

# Nieuwsbronnen en de kwaliteit van de journalistiek

Een verkennende analyse van binnenlandse nieuwsonderwerpen  
in vier Nederlandse dagbladen

Dr. Ellen Hijmans  
Drs. Kees Buijs  
Drs. Pytrik Schafraad

m.m.v.  
Anne Marie Frye, MSc  
Serena Daalmans, MSc  
Daphne Ten Haaf, MSc

Sectie Communicatiewetenschap  
e.hijmans@maw.ru.nl

Februari 2009

Rapport in opdracht van KIM, forum voor reflectie op journalistiek  
Met subsidie van het Stimuleringsfonds voor de Pers  
en de medewerking van de redactie van de Gelderlander en Wegener Nieuwsmedia in Nijmegen

Radboud Universiteit Nijmegen



## Inleiding en samenvatting

In dit rapport presenteren we de resultaten van een verkennend onderzoek naar de journalistieke omgang met bronnen in de binnenlandberichtgeving van vier Nederlandse kranten. Onze aandachtspunten liggen bij de transparantie van nieuwsbronnen en de rol van voorbereekte informatie, afkomstig van institutionele bronnen als persbureaus en PR afdelingen, ten opzichte van het eigen werk van redacties.

De resultaten van dit onderzoek dienen in de eerste plaats om een vergelijking mogelijk te maken met onderzoek dat Justin Lewis met zijn team in 2006 uitvoerde aan de universiteit van Cardiff. Dat onderzoek vormde de opmerkelijke empirische basis voor het bijzonder kritische en spraakmakende boek *Flat Earth News* van Nick Davies uit 2008, waarin hij de alarmbel luidt over de toestand van de Engelse kwaliteitspers: 70 % van het binnenlands nieuws is geheel of gedeeltelijk gebaseerd op het recyclen van voorverpakte informatie.

Is het inderdaad zo als Nick Davies voor de Britse kwaliteitspers stelt, dat journalisten voorverpakte informatie zonder meer recyclen, en er dus hooguit sprake is van het betere knip- en plakwerk? Ook in Nederland klinken sombere geluiden over de staat van de journalistiek. Journalisten nemen door tijdsdruk en onderbezetting meer dan eens integraal persberichten over (Prenger en Van Vree, 2004). Overheden en andere leveranciers van persinformatie spelen in op de toegenomen productiedruk en onderbezetting door nieuwsredacties te voorzien van op hun media toegesneden kant-en-klare berichten, illustratiemateriaal, videoproducties etc. (Buijs, 2008: 95-96). In zijn jongste mediamonitor constateert het Commissariaat voor de Media dat een steeds groter deel van het nieuwsaanbod bestaat uit onbewerkt doorgegeven berichten van persbureaus, ondernemingen en andere belangenpartijen. De trend tot versnelling en verkorting van het nieuws kan leiden tot verschraving van de nieuwsvoorziening (Commissariaat voor de Media, 2008:10).

Studenten aan de Hogescholen voor Journalistiek hielden zich recent bezig met onderzoek naar de journalistieke praktijk van het checken van feiten. In veel gevallen zijn journalisten daar helemaal niet mee bezig. Ze gaan ervan uit dat persbureaus, deskundigen of voorlichters die ze kennen, wel voor de juistheid van de berichtgeving zullen instaan, zo blijkt. Wat iemand beweert, laten journalisten simpelweg voor diens rekening; of de bewering zelf klopt, wordt niet of hooguit vluchtig door hen gecontroleerd (Diekerhof, 2008). Een bevinding die past in de trend die de Amerikanen Kovach en Rosenstiel eerder omschreven als 'a new journalism of assertion, which is overwhelming the old journalism of verification' (2001: 46).

In januari 2009 was Nick Davies hoofdspreker op het jaarlijkse KIMcollege, en de eerste resultaten van dit onderzoek dienden als achtergrond bij zijn lezing. Om bovenstaande vermoedens te kunnen staven hebben wij in korte tijd een deel van het Engelse onderzoek gerepliceerd. Dat betekent dat het focus en een aantal keuzes vast lag: zo is gedurende twee weken het binnenlandse nieuws in vier kranten (de Volkskrant, NRC, AD en de Gelderlander) systematisch onderzocht. Anders dan in het Engelse onderzoek hebben wij voor een breder spectrum gekozen dan kwaliteitskranten alleen, en dit levert ook een genuanceerd beeld op. Kranten verschillen onderling nogal, en dat lijkt een kwestie van redactioneel beleid, (on)mogelijkheden en ambities. Daarnaast hebben wij een onderscheid gemaakt tussen lange en korte berichten, en ook dat levert een gedifferentieerd beeld op wat het gebruik van voorbereekte informatie betreft, voorzover dat was na te gaan met behulp van inhoudsanalyse van de berichtgeving. Inhoudsanalyse levert geen zicht op de journalistieke praktijk.

Een belangrijk verschil met het Britse onderzoek is het gegeven dat wij slechts voor een deel van de 1054 geanalyseerde berichten hebben kunnen nagaan wat feitelijke rol is van voorverpakte informatie. In een casestudy van 132 berichten hebben we via een vergelijking met bronnenmateriaal kunnen vaststellen wat het relatieve gewicht is van voorbereekte informatie ten opzichte van de eigen nieuwsgaring. Hoewel dit een beperking is van ons onderzoek, is het juist dit deel van het onderzoek dat een vergelijking met het Engelse complement mogelijk maakt.

Uit de inhoudsanalyse van de berichten blijkt dat 32% van de berichten geheel of gedeeltelijk bestaat uit (sporen van) voorbereekte informatie, uit de casestudies komt een indicatief aantal van 52% naar voren. Het verschil kan mogelijk deels verklaard worden door de gebrekkige brontransparantie die wij bij sommige kranten constateerden (41% van alle berichten is anoniem).

Indicatief of niet, de uitkomsten zijn minder dramatisch dan in Engeland. Bovendien zijn zij genuanceerder, we mogen niet alle kranten zonder meer over een kam scheren. Niettemin menen wij dat de situatie, zoals wij die gezien hebben bij de binnenlandse berichtgeving, enigszins zorgelijk is. De vatbaarheid voor informatie afkomstig van wat Davies de pr-industrie noemt, is een reële bedreiging van de betrouwbaarheid, de transparantie en de eigenheid van kranten en daarmee van de journalistieke waarde van onafhankelijkheid.

Dit rapport wil bijdragen aan de discussie over journalistieke kwaliteit door de presentatie van cijfermateriaal en de uitkomsten van kwalitatieve casestudies, die gezamenlijk een eerste licht werpen op de stand van zaken in Nederland. Wij menen dat we met dit eerste onderzoek slechts een tipje van de sluier hebben opgelicht. De werkelijke rol en omvang van de informatie van derden lijkt veel weg te hebben van een ijsberg, het grootste gedeelte is nog onzichtbaar. Een grootschalig systematisch onderzoek zou meer noodzakelijk reliëf kunnen aanbrengen in de situatieschets zoals die nu voorligt.

## Het onderzoek

Met behulp van een verkennend onderzoek is de Nederlandse situatie in grote lijnen in kaart gebracht. Wij hebben ons geconcentreerd op het omgaan met nieuwsbronnen in de binnenlandse berichtgeving van vier Nederlandse kranten. Gegeven de korte tijd en de beperkte menskracht die ter beschikking stond, hebben wij de tekst van de berichtgeving geanalyseerd op het gebruik en de transparantie van nieuwsbronnen. Daarnaast hebben wij een casestudy uitgevoerd op een beperkt aantal onderwerpen waarin we de weg terug zijn gegaan van de berichten in de verschillende kranten tot aan de oorspronkelijke pers- en pr-berichten om te bezien wat het relatieve gewicht is van de voorbereekte informatie ten opzichte van het eigen werk dat de verschillende redacties al dan niet aan het onderwerp hebben gewijd.

## De onderzoeksvraag

Op welke wijze maken Nederlandse kwaliteitskranten in hun binnenlandberichtgeving hun bronnen bekend en in welke mate maken zij gebruik van voorverpakt nieuws: persbureaus, andere media en pr-materiaal?

Om de vraag te beantwoorden formuleerden we de volgende subvragen met betrekking tot kenmerken van de berichtgeving:

1. Is de herkomst/maker van een binnenlandbericht te identificeren?
2. Zijn de bron(nen) voor de berichtgeving te identificeren?
3. In hoeverre is de berichtgeving te herleiden tot voorverpakte informatie, en in hoeverre geeft zij blijk van eigen nieuwsgaring, duiding en onderzoek?
4. Hoe kunnen we het eigen journalistieke werk typeren?
5. Tekenen zich in de journalistieke praktijk patronen af die de berichtgeving vatbaar(der) maken voor pr-materiaal en pr-boodschappen?

## Theoretische achtergrond

Onderzoek naar bronnengebruik en brontransparantie oriënteert zich op een breed concept van kwaliteit van de journalistiek. Duidelijkheid geven aan lezers over de bronnen hangt samen met verantwoording en de geloofwaardigheid van een krant. Dat laatste is volgens Rennen (2000) deel van de identiteit van een krant en een van de pijlers van kwaliteit. Bronnen vormen de grondslag van alle berichtgeving en zijn een onvervreemdbaar onderdeel van de totstandkoming van de journalistieke media-inhoud. Rennen beschouwt de verschillende soorten bronnen als actieve rolspelers in het transactieproces tussen bron en journalist, zij leveren een actieve bijdrage aan het journalistieke proces, dat wezenlijk een coproductie is van journalist en de verschillende groepen bronnen. Daarmee komen we op de gedachte die Rennen formuleerde, dat de kwaliteit van de krant ook een kwestie is van de kwaliteit van de bronnen (Rennen, 2000: 305).

De afhankelijkheid van de journalist van bronnen is een alom erkend feit en wordt vaak in termen van Gans als dansmetafoor voorgesteld (Gans, 1980). Russ-Mohl hanteert een economisch model waarin nieuws wordt opgevat als een product dat op verschillende markten wordt verhandeld. Op een van de deelmarkten verhandelen pr-experts en bronnen hun informatie met journalisten in ruil voor publieke aandacht. Van deze ruilhandel denken beide partijen te kunnen profiteren (Russ-Mohl, 2006: 191-195). Toch bestaat er nauwelijks theorie waarin die afhankelijkheid wordt geproblematiseerd. In het huidige tijdsgewricht waarin de druk op de journalistiek vanwege technologische vernieuwingen en marktwerking alleen maar toeneemt, is dit een urgente en tot nu toe vooral empirische kwestie. Lewis c.s. (2008a; 2008b) benaderen dit probleem vanuit de invalshoek van de politieke economie. Zij baseren zich op Gandy's kritische notie van de 'information subsidy', waarmee informatiespecialisten (met name pr-functionarissen) nieuwsorganisaties 'ondersteunen' en voorzien van kosteloze kant en klare informatiepakketjes, bestemd voor het grote publiek. Op deze wijze compromitteert de zucht naar winstmaximalisatie de onafhankelijkheid van de pers, aldus Lewis et al. (2008a: 2). Vanuit een communicatiewetenschappelijk perspectief bezien oppert Rennen dat de bron-georiënteerde benadering van de journalistiek past in de evolutie van het Agenda Setting-denken. De media-agenda wordt inmiddels niet meer als onafhankelijke variabele beschouwd, als een proces waarin journalisten en media de dienst uitmaken, maar juist als een afhankelijke variabele. Dat wil zeggen dat het onderzoek zich richt op de totstandkoming van de media-agenda. De media-agenda maakt deel uit van de complexe processen waarin publieksagenda, media-agenda en beleidsagenda's zich in wisselwerking met elkaar ontwikkelen; het geheel is te beschouwen als een co-productie van journalisten en groepen bronnen (Rennen, 2000: 310). Wij sluiten met ons onderzoek aan bij wat Rennen voor de Nederlandse situatie heeft onderzocht met materiaal uit 1996. Wij repliceren een deel van zijn onderzoek voor de huidige situatie in 2008 en geven tevens een eerste indruk van de journalistieke omgang met voorbereide informatie van derden, dat wil zeggen van pr-en persbureau's.

## Methoden van onderzoek en steekproef

Wij hebben onze verkenning langs twee sporen uitgevoerd. Enerzijds een systematische kwantitatieve inhoudsanalyse (Wester, 2006) van twee weken binnenlandse berichtgeving van vier Nederlandse kranten (in oktober en november 2008). Te weten: twee landelijke dagbladen, Het Algemeen Dagblad en de Volkskrant en een middag/avondblad, NRC Handelsblad, daarnaast een regionale krant: De Gelderlander. Het bijzondere van deze krant is dat zij geen eigen binnenlandredactie heeft. In dit onderzoek hebben we als maatstaf voor het eigen werk van de Gelderlander dat van de Wegenerredactie genomen.<sup>1</sup>

De keuze voor twee weken binnenlands nieuws hangt samen met de vergelijkbaarheid met het Engelse onderzoek.

Vanwege diezelfde vergelijkbaarheid is ook geprobeerd om achter die nieuwsberichten in de krant te kijken via een tweede spoor van een vergelijkende kwalitatieve casestudy (Yin, 2003). Deze bevatte veertien onderwerpen, bestaande uit 132 berichten, die gedurende de twee onderzoeksweken in het nieuws waren, waarin we het bronnengebruik zo volledig mogelijk hebben gereconstrueerd. Op deze wijze hebben wij de werkwijze van het Engelse onderzoek benaderd om antwoord te kunnen geven op de vraag welke rol voorverpakte informatie speelt in de berichtgeving en wat de aard is van diverse vormen van eigen werk van de redacties. Wij hebben uitsluitend een vergelijking gemaakt van persberichten met de gepubliceerde krantenberichten en we zijn niet achteraf in gesprek gegaan met journalisten zelf, al spelen de contacten in het veld tijdens de veldwerkfase wel een informatieve rol.

In enkele gevallen raadpleegden we tevens de webedities van de onderzochte kranten. Om de artikelen te kunnen vergelijken met de berichtgeving van persbureau ANP en de persdienst voor regionale dagbladen GPD kopieerden we de artikelen en takes van de persbureaus over de geselecteerde onderwerpen uit dezelfde productietijd als die van de aangesloten dagbladredacties.

---

<sup>1</sup> Vrijwel al het binnenlandnieuws wordt aangeleverd door de centrale redactie van Wegener Nieuwsmedia, die in haar eindredactiewerk voor de aangesloten dagbladen sterk is aangewezen op de productie van persdienst GPD. De Wegenerredactie heeft wel mogelijkheden de GPD-productie te verrijken met bijvoorbeeld aanvullend cijfermateriaal, een historisch overzicht of een reportage. Dagelijks produceert zij achtergrondartikelen en features over actuele onderwerpen. Maar de capaciteit voor eigen binnenlandse nieuwsgaring – waarop ons onderzoek is gericht – is zeer beperkt.

Bij gebrek aan informatie met betrekking tot de operationalisaties van Lewis c.s. in een meetinstrument en codeboek, hebben wij de inhoudsanalyse deels gebaseerd op het meetinstrument van Rennen (2000) en een benadering van de werkwijze van Lewis et al. (2006), voorzover te reconstrueren uit het rapport. Twee codeurs hebben de inhoudsanalyse uitgevoerd, na test en bijstelling van het meetinstrument op een steekproef van 1054 berichten. 152 berichten (14,4%) werden dubbel gecodeerd ten bate van een intercodeurbetrouwbaarheidsstoets, die dient om de uitkomsten te controleren voor stabiliteit, overeenstemming en accuraatheid (Wester, 2006: 25). Voor alle gerapporteerde variabelen werd een tweetal betrouwbaarheidsmaten berekend. Ten eerste het percentage overeenkomsten en als tweede maat *Kappa*. Daar beide maten hun nadelen hebben (Neuendorf, 2002) kozen we niet voor één maar voor beide maten om door middel van weging voor hun onvolkomenheden te controleren. Voor alle variabelen vonden we waarden van voldoende ( $K > .67$ ;  $> 80\%$ ) tot zeer hoge betrouwbaarheid ( $K > .90$ ;  $> 95\%$ )<sup>2</sup>. De gerapporteerde resultaten van de inhoudsanalyse kunnen dus als betrouwbaar beschouwd worden.

Het kwalitatieve veldwerk is grotendeels uitgevoerd door twee onderzoekers, waarvan er een zich toelegde op de verslaglegging met behulp van een leidraad om de systematiek van de waarnemingen te garanderen (zie bijlage 2), de andere onderzoeker heeft de vergelijkende analyse uitgevoerd.

## Analyseresultaten

### I Het kwantitatieve deel

In dit kwantitatieve deel richten we ons op de beantwoording van de eerste twee deelvragen en een verkenning op het terrein van de derde deelvraag, voorzover zij uit een inhoudsanalyse van de berichten zijn op te maken. Achtereenvolgens behandelen we de herkomst van de berichten, het inzicht dat de berichten bieden in de bronnen die eraan ten grondslag liggen en ten slotte de mate waarin uit de manifeste kenmerken van de individuele berichten valt op te maken dat er al dan niet gebruik is gemaakt van voorverpakt nieuws.

Het corpus van 1054 berichten was als volgt verdeeld over de drie kranten en de 4 typen berichten (allen binnenlands nieuws) die we hebben onderscheiden. Ruim een derde van alle berichtgeving is kort nieuws, dat wil zeggen berichten met minder dan 150 woorden. Ongeveer 57% van de berichten is langer dan 150 woorden, al dan niet met foto. 7% van de berichtgeving betreft fotoberichten. De twee 'kwaliteitskranten' publiceerden beduidend minder binnenlandse berichten dan AD en Gelderlander. De Volkskrant heeft het grootste aandeel lange berichten, De Gelderlander het kleinst. De Volkskrant en het AD produceerden veel meer lange berichten met foto dan De Gelderlander en NRC Handelsblad. Fotoberichten met enkel een onderschrift komen meer voor in de tabloid formaat kranten Algemeen Dagblad en De Gelderlander.

**Tabel 1: Type bericht per krant**

%	AD	GLD	NRC	dVK	Totaal
<i>N</i>	369	292	206	187	1051
Fotobericht	9	10	4	5	7
Kort nieuws	37	41	38	18	35
Lang bericht zonder foto	28	35	41	51	36
Lang bericht met foto	26	14	17	26	21
Totaal	100	100	100	100	100

#### 1. Herkomst van de berichten

Doorgaans bestaan krantenberichten uit een kop, *credit line*, tekst en eventueel beeld. In de credit line wordt vermeld wie de auteur/producent van het bericht is. Verschillende kranten gebruiken daar verschillende *formats* voor; alleen een functie ('van onze verslaggever'), alleen een naam, of een combinatie ('door onze redacteur Joost Oranje'). In het geval het een van een persbureau overgenomen

<sup>2</sup> Zie de bijlage voor een overzicht van de resultaten van de betrouwbaarheidsanalyse.

bericht is, wordt dit vaak in de *credit line* of onderaan het bericht vermeld. Deze herkomst indicatie van berichten geeft een eerste inzicht in de mate waarin kranten inzichtelijk maken waar hun berichtgeving vandaan komt, of op gebaseerd is.

Ten eerste valt op dat in maar liefst 41% van de berichtgeving de *credit line* leeg blijft en er dus geen enkel inzicht is in de herkomst van het bericht. Iets minder dan de helft van de berichtgeving komt volgens de *credit line* van medewerkers van de krant zelf, in 39% van de gevallen met vermelding van naam en in 9% zonder vermelding van naam. 11% van alle berichtgeving vermeldt dat ze afkomstig is van het ANP of een andere persdienst.

Bij lezing van Tabel 2 valt ook op dat er grote verschillen zijn tussen de kranten, in ieder geval in de *manier* waarop ze de herkomst weergeven. Zo valt op dat 77% van de berichten in De Gelderlander geen auteur vermeldt, in NRC is dit slechts 5%, maar daar treedt een anonieme medewerker op, aldus de *credit line*. De Volkskrant lijkt het meeste inzicht te verschaffen, van 79% van haar berichtgeving wordt precies aangegeven waar zij vandaan komt, eigen medewerkers (66%), of persbureau (13%).

**Tabel 2: Herkomst van de berichten per krant**

%	AD	GLD	NRC	dVK	Totaal
<b>N</b>	<b>369</b>	<b>292</b>	<b>206</b>	<b>187</b>	<b>1054</b>
Geen identiteit weergegeven	43	77	5	18	41
Journalist van krant zonder naam	1	2	41	3	9
Journalist van krant bij naam genoemd	41	20	36	66	39
Persbureau	14	1	18	13	11
Totaal	100	100	100	100	100

Vanuit de veronderstelling dat vooral korte berichten vaak persberichten zijn, kunnen we nogmaals de herkomst van berichten bekijken, verdeeld naar lange en korte berichten, om te zien of het inderdaad vooral de korte berichten zijn waarvan de herkomst onduidelijk is. Als dat zo is, verhoogt dat de waarschijnlijkheid dat een onduidelijke herkomst duidt op gebruikmaking van voorverpakte informatie. In tabel 3 zien we dat in de lange berichten (> 150 woorden) het percentage berichten met een bij naam genoemde journalist met 24% stijgt ten opzichte van het totale corpus en alle categorieën die duiden op onduidelijkheid, of voorverpaktheid sterk afnemen. Slechts 2% van de lange berichten is afkomstig van een persbureau. Bij de korte berichten gebeurt het tegenovergestelde. Daar treffen we nu 57% berichten zonder identiteit en 26% persberichten.

Wanneer we naar de verschillen tussen kranten kijken, lijkt het met name bij de korte berichten ook een kwestie van beleid te zijn hoe de herkomst wordt geduid. In NRC wordt de *credit line* nooit leeg gelaten, maar is de naam van de auteur vaak onbekend. In De Gelderlander zijn bijna alle korte berichten zonder identiteit van een auteur. Gebruikmaking van persberichten wordt nooit als zodanig weergegeven. NRC en de Volkskrant lijken dat consequenter, of in elk geval vaker te doen.

**Tabel 3: Herkomst van korte en lange berichten per krant.**

% <b>N</b>	Korte berichten					Lange berichten (met/zonder foto)				
	AD	GLD	NR	dV	Totaal	AD	GLD	NRC	dVK	Totaal
	13									
	7	121	78	34	370	197	143	119	144	603
Geen identiteit weergegeven	62	95	0	35	57	23	59	3	11	25
Journalist van krant zonder naam	1	5	40	3	11	0	1	44	3	9
Journalist van krant bij naam genoemd	8	0	13	0	6	71	41	53	84	63
Persbureau	29	0	47	62	26	4	0	0	2	2
	10									
Totaal	0	100	100	100	100	100	100	100	100	100

## 2. Sporen van voorverpakte informatie

Een tweede stap in de analyse betreft de mate waarin in de berichten zelf inzicht wordt gegeven in bronnen en herkomst van de informatie. Daartoe volgden we de aanpak van Lewis et al. (2006) en richtten onze blik in eerste instantie op verwijzingen naar persbureau materiaal, materiaal van andere media (bij voorbeeld een andere krant, of nieuwsprogramma op televisie) of materiaal afkomstig van derden, ofwel belanghebbenden (overheden, politieke partijen, bedrijven en andere maatschappelijke organisaties). Deze laatste categorie is wat Lewis et al. (2006, 2008a) en Davies (2008) "PR" noemen. We zochten naar verwijzingen in de berichten waaruit bleek dat het bericht ten minste deels bestond uit informatie of zelf letterlijke tekst afkomstig van deze drie categorieën 'aangevers' van voorverpakt nieuws.

Tabel 4 laat zien dat in 10% van de berichten sporen van materiaal afkomstig van persbureaus zijn aangetroffen. In ongeveer evenveel berichten troffen we sporen van materiaal van andere media aan. Sporen van "PR" werden nauwelijks aangetroffen in de Nederlandse kranten, wat niet wil zeggen dat dit materiaal niet is gebruikt.

Opvallend is dat we in de ene krant heel andere sporen aantreffen dan in de andere. In het Algemeen Dagblad en De Gelderlander voornamelijk van persbureau materiaal en in NRC Handelsblad en vooral in de Volkskrant van andere media.

**Tabel 4: Aangevers van voorverpakte informatie\***

%	AD	GLD	NRC	dVK	Totaal
<b>N</b>	<b>369</b>	<b>291</b>	<b>206</b>	<b>187</b>	<b>1053</b>
Persbureau genoemd	13	14	2	9	10
Ander media genoemd	10	8	13	21	12
Persbericht derden	3	0	3	1	2

\* dit is een samengestelde tabel en telt daarom niet op tot 100%

Ook hier deden we dezelfde analyse apart voor korte en lange berichten. Dan blijkt dat in korte berichten praktisch nooit wordt verwezen naar persberichten, maar nog wel naar andere media en in twee kranten ook naar persberichten van derden. In lange berichten treffen we, niet geheel onverwacht, meer verwijzingen aan.

**Tabel 5: Aangevers van voorverpakte informatie voor korte en lange berichten\***

% <b>N</b>	Korte berichten					Lange berichten (met/zonder foto)				
	AD	GLD	NRC	dVK	Totaal	AD	GLD	NRC	dVK	Totaal
	137	121	78	34	370	196	143	119	144	602
Persbureau genoemd	0	0	1	0	0	14	18	2	10	12
Andere media genoemd	7	9	10	15	9	13	6	15	22	14
Persbericht derden	4	0	3	0	2	3	1	3	1	2

\* dit is een samengestelde tabel en telt daarom niet op tot 100%

Wellicht informatiever is het, in het licht van de onderzoeksvragen, om de twee verschillende indicaties voor voorverpakte informatie samen te voegen. Aan de ene kant zijn er immers de als persbureau kopij (persberichten) geïdentificeerde berichten (11% van het totaal) en ten tweede weten we nu in welke berichten sporen van voorverpakte informatie zijn gevonden. De gegevens in tabel 6 zijn daarom een integratie van deze twee indicatoren. Daartoe berekenden we in welk deel van de berichten die niet al waren geïdentificeerd als persbureau kopij, of er sporen van een of meer van de drie onderscheiden aangevers te vinden waren.

In de tabel zien we dan dat in 221 niet-persbureau-berichten, ofwel 21% van het corpus, sporen van voorverpakte informatie bevatten van enigerlei soort. Daarbovenop is 11% van alle berichten al geïdentificeerd als persbericht en dus ook voorverpakte informatie. Dat betekent dat we van 32% van alle

berichtgeving kunnen zeggen dat ze deels of helemaal uit voorverpakte informatie bestaan, voor zover op te maken uit de berichten zelf.

We zien dat er tussen de kranten weinig verschillen zijn, uitgezonderd NRC Handelsblad dat verhoudingsgewijs het minst sporen van voorverpakt nieuws bevat, en de Gelderlander waarin het aandeel persberichten extreem laag is, hoogstwaarschijnlijk omdat het geven van informatie over de herkomst van persberichten niet tot het redactionele beleid van de Wegener-dagbladen behoort.

**Tabel 6: Het aandeel voorverpakt nieuws en sporen van voorverpakte informatie\***

% N	AD	GLD	NRC	dVK	Totaal
	369	292	206	187	1054
Persbericht	14	1	18	13	11
Sporen van voorverpakte informatie	21	22	16	25	21
Anders	65	67	66	62	68
Totaal	100	100	100	100	100

\* de verschillen tussen de kranten voor sporen van voorverpakt nieuws zijn niet significant

Resumerend zien we dat ruwweg een derde van alle berichten manifeste aanwijzingen voor voorverpakte informatie bevat. Daarin verschillen de vier kranten nauwelijks. Zij verschillen wel in hoe zij de herkomst van de berichten aangeven en in het type voorverpakte informatie dat herkenbaar is. Het hoge percentage anonieme berichten (zonder identificatie in de *credit line*) wekt de stellige indruk dat het op deze wijze getraceerde aandeel van voorverpakte informatie in de binnenlandse berichtgeving van deze vier kranten een onderschatting is van het werkelijke aandeel voorverpakte informatie.

## II Het kwalitatieve deel

Om beter antwoord te kunnen geven op de vraag naar de rol van voorverpakte informatie in de binnenlandse berichtgeving hebben wij op een deel van de berichten (132) een handmatige vergelijking uitgevoerd met voorbereide informatie van persbureaus, websites e.d.

We richtten de analyse op het vaststellen van de herkomst van de berichtgeving en de verhouding tussen het aandeel voorbereide informatie en eigen werk, zoals eigen nieuwsgaring, duiding en onderzoek. Vervolgens is het eigen werk getypeerd en zijn de door ons gevonden patronen in de journalistieke praktijk benoemd<sup>3</sup>.

### 1 Onduidelijke herkomst

De herkomst van berichten in de onderzochte dagbladen is vaak onduidelijk. Redacties nemen regelmatig nieuws uit andere media over, maar lang niet altijd met bronvermelding.<sup>4</sup> Berichten die geheel van het ANP afkomstig zijn, krijgen in drie van de vier dagbladen geen bronvermelding. Persdienst GPD wordt als bron zelden of nooit vermeld. Berichten die deels uit persbureaukopij en deels uit eigen nieuwsgaring bestaat, worden doorgaans gepresenteerd als nieuws van de eigen binnenlandredactie of van de eigen verslaggever(s).

Door berichten te vergelijken met de ANP- en GPD-kopij en, via internet, het eventuele pr-materiaal konden we vaststellen dat de dagbladredacties pr-materiaal zelden rechtstreeks als bron voor hun berichtgeving gebruiken. Als pr-materiaal wordt gebruikt, loopt het meestal via een ANP -bericht de krantenkolommen in.

<sup>3</sup> Zie bijlage 2

<sup>4</sup> Na uitspraken van minister Rouvoet over de seksuele moraal van jongeren, in een interview met het AD van 10 november 2008, plaatste NRC Handelsblad van dezelfde dag een ANP -bericht waarin beide bronnen – AD en ANP – waren vermeld. De Gelderlander plaatste op 11 november een bekort ANP -bericht zonder bronvermelding en zonder verwijzing naar het AD-interview. Op zijn beurt bracht het AD op 23 oktober follow-ups van de Fortis-bonussen (eigen onderzoek dat de Volkskrant een dag eerder publiceerde) en de groene stroom (eigen onderzoek van NRC Handelsblad, eveneens van een dag eerder) zonder naar deze kranten als bron te verwijzen. In eigen berichten over groene stroom verwezen de Volkskrant en de Gelderlander op 23 oktober evenmin naar de bron NRC Handelsblad. Omgekeerd verwees NRC Handelsblad van 23 oktober in een eigen artikel over de Fortis-bonussen evenmin naar de bron de Volkskrant.



In onze cases hebben we berichtgeving als geheel of gedeeltelijk eigen nieuws bestempeld wanneer er citaten of andere informatie in voorkwamen die *niet* in de voorverpakte berichtgeving van persbureaus e.d. stonden. Evenals het Britse onderzoek moet het onze op dit punt volstaan met een zekere mate van (on)waarschijnlijkheid. Maar anders dan Lewis c.s. gaan we er niet zonder meer van uit dat ANP-kopij is gebruikt *omdat* het beschikbaar was.

## 2 Voorverpakte informatie versus eigen werk

Voor het bepalen van het aandeel voorverpaktheid c.q. eigen werk zijn 132 artikelen en berichten, verdeeld over 14 cases, op inhoud geanalyseerd en vergeleken met relevant persbureau- en pr-materiaal. Het resultaat is weergegeven in tabel 7.

**Tabel 7: Aandeel eigen verslaggeving redacties**

Cases	Totaal aantal artikelen	Geheel eigen Verslaggeving	Persbureaus e.d. ≤ 50%	Persbureaus e.d. > 50%	Geheel persbureau productie	Bron
1 Staatssteun ING	10	3	4		3	
2 Rookverbod cafés	8	2			6	6
3 Bonaire: Marlies	5		1	2	2	
4 Trek naar platteland	4	1	1		2	2
5 Aboutaleb/ Leefbaar R'dam	6	2	3	1		
6 Fortis-bonussen	6	2	2	1	1	
7 Groene stroom	5	2	1	1	1	
8 Coffeeshop-beleid	21	13	3	1	4	
9 Seks Moraal jongeren	7	5			2	
10 Huiselijk geweld	4		1	2	1	4
11 Agressie tegen agenten	15	9	4		2	1
12 Sjoemelende islamscholen	4		2	1	1	1
13 Aftreden Vogelaar	31	22		1	8	
14 Ziekenhuizen/ patiëntendossiers	6	2	3	1		
TOTAAL	132 (100%)	63 (48 %)	25 (19 %)	11 (8 %)	33 (25 %)	14
		88 (67%)		44 (33%)		

*Toelichting bij tabel 7:*

*In de laatste kolom staat onder Bron het aantal artikelen dat is gebaseerd op persbureaus terwijl de broninformatie – m.n. in de vorm van publicaties op internet – voor de redacties beschikbaar was.*

*In de onderste rij zijn de kolommen 2 en 3 opgeteld, evenals de kolommen 4 en 5.*

De meest in het oog springende getallenreeks staat op de onderste rij: het aandeel artikelen dat geheel of grotendeels is gebaseerd op eigen verslaggeving, blijkt tweemaal zo groot als het aantal artikelen dat geheel of grotendeels is gebaseerd op persbureau- en andere voorverpakte informatie.

Dit resultaat ziet er op het eerste gezicht verheugend uit voor de Nederlandse dagbladjournalistiek. Toch zegt het weinig over hoeveelheid en aard van het eigen werk in de totale binnenlandproductie. De geselecteerde cases zijn voor het merendeel grotere nieuwsonderwerpen – zoals de staatssteun aan ING, het sluiten of reguleren van coffeeshops en het aftreden van minister Vogelaar – waarop redacties in veel gevallen hun eigen verslaggeverij hebben gezet. Een vergelijking met het percentage voorverpakt binnenlandnieuws in Britse kranten (geheel/gedeeltelijk voorverpakt bij elkaar opgeteld 70% tegen Nederlandse kranten 52%) levert wel een indicatie op die in grootschaliger onderzoek dan het onze kan worden getoetst.

Tussen de mate van voorverpaktheid van de binnenlandberichterij in de Gelderlander en die van de drie andere dagbladen zit een groot verschil, dat in de tabel niet zichtbaar is. Van de onderzochte berichterij in de Gelderlander bestaat 68 % geheel en 16 % voor een deel uit ANP- en GPD-productie. 16 % van de berichten is gebaseerd op eigen werk. Dit betekent dat 84% van de berichterij van deze krant geheel of gedeeltelijk is gebaseerd op materiaal van derden.

### 3. Typering eigen werk

Bij de typering van het eigen werk van redacties valt allereerst de verscheidenheid aan onderwerpkeuzes op. Voorkeuren en afwegingen hangen samen met wat de redactie ziet als belangrijke onderwerpen voor haar krant en met wat de redactie veronderstelt aan verwachtingen en wensen bij haar lezers. Zo verrichtten AD en de Volkskrant veel eigen journalistiek werk rond de voordracht van Aboutaleb als burgemeester van Rotterdam; die stad is de thuisbasis van het AD, terwijl de Volkskrant centrum-links Nederland bedient. Financiën en economie leverden onderwerpen op voor uitgebreide eigen berichterij in NRC Handelsblad en de Volkskrant, en de Wegenerredactie stak voor haar regionale dagbladen eigen werk in een rapport over de trek naar het platteland.

In de geselecteerde artikelen waaruit bleek dat ze geheel of gedeeltelijk eigen werk van redacties bevatten, zijn we verder nagegaan waaruit het eigen journalistieke werk bestaat. Het resultaat staat in tabel 8.

**Tabel 8: Typering eigen werk redacties**

Cases	Zelf harde nieuwsfeiten vergaard	Context toegevoegd	Reacties, meningen toegevoegd	Duiding en analyse toegevoegd	Kritische evaluatie toegevoegd	Reportages, substantiële interviews
1 Staatssteun ING	4	4	2	2		
2 Rookverbod cafés	3	3	2	1	1	1
3 Bonaire: Marlies	1	2	2			1
4 Trek naar platteland		2	2			
5 Aboutaleb/ Leefbaar R'dam	5		3			2
6 Fortis-bonussen	1	2	2			
7 Groene stroom	3	3	3		2	
8 Coffeeshop-beleid	5	9	13	2	2	2
9 Seksmoraal jongeren	3	2	5	1	1	
10 Huiselijk geweld	1	2	2			
11 Agressie tegen agenten	5	9	7	3	1	2
12 Sjoemelende islamscholen		3	3			1
13 Aftreden Vogelaar	6	16	12	6	2	1
14 Ziekenhuizen/ patiëntendossiers	1	4	3	2		1
TOTAAL 198 (100%)	38 (19 %)	61 (31 %)	61 (31 %)	17 (9 %)	9 (5 %)	12 (6 %)

*Toelichting bij tabel 8:*

*Artikelen kunnen onder meer dan één typering vallen.*

*In de kolom 'Zelf harde nieuwsfeiten vergaard' gaat het om eigen nieuws en om nieuwsfeiten die niet op een presentieerblad zijn aangereikt tijdens bijeenkomsten en persconferenties of in rapporten en persberichten.*

*In de kolom 'Context toegevoegd' staan artikelen met aanvullend feitenmateriaal, historisch overzicht, verwijzing naar eerdere relevante gebeurtenissen e.d.; méér context dan wat persbureaus leveren. Duiding en analyse van feiten, gebeurtenissen en ontwikkelingen – kolom 5 - gaan verder dan contextuele informatie. Hier gaat het om artikelen waarin redacteurs de betekenis van gebeurtenissen en ontwikkelingen schetsen: in welk kader moeten lezers de gebeurtenissen plaatsen, en welke andere gebeurtenissen en ontwikkelingen zijn voor hun begrip relevant? Niet alle artikelen die in kranten het kopje analyse of nieuwsanalyse meekrijgen, voldoen aan onze omschrijving. In artikelen in de kolom 'Kritische evaluatie toegevoegd' zet de redactie uitspraken, resultaten van onderzoek of andere gegevens af tegen andere relevante uitspraken en gegevens, waardoor de berichtgeving een zekere kritische evaluatie meekrijgt. Deze redactionele toevoeging gaat verder dan context en duiding doordat de nieuwsinformatie al meteen op basis van feitenkennis en deskundigheid van de redactie wordt gerelativeerd en van kanttekeningen wordt voorzien. Reportages en substantiële interviews – laatste kolom – laten zien dat de verslaggeving van deze onderwerpen verder gaat dan de gebruikelijke routines. Voor reportages, sfeerverhalen en grotere interviews moet de verslaggever achter het bureau vandaan.*

Uit het overzicht blijkt dat eigen werk veelal bestaat uit het vergaren van aanvullende feiten en andere relevante informatie die context geven aan het nieuws, en aan het vergaren van reacties. Het vergaren van 'het nieuws' komt in de praktijk meestal neer op berichtgeving door eigen verslaggevers over gebeurtenissen en wat er aan verdere informatie aan media wordt aangeboden. Ook in deze steekproef blijken redacties in hoge mate agenda- en persbureauvolgend.

Opvallende staaltjes eigen nieuwsgaring op binnenlandgebied kwamen enkele malen tegen: de bonussen die Fortis aan zijn bankiers had uitgedeeld (de Volkskrant 22 oktober), groene stroom die niet groen bleek (NRC Handelsblad 22 oktober) en een eigen enquête over de rookverbod in de horeca (AD 25 oktober). Voorbeelden van scores met nieuws uit een exclusief interview vonden we in het AD (Rouvoet, 10 november) en de Volkskrant (de zojuist afgetreden minister Vogelaar, 14 november).

Eén 'primeur' in de Gelderlander van 20 oktober – 'Platteland in trek bij stedelingen' – bleek het resultaat van een embargoschending zonder dat de redactie zich daarvan bewust was: een GPD-artikel mét een embargoregel werd door de Wegenerredactie zónder embargoregel een dag te vroeg verspreid. Het betrof een artikel over een SCP-rapport (zie onder 4.1.2), m.a.w. aangereikt nieuws.

Vergeleken met het aantal artikelen waarin het eigen werk van redacties bestaat uit het aanvullen van nieuws met context en reacties, is het aantal analyserende en kritisch-evaluerende artikelen in de 14 cases beduidend lager. Redacties zetten niet zo snel kanttekeningen en relativeringen in hun berichtgeving. Redacties blijken dit aspect van journalistiek meer dan eens uit te besteden aan columnisten en schrijvers van opiniebijdragen.

#### 4. Patronen in de journalistieke praktijk en de vatbaarheid voor pr-materiaal

Voor een voorlopig antwoord op de vraag naar patronen analyseerden we vijf onderwerpen. Drie ervan gaan over de wijze waarop redacties pr-materiaal behandelen dat betrekking heeft op peilingen en ander onderzoek: het pr-patroon (4.1). De publiciteit over uitspraken van minister Rouvoet over de seksmoraal onder jongeren laat zien dat redacties het blijkbaar niet tot hun primaire taak rekenen te onderzoeken waarop spraakmakende vermoedens en opinies zijn gebaseerd: het controversiële of sensationele patroon (4.2). De laatste case, het aftreden van minister Vogelaar, illustreert de systematische neiging van de journalistiek wanneer zich plotseling groot nieuws aandient en officiële bronnen met hun geregisseerde reacties de berichtgeving kunnen domineren: het volgzzaamheidspatroon (4.3)

## 1.1 Het pr-patroon: onderzoek levert panklaar nieuws

Pr-informatie gebaseerd op opiniepeilingen en ander onderzoek maakt een goede kans op aandacht in de media zonder kritische vragen of kanttekeningen van journalisten. Hebben peilingen en onderzoek betrekking op een actueel onderwerp, zijn ze verricht door een gezaghebbend lijkende bron of leent de uitkomst zich voor een aardig eenkolommertje, dan gaat informatie uit persberichten al snel klakkeloos de krant in.

Een voorbeeld.

### 4.1.1 Waar rook is...

Onder de kop 'Omzetzaling in horeca door rookverbod' verspreidde het ANP op zondag 19 oktober de resultaten van een onderzoek dat het Bedrijfschap Horeca & Catering had gehouden in de horecabranche. Meest in het oog springende uitkomst: bijna driekwart van de cafés zag de omzet in juli en augustus dalen met gemiddeld 26 procent. De helft van de daling is volgens de ondernemers te wijten aan het rookverbod.

Het ANP -bericht was gebaseerd op een persbericht van Koninklijke Horeca Nederland (KHN), gedateerd 20 oktober, maar door de KHN al in het weekeinde verspreid en op de eigen website gezet, vermoedelijk met het oog op de relatief nieuwsluwe maandagkranten. In het horeca-persbericht leverde de voorzitter van de branchevereniging alvast kant-en-klaar commentaar op de uitkomst van het eigen onderzoek.

Alle vier kranten maakten op 20 oktober melding van de onderzoeksresultaten en het commentaar van de KHN-voorzitter. De redacties meldden wel de uitvoerder van het onderzoek maar niet de opdrachtgever, die lobbyde voor overheidsmaatregelen in verband met het rookverbod en daarom belang kon hebben bij sombere cijfers en prognoses van haar leden. Geen redactie die hierin aanleiding zag kritisch naar het onderzoek te kijken of de resultaten enigszins te relativiseren. Integendeel: door blind te varen op het ANP zagen redacties over het hoofd dat de gemiddelde omzetzaling van 26 procent niet gold voor alle cafés maar voor nog geen driekwart van de cafés, zoals het KHN-persbericht meldde. De kranten stelden de uitkomst dus nog somberder voor dat Horeca Nederland. Het AD spande de kroon met de kop '26 procent omzetzaling door rookverbod'. Vijf dagen later herstelde de redactie deze fout in een terloops zinnetje.

Zaterdag 25 oktober bracht het AD de resultaten van een onderzoek onder horecagasten naar het rookverbod. Als een van de uitkomsten van het onderzoek, waarvan de krant de opdrachtgever was, werd gemeld dat het aantal horecabezoeken sinds het rookverbod met vier procent is afgenomen, gerekend over alle 850 ondervraagden. 'Dit cijfer duidt op een veel lagere inkomstenderving dan Koninklijke Horeca Nederland op basis van eigen onderzoek had gemeld', aldus het AD.

Zo zie je maar: de uitkomst van onderzoek hangt sterk af van de groep aan wie je de vragen stelt.

Redacties weten dit, maar in hun overname van pr-materiaal blijkt dit geen rol van betekenis te spelen.

## 1.2 Aan de haal met de seksmoraal: het controversiële of sensationele patroon.

'Minister André Rouvoet (Jeugd en Gezin) maakt zich grote zorgen over de volgens hem 'losgeslagen seksmoraal van de jeugd'. Als we daar niet snel iets aan doen, dreigt een hele generatie op te groeien met 'verknijpte ideeën', waarschuwde de minister in een interview dat het AD op 10 november publiceerde. 'De voorpagina opende met de kop 'Seks Moraal jeugd abnormaal'; op de pagina's 2 en 3 stond het interview onder de kop 'Jongens krijgen verkeerd beeld van wat 'n vrouw is'.

De minister reageerde op de tv-documentaire Sex Sells, die op 3 november door de KRO was uitgezonden en een ontluisterend portret schetste van de seksuele moraal onder sommige kinderen. Met zijn uitspraken hoopte de minister een maatschappelijke discussie los te maken. Overigens wees hij er in de loop van het interview op dat het met 85 procent van de kinderen goed gaat. Daarmee ontkrachtte hij zijn eerdere opmerking dat een hele generatie dreigt op te groeien met verknijpte ideeën.

Deze relativisering ontbrak in de eerste take die het ANP op de vroege maandagmorgen van 10 november over de uitspraken in het AD-interview verspreidde. In de korte tijd later verzonden tweede en derde take stond de 85 procent wel vermeld, maar zowel NRC Handelsblad van maandag als de Gelderlander van

dinsdag volstond met de eerste ANP-take. De lezers van deze kranten konden tot geen andere conclusie komen dan dat de minister de losgeslagen seksmoraal van de jeugd hekelde.

Het AD vervolgde op 11 november zijn berichtgeving met reacties op de waarschuwing van minister Rouvoet van de Nederlandse Vereniging voor Seksuologie en de Stichting Leerplanontwikkeling. Beide pleitten voor seksuele voorlichting op de basisschool, daarmee de indruk versterkend dat het om een algemeen jeugdprobleem gaat.

De rest van de week gingen politici, wetenschappers, ervaringsdeskundigen en andere spraakmakers in reactie- en discussieprogramma's op de radio, talkshows op tv en fora op internet met het onderwerp aan de haal. Iedereen had er, gevraagd of ongevraagd, wel een mening over. De meest extreme jongeren en praktijken werden gepresenteerd als exemplarisch voor de heersende seksmoraal onder de jeugd. In de uitspraken van de minister werd een krachtige ondersteuning gezien van het blijkbaar toch al sluimerende vermoeden dat het met de moraal van de jeugd van kwaad tot erger gaat.

De redacties van de onderzochte dagbladen deden er het zwijgen toe. De vraag of het werkelijk zo droevig met de seksmoraal is gesteld, werd niet nieuws- en onderzoekswaardig genoeg bevonden.

Pas tien dagen na het interview publiceerde de Volkskrant een doortimmerd tegengeluid: niet van journalisten maar van een jeugdonderzoeker en een deskundige in jeugdzaken. Niet op een binnenlandpagina maar op de forumpagina. Volgens hen gaat het niet zozeer om een aantal jongeren met een losgeslagen moraal, maar vooral om hun ouders. En om beleidsmakers, journalisten, interviewers en ministers die een verkeerd beeld van deze jongeren hebben. 'Iets doen aan de seksuele moraal begint daarom niet met een brede maatschappelijke discussie, zoals de minister voorstelt, maar met oprechte nieuwsgierigheid.'<sup>5</sup>

Inderdaad: de nieuwsgierigheid van journalisten bleek zich te beperken tot uitspraken en opinies over wat er aan de hand zou zijn, niet op wat er werkelijk aan de hand is.

Recente cijfers over seks onder je 25e geven helemaal geen aanleiding tot de morele paniek van de minister, betoogden twee publicistes in Trouw. Als de minister de cijfers al had gezien, had hij er volgens hen een verkeerde conclusie uit getrokken.<sup>6</sup> Cijfers die ook de media zonder veel moeite hadden kunnen raadplegen.

In deze casus gaat het niet alleen om het overnemen van – bekorte – persbureauberichten, maar ook en vooral om het beeld dat een documentairemaakster en een minister schetsen van een volgens hen alarmerende werkelijkheid, waarna media het beeld uitvergroten, zoals te doen gebruikelijk bij een hype (Vasterman 2004), in plaats van na te gaan of het overeenkomt met wat er echt gebeurt.<sup>7</sup> Met betrekking tot het beeld van de losgeslagen jeugd hebben de onderzochte kranten geen aanleiding gezien voor eigen journalistiek werk dat gericht was op waarheidsvinding. Er waren buitenstaanders nodig om het in de media ontstane beeld te relativiseren. Maar dat gebeurde pas toen de publiciteitsgolf al was weggeëbd.

### 1.3 Waarom moest Vogelaar weg of het volgzzaamheidspatroon

Op donderdagavond 13 november kondigde Ella Vogelaar haar ontslag aan als minister voor Wonen, Wijken en Integratie. Zij vertrok niet met stille trom maar met een donderslag. De twee volgende dagen wijdden de kranten vele kolommen aan haar vertrek, de achtergronden ervan, de reacties erop en haar snelle vervanging door minister Van der Laan. In de vier kranten in ons onderzoek leverde haar aftreden de eerste twee dagen 31 kleinere tot paginagrote artikelen op. Daarmee is het niet alleen de omvangrijkste van de 14 onderzochte cases; zoals uit tabel 1 blijkt, levert de case verreweg de meeste artikelen op (22) die geheel of grotendeels bestaan uit eigen verslaggeving. Ook het aantal duidende artikelen en analyses over Vogelaar overtreft dat van de andere cases.

Het ligt voor de hand dat de dagbladredacties na het bekend worden van haar gedwongen aftreden voluit hun netwerken en hun eigen kennis benutten om hun lezers uitvoerig het hoe en waarom te schetsen. Het

<sup>5</sup> Paulien Kreutzer en Hanne Marckmann, 'Kijk beter: jongeren vinden seks wel bijzonder'. De Volkskrant (Forumpagina) 20 november

<sup>6</sup> Amanda Kluveld en Rozemarijn Schalkx, 'Daar zijn ze weer, de zedenprekers'. Trouw (katern Letter & Geest) 22 november

<sup>7</sup> Zie ook het boek 'Ik ben geen kind meer', dat op 20 november werd gepresenteerd aan de Nationale Jeugd Raad, met als onderzoeksconclusie: er is niet zozeer iets mis met de jeugd maar van alles met de media. 'Blijkbaar zijn de media wel graag bereid om op de voorpagina te schreeuwen dat de jeugd massaal crimineel zou zijn, maar ze geven slechts weinig aandacht aan de conclusie van diepgravend professioneel onderzoek dat de jeugd deugt', aldus auteur Karl Hammer Kaatee in een opiniebijdrage in De Journalist ('Mag het een leugentje meer zijn?' 18 december 2008)

leidde onder meer tot reconstructies van wat zich de weken en maanden vóór haar vertrek met name tussen de PvdA-bewindslieden en in de PvdA-Kamerfractie had voltrokken. En soms zeiden kleine gebeurtenissen rond haar vertrek donderdagavond meer dan lange beschouwingen: 'Dezelfde avond nog werd haar werkkamer op het ministerie ontruimd. Voor de nieuwe minister stond gisteren een schoon bureau klaar.' En: 'Uitgelaten waren ze, de ambtenaren van het departement van Ella Vogelaar. Op haar vertrek werd in Granny's Corner een stevige borrel gedronken.' (Zaterdageditie de Gelderlander en andere GPD-bladen)

De kranten van vrijdagochtend waren voor hun nieuws over de oorzaken van Vogelaars aftreden vooral aangewezen op de verklaringen van politici (het PvdA-supertrio Bos, Hamer en Ploumen), Vogelaar zelf en woordvoerders van andere partijen. Uit de persverklaringen van Bos c.s. en Vogelaar bleek al meteen een verschil van inzicht over de hoofdreden waarom zij weg moest: volgens Bos en de partijtop omdat Vogelaar niet meer gezagsvol en effectief het integratievraagstuk kon oplossen, volgens Vogelaar door de onvaste koers en de nadruk op de harde lijn van de PvdA in het integratievraagstuk. De overige berichtgeving in de vrijdagkranten was in hoge mate gebaseerd op anonieme bronnen, zoals 'ingewijden in de PvdA'.

Vast staat in ieder geval dat de redacties in hun achtergrondartikelen in de vrijdagkranten vooral de dominante mening van de PvdA aan het Binnenhof verwoordden en die mening in hun analyses tot de hunne maakten.

In de zaterdagkranten klonken ook tegengeluiden. Niet in de laatste plaats doordat Vogelaar in de loop van vrijdag zelf de publiciteit zocht via een interview in de Volkskrant en in NOVA.

Ook NRC Handelsblad had haar lezing over de bewuste donderdagavond graag uit de eerste hand gehoord, maar de redactie meldde op de voorpagina: 'Vogelaar zelf wilde met deze krant niet over de gebeurtenissen praten.' De ex-minister compenseerde haar weigering op haar manier met een opinieartikel in NRC Handelsblad van 17 november, waarin zij kritiek leverde op het integratiestandpunt van PvdA-leider Bos.

Andere tegengeluiden kwamen uit Vogelaarwijken, waar de meeste bewoners die aan het woord kwamen, zich tegenover verslaggevers van de Volkskrant en NRC Handelsblad lovend over haar uitlieten.

Daarnaast wezen redacteuren er in achtergrondartikelen en een interview met een van Vogelaars voorgangers – oud-minister Van Boxtel - op dat Bos het zijn minister van WWI van meet af aan erg moeilijk had gemaakt te slagen in haar wijken- en integratieaanpak.

Evenals andere kranten stelde het AD vast dat iedereen haar val zag aankomen behalve Vogelaar zelf. Geen van hen nam het voor haar op. In een voorpaginabericht meldde deze krant dat acht op de tien Nederlanders volgens een peiling van Maurice de Hond niet rouwig waren om Vogelaars aftreden.

Ondanks het publicitaire tegengas van Vogelaar en de mening van enkele bewoners van de naar haar genoemde wijken overheerste ook in de zaterdagedities de teneur dat zij terecht gedwongen was op te stappen. In de achtergrondartikelen werden personen die om hun mening was gevraagd, minder geanonimiseerd dan in de berichtgeving van de dag ervoor, maar hierdoor werd des te duidelijker dat de toon in de kranten werd gezet door de politiek-bestuurlijke hoofdstroom in de PvdA. Tussen de vier onderzochte kranten deden zich in dit opzicht geen verschillen voor.

Pas in de weken erna verschenen in de kranten opinieartikelen en columns die vraagtekens zetten bij de onvermijdelijkheid van Vogelaars val. Lang niet iedereen buiten én binnen de PvdA zag voldoende reden voor haar gedwongen vertrek. Maar voor de redacties bleek de ex-minister in het nieuws en de achtergronden een afgesloten hoofdstuk. Achteraf rijst de vraag of de verslaggevers van de kranten de dag na haar val wel serieus hebben gezocht naar andersdenkenden.

## Conclusies

Uit de kwantitatieve inhoudsanalyse van 1054 binnenlandberichten en uit de kwalitatieve analyse van cases die we gedurende twee onderzoeksweken in oktober en november 2008 selecteerden uit NRC Handelsblad, de Volkskrant, AD en de Gelderlander, trekken we de volgende conclusies, te beginnen met de antwoorden op de subvragen:

### *1. Is de herkomst/maker van een binnenlandbericht voor de lezer te identificeren?*

Van 41% van alle berichten wordt in de creditline of onder het bericht geen informatie gegeven over de herkomst, of auteur van het bericht. Dit komt voornamelijk voor bij korte berichten (<150 woorden). Van de overige berichten is 11% rechtstreeks afkomstig van een persbureau. De overige 48% is geïdentificeerd als zichtbaar werk van medewerkers van de krant.

### *2. Zijn de bron(nen) voor de berichtgeving te identificeren?*

Van het kort binnenlands nieuws is 27% afkomstig van persbureaus, of anoniem (57%). Voor langere berichten geldt dat 2 % afkomstig is van persbureaus en 25 % van de berichten is anoniem. 17% van de korte berichten heeft een auteur en 73% van de langere berichten.

### *3. In hoeverre is de berichtgeving te herleiden tot voorverpakte informatie, en in hoeverre geeft zij blijk van eigen nieuwsgaring, duiding en onderzoek?*

Van de langere artikelen over binnenlandse nieuwsonderwerpen bevat 23% aanwijzingen in de tekst voor door anderen is voortgeproduceerde informatie. In 21% van de berichten vonden we sporen van voorverpakte informatie. Samen met het aandeel persberichten (conclusie 1) bestaat 32% van alle berichten deels of geheel uit voorverpakt materiaal, voor zover de lezer dat in het bericht zelf kan nagaan. De meeste aangetroffen voorverpakte informatie is afkomstig van persbureaus of andere media. Voorverpakte informatie van derden is zelden herkenbaar in de berichtgeving.

Nader onderzoek naar de rol van voorverpakte informatie in de casestudy leert dat ruim de helft (52%) van de 132 berichten uit de 14 cases bestaat uit persbureaukopij en/of andere voorverpakte informatie. Dat wil zeggen dat ook in de casestudy 48% van de berichten te identificeren is als werk van medewerkers van de krant.

De drie onderzochte landelijke dagbladen met een eigen nieuwsdienst en binnenlandredactie beschikken voor de grote binnenlandse onderwerpen over aantoonbare expertise en eigen journalistieke productiecapaciteit. Uit de verscheidenheid aan onderwerpen waaraan zij (extra) aandacht besteden, blijkt dat zij hun eigen journalistieke zwaartepunten kiezen – voor zover passend in het dagblad- en lezersprofiel. Toch zijn zij ook in die keuzes in hoge mate agenda- en persbureauvolgend.

### *4. Hoe kunnen we het eigen journalistieke werk typeren?*

Het eigen werk van redacties bestaat voor een belangrijk deel uit het geven van context aan het nieuws en het vergaren van reacties op het nieuws. Het kritisch duiden en evalueren van gebeurtenissen en ontwikkelingen gebeurt weinig in de nieuwssector zelf. Als waarheidsvinders blinken zij evenmin uit als hun Britse collega's. In dit opzicht bevestigt ons onderzoek zowel de conclusie van Davies dat *truth-telling* in de dagelijkse journalistieke praktijk geen prioriteit heeft, als het meer impressionistische HU-onderzoek van Diekerhof.

### *5. Tekenen zich in de journalistieke praktijk patronen af die de berichtgeving vatbaar(der) maken voor pr-materiaal en pr-boodschappen?*

In de dagbladen tekent zich een patroon af dat de audiovisuele media al langer kenmerkt: nieuws is in toenemende mate wat iemand – van de man in straat tot de autoriteit – van een actueel onderwerp vindt. Daarbij lijkt de vraag of het onderwerp ook een basis heeft in de werkelijkheid, journalistiek aan belang te verliezen. Hierdoor maakt pr-informatie meer kans het nieuws te halen.

Als pr-informatie over opiniepeilingen en ander onderzoek – veelal via het ANP – de krant haalt, gebeurt dat vaak zonder dat de redactie er kritisch naar heeft gekeken. Dit ondanks het feit dat redacties dankzij de onmiddellijke beschikbaarheid van onderzoeksinformatie beter dan ooit zijn toegerust om die te filteren en op betrouwbaarheid en geldigheid te wegen.

Zodra zich politiek groot nieuws aandient, laten redacties zich niet alleen duidelijk leiden door geregisseerde politieke reacties; in hun analyses maken zij de dominante reacties ook tot de hunne. De conformistische neiging van redacties maakt hen des te vatbaarder voor pr-boodschappen vanuit de politiek.

Ten slotte beantwoorden we de centrale onderzoeksvraag:

*Op welke wijze maken Nederlandse kwaliteitskranten in hun binnenlandberichtgeving hun bronnen bekend en in welke mate maken zij gebruik van voorverpakt nieuws: persbureaus, andere media en pr-materiaal?*

De herkomst van het nieuws is vaak onbekend, in 40% van de artikelen wordt de bron niet genoemd. Deze uitkomst is verder te nuanceren doordat korte berichten vaker anoniem zijn dan lange berichten. Bovendien verschillen de kranten onderling: NRC Handelsblad telt het laagste percentage anonieme berichten (5%) en de Gelderlander het hoogste (77%). De Volkskrant en AD zitten daar met 19% en 42% tussenin.

Het recyclen van voorgeproduceerde informatie is in ongeveer een derde van de berichtgeving in de geselecteerde dagbladen te traceren. Dit kan persbureaukopij zijn, berichtgeving uit andere media, informatie aangeleverd door derden of een combinatie ervan.

We stelden verder vast dat de berichtgeving over grotere nieuwsonderwerpen gevarieerd is wat betreft de prioriteiten in nieuws(aspecten) en de keuze van invalshoeken en journalistieke genres. Voorverpakte informatie speelt in de inhoud van deze berichten over topics geen prominente rol. Tegelijkertijd constateerden we dat het dagelijks palet aan onderwerpen wel sterk wordt gestuurd door de nieuwsagenda en door wat de persbureaus brengen.

Het eigen werk van redacties bestaat voor een belangrijk deel uit het vergaren van aanvullende feiten en reacties en het bieden van context aan het nieuws. Het kritisch duiden en evalueren van gebeurtenissen gebeurt weinig in de nieuwssector zelf.

Als laatste zagen we in de berichtgeving over opiniepeilingen, uitspraken van autoriteiten over actuele onderwerpen en door de politiek geregisseerde gebeurtenissen patronen van een journalistieke praktijk waarin informatie door belanghebbende derden heel snel en rechtstreeks het nieuws kan halen.

Ten slotte zouden we niet willen beweren dat de Nederlandse pers in het geval van grote binnenlandse nieuwsonderwerpen drijft op voorverpakte nieuwsproductie. Maar het omgekeerde geldt wel voor de bovenregionale berichtgeving in regionale krant in ons onderzoek. Voor deze krant is informatie van persbureau en persdienst geen bron voor eigen verslaggeving en feitencontrole maar eindproduct. Het bovenregionale voorproductietraject van deze en veel andere regionale kranten voldoet in hoge mate aan Davies' typering van lopendebandjournalistiek (zie bijlage 3).

## Vergelijking met Engels onderzoek

Is de toestand van de Britse kwaliteitspers dramatischer dan die in Nederland? Het aandeel voorgeproduceerde en gerecyclede informatie ligt immers zo'n twintig procentpunten hoger dan in ons onderzoek.

Voor een definitief antwoord is onze inhoudsanalytische verkenning veel te beperkt van opzet. We hebben bijvoorbeeld niet achter elk persbureaubericht gespeurd naar het mogelijke pr-gehalte maar zijn slechts afgegaan op de informatie die het bericht zelf hierover bevatte. Dat is vaak weinig tot niets.

Toch kunnen we bij het hoge Britse gehalte een kanttekening maken. De conclusie van Lewis c.s. over de sterke afhankelijkheid van Britse kranten van persbureau PA stoelt voor een deel op de aanname dat krantenredacties waarschijnlijk óók gebruik maken van PA-kopij als eigen verslaggevers ter plaatse zijn geweest. Deze aanname is niet onderbouwd, en in de onderzochte Nederlandse dagbladen vonden wij er evenmin harde aanwijzingen voor – net zomin als harde aanwijzingen voor het tegendeel.

## Journalistieke kwaliteit in discussie

Wat betekent de constatering dat de herkomst van de berichten veelal onduidelijk is en dat alle onderzochte kranten in meerdere of mindere mate steunen op voorverpakte informatie voor de journalistieke kwaliteit?

Op die vraag is geen eenduidig antwoord te geven. Niet alleen omdat de brontransparantie en mate van voorverpaktheid per krant verschilt, ook omdat krantenredacties hun berichtgeving inrichten naar eigen



kwaliteitsmaatstaven, die op hun beurt weer in belangrijke mate afhangen van gegeven beperkingen in eigen middelen, menskracht, journalistieke actieradius en journalistieke ambities.

In termen van breed aanvaarde journalistieke kwaliteitscriteria kunnen we wel zeggen dat naarmate redacties in hun algemene berichtgeving – dus ook in hun binnenlandberichtgeving – sterker afhankelijk zijn van wat persbureaus en anderen voorproduceren, zij een risico lopen voor wat betreft hun betrouwbaarheid, transparantie, eigen karakter en onafhankelijkheid.

**Betrouwbare berichtgeving:** In ons inhoudsanalytisch onderzoek is de journalistieke praktijk niet onderzocht, maar uit ervaring en uit elders gehouden interviews is bekend dat veel dagbladredacties de feitelijke juistheid van berichten van het ANP of van de persdienst GPD niet, of in elk geval niet consequent, controleren. Zij gaan ervan uit dat de inhoud van een bericht klopt omdat het van een erkend persbureau komt. De wetenschap dat ook deze persbureaus de afgelopen jaren fors op hun redacties en hun nieuwsleverantie hebben moeten bezuinigen, doet hieraan blijkbaar niets af. In het Britse onderzoek is vastgesteld dat de verifiëring van de eigen berichtgeving door persbureau Press Association over het algemeen beperkt is. Het is zonder meer nuttig om ook dit aspect van het Britse onderzoek voor Nederland te repliceren.

**Transparante berichtgeving:** In ons onderzoek constateerden we dat de krant die relatief het meest gebruik maakt van voorgeproduceerde binnenlandberichten, de lezer tevens de minste duidelijkheid verschaft over wie de berichten heeft geproduceerd, evenals over de bronnen voor de berichtgeving zelf. Het is goed denkbaar dat ook de dagbladredacties zelf weinig zicht hebben op de mate waarin persbureau berichten pr-informatie bevatten. Eerder verwezen we naar Rennens opvatting dat brontransparantie een aspect is van journalistieke kwaliteit. In het midden latend of de lezer altijd even sterk aan deze transparantie hecht als de onderzoeker, mogen we wel spreken van een fors kwaliteitsrisico wanneer de binnenlandberichtgeving in hoge mate bestaat uit elders voorgeproduceerde informatie van veelal anonieme aard, waarin het checkmoment en het mogelijke pr-gehalte in het reproductieproces versluierd zijn geraakt.

**Eigen karakter:** Naarmate een krant grotere delen van zijn berichtgeving buiten de redactie moet inkopen – wat in toenemende mate bij regionale dagbladen het geval is – verbreekt de organische journalistieke eenheid die het dagblad zou moeten vormen. Daarmee verliest de krant aan samenhang en aan herkenbaarheid voor zijn lezers. Het eigen karakter wordt teruggeschroefd tot het domein van de regionale en lokale berichtgeving.

**Onafhankelijkheid:** De drie hierboven genoemde kwaliteitscriteria kunnen we samenvatten met de journalistieke waarde onafhankelijkheid. Die staat, evenals in de Britse pers, op het spel wanneer dagbladredacties nog maar op een sterk ingeperkt speelveld zelfresearchend en zelfproducerend kunnen zijn, hun zicht op de betrouwbaarheid van elders voorgeproduceerde berichtgeving wordt belemmerd, en de transparantie van de berichtgeving deels door de voorproducenten van elders en deels door eigen keuzes te wensen overlaat.

## Aanbevelingen voor nader onderzoek:

1. Het verdient aanbeveling nader onderzoek te verrichten met een representatieve steekproef van de Nederlandse berichtgeving gedurende een jaar en de waarnemingen systematisch te vergelijken met persberichten en pr-materiaal teneinde gefundeerde uitspraken te kunnen doen over de onafhankelijkheid van de Nederlandse kwaliteitspers.
2. Het onderzoek van Lewis c.s. geeft een verhelderend inzicht in het verband tussen de ontwikkeling van de redactionele sterkte, de productiedruk, de pr-industrie en de mate van voorverpakte informatie in de berichtgeving van kwaliteitskranten en tv-nieuws. Het zou erg nuttig zijn om dit verband ook in het turbulente Nederlandse medialandschap na te gaan.
3. Een indicatie voor toekomstige ontwikkelingen is te vinden in de geschiedenis van De Gelderlander. Vergelijking met materiaal uit 1996 laat zien waartoe een aan één vleugel lamme redactie nog in staat is:

HERKOMST BERICHTGEVING IN DE GELDERLANDER 1996 EN 2008 TOV TOTALE BERICHTGEVING

<b>%</b>	<b>Rennen'96</b>	<b>GLD '08</b>	<b>Totaal '08</b>
<b><i>N</i></b>	<b><i>350</i></b>	<b><i>292</i></b>	<b><i>1054</i></b>
Geen identiteit weergegeven	15	77,1	40,5
Journalist van krant zonder naam	44	2,4	9,3
Journalist van krant bij naam genoemd	8	19,9	38,5
Persbureau	33	0,7	11,0
Anders	0	0,0	0,7
Totaal	100	100	100

Bron: Rennen (2000, p 228, tabel 2)

materiaal afkomstig uit 1996, analyse van voorpagina, 1e pagina binnenland en 1e pagina regionieus

We zien dat De Gelderlander een ander beeld laat zien dan 12 jaar geleden. Hoewel het materiaal niet helemaal vergelijkbaar is, is het toch interessant deze vergelijking patroonmatig te bekijken.

Dan blijkt dat de brontransparantie van de berichtgeving dramatisch is afgenomen, anonieme berichten overheersen en terwijl we weten dat de berichtgeving in grote mate steunt op informatie van persdiensten wordt dit niet in het bericht vermeld. We zien een toename van 10 % in de categorie journalist met naam, maar dit aantal is de helft van het totaal. De conclusie is dat deze krant, wat het binnenlands nieuws betreft, zich heeft ontwikkeld tot anonieme verwerker van anoniem materiaal, een conclusie die Davies trekt over de gehele Britse pers. Het zou interessant zijn de vergelijking met het materiaal van Rennen systematisch door te voeren voor drie van vier door ons onderzochte kranten.

4. Een systematisch en grootschalig opgezet onderzoek bij verschillende typen kranten naar fact checking en achtergronden daarvan zou een overzicht kunnen bieden van de stand van zaken in de huidige journalistieke praktijk.

## LITERATUUR

- Buijs, K. (2008). *Journalistieke kwaliteit in het crossmediale tijdperk*. Amsterdam: Boom.
- Commissariaat voor de Media (2008). *Mediaconcentratie in beeld. Concentratie en pluriformiteit van de Nederlandse media*, 2007. Hilversum.
- Davies, N. (2008). *Flat Earth News*. London: Chatto & Windus.
- Diekerhof, E. (2008) Nederlandse journalisten: niet checken maar indekken, *De Nieuwe Reporter* 2008, [www.denieuwereporter.nl/?p=1853](http://www.denieuwereporter.nl/?p=1853)
- Gans, H. (1980). *Deciding what's news*. New York: Vintage Books.
- Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2001) *The Elements of Journalism*. New York: Crown.
- Krippendorff, K. (2004), *Content analysis*. London: SAGE.
- Lewis, J., Williams, A., Franklin, B., Thomas, J., & Mosdell, N. (2006), *The Quality and Independence of British Journalism. Tracking the changes over 20 years*, Mediawise/Cardiff University. [http://www.mediawise.org.uk/display\\_page.php?id=999](http://www.mediawise.org.uk/display_page.php?id=999).
- Lewis, J., A. Williams & R. Franklin (2008a). A compromised fourth estate? UK journalism, public relations and news sources. In *Journalism Studies* 9 (1), p. 1-20.
- Lewis, J., A. Williams & R. Franklin (2008b). Four rumours and an explanation. A political economic account of journalists' changing newsgathering and reporting practices. In *Journalism Practice* 2 (1), p 27-45.
- Neuendorf, K. (2002) *The Content analysis Guidebook*. London: SAGE.
- Prenger, M., Van Vree, F. (2004). *Schuivende grenzen. De vrijheid van de journalist in een veranderend medialandschap*. Amsterdam: NVJ.
- Rennen, T. (2000). *Journalistiek als kwestie van bronnen*. Delft: Eburon.
- Russ-Mohl, S. (2006). The Economics of Journalism and the Challenge to Improve Journalism Quality. A Research Manifesto. *Studies in Communication Sciences* 6/2 .
- Wester, F. (2006). Inhoudsanalyse als onderzoeksonderwerp. In F.Wester (red.) *Inhoudsanalyse: theorie en praktijk* (pp. 11-44). Deventer: Kluwer.
- Yin, R. (2003; 3rd rev ed). *Case study research: design and methods*. Thousand Oaks: Sage.

## Bijlage 1: Betrouwbaarheids analyse

N=1054 berichten  
n= 159 berichten, 15%

<b>Variabele</b>	<b>Naam variabele</b>	<b>Kappa</b>	<b>Percentage overeenkomsten</b>
<b>A4</b>	<b>Omvang</b>	<b>0,73</b>	<b>81,58</b>
<b>C1</b>	<b>Auteur</b>	<b>0,81</b>	<b>86,93</b>
<b>C3</b>	<b>persbureau genoemd</b>	<b>0,75</b>	<b>95,89</b>
<b>C4</b>	<b>andere media genoemd</b>	<b>0,73</b>	<b>95,45</b>
<b>C6</b>	<b>persbericht derden traces of prepackaged</b>	<b>*</b>	<b>99,35</b>
<b>ppn</b>	<b>news</b>	<b>0,69</b>	<b>90,90</b>

$K > .67$  is voldoende

$K > .75$  is goed

$K > .90$  is zeer goed

> 80 % overeenkomsten is voldoende

> 85 % overeenkomsten is goed

> 90 % overeenkomsten is zeer goed

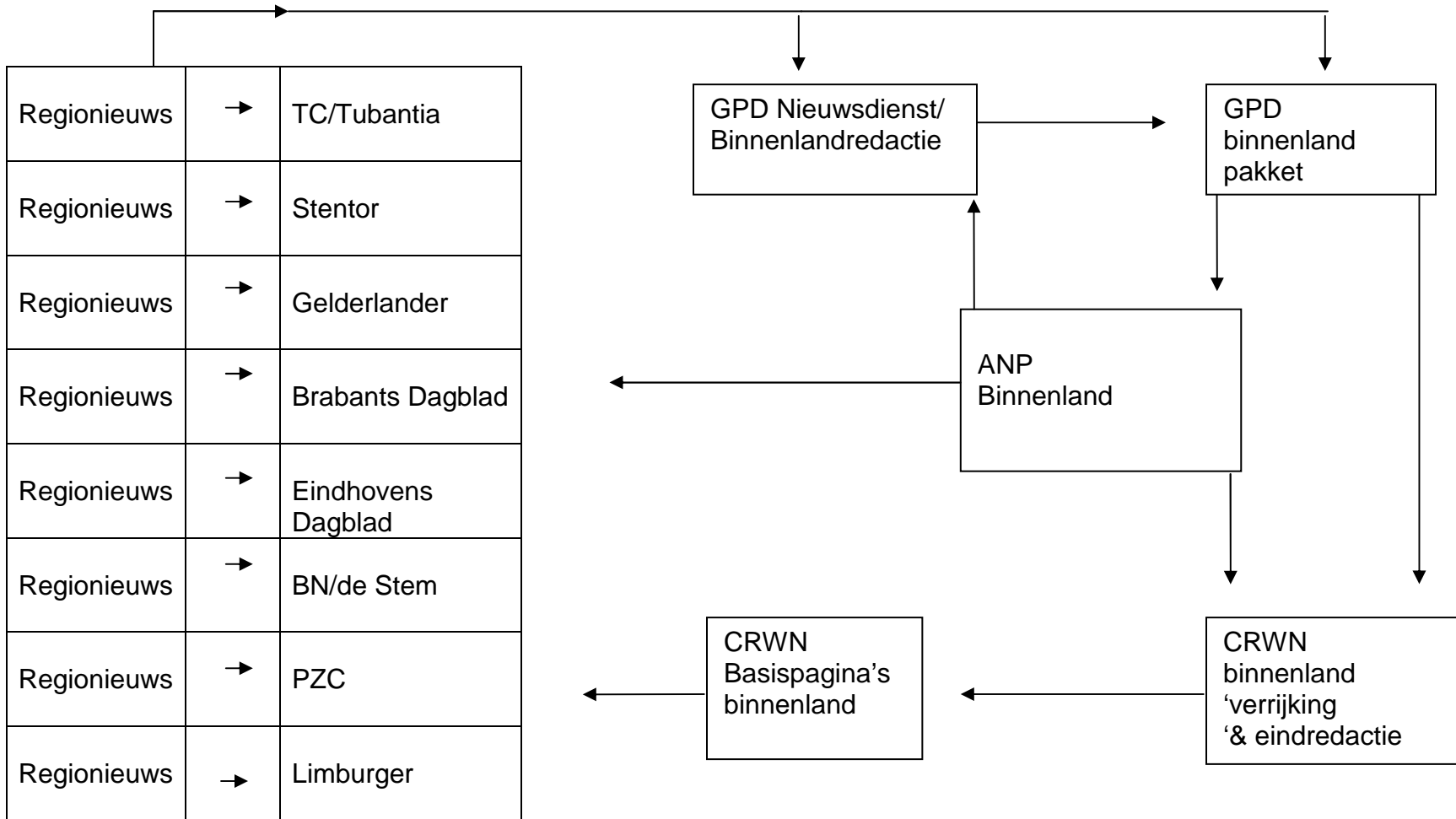
(Krippendorff, 2004; Wester, 2006)

## Bijlage 2

### Leidraad voor de uitwerking van geselecteerde cases

Vooraf: nummer van de case, onderwerp

1. Identificatie van het bericht  
- datum, per titel krant: (evt. exacte kop);  
plaatsing (p. no), formaat krant (tabloid/broadsheet), grootte kop (kolombreedte), typering  
omvang, aantal regels, foto (ja/nee).
2. Primaire bronidentificatie: persbericht, persbureau, onderzoek, genoemd in creditline of inhoud van het bericht. Van belang is hier dat duidelijk wordt of en hoe(veel) er gebruik is gemaakt of overgeschreven uit kant-en-klare informatiepakketjes van buitenaf. Nagaan hoeveel er (niet) van gebruikt is in afzonderlijke kranten zodat duidelijk wordt welk relatief gewicht dit per krant en per case krijgt.
3. Secundaire bronidentificatie: is er een bij naam genoemde auteur, bij naam genoemde redactie, of anonieme medewerker/verslaggever. Hier gaat het om benoemen of en welk type eigen werk is verricht. D.w.z. dat persbijeenkomsten, congressen zijn bijgewoond, woordvoerders worden geciteerd. Hier ook noemen wanneer een persbericht is geknipt (met of zonder bronvermelding) door een genoemde auteur (quasi verslaggeving).
4. Typering van het eigen werk: hier wordt eigen werk inhoudelijk beschreven. Zijn er aanwijzingen voor kritisch omgaan met de feiten: het checken van de feiten, van de kwaliteit van het onderzoek, het toepassen van wederhoor, het vergaren van aanvullende informatie (onderzoeksrapport citeren) of commentaren van vage bronnen (welingelichte kringen/interne bronnen), of met naam of functie genoemde bronnen, het bieden van context, duiding of kritisch tegengeluid. Omdat het hier om cases gaat, per dag en per titel, kunnen meerdere berichten tegelijk hier geanalyseerd worden.
5. Samenvattende conclusie: wat komt er uiteindelijk in welke krant terecht, en hoeveel van welke soort veldwerk (alles meer dan ANP/GPD of persbericht) is er per krant in deze case geïnvesteerd? Typerende verschillen, ook positieve, hier noemen zodat een snel overzicht kan worden gekregen door uitsluitend deze rubriek te lezen. Mogelijke bijzonderheden ook liever hier vermelden.



GPD: Geassocieerde Pers Diensten  
 ANP: Algemeen Nederlands Persbureau  
 CRWN: Centrale Redactie Wegener Nieuwsmedia