeel eigen medewerker binnen top vijf per krant

dagblad	hoogste aandeel eigen medewerker		laagste aandeel eigen medewerker	
	nieuwsoort	aandeel	nieuwsoort	aandeel
NRC Handelsblad	media en cultuur	90.0	buitenland	76.5
de Volkskrant	media en cultuur	90.9	economie	77.5
De Telegraaf	media en cultuur	88.1	buitenland	63.9
Trouw	media en cultuur	87.4	sport	65.0
NRC Next	media en cultuur	85.8	buitenland	67.5
De Pers	media en cultuur	75.3	human interest	57.1
AD	media en cultuur	65.5	buitenland	53.4
Metro	media en cultuur	65.6	buitenland	36.7
Spits	media en cultuur	64.5	buitenland	4.5

De tegenhanger van cultureel nieuws is buitenlands nieuws. In zes van de negen kranten is het de nieuwsoort met het laagste aandeel ‘eigen medewerker’ binnen de top vijf. Dat is in lijn met de steeds vaker opduikende berichten dat media bezuinigen op buitenlandse correspondenten en medewerkers. Alleen in *de Volkskrant*, *Trouw* en *De Pers* scoort een andere nieuwsoort dan buitenlands nieuws het laagste aandeel ‘eigen medewerker’.

2.2.2 Brongebruik naar thema: aandelen ‘ANP’, ‘ander persbureau’ en ‘geen bron’

De aandelen ‘ANP’, ‘ander persbureau’ en ‘geen bron vermeld’ voor de thema’s die in één of meerdere dagbladen in de top vijf staan, zijn kort samengevat in tabel 2.4. We beperken ons daarbij tot het percentage voor ‘ANP’, ‘ander persbureau’ en ‘geen bron vermeld’, berekend over het aanbod aan nieuws en achtergrondinformatie in de negen onderzochte dagbladen als geheel.

‘ANP’ plus ‘ander persbureau’ zijn samen goed voor bijna 20% van het buitenlands nieuws in de negen onderzochte dagbladen. Het andere uiterste vinden we bij ‘media en cultuur’: hier komt gemiddeld iets meer dan 4% voor rekening van persbureaus. Een verhoudingsgewijs groot deel van alle nieuws en achtergrondinformatie over misdaad(bestrijding) komt op het conto van het ANP. Bij ‘geen bron’ is er aanzienlijk minder verschil in percentage voor de onderscheiden nieuwsoorten dan bij ‘ANP’ en ‘ander persbureau’. ‘Geen bron’ wordt het meest frequent vermeld bij artikelen met sportnieuws: ruim 20% van de artikelen over sport moet het zonder bronvermelding doen. Voor ‘media en cultuur’ ligt dat percentage het laagst, net iets boven de 12%.

Tabel 2.4 Aandelen ‘ANP’, ‘ander persbureau’ en ‘geen bron’ in top vijf thema’s per krant

thema*	aandeel in nieuwsaanbod	aandeel ANP	aandeel ander persbureau	aandeel ‘geen bron vermeld’
sport	21.1	10.0	1.9	20.7
buitenland	16.2	6.0	13.3	13.5
economie	10.7	8.0	2.3	16.7
media en cultuur	9.7	2.9	1.5	12.2
human interest	9.2	4.0	2.3	18.3
misdad(bestrijding)	7.1	12.1	2.1	15.0
Totaal	74.0			

* gerangschikt van hoogste naar laagste percentage in totaal aanbod aan nieuws en achtergrondinformatie

2.3 Brongebruik in politiek en overig nieuws

De hoeveelheid politiek nieuws verschilt nogal per krant. Het percentage politiek nieuws gemeten in aantal woorden, varieert van bijna 7 tot ruim 16% (zie tabel 2.5)⁹. Vanwege twee redenen is het relevant om politiek nieuws in onderzoek naar de herkomst van nieuws en achtergrondinformatie apart in kaart te brengen. In de eerste plaats geldt dat voor politiek nieuws nog sterker dan voor bijvoorbeeld sportnieuws de herkomst van het bericht voor de lezer traceerbaar dient te zijn. Natuurlijk is het voor lezers (en zeker voor verstokte Feyenoord fans onder hen) van belang om te weten of een zeer kritisch artikel over hun club geschreven is door een erkende volger van Feyenoord dan wel door een aanhanger van Ajax. Maar het publieke belang om de herkomst van nieuws te kennen, legt een nog groter gewicht in de schaal indien ‘Feyenoord’ vervangen wordt door ‘Wouter Bos’, ‘volger van Feyenoord’ door ‘Bos-watcher’ en ‘aanhanger van Ajax’ door ‘donateur van de PVV’. Kort gezegd: om nieuws en zeker achtergrondinformatie over binnenlandse politiek op waarde te kunnen schatten, moet duidelijk zijn wie het artikel geschreven heeft.

Het tweede argument kan samengevat worden in de term ‘pluriformiteit’. Politiek is strijd over de meest wenselijke inrichting van de samenleving. Die strijd is er mee gediend als het publiek via de media kennis kan nemen van een zo breed mogelijk scala aan opvattingen. Eén bron, welke dan ook, met een monopolie op de selectie van nieuws en achtergrondinformatie over binnenlandse politiek, is een zeer ongewenste situatie.

⁹ Otto Scholten en Nel Ruigrok, 2007

Tabel 2.5 Brongebruik in politiek en overig nieuws

dagbladen*	aandeel bronnen in nieuws en achtergrondinformatie in landelijke dagbladen								
	%	eigen medewerker		persbureau ANP		ander persbureau		geen bron vermeld	
		politiek	politiek	overig	politiek	overig	politiek	overig	politiek
	politiek	nieuws	nieuws	nieuws	nieuws	nieuws	nieuws	nieuws	nieuws
NRC H	13.3	95.3	83.5	2.7	5.5	0.1	6.9	2.3	3.6
De Telegraaf	8.2	92.2	81.0	0.1	0.3	0.1	1.4	7.9	17
de Volkskrant	12.5	88.4	83.2	4.0	3.8	0.3	4.1	7.7	8.6
Trouw	15.7	83.0	78.3					17.0	21.6
NRC Next	12.4	82.9	78.2	7.8	7.2	3.1	6.8	6.4	7.7
De Pers	9.2	74.1	71.0		0.3	3.3	4.1	23.0	24.3
AD	7.6	53.8	60.7	6.0	3.6	0.2	1.5	40.3	33.9
Spits	9.5	40.7	50.3	49.4	32.1	6.7	11.7	3.3	5.8
Metro	7.3	32.2	35.2	62.6	38.7	0.7	8.5	4.6	17.3
Totaal	10.2	73.6	80.4	6.8	7.4	4.1	0.7	15.5	11.5

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

In zes van de negen onderzochte dagbladen is het politieke nieuws vaker dan het overige nieuws afkomstig van eigen medewerkers. Van deze zes kranten heeft *NRC Handelsblad* het hoogste percentage politiek nieuws verzorgd door eigen medewerkers (95%), *De Pers* het laagste (77%). Het politieke nieuws in deze zes kranten is voor een klein deel afkomstig van het persbureau ANP (gemiddeld 2.4%) en voor een nog kleiner van een ander persbureau (gemiddeld 1.2%). Duidelijk vaker wordt bij het politieke nieuws geen bron vermeld (gemiddeld 10.7%).

In *Algemeen Dagblad*, *Metro* en *Spits* zien we een ander patroon. Het politieke nieuws is in deze dagbladen aanzienlijk minder vaak afkomstig van eigen medewerkers. Bovendien geldt dat het overige nieuws in deze dagbladen vaker dan het politieke nieuws verzorgd wordt door eigen medewerkers. In *Algemeen Dagblad* wordt bij het politieke nieuws verhoudingsgewijs vaak geen bron vermeld. Voor de gratis dagbladen *Metro* en *Spits* geldt dat het grootste deel van het politieke nieuws afkomstig is van één persbureau, te weten het ANP. Op zich is daar niets mis mee. Artikelen met nieuws en achtergrondinformatie over binnenlandse politiek afkomstig van een persbureau worden net zo goed door journalisten geschreven als vergelijkbare artikelen met als vermelde bron 'eigen medewerker'. De kwaliteit van artikelen met nieuws en achtergrondinformatie afkomstig van een persbureau is niet per definitie hoger of lager dan van artikelen geschreven door een eigen medewerker. Echter, wanneer in een toenemend aantal kranten een steeds groter deel van de artikelen met nieuws en achtergrondinformatie over binnenlandse politiek afkomstig is van hetzelfde persbureau, worden informatieverstraling en een gebrek aan pluriformiteit werkelijkheid. En dat wordt in een open democratie als onwenselijk ervaren en dus als een probleem gezien.

2.4 Brongebruik in politiek nieuws naar thema

Politiek nieuws kan over (vrijwel) elk thema gaan, van onderwijs tot economie en van sport tot criminaliteit. In de Continu Monitor onderscheiden we binnen het politieke nieuws 18 hoofdthema's. Zodra in de kop of lead van een artikel een politieke actor voorkomt, wordt een artikel 'dubbel' gecodeerd: het artikel gaat over bijvoorbeeld 'criminaliteit' of 'sport' en tegelijkertijd over 'politiek'.¹⁰

Dagbladen - zo weten we uit eerder onderzoek - verschillen nogal in de omvang van hun berichtgeving over politieke thema's. De één legt het accent op 'onderwijs', een ander op 'criminaliteit' of 'verkeer en vervoer'. Dagbladen verschillen ook qua herkomst van het politieke nieuws (zie vorige paragraaf). De volgende vraag is of binnen en tussen dagbladen ook verschillen te constateren zijn in brongebruik in het politieke nieuws naar thema. Die vraag beantwoorden we in deze paragraaf. Dat wil zeggen: voor de per krant vijf belangrijkste thema's in het politieke nieuws hebben we uitgezocht welk deel afkomstig is van eigen medewerkers (zie tabel 2.6).

Tabel 2.6 Aandeel eigen medewerkers in de vijf belangrijkste thema's in het politieke nieuws, uitgesplitst naar dagblad

thema politiek nieuws	aandeel eigen medewerkers in								
	NRC H	Tele- graaf	VK	Trouw	NRC N	De Pers	AD	Metro	Spits
landelijke politiek*	93.8	91.7	90.4	84.0	87.2	82.5	50.2	31.9	33.9
nv & Vrom	97.7	97.3	74.3	83.2	75.6	81.3	62.5	44.9	37.9
economie	97.1	92.5	86.0	86.7	86.1	92.0	51.9	26.1	
welzijn en sociale zekerheid	95.5	90.8	92.0	75.7			49.5		28.1
criminaliteit, justitie	92.9	95.7	80.0		69.9				34.0
onderwijs				93.7				73.9	
(christelijke) ethiek						57.1		69.1	
verkeer en vervoer							73.9		
Europa					92.5				
defensie						91.2			
vreemdelingenzaken									31.2
politiek nieuws als geheel	95.3	92.2	88.4	83.4	82.9	74.1	53.8	40.7	32.2

* bedoeld wordt: functioneren landelijke politiek

Versillen in brongebruik tussen kranten op hetzelfde thema blijken - uitgaande van de vijf belangrijkste thema's in het nieuws over binnenlandse politiek per krant - maar in beperkte mate vast

¹⁰ Voor een verdere uitwerking verwijzen we naar de codeerinstructie, www.nieuwsmonitor.net

te stellen. Twee thema's staan in alle kranten in de top vijf, één thema hoort in acht van de negen kranten tot de vijf belangrijkste onderwerpen, één in zes van de negen en één in vijf van de negen dagbladen.

'Functioneren landelijke politiek' en 'LNV & VROM' staan in alle dagbladen bij de vijf belangrijkste onderwerpen in het nieuws over binnenlandse politiek. Nieuws over 'functioneren landelijke politiek' wordt in *De Pers* en *NRC Next* bovengemiddeld vaak door een eigen medewerker verzorgd, in *Metro* juist benedengemiddeld vaak. *Metro* is ook de krant waarin nieuws over dit thema het minst door eigen medewerkers wordt verzorgd (32%). Aan het andere uiterste vinden we *NRC Handelsblad*: in deze krant wordt nieuws en achtergrondinformatie over 'functioneren landelijke politiek' bijna exclusief aan eigen medewerkers toevertrouwd.

Nieuws over 'LNV & VROM' wordt in *Algemeen Dagblad*, *De Telegraaf* en *Spits* wat vaker dan gemiddeld door eigen medewerkers verzorgd, in *NRC Next* en vooral *de Volkskrant* duidelijk minder vaak dan gemiddeld. De uitersten zijn hier *Spits* (38%) en *NRC Handelsblad* (98%).

Kijken we naar verschillen **binnen** kranten, dan zien we dat bij *NRC Handelsblad*, *De Telegraaf* en *Spits* het verschil tussen het hoogste en het laagste percentage nieuws verzorgd door een eigen medewerker (verwaarloosbaar) klein is¹¹. In *de Volkskrant* (Welzijn en Sociale Zekerheid 92%, LNV & VROM 74%), *Trouw* (OC&W 94%, Welzijn en Sociale Zekerheid 76%), *NRC Next* (Europa 93%, Justitie 70%) en *Algemeen Dagblad* (Verkeer en Vervoer 74%, Welzijn en Sociale Zekerheid 50%) is het verschil tussen het hoogste en het laagste percentage politiek nieuws over subthema's te kwalificeren als 'redelijk groot'. In *De Pers* (Economie 92%, Ethiek 57%) en *Metro* (OC&W 74%, functioneren landelijke politiek 32%) is het verschil tussen hoogste en laagste percentage te kwalificeren als groot. Kortom: het politieke nieuws over de belangrijkste thema's wordt in de dagbladen in uiteenlopende mate verzorgd door eigen medewerkers. Dagbladen leggen op dit punt zowel wat de omvang van de aandacht (de top vijf per krant) als wat het aandeel verzorgd door eigen medewerkers betreft, duidelijk eigen accenten.

¹¹ We gaan uit van de volgende indeling:

verschil < 15%	(verwaarloosbaar) klein
verschil > 15 en < 30%	redelijk groot
verschil > 30 en < 50%	groot
verschil < 50 en < 75%	zeer groot
verschil < 75%	extreem groot

3. Sporen van ANP berichten 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 overeenkomen¹².
4. De overlap wordt op twee manieren berekend¹³.
 - 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 20% 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% 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% overlap met een artikel;
- een ANP bericht vertoont tussen de 3% en 5% overlap met een artikel en het artikel vertoont meer dan 10% overlap met het ANP bericht;

¹² De methode is vergelijkbaar met die welke gebruikt wordt voor computerprogramma's om plagiaat te achterhalen.

¹³ 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.

- een ANP bericht vertoont tussen de 1 en 3% overlap met een artikel en het artikel vertoont meer dan 13% overlap met het ANP bericht.

Ter toelichting geven we een voorbeeld van een artikel dat 5.1% overlap vertoont met een ANP-bericht (zie box 3.1). Daarmee voldoet het net aan het eerstgenoemde criterium. Voor meer voorbeelden zie www.nieuwsmonitor.net/bronnen/methode

Box 3.1 Criteria voor het opsporen van artikelen mogelijk gebaseerd op bericht van het ANP

<p>Drie steden maken kans op Historische Museum (ANP, 25 april 2007)</p> <p>Cultuurminister Ronald Plasterk heeft Arnhem Den Haag en Amsterdam gevraagd snel een voorstel te doen voor de huisvesting van het Nationaal Historisch Museum. 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>Drie gemeenten maken kans op Nationaal Museum (Trouw, 26 april 2007)</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> <p>Overlap artikel – bericht ANP: 5.1%</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? Na intensieve bestudering van de artikelen komen we tot de volgende categorieën:

1. Bericht van het ANP en artikel in de 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% of meer;
 - overlap artikel – bericht ANP is 60% of meer.
2. Bericht van het 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 volgende criteria:
 - overlap bericht ANP - artikel is 60% of meer;
 - overlap artikel - bericht ANP is minder dan 60%;

- het aantal woorden van het artikel is minimaal 1.25 maal het aantal woorden van bericht ANP.
3. Bericht van het 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% en minder dan 60%;
 - het aantal woorden van bericht ANP is minimaal 1.25 maal het aantal woorden van het artikel.
 4. Bericht van het 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% en minder dan 60%;
 - het aantal woorden van het artikel is minimaal 1.25 maar 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% en minder dan 60%;
 - 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 bespreken we twee voorbeelden van artikelen vallend in categorie 3 respectievelijk 4 (zie box 3.2 en 3.3).

Box 3.2 Voorbeeld van een artikel vallend in categorie 3

<p>NIJMEGEN Schoolgaande jongeren voelen zich onveilig door geweldsincidenten van 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 22 procent van de ondervraagden aangeeft van plan te zijn in de toekomst een wapen te gaan dragen ANP</p> <p>Totaal aantal woorden: 85</p>	<p>Schoolgaande jongeren voelen zich onveilig 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. 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 22 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>Totaal aantal woorden: 143</p>
---	--

Overlap ANP Bericht – artikel in *Spits*: 52 van de 143 woorden, 36,4 % (meer dan 5%, minder dan 60%). 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 box 3.2 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: en 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 bericht van het ANP en het artikel in *Spits* geen 52 maar 85 woorden. Daarmee komt de overlap uit op $(85/143) = 59.4\%$. 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. 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 echter 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.

Box 3.3 Voorbeeld van een artikel vallend in categorie 4

<p>Garmin trekt bod Tele Atlas in (anp, 16 november 2007)</p> <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>Totaal aantal woorden: 69</p>	<p>Garmin geeft gevecht met TomTom om Tele Atlas op (Trouw, 17 november 2007)</p> <p>De overname van Tele Atlas door producent van navigatieapparatuur 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 Het bestuur van Tele Atlas steunt het bod van TomTom (...)</p> <p>Totaal aantal woorden: 319</p>
---	--

Overlap bericht ANP - artikel in *Trouw*: 30 van de 69 woorden (43%)

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

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.

4.1 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 4.1 geven we een schatting van het aantal berichten dat het ANP in 2006, 2007 en 2008 per dag verspreid heeft en van de selectiegraad in de verschillende dagbladen.

Tabel 4.1 Aantal door ANP verspreide berichten in 2006 - 2008 en selectiegraad per krant

	gemiddeld aantal door ANP verspreide berichten per dag ¹⁴		
	2006	2007	2008
dagbladen*	361	325	468
	selectiegraad ANP-berichten ¹⁵		
NRC Next	20.4	22.3	15.9
De Pers		27.9	13.3
Trouw	26.3	28.3	19.8
de Volkskrant	28.2	27.0	20.5
Spits	28.2	29.1	19.4
Metro	29.7	33.7	25.3
NRC Handelsblad	32.6	34.7	25.3
De Telegraaf	35.2	33.8	24.3
AD	43.9	45.6	34.8
Totaal	31.2	31.6	22.4

Leesvoorbeeld: in 2006 verspreidde het ANP per dag gemiddeld 361 berichten, in de afzonderlijke dagbladen is 20 tot 44% 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 aantal berichten in database ANP. Dubbeltellingen (in de loop van de dag verbeterde en aangevulde berichten) zijn er uitgehaald.

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

4.2 Herkomst van nieuws en achtergrondinformatie: berichten van het ANP getraceerd

Uitgaande van de criteria genoemd in hoofdstuk 3 komen we tot ruim 17.000 artikelen die (deels) gebaseerd zijn op een bericht van het ANP (zie tabel 4.2).

Tabel 4.2 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		totaal	
	N	% ANP	N	% ANP	N	% ANP	N	% ANP
NRC H	2714	17.9	2572	19.6	2563	22.3	7849	19.8
De Pers			1692	17.9	1092	22.3	2784	19.9
AD	3647	20.1	3347	26.1	3490	24.4	10484	23.4
de Volkskrant	2285	20.8	2037	25.7	2050	26.1	6372	24.2
De Telegraaf	2965	22.8	2544	26.9	2500	27.8	8009	25.7
Trouw	2182	24.7	2130	29.1	2012	28.4	6324	27.4
NRC Next	997	23.4	1399	30.4	1341	31.6	3737	28.8
Metro	2039	46.1	2066	36.5	2119	36.0	6224	39.5
Spits	2024	44.7	1727	47.7	1595	45.6	5346	46.0
Totaal	18853	23.9	19514	26.8	18762	27.6	57129	26.1
Totaal aantal artikelen (deels) gebaseerd op bericht ANP		5654		5935		5578		17167

De trend is onloochenbaar: dagbladen leunen voor nieuws en achtergrondinformatie in toenemende mate op persberichten 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%), het minst sterk in *Spits* (+ 0.9%).

De cijfers in tabel 4.2 wijken sterk af van wat de Britse onderzoeksjournalist Davies rapporteert. Verwijzend naar een rapport van onderzoekers uit Cardiff concludeert hij dat 30% van de artikelen over binnenlands nieuws in vijf Engelse kranten

“were direct rewrites of copy from PA or smaller wire agencies. A further 19% of the stories were largely reproduced from the same agencies. A further 21% contained elements of them. That is a total of 70% of their news stories which are wholly or partly rewritten from wire copy, usually PA” (Davies, 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). 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 3.3). 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 4.3 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)	verschil 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		27.4	27.4
Totaal	6.8	26.1	19.3

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

4.3 Vergelijking tussen persberichten van het ANP en artikelen in dagbladen

In hoofdstuk 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 4.4). Van de ruim 2500 à 3000 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*. Berichten van het ANP bewerken en inkorten komt relatief vaak voor in *Metro*, berichten van het ANP bewerken en informatie toevoegen komt in *Spits* en *Metro* dagbladen verhoudingsgewijs weinig voor. *Spits* (17%) en *Metro* (23%) blijven hier duidelijk achter bij de overige dagbladen. In die kranten varieert het percentage voor ‘bewerken en informatie toevoegen’ van 57% in *Trouw* tot 83% in *NRC Handelsblad*.

Tabel 4.4 Berichten ANP getraceerd: overschrijven, bewerken, inkorten en uitbreiden

	N	bericht ANP	bericht ANP	bericht ANP	bericht ANP	bericht ANP	in % van N
		overschrijven	overschrijven en uitbreiden	bewerken en inkorten	bewerken en uitbreiden	bewerken, lengte gelijk	
Dagbladen*		in % gewogen	in % gewogen	in % gewogen	in % gewogen	in % gewogen	
NRC H	1408	2.6	5.6	2.9	82.6	6.3	100.0
De Pers	588	2.9	4.1	6.8	76.8	9.3	100.0
De Telegraaf	2140	4.9	9.4	5.8	70.3	9.9	100.0
NRC Next	900	6.6	9.8	8.5	67.0	8.3	100.0
de Volkskrant	1844	8.1	8.2	4.3	70.5	8.8	100.0
AD	2288	8.4	14.2	5.0	64.3	8.1	100.0
Trouw	2309	12.5	18.6	4.1	56.1	8.8	100.0
Metro	2636	25.2	19.5	18.7	21.0	15.7	100.0
Spits	3054	27.7	43.7	6.3	16.9	5.2	100.0
Totaal	17167	10.6	14.9	6.0	59.9	8.6	100.0

* in volgorde van laagste naar hoogste percentage artikelen ‘bericht ANP verschrijven’

Begin 2009 constateerden Nijmeegse onderzoekers dat in door hen onderzochte 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’ (Buijs e.a., 2009a, p. 7). Deels gaat het 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 (Buijs, 2009a, p. 6). 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. Elke poging om tot een zinvolle vergelijking te komen is kortom bij voorbaat kansloos.

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 persbureaus. (...) 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” (Commissariaat voor de Media, 2008, pp.10-11).

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 Pers*.¹⁶ Daarmee is echter nog niet gezegd dat een toenemend aandeel van het nieuwsaanbod in die kranten bestaat uit ‘louter onbewerkt doorgegeven berichten van persbureaus’. 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. 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 4.5).

¹⁶ 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 en Ruigrok, 2007, p. 2). Voor *De Pers* geldt dat het gemiddeld aantal woorden tussen deze twee extremen in zit (228).

Tabel 4.5 Berichten ANP getraceerd: ‘overschrijven’ en ‘bewerken en uitbreiden’ uitgesplitst naar dagblad en jaar

dagblad	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	1138	1014	902	34.0	27.0	20.7	11.8	21.1	18.1
Metro	1046	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 H	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	5654	5935	5578	16.4	8.7	6.8	50.3	63.2	66.1

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 viervijfde van alle artikelen in de categorie ‘bericht van ANP overschrijven’. Met andere woorden: van de 1823 artikelen in de categorie ‘bericht ANP overschrijven’¹⁷ 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).

¹⁷ Berekening: $(.168 \times 5654) + (.087 \times 5935) + (.068 \times 5578) = 1823$. Procenten en absolute aantallen ontleend aan tabel 4.5, laatste rij.

Tabel 4.6 Bericht ANP overschrijven naar dagblad en thema: de vijf belangrijkste thema's per krant

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 H	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		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 '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 18). Van de in totaal 10.282 artikelen vallend in de categorie 'bericht ANP bewerken en uitbreiden' gaat ruim 36% over het thema 'sport' (N= 3.732)¹⁸. Aan het andere uiteinde vinden we hier het thema 'onderwijs'. Gewogen naar lengte gaat minder dan 1% van deze artikelen over dit thema (N= 1).

¹⁸ Berekening: $(.503 \times 5654) + (.632 \times 5578) + (.661 \times 5578) = 10.282$. Procenten en absolute aantallen ontleend aan tabel 4.5, laatste rij.

Tabel 4.7 Bericht ANP bewerken en uitbreiden naar dagblad en thema: de vijf belangrijkste thema's per krant

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 H	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		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		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' 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 17 en 18 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'

4.4 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.¹⁹ 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% 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% (deels) gebaseerd op een bericht van het ANP, in *Metro* en *Spits* is dat iets minder respectievelijk ruim meer dan de helft. In de tijd gezien is berekend over alle dagbladen duidelijk sprake van een toename (zie tabel 4.8).

¹⁹ Een artikel gaat over binnenlandse politiek zodra in kop of lead een politieke actor genoemd wordt. Zie codeerinstructie op www.nieuwsmonitor.net

Tabel 4.8 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		totaal	
	N	in % gewogen	N	in % gewogen	N	in % gewogen	N	in % gewogen
De Pers			41	28.4	33	29.4	74	28.8
Trouw	137	24.7	97	31.6	137	32.6	371	29.4
NRC H	107	30.6	64	30.2	108	30.5	279	30.5
de Volkskrant	102	26.9	84	31.4	129	34.5	315	31.2
AD	87	30.2	71	32.5	89	34.9	247	32.6
De Telegraaf	81	28.6	55	37.2	79	35.0	215	33.0
NRC Next	36	26.2	57	42.6	60	45.1	153	39.7
Metro	135	62.2	81	40.5	69	48.6	285	52.9
Spits	112	63.6	94	65.9	135	55.9	341	61.2
Totaal	797	30.8	644	34.5	839	35.7	2.280	

* 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% 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%), in *NRC Next* fors (van 26.2 naar 45.1%). *De Telegraaf* (van 28.6 naar 35.0%), *de Volkskrant* (van 26.9 naar 34.5%) en *Trouw* (van 24.7 naar 32.6%) 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 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? (Brief minister Plasterk, 2009, p. 16).

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 leunt op berichten van een persbureau, dan is verschraving van de informatievoorziening niet langer een theoretisch risico maar wordt het barre werkelijkheid. De trend in tabel 4.8 is al met al verontrustend.

‘(Deels) gebaseerd op’ kan - zoals we eerder zagen - variëren 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. ‘Persbericht overschrijven’ komt ook hier verreweg het vaakst voor in *Metro* en *Spits*, het minst vaak in *NRC Handelsblad* en *De Pers*. Bij ‘bewerken en uitbreiden’ zien we het bijna perfecte spiegelbeeld: in *Spits* en *Metro* komt dat het minst vaak voor, in *De Pers* en *NRC Handelsblad* duidelijk het vaakst (tabel 4.9).

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 ‘overschrijven bericht ANP’ 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 voor dan in nieuws en achtergrondinformatie als geheel. Het sterkst is dat waar te nemen bij *Trouw* (8.7 versus 12.5%), het minst sterk bij *NRC Handelsblad* (2.2 versus 2.6%). 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%). De absolute aantallen zijn te klein om dat per krant verder uit te splitsen naar thema.

Tabel 4.9 Berichten ANP getraceerd: ‘overschrijven’ en ‘bewerken en uitbreiden’ in artikelen met nieuws en achtergrondinformatie over binnenlandse politiek versus alle artikelen met nieuws achtergrondinformatie

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 H	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

‘Persbericht 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 zijn er drie dagbladen die er (enigszins) uitspringen. In *NRC Next*, *AD* en *Metro* komt ‘persbericht bewerken en uitbreiden’ in nieuws en achtergrondinformatie over binnenlandse politiek minder vaak voor dan in nieuws en achtergrondinformatie als geheel.

4.5 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 vermelden bij artikelen die (deels) gebaseerd zijn op een bericht van het ANP. Dat geldt uiteraard vooral voor artikelen in de categorie ‘bericht ANP overschrijven’. Bij dergelijke artikelen ‘ANP’ als bron vermelden ligt weliswaar voor de hand, maar gebeurt in de praktijk (lang) niet altijd (zie tabel 4.10).

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 de artikelen de juiste bron. *NRC Next* en *de Volkskrant* vermelden bij ruim de helft van de 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 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’ vermeldt.

Tabel 4.10 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	100.0
Spits	869	73.9	191	16.2	110	9.4	6	0.5	1176	100.0
NRC H	51	59.3	1	1.2	14	16.3	20	23.3	86	100.0
NRC Next	72	55.0	9	6.9	13	9.9	37	28.2	131	100.0
de Volkskrant	26	54.6	75	22.9	48	14.6	26	7.9	328	100.0
AD	61	21.9	196	70.3	17	6.1	5	1.8	279	100.0
De Telegraaf	26	10.8	158	65.8	4	1.7	52	21.7	240	100.0
De Pers	3	7.1	33	78.6			6	14.3	42	100.0
Trouw	--	--	514	95.2			26	4.8	540	100.0
Totaal	2103	55.5	1219	32.2	255	6.7	209	5.5	3786	100.0

Kortom: waar we er gezien de gehanteerde criteria gevoelig 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 flikken 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.

5. ‘Churnalism’: een case studie als voorbeeld

“This is churnalism” schrijft Davies na een opsomming van wat een beginnend journalist gedurende een week aan werk verzet heeft. Davies liet de journalist een week lang een dagboek bijhouden waarin deze noteerde hoeveel verhalen hij schreef (N = 48), hoeveel mensen hij in dat verband sprak (N = 26), hoeveel mensen hij persoonlijk ontmoette (4 van de 26) en hoeveel uren hij voor zijn werk buiten het redactielokaal doorbracht (3 van de 45 uur).

“This is journalists failing to perform the simple basic functions of their profession; quite unable to tell their readers the truth about what is happening on their patch. This is journalists who are no longer out gathering news but who are reduced instead to passive processors of whatever material comes their way, churning out stories, whether real event or PR artifice, important or trivial, true or false” (Davies, 2009, p. 59).

Hoewel Davies nergens ook maar een begin van een omschrijving geeft, wordt zo wel ongeveer duidelijk wat hij bedoelt met ‘churnalism’: journalistiek als louter doorgeefluik van berichten van persbureaus of van persberichten van departementen, politieke partijen, maatschappelijke organisaties, bedrijven of andere belanghebbenden.

Wat journalistiek als doorgeefluik van berichten van persbureaus betreft, hebben we in hoofdstuk 4 vast kunnen stellen dat de situatie in Nederland (lang) niet zo ernstig is als volgens Davies in Engeland het geval is. Maar hoe staat het met het fungeren als doorgeefluik van persberichten van allerlei belanghebbende organisaties en instellingen? De vraag stellen is makkelijker dan haar beantwoorden. Ervan uitgaande dat het mogelijk is te beschikken over de (complete) verzameling persberichten die dagelijks verspreid wordt, is het met behulp van het ontwikkelde instrument voor het opsporen van de mate van overeenkomst tussen verschillende teksten, in principe mogelijk na te gaan welk deel van de artikelen met nieuws en achtergrondinformatie in Nederlandse dagbladen (deels) gebaseerd is op persberichten van belanghebbende organisaties en instellingen. Op die manier kan in kaart gebracht worden of ‘louter doorgeefluik van persberichten’ een wijd verspreide praktijk is dan wel iets wat incidenteel voorkomt. Dat onderzoek moet nog verricht worden. Voorafgaand daaraan hebben we een case studie uitgevoerd om te illustreren hoe het mechanisme werkt en te verkennen op welke vragen een uitgebreider onderzoek antwoord kan geven.

5.1 Winderigheid en www.hetluchtop.nl: 20 t/m 29 augustus 2009

Als case hebben we gekozen voor de publiciteit rond de uitzending van TROS Radar van 31 augustus 2009. Het is een recente ‘affaire’ die door de aanpak van de redactie van TROS Radar een aantal mechanismen in het tot stand komen van ‘nieuws’ blootgelegd heeft. We volgen het verloop van de gebeurtenissen met als rode draad de vraag welke rol persberichten van belanghebbenden en berichten van het ANP spelen in de berichtgeving in Nederlandse dagbladen rond deze uitzending.

De startdatum is 20 augustus 2009. Op die dag verspreidt het ANP onder *Mededeling voor de redacties – agenda* naast vele andere aankondigingen voor het eerst de aankondiging zoals opgenomen in box 5.1. De aankondiging wordt tot en met 24 augustus dagelijks herhaald.

Box 5.1 Aankondiging bekendmaking onderzoeksresultaten winderigheid

De redactie Binnenland van het ANP brengt de volgende onderwerpen onder de aandacht voor de periode 20/08/2009 tot en met 26/08/2009 Het ANP beoordeelt de onderwerpen met de toevoeging T (voor tekst), B (voor Beeld), I (voor Infografiek) en V (voor Video) op nieuwswaarde. In de meeste gevallen zal dit tot berichtgeving leiden.

Donderdag 20 Augustus 2009

VOLKSGEZONDHEID WELZIJN & SPORT

10:00 Utrecht / Utrecht

Bekendmaking onderzoeksresultaten **winderigheid**

betreft een TNS-Nipo-enquete; tevens

lancering voorlichtingswebsite over

winderigheid

Aanm/info: mw De Jong 06-47362459,

info@companyconsultancy.nl

La Place Vergadercentrum

De voor maandag 24 augustus geplande perspresentatie gaat bij gebrek aan aanmeldingen niet door. Wel wordt die dag een persbericht verspreid dat na enig zoeken terug te vinden bleek op internet²⁰. Vrijdag 28 augustus is op de site medicalfacts.nl een bericht geplaatst waarin gezegd wordt ‘afgelopen zondag ontvingen we al een vaag persbericht’ (zie box 5.2).

Wie vervolgens op ‘vaag persbericht’ klikt krijgt het document ‘Nederlanders en flatulentie’ te lezen (zie bijlage 1).²¹ We kunnen dus aannemen dat dit het oorspronkelijke persbericht is waarop de verdere berichtgeving over dit onderwerp (deels) gebaseerd is²². Uit de begeleidende tekst op de site

²⁰ Zie www.medicalfacts.nl.

²¹ Het persbericht is maandag 24 augustus op de site gezet. Op die dag berichten ook een aantal sites - onder andere van landelijke dagbladen - over het onderzoek van TNS NIPO. De meeste sites vermelden als bron ‘ANP’, de site van *Trouw* heeft als bron ‘NOVUM’.

²² Het oorspronkelijke persbericht is maandag 24 augustus om 13.44 uur op de website medicalfacts.nl geplaatst (zie bijlage 1). Dat lijkt onverenigbaar met het gegeven dat het ANP maandag 24 augustus om 10.42 AM het eerste bericht over hetzelfde onderzoek naar buiten brengt (bijlage 2). Uit de mededeling ‘afgelopen zondag ontvingen we al een vaag persbericht’ op de site medicalfacts.nl van 28 augustus valt echter op te maken dat het persbericht al zondag 23 augustus verspreid is. En dat tijdstip is eenvoudig te verenigen met het tijdstip waarop het ANP het eerste bericht brengt over het onderzoek van TNS NIPO naar en de website over winderigheid.

medicalfacts.nl blijkt dat de redacteur van deze site het persbericht niet vertrouwt. De redacteur gaat op onderzoek uit en ontdekt dat companyconsultancy.nl de eigenaar is van de in het persbericht genoemde website hetluchtop.nl. In combinatie met andere informatie waarover de redacteur reeds beschikt, versterkt dat de argwaan alleen maar:

“Zou er een partij zijn die zelf een pr-bureau heeft ‘gemaakt’, in verband met een uitzending maandag 31 augustus om 20.30 uur op Nederland 1? Deze keer met een uitzending om de pers er in te luizen over de rug van de farmaceutische industrie? Het zal toch niet. Zouden ze bij Tros Radar dan echt een fake-website opzetten, patiënten veinzen en een niet bestaand medicijn promoten?”²³

Box 5.2 Medicalfacts: vaag persbericht ontvangen²⁴

<p>Submitted by Redactie Medicalfacts/Janine Budding on August 28, 2009 – 17:46</p> <p><i>Hoe een frisse wind, achteraf een scheet blijkt te zijn</i></p> 	<p>Afgelopen zondag ontvingen we al een VAAG persbericht en vandaag namen we eens de tijd het nader te bekijken. De website die bij het bericht wordt aangegeven hebben we vandaag eens bezocht. Op deze website staat een absolute onzintest. En ook de fake-patiënten-ervaringen zijn eigenlijk te gênant voor woorden. Zelfs verkopers van Cialis en Viagra maken het nog niet zo bont. (...) Het medicijn dat op de website wordt gepromoot op een manier die echt de grenzen overschrijdt, lijkt niet te bestaan.</p>
--	--

Maandag 24 augustus verspreidt het ANP drie keer een bericht over de uitkomsten van het TNS NIPO onderzoek. Het eerste korte bericht verschijnt om 10.42 AM (zie bijlage 2). Het laatste (verbeterde) bericht verschijnt om 1.09 PM (zie bijlage 3). De verbetering in het laatste bericht betreft uitsluitend het vermelden van het juiste adres van de website www.hetluchtop.nl.

²³ Zie www.medicalfacts.nl, 28 augustus 2009, 17.46 uur

²⁴ Terzijde: de eigenaar van de site www.medicalfacts.nl, Janine Budding, afficheert zich als onafhankelijk. Na zich voorgesteld te hebben verklaart zij op de site: “De berichten van mij op deze weblog vormen geen afspiegeling van strategie, beleid of richting van mijn werkgever noch zijn het werkzaamheden van of voor een opdrachtgever of werkgever”.

Leggen we het oorspronkelijke persbericht (zie bijlage 1) en het ANP bericht van 24 augustus, 1.09 PM (zie bijlage 3) naast elkaar, dan is duidelijk dat het ANP bericht (deels) gebaseerd is op het persbericht. Het is enerzijds ingekort, anderzijds is informatie toegevoegd. In het ANP bericht worden twee woordvoerders geciteerd (van de website www.hetluchtop.nl en van de Maag Lever Darm Stichting) die in het persbericht niet als zodanig voorkomen.

In de daaropvolgende dagen verschijnen in tien dagbladen elf artikelen waarin aandacht wordt besteed aan de uitkomsten van het onderzoek²⁵. Zes dagbladen beperken zich tot het geheel of grotendeels overnemen van het korte of lange bericht van het ANP (zie box 5.3). Drie vermelden als bron ‘ANP’, twee vermelden geen bron en in één krant komt het (korte) artikel op het conto van een eigen medewerker. Terzijde: de indeling in sectie varieert nogal: ‘binnenland’ (2 keer), ‘mensen’, ‘algemeen’, ‘media en mensen’ en tot slot ‘entertainment’. Voor dagbladen is het kennelijk lastig uit te maken uit welke hoek de wind waait.

Box 5.3 Bericht ANP van 24 augustus in landelijke en regionale dagbladen

dagblad	datum	lengte*	kop artikel	korte karakteristiek artikel
Spits	25-08-09	59	Meer dan twintig scheten per dag	Korte bericht overgenomen en ingekort, entertainment, geen bron ²⁶
Limburgs Dagblad	25-08-09	278	Nederlanders winden wat af	Lange bericht overgenomen, mensen, geen bron
Leeuwarder Courant	25-08-09	265	Winderigheid bij velen verborgen probleem	Lange bericht overgenomen, algemeen, bron ANP
Dagblad van het Noorden	25-08-09	325	Onderzoek: scheet leidt tot veel leed	Lange bericht overgenomen, binnenland, bron ANP
AD	25-08-09	320	Kwart Nederlanders laat vaak winden	Lange bericht overgenomen, binnenland, bron ANP
de Volkskrant	28-08-09	94		Korte bericht overgenomen, media en mensen, eigen medewerker

* uitgedrukt in aantal woorden

²⁵ Uitgaande van de zoektermen ‘winderigheid’, ‘flatulentie’ en ‘TNS NIPO’ en van de periode 25-08-2009 tot en met 29-08-2009 is in Lexis Nexis in alle Nederlandstalige bronnen gezocht. Sommige dagbladen hebben 24 augustus in hun internetversie wel aandacht besteed aan het bericht over het onderzoek naar en de website over winderigheid, in de papieren versie een dag later echter niet. Dit geldt in ieder geval voor de dagbladen *Trouw*, *de Stentor*, *Brabants Dagblad* en *Metro*.

²⁶ Hier vermelden we achtereenvolgens: in welke categorie van ‘(deels) gebaseerd op bericht ANP’ het artikel valt, in welke sectie de krant het artikel plaatst en welke bron bij het artikel vermeld wordt.

Vier dagbladen besteden wel aandacht aan het ‘nieuwsfeit’, maar nemen het bericht van het ANP niet zonder meer over. *Metro* heeft in de rubriek ‘Een minuutje’ een ‘vijf vragen’ interview met Ellen de Jong, woordvoerder namens het organiserende pr-bureau. Laatste vraag en antwoord van het interview luiden:

“Laat u zelf al uw winden gaan?”

Ik ben aan het werk en heb collega’s in de buurt. Dan hou ik ze uiteraard in. Maar als ik straks alleen in mijn auto zit, laat ik ze lekker gaan. Veel gezonder.” (*Metro*, 25 augustus 2009, p. 4).

Het meest uitgebreide artikel (520 woorden) verschijnt deze week in *Nederlands Dagblad*. Deze krant bewerkt het bericht van het ANP en voegt informatie toe. De krant heeft de website www.hetluchtop.nl geraadpleegd. “Als ik in de klas zit moet ik scheetjes laten en dat kan ik niet altijd ophouden” zo citeert de krant Nina, één van de vier mensen die in korte filmpjes vertellen over hun ervaringen met winderigheid. Waarop de krant onmiddellijk laat volgen: “Nu heeft ze er een pilletje voor en is het over”²⁷. De krant is er kennelijk niet helemaal gerust op of het onderzoek wel serieus genomen kan worden: “Wie precies achter de site zit, wordt niet duidelijk. Gistermiddag werd de telefoon er niet meer opgenomen” (*Nederlands Dagblad*, 25 augustus 2009, p. 4).

In de daaropvolgende dagen wijden Jaap Kiers (*Dagblad van het Noorden*) en Marcel Hulspas (*De Pers*) beiden een column aan het bericht. De eerste steekt de draak met (de uitkomsten van) het onderzoek, de tweede neemt TNS NIPO op de korrel.

“Nadat ik al lang beriberi, doofheid, suikerziekte, hartfalen, Mexicaanse griep, builenpest, artrose, geheugenverlies en platjes had moeten hebben, ben ik sinds gisteren dus ook nadrukkelijk in de markt voor winderigheid. Daar word je niet vrolijk van. En toch heb ik geen last van scheten laten. Ja, ik laat er wel eens eentje, maar ik heb er geen last van. Niet in het minst. Anderen, die scheten laten, dáár heb ik last van.” (*Dagblad van het Noorden*, 26 augustus 2009, p. 2).

Marcel Hulspas veronderstelt in *De Pers* dat bij gebrek aan werk als gevolg van de kredietcrisis TNS NIPO zelf het onderzoek bedacht heeft:

“TNS NIPO heeft deze week op dit terrein het absolute dieptepunt weten te vinden. (...) Dinsdag mocht Nederland kennismaken van een diepgaand onderzoek naar de nationale winderigheid. 70 procent van de Nederlanders schaamt zich wanneer ze een wind hebben gelaten. (...) Maar er over praten met de dokter? Driekwart van de Nederlanders heeft nog nooit met zijn huisarts over zijn scheetklachten gepraat. U begrijpt, de wind is een taboe van jewelste. En dat bracht de enquêteurs op het volgende idee. Ze hadden tijd zat, dus

²⁷ In het filmpje op de site zegt Nina letterlijk: “Als ik in de klas zit moet ik scheetjes laten en dat kan ik niet altijd ophouden. Nu heb ik er een pilletje voor en nu is het over.”

timmerden ze een mini-website in elkaar met een lekker lollige naam (<http://hetluchtop.nl>), met daarop alles wat de angstige windmaker mag verwachten: deskundige informatie, een geruststellend woord, een enquête en uiteraard ervaringen van lotgenoten. Weer een dag lekker bezig geweest. Nu nog een onderzoek naar ranzige kantoorhumor.” (*De Pers*, 27 augustus 2009, p. 13)²⁸.

De vierde krant ten slotte ruikt onraad. In de rubriek *Klein Verslag* doet Wim Boevink dinsdag 25 augustus verslag van zijn wederwaardigheden. Hij deelt mee dat de dame van het organiserende pre-bureau hem telefonisch laat weten dat de perspresentatie bij gebrek aan aanmeldingen is afgelast en schrijft vervolgens:

“Ik moet bekennen dat ik daarover opgelucht was (de eerste woordspeling is onbedoeld al gevallen) want ik had er tegenop gezien zo’n bijeenkomst met een of twee verdwaalde collega’s van enige zin te voorzien door ernstige vragen te stellen aan een voedingsdeskundige en een winderige jonge vrouw, want daarin voorzag het programma.

(...) Ik vroeg haar²⁹ naar de aanleiding voor het onderzoek, want misschien had ik deze zomer iets gemist en was winderigheid wel hard op weg om volksziekte nummer een te worden. (...) De aanleiding, zei ze, was de komst van een nieuw medicijn. Haar bureau werkte in opdracht van een farmaceutisch bedrijf, maar welk dat was kon ze niet zeggen, want het bedrijf was beursgenoteerd en het wilde met de introductie van het medicijn wachten tot aanstaande maandag na sluiting van de beurs in Tokio. (...)

Onderzoek, site, media: de markt moest klaargestoomd worden en dus stroomden die middag de berichten over het land: ‘Kwart heeft last van winderigheid’ (*Novum*), ‘Nederlanders winden wat af’ (*De Pers*, *Omroep Brabant*) en ‘Nederlanders goed in winden’ (*NOS Jeugdjournaal*). Ter informatie werd nog vermeld dat twintig windjes per dag natuurlijk is en normaal, maar daarboven komt u in aanmerking voor hulp.

Ik zit nu thuis achter gesloten deuren mijn windjes te tellen en me voor te bereiden op een enorme scheet: voor maandag, als de beurs in Tokio sluit.” (*Trouw*, dinsdag 25 augustus 2009, p. 2).

Na een week de voorlopige balans opmakend, kunnen we voor landelijke en regionale dagbladen de volgende conclusies trekken.

²⁸ De veronderstelling dat TNS NIPO bij gebrek aan werk het onderzoek zelf heeft bedacht, bleek naderhand onjuist. TROS Radar bleek de (nep)opdrachtgever te zijn. Zie persbericht TNS NIPO, 1 september 2009, bijlage 1).

²⁹ Hier wordt de dame van het pre-bureau bedoeld.

Landelijke dagbladen

- Van de elf landelijke dagbladen³⁰ nemen drie het korte of lange bericht van het ANP over (*Spits*, *AD* en *de Volkskrant*).
- Drie andere dagbladen (*Metro*, *De Pers*, *Nederlands Dagblad*) besteden wel aandacht aan het bericht maar laten het niet bij zonder meer overnemen. *Nederlands Dagblad* voegt informatie toe en toont zich licht kritisch over de betrouwbaarheid van de bron. *Metro* publiceert een kort (en niet kritisch) interview met de dame van het organiserende pr-bureau. In *De Pers* verschijnt een (zeer kritische) column waarin TNS NIPO verantwoordelijk wordt gehouden voor het onderzoek en voor de website.
- Eén landelijk dagblad, te weten *Trouw*, is zeer kritisch over de betrouwbaarheid van de bron.
- De overige vier landelijke dagbladen (*NRC Handelsblad*, *NRC Next*, *De Telegraaf* en *Reformatorisch Dagblad*) besteden geen aandacht aan het ‘nieuwsfeit’.

Regionale dagbladen

- Van de achttien regionale dagbladen nemen drie (*Limburgs Dagblad*, *Leeuwarder Courant*, *Dagblad van het Noorden*) het lange bericht van het ANP over;
- Eén regionaal dagblad (*Dagblad van het Noorden*) wijdt een column aan het ‘nieuwsfeit’;
- De overige zestien regionale dagbladen negeren het bericht van het ANP.

5.2 Winderigheid en www.hetluchtop.nl: zondag 30 augustus 2009

Zondag 30 augustus komt het ANP opnieuw met een bericht over het onderzoek naar en de website over winderigheid (zie box 5.7). Onderzoek en website blijken deel uit te maken van een door TROS Radar opgezette (nep)campagne. De redactie heeft de campagne verzonnen om aan te tonen dat media zich door medicijnfabrikanten laten gebruiken om (onbedoeld) symptoomreclame voor geneesmiddelen te maken. Dat gebeurt onder meer door het zonder meer overnemen van persberichten. ‘Symptoomreclame’ is het antwoord van de farmaceutische industrie op het in Nederland geldende verbod op direct op consumenten gerichte reclame voor geneesmiddelen. Door consumenten via media te attenderen op kwalen en tegelijkertijd hun geneesmiddel te promoten onder huisartsen, omzeilen farmaceuten dit verbod. De uitzending van maandag 31 augustus 2009 van TROS Radar zal geheel gewijd zijn aan het blootleggen van dit mechanisme.

³⁰ Aantal landelijke en regionale titels ontleend aan Bakker en Scholten, 2009, pp. 19-21

Box 5.4 Bericht ANP over onderzoek naar en website over winderigheid, zondag 30 augustus 2009



Algemeen Nederlands Persbureau ANP

August 30, 2009 Sunday 7:54 PM

'Medicijnfabrikanten manipuleren media'

HILVERSUM (ANP) - Medicijnfabrikanten spannen de media voor hun karretje om zoveel mogelijk pillen te verkopen. Journalisten prikken te weinig door hun campagnes heen en werken zo (onbedoeld) aan de praktijken mee. Dat stelt de redactie van het televisieprogramma TROS Radar in de uitzending van maandag.

Farmaceuten mogen geen reclame maken voor geneesmiddelen die alleen op doktersrecept verkrijgbaar zijn. Ze lanceren daarom regelmatig campagnes die gericht zijn op de medische kwaal zelf, bijvoorbeeld erectieproblemen, schimmelnagels en maagzuur. In de campagnes zit vaak een boodschap verstopt om naar de huisarts te gaan die dan vervolgens medicijnen kan voorschrijven om de klachten tegen te gaan.

De redactie heeft zelf een campagne verzonnen over **winderigheid** om aan te tonen hoe gemakkelijk de media persberichten overnemen. In de campagne zat een onderzoek dat daadwerkelijk is uitgevoerd door onderzoeksbureau TNS NIPO. Het concludeerde dat één op de vier Nederlanders last had van **winderigheid**. Veel media, waaronder het ANP, namen de conclusies over.

Aantal woorden: 177

5.3 Winderigheid en www.hetluchtop.nl: 31 augustus t/m 5 september 2009

De onthulling dat het om een nep campagne gaat brengt meer pennen in beweging dan de bekendmaking van de uitkomsten van het TNS NIPO onderzoek en de lancering van de website op maandag 24 augustus. In 30 artikelen gepubliceerd in 17 dagbladen wordt aandacht besteed aan de actie van TROS Radar. Tien artikelen verschijnen nog voor de uitzending van TROS Radar van 31 augustus 2009, de overige in de dagen na de uitzending.

5.3.1 Winderigheid en www.hetluchtop.nl: sporen van ANP bericht van 30 augustus in dagbladen van 31 augustus en 1 september 2009

Nog voor de uitzending van TROS Radar maandagavond 31 augustus zijn in tien dagbladen sporen van het ANP bericht van 30 augustus terug te vinden. Verder verschijnt in één dagblad (*De Pers*) een dag na de uitzending een artikel dat sporen van het ANP bericht van 30 augustus bevat (zie box 5.5).

Box 5.5 Bericht ANP van 30 augustus 2009 in landelijke en regionale dagbladen³¹

dagblad	datum	lengte*	kop artikel	korte karakteristiek artikel
Financieel Dagblad	31-08	111	'Medicijnfabrikanten manipuleren media'	Bericht bewerkt en ingekort, economie & politiek, ANP
Spits	31-08	117	'Medicijnfabrikanten manipuleren media'	Bericht bewerkt en ingekort, binnenland, ANP
De Gelderlander	31-08	178	'Farmacie manipuleert de media'	Bericht overgenomen van ANP, binnenland, geen bron
Dagblad De Limburger	31-08	179	Medicijnfabrikant manipuleert	Bericht overgenomen van ANP, media, geen bron
Brabants Dagblad	31-08	178	'Farmacie manipuleert de media'	Bericht overgenomen van ANP, binnenland, geen bron
Het Parool	31-08	222	Medicijn voorkomt beroerte ³²	Bericht overgenomen, ingekort en uitgebreid, binnenland, ANP
De Telegraaf	31-08	282	Ziektes aangepraat via tv-programma's	Bericht bewerkt en uitgebreid, binnenland, eigen medewerker
NRC Handelsblad	31-08	366	TROS Radar voert nepcampagne voor 'symptoomziekte'	Bericht bewerkt en uitgebreid, economie, geen bron
Reformatorisch Dagblad	31-08	428	Fabrikant medicijnen manipuleert medicijnen	Bericht bewerkt en uitgebreid, ie binnenland, eigen medewerker
Trouw	31-08	778	'Radar' zet nepziekte in de markt	Bericht bewerkt en uitgebreid, binnenland, eigen medewerker
De Pers	01-09	158	Reclameverbod omzeild	Bericht ANP bewerkt, economie, geen bron

* uitgedrukt in aantal woorden

De drie kranten die het bericht van het ANP (vrijwel) letterlijk hebben overgenomen - *De Gelderlander*, *Dagblad De Limburger* en *Brabants Dagblad* - vermelden bij het artikel geen bron. De drie dagbladen die het ANP bericht hebben bewerkt en ingekort en/of uitgebreid - *FD*, *Spits* en *Het Parool* - vermelden alle drie als bron 'ANP'. Van de vier dagbladen die het ANP bericht hebben bewerkt en uitgebreid vermeldt *NRC Handelsblad* bij het artikel geen bron. De vermelde bron in de andere drie dagbladen - *De Telegraaf*, *Reformatorisch Dagblad* en *Trouw* - valt in de categorie 'eigen medewerker'. *Trouw* heeft verreweg het langste artikel, geschreven door onderzoeksjournalist Joop Bouma, auteur van een boek over de marketing praktijken van medicijnfabrikanten.³³ Op dit artikel komen we terug in paragraaf 5.3.2.

³¹ Uitgaande van de zoektermen 'winderigheid', 'TNS NIPO', 'flatulentie' en 'TROS Radar' en van de periode 31-08-2009 tot en met 05-09-2009 is in Lexis Nexis gezocht in alle Nederlandse bronnen.

³² De kop boven het artikel in *Het Parool* wekt wellicht enige verbazing. Afgaande op de kop heeft dit artikel geen betrekking op het ANP bericht van 30 augustus. Deels is dat inderdaad het geval, deels niet. De eerste helft van het artikel gaat namelijk over een nieuw medicijn dat de kans op een beroerte vermindert, de tweede helft is ontleend aan het ANP bericht van 30 augustus 2009.

³³ Joop Bouma, (2006).

5.3.2 Winderigheid en www.hetluchtop.nl: sporen van ANP berichten van 31 augustus in dagbladen van 1 tot en met 5 september 2009

Dinsdag 1 september 2009 - de dag na de uitzending van TROS Radar - reageert TNS NIPO. In een persbericht schrijft het bureau onder meer:

“Gisteren hebben we gemerkt, dat wij een onderzoek hebben uitgevoerd voor een nepopdrachtgever. We zeggen er direct bij dat we een serieus opinieonderzoek hebben uitgevoerd. (...) Wij achten het niet onze taak uit te maken wiens agenda fatsoenlijk is en wiens agenda abject. Zolang we ons werk volgens de regels van het marktonderzoek kunnen uitvoeren, zullen we het niet laten. Hoewel we ons realiseren dat het onderzoek in kwestie niet het meest maatschappelijk relevante onderzoek is, staan we in voor de vakkundigheid van de uitvoering en voor de juistheid van de resultaten. We hebben daarom geen spijt van het onderzoek.” (Persbericht TNS NIPO, 1 september 2009, bijlage 4).

Voor zover we hebben kunnen nagaan heeft dit persbericht bij geen enkele krant de nieuwsdrempel kunnen nemen. Kennelijk reageert TNS NIPO met dit bericht op een uitspraak van eindredacteur en presentator van TROS Radar, Antoinette Hertsenberg. In *Trouw* van 31 augustus wordt zij als volgt geciteerd:

“TNS NIPO wordt veelvuldig ingezet bij symptoomcampagnes van de farmaceutische industrie. ‘De manier van onderzoek zal wel kloppen, maar zij weten dat ze door een farmaceutisch bedrijf voor hun karretje worden gespannen’, aldus eindredacteur Antoinette Hertsenberg van Radar. ‘Zij beseffen heel goed wat er uit zo’n steekproef moet komen. De uitkomst van een onderzoek wordt zo gemodelleerd dat het resultaat de opdrachtgever tevreden stelt.’” (*Trouw*, 31 augustus 2009).

Het verhaal gaat overigens gewoon door. Elf dagbladen gaan in op de uitzending van TROS Radar. In vijf dagbladen worden reacties van de Consumentenbond en van Nefarma (Vereniging voor Innovatieve Geneesmiddelen Nederland) vermeld. Die reacties zijn ontleend aan (opnieuw) een bericht van het ANP (zie bijlage 5).

In drie van de vijf kranten - *Brabants Dagblad*, *De Gelderlander* en *Tubantia* - valt het artikel in de categorie ‘bericht ANP overschrijven en inkorten’. Geen van deze kranten vermeldt het ANP als bron (zie box 5.6). ‘Bewerken en inkorten’ is de best passende typering voor het artikel in *Leeuwarder Courant*. Deze krant vermeldt het ANP als bron bij het artikel. Het artikel in *NRC Next* bevat heel summier sporen van de ANP berichten van 30 en 31 augustus. ‘Bewerken, inkorten en uitbreiden’ is de best passende typering. Een bron wordt niet vermeld.

Box 5.6 Artikelen in dagbladen met reacties van Consumentenbond en Nefarma naar aanleiding van uitzending TROS Radar 31 augustus 2009

dagblad	datum	lengte*	kop artikel	korte karakteristiek artikel
Leeuwarder Courant	01-09	374	Actie tegen stiekeme reclame na promotie scheidpillen	Compilatie berichten ANP 30 en 31-08, bewerkt en ingekort, algemeen, ANP
Brabants Dagblad	01-09	311	'Consument behoeden voor medische symptoomreclames'	Bericht ANP 31-08 overschrijven en inkorten, binnenland, geen bron
De Gelderlander	01-09	282	'Consument behoeden voor medische symptoomreclames'	Bericht ANP 31-08 overschrijven en inkorten, focus, geen bron
Tubantia	01-09	286	'Consument behoeden voor medische symptoomreclames'	Bericht ANP 31-08 overschrijven en inkorten, vandaag, geen bron
NRC Next	01-09	290	Radar voerde campagne voor 'symptoomziekte'	Compilatie ANP berichten 30 en 31-08, bewerken, inkorten en uitbreiden, economie, geen bron

* uitgedrukt in aantal woorden

Enkele uren na het bericht in bijlage 5 verspreidt het ANP een tweede bericht met de vermelding 'Samenvatting met nieuwe gegevens' (zie bijlage 6). Het nieuwe gegeven in het bericht is de aankondiging dat de Stichting Code Geneesmiddelenreclame stappen gaat ondernemen tegen partijen die op websites reclameregels voor geneesmiddelen overtreden³⁴. In feite staat deze aankondiging los van de uitzending van TROS Radar.

Met de aankondiging reageert de Stichting Code Geneesmiddelen Reclame namelijk niet op de uitzending van TROS Radar maar op een onderzoek van *Gezonde Sceptis*³⁵. In dat onderzoek zijn 41 websites over een aantal veel voorkomende ziektes geanalyseerd. De conclusie luidt kort samengevat dat 34 van de 41 websites in handen zijn van registratiehouders dan wel door hen gesponsord worden en dat 23 websites in strijd zijn met de richtlijnen van de Code Geneesmiddelen Reclame en/of de Geneesmiddelenwet (Gezonde Sceptis, 2009, p. 7). Omdat zowel in het bericht van het ANP als in de berichtgeving van enkele dagbladen gerefereerd wordt aan de uitzending van TROS Radar, maken het bericht van het ANP en de (deels) daarop gebaseerde artikelen in dagbladen deel uit van de verzameling relevante artikelen.

³⁴ Voor informatie over wet- en regelgeving inzake reclame voor geneesmiddelen zie www.geneesmiddelenreclame.nl

³⁵ Gezonde sceptis is een initiatief van DGV, Nederlands instituut voor verantwoord medicijngebruik en is bedoeld voor artsen, apothekers en andere medisch farmaceutische beroepsbeoefenaren. De doelstelling is het informeren van deze beroepsgroepen over bestaande en nieuwe beïnvloedingsmechanismen van de farmaceutische industrie op het voorschrijfgedrag en het medicijngebruik.

Gezonde sceptis wordt gedragen door de Inspectie voor de Gezondheidszorg, het ministerie van VWS, de Nederlandse Zorgautoriteit en DGV, Nederlands instituut voor verantwoord medicijngebruik. Organisatorisch is Gezonde sceptis bij DGV ondergebracht, de formele aansturing is in handen van de Inspectie voor de gezondheidszorg.

Drie dagbladen leggen in hun berichtgeving het accent op de aankondiging van de Stichting Code Geneesmiddelen reclame. Dat geldt voor *Nederlands Dagblad*, *Reformatorisch Dagblad* en *Spits*. In alle drie dagbladen opent het relevante artikel met de aankondiging dat de stichting gaat optreden. De reacties van de Consumentenbond en van Nefarma op de uitzending van TROS Radar komen daarna aan de orde (zie box 5.7).

Box 5.7 Artikelen in dagbladen met aankondiging van Stichting Code Geneesmiddelen-reclame en reacties van Consumentenbond en Nefarma naar aanleiding van uitzending TROS Radar 31 augustus 2009

dagblad	datum	lengte*	kop artikel	korte karakteristiek artikel
Spits	01-09	322	Codecommissie pakt medicijnreclame aan	Bericht ANP overschrijven. binnenland, ANP
Nederlands Dagblad	01-09	341	Stiekeme reclame aangepakt; pillenfabrikanten omzeilen verbod	Bericht ANP overschrijven, sectie niet vermeld, ANP
Reformatorisch Dagblad	01-09	429	Commissie in actie tegen reclame medicijnen	Bericht ANP overschrijven, binnenland, eigen redactie

Behalve de in box 5.6 en 5.7 genoemde dagbladen komt ook in *NRC Handelsblad*, *Trouw*, *NRC Next*, *Dagblad van het Noorden*, *De Pers* en *Reformatorisch Dagblad* de uitzending van TROS Radar aan de orde. De artikelen in deze dagbladen bevatten echter geen enkel spoor van de ANP berichten van 31 augustus 2009. Het gaat om een ingezonden brief, twee tv-recensies en drie nabeshouwingen.

De ingezonden brief staat in *De Pers* in de rubriek ‘Persbericht van de Dag’, is kort en krachtig en luidt:

“Graag wil ik jullie complimenteren met de kritische houding t.a.v. het persbericht omtrent winderigheid. Jullie hebben de inhoud niet klakkeloos overgenomen. Dit zou normaal moeten zijn maar blijkt tegenwoordig eerder uitzondering. Marleen Beijers”.

Het naschrift van de redactie luidt:

“Behalve in deze rubriek nemen we eigenlijk nooit persberichten over. Laat staan klakkeloos”.³⁶

De twee tv-recensies verschijnen in *NRC Handelsblad* en *NRC Next*. Schrijvend over TV Lab - een experiment van de publieke omroep op Nederland 3 - verzucht Aaf Brandt Corstius:

³⁶ Blijkens de uitkomsten van ons onderzoek is de bewering in het naschrift iets te boud. In een steekproef met 48 exemplaren van *De Pers* troffen we 42 artikelen die vallen in de categorie ‘bericht ANP overschrijven’. Dat is aanzienlijk minder dan in de andere onderzochte dagbladen.

“En toen was ik moe en opgelucht dat ik gewoon even naar Knevel en Van den Brink kon kijken die met Antoinette Hertsenberg over winderigheid praatten” (*NRC Next*, 2 september 2009, p. 2).

Waarmee eerder iets gezegd is over de experimentele programma's op Nederland 3 dan over de uitzending van TROS Radar. Hans Beerekamp laat zich in zijn tv-recensie in *NRC Handelsblad* wel rechtstreeks uit over de uitzending van TROS Radar. Verwijzend naar het schrappen van het programma *De Leugen regeert* betoogt Beerekamp dat er ‘meer dan genoeg reden is om de werkwijze van de media tegen het licht te blijven houden’. Als eerste voorbeeld noemt hij de uitzending van TROS Radar:

“Het consumentenprogramma Radar (TROS) toonde gisteren aan hoe eenvoudig het is om met een website voor een door de redactie bedacht middel tegen winderigheid aandacht in de pers te genereren voor een nieuwe ‘ziekte’. De beeldspraak dat de media “erin stonken” was gisteren niet van de lucht. Presentator en eindredacteur Antoinette Hertsenberg liet zich dezelfde avond bij Knevel & Van den Brink (EO) ontvallen dat ze zich een slechtere start van het seizoen had kunnen voorstellen” (*NRC Handelsblad*, 1 september 2009).

De artikelen in *Trouw*, *Dagblad van het Noorden* en *Reformatorisch Dagblad* hebben het karakter van een nabeschouwing. In *Trouw* en *Het Dagblad van het Noorden* blikken journalisten die zelf over het onderwerp geschreven hebben terug, in *Reformatorisch Dagblad* komen betrokkenen en deskundigen aan het woord over de affaire.

In *Trouw* wijdt Wim Boevink zijn rubriek *Klein Verslag* opnieuw (deels) aan de uitzending van TROS Radar. In dezelfde rubriek had hij zich een week eerder al kritisch uitgelaten over het onderzoek naar en de website over winderigheid. Schrijvend over een persbericht naar aanleiding van een onderzoek naar hardlopen uitgevoerd in opdracht van een fabrikant van sportschoenen, noteert hij:

“Mij kwam dat winderigheidsonderzoek in combinatie met zo'n opdrachtgever nogal opgeblazen en ongeloofwaardig voor en genadeloos legde ik de sluikmechanismen ervan bloot, totdat ik gisteren mocht vernemen dat ik in de luren was gelegd door het Tros-programma ‘Radar’: dat hele winderigheidsonderzoek was nep en alleen bedoeld om aan te tonen hoe media zich door medicijnfabrikanten lieten manipuleren. Was ik er in al mijn kritische winderigheid toch ingestonken. In zekere zin dan. (...)

Hoe langer ik naar deze uitkomsten kijk, hoe minder ik in dat onderzoek geloof. Dit is typisch Radarwerk. Ik weet zeker: over een maand volgt een onderzoek naar winderigheid onder hardlopers” (*Trouw*, 1 september 2009).

In het *Dagblad van het Noorden* trekt redacteur Jaap Kiers het boetekleed aan.

“Ik voel mij aangesproken. Ik ben de oetlul die vorige week het bericht over de vermeende winderigheid prominent heeft geplaatst. Heeft geen lezer overgeslagen dinsdag 25 augustus.

Een dag later heb ik me op deze plaats vrolijk gemaakt over dat nieuws, dat volledig aan de fantasie van de redactie van het consumentenprogramma ontsproten blijkt te zijn. Dus, ontsla mij maar” (*Dagblad van het Noorden*, 2 september 2009).

De meest uitgebreide terugblik verschijnt in *Reformatorisch Dagblad*. Onder de kop *Journalisten te weinig kritisch* komen drie direct betrokkenen en drie deskundigen aan het woord. De betrokkenen lichten de gang van zaken toe en reflecteren tegelijkertijd op het verloop van de gebeurtenissen, de deskundigen leggen uit hoe het heeft kunnen gebeuren.

Antoinette Hertsenbergh, presentator en eindredacteur van Radar opent de rij:

“(…) Radar wilde laten zien hoe gemakkelijk allerlei beroepsgroepen zich (...) voor het karretje van de industrie laten spannen. We maakten van winderigheid een ziekte door eerst TNS NIPO onderzoek te laten doen. De onderzoekers werkten gewillig mee en kwamen met klinkende cijfers: een op de vier Nederlanders heeft last van winderigheid. Journalisten van kranten, radio en tv namen het bericht grif over”.

Patrick Selbach, nieuwschef bij het Algemeen Nederlands Persbureau, erkent er ingetuind te zijn. Hij wijt dat mede aan de toenemende invloed van commercie op de journalistiek en is kritisch over de rol van TNS NIPO:

“Radar heeft weer eens gewezen op de toenemende greep van marketingstrategen op journalisten. We zijn er met z’n allen redelijk ingetuind. Jammer. Voor het ANP betekent deze actie dat we aanmerkelijk kritischer zullen zijn op persberichten met een commerciële ondertoon. (...) Ik vind het overigens zorgelijk dat TNS NIPO zich voor het karretje van Radar laat spannen. Blijkbaar kunnen we deze organisatie ook niet meer vertrouwen”.

Michel Nutree, directeur van Nefarma, de belangenbehartiger van de farmaceutische industrie verwijt journalisten zich onvoldoende verdiept te hebben in de materie:

“Dat er journalisten zijn die niet altijd de moeite nemen zich goed in een onderwerp te verdiepen, heeft de actie van Tros Radar ondubbelzinnig aangetoond. Dat farmaceutische bedrijven stiekem reclame maken, zoals het programma zijn kijkers wil laten geloven, is vervolgens ook als feit door veel media overgenomen. Het rapport dat echter aan de basis van die beschuldiging ligt, is schijnbaar door geen journalist ingezien³⁷. Zelfs de afzender van het rapport wordt vaak foutief gepresenteerd. Even verder kijken dan de kop van een willekeurig persbericht, dat mogen we van een goede journalist toch wel verwachten?”

De drie deskundigen die commentaar geven op de ‘affaire’ zijn achtereenvolgens Theo Dersjant (docent HBO Journalistiek), Thomas Bruning (secretaris Nederlandse Vereniging voor Journalisten)

³⁷ Het blijft voor de lezer onduidelijk welk rapport hier bedoeld wordt. Navraag leert dat hier het rapport van Gezonde Sepsis over het onderzoek naar websites bedoeld wordt.

en Frank van Vree (hoogleraar Journalistiek en Cultuur). Dersjant liet enige tijd geleden studenten Journalistiek drie weken lang uitzoeken of berichten in media feitelijk kloppen (fact checken) en is kritisch over de rol van journalisten:

”Wij vielen van onze stoel. Ongeveer 80 procent van de journalistieke items bevat onjuiste informatie. Bij de nepcampagne van Radar hadden journalisten twee artsen kunnen vragen of ze veel patiënten krijgen die last hebben van winderigheid. Maar journalisten denken: TNS NIPO, dat klinkt vertrouwd, dat zal wel kloppen”.

Hoogleraar Van Vree sluit zich daarbij aan. Volgens hem zijn veel journalisten te weinig kritisch:

“Ze verzaken elementaire professionele regels: controleren van berichten, feiten uitzoeken en zelf met zaken aan de slag gaan. Journalistiek is meer dan even nabellen, een quootje halen, een persbericht herschrijven of steeds dezelfde deskundige uit de kast halen”.

Hij voegt er wel aan toe dat journalistiek een steeds moeilijker vak geworden is: journalisten vinden een ‘leger van voorlichters, pr-medewerkers, spindoctors en communicatieadviseurs’ tegenover zich en hebben te weinig tijd om hun werk goed te doen. Op dat laatste aspect wijst ook Thomas Bruning:

“Journalistiek staat of valt met de zorgvuldigheid van de journalist. (...) Dat kost tijd en menskracht, en juist die zaken staan onder druk. Redacties moeten met minder mensen en met een continue deadline meer produceren. Radar maakt in haar item duidelijk dat we ook in Nederland niet ongestraft redacties kunnen inkrimpen. Journalistiek blijft (vak)mensenwerk.”

5.4 Discussie

Een case studie is uiteraard niet geschikt om conclusies te trekken over de omvang van een verschijnsel als ‘churnalism’. Een case studie kan wel nuttig zijn om te verhelderen hoe het achterliggende mechanisme werkt. In dit concrete geval gaat het dan om de vraag hoe nieuws tot stand komt. Meer specifiek om de vraag of en zo ja waarom journalisten persberichten en/of berichten van een persbureau zonder meer overschrijven en hoe zich dat verhoudt tot elementaire regels van de journalistieke professie. Voorafgaand aan die vragen roept de case zelf overigens ook meteen vragen op. Het gaat immers om een vorm van *undercover* journalistiek, dit keer met toepassing van een nepcampagne en een verborgen camera. Dat zijn journalistieke methoden die niet per definitie verwerpelijk zijn, maar die wel van geval tot geval discussie oproepen. Aan het slot van dit hoofdstuk komen we op dit punt kort terug.

5.4.1 Farmaceutische industrie en journalistiek

De nepcampagne van TROS Radar had een tweeledig doel:

- Laten zien dat de farmaceutische industrie de (strengere) regels voor geneesmiddelenreclame omzeilt door symptoombreclame te maken.
- Laten zien hoe makkelijk beroepsgroepen (journalisten, artsen) zich door de farmaceutische industrie voor hun karretje laten spannen.

In dit onderzoek gaat het ons vooral om de tweede doelstelling, meer specifiek om de vraag of journalisten zich door het klakkeloos overnemen van persberichten door de farmaceutische industrie hebben laten gebruiken. Het antwoord van Antoinette Hertsenberg is helder:

“Het was verbazend te zien hoe simpel en kritiekloos media inhaakten op het nieuws over onze nepkwaal. Radio-interviews, krantenberichten en tijdschriften verwezen naar de website, die in een week 4000 bezoekers trok. Er was een tv-dramaserie bereid de verhaallijnen aan te passen aan de kwaal winderigheid. Huisartsen lieten de folders toe in de wachtruimte. Wij maakten de campagne met een budget van 20.000 euro, de farmaceutische industrie heeft miljoenen tot haar beschikking” (*De Telegraaf*, 31 augustus 2009. p. 3).

Trouw brengt die dag min of meer gelijklopende berichten, zij het dat die krant iets specifieker is:

“Radar richtte een eigen pr-bureau op dat contacten legde met media. Tijdschriften als *Santé* en *Libelle* wilden redactionele artikelen maken over winderigheid. *Santé* wilde wel dat de fabrikant vervolgens in een volgend nummer (‘Anders valt het zo op’) ook ging adverteren. Radar kon tegen forse betaling ook een scène kopen in een populaire tv-soap, waarbij dan ook de website voor het middel zou worden genoemd. Ook het RTL4-gezondheidsprogramma ‘Health Angels’ was tegen betaling bereid het onderwerp uit te zenden. ‘Hart van Nederland’ van SBS6 maakte vorige week al een onderwerpje over winderigheid. (...) Het is opvallend dat ook journalisten, ook van kwaliteitskranten, zonder noemenswaardige controle van de feiten berichten overnemen” (*Trouw*, 31 augustus 2009).

Twee dingen zijn wel duidelijk: sommige journalisten bij dagbladen, tijdschriften, radio en televisie waren - soms tegen betaling - maar al te graag bereid mee te werken aan het in de markt zetten van de ‘ziekte’ winderigheid, daarmee (onbedoeld) meewerkend aan de promotie van een medicijn. Ze lieten zich met andere woorden wel erg gemakkelijk voor het karretje van medicijnfabrikanten spannen. In de tweede plaats duiden de genoemde voorbeelden er op dat bij tijdschriften en (commerciële) televisie commercie en (journalistieke) programma inhoud geen gescheiden werelden zijn. Daarmee is echter nog niet gezegd dat alle landelijke en regionale dagbladen zich in dit geval schuldig gemaakt hebben aan ‘churnalism’. Het tegendeel is eerder waar: de overgrote meerderheid heeft in eerste instantie helemaal geen aandacht besteed aan het bericht over winderigheid.

5.4.2 Journalistiek als doorgeefluik van berichten ANP en/of persberichten

Dat sommige journalisten zo gemakkelijk en onbedoeld publiciteit genereerden voor een medicijnfabrikant, kan deels verklaard worden uit de geloofwaardigheid van de afzender(s) van de

boodschap. Voor journalisten bij dagbladen, tijdschriften, radio en televisie geldt dat twee betrokkenen bij de boodschap kunnen bogen op een reputatie van betrouwbaarheid: persbureau ANP en onderzoeksbureau TNS NIPO. In combinatie met de altijd aanwezige tijdsdruk kan dat voor journalisten de verleiding groot maken om een dergelijk bericht zonder meer over te nemen. Maar dat geldt uitdrukkelijk slechts voor sommige journalisten. Want laten we wel wezen: van de 29 landelijke en regionale dagbladen hebben welgeteld 6 dagbladen (*AD*, *Spits*, *de Volkskrant*, *Limburgs Dagblad*, *Leeuwarder Courant* en *Dagblad van het Noorden*) het korte of lange bericht van het ANP van 24 augustus 2009 zonder meer overgenomen.³⁸ Ook wie van oordeel is dat dat er zes te veel zijn, zal moeten erkennen dat 23 dagbladen het bericht van het ANP **niet** zonder meer overgenomen hebben. De overgrote meerderheid daarvan - 20 dagbladen - heeft het ANP bericht van 24 augustus genegeerd. Van de resterende drie kranten zijn er twee enigszins (*Nederlands Dagblad*) tot zeer (*Trouw*) kritisch over de bron achter het ANP bericht. Zij doen in meer of minder sterke mate wat van journalisten mag worden: bericht controleren en er zelf mee aan de slag gaan. In *De Pers* gaat wetenschapsredacteur Marcel Hulspas ook zelf aan de slag met het ANP bericht. Alleen slaat hij - naar achteraf blijkt - de plank volledig mis. Hij veronderstelt dat TNS NIPO zelf het onderzoek bedacht en de website gemaakt heeft. Daarvan uitgaande is hij kritisch over de rol van TNS NIPO.

Het nieuws dat TROS Radar een nepcampagne heeft opgezet krijgt in de landelijke en regionale dagbladen aanzienlijk meer aandacht dan het ANP bericht van 24 augustus over de uitkomsten van het TNS NIPO onderzoek naar winderigheid³⁹. In de week van 31 augustus tot en met 5 september berichten 10 landelijke en regionale dagbladen over de nepcampagne van TROS Radar.⁴⁰ Drie dagbladen nemen het ANP bericht van 30 augustus zonder meer over, zes dagbladen bewerken het ANP bericht.

Twaalf dagbladen besteden in de dagen na 31 augustus aandacht aan de uitzending van TROS Radar. In drie kranten wordt een bericht van het ANP zonder meer overgenomen (box 5.7), in vijf kranten wordt een bericht van het ANP bewerkt (box 5.6). In zes dagbladen verschijnen artikelen die geen sporen van een ANP bericht bevatten. In geen enkel dagblad verschijnt een artikel waarin een persbericht van een belanghebbende organisatie zonder meer wordt overgenomen. Kortom: berichten van het ANP sturen de berichtgeving van landelijke en regionale dagbladen in hoge mate, van zonder meer overschrijven van een ANP bericht is slechts in enkele dagbladen sprake, geen enkel dagblad schrijft zonder meer persberichten van belanghebbende organisaties over.

³⁸ Een krant - *Dagblad van het Noorden* - heeft in de editie van 25 augustus het ANP bericht zonder meer overgenomen. In de editie van 26 augustus heeft dezelfde redacteur zich in een column 'vrolijk gemaakt over dat nieuws', zoals hij dat zelf naderhand omschrijft.

³⁹ Twee dagen voor het ANP bericht waarin onthuld wordt dat TROS Radar een nepcampagne heeft opgezet, weet de website medicalfacts.nl al te melden dat we te maken hebben een hoax.

⁴⁰ Ook het Financieel Dagblad wijdt er een kort bericht aan.

5.4.3 (Kritiek op) de rol van onderzoeksbureau TNS NIPO

Daarmee komen we bij een tweede punt van discussie naar aanleiding van deze case studie, te weten (kritiek op) de rol van het onderzoeksbureau TNS NIPO. Zowel eindredacteur/presentator van Radar Antoinette Hertsenberg als chef nieuwsdienst van het ANP Patrick Selbach van het ANP laten zich kritisch uit over de rol van TNS NIPO. Hertsenberg uit twee (deels tegenstrijdige) beschuldigingen jegens TNS NIPO. Doelend op TNS NIPO verklaart zij in *Trouw* van 31 augustus 2009:

“De manier van onderzoek zal wel kloppen, maar zij weten dat ze door een farmaceutisch bedrijf voor hun karretje worden gespannen.”

“Zij beseffen heel goed wat er uit zo’n steekproef moet komen. De uitkomst van een steekproef wordt zo gemodelleerd dat het resultaat de opdrachtgever tevreden stelt” (Bouma, 2009).

En na erkend te hebben er redelijk ingetuind te zijn sluit Patrick Selbach in *Reformatorisch Dagblad* van 5 september zijn reactie af met:

“Ik vind het overigens zorgelijk dat TNS NIPO zich voor het karretje van Radar laat spannen. Blijkbaar kunnen we deze organisatie ook niet meer vertrouwen.”

Nu gaat het in dit onderzoek niet om de beroepsethiek van marktonderzoekers maar om vragen die de beroepsethiek van journalisten raken. In dat licht is het opmerkelijk dat het weerwoord van de beschuldigde - onderzoeksbureau TNS NIPO - in geen enkele krant terug te vinden is. In een persbericht de dato 1 september 2009 schrijft TNS NIPO onder meer:

“TNS NIPO wordt regelmatig door partijen gevraagd om onderzoek uit te voeren: natuurorganisaties, vakbonden, de overheid, dagbladen en ook farmaceutische bedrijven. Al deze spelers - niet alleen de farmaceutische bedrijven – hebben een zeker belang bij de uitkomsten van een onderzoek. TNS NIPO levert echter geen resultaten op bestelling. Wij zullen een opdrachtgever van tevoren nooit voorspellen, laat staan garanderen, dat het onderzoek de resultaten oplevert die hij graag wil hebben” (Persbericht TNS NIPO, 1 september 2009, bijlage 1).

Kortom: niet alleen journalisten die zonder meer berichten van het ANP en/of persberichten van belanghebbenden overschrijven verzaken elementaire professionele regels, ook het negeren van een persbericht kan journalisten het verwijt opleveren deze regels te veronachtzamen. Wie beschuldigd wordt moet zich immers - hoor en wederhoor - kunnen verweren.

5.4.4 Verhouding journalisten - woordvoerders

Een derde punt van discussie raakt de verhouding tussen journalisten en voorlichters of woordvoerders van belanghebbende organisaties. In dit geval spitst dat zich toe op de woordvoerder van Nefarma, de vereniging die de belangen van de farmaceutische industrie behartigt. Nadat

bekend is geworden dat TROS Radar een npecampagne heeft opgezet, reageert Nefarma ogenblikkelijk. In een persbericht schrijft de vereniging onder meer:

“Juist omdat wij moeten voldoen aan strenge regels, die we ons ten dele zelf hebben opgelegd, is de informatie op die websites vaak van hoge kwaliteit. Concurrerende bedrijven én de Inspectie houden nauwlettend in de gaten of iedereen zich aan alle afspraken houdt. Dat biedt tegenwicht tegen veel sprookjes die door anonieme en onbetrouwbare afzenders worden rondgestrooid. Consumenten zijn mondig en handig genoeg om informatie op waarde te beoordelen.” (Persbericht Nefarma, 30 augustus 2009, bijlage 2).

In het bericht van het ANP van 31 augustus (box 5.9) zijn de bewoordingen enigszins afwijkend, de strekking blijft dezelfde. De directeur van Nefarma citerend staat daar te lezen:

“We mogen geen reclame maken. Maar we mogen wel informatie geven. En dat doen wij dan ook. Bijvoorbeeld op internet. Het is schier onmogelijk om dingen te doen die niet mogen, gezien de richtlijnen en het toezicht.”

Enkele dagen later in *Reformatorsch Dagblad* terugblikkend, verwijt diezelfde directeur journalisten dat zij zich onvoldoende in de materie verdiepen, dat heeft de actie van TROS Radar volgens hem ondubbelzinnig aangetoond. En hij vervolgt:

“Dat farmaceutische bedrijven stiekem reclame maken, zoals het programma zijn kijkers wil laten geloven, is vervolgens ook als feit door veel media overgenomen. Het rapport dat echter aan de basis van die beschuldiging ligt, is schijnbaar door geen journalist ingezien. Zelfs de afzender van het rapport wordt vaak foutief gepresenteerd. Even verder kijken dan de kop van een willekeurig persbericht, dat mogen we van een goede journalist toch wel verwachten?.” (*Reformatorsch Dagblad*, 5 september 2009).

Het bewuste rapport⁴¹ raadplegend, blijkt dat in de conclusies het volgende wordt vastgesteld:

“Voor de bezoekers is het niet altijd helder wie verantwoordelijk is voor de website. Het is onduidelijk in hoeverre de naam van een farmaceutisch bedrijf voor het publiek herkenbaar is als de naam van een geneesmiddelenfabrikant. De inhoud lijkt onafhankelijk, mede door de manier waarop informatie wordt aangeboden. Ondanks het verbod op reclame voor receptgeneesmiddelen en het bevorderen van het geneesmiddelengebruik wordt de consument door deze informatie naar de huisarts geleid voor een (vraag om een) receptgeneesmiddel. De geneesmiddeleninformatie zoals deze nu op internet gegeven wordt door farmaceuten, lijkt te leiden tot medicijngebruik en mogelijk overconsumptie.

Ten slotte: ondanks het huidige toezicht van de IGZ en de zelfregulering van de CGR, zien we dat in de praktijk meerdere malen de wet overtreden wordt. De websites vallen niet onder

⁴¹ Gezonde Scepsis, 2009, p. 8

de noemer informatie maar zijn te kenschetsen als reclame en daarom niet toegestaan. De gevolgen, voor de registratiehouder of beheerder van de website, van het overtreden van de Geneesmiddelenwet of CGR-gedragcode, zijn tot nu toe niet verdergegaan dan een waarschuwing en het uit de lucht halen of aanpassen van de website.”

Kortom: de directeur van Nefarma beweert dat de informatie op websites vaak van hoge kwaliteit is en dat het schier onmogelijk is om dingen te doen die niet mogen en verwijt journalisten dat ze niet verder kijken dan de kop van een willekeurig persbericht. De eerste twee beweringen - websites bieden vaak informatie van hoge kwaliteit en het is schier onmogelijk om dingen te doen die niet mogen – worden in een rapport waar de directeur van Nefarma zelf aan refereert, op niet mis verstane wijze weerlegd. Slechts een enkele journalist besteedt aandacht aan dat rapport. Het gevolg is tweeërlei. De (loze) beweringen van de Nefarma directeur blijven onweersproken. En het verwijt dat journalisten niet verder kijken dan de kop van een willekeurig persbericht en zodoende als feit aannemen dat farmaceuten stiekem reclame maken, blijft staan. Hadden journalisten het bewuste rapport wel ingezien dan hadden ze de beweringen van de Nefarma directeur kunnen ontkrachten en zijn verwijt dat journalisten als feit brengen dat farmaceuten stiekem reclame maken, kunnen weerleggen. In plaats van twee vliegen in één klap te vangen, laten journalisten hier dus twee kansen liggen.

In het persbericht en in zijn reactie tegenover het ANP toont de directeur van Nefarma zich een bekwaam spindoctor: hij geeft een voor zijn organisatie zo positief mogelijke voorstelling van zaken zonder te liegen. Wie niet alles vertelt liegt immers niet. Om dat duidelijk te maken voerde 2004 voerde Jack de Vries, destijds rechterhand en vertrouweling van premier Balkenende, op een congres over voorlichting in oktober 2004, twee stofzuigerverkopers ten tonele:

“De man van Philips zal zeggen dat zijn apparaat meer zuigkracht heeft dan een Miele, maar hij zal niet zeggen dat het meer lawaai maakt. De man van Miele zal er de nadruk op leggen dat zijn apparaat minder geluid maakt dan een Philips, terwijl hij niets zal zeggen over de zuigkracht. Geen van beide verkopers heeft gelogen. Ze hebben alleen niet de hele waarheid verteld” (geciteerd in Breedveld, 2007).

Aan journalisten de taak de hele waarheid boven tafel te krijgen.

5.4.5 (Kritiek op) de rol van TROS Radar

Journalisten die een of andere vorm van undercover journalistiek bedrijven, lopen altijd het risico dat hun methode ter discussie wordt gesteld. Dat is in deze case niet anders.

Vrijwel onmiddellijk na het ANP bericht van 30 augustus dat TROS Radar een nepcampagne heeft opgezet, verschijnt op de website van Nefarma een reactie. Nefarma beschuldigt TROS Radar ervan ‘goedkope journalistiek te bedrijven’, noemt de actie ‘dubieus’ en stelt dat de misleiding door Radar het nut van goede, verantwoorde informatie over ziektebeelden op internet bewijst:

“Juist omdat wij moeten voldoen aan strenge regels, die we ons ten dele zelf hebben opgelegd, is de informatie op die websites vaak van hoge kwaliteit. Concurrerende bedrijven én de Inspectie houden nauwlettend in de gaten of iedereen zich aan alle afspraken houdt. Dat biedt tegenwicht tegen veel sprookjes die door anonieme en onbetrouwbare afzenders worden rondgestrooid. Consumenten zijn mondig en handig genoeg om informatie op waarde te beoordelen.” (Persbericht Nefarma 30 augustus 2009, bijlage 7; zie ook persbericht Consumentenbond, 31 augustus 2009, bijlage 8).

Vergelijkbare kritiek op de rol van TROS Radar wordt geuit op de website medicalfacts.nl. Doelend op de komende uitzending van TROS Radar is vrijdag 28 augustus op deze website onder meer het volgende te lezen:

“Ze willen laten zien hoe de farmaceutische industrie ervoor zorgt, dat mensen onnodig medicijnen gebruiken en onnodige kosten worden gemaakt. TROS Radar zegt dat de farmaceutische industrie daarbij de regels overtreedt. Om dat aan te tonen lijkt TROS Radar zelf methoden te gebruiken die nog erger zijn. Een fake medicijn met fake patiënten in de komkommertijd met schaamteloos nieuws. En TROS Radar noemt het dan dat zij laten zien hoe journalisten van diverse media (al dan niet bewust) worden gebruikt door de industrie om reclame te maken. Wij houden nu al vast de spiegel voor aan TROS Radar. Met knip en plak-journalistiek en valse identiteiten werkt de farmaceutische industrie niet. Waar TROS Radar dit pas op zondag aan u zal uitleggen, leggen wij u het u nu alvast uit zonder oogkleppen van TROS Radar”.

Ook een enkele journalist is kritisch over de aanpak van TROS Radar. Jaap Kiers, de redacteur van *Dagblad van het Noorden* die het eerste bericht van het ANP overnam en zich er een dag later vrolijk over maakte, trekt niet alleen het boetekleed aan, hij kritiseert tegelijkertijd TROS Radar:

“Ongeschikt voor dit vak. Net als al die binnenlandredacteuren die dienst deden bij de andere Nederlandse ochtendbladen, die maandagavond 24 augustus en die ze ook moeten ontslaan.

Maar het zou me niets verbazen als die collega's als ze straks thuis achter de geraniums zitten met droge ogen kunnen zeggen dat ze nooit, ik herhaal *nóóit*, als journalist een verhaal van a tot z hebben verzonnen en vervolgens gepubliceerd. Net als ik. Kom daar maar eens om, bij Radar” (*Dagblad van het Noorden*, 2 september 2009).

Het antwoord op de vraag of - gelet op het publieke belang - het opzetten van een campagne en het gebruik van een verborgen camera in dit geval geëigende journalistieke middelen zijn, is niet aan ons. De Raad voor de Journalistiek en/of de rechter zijn de instanties die daarover een uitspraak zouden kunnen doen, mocht er een klacht worden ingediend of een zaak worden aangespannen. Hier is

alleen van belang om te constateren dat in de nasleep van de 'affaire' ook de rol van TROS Radar niet onbesproken is gebleven.

5.5 Conclusie case studie

In deze case is van 'churnalism' zoals Davies dat aanduidt, voor zover het dagbladen betreft, slechts in beperkte mate sprake. Een kleine minderheid van dagbladen neemt een bericht van persbureau ANP zonder meer over, persberichten van belanghebbende organisaties zijn door geen enkele krant zonder meer overgenomen. Hoewel Antoinette Hertsenberg ons wil laten geloven dat journalisten zich makkelijk voor het karretje van medicijnfabrikanten laten spannen, blijkt dat voor dagbladjournalisten in dit geval toch aanzienlijk genuanceerder te liggen. Daarmee is niet gezegd dat in deze case de wijze waarop journalisten hun belangrijkste taak - waarheidsvinding – vervuld hebben, boven alle kritiek verheven is. 'Hoor en wederhoor' - een niet onbelangrijke professionele regel in een proces van waarheidsvinding - is niet altijd toegepast (persbericht TNS NIPO genegeerd). En beweringen van de directeur van Nefarma hadden op basis van beschikbaar onderzoek weerlegd kunnen en moeten worden. Dat is achterwege gebleven en daarmee blijft de berichtgeving onnodig sterk het karakter van 'opvattingen journalistiek' houden.

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%), het minst sterk in *Spits* (van 45 naar 46%);
- 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%), het hoogst in *Metro* (40%) en *Spits* (46%);
- 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’;
- 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%), het hoogst in *Metro* (53%) en *Spits* (61%).
- Het percentage artikelen over binnenlandse politiek (deels) gebaseerd op berichten van het ANP neemt van 2006 op 2008 toe van 31% naar 36%;
- In de verzameling artikelen met nieuws en achtergrondinformatie over binnenlandse politiek ligt het percentage ‘bericht ANP overschrijven’ in *Spits* (25%) en *Metro* (37%) beduidend hoger dan in de overige dagbladen (laagste: *De Pers* 2%; hoogste: *Trouw* 9%);
- 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%), *Trouw* vermeldt het ANP nooit als bron.

Het zijn cijfers die - met alle voorbehoud vanwege de grote verschillen in opzet een uitvoering van de onderzoeken - gunstig afsteken bij de cijfers die Davies en Buijs cs presenteren. En 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 de 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 redacteurs

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” (Van Lingen, 2009).

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 deel van de artikelen gebaseerd is op berichten afkomstig van het ANP. Daarmee is niet gezegd dat de *kwaliteit* van het nieuws achteruitgaat. Daarover valt op basis van deze cijfers niets te zeggen. Een andere duidelijke uitkomst is het verschil tussen aan de ene kant de gratis dagbladen *Spits* en *Metro* en aan de andere kant de betaalde dagbladen en *De Pers* waar het gaat om het gebruik van ANP berichten. Dat *Spits* en *Metro* aanzienlijk sterker leunen op het ANP dan de overige kranten is een constatering, geen waardeoordeel. Zoals hierboven uiteengezet is het ANP een professionele journalistieke organisatie. Het redactiebeleid van *Spits* en *Metro* wijkt af van dat van de kwaliteitskranten. *Spits* en *Metro* gaan ervan uit dat de informatievoorziening, vooral gebaseerd op ANP berichten, voldoet aan de wensen van hun lezers.

Wat wel te denken geeft is dat dagbladen voor hun nieuws en achtergrondinformatie 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 een en dezelfde 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 een bron baart wel degelijk zorgen.

Hoe sterk deze trend precies is, is voor de lezers van dagbladen slechts deels zichtbaar. Dagbladen blijken niet altijd even zorgvuldig in het vermelden van bronnen. Zelfs de artikelen waarvan we kunnen aannemen dat het overgeschreven berichten van het ANP zijn, vermelden lang niet altijd het ANP 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 ‘PR-materiaal’ noemt. 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 (Prenger en Van Vree, 2004, pp. 34 e.v.).⁴² 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

⁴² Mirjam Prenger en Frank van Vree (2004)

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 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?”(Prenger en Van Vree, 2004, p. 75).

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 naar de vraag of journalistiek steeds meer louter doorgeefluik van ongecontroleerd PR-materiaal wordt. In hoofdstuk 5 hebben we in een case studie laten zien wat een dergelijke aanpak in termen van informatie over en inzicht in de relatie ‘persbericht - bericht ANP - bericht in dagblad’ kan opleveren.

Literatuurlijst

- Bakker, P. en O. Scholten (2009), *Communicatiekaart van Nederland; overzicht van media en communicatie*, Amsterdam: Kluwer (zevende druk)
- Bouma, J. (2006), *Slikken. Hoe ziek is de farmaceutische industrie?*, Amsterdam: L.J. Veen
- Breedveld, W. (2009), *Donnergate komt niet uit de lucht vallen*, Trouw, 7 november 2007
- Buijs, K. (2009) *Het persbureau regeert mee*. De Nieuwe Reporter, 21 januari 2009
- Buijs, K. e.a. (2009) *De onafhankelijkheid van nieuwsbronnen en de kwaliteit van de journalistiek* Nijmegen
Paper voor het Etmaal van de Communicatiewetenschap
- Commissariaat voor de Media (2008) *Mediaconcentratie in beeld. Concentratie en pluriformiteit van de Nederlandse media* Hilversum Commissariaat voor de Media
- Davies, N. (2009) *Flat earth news* London: Vintage Books
- Donker, B. (2009) *De lezer schrijft over weinig helderheid in brongebruik, de krant antwoordt* NRC Handelsblad, 7 & 8 februari
- Gezonde Sceptis (2009), *Informatieaanbod op internet*, www.gezondescopsis.nl
- Lewis, J. e.a.. (2008) *The quality and independence of British Journalism* University of Cardiff
- Lingen, M. van (2009) *Wat is er mis met persbureaukopij?* De Nieuwe Reporter, 22 januari 2009
- Maas, J. en M. Bos (2009) *Heeft de lezer een journalist nodig?*, Trouw, 23 januari
- Meens, Th. (2009) *De herkomst van het nieuws* de Volkskrant, 24 januari
- Plasterk, N.H.A. (2009) Brief aan de Tweede Kamer der Staten-Generaal Den Haag Kamerstukken II, 2008-2009, 31777, nr. 12
- Prenger, M. en F. van Vree (2004) *Schuivende grenzen De vrijheid van de journalist in een veranderend medialandschap* Amsterdam: NVJ
- Scholten, O. en N. Ruigrok (2007) *Roerig politiek 2006 in de krantenkolommen* www.nieuwsmonitor.net

Bijlagen

Bijlage 1 Persbericht over onderzoek naar en website over winderigheid

Nederlanders en flatulentie

Submitted by [Redactie Medicalfacts/Janine Budding](#) on August 24, 2009 – 13:44

Nederlanders winden heel wat af. Een op de vier Nederlanders heeft last van winderigheid. Scheten zorgen bovendien voor lichamelijke klachten als misselijkheid, een opgeblazen gevoel en buikkrampen. Dat blijkt uit maandag gepubliceerd onderzoek van TNS-Nipo, wat sterk lijkt op een [onderzoek van mei 2009](#), en wat nu door [Trouw](#) wordt gepubliceerd. Gemiddeld laat iemand, al dan niet bewust, tien tot twintig winden per dag. Bij de miljoenen mensen met ernstige winderigheid is dat vaker. Vijftien procent van de mensen voelt zich vrij om winden te laten.

Van de mensen die aan winderigheid lijden heeft 88 procent lichamelijke klachten door het ophouden van winden, zoals buikkrampen of een klemmend gevoel op de borst. Zeven op de tien mensen schamen zich voor het laten van een wind. Ook mensen met ernstige klachten praten daar niet makkelijk over. Zo heeft 76 procent nog nooit de huisarts geraadpleegd en is 58 procent dat ook niet van plan. Naast schaamte weigeren ze naar de dokter te gaan omdat ze denken dat er toch niets aan kan worden gedaan.

De mens produceert gemiddeld 0,5 tot 1,5 liter darmgas per dag in 12 tot 25 windjes. Tien tot twintig winden is overigens niet alarmerend. Het gas in de darm bestaat vrijwel geheel uit stikstof, zuurstof, koolzuurgas, waterstof en methaan. Dit zijn allemaal reukloze gassen. Het stinken van winden heeft te maken met de geringe hoeveelheid 'stinkende gassen'. Dit zijn vaak zwavelverbindingen (rotte eieren) die vrijkomen bij de afbraak van bepaalde eiwitten. De samenstelling en de geur van het darmgas heeft o.a. te maken met de voeding en de darmflora. Iedereen laat winden en dat is dus heel normaal. Om het darmgas kwijt te raken wordt er per dag ongeveer 10 keer een wind gelaten. U merkt hier nauwelijks iets van.

Extra gasvorming in de darm is een vervelend probleem, vooral als er geen controle is over het winden laten. Mensen schamen zich er vaak voor. De helft van de bovengemiddeld winderige mensen zegt dat ze wel een medicijn zouden willen nemen tegen winderigheid. Zij gaan contacten vermijden en durven het niet met de huisarts te bespreken. Dieetaanpassingen kunnen de vorming van darmgas doen verminderen. Sommige kruiden helpen hierbij, bijvoorbeeld komijn en curcuma, en sommige soorten zeewier. Minder eten van voedsel rijk aan koolhydraten (rijst, pasta, aardappelen en brood) kan ook winderigheid doen verminderen. Verder zijn er nog farmacologische middelen beschikbaar, zoals enzymen.

Aantal woorden: 420

Bijlage 2 Eerste bericht ANP over onderzoek TNS NIPO naar winderigheid 24 augustus 2009



Algemeen Nederlands Persbureau ANP

August 24, 2009 Monday 10:42 AM

Nederlanders winden wat af

LENGTH: 95 words

RIJSWIJK (ANP) - Nederlanders winden heel wat af. Een op de vier Nederlanders heeft last van **winderigheid**. Scheten zorgen bovendien voor lichamelijke klachten als misselijkheid, een opgeblazen gevoel en buikkrampen. Dat blijkt uit maandag gepubliceerd onderzoek van TNS NIPO. Vooral mensen die hun scheet inhouden, hebben last van klachten

(88 procent). Een wind zorgt bovendien voor veel schaamte. Bijna 70 procent geneert zich voor het laten van een windje. Vrouwen schamen zich het meest. Ruim een kwart van alle ondervraagden zegt meer dan twintig scheten per dag te laten.

Bijlage 3 Derde bericht ANP over onderzoek TNS NIPO naar winderigheid 24 augustus 2009

August 24, 2009 Monday 1:09 PM

VERBETERING: Nederlanders winden wat af (2)

LENGTH: 331 words

C o r r e c t i e wegens aan het ANP verkeerd verstrekte informatie: juiste spelling website in derde alinea

RIJSWIJK (ANP) - Nederlanders winden heel wat af. Een op de vier Nederlanders heeft last van **winderigheid**. Scheten zorgen bovendien voor lichamelijke klachten als misselijkheid, een opgeblazen gevoel en buikkrampen. Dat blijkt uit maandag gepubliceerd onderzoek van TNS NIPO. Vooral mensen die hun scheet inhouden, hebben klachten (88 procent). Een wind zorgt bovendien voor veel schaamte. Bijna 70 procent geneert zich voor het laten van een windje. Vrouwen schamen zich het meest. Ruim een kwart van alle ondervraagden zegt meer dan twintig scheten per dag te laten. „Het is normaal om tien tot twintig windjes per dag te laten”, aldus een woordvoester van de website www.hetluchtop.nl. „Maar als je echt dagelijks hinder ondervindt, ga dan hulp zoeken.” En dat gebeurt nauwelijks, zo blijkt uit het onderzoek. Van de ondervraagden heeft 76 procent nog nooit met een huisarts gepraat over de scheetklachten. En 58 procent is dat ook niet van plan. „Sommige mensen laten dagelijks wel vijftig windjes en durven daardoor bijvoorbeeld niet naar een vergadering. Terwijl de oplossing zo simpel is.”

Volgens de Maag Lever Darm Stichting zijn scheetklachten te verminderen door rustig en regelmatig te eten en goed te kauwen. Bovendien is het onverstandig om veel te kletsen tijdens het eten. „Dan neem je happen lucht”, aldus een woordvoester van de stichting. Roken, stress, drinken door een rietje, kauwgom kauwen en een slecht zittend kunstgebit zorgt ook voor luchthappen waardoor gasvorming in de darmen ontstaat. Ook voedsel zorgt voor veel **winderigheid**. Wie graag peulvruchten, uien, koolsoorten, fruit en lightproducten neemt, heeft de meeste kans op scheten. Een scheet ruikt door een hoeveelheid 'stinkende gassen' in de darmen, die vrijkomen bij de afbraak van bepaalde eiwitten. Een combinatie van darmflora en voedselresten zorgt er onder meer voor dat het gas stinkt.

Bijlage 4 Persbericht TNS NIPO, 1 september 2009

1 september 2009

Reactie TNS NIPO n.a.v. uitzending TROS Radar

Gisteren hebben we gemerkt, dat wij een onderzoek hebben uitgevoerd voor een nep-opdrachtgever. Wel zeggen we er direct bij dat we een serieus opinieonderzoek hebben uitgevoerd.

Onderzoek volgens de regels uitgevoerd

We hebben de opdrachtgever serieus geadviseerd bij de uitvoering van het onderzoek en bij het stellen van de juiste vragen. Verder hebben we het conceptpersbericht zorgvuldig becommentarieerd om te voorkomen dat de opstellers de media op onjuiste conclusies zouden trakteren. Uit een screening onder maar liefst 17.511 personen blijkt dat zo'n 25 procent dermate winderig is dat hij of zij er behoorlijke last van ondervindt. Als je dit doorrekent, toont het onderzoek aan dat voor enkele miljoenen Nederlanders overmatige winderigheid een probleem is.

TNS NIPO kan en moet niet bepalen wiens sociale agenda deugt

TNS NIPO wordt regelmatig door partijen gevraagd om onderzoek uit te voeren: natuurorganisaties, vakbonden, de overheid, dagbladen en ook farmaceutische bedrijven. Al deze spelers - niet alleen de farmaceutische bedrijven - hebben een zeker belang bij de uitkomsten van een onderzoek. TNS NIPO levert echter geen resultaten op bestelling. Wij zullen een opdrachtgever van tevoren nooit voorspellen, laat staan garanderen, dat het onderzoek de resultaten oplevert die hij graag wil hebben.

Moeten wij de partij zijn die uitmaakt wie wel en wie geen onderzoek mag uitvoeren? Wij achten het niet onze taak uit te maken wiens agenda fatsoenlijk is en wiens agenda abject.

Zolang we ons werk volgens de regels van het marktonderzoek kunnen uitvoeren, zullen we het niet laten. Hoewel we ons realiseren dat het onderzoek in kwestie niet het meest maatschappelijk relevante onderzoek is, staan we in voor de vakkundigheid van de uitvoering en voor de juistheid van de resultaten. We hebben daarom geen spijt van het onderzoek.

Henk Foekema

Directeur Political & Social - TNS NIPO

Bijlage 5 Bericht ANP 31-08-2009 met reacties Consumentenbond en Nefarma naar aanleiding van uitzending TROS Radar van 31 augustus 2009



Algemeen Nederlands Persbureau ANP

August 31, 2009 Monday 5:33 PM

Consumentenbond: verbod op stiekeme medicijnreclame

DEN HAAG (ANP) - De Consumentenbond pleit voor een verbod op zogeheten 'symptoomreclames' van de farmaceutische industrie. Die leiden tot onnodige medicalisering, stelde de Consumentenbond maandag.

De vereniging start op haar site een handtekeningenactie om reclames waarin medicijnfabrikanten ingaan op een kwaal om patiënten via een omweg toch aan een medicijn te krijgen, aan banden te leggen. De petitie wordt na afloop van de actie aangeboden aan minister Ab Klink (Volksgezondheid).

De belangenbehartiger voor consumenten start de petitie naar aanleiding van het televisieprogramma **TROS Radar**, waarin de redactie stelde dat medicijnfabrikanten het verbod op reclame handig omzeilen.

Door de commercials op radio, televisie en internet gaan mensen massaal met onschuldige problemen, bijvoorbeeld schimmelnagels, naar de huisarts. Dat kost veel geld en tijd. Tijd die beter besteed kan worden aan patiënten met acute problemen of aandoeningen, vindt de bond. „Als je echt last hebt van die schimmelnagel, ga je toch wel naar de huisarts“, aldus directeur Bart Combée. Hij noemt de symptoomreclames „puur reclame, geen voorlichting“.

De vereniging innovatieve geneesmiddelen Nederland, Nefarma, bestrijdt dat medicijnfabrikanten media voor hun karretje spannen om zoveel mogelijk pillen te verkopen. „We mogen geen reclame maken. Maar we mogen wel informatie geven. En dat doen wij dan ook, bijvoorbeeld op internet. Het is schier onmogelijk om dingen te doen die niet mogen, gezien de richtlijnen en het toezicht. Maar het mag toch niet zo zijn dat we niet trots mogen zijn op de middelen die we maken?“, aldus Nefarma-directeur Michel Dutrée.

„Patiënten zijn mondig genoeg om informatie op waarde te oordelen“, vindt Dutrée. „Stel nou: we verbieden alle informatie van de farmaceutische industrie. Dan krijgen we Koreaanse toestanden! Dan moeten websites afgesloten worden. De arts leidt de patiënt door het hof van informatie over kwalen en aandoeningen die bijvoorbeeld op websites als Google te vinden is. Wij werken van harte mee aan alle vormen van informatie.“

Aantal woorden: 356

Bijlage 6 Bericht ANP 31-08-2009 met reactie Stichting Code Geneesmiddelenreclame naar aanleiding van uitzending TROS Radar van 31 augustus 2009



Algemeen Nederlands Persbureau ANP

August 31, 2009 Monday 8:00 PM

Codecommissie pakt medicijnreclame aan

S a m e n v a t t i n g met nieuwe gegevens

GOUDA (ANP) - De Stichting Code Geneesmiddelenreclame (CGR) gaat stappen ondernemen tegen partijen die op websites reclameregels voor geneesmiddelen overtreden, zo maakte ze maandag bekend. De stichting reageert hiermee op bevindingen van de Inspectie voor de Gezondheidszorg.

Volgens de Inspectie overtreedt een aantal onderzochte websites met informatie over aandoeningen, ziekten en geneesmiddelen de regels. Veel van deze sites worden gemaakt of gesponsord door medicijnfabrikanten en verwijzen door naar geneesmiddelen die alleen op recept verkrijgbaar zijn. De farmaceutische industrie mag dat niet doen.

De Stichting Code Geneesmiddelenreclame is een zelfregulerende instantie die voortkomt uit de medische wereld. Onafhankelijk voorzitter is oud-minister Benk Korthals. De stichting noemt de bevindingen een „ernstig signaal" en gaat met onder meer de inspectie overleggen.

De vereniging innovatieve geneesmiddelen Nederland, Nefarma, bestrijdt dat medicijnfabrikanten media voor hun karretje spannen om zo veel mogelijk pillen te verkopen. „We mogen geen reclame maken. Maar we mogen wel informatie geven. En dat doen wij dan ook, bijvoorbeeld op internet. Het is schier onmogelijk om dingen te doen die niet mogen, gezien de richtlijnen en het toezicht. Maar het mag toch niet zo zijn dat we niet trots mogen zijn op de middelen die we maken?", aldus Nefarma-directeur Michel Dutrée.

Volgens het televisieprogramma **TROS Radar** lanceert de industrie geregeld campagnes die gericht zijn op de kwaal zelf. In die campagnes verpakken medicijnfabrikanten volgens **Radar** vaak een boodschap, waardoor patiënten naar de huisarts gaan om medicijnen te laten voorschrijven tegen de kwaal.

De Consumentenbond pleit voor een verbod op zogeheten 'symptoomreclames' van de farmaceutische industrie. Die leiden tot onnodige medicalisering, stelde de Consumentenbond.

De organisatie begint op haar site een handtekeningenactie om reclames waarin medicijnfabrikanten ingaan op een kwaal om patiënten via een omweg toch aan een medicijn te krijgen, aan banden te leggen. De petitie wordt na afloop van de actie aangeboden aan minister Ab Klink (Volksgezondheid).

Aantal woorden: 365

Bijlage 7 Persbericht Nefarma 30 augustus 2009



Misleiding door Radar bewijst nut ziektebeeldinformatie

30/08/2009 Om de aandacht te vestigen op marketingmethodes van de farmaceutische industrie, heeft Tros Radar promotie gemaakt voor een niet-bestaand medicijn tegen winderigheid. De programmaredactie heeft daarmee de Nederlandse consument bewust misleid en bovendien de regels op niet mis te verstane wijze overtreden. Radar geeft blijk de eisen die aan ziektebeeldinformatie worden gesteld niet te kennen en enkel uit te zijn op het bedrijven van goedkope journalistiek.

De website www.hetluchtop.nl kwam vorige week in het nieuws naar aanleiding van een onderzoek over winderigheid van Nederlanders. Diverse media pikten het bericht op en traptten daarmee in een opzetje van Tros Radar. Het consumentenprogramma wilde aantonen hoe eenvoudig het is om aandacht te genereren voor een bepaald ziektebeeld. De website bevat onder meer informatie over de 'aandoening', korte filmpjes van zogenaamde patiënten én de aanbeveling om bij de huisartsen te informeren naar medicatie. "Buitengewoon onethisch en in strijd met de regels", reageert Nefarma-directeur Michel Dutrée. "Farmaceutische bedrijven die websites onderhouden over bepaalde ziektebeelden, dienen zich daarbij aan strikte regels te houden. Aanprijzen van een receptgeneesmiddel is daarbij bijvoorbeeld uit den boze. Reclame maken voor niet-bestaande medicatie, zoals Radar hier doet, is vanzelfsprekend ten strengste verboden."

De dubieuze actie van Radar maakt deel uit van een pleidooi om 'symptoomreclame' door farmaceutische bedrijven te verbieden. Volgens critici is het de industrie enkel te doen om het in de markt zetten van hun geneesmiddelen. Dutrée bestrijdt dat. "Onze bedrijven herbergen een schat aan kennis over ziektebeelden, preventie en mogelijke behandelingen. Zowel gezonde als zieke mensen hebben er recht op zich volledig te kunnen informeren. Patiënten van vandaag zijn mondig en zoeken steeds vaker op internet naar informatie over bepaalde aandoeningen. Onze kennis kan hen daarbij van dienst zijn. Het zou te gek voor woorden zijn als een belangrijke partij als de farmaceutische industrie haar kennis niet met de wereld zou mogen delen, terwijl ieder ander mag roepen wat hij wil." Volgens Nefarma bewijst de misleiding door Radar juist het nut van goede, verantwoorde informatie over ziektebeelden, bijvoorbeeld via internet. "Juist omdat wij moeten voldoen aan strenge regels, die we ons ten dele zelf hebben opgelegd, is de informatie op die websites vaak van hoge kwaliteit. Concurrerende bedrijven én de Inspectie houden nauwlettend in de gaten of iedereen zich aan alle afspraken houdt. Dat biedt tegenwicht tegen veel sprookjes die door anonieme en onbetrouwbare afzenders worden rondgestrooid. Consumenten zijn mondig en handig genoeg om informatie op waarde te beoordelen."

Meer informatie over de actie van Tros Radar is te lezen op de [website Medical Facts](#).

Bijlage 8 Persbericht Consumentenbond, 31 augustus 2009

31 augustus 2009

Teken petitie tegen dubieuze medicijnreclame

Consumentenbond eist verbod op omzeilen reclameregels

De Consumentenbond start een petitie om reclames waarin de aandacht wordt gevestigd op bijvoorbeeld schimmelnagels aan banden te leggen. De petitie is een ultieme poging om minister Klink (Volksgezondheid) en de Tweede Kamer ervan te overtuigen dat er een verbod moet komen op deze zogeheten 'symptoomreclames'. Aanleiding voor de actie is de uitzending van TROS Radar van maandag 31 augustus. Radar toont daarin aan dat farmaceutische bedrijven het verbod op reclame voor medicijnen op een dubieuze manier omzeilen. Consumenten kunnen de petitie tekenen op http://www.consumentenbond.nl/actueel/persberichten/perbericht_en_2009/petitie_symptoomreclame11#.

De Consumentenbond pleit voor een verbod omdat symptoomreclame leidt tot onnodige medicalisering. Door de commercials op radio, tv en internet gaan mensen massaal met onschuldige problemen naar de dokter. Dat kost de medische wereld en de maatschappij als geheel veel geld en tijd. Die tijd kan beter besteed worden aan patiënten met acute problemen of aandoeningen.



Voor Consumentenbond-directeur Bart Combée is de maat vol. 'Een bezoek aan de dokter is lang niet altijd nodig. En als je écht last hebt van die schimmelnagel of van een overactieve blaas, dan ga je toch wel naar de huisarts. TV-commercials of andere vormen van reclame hebben daarin nul toegevoegde waarde. TROS Radar heeft met het zelfverzonnen middel tegen winderigheid het marketing-mechanisme achter de symptoomreclames heel duidelijk blootgelegd. Besef dat het farmaceuten alleen te doen is om meer geld. Het is puur reclame, geen voorlichting. Ook is het vaak volstrekt onduidelijk wie de afzender is van zo'n reclame. Op zich logisch want het noemen van de bedrijfsnaam is niet toegestaan, maar zo wordt wel de indruk gewekt dat het om objectieve informatie gaat. En dat is niet het geval. Deze kwestie speelt al jaren, maar Den Haag en Brussel grijpen niet in. Er is sprake van een maas in de wet, die nu snel gedicht moet worden. We rekenen er daarom op dat veel mensen onze petitie tekenen en dat we hiermee de politiek wakker schudden', stelt Combée.

Reclame voor receptgeneesmiddelen is in Nederland bij wet verboden, maar symptoomreclame is een truc om dat verbod te omzeilen. Bedrijven noemen dan niet de naam van het middel, maar zeggen dat je met een bepaalde – vaak onschuldige – 'kwaal' naar de huisarts moet. Ondertussen hebben de bedrijven de huisartsen dan al bestookt met brieven en brochures over hun medicijn.