

Het motief van een misdaadjournalist

Een onderzoek naar de motivaties van misdaadjournalisten om bronnen in het algemeen en persbureaus in het bijzonder wel of niet te gebruiken tijdens hun nieuwsproductieproces.

Student: Larissa van Wieren

Studentnummer: 580509

Begeleider: Mijke Slot

Master Media studies: Media en Journalistiek

Aantal woorden: 20.112

Datum: 23 juni 2022

Erasmus School of History, Culture and Communication

Erasmus University Rotterdam

Voorwoord

Voor u ligt mijn Masterthesis ter afronding van de master Media en Journalistiek aan de Erasmus Universiteit Rotterdam. Deze thesis is het eindresultaat van een onderzoek naar de motivaties van misdaadjournalisten om bronnen in het algemeen en persbureaus in het bijzonder te gebruiken tijdens hun nieuwsproductieproces.

Hoewel ik voor dit wetenschappelijk onderzoek al veel interesse had in misdaadseries, recherchewerk en criminologie, had ik nooit gedacht dat ik over deze onderwerpen mijn Masterthesis zou schrijven. Het interviewen van misdaadjournalisten heeft mij veel geleerd over de werkwijze, het denkproces en het vak zelf. Het heeft bij kristischer leren kijken naar bepaalde onderwerpen. Of ik ook echt ga werken in de misdaadjournalistiek is een tweede, maar ik sluit het zeker niet uit.

Bij deze wil ik mijn thesisbegeleider Mijke Slot bedanken voor al haar positieve feedback en enthousiasme. Daarnaast wil ik de tien misdaadjournalisten bedanken voor hun tijd en mooie verhalen. Het was ontzettend interessant en leuk om de journalisten te interviewen en te horen over hun ervaringen, motivaties en journalistieke missies. Tot slot wil ik het Algemeen Nederlands Persbureau bedanken. Zij hebben mij een inkijk gegeven in het werken bij het persbureau van Nederland en de kans gegeven een praktisch vraagstuk academisch te maken.

Veel leesplezier!

Larissa van Wieren

Rotterdam, 23 juni 2023

Abstract

Het motief van een misdaadjournalist is de titel van dit onderzoek en refereert naar de motivaties van misdaadjournalisten om bronnen in het algemeen en persbureaus in het bijzonder te gebruiken tijdens hun nieuwsproductieproces. Dit onderzoek is uitgevoerd in samenwerking met het Algemeen Nederlands Persbureau (ANP).

Sinds de jaren '80 worden nieuwsorganisaties geconfronteerd met verregaande sociaal-maatschappelijke ontwikkelingen die een impact hebben op het medialandschap en journalistieke praktijken en routines. Davies (2008) suggereert dat journalisten gedegradeerd zijn van nieuwsmakers tot informatiemakelaars die vooral content recycelen en producten van persbureaus nog steeds vaak gebruikt worden. In tegenstelling het vele onderzoek naar het gebruik van persbureaus waarbij nieuwsberichten geanalyseerd worden (Boyd-Barret, 2000; Lewis et al., 2008; Ruigrok & Scholten, 2009; Welbers et al., 2018), is er in Nederland nauwelijks onderzoek gedaan naar de motivaties die journalisten hebben om deze producten van persbureaus te gebruiken.

Om deze reden focust dit onderzoek zich op tien Nederlandse misdaadjournalisten. Met behulp van diepte interviews is het nieuwsproductieproces van de misdaadjournalisten gereconstrueerd. Deze resultaten zorgen ervoor dat het brongebruik van misdaadjournalisten in kaart wordt gebracht. Daarnaast is onderzocht op welk moment de journalisten te maken krijgen met persbureaus en welke functie daarbij horen.

Uit het onderzoek zijn vijf motivaties voor het gebruik van bronnen in het algemeen gekomen, waarvan drie motivaties ook gelden voor het gebruiken van persbureaus. (1) Het ideologisch vertrouwen bij bronnen met autoriteit (waaronder ook persbureaus), (2) gevoelsmatig vertrouwen bij jarenlang investering in eigen netwerk (waaronder ook persbureaus), (3) consensus tussen meerdere bronnen (waaronder ook persbureaus), (4) zintuiglijk vertrouwen en (5) contextueel vertrouwen. Tevens zijn er vier motivaties tot stand gekomen voor het gebruiken van persbureaus in het bijzonder: toegenomen werkdruk, meer vrijheid, feitelijke nieuwsverhalen en snelheid. Tot slot zijn er drie motivaties voor het **niet** gebruiken van persbureaus naar voren gekomen: journalisten willen hun eigen verhaal schrijven, beschikbaarheid van andere nieuwssites of persbureaus en het ANP mist regionale kennis en produceert alleen landelijke nieuws.

Inhoudsopgave

1. Inleiding	6
2. Theoretisch kader	10
2.1. <i>Het nieuwsproductieproces</i>	10
2.1.1. De ontdekkingsfase	11
2.1.2. De daadwerkelijke nieuwsgaring	13
2.1.3. De nieuwsproductie fase	13
2.1.4. De overgang en het verschil in brongebruik tussen de fases	14
2.1.5. De relatie tussen bron en journalist	14
2.1.6. De routines tijdens het proces	15
2.2. <i>Theoretische kaders voor de productie van misdaadnieuws</i>	16
2.2.1. Hierarchy of influence model	17
2.3. <i>Motivaties voor brongebruik</i>	19
2.3.1. De definitie van motivatie	19
2.3.2. Motivatietheorieën	19
2.4. <i>Concluderende paragraaf</i>	21
3. Methode	23
3.1. <i>Kwalitatief onderzoek</i>	23
3.2. <i>Dataverzameling</i>	23
3.2.1. De steekproef	24
3.2.2. Sourcing theorie als inspiratie op de topiclijst	26
3.2.3. Ethische reflectie	26
3.3. <i>Operationalisering</i>	27
3.4. <i>Data-analyse</i>	30
3.5. <i>Interpretatie</i>	31
3.6. <i>Validiteit en betrouwbaarheid</i>	31
4. Resultaten	33
4.1. <i>Introductie</i>	33
4.2. <i>Het nieuwsproductieproces</i>	34
<i>De ontdekkingsfase</i>	35
4.2.1. Persoonlijke tip als ontdekking	35
4.2.2. Eigen netwerk als ontdekking	35
4.2.3. Het ANP als agendafunctie	35
4.2.4. Rechtbank agenda als agendafunctie	36
4.2.5. Het ANP als signaleringsfunctie	36
4.2.6. Criminele bronnen als signalering	37
4.2.7. Andere nieuwsmedia als inspiratie	37
4.2.8. Bronnen met autoriteit als ontdekking	37
<i>De nieuwsgaring fase</i>	38
4.2.9. Bronnen met autoriteit als bevestiging	38
4.2.11. Eigen observatie als nieuwsgaring	39

4.2.12.	Eigen netwerk als bevestiging.....	39
4.2.13.	Het ANP als controlefunctie	39
	<i>De daadwerkelijke nieuwsproductie.....</i>	<i>40</i>
4.2.14.	Het ANP als basisfunctie	41
4.2.15.	Journalist is leidend.....	41
4.2.16.	Het ANP als opvul functie.....	42
4.3.	<i>De motivaties.....</i>	<i>42</i>
4.3.1.	Ideologisch vertrouwen bij bronnen met autoriteit	43
4.3.2.	Gevoelsmatig vertrouwen door jarenlang investeren in eigen netwerk	44
4.3.3.	Consensus tussen meerdere bronnen want één bron is geen bron	45
4.3.4.	Zintuiglijk vertrouwen bij eigen observatie.....	46
4.3.5.	Contextueel vertrouwen hangt af van externe factoren	46
4.4.	<i>Extra motivaties voor het specifiek gebruiken van persbureaus.....</i>	<i>47</i>
4.4.1.	Toegenomen werkdruk	47
4.4.2.	Persbureaus zorgen voor meer vrijheid voor journalisten	48
4.4.3.	Feitelijke nieuwsverhalen zorgen voor de juiste bouwstenen	48
4.5.	<i>Motivaties voor het niet gebruiken van persbureaus</i>	<i>49</i>
4.5.1.	Journalisten willen hun eigen verhaal schrijven	50
4.5.2.	Beschikbaarheid van andere nieuwssites of persbureaus.....	50
4.5.3.	Het ANP mist regionale kennis en produceert alleen landelijk nieuws	51
5.	Conclusie en discussie.....	52
5.1.	<i>Conclusie</i>	<i>52</i>
5.1.1.	Implicaties.....	54
5.2.	<i>Beperkingen en vervolgonderzoek</i>	<i>55</i>
	Literatuurlijst	57
	Appendix.....	62
	<i>Appendix A. Informed consent formulier.....</i>	<i>62</i>
	<i>Appendix B. Interview guide.....</i>	<i>67</i>
	<i>Appendix C. Codeerschema's.....</i>	<i>73</i>
	Appendix C1. Het nieuwsproductieproces.....	73
	Appendix C2. Motivaties.....	75
	Appendix C3. Motivaties voor het niet gebruiken van persbureaus.....	76

1. Inleiding

'News is shaped, above all, by the sources on which journalists rely' (Gans, 1979, p. 79).

Wie wil weten wat nieuws is en hoe het ontstaat, komt al gauw uit bij de bronnen van deze informatie. De bronnen vormen de bouwstenen van ieder artikel, radiobulletin of televisie-item. Journalisten zijn afhankelijk van bronnen om nieuws te maken (Dimitrova & Strömbäck, 2009; Gans, 1979). De relatie tussen de journalist en bron is er een van overwegend tegengestelde belangen: een verstandhouding tussen twee partijen met elk eigen motivaties ((Wahl-Jorgensen & Hanitzsch, 2009). De autonomie van de journalist enerzijds en zijn afhankelijkheid van bronnen anderzijds leiden gemakkelijk tot aanvaringen tussen journalist en bron (Rennen, 2000). Echter concluderen journalisten dat zij nog altijd meer te vertellen hebben over de inhoud van nieuws. Zij onderhouden contact en gaan relaties aan met verschillende officiële, maar ook onofficiële bronnen. Een goede verstandhouding tussen journalist en de bron is in het ene journalistieke genre belangrijker dan in het andere genre. Bij misdaadjournalistiek roept deze verstandhouding nog wel eens vraagtekens op, omdat zij met criminele bronnen te maken hebben en het vaak gaat om gevaarlijke onderwerpen. Het blijft natuurlijk wel aan de journalisten om de informatie te filteren en niet zomaar alles over te nemen (Reich, 2011).

Sinds de jaren '80 worden nieuwsorganisaties geconfronteerd met verregaande sociaal-maatschappelijke ontwikkelingen die een impact hebben op het medialandschap en journalistieke praktijken en routines. Deze verandering zorgt voor commercialisering van het mediaveld, waarbij rationalisatie van het nieuwsproductieproces steeds belangrijker wordt (McManus, 2009; McNair, 2000). Bovendien is de nieuwscyclus door technische ontwikkelingen ingekort en versnelt, wat de druk om het mediaveld verhoogd (Deuze & Dimoudi, 2002; McNair, 2000). Om deze periode door te komen beroepen mediabedrijven zich vaak op nog meer commercialisering en kostenbesparende maatregelen als het gaat om nieuwsgaring en nieuwsproductie. Dit zorgt ervoor dat de traditionele journalistieke praktijk van nieuwsgaring door journalisten kan veranderen onderzocht moet worden (McNair, 2000). Er domineren hierbij twee belangrijke opvattingen. Enerzijds zijn journalisten in de eerste plaats "informatiemakelaars" die inhoud van nieuws recyclen of baseren op informatie van nieuwsagentschappen (Davies, 2008; Reich, 2010). Aan de andere kant zijn er ook optimisten die de opkomst van social media en het wereldwijde web zien als oplossing in de journalistiek. Zij stellen dat de nieuwsproductie is veranderd van een gesloten top-down proces met weinig informatieaanbieders naar een open bottom-up proces met veel aanbieders (Lee-Wright & Witschge, 2012). De verdeeldheid in de wetenschap is een aanleiding dit onderzoek. Er wordt gefocust op het brongebruik tijdens het nieuwsproductieproces, waarbij de functies van persbureaus als deel van het geheel worden onderzocht. In de literatuur wordt immers vaak omschreven dat journalisten, onder

druk van economische tegenslagen en personeelstekort, andere nieuwsberichten overnemen, zoals producten van persbureaus of andere PR-teksten (Lewis et al., 2008). Een persbureau heeft als primaire functie om internationale en nationale feiten te verzamelen en te verspreiden, met als doel om deze beschikbaar te stellen aan hun abonnees; de dagbladen, radio- en televisiezenders en verschillende internetsites en blogs (Vermaas & Janssen, 2009).

Davies (2008) suggereert dat journalisten gedegradeerd zijn van nieuwsmakers tot informatiemakelaars die vooral content recyclen. Vervolgens hebben journalisten vaak tijdgebrek om de betrouwbaarheid van deze informatie te checken (Van der Haak et al., 2012). Enerzijds gaan journalisten ervan uit dat het niet van belang is om informatie te controleren, omdat ze het grotendeel van hun bronnen kennen. Vooral informatie van persbureaus beschouwen journalisten als geloofwaardig (Rennen, 2000). Anderzijds zorgt de voortdurende druk om snel nieuws te verspreiden en de verlaagde budgetten ervoor dat regelmatige reflectie over het nieuwsproductieproces onrealistisch zijn geworden, zeker in de online redactie (Van der Haak et al, 2012).

Hoewel persbureaus in de nieuws structuur een dominante positie hebben, tonen diverse studies (Boyd-Barrett, 2000; Paterson, 2005; Rantanen, 1998) aan dat deze positie niet meer vanzelfsprekend is. Dezelfde ontwikkelingen in de mediasector zoals globalisering, digitalisering, competentie en commercialisering leiden tot instabiliteit in de nieuwssector en zorgen ervoor dat persbureaus onder druk staan (Boyd-Barret, 2000). Desondanks toont verschillend onderzoek (De Keyser, 2010; Knight, 2011) aan dat het gebruik van social media bij de nieuwsgaring waardeloos is. Daarnaast lijkt de klassieke nieuwsgaring methoden zoals nieuwsagentschappen, persberichten en telefoongesprekken (met mainstream bronnen) voorlopig het populairst te blijven (Paterson, 2006; De Keyser, 2010).

Vraagstelling

Duidelijk is dat nieuwe ontwikkelingen in de mediasector het nieuwsproductieproces van journalisten beïnvloeden (Boyd-Barret, 2000), de vraag is alleen op welke manier. In dit onderzoek ligt de focus op misdaadjournalistiek. Enerzijds is er voor misdaadjournalistiek gekozen omdat dit journalistieke genre mij het erg aanspreekt. Daarnaast wil ik onderzoeken of deze passie voor misdaad nog steeds bestaat na deze thesis. Anderzijds is kritische aandacht voor de nieuwsselectie van misdaadnieuws noodzakelijk, omdat de manier waarop de media deze gebeurtenissen weergeven van grote invloed zijn op de kijk en het begrip van misdaad en criminaliteit in de samenleving (Strömback, 2011). Journalisten geven niet vaak openlijk toe dat zij persbureaus gebruiken, terwijl er wel degelijk geknipt en geplakt wordt (Lewis et al., 2008). Om deze reden wordt het algemene brongebruik tijdens het nieuwsproductieproces onderzocht. Vervolgens wordt er verder ingezoomd op het gebruik van persbureaus door journalisten. Dit leidt tot de volgende hoofdvraag:

“Wat motiveert misdaadjournalisten om bepaalde bronnen in het algemeen en persbureaus in het bijzonder wel of niet te gebruiken tijdens hun nieuwsproductieproces?”

Wetenschappelijke relevantie

Bronnen leveren dagelijks het noodzakelijke werkmateriaal voor de journalist. Dit gegeven is vanzelfsprekend, wat ertoe zou kunnen leiden dat dit onderwerp weinig aandacht krijgt in theorieën en onderzoek over journalistiek. Handboeken voor de journalistiek zijn er wel, maar dit weegt niet op tegen de keuzes en motivaties van de journalist die het nieuws produceert (Rennen, 2000). De dagelijkse steun van journalisten op bronnen en de verdeeldheid over de keuzes die journalisten maken tijdens hun nieuwsproductieproces, zorgen voor voldoende aanleiding voor dit theoretisch onderzoek (Davies, 2008; Lee-Wright, 2012; Reich, 2010). Binnen de communicatie- en journalistiek is er weinig onderzoek gedaan naar persbureaus, wat opvallend is omdat zij behoren tot de belangrijkste nieuws leveranciers (Paterson, 2005). De studies die er over persbureaus zijn, zijn veelal kwantitatief van aard (Boyd-Barret, 2000; Lewis et al., 2008; Ruigrok & Scholten, 2009; Welbers et al., 2018) waarbij nieuwsberichten geanalyseerd worden. In geen van deze onderzoeken komt de motivatie voor het gebruik van persbureaus aan bod. Manninen (2017) onderzocht daarentegen de vorming van vertrouwen en motivatie voor het gebruiken van verschillende journalistieke bronnen door online journalisten. In dit onderzoek mist het de Het doel van het onderzoek is het opvullen van een leemte in de huidige wetenschappelijke literatuur over de motivaties van (misdad)journalisten voor het gebruiken van bepaalde bronnen in het algemeen en persbureaus in het bijzonder tijdens het nieuwsproductieproces. Dit onderzoek geeft een kijk in de nieuwsproductie van de journalist en creëert daarmee transparantie en bewustwording in het brongebruik van journalisten. Deze thesis geeft nieuwe theorieën over de motivaties van journalisten om bepaalde bronnen in het algemeen en persbureaus in het bijzonder te gebruiken tijdens hun nieuwsproductieproces.

Maatschappelijke relevantie

In de huidige maatschappij speelt de informatievoorziening via de media een belangrijke rol. Door de steeds verdergaande informatisering van de samenleving wordt er zelfs van een informatie- of kennissamenleving gesproken (Hermans, 2000). In deze informatiesamenleving is er sprake van een uitgebreid aanbod van informatieve diensten die voor iedereen toegankelijk moet zijn. De kennis die mensen hebben over bepaalde gebeurtenissen is grotendeels gebaseerd op informatie afkomstig uit het nieuws, tevens de kennis van misdaad en criminaliteit. Als producent van nieuws is het voor journalisten een van de maatschappelijke taken om informatie te verwerken zodat deze toegankelijk is voor het publiek (Hermans, 2000). Ondanks het belang van nieuws en de perceptie van nieuws voor de samenleving, blijken de keuzes die journalisten maken in het nieuwsproductieproces nauwelijks onderzocht te zijn. Kritische aandacht voor de nieuwsselectie van misdaadnieuws is noodzakelijk,

omdat de manier waarop de media deze gebeurtenissen weergeven van grote invloed zijn op ons begrip van misdaad en criminaliteit in de samenleving (Strömback, 2011).

Persbureaus hebben daarentegen ook een grote invloed op de nieuwsselectie en productie van journalisten. Persbureaus zijn agenda setters, beïnvloeden de media-agenda en hebben dus erg veel invloed op wat er in de media wordt vertoond. Boyd-Barrett (2000) en Reich (2006) stellen dat onderzoek naar de rol van persbureaus tijdens het nieuwsproductieproces van journalisten nodig is, omdat het voor de maatschappij belangrijk is om inzicht te hebben in nationale bronnen, zeker in een tijdperk van desinformatie (Graves & Amazeen, 2019; Witschge & Nygren, 2009).

Leeswijzer

Om antwoord te geven op de hoofdvraag zal in eerste instantie een literatuurstudie uitgevoerd worden om zo theoretische gevoeligheid te creëren voor de concepten.

Deze is terug te lezen in hoofdstuk 2. Theoretisch kader. In hoofdstuk 3 wordt dieper ingegaan op de onderzoeksmethode. De steekproef wordt besproken en er wordt uitgelegd hoe de analyse zal verlopen. Wanneer de interviews geanalyseerd zijn middels een thematische analyse, worden in hoofdstuk 4 de resultaten gepresenteerd. In de eerste plaats wordt het brongebruik in het nieuwsproductieproces van misdaadjournalist afgekaderd en wordt er gekeken wanneer en met welke functie persbureaus voorkomen. Deze aanpak zorgt er vervolgens voor dat er verschillende motivaties om deze bronnen in het algemeen en de persbureaus in het bijzonder te gebruiken naar voren komen. Tot slot zal in hoofdstuk 5 antwoord gegeven worden op de onderzoeksvraag door het trekken van conclusies. Hierbij zal ook ingegaan worden op de beperkingen van dit onderzoek, de implicaties en zullen er suggesties gedaan worden voor vervolgonderzoek.

Keywords: nieuwsproductieproces, journalisten, motivaties, brongebruik, persbureaus.

2. Theoretisch kader

In het theoretisch kader worden de belangrijkste concepten toegelicht. Ten eerste wordt het nieuwsproductieproces verfijnd. Vervolgens wordt onderzocht in hoeverre er al onderzoek is gedaan naar motivaties die journalisten hebben om bepaalde bronnen te gebruiken en welke theorie een leidraad kan zijn voor dit onderzoek. In de concluderende paragraaf wordt een opsomming gegeven van de belangrijkste onderdelen.

2.1. Het nieuwsproductieproces

Om te onderzoeken wat misdaadjournalisten motiveert om bronnen in het algemeen en producten van persbureaus in het bijzonder wel of niet te gebruiken tijdens het nieuwsproductieproces is het van belang het nieuwsproductieproces te verfijnen. Hierdoor kan de data-analyse van de interviews gestructureerd verlopen. Dit biedt een basis om te bepalen wanneer en waarom bepaalde bronnen, met persbureaus in het bijzonder, in het nieuwsproductieproces van de journalist worden gebruikt.

Het productieproces van nieuws kan worden gezien als het proces waarbij gebeurtenissen aan de hand van systematische criteria worden omgezet in nieuws dat in de media kan worden gepubliceerd (Hanitzsch & Hoxha, 2018). Eerdere studies over het nieuwsproductieproces zijn onder andere uitgevoerd door Cottle (2000), Lau (2004) en Boyer en Hannerz (2006). Cottle (2000) trekt de geldigheid van de zes theoretische 'orthodoxies' van nieuwsproductie in twijfel, wat betreft routinisering, professionele objectiviteit, sociale hiërarchie in de toegang tot nieuws, de rol van publiek, modellen van informatieoverdracht en homogenisering van nieuwsproductie. Lau (2004) maakt in het nieuwsproductieproces vooral onderscheid tussen de invloed van interne en externe factoren. Boyer en Hannerz (2006) focust vooral op de sociale bemiddeling van media tijdens het proces. In deze studies wordt gefocust op één moment binnen het proces en worden persbureaus niet als specifieke bron behandeld. Het is een goede basis voor de conceptualisering van het nieuwsproductieproces, maar er wordt niet specifiek ingegaan op de relatie tussen de bron en de journalist.

Wahl-Jorgensen en Hanitzsch (2009) daarentegen, menen dat er sprake is van een sterk brongericht nieuws proces, waardoor het belangrijk is inzicht te krijgen in de relatie tussen bron en journalist. Een van de weinige studies die systematisch de relatie tussen bron en journalist op verschillende momenten in het nieuwsproductieproces onderzocht is Reich (2006; 2009; 2011). Hij gebruikt een innovatieve methode die gebaseerd is op gestandaardiseerde "face-to-face reconstructie-interviews". De bevindingen van Reich (2006; 2009; 2011) bieden overtuigend empirisch bewijs dat hoewel bronnen een goede kans hebben om nieuwsberichten te initiëren, journalisten gebruik maken van meerdere bronnen, waardoor nieuwsverhalen relatief onafhankelijk van de initiërende bron wordt afgemaakt. Dit geeft de meer autonome status van journalisten weer ten opzichte van bronnen in latere

stadia van het nieuwsproductieproces. Het bewijs van Reich heeft echter betrekking op de relatie van journalisten tot bronnen in het algemeen en niet specifiek op het persbureau als bron. Reich (2006) richt zich op meerdere momenten in het nieuwsproductieproces en stelt de relatie tussen bron en journalist centraal, waardoor de theorie van Reich (2006) centraal staat in dit onderzoek. Reich (2006) onderscheidt in zijn studie naar het nieuwsproductieproces twee fases; (1) de ontdekkingsfase en (2) de daadwerkelijke nieuwsgaring.

De ontdekkingsfase is het eerste moment dat de journalist wordt ingelicht over het bestaan van een potentieel nieuwsbericht. Deze fase kan gekarakteriseerd worden als de fase waarin de journalist vertrouwt op zijn nieuwsbronnen en deze zorgen voor bruikbare informatie om te ontdekken of iets nieuwswaardig is. De daadwerkelijke nieuwsgaring staat in het teken van het toevoegen van details, data, reacties en opheldering over het bepaalde nieuwsitem (Reich, 2006). Maat en de Jong (2013) belichten nog een derde fase; de uiteindelijke nieuws productiefase, waarin het nieuwsitem wordt geschreven. Volgens Reich (2006) verschilt het per fase in het proces wie van de twee (bron of journalist) de leiding neemt. De meeste journalisten zijn niet reflexief over het proces van het selecteren en weergeven van nieuws. Het is gewoon de kunst en het ambacht van hun werk, zeggen zij dan (Wykes, 2001).

Het verkrijgen van informatie om een nieuwsitem op te bouwen is geen eenmalige handeling, maar een relatief gestructureerd proces dat vaak uren duurt. Meestal zijn daar verschillende bronnen bij betrokken, die elk een contact of overdracht van informatie vertegenwoordigt, dat door elk van de partijen kan worden opgestart. Een opeenvolging van dit contact, vooral in de latere fases van het nieuwsproductieproces, werd vaak gemist in eerder onderzoek (Reich, 2006).

In de volgende paragrafen worden de drie fases in het nieuwsproductieproces besproken. De afbakening tussen de fases, theoretisch en methodologisch, wordt bepaald door de aanwezigheid van informatie in het uiteindelijke bericht. In reële situaties kan er enige overlap zijn tussen de verschillende fases. Deze afbakening kan het onderzoek helpen om de opeenvolging van contacten tussen de journalist en de bron die tot de vorming van het nieuwsbericht leiden, te onderzoeken. Dit gebeurt door te focussen op de initiatiefnemer in elk contact, contacten op te sporen die onopgemerkt blijven en door patronen van keuzes en motivaties van de journalist te identificeren.

2.1.1. De ontdekkingsfase

McManus (1994) beschreef de ontdekkingsfase als het eerste contact met de eerste bron waarbij de journalist of verslaggever voor het eerst een ontdekking doet van potentieel nieuwswaardige kwesties en gebeurtenissen. Hieruit kan geconstateerd worden dat het nieuwsproductieproces begint bij het kiezen van de onderwerpen waarover bericht gaat worden. Onderzoekers leggen deze gebeurtenis van nieuwsselectie en nieuwswaardigheid uit aan de hand van de *gatekeeping theory* (Shoemaker & Vos, 2009). De gatekeeping theory vond zijn oorsprong in de jaren '50 door het werk van Manning White, maar gaat al heel wat jaren mee in aangepaste vorm

(Vos, 2015). Manning White geconceptualiseerde de theorie als de complexe route van nieuws tekens van de producent naar eindgebruiker, waar onderweg selecties en aanpassingen worden gemaakt (Vuorinen, 1997). Er was al gauw kritiek op de originele theorie: het zou de focus teveel leggen op het individuele selectieproces van de journalist. Later kwamen andere onderzoekers tot de conclusie dat ook andere factoren, zoals journalistieke routines en organisatorische of sociale invloeden een belangrijke rol spelen in het nieuwsproductieproces (Vos, 2015). Shoemaker en Vos (2009) introduceren gatekeeping als het proces van selecteren en bewerken van ontelbare stukjes informatie tot het beperkte aantal berichtjes dat mensen elke dag bereikt. Gatekeeping omvat dan ook het nemen van beslissingen over de hoeveelheid tijd en aandacht die een nieuwsitem krijgt (Shoemaker, Vos & Reese, 2009).

Een theorie met betrekking tot gatekeeping en nieuwsselectie die door de jaren heen heel belangrijk is geworden, is die van Galtung en Ruge (1965). Zij verklaren het selectieproces van journalisten aan de hand van zogenaamde ‘nieuwswaarden’. Zij zijn van mening dat hoe meer nieuwswaarden van toepassing is op een bepaalde gebeurtenis, hoe hoger de nieuwswaardigheid is en hoe groter de kans dat het door de nieuwsmedia wordt opgepikt. De theorie van Galtung en Ruge (1965) is al een aantal keer aangepast en uitgebreid (Vos, 2015). Een belangrijke aanvulling is die van Harcup en O’Neill (2017). Zij leggen nadruk op nieuwswaarden die in de actuele context relevant zijn, zoals shareability, wat verwijst naar verhalen die een grote kans hebben om gedeeld te worden. Zij nemen sociale media mee, wat in het huidige medialandschap niet meer is weg te denken (Harcup & O’Neill, 2017). De nieuwswaarde is een maatstaf om te bepalen of het nieuws goed genoeg is om erover te schrijven (Harcup & O’Neill, 2017). Als er wordt gevraagd waarom iets nieuwswaardig is, is een typische reactie van de journalist: ‘Omdat het gewoon zo is!’ (Brighton & Foy, in Harcup & O’Neill, 2017). Dit zogenoemde ‘onderbuikgevoel’ kan het belang van nieuwswaarden doen vervagen, terwijl het vastleggen van nieuwswaarden heel belangrijk is in het journalistieke proces (Harcup & O’Neill, 2017).

De media vinden hypes en sensatieverhalen die bijvoorbeeld voortkomen uit moord vaak nieuwswaardig. Volgens Wilcox (1998) zijn de belangrijkste criteria van nieuws: ongewoonheid, drama, conflict, human interest en de omvang van de gebeurtenis. Hij meent dat nieuws over misdaad vaak al deze criteria bevat, waardoor er veel over wordt geschreven door journalisten. De mate van ongewoonheid en gruwelijkheid zorgt ervoor dat specifieke zaken over moord als extra nieuwswaardig worden gezien (Gibson, 2006).

De beslissingen van journalisten over welke onderwerpen ze behandelen, een proces dat zijn oorsprong vindt in de fase van ideevorming en ontdekking, dragen bij tot de bepaling van de media-agenda (Shoenberger & Rodgers, 2017). In de ontdekkingsfase vindt de voorbereiding op het schrijven van een nieuwsverhaal plaats. Hier besteden journalisten tijd aan het raadplegen van bronnen om hun kennis over het onderwerp te vergroten. In de ontdekkingsfase kijkt de journalist beknopt naar de bron. Er wordt vaak nog niet gecontroleerd op betrouwbaarheid en de details worden

nog niet gelezen. Deze fase attendeert journalisten op het bestaan van een potentieel nieuwsitem en brengt daardoor het nieuws proces op gang. De informatie die ontdekt wordt komt vaak niet voor in het uiteindelijke nieuwsitem (Reich, 2011).

Een van de bronnen die een journalist kan gebruiken ter voorbereiding van het schrijven van een nieuwsverhaal of ter ontdekking van een nieuwsitem zijn de berichten van persbureaus (Shoenberger & Rodgers, 2017). Persbureaus kunnen ook een grote invloed hebben op welk nieuws nieuwswaardig genoeg is om door de zogeheten poort te komen; het *gatekeeping process*, zoals eerder besproken. Hoe meer journalisten vertrouwen op een persbureau als bron van nieuws, hoe meer invloed het persbureau als poortwachter heeft op de samenleving (Welbers et al., 2018), dus ook op de productie van misdaadnieuws.

2.1.2. *De daadwerkelijke nieuwsgaring*

Tijdens de daadwerkelijke nieuwsgaring, of de verzamelfase, verkrijgt de journalist of verslaggever verdere gegevens uit bronnen, controleert hij/zij informatie en de betrouwbaarheid. Deze fase levert de bouwstenen voor het daadwerkelijke nieuwsbericht. De informatie die uiteindelijk vormt tot een nieuwsbericht is afkomstig van bronnen, databases, documenten of getuigen die op het moment van de gebeurtenis aanwezig waren. De verdere gegevens worden uitgewerkt en er wordt echt gekeken naar details (Reich, 2011). In deze fase zorgt de journalist dat er meer bronnen worden gezocht, wordt de informatie nagekeken en gecheckt en krijgt hij of zij reactie en feedback (Reich, 2009).

De fase van de nieuwsgaring is een fase die als flexibel moet worden gezien. Het tot stand komen van een bepaald nieuwsbericht kan niet zonder informatie. Nieuws vergaren is een doorlopend proces, waarbij vele keuzes worden gemaakt. Deze keuzes brengen soms stress met zich mee, want journalisten hebben vaak te maken met deadlines. Hierdoor kan een journalist niet langer aan een nieuwsbericht werken, omdat het zo snel mogelijk moet worden doorgestuurd naar de eindredactie. Hoe korter een journalist de tijd heeft om een nieuwsbericht te maken, hoe groter de druk is en hoe sneller de journalist de informatie moet verzamelen.

2.1.3. *De nieuwsproductie fase*

In de nieuwsproductie fase wordt het daadwerkelijke nieuwsitem samengesteld (Maat & De Jong, 2012). Journalisten zijn in deze fase meestal leidend en bepalen de uiteindelijke inhoud van het verhaal (Reich, 2006). Er zijn twee soorten misdaadnieuws: (1) de sensationele verhalen die een uitgebreide behandeling krijgen, vaak op de voorpagina met foto's en (2) alledaagse verhalen die als korte items op de binnenpagina's staat (Schelesinger & Tumber, 1994). Het schrijven van een nieuwsartikel over misdaad moet gebaseerd worden op basis van de gemeenschappelijke kernelementen die bestaan uit de situatie gebaseerde uitleg van de 5W's en 1H; wie, waar,

wanneer, wat, waarom en hoe (Websdale & Alvarez, 1998). Tijdens de nieuwsproductie fase is de inbreng van nieuwe bronnen minimaal en is het de journalist (en niet de bron) die de keuzes maakt over wat er daadwerkelijk op papier komt (Maat & De Jong, 2012).

2.1.4. De overgang en het verschil in brongebruik tussen de fases

De overgang van de eerste naar de tweede fase brengt volgens Reich (2006) vier veranderingen met zich mee als het gaat om brongebruik. Ten eerste de afnemende afhankelijkheid. Journalisten gaan van machteloos in de ontdekkingsfase, waarin ze afhankelijk zijn van een hint van een bron voordat ze zich bewust worden van een nieuw potentieel verhaal, naar een aanzienlijke mate van onafhankelijkheid in de nieuwsgaring fase. In de nieuwsgaring fase bepalen ze vrijwel zelfstandig of ze meer bronnen nodig hebben, of juist niet, en met wie ze het best contact kunnen opnemen. Ten tweede speelt de toenemende beschikbaarheid van informatie een rol. In de ontdekkingsfase kan de informatie door slechts enkele bronnen gedeeld worden of kan er zelfs één exclusieve bron zijn. Naarmate de tijd verstrijkt en de gebeurtenissen zich voordoen, kan een groeiend aantal bronnen beschikbaar komen, die soortgelijke informatie delen. Ten derde speelt de verandering in het aandachtsgebied van de verslaggever een rol. In de ontdekkingsfase wil de journalist vooral snelheid: hoe kom je zo snel (en zo exclusief) mogelijk op de hoogte van potentieel nieuws. In de nieuwsgaring verschuift dit naar zorgvuldigheid: hoe krijg je de maximale controle over elk detail dat op het punt staat onder ‘mijn’ naam gepubliceerd te worden? Tot slot verandert er iets in de transformatie van de *gatekeeping* strategie. In de ontdekkingsfase zullen journalisten elke informatie uit elke bron aannemen, op voorwaarde dat het ze helpt om een bepaalde gebeurtenis te begrijpen. In de daadwerkelijke nieuwsgaring kunnen journalisten kritischer worden naar de bron, omdat ze kritiek kunnen krijgen van redacteurs, andere bronnen, collega's of nieuwslezers.

Het brongebruik tussen de verschillende fases kan dus verschillen. In de fase van ontdekking kan de bron een belangrijke rol spelen, terwijl in latere fases van nieuwsgaring en de daadwerkelijke nieuwsproductie de bron een minder prominente rol kan spelen (Maat & De Jong, 2012).

2.1.5. De relatie tussen bron en journalist

De relatie tussen de journalist en de bron is er een van overwegend tegengestelde belangen: een verstandhouding tussen twee partijen met elk eigen motivaties (Wahl-Jorgensen & Hanitzsch, 2009). Zoals eerder besproken kan de relatie tussen journalist en bron verschillen per fase. Daarnaast kan het aandeel van de bijdragen van bronnen verschuiven tussen snippets informatie tot hele nieuwsverhalen (Reich & Barnoy, 2020). Waar journalisten ons met hun nieuwsitems een beeld van de werkelijkheid proberen te geven, kunnen bronnen deze nieuwsitems beïnvloeden. Bronnen maken informatie toegankelijk, bieden verschillende perspectieven op het nieuws, zorgen voor context en interpretatie en maken het mogelijk om informatie te controleren (Dimitrova & Strömbäck, 2009). Gans (1979) suggereert dat nieuws zelfs voor een groot deel door de bron wordt vormgegeven: ‘*News*

is shaped, above all, by the sources on which journalists rely' (p. 79). De kwaliteit van een krant, nieuwssite of nieuwsbulletin is een kwestie van de kwaliteit van de bronnen (Rennen, 2000).

Journalisten zijn afhankelijk van bronnen om nieuws te maken (Dimitrova & Strömbäck, 2009; Gans, 1979). Journalisten zijn het hier niet altijd mee eens en concluderen dat zij nog altijd meer te vertellen hebben over de inhoud van nieuws. Niet alleen zijn journalisten afhankelijk van bronnen, door commercialisering hebben media-eigenaren en adverteerders ook steeds meer invloed op de inhoud van het nieuws (Strömbäck & Karlsson, 2011). Keuzes van journalisten liggen dus niet altijd aan de journalist zelf, maar kunnen ook aan de organisatie liggen.

De verschillende benaderingen van de relatie tussen journalisten en bronnen kunnen worden onderverdeeld in twee hoofdcategorieën: '‘eenzijdig’' en '‘wederkerig’' (Reich, 2006). De eenzijdige modellen, die in de literatuur het minst worden gesteund, beweren dat één partij voortdurend superieur kan zijn in het vormen van het nieuws. De bronnen kunnen dominant zijn, zoals bij de modellen van hegemonie, of de verslaggever kan dominant zijn, zoals in de adversariale modellen, die vooral gesteund worden door journalisten die graag als waakhond worden weggezet (Reich, 2006). Journalistiek heeft als doel mensen van informatie te voorzien zodat ze zich vrij en autonoom kunnen voelen waarbij het ze de mogelijkheid geeft om verder te kijken dan hun eigen ervaring reikt (Kovach & Rosenstiel, 2001). Een van de manieren om dit te doen voor journalisten is optreden als waakhond. Volgens Mellado (2014) roept de journalistieke waakhond de gevestigde macht ter verantwoording en signaleert deze misstanden. Journalisten identificeren zich het liefst als waakhond van de samenleving (Mellado, 2014).

Anderzijds weigeren de meer '‘wederkerige’' modellen om een permanente dominantie toe te kennen aan of de bron of de verslaggever. Onder deze modellen vallen de modellen van uitwisseling en rolverdeling. Toch neigen zij de dominante positie toe te kennen aan bepaalde bronnen die worden aangeduid als machtig/ officieel of institutioneel (Gans, 1979; Reich, 2006).

2.1.6. De routines tijdens het proces

Onderzoek naar nieuws routines is altijd al belangrijk geweest, omdat het bepaalde keuzes in het nieuwsproductieproces kan verklaren. Het helpt journalisten om nieuws te construeren en de macht van bepaalde bronnen te bepalen (Tuchman, 1972). Studies uit de jaren zeventig en tachtig suggereren dat de journalistiek zich organiseert rond een aantal routines die een continue productie van nieuwsstromen garandeert (van Hout et al., 2011). Nieuws routines zijn volgens Shoemaker en Reese (1996) patronen die herhaaldelijk worden gebruikt om van ruwe data waardig nieuws te maken. Routines ontstaan niet zomaar, maar zijn eigenlijk praktische hulpmiddelen voor media organisaties en journalisten. Deze handelingen en methodes zijn te vergelijken met bijvoorbeeld verschillende talen die mensen spreken en bepaalde culturele gewoontes die mensen hebben. Routines kunnen ontstaan in het nieuwsproductieproces en voor elke journalist anders zijn (Tuchman, 1972).

Tuchman (1972) was een van de eerste wetenschappers die onderzoek deed naar nieuws

routines en onderscheidde de manier waarop nieuwsorganisaties en journalisten nieuws classificeren als hard, zacht, ontwikkelend en voortgaand nieuws. Op die manier kan effectiever uitgelegd worden hoe nieuwsorganisaties daadwerkelijk te werk gaan. Dit worden ook wel zogeheten “beats” genoemd. Het fenomeen beats wordt in de journalistiek gebruikt om de organisatiestructuur van nieuwsverzameling te omschrijven. Beats hebben een thematisch karakter, zoals sport, cultuur of misdaad. Beats kunnen ook een territoriaal karakter hebben, zoals binnenlands en buitenlands nieuws. Journalisten werken vaak binnen een bepaalde beat, wat ervoor zorgt dat de productie van nieuws georganiseerd wordt binnen een bepaald thema. Beats zorgen er zo voor dat journalisten op onderwerpen worden gezet waarin ze zo efficiënt mogelijk kunnen werken. Beats zijn in principe deelredacties binnen een nieuwsorganisatie en spelen een belangrijke rol in de selectie en productie van nieuws. In dit onderzoek ligt de focus op het thematische karakter; misdaadnieuws. Volgens Shoemaker en Reese (1996) heeft elk bedrijf behoefte aan routines die ervoor zorgen dat er zo efficiënt mogelijk gewerkt kan worden.

Reich (2009) heeft het in zijn studie over beats en suggereert dat ze een soort systemen zijn waarin bepaalde normen en waarden worden gebruikt bij de productie van nieuws. Volgens hem zou het effect van beats op de nieuwsproductie al zichtbaar moeten zijn in de ontdekkingsfase, wanneer de eerste ideeën ontstaan. Reich (2009) concludeert dat er binnen het journalistieke veld subculturen bestaan, die afhangt van de beat waarin de journalist werkt. Volgens Reich (2009) is vervolgonderzoek onder verschillende beats nodig om een beter verschil te kunnen zien tussen beats en het gevolg dat dit heeft voor verschillende nieuwsverslagen. Misdadjournalisten kunnen minder tijd doorbrengen op kantoor, omdat ze veel bijvoorbeeld veel aanwezig moeten zijn bij rechtbanken. Er kan dus een hele andere werksfeer hangen bij misdadjournalisten ten opzichte van journalisten die werken in een andere beat.

De journalist is afhankelijk van wat bronnen hen te bieden hebben, maar de bronnen zijn ook weer afhankelijk van wat een journalist of mediaorganisatie wil en kan produceren. Routines kunnen zowel dicht bij de mediaorganisatie als bij de journalist liggen. Nieuws routines zijn belangrijk voor dit onderzoek omdat het bepaalde keuzes van journalisten met betrekking tot brongebruik kan verklaren.

In de bovenstaande paragrafen is het nieuwsproductieproces van de journalist en de invloeden van motivaties en keuzes toegelicht. In het volgende deel van het theoretisch kader wordt dieper ingegaan op de motivaties van een journalist om bepaalde bronnen te gebruiken.

2.2. Theoretische kaders voor de productie van misdaadnieuws

Sociologen hebben de representaties van criminaliteit in de media de afgelopen decennia steeds kritischer onder de loep genomen (Greer & Reiner, 2012). Veel onderzoek is kwantitatief van aard, waarbij mediaboodschappen worden geïnterpreteerd.

Er zijn een aantal theorieën ontwikkeld om de productie van nieuws in het algemeen te verklaren, maar minder theorieën zijn specifiek gewijd aan misdaadnieuws. Sommige modellen van nieuwsproductie, vaak hegemonie-modellen genoemd, benadrukken de rol van dominante ideologieën en elite controle (Greer & Reiner, 2012; McNair, 2009). Dit model geeft aan dat nieuws de standpunten van de machtigen weergeeft. Als reactie op het hegemonie model hebben wetenschappers het professioneel/organisatorische model ontwikkeld (McNair, 2009). Hier spelen meer tastbare factoren een rol op de invloed van nieuws, zoals sourcing, nieuwswaarden en zakelijke belangen. Dit model ziet nieuws als het product van opzettelijk en reflexief handelen voor journalisten. Daarnaast legt dit model de nadruk op de institutionele routines en waarden van de journalistiek (Greer & Reiner, 2012). Later hebben sommige wetenschappers gepleit voor hybride modellen, die rekening houden met ideologieën, structurele beperkingen, institutionele routines en journalistieke agency (Greer & Reiner, 2012; McNair, 2009). Hybride modellen bieden een meer genuanceerde verklaring voor de toekomst. Het *hierarchy of influence* model van Shoemaker en Reese (1996) kan beschouwd worden als zo'n hybride model. Het model is niet specifiek gebaseerd op misdaadjournalistiek, maar behandelt het algemene journalistieke eindproduct. Het model categoriseert vijf verschillende niveaus van invloeden die het journalistieke eindproduct kunnen beïnvloeden: de ideologische, de extramedia, het organisatorische, het routinematige, en het persoonlijke niveau. Het model wordt in de volgende paragraaf verder toegelicht.

2.2.1. *Hierarchy of influence model*

Kritische bronnenanalyse door journalisten vereist motivatie die afhangt van vele factoren zoals persoonlijke opvattingen en kennis over het onderwerp, persoonlijke aanleg voor analytisch denken en de behoefte om aan informatie te komen. Deze en vele andere invloeden zijn gestructureerd in het *hierarchy of influence* model dat is opgesteld door Shoemaker en Reese (1996). Het model categoriseert vijf verschillende niveaus van invloeden die het journalistieke eindproduct kunnen beïnvloeden.

Het individuele journalistieke niveau beschrijft die invloed die de journalist zelf heeft op de inhoud van het nieuws. Het gaat hier om de persoonlijke achtergrond van de journalist, zoals geslacht, achtergrond, opleiding, persoonlijke opvattingen en de professionaliteit.

Het media routine niveau bestaat uit een set van bepaalde methoden die journalisten gebruiken om hun werk te doen, zoals ze dat geleerd hebben. Media routines zijn patronen die journalist aanleert om hun werk te doen. Deze patronen kunnen vallen binnen verschillende journalistieke genres. In het nagaan wat bijvoorbeeld acceptabel nieuws is voor de lezer en welke bronnen informatie zij kunnen gebruiken, spelen media routines een grote rol.

Het organisatorische niveau weergeeft de invloeden van de organisatie en bestaat uit meer gecompliceerde structuren. Er zijn verschillende niveaus binnen een organisatie, zoals redacteuren en verslaggevers, managers en editors en als hoogste niveau het management. Nieuwsmedia ervaren

economische druk die journalistieke beslissingen kunnen beïnvloeden, waardoor de inhoud van het nieuws en de werkwijze van journalisten beïnvloed kan worden.

Het extramedia niveau kunnen de externe factoren die van invloed zijn op een nieuwsverhaal verklaren. Bijvoorbeeld bronnen die informatie verschaffen, inkomstenbronnen, de economie en technologie. Journalisten zijn niet snel aanwezig bij een ramp of een schietpartij, maar krijgen informatie van mensen die getuige waren. Iedere bron zorgt ervoor dat de journalist andere informatie krijgt. Het is de taak van de journalist om uit al deze verschillende informatievoorzieningen een compleet beeld te schetsen en een nieuwsverhaal te maken.

Het ideologische niveau beschrijft de manier waarop journalistiek vanuit een bepaalde ideologie werkt en heeft een groot macro effect op de inhoud van nieuws. Alle andere niveaus werken samen toe naar een gezamenlijke ideologie die in de samenleving wordt gedeeld.

Alle niveaus hebben een invloed op het maken van nieuws en zorgen er mede voor hoe nieuws eruit komt te zien. De niveaus kunnen van invloed zijn op de motivaties die journalisten hebben om een bepaalde bron te gebruiken in hun nieuwsproductieproces.

2.3. Motivaties voor brongebruik

In de volgende paragrafen wordt dieper ingegaan op de motivaties die journalisten kunnen hebben om bepaalde bronnen te gebruiken tijdens het nieuwsproductieproces. Belangrijke concepten zoals motivaties, de motivatietheorieën in eerder onderzoek en de motivatietheorie die in dit onderzoek centraal staat worden uitgelegd.

2.3.1. De definitie van motivatie

Motivatie wordt omschreven als de drijfveer of reden van een individu om tot een bepaalde actie of prestatie te komen (Pjesivac, 2020). Wetenschappers hebben echter snel begrepen dat motivatie niet één fenomeen is en op verschillende manieren onderzocht kan worden. In veel gevallen maken onderzoekers onderscheid tussen intrinsieke en extrinsieke motivatie; de motivatie-hygiëne theorie, ook wel bekend als de twee-factoren theorie (Viererbl & Koch, 2021). Intrinsieke invloeden worden gezien als motivaties van journalisten zelf en extrinsieke invloeden als hygiëne factoren zoals de werkomgeving (Viererbl & Koch, 2021).

Waarom kiest een journalist wel voor de ene bron, maar niet voor de andere bron? Dit kan bepaald worden door verschillende motieven, zoals tekort aan tijd en middelen, het routinematig handelen, hiërarchie van geloofwaardigheid en nieuwswaarde, de vruchtbaarheid van bronnen en de beschikbaarheid en de capaciteit om verslaggeving te subsidiëren (Reich & Barnoy, 2020). Ondanks de vele bronnen waar een journalist tegenwoordig op kan steunen, zijn de meeste nieuwsitems gebaseerd op twee tot drie bronnen (Reich, 2009). De nieuwsomgeving wordt rijker en complexer, door de opkomst van social media, big-data en de bijdragen van gewone burgers. Dit neemt niet weg dat traditionele kanalen, zoals documenten, persbureaus, telefonische interviews en getuigenissen niet overbodig zijn geworden (Reich, 2018).

2.3.2. Motivatietheorieën

Er is verschillend onderzoek gedaan naar motivaties van journalisten. Motivatie van journalisten is eerder onderzocht op het gebied van intrinsieke en extrinsieke motivatie om in de journalistiek te werken (Pjesivac, 2020). Ook is onderzocht wat voor journalisten de motivatie is om te gaan bloggen (Gil de Zúñiga et al., 2011) en wat motivaties zijn om van journalistiek naar public relations te gaan (Viererbl & Koch, 2021). Deze studies lichten echter niks over de motivatie voor brongebruik toe. Manninen (2017) onderzocht in zijn studie het algemene brongebruik in de online journalistiek. In zijn studie onderzocht hij de vorming van vertrouwen en de motivatie in het gebruik van verschillende journalistieke bronnen. Hij koppelt het hierarchy of influence model van Shoemaker en Reese (1996) aan zijn vijf verklaringen als ‘vertrouwens discours’, waardoor er vijf onderscheidende vertrouwen discourses voor het gebruiken van bronnen geïdentificeerd zijn. De

resultaten van Manninen (2017) vormen voor dit onderzoek de basis van motivaties die journalisten kunnen hebben om bronnen in het algemeen en persbureaus in het bijzonder te gebruiken.

2.3.2.1. Vijf motivaties voor het gebruiken van verschillende journalistieke bronnen

In zijn etnografische studie onderzocht Manninen (2017) de vorming van vertrouwen in en de motivatie in het gebruik van verschillende journalistieke bronnen. Na de interviews met Finse online journalisten over de bronnen die zij wel (en niet) gebruikten, werden vijf onderscheidende motivaties voor het gebruiken van bronnen geïdentificeerd. Hij noemt deze vijf clusters van verklaringen in het algemeen als 'vertrouwens discoursen'. Elk discours heeft een onderscheidend patroon van gemeenschappelijke journalistieke bronnen en beïnvloedt het bronnen discours zoals beschreven door Shoemaker en Reese (1996). Dit betekent dat het gebruik van verschillende journalistieke bronnen anders gemotiveerd kan worden en de verschillende soorten invloeden vormgeven aan die motivaties. Zijn studie resulteerde in een nieuwe, vijfpunts-categorisering van motivaties voor verschillend journalistiek brongebruik:

(1) Ideologisch vertrouwen. Op de vraag waarom journalisten bepaalde bronnen gebruiken, gaven zij vaak een redenering die teruggebracht kan worden tot de retorische vraag: "Waarom zou ik dat niet doen?", wat Manninen (2017) heeft aangeduid als ideologisch vertrouwen. Dit sluit goed aan bij Shoemaker en Reese's (1996) ideologische mate van invloed. Volgens Shoemaker en Reese beïnvloedt de ideologische invloed het nieuwsproces door te bepalen welke zaken routinematig kunnen en moeten worden behandeld, en welke zaken pas nieuwswaardig zijn als ze afwijken van de 'norm'. Veel respondenten gaven toe dat ze zelfs nooit hadden overwogen om te twijfelen aan bepaalde bronnen; zoals persberichten van politie, overheidsfunctionarissen en reddingsdiensten. Sommigen waren het ermee eens dat ze als journalisten misschien te goed van vertrouwen waren, terwijl anderen stelden dat het niet vertrouwen van de autoriteiten hun werk bijna onmogelijk zou maken. Interessant voor dit onderzoek is of de journalist producten van persbureaus ook als autoriteit zien. Dit vertrouwen discours moet niet worden gezien als exclusief voor de overheid. In andere culturen, al dan niet journalistiek, kunnen verschillende bronnen standaard als betrouwbaar worden beschouwd.

(2) Pragmatisch vertrouwen. Dit vertrouwen gaat over het nut en de bruikbaarheid van de bron. Binnen dit discours vallen drie redenen: de deskundigheid van de bron, zijn beschikbaarheid en eerdere ervaringen met de bron. De status van expert maakt mensen en instellingen bruikbare bronnen, want door hen te citeren komt het verhaal geloofwaardiger over bij het publiek (Miller & Kurpius, 2010).

De beschikbaarheidsfactor hangt samen met het kritiek-ontmoedigende effect van de behoefte aan informatie: soms is een journalist beperkt tot de beschikbare bronnen, als de ideale bronnen niet toegankelijk zijn (of niet gemakkelijk genoeg toegankelijk zijn). Ten slotte maken eerdere (positieve) ervaringen met sommige bronnen de kans groter dat ze opnieuw gebruikt zullen worden. In deze

discours ziet de journalist de bron als praktisch bruikbaar in het journalistieke proces, wat wordt beïnvloed door het routine niveau en het extramediale niveau van Shoemaker en Reese (1996). Deze bronselectie wordt altijd tot op zekere hoogte beïnvloed door niet-journalistieke motivaties.

(3) Cynisch pragmatisch vertrouwen. De respondenten negeerden soms de waarheidswaarde van een bron, met als argument dat het er niet toe deed. Sommige uiten zelfs openlijk wantrouwen jegens de bronnen die zij gebruikten. Het woord 'vertrouwen' is in deze context overdreven, maar de journalisten hadden nog wel genoeg vertrouwen om de bron te gebruiken. Intrinsieke nieuwswaarde en gebrek aan alternatieven waren twee motivaties om zulke bronnen alsnog te gebruiken. De twee meest prominente bron categorieën zijn politici en individuele concurrerende media-organisaties. Dit discours wordt gevormd door het routine niveau (met betrekking tot citatie) en het ideologische niveau (bij het bepalen van intrinsieke nieuwswaarde).

(4) Consensueel vertrouwen. In dit geval wordt consensus tussen de bronnen gebruikt als een gekwalificeerde factor voor het gebruik van een bepaalde bron. Deze bronnen stonden vaak in relatie tot (meervoudige) mediabronnen). Het vertrouwen op consensus tussen een veelheid van externe bronnen maakt het extramedia niveau van Shoemaker en Reese's (1996) hiërarchische model het meest invloedrijk voor dit discours. Consensueel vertrouwen gaat meer over de informatie uit de bron. Het verwijst naar de menselijke neiging waarbij een overeenstemming van informatie tussen verschillende bronnen als betrouwbaar wordt gezien.

(5) Contextueel vertrouwen. Door contextuele discours zijn journalisten in staat om, te goeder trouw, het gebruik te rechtvaardigen van bronnen die zij standaard twijfelachtig vinden, waarbij het gaat om de kwaliteit van de bron zelf. Er waren twee redenen om een bron te kiezen: ofwel had de bron had een goede reden om waarheidsgetrouw te zijn, ofwel de bron had geen duidelijke reden om niet waarheidsgetrouw te zijn. Het contextuele discours wordt beïnvloed door de meeste niveaus van de Shoemaker en Reese (1996) *hierarchy of influences*. De evaluatie van de context van elk verhaal is afhankelijk van vele zaken, zoals 'algemene kennis' (ideologisch niveau), bronnen van buitenaf (extramedia niveau), methoden van onderzoeksmethoden (routine niveau), en de persoonlijke vooroordelen van de journalist (persoonlijk niveau).

De vijf vertrouwen discoursen staan niet statisch tegenover elkaar, maar er kan overlap gevonden worden. Deze bevindingen van vertrouwen discoursen is nuttig vanwege het verband met de motivatie in de keuze van brongebruik van een journalist. Deze bevindingen worden voor dit onderzoek gebruikt als indicatoren voor het gebruik van bronnen en welke invloeden en motivaties daarvan kracht zijn.

2.4. Concluderende paragraaf

In het theoretisch kader is ten eerste het nieuwsproductieproces verfijnd. Het nieuwsproductieproces bestaat uit drie verschillende fases: de ontdekkings- de nieuwsgaring- en de

daadwerkelijke nieuws productiefase. De ontdekkingsfase kan gekarakteriseerd worden als de fase waarin de journalist vertrouwt op zijn nieuwsbronnen en deze zorgen voor bruikbare informatie om te ontdekken of iets nieuwswaardig is. De nieuwsgaring staat in het teken van het toevoegen van details, data, reacties en opheldering over het bepaalde nieuwsitem (Reich, 2006). Tijdens de daadwerkelijke nieuwsproductie wordt het nieuwsitem geschreven. Volgens Reich (2006) verschilt het per fase welke bron de journalist gebruik en hoe hij/zij met de bron omgaat. Een theoretisch kader voor het reconstrueren van het nieuwsproductieproces van misdaadjournalisten is van belang om tijdens de interviews en tijdens de analyse gestructureerd antwoord te verkrijgen op de hoofdvraag.

Kritische bronnenanalyse door journalisten vereist motivatie die afhangt van vele factoren Deze zijn gestructureerd in het *hierarchy of influence* model dat is opgesteld door Shoemaker en Reese (1996). Het model categoriseert vijf verschillende niveaus van invloeden die het journalistieke eindproduct kunnen beïnvloeden: het organisatorische niveau, het extamedia niveau, het ideologische niveau, het media routine niveau en het individuele niveau. Inzicht in de verschillende invloeden op de motivatie is nodig om te verklaren waar de motivaties vandaan kunnen komen.

Vervolgens is er een theoretisch kader gecreëerd voor motivaties van journalisten om voor bepaalde bronnen te kiezen. Het onderzoek van Manninen (2017) komt het dichtst in de buurt van dit onderzoek. Hij constateert vijf vertrouwen discoursen die de motivatie voor brongebruik van Finse online journalisten verklaart. Hij koppelt deze discoursen aan de invloeden van Shoemaker en Reese (1996).

In het volgende hoofdstuk staat de methode van onderzoek centraal.

3. Methode

3.1. Kwalitatief onderzoek

Om de onderzoeksvraag te beantwoorden is de kwalitatieve benadering de beste manier. Deze onderzoeksmethode is erop gericht om meningen, opvattingen, gedragingen en gevoelens van personen te achterhalen, in dit onderzoek: de Nederlandse misdaadjournalisten. Dit soort onderzoek wordt vaak gebruikt om concepten, gedachten of ervaringen te begrijpen. Dit wordt ook wel de subjectieve meting genoemd (Gubrium & Holstein, 2001). In deze situatie dus de meting van de motivaties die misdaadjournalisten hebben voor het kiezen van bronnen in het algemeen en persbureaus in het bijzonder tijdens het nieuwsproductieproces. Coyne, J. C., & Gottlieb

3.2. Dataverzameling

In dit onderzoek zijn tien Nederlandse misdaadjournalisten geïnterviewd aan de hand van diepgaande semigestructureerde interviews. Coyne en Gottlieb (1996) beweren dat, in tegenstelling tot kwantitatief onderzoek, “semi-structured interviews can be used to elicit the information needed to clarify the context of coping and the personal significance of what has transpired in the lives of respondents” (p. 985). Interviews bieden als ‘windows of the world’ de mogelijkheid data te genereren, in dit geval de motivaties van misdaadjournalisten voor het brongebruik in het algemeen en het gebruik van persbureaus in het bijzonder (Holstein & Gubrium, 1995, p. 2). Deze informatie heeft meestal betrekking op persoonlijke zaken, zoals iemand zijn ervaring, waarden, beslissingen of culturele kennis. Dit alles maakt interviewen een zeer geschikte methode om te gebruiken bij dit onderzoek (Gubrium & Holstein, 2001). Er is daarnaast gekozen voor semigestructureerde diepte interviews, omdat deze aanpak geschikt is om betekenissen uit het dagelijks (werk)leven te begrijpen en interpreteren (Kvale & Brinkmann, 2009).

Volgens Hermanowicz (2002) wordt een goed interview gekenmerkt door zijn nauwkeurigheid en het feit dat de vragen de innerlijke kern van de deelnemer probeert bloot te leggen. Wanneer de respondent in zijn antwoord een interessante gebeurtenis of gegeven vertelt is het belangrijk dat hier verder op wordt doorgevraagd in plaats van strikt vast te houden aan de voorafgaand geformuleerde vragen (Hermanowicz, 2002). Het is belangrijk dat het interview vloeiend loopt en lijkt op een normaal gesprek (Holstein & Gubrium, 1995).

Negen van de tien interviews zijn afgenomen via google meet, een online programma voor meetings. Eén interview is gehouden in een lunchroom. De interviews zijn aan de hand van het hulpprogramma www.amberscript.com getranscribeerd. Amberscript.com maakt een conceptversie van het transcript, maar dit is niet foutloos. Nadat amber script er een transcript van heeft gemaakt zijn alle interviews nog eens geluisterd en verbeterd waar nodig.

3.2.1. De steekproef

De misdaadjournalisten zijn met behulp van *purposeful sampling* geselecteerd (Suri, 2011) en heeft een steekproef opgeleverd van tien journalisten. Deze steekproeftrekking is bedoeld voor onderzoekers die op zoek zijn naar deelnemers die bepaalde eigenschappen of kwaliteiten bezitten. Purposive sampling is een doelbewuste steekproef (Suri, 2011). De respondenten zijn uitgekozen op basis van bepaalde eigenschappen: zij moesten op het moment van het interview werkzaam zijn als misdaadjournalist bij een regionale of nationale omroep in Nederland, waarbij zij schrijvende nieuwsberichten produceren. De onderzoeker bepaalt welke journalisten voldoen aan de eisen en welke niet. De steekproef omvat tien misdaadjournalisten, bestaande uit vijf nationale journalisten en vijf regionale journalisten.

Misdaadjournalisten zijn een specifieke groep mensen, ver buiten mijn netwerk en altijd druk. Deze populatie is lastig te bereiken en klein van omvang. Deze specifieke groep mensen kan worden gedefinieerd als experts. In dit geval is een steekproef van tien misdaadjournalisten voldoende om een conclusie te trekken over de steekproef. Bij het werven van respondenten is vooral rekening gehouden met het criteria dat zij verslag doen met betrekking tot misdaad, rechtbank, criminaliteit, politie, justitie en veiligheid. De verslaggeving liep uit een van onderwerpen over georganiseerde misdaad, moord, drughandel, criminele spelletjes tot burenruzies, straatroof en oplichting. Criteria zoals het geslacht en de werkervaring van journalist speelde in mindere mate een rol. In totaal zijn drie vrouwen en zeven mannen geïnterviewd. In tabel 1 is een overzicht weergegeven van de karakteriseringen van de respondenten.

In totaal zijn er 48 misdaadjournalisten benaderd. Het grootste deel van de journalisten is gevonden middels het twitteraccount of het LinkedIn profiel van de desbetreffende journalist of de landingspagina van de omroep. Wanneer er een mailadres gevonden is, is de desbetreffende misdaadjournalist gemaïld. Vervolgens is er een online afspraak ingepland met de journalisten die mee wilden werken. Het kleinste deel is gerekruteerd via de contactgegevens van het Algemeen Nederlands Persbureau (ANP). Dit onderzoek is uitgevoerd in samenwerking met het ANP. Bij hen lag de vraag waarom en wanneer in het nieuwsproductieproces journalisten gebruik maken van het ANP. Door deze samenwerking was er de mogelijkheid om contactgegevens van verschillende misdaadjournalisten te verkrijgen. Echter werd er tijdens het onderzoek geconcludeerd dat er minder contactgegevens van journalisten bij het ANP bekend waren dan verwacht, waardoor een groot deel gevonden moest worden middels eigen kracht op online kanalen.

Tabel 1.

Karakterisering respondenten (N = 10)

Journalist	Geslacht	Omroep	Type	Functie
1	Vrouw	Regionaal	Radio/webred actie/TV	Veiligheid en justitie: alles rondom politie, justitie, criminaliteit, misdaad en rechtbank
2	Vrouw	Nationaal	Krant/ online	Misdaadjournalist
3	Vrouw	Regionaal	Radio/webred actie/TV	Veiligheid en justitie: alles rondom politie, justitie, criminaliteit, misdaad en rechtbank
4	Man	Regionaal	Krant/ online	Rechtbank/ misdaadjournalist
5	Man	Nationaal	Krant/ online	Misdaadjournalist
6	Man	Nationaal	Krant/ online	Misdaad- en terrorisme
7	Man	Nationaal	Krant/ online	Alles rondom politie, justitie, criminaliteit, misdaad, rechtspraak en cybercrime.
8	Man	Regionaal	Krant/ online	Misdaadjournalist
9	Man	Regionaal	Radio/webred actie/TV	Alles over misdaad, rechtspraak, politie en justitie
10	Man	Nationaal	Online	Alles over misdaad, rechtspraak, politie en justitie

3.2.2. *Sourcing theorie als inspiratie op de topiclijst*

Het grootste deel van het interview is geïnspireerd op de belangrijkste reconstructie theorie: de *sourcing* theorie. De thema's binnen deze theorie kunnen de impact van PR op nieuws, het vertrouwen op deskundige bronnen, bron strategieën, de logica van bronselectie, het vertrouwen op een bron lek en de rol van bronnen in de regionale pers zijn (Reich & Barnoy, 2020). Kwalitatieve reconstructies aan de hand van diepte-interviews bieden niet alleen een kijkje in de de geest van de journalisten, maar geven ook context aan specifieke verhalen van bepaalde omstandigheden, beperkingen, beslissingen, acties en gedachten uit het echte leven. Dit kan achterhalen wat verschillende motivaties zijn van journalisten om bepaalde bronnen, zoals persbureaus, te gebruiken in hun nieuwsproductieproces. De sourcing theorie kan helpen bij het beantwoorden van belangrijke vragen over de aard van de journalistiek, zoals in hoeverre journalisten keuzes maken aan de hand van tijd of ruimte, geneigd zijn te vertrouwen op bronnen, keuzes maken welke bron wel of niet wordt gebruikt en waarom (Reich, 2010).

In nieuws reconstructies wordt aan journalisten gevraagd om stap voor stap te reconstrueren hoe ze een gepubliceerde items hebben geproduceerd, waarbij ze systematisch bronnen, technologieën, praktijken, evaluaties, relaties, enzovoort aan bod laten komen (Reich & Barnoy, 2020). Hierbij staan de drie fases in het nieuwsproductieproces centraal en zijn deze fases de structuur voor het reconstrueren van de berichten.

Vervolgens wordt er tijdens het reconstrueren van het interview dieper ingegaan op de keuzes, beweegredenen en motivaties om die bepaalde bronnen die journalisten gebruiken, om zo achter de motivaties te komen. In het tweede en laatste deel van het interview wordt dieper ingegaan op de motivatie voor het wel of niet gebruiken van persbureaus. In appendix B is de topiclijst voor het interview te vinden.

3.2.3. *Ethische reflectie*

Om te kunnen waarborgen dat er ethisch gehandeld is door de onderzoeker hebben de journalisten een toestemmingsformulier ingevuld. In dit informed consent formulier zijn de journalisten duidelijk geïnformeerd over de inhoud van het wetenschappelijke onderzoek en zijn/haar rechten. Dit betekent dat de journalisten duidelijk geïnformeerd zijn op wat voor manier de interviews zouden plaatsvinden en wat voor doeleinden het interview heeft (Boeije, 2010). Door het informed consent formulier te ondertekenen geeft de journalist aan met het onderzoek mee te willen werken en akkoord te gaan met de voorwaarden. Zie appendix A voor het informed consent formulier. Daarnaast is er tijdens de interviews ten alle tijden rekening gehouden met de emoties van de journalist. Als er enig teken was van twijfel bij de journalist, werd er niet doorggevraagd over het specifieke onderwerp.

Daarnaast heeft een groot deel van de journalisten aangegeven anoniem te willen blijven. Als misdadigjournalist heb je te maken met gevaarlijke onderwerpen en de criminele wereld, wat veel

gevaaren met zich mee kan brengen. Het anonimiseren van de journalisten kan ervoor zorgen dat de journalisten vrijuit konden spreken over hun ervaringen en meer durfden te vertellen. Het anonimiseren van de journalisten heeft er anderzijds voor gezorgd dat de conclusies minder specifiek getrokken konden worden en er alleen onderscheid wordt gemaakt tussen regionale en nationale misdaadjournalisten.

Tot slot zijn de respondenten op de hoogte gesteld wat er na afloop met de interviews gaat gebeuren. Er is verteld dat alleen de onderzoeker bij de interviews kan en dat alleen de bevoegde docenten te transcripten zullen lezen. In deze transcriptie is de journalist alleen genummerd en is er onderscheid gemaakt tussen regionale en nationale omroepen.

3.3. Operationalisering

In de operationalisatie worden de belangrijkste concepten uit de hoofdvraag gedefinieerd en meetbaar gemaakt. Op deze manier wordt er theoretische gevoeligheid gecreëerd, zodat er op de goede manier naar de interview data kan worden gekeken. De conceptualisatie is daarnaast ook een inspiratie voor de topiclijst van het interview. Tabel 2 geeft een schematische weergave van de belangrijkste concepten. Tijdens het analyseren van de interviewresultaten wordt er met deze (sub)concepten, definities en mogelijk antwoorden naar de interview data gekeken.

Tabel 2.

Operationalisering concepten

Concept	Subconcept	Mogelijke antwoorden
Nieuwsproductieproces: Het proces waarbij gebeurtenissen aan de hand van systematische criteria worden omgezet in nieuws dat in de media kan worden gepubliceerd (Hanitzsch & Hoxha, 2018).	De ontdekkingsfase: In deze fase staat het verkennen van het nieuws centraal en wordt gekeken welk nieuws nieuwswaardig genoeg is om over te schrijven (Harcup & O'Neill, 2017; Maat & De Jong, 2012). In deze fase komt de journalist voor het eerst in contact met zijn eerste bron (McManus, 1994).	“Meestal ontdek ik of iets nieuws is door..” “Ik lees meestal altijd ... om te weten of iets nieuwswaardig is” “De eerste bron is...”
	De daadwerkelijke nieuwsgaring: Deze fase levert	“Dan ga ik verder zoeken”

	<p>de bouwstenen voor het daadwerkelijke nieuwsbericht. Hier verkrijgt de journalist of verslaggever verdere gegevens uit bronnen, controleert hij informatie en controleert hij de betrouwbaarheid (Reich, 2011).</p>	<p>“Dan ga ik kijken of de bron die iets zegt klopt”</p> <p>“Ja meer bronnen zoeken, 1 bron is geen bron”</p> <p>“Ik filter de belangrijkste informatie”</p>
	<p>De productiefase: In deze fase wordt het daadwerkelijke nieuwsitem samengesteld (Maat & De Jong, 2012). Journalisten zijn in deze fase meestal leidend en bepalen de uiteindelijke inhoud van het verhaal (Reich, 2006).</p>	<p>“Als ik genoeg over het onderwerp of de gebeurtenis weet”</p> <p>“Dan ga ik schrijven”</p> <p>“Dan kies ik wat ik opschrijf”</p>
<p>Motivatie: De drijfveer of reden van een individu om tot een bepaalde actie of prestatie te komen (Pjesivac, 2020). In veel gevallen maken onderzoekers onderscheid tussen twee type motivaties in de twee factoren theorie.</p>	<p>Intrinsieke motivatie: de motivatie van een persoon zelf. Dit komt voort uit het gevoel dat de persoon zelf iets wilt bereiken. De drijfveer is hier oprechte nieuwsgierigheid. Het is niet iets wat je bij iemand kunt dwingen (Viererbl & Koch, 2021).</p>	<p>“Dat doe ik omdat ik dat wil”</p> <p>“Het is een bepaald gevoel vanbinnen”</p> <p>“Ik maak verhalen omdat ik dat interessant vind”</p>
	<p>Extrinsieke motivatie: deze vorm van motivatie heeft de maken met hygiëne factoren. Bij extrinsieke motivatie wilt iemand iets bereiken als gevolg van externe factoren. Dus bijvoorbeeld omdat er een</p>	<p>“Soms moet je wel eens snel iets leveren waardoor je voor iets kiest”</p> <p>“De werkdruk zorgt er soms wel voor dat ik bepaalde keuzes maak”</p>

<p>Motivatie voor het brongebruik van journalisten: motivatie is nog steeds de drijfveer of reden van een individu om tot een bepaalde actie of prestatie te komen (Pjesivac, 2020). Manninen (2017) beschrijft vijf motivaties voor brongebruik van journalisten aan de hand van zijn vertrouwen discours. Deze discoursen zijn een leidraad voor dit onderzoek maar kunnen samenvallen met de twee factoren theorie.</p>	<p>beloning in het vooruitzicht staat, maar ook omdat er werkdruk of stress achter zit (Viererbl & Koch, 2021).</p>	<p>Nieuws gaat altijd door, je hebt gewoon geen tijd om alles tot de bodem te onderzoeken, dan maak je soms andere keuzes''</p>
	<p>Ideologisch vertrouwen: ''Waarom zou ik dat niet doen?'' Journalisten gaan ervan uit dat de bron te vertrouwen is (Manninen, 2017).</p>	<p>''Omdat het gewoon zo is'' ''Daar twijfel ik niet aan, anders zou ik overal aan moeten twijfelen''</p>
	<p>Pragmatisch vertrouwen: Dit vertrouwen gaat over de nut en bruikbaarheid van de bron. Binnen dit discours vielen drie redenen: de deskundigheid van de bron, zijn beschikbaarheid en eerdere ervaringen met de bron (Manninen, 2017).</p>	<p>''Kijk dat is iemand die ik al vaker heb gesproken, dan vertrouw je hem sneller'''' ''Ligt eraan waar de bron vandaan komt'' ''Bronnen liggen gewoon niet voor het oprapen''</p>
	<p>Consensueel vertrouwen: Consensus tussen de bronnen gebruikt als een gekwalificeerde factor voor het gebruik van een bepaalde bron (Manninen, 2017).</p>	<p>''Als meerdere bronnen hetzelfde zeggen'' ''1 bron is geen bron''</p>
	<p>Contextueel vertrouwen: Journalisten zijn in staat om,</p>	<p>''Het ligt er natuurlijk aan op welk moment iemand iets zegt''</p>

te goede trouw, het gebruik te rechtvaardigen van bronnen die zij standaard twijfelachtig vinden, waarbij het echt gaat om de kwaliteit van de bron zelf. De context van de bron wordt gezien als de kwaliteit van de bron

“Een betrouwbare bron is niet altijd dezelfde bron, het gaat echt om de inhoud dan”

Cynisch pragmatisch vertrouwen: De journalisten negeerden soms de waarheidswaarde van een bron, met als argument dat het er niet toe deed. Het woord ‘vertrouwen’ is in deze context overdreven, maar de journalisten hadden nog wel genoeg vertrouwen om de bron te gebruiken. Intrinsieke nieuwswaarde en gebrek aan alternatieven waren twee motivaties om zulke bronnen alsnog te gebruiken.

“Dit was de enige bron die ik had, en ik moest het verhaal wel publiceren”

“Het was gewoon nieuws, dan kies je voor die bron”

3.4. Data-analyse

De data is geanalyseerd aan de hand van een kwalitatieve thematische content analyse. Deze methode is zeer geschikt voor het analyseren van interview data (Boeije, 2010). Er is hierbij gekeken of er binnen de ervaringen van de respondenten gelijkenissen dan wel patronen te ontdekken zijn. Dit gebeurt aan de hand van open coderen, axiaal coderen en tot slot het selectief coderen, oftewel de focus verleggen op de belangrijkste codes in relatie tot het onderzoeksthema (Boeije, 2010). Volgens Boeije (2010) zijn de belangrijkste activiteiten van een kwalitatieve data-analyse het uit elkaar halen en het weer in elkaar zetten ervan om betekenisvolle categorieën (thema's) te creëren. Het doel van deze analyse is om van gegevens tot bevindingen te komen. Op deze manier kan de onderzoeksvraag

op een systematische manier beantwoord worden, zodat dit resultaat op een overtuigende manier gepresenteerd kan worden. Voor dit onderzoek is niet gekozen voor een discoursanalyse, omdat deze analyse ingaat op hoe taal wordt gebruikt in verschillende contexten. In deze studie ligt de focus op patronen en thema's, waarbij kwalitatieve data wordt geïdentificeerd en geïnterpreteerd, wat aansluit bij een thematische analyse (Boeije, 2010).

De eerste stap is open coderen. Tijdens het coderen verbouw je ruwe data tot interpretaties. Het is belangrijk de codes met elkaar te blijven vergelijken. Na het open coderen ontstaat er een *code tree*; een systematisch overzicht van alle codes die tot nu toe zijn ontwikkeld. Tijdens deze fase is het belangrijk dat interessante quotes worden opgeslagen, want dat kan tijdens het bevestigen van de thema's en het beantwoorden van de onderzoeksvraag van pas komen. De tweede stap is axiaal coderen. Het doel van axiaal coderen is om het aantal codes te verminderen. Het eindproduct van deze fase is een overzicht van de belangrijkste code categorieën en hun onderliggende sub-codes die de basis zullen vormen voor de thema's. De categorieën worden naar eigen woorden vertaald, zodat duidelijk is wat een categorie precies inhoudt. De derde en laatste stap is selectief coderen. In deze stap worden de hoofdcategorieën bepaald en wordt het belang van elke categorie bepaald. Deze categorieën worden uiteindelijk de thema's die uit het coderingsproces komen. Het meest belangrijk is dat de gevonden thema's de onderzoeksvraag van dit onderzoek beantwoord (Boeije, 2010).

3.5. Interpretatie

De resultaten van de interviews worden op basis van de fases in het nieuwsproductieproces gestructureerd en geanalyseerd. Dit betekent dat de motivaties van journalisten voor het gebruiken van bepaalde bronnen in het algemeen en persbureaus in het bijzonder geselecteerd en verdeeld worden in de drie verschillende fases: de ontdekkingsfase, de nieuwsgaring fase en de nieuws productiefase. Onder deze fases vallen de bronnen die gebruikt worden, waardoor de motivaties voor deze bronnen beschreven kunnen worden. Door de thematische analyse ontstaan open codes, axiale codes en selectieve codes. Uit de axiale en selectieve codes ontstaan (sub)thema's. Deze thema's helpen om antwoord te geven op de hoofdvraag.

3.6. Validiteit en betrouwbaarheid

De betrouwbaarheid weerspiegelt de consistentie waarmee de analytische procedures zijn uitgevoerd binnen dit onderzoek (Noble & Smith, 2015). Dit onderzoek wordt als betrouwbaar geacht door de volledigheid van de interviews en de transparantie over het coderingsschema en het data-analyse proces. Ondanks het gegeven dat het behalen van betrouwbaarheid binnen kwalitatief onderzoek moeilijk is, aangezien deelnemers hun eigen verhaal hebben. Er is inspanning gedaan om de betrouwbaarheid van het onderzoek zo goed mogelijk te waarborgen, door bijvoorbeeld dezelfde topiclijst bij elk interview te gebruiken (appendix B.)

In totaal zijn tien journalisten geïnterviewd. De man-vrouw verdeling van de deelnemers is niet volledig in balans, wat de betrouwbaarheid van het onderzoek kan beïnvloeden. Mogelijke oorzaken van de man-vrouw verdeling onder misdaadjournalisten kan de tijdsdruk waarbinnen de interviews gehouden moesten worden zijn, het beperkte aanbod van journalisten wie mee wilde werken aan het onderzoek en de verhouding tussen mannelijke en vrouwelijke misdaadjournalisten in het algemeen zijn. Dit heeft ook te maken met de omvang van de steekproef. Omdat dit onderzoek gaat over een specifieke groep mensen en niet om alledaagse mediagebruikers is het moeilijk geweest om voldoende deelnemers te vinden. Uiteindelijk is dit met een steekproefomvang van tien journalisten wel gelukt.

Voor de validiteit van het onderzoek is het belangrijk dat zo duidelijk mogelijk is beschreven hoe er geanalyseerd is. Dit is gedaan door de operationalisering zo duidelijk mogelijk te omschrijven. Belangrijk om te benoemen is dat de resultaten zijn geïnterpreteerd door een subjectieve blik van de onderzoeker. Daarnaast is voorafgaand aan het onderzoek een test interview gehouden om de opgestelde topiclijst te testen op de begrijpelijkheid. Boeije (2010) stelt dat dit belangrijk is voor de interne validiteit van het onderzoek.

4. Resultaten

In dit hoofdstuk worden de resultaten besproken. Om te beginnen wordt er een algemene introductie gegeven over de werkwijze en het brongebruik van misdaadjournalisten. Vervolgens wordt de hoofd- en subthema's besproken om uiteindelijk antwoord te geven op de hoofdvraag: "Wat motiveert misdaadjournalisten om bepaalde bronnen in het algemeen en persbureaus in het bijzonder wel of niet te gebruiken tijdens hun nieuwsproductieproces?" Het nieuwsproductieproces, met daarin de invloed van persbureaus op het geheel, is in kaart gebracht aan de hand van zestien hoofdthema's. Vervolgens worden er vijf hoofdthema's toegelicht die de motivaties voor het kiezen van bepaalde bronnen weergeven, waarin drie thema's ook gelden voor het gebruiken van persbureaus. Vervolgens zijn er vier hoofdthema's die de motivaties voor het specifiek kiezen van persbureaus verklaren en drie hoofdthema's die de motivatie voor het **niet** kiezen van persbureaus kunnen verklaren.

4.1. Introductie

Journalisten komen in aanraking met diverse bronnen tijdens hun nieuwsproductieproces. Misdaadjournalisten hebben hun eigen type bronnen en daarbij motivaties om deze bronnen te gebruiken. Zij schrijven over onderwerpen in de breedste zin, welke te maken hebben met politie, justitie, criminaliteit en terrorisme. Meerdere journalisten zijn door de gevoeligheid van deze onderwerpen zorgvuldig voordat ze iets publiceren: "Je moet eigenlijk zorgen dat je zo gedetineerd mogelijk kan zijn en dat je zulke goeie, stevige bronnen hebt, dat je het risico durft te nemen en durft over te steken (journalist 5, NO)."

Vrijwel alle journalisten geven aan dat aan dat één bron geen bron is, wat past binnen de journalistieke ethiek. Journalisten houden zich hierbinnen aan een aantal normen en waarden, zoals deze vuistregel. Na de eerste ontdekking van een onderwerp gaat de journalist op zoek naar meerdere bronnen die deze gebeurtenis kunnen bevestigen. Echter, als het een bron van autoriteit is die hij of zij vertrouwt of is iemand waar de journalist een goede vertrouwensband mee heeft opgebouwd, kan één bron voldoende zijn. Over het algemeen is drie bronnen voor de journalisten het 'perfecte' aantal om een nieuwsartikel te kunnen schrijven. Dit komt overeen met de theorie van Reich (2009), waarbij hij aangeeft dat de meeste nieuwsitems gebaseerd zijn op twee tot drie bronnen.

Misdaadjournalisten hebben veel te maken met strafrecht, wat ervoor zorgt dat zij veel gebruik maken van 'bronnen met autoriteit', zoals politie, Openbaar Ministerie en advocatuur. Hierdoor wordt de routine vaak vanzelfsprekend in de dagelijkse nieuwsproductie. Tijdens de interviews geeft een groot deel van de journalisten aan gebeurtenissen (bijna) altijd te bevestigen of controleren door bronnen met autoriteit in de nieuwsgarings fase. Zij gaven aan niet te twijfelen aan deze bron. Twijfelen aan deze bron zou het werk van journalisten heel moeilijk maken. Deze motivatie is het ideologisch vertrouwen genoemd, een belangrijke motivatie in dit onderzoek.

Sommige journalisten beschouwen het ANP ook als autoriteit, waardoor het ideologisch vertrouwen hier ook van toepassing is.

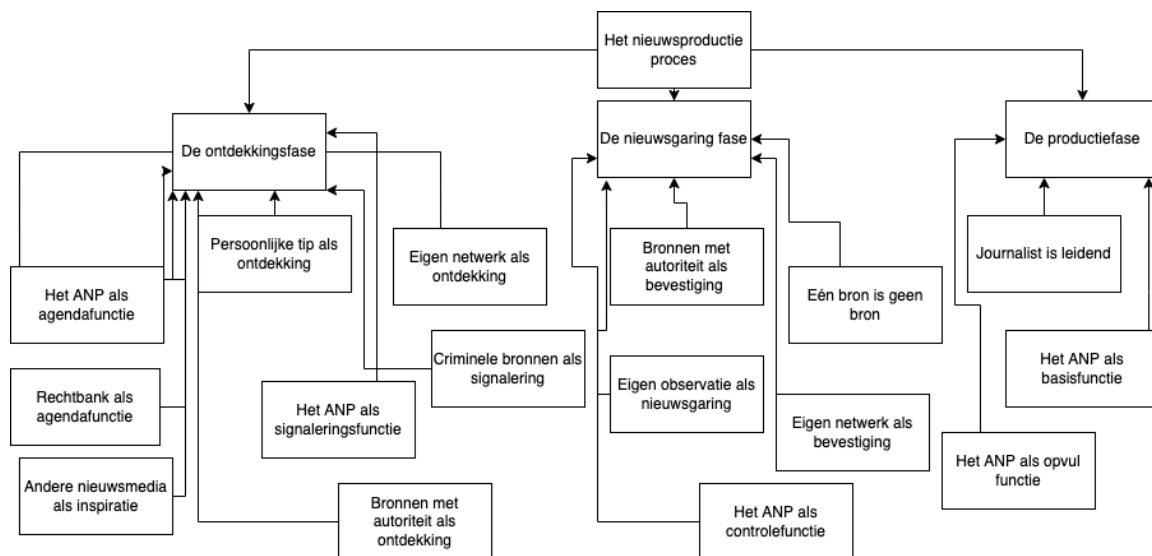
Tot slot geven de journalisten aan dat zij vaak schrijven over misstanden waarbij de criminele wereld vaak ter sprake komt. Dit maakt het voor veel een gevaarlijk beroep, wat een verklaring kan zijn voor het gevoelsmatig handelen. Journalisten luisteren hier vaak naar hun gevoel. Dit is ook terug te zien in de keuzes die de journalisten maken over welke bron zij als betrouwbaar zien. Het gevoelsmatig vertrouwen komt vaak voor bij het eigen netwerk, maar sommige journalisten geven ook aan een ‘goed’ gevoel te ervaren bij persbureaus. Een opvallende motivatie die voor misdadajournalisten cruciaal lijkt te zijn, die nog niet in een eerdere studie naar brongebruik is teruggekomen (Manninen, 2017).

Over het gebruik van persbureaus in het nieuwsproductieproces laten de meeste journalisten in het eerste deel van het interview niet zoveel los. Pas als er door wordt gevraagd naar bepaalde keuzes en er dieper wordt ingegaan op de beweegredenen om persbureaus te gebruiken, komen er antwoorden.

4.2. Het nieuwsproductieproces

Deze paragraaf gaat dieper in op het type brongebruik van de misdadajournalisten. Het brongebruik in het algemeen en het gebruik van persbureaus in het bijzonder wordt geselecteerd en verdeeld aan de hand van de drie fases van het nieuwsproductieproces. Per fase wordt aangegeven welke bronnen zij gebruiken (appendix C1).

Als er gebruik wordt gemaakt van het persbureau wordt de functie van het persbureau op dat moment benoemd. Op deze manier wordt het belang van persbureaus in het geheel geschetst. De bronnen worden staan op basis van relevantie. In totaal zijn er 16 hoofdthema’s die het nieuwsproductieproces van de misdadajournalist in kaart brengen.



Afbeelding 1. Codeboom: het nieuwsproductieproces

De ontdekkingsfase

In de ontdekkingsfase komt de journalist voor het eerst in contact met de eerste bron over een bepaalde gebeurtenis of een bepaald onderwerp. Journalisten noemen verschillende bronnen waarmee zij een ontdekking doen over een bepaald onderwerp.

4.2.1. Persoonlijke tip als ontdekking

De interviews laten zien dat bij zeven van de tien misdaadjournalisten de persoonlijke tip vaak de eerste bron is. De persoonlijke tip houdt in dat de journalisten door een persoon op de hoogte wordt gesteld van een onderwerp. Als er aan de journalisten gevraagd wordt hoe zij tot de aanleiding van een nieuwsbericht zijn gekomen, is een antwoord: ‘‘Vaak werkt dat zo, dat je toch een tip krijgt (5, NO).’’ Het is na de persoonlijke tip de taak van de journalist om te beslissen of het onderwerp nieuwswaardig genoeg is om door de zogeheten gatekeeping poort te komen. Zoals Reich (2011) aangeeft wordt er in deze fase nog niet gecontroleerd op betrouwbaarheid, wat de journalisten ook aangeven. Na de tip controleren zij op betrouwbaarheid. Reich (2011) beweert dat de informatie die ontdekt wordt vaak niet in het uiteindelijke nieuws item komt, echter wordt informatie die journalisten horen in de persoonlijke tip wel in het nieuwsartikel gebruikt. Ook wordt er vaak extra context bij gezocht: ‘‘Een verhaal over 1 persoon dat is geen nieuws, daar ben ik nooit zo dol op. Dus ik probeer altijd wel te zorgen dat dat er iets in een bredere context wordt (journalist 3, RO).’’

4.2.2. Eigen netwerk als ontdekking

Vrijwel elke journalist geeft aan een eigen netwerk te hebben. Zij geven aan dat de bronnen in de misdaadjournalistiek schaars zijn: ‘‘Zoveel bronnen zijn er niet (journalist 2, NO).’’ Journalisten doen er vaak jaren over om een eigen netwerk met betrouwbare bronnen op te bouwen. Het eigen netwerk kan bestaan uit een mix van verschillende vaste bronnen, zoals persoonlijke connecties, nummers van autoriteiten zoals politie, justitie of advocaten en criminele bronnen. Journalist 4 van een regionale omroep zegt hierover het volgende: ‘‘Je hebt een hoop bronnen om je heen die je kent, die je vaak tegen bij het koffieautomaat. Gewoon een heel informeel praatje en dan kom je achter een bizar verhaal.’’ Door het eigen netwerk komen journalisten achter een bepaald nieuwsitem.

4.2.3. Het ANP als agendafunctie

De agendafunctie houdt in dat persbureaus worden gebruikt om de agenda van journalisten in te vullen. Dit is vooral te zien bij regionale rechtbank journalisten. Op die manier kunnen journalisten een afweging maken naar welke rechtszaak zij gaan. Journalist 7 van de regionale krant zegt hierover het volgende: ‘‘Ja, zeker de ANP agenda, en zo gebruiken we het echt om te kijken van wat is er allemaal? Weet je die grote zaken, die staan allemaal in de ANP agenda.’’ Ook journalist 1 van de regionale krant laat weten dat zij via de ANP agenda ook verwachten dat er na bepaalde rechtszaken

een bericht op het ANP verschijnt: ‘‘De ANP agenda levert altijd extra dingen op, en dat gaat dan weer in de weekplanning, van let op dit gaat die dag gebeuren en die dag kan er iets op het ANP verschijnen waar we iets mee kunnen.’’ Deze ontdekking bevestigt de functie van persbureaus als agenda setters, waarbij zij de media-agenda nog steeds blijven beïnvloeden en dus veel invloed hebben op wat er in de media wordt getoond (Boyd-Barrett, 2000).

4.2.4. Rechtbank agenda als agendafunctie

Vier journalisten geven aan de rechtbank agenda te gebruiken als agendafunctie. De rechtbank agenda is echter zo groot dat de meeste journalisten aangeven eerst de ANP agenda te lezen voordat ze hun eigen agenda maken. Journalist 10 van een nationale omroep bevestigt dat: ‘‘Alle rechtbank rollen, dat is gewoon niet te doen. En het ANP maakt daar gewoon werk van en schrijft zelf de hele agenda uit. Dat scheelt mij zo veel tijd.’’

4.2.5. Het ANP als signaleringsfunctie

Het ANP is voor misdaadjournalisten een signaleringsplek, waarbij het ANP gebeurtenissen constateert en dit vervolgens naar buiten brengt aan de hand van een bericht of een persalarm. Bij journalisten van de nationale omroep hoort het subthema vangnet en bij de regionale omroep de waakhond. Daarnaast geeft een deel van de journalisten aan uit deze signalering inspiratie te halen om een nieuwsitem te schrijven.

Vangnet

Het vangnet biedt een bepaalde zekerheid. Journalist 6 van de nationale omroep zegt het volgende: ‘‘Je gebruikt als een soort achter vangnet ofzo. Ik word vaak gebeld, ik heb hier een ANP bericht met dit en dat en dat, kan jij daar ook iets mee?’’ Later geeft de journalist wel aan: ‘‘Ja, want ze, de redactie dus, willen natuurlijk niet het ANP bericht overnemen en ik ook niet, dus daar probeer je dan wel iets anders van te maken.’’ Interessant is dat hij aangeeft het ANP wel als vangnet te gebruiken, maar er vervolgens wel een eigen sausje van maakt.

Waakhond

Onder regionale journalisten wordt het ANP omschreven als waakhond. De waakhond zorgt dat de journalisten op de hoogte worden gesteld van een bepaald nieuwsitem. Aan de antwoorden van een regionale journalist (9) wordt duidelijk dat hij niet hoeft te twijfelen om iets te missen als het ANP er is:

‘‘Zo'n collega van het ANP, die woont zo wat op zo'n zo rechtbank, ja, en die loopt dan even naar binnen toe en die pakt even proforma mee. Maar goed je weet dus van die waakhond die zit erbij dus die weet het als er iets is, dan hoef ik me er niet druk om te maken (9).’’

Inspiratiebron

Met inspiratie wordt een nieuw idee bedoeld. Journalist 1 van de regionale omroep geeft een goed voorbeeld: ‘‘Als het ANP ergens mee komt waar wij niet eerder aan gedacht hebben, waarvan je denkt wel van oh ook interessant om iets mee te doen.’’ Opvallend is dat journalisten het zelf als inspiratiebron zien in de ontdekkingsfase, maar het bericht niet over willen nemen omdat het dan niet meer hun ‘eigen verhaal’ is, maar ook omdat ze niet zomaar alles geloven:

‘‘Een collega's stuurde een persbericht door en ik dacht, hé, dat is interessant, maar ik wil natuurlijk niet het persbericht over schrijven.. Dus toen heb ik die man gebeld, want ik wil de cijfers weten. Je kunt alles wel roepen in zo'n persbericht (2, NO).’’.

Het onderzoek van Shoenberger en Rodgers (2017) sluit aan bij de signaleringsfunctie van het ANP, waarin zij stellen dat journalisten persbureaus gebruiken ter ontdekking en voorbereiding van een nieuwsitem.

4.2.6. Criminele bronnen als signalering

Een belangrijke bron van de journalisten zijn de informanten uit het criminele circuit, die in het geheim informatie levert aan de journalist. De journalisten laten weten dat iedere journalist dat soort mensen heeft: ‘‘Iedere journalisten heeft dat soort mensen, dat zijn de mensen van de straat... (4, RO).’’ Misdaadverslaggeving kan vraagtekens met zich meebrengen omdat journalisten vaak met criminele bronnen te maken hebben. Over de betrouwbaarheid van criminele bronnen bestaan meningsverschillen. Het is belangrijk dat er goed wordt omgegaan met deze bronnen en het vertrouwen ervan.

4.2.7. Andere nieuwsmedia als inspiratie

Een aantal journalisten geeft aan andere nieuwsmedia te zien als bron. Zij hebben nieuwsapps op hun telefoon en lezen elke ochtend verschillende kranten om op de hoogte te blijven van het laatste nieuws. Vaak ter inspiratie voor een eigen nieuwsitem: ‘‘Ik lees andere nieuwssites, dan oriënteer ik op wat er in bredere zin gaande is in Nederland. En dan denk ik oh dat is interessant, dan maak ik er een aantekening van (7, NO).’’

4.2.8. Bronnen met autoriteit als ontdekking

Bronnen met autoriteit worden gezien als officiële instanties, zoals politie, justitie, de rechtbank, het Openbaar Ministerie, woordvoerders, opsporingsdiensten, onderzoeksrapport met erkende namen of direct bewijsmateriaal. In het geval dat bronnen met autoriteit in de ontdekkingsfase worden gebruikt, gaat dit meestal om een verdachte situatie of een persoon die

gevonden is. Journalist 3 van een regionale omroep laat weten: “Dat komen wij meestal wel te weten via de politie: dat zijn de mensen die er echt als eerste bij zijn.” Als er een ontdekking wordt gedaan middels een bron met autoriteit, is soms de vraag of er dan nog een bron nodig is, geeft journalist 5 van een nationale omroep aan: “Het ligt eraan wie het zegt inderdaad, dus ja, heb je dan nog een tweede bron nodig? Dat is dan een bron van iemand die bij het rechercheteam zit.”

De nieuwsgaring fase

Deze fase levert de bouwstenen voor het daadwerkelijke nieuwsbericht (Reich, 2011). Alle journalisten geven aan na de ontdekking en het eerste contact met de bron (vooral bij de persoonlijke tip, andere nieuwssites en criminele bronnen), nieuwe bronnen te vergaren om te achterhalen of de informatie klopt, wat aansluit bij de theorie over de nieuwsgaring fase van Reich (2011).

4.2.9. Bronnen met autoriteit als bevestiging

Bronnen met autoriteit zijn volgens de journalisten essentieel in de nieuwsgaring fase. Zij bevestigen de informatie die zij horen van de bron uit de ontdekkingsfase het liefst met een bron met autoriteit, zoals politie, justitie, opsporingsdiensten of onderzoeksrapporten: “Maar we hebben wel gewacht totdat de politie bevestigde, ja, dat ze inderdaad in brand was gestoken (journalist 3, RO). Ook journalist van een nationale omroep bevestigt dit: “Het is natuurlijk wel gewoon vaak, heel heel fijn als je gewoon een bevestiging krijgt van de officiële instanties, dan weet je dat iets waar is (2).”

4.2.10. Eén bron is geen bron

De journalist gaat van één bron in de ontdekkingsfase naar bevestiging van (meerdere) bronnen in de nieuwsgaring fase (Reich, 2011). Hoewel dit thema geen specifieke bron bevat, is het een fundamenteel onderdeel in deze fase. Alle journalisten geven aan dat één bron geen bron is. Journalist 2 van een nationale omroep is duidelijk: “De stelregel is: één bron is geen bron en twee bronnen is nog de twijfel. Het liefste drie bronnen. Het ideale is wel gewoon dat je een mix hebt van allerlei bronnen, uit verschillende velden.” Journalist 6 bevestigt dit: “Als je bewijzen kan vinden voor iets wat iemand beweert, ja, dat is gewoon de basis van van elk journalistiek verhaal.” Eén bron geen bron is een vuistregel in de journalistiek en bevestigt eerdere literatuur (Reich, 2009). Echter beweert Reich (2009) dat er vele bronnen zijn waar journalisten tegenwoordig op kunnen steunen, door de komst van social media. In dit onderzoek specifiek gericht op misdadajournalisten kan geconcludeerd worden dat deze groep misdadajournalisten niet altijd veel keuzes hebben. “Het is ook een beetje een gek wereldje. Je gaat dan toch een lijstje af met mensen die je zou kunnen benaderen (5, NO).”

4.2.11. *Eigen observatie als nieuwsgaring*

Eigen observatie als bron gaat om de waarneming of gegevens van de journalist zelf. Eigen observatie omvat twee subthema's: eigen waarneming en eigen database.

Eigen waarneming

Een aantal journalisten geeft aan dat eigen waarneming een hele mooiste bron is. Het betekent dat de journalist het zelf heeft gezien, gehoord, gevoeld of geroken. De eigen waarneming gebeurt echter niet zo vaak bij verhalen van de straat: , ‘wanneer maak je nou mee dat je bij een overval staat, ik heb dat wel eens gehad’ vertelt journalist 9 van een regionale omroep:

‘Ja en dan zie je ook voor je ogen gewoon wat er gebeurt, want er was geen politiewoordvoerder bij en die kon het ook niet bevestigen. Maar wat je ziet is heel duidelijk. Je ziet uit eigen waarneming en dat vind ik de mooiste bron die je kan hebben (9).’

Naast eigen waarneming van de straat is er eigen waarneming bij een rechtszaak. De journalist zit dan zelf in de rechtbank, waarin hij/zij luistert naar de uitspraak.

Eigen database

Daarnaast geven vooral de regionale verslaggevers aan een eigen database te hebben met alle moorden en andere grote strafzaken die er zijn geweest. Op die manier kunnen ze altijd terug naar hun eigen bron: de database. Dit helpt de journalisten om context te geven aan bepaalde berichten. Journalist 4 van een regionale omroep laat weten dat hij tijdens het zoeken van bronnen altijd in zijn eigen informatie duikt: ‘Soms zijn die bronnen je eigen informatie. Ik hield bijvoorbeeld bij welke zaken ik heb gedaan. Ik heb een excel-sheet. Daar staan d'r staan zo'n 5000 zaken in. Dat is voor mij een hele waardevolle bron (4).’

4.2.12. *Eigen netwerk als bevestiging*

Als journalisten achter een bepaalde nieuwsgebeurtenis komen en dit snel bevestigt willen hebben door bijvoorbeeld een officiële bron, duiken zij in hun eigen netwerk. Journalist 5 van laat weten dat hij informatie checkt bij iemand waar hij een relatie mee heeft opgebouwd: ‘Dan ga je natuurlijk kijken van ken ik die mensen al en en nou heb ik daar een relatie mee en kan ik die vragen van hé, kun je mij documenten verstrekken waaruit blijkt dat dat inderdaad klopt? (5).’ Meerdere journalisten bevestigen dit.

4.2.13. *Het ANP als controlefunctie*

De controlefunctie wordt gebruikt door journalisten om hun eigen verhaal te controleren. Soms gebeurt dit als zij het al hebben geschreven, soms wanneer zij nog moeten beginnen. Dit thema

ligt daarom op de grens tussen de nieuwsgaring- en de productiefase. Het thema heeft twee subthema's: controle door twijfel en controle door tijdsdruk

Controle door twijfel

Sommige journalisten twijfelen of ze iets juist hebben gehoord (vooral in de rechtbank). Als zij uiteindelijk hun bericht hebben geschreven en twijfelen aan een klein detail, dan kunnen zij het ANP als controlefunctie inzetten. Journalist 4 van een regionale omroep laat weten: "Als je een verhaal klaar hebt, toch nog even een versie van het ANP lezen. Zitten we een beetje op dezelfde lijn, of heb ik het wel goed begrepen, hoe heeft hij dat opgeschreven." In dit geval checkt de journalist zijn verhaal met dat van het ANP, voordat hij/zij het verstuurt naar de redactie. De controlefunctie schrijven zij ook aan het ANP toe omdat journalisten toegeven het te mogen gebruiken omdat ze ervoor betalen, laat Journalist 10 van een nationale omroep weten: "Wij betalen het ANP. Dus dat vind ik geen probleem om daar dan stukken van over te nemen."

Controle door tijdsdruk

Als journalisten in de rechtbank zitten waar veel andere journalisten zijn, dan voelen zij een bepaalde druk om als eerst het artikel te plaatsen: "Onbewust word je opgejaagd ja, gaan ze je de hele tijd van de redactie appen; Heb je al iets? Heb je al iets? dus dat is gewoon toch een druk (3, RO)." De journalist geeft aan dat zij daarom het ANP als een controlefunctie ziet voor de tijd die ze nog heeft om een bericht te tikken:

"Ik zat toevallig naast een jongen van ANP en die zat ik wel in de gaten te houden en ik dacht oh, ja, jij stuurt ook nog niks, dan kan ik nog wel even wachten. Hun zijn toch altijd heel snel (3)."

De snelheid waarmee het ANP berichten verstuurt geeft ze de kans om als controlefunctie voor journalisten te fungeren.

De daadwerkelijke nieuwsproductie

In deze fase schrijft de journalist het nieuwsitem. De ondervraagde journalisten voelen dat snelheid in deze fase van belang is, laat ook journalist 2 van een nationale omroep weten: "Dat moet wel snel. Ja, dat willen we natuurlijk wel als eerste brengen." De misdaadjournalisten geven aan niet meer in aanmerking met nieuwe bronnen te komen. Dit is identiek aan de resultaten van het onderzoek van Maat en de Jong (2013) naar het brongebruik in de daadwerkelijke nieuwsproductiefase. Een belangrijk gegeven is dat de journalist in deze fase leidend is, wat aansluit bij de theorie van Reich (2006). Het ANP wordt in deze fase soms als basisfunctie gebruikt als fundament voor het daadwerkelijke nieuwsbericht en als opvul functie bij tekort aan middelen.

4.2.14. *Het ANP als basisfunctie*

Wanneer de journalist denk genoeg bronnen te hebben om het bericht te schrijven, komt het ANP in aanmerking. De basisfunctie kan worden gezien als het beginpunt van bericht en wordt door journalist verschillend omschreven. De basisfunctie valt uiteen in twee subthema's: het uitgangspunt en de leidraad functie. Uit de interviews blijkt dat het ANP deze functie te danken heeft aan haar status.

Uitgangspunt

Het uitgangspunt wordt gezien als een goede basis om zelf een uitgebreid verhaal te schrijven. Journalist 6 van een nationale omroep zegt hierover het volgende: "Het is als een soort basis om zelf een uitgebreider verhaal van te maken, maar je gebruikt dan de ANP informatie die over het algemeen als betrouwbaar wordt aangemerkt natuurlijk, gebruik je echt als uitgangspunt." Dat het ANP verhaal vooral als uitgangspunt of vertrekpunt wordt gebruikt heeft als voornaamste reden dat het niet de meest spannende verhalen zijn:

"Dus dat zijn niet de meest prikkelende scoops. Dat is gewoon een soort mooi fundamenten is om je eigen berichtgeving op verder te bouwen, waarbij je over het algemeen weet van nou, wat zij zeggen klopt meestal wel, daar ga je vanuit. Dus ja, gewoon een goed vertrekpunt voor je eigen verslaggeving (6)."

Leidraad

In de leidraad functie wordt het persbureau niet per definitie gezien als bron, maar echt als handleiding of gebruiksaanwijzing voor het schrijven van je eigen bericht. Het ANP bericht wordt gebruikt als een soort handleiding voor het schrijven van een bericht: "Ik gebruik het niet als bron, omdat dat is niet waar ik mijn informatie vandaan moet halen, dus ik gebruik het meer als leidraad (5, NO).

"Het ANP kan dit te danken hebben aan haar reputatie. "De reputatie die zij hebben, als je net komt kijken in de mediawereld of als veel normale burgers horen van het ANP, dat ze denken dat dat wel een soort van baken van rust is. Het is natuurlijk wel HET Nederlands Persbureau, waardoor ik het ook zo kan gebruiken (5)."

4.2.15. *Journalist is leidend*

Een groot deel van de journalisten geeft in deze fase aan de leiding te hebben over de inhoud van het nieuwsbericht. Dit bevestigt de theorie van Reich (2006), waarbij de journalist in de nieuwsproductie fase meestal leidend is en de uiteindelijke inhoud van het verhaal bepaalt. In de misdaadjournalistiek is dit gegeven nog belangrijker, omdat het beroep gevaarlijker is. Journalist 5

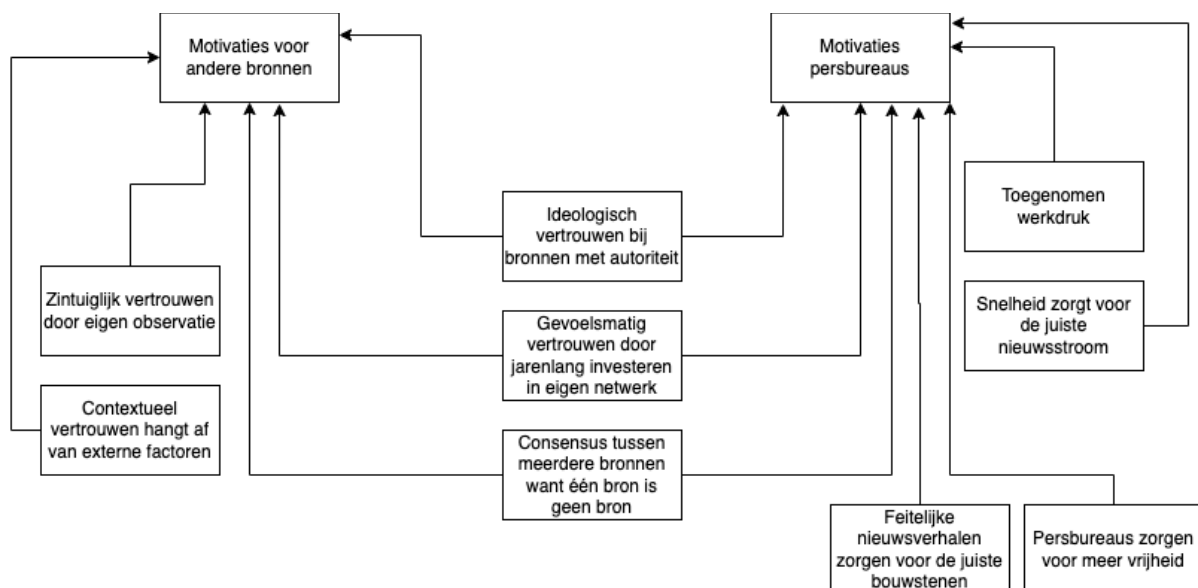
van een nationale omroep vertelt dat hij die druk zichzelf oplegt: “Die druk leg ik mezelf op en het is ook wel zo dat in dit genre, het toch gevaarlijk is geworden, dat de verslaggever wel leidend is (6).”

4.2.16. *Het ANP als opvul functie*

Deze functie wordt voornamelijk gebruikt voor de online nieuwssites van nieuwsmedia bij korte nieuwsberichten. Door digitalisering moeten nieuwsmedia er constant voor zorgen dat niet alleen de krant, maar ook de website en de social media kanalen vol moeten staan met nieuws. Er is te weinig tijd en personeel om dit zonder persbureau te laten slagen. Journalist 1 van een regionale omroep zegt daarvoor het volgende: “Ja, korte nieuwsberichtjes worden meestal gewoon integraal overgenomen (1).” Twee andere regionale journalisten geven een soortgelijk antwoord.

4.3. De motivaties

Misdadjournalisten gebruiken verschillende bronnen tijdens hun nieuwsproductieproces (4.2. nieuwsproductieproces). Iedere journalist heeft bepaalde motivaties om deze bronnen te gebruiken. Op basis van een thematische analyse van de gegeven antwoorden zijn totaal acht hoofdthema’s naar voren gekomen die de motivaties voor het gebruiken van bronnen kunnen verklaren, waaronder vier motivaties specifiek gericht op persbureaus en waarvan drie motivaties zowel voor andere bronnen als voor persbureaus gelden (appendix C2). Tot slot worden er drie hoofdthema’s gegeven die de motivaties voor het **niet** gebruiken persbureaus weergeven (appendix C3). Sommige thema’s hebben te maken met vertrouwen, want als een bron te vertrouwen is is dit een motief om deze te gebruiken.



Afbeelding 2. Codeboom: motivaties

4.3.1. *Ideologisch vertrouwen bij bronnen met autoriteit*

Het ideologisch vertrouwen kan verklaard worden door de ideologie van een samenleving, waarin er een geheel van ideeën ten grondslag ligt aan een politiek of filosofische stelsel. In dit geval is een geheel van ideeën dat leeft binnen de groep journalisten, waarin sommige dingen ‘gewoon zo zijn’ en daarom te vertrouwen zijn. Aangezien bronnen met autoriteit de meest voorkomende bron voor het controleren of bevestigen van andere bronnen, wordt deze motivatie ook regelmatig genoemd en is het een belangrijke motivatie. Het ideologisch vertrouwen speelt daarnaast ook een prominente rol in de motivatie om een persbureau als bron te gebruiken, omdat het persbureau gezien kan worden als bron met een bepaalde autoriteit.

Denkwijze van misdaadjournalisten

De journalisten geven aan dat vooral bronnen met autoriteit te vertrouwen zijn. Daar wordt niet eens over getwijfeld: ‘‘Het is natuurlijk wel gewoon vaak heel fijn als je gewoon een bevestiging krijgt van de officiële instanties, dan weet je dat iets waar is, maar dat gebeurt vaak niet (2, NO). Vrijwel alle journalisten gaven aan dat dit gaat om bronnen met autoriteit, zoals politie en het Openbaar Ministerie. Op de vraag waarom journalisten deze bronnen gebruiken, gaven zij vaak een redenering die teruggebracht kan worden tot de retorische vraag: ‘‘Waarom zou ik dat niet doen?’’

Twijfelen aan bronnen met autoriteit is geen optie

Het **niet** vertrouwen van autoriteiten zou het werk van journalisten wel heel moeilijk maken. Zo zegt journalist 3 van een regionale krant het volgende: ‘‘Als je al gaat twijfelen aan hoogleraren, het OM of de politie, dan is het einde zoek. Er zijn journalisten die dat doen, maar laat zij dat maar doen, voor mij is dat gewoon echt betrouwbaar.’’

Ideologisch vertrouwen bij persbureaus

De antwoorden van de journalisten laten zien dat persbureaus ook een bepaalde status als autoriteit hebben. Sommige geven aan ook niet te twijfelen aan persbureaus. Journalist 5 van een nationale omroep bevestigt dit: ‘‘Ja betrouwbaar, ja uh betrouwbaar, je gaat er gewoon van uit dat als het ANP iets brengt dat het klopt.’’ Dit kan komen door de reputatie die het ANP de afgelopen tientallen jaren heeft opgebouwd. Later vertelt hij: ‘‘De reputatie die zij hebben en zeg maar, ... dat is wel een soort van baken van rust is. Het is natuurlijk wel HET Nederlands Persbureau, waardoor ik het ook zo kan gebruiken (5).’’ Er wordt vanuit gegaan dat het ANP betrouwbaar is, omdat er een bepaalde ideologie is.

Naast bronnen van autoriteiten noemen de misdaadjournalisten geen andere bron waarbij dit soort vertrouwen toegeschreven wordt, wat de positie van persbureaus in de nieuwsstroom nog steeds belangrijk maakt. In tegenstelling tot verschillende studies (Boyd-Barrett, 2000; Paterson, 2005; Rantanen, 1998) die aantonen dat de dominante positie van persbureaus niet meer vanzelfsprekend is, kan er middels dit onderzoek geconcludeerd worden dat hun positie wat betreft het ideologisch vertrouwen in de persbureaus nog steeds speelt onder een deel van de ondervraagde journalisten. Dit

sluit aan bij het onderzoek van en De Keyser (2010), waaruit blijkt dat de klassieke nieuwsgaring methoden zoals agentschappen voorlopig het populairst zullen blijven.

Het ideologisch vertrouwen sluit aan bij eerder onderzoek van Manninen (2017), waarbij het vanzelfsprekend wordt gevonden om bronnen van bepaalde autoriteiten als betrouwbaar te zien. Het ideologisch vertrouwen kan net als dat Manninen (2017) dat doet gekoppeld worden aan het ideologische niveau van het hierarchy of influence model van Shoemaker en Reese (1996), waarbij vanuit een bepaalde ideologie wordt gewerkt. In dit geval het vanzelfsprekende vertrouwen van deze bronnen.

4.3.2. Gevoelsmatig vertrouwen door jarenlang investeren in eigen netwerk

De ondervraagde misdaadjournalisten geven aan veel keuzes te maken op gevoel, omdat zij schrijven over gevaarlijke en gevoelige onderwerpen. Dit gevoelsmatig vertrouwen ontstaat en valt uiteen in twee subthema's: wanneer de journalist een vertrouwensband heeft opgebouwd en wanneer een goed 'onderbuikgevoel' ontstaat bij de bron. Dit komt vaak alleen voor bij een bron waarmee de journalist al een keer in aanraking mee is geweest. Dit gevoel is ook een reden om producten van persbureaus te gebruiken.

Ontstaan van een vertrouwensband

Een vertrouwensband ontstaat door jarenlange investering in het persoonlijke netwerk van de journalist. Journalisten geven aan dat het heel waardevol is om iemand zijn vertrouwen te winnen, waardoor een band ontstaat en de bron als een soort constante hulp kan functioneren: "Het mooiste is als je iemand hebt wiens vertrouwen wint, die als een soort hulp kan functioneren (6, NO). Door die vertrouwensband komen journalisten meer te weten over bepaalde gebeurtenissen: "Dus er zijn altijd wel bronnen waarmee je, omdat je daar een relatie opgebouwd, ja, laat ik zeggen dat het goed uitkomt als diegene ergens veel van weet, van volgens mij zit het zo", laat journalist 5 van een nationale omroep weten.

Goed 'onderbuikgevoel'

Meerdere journalisten geven aan soms gewoon te voelen wanneer zij een bron willen gebruiken. Toen werd gevraagd waarom ze bepaalde bronnen kiezen, was het antwoord van journalist 5 van een nationale omroep duidelijk: "Toch wel in hoeverre je ze persoonlijk kent en dat je een band hebt met de bron, is heel erg een gevoelskwestie." Hij geeft aan heel erg dicht bij zijn gevoel te blijven: "Bij sommige mensen weet je gewoon dat iets klopt(5)".

Meerdere journalisten geven aan dat een eigen netwerk opbouwen alleen kan door bronbescherming te bieden. Journalist 9 van een regionale omroep vertelt dat bronbescherming essentieel is om dat eigen netwerk te behouden: "Ja en ze vertrouwen mij ook omdat ik aan bronbescherming doe. Ik zou ze nooit citeren (9)."

Gevoelsmatig vertrouwen bij persbureaus

Een aantal journalisten geeft aan het ANP te gebruiken omdat zij een goed gevoel hebben bij het persbureau: ‘‘Je kunt met een goed gevoel informatie van het ANP overnemen’’, vertelt journalist 4 van een regionale omroep. Even later legt hij uit waarom: ‘‘De waardering voor het ANP is doorgaans is denk ik wel goed, want ja, je kent die mensen toch.’’ Hieruit blijkt dat die bepaalde band die hij voelt met het ANP een reden is voor het gevoelsmatig vertrouwen.’’

Het gevoelsmatig vertrouwen is een nieuwe motivatie niet beschreven in eerder onderzoek. Een verklaring voor het gevoelsmatig handelen kan het gevaarlijke werk waar misdaadjournalisten dagelijks mee te maken hebben zijn. De motivatie sluit aan bij de individuele invloed van Shoemaker en Reese (1996), waarbij de journalist een grote invloed heeft op de inhoud van het nieuws. Hierbij speelt het gevoel van de journalist de hoofdrol.

4.3.3. *Consensus tussen meerdere bronnen want één bron is geen bron*

Wanneer er werd gevraagd wanneer zij een bron betrouwbaar vinden, was een van de meest voorkomende antwoorden; één bron is geen bron. Het gaat hier om de inhoud van de bron en niet direct over de bron zelf. Dit thema valt uiteen in twee subthema's: balans tussen verschillende soorten bronnen en bronnen checken en bevestigen is de taak van een journalist. Persbureaus worden in sommige gevallen genoemd bij dit type motivatie. Een persbureau is ook ‘‘maar een journalist’’ en moet ‘‘altijd gecheckt worden’’ geeft journalist 3 van een regionale omroep als reden.

Balans tussen verschillende soorten bronnen

Een vuistregel die elke journalist duidelijk vertelt is dat er in berichten waar geen 100% betrouwbare bronnen worden gebruikt, er nooit maar 1 bron mag zijn. Er moet een balans zijn tussen verschillende bronnen, wil een bron betrouwbaar zijn. Als uitzondering noemen de meeste journalisten de bronnen met autoriteit. Informatie uit deze bron wordt eerder gebruikt als maar één bron het zegt, wat te maken heeft met het ideologisch vertrouwen, evenals het de eigen observatie als bron, wat te maken heeft met het zintuiglijk vertrouwen. Bij elke andere bron is dit gewoon geen optie: ‘‘Je kan niet op basis van één iemand die wat roept iets schrijven (3, RO).’’ Journalist 2 van een nationale omroep laat weten dat het allermooiste is als je een balans hebt tussen een bron van autoriteit en een andere bron.

Bronnen checken en bevestigen is de taak van een journalist

Journalisten zien het checken en bevestigen van een bron als essentieel en de taak van een journalist. Zo zegt journalist 6 van een nationale krant: ‘‘In feite van één bron is geen bron. Bronnen checken, kijken of je externe steun bewijzing kunt vinden, voor iets wat iemand beweert, ja, dat is gewoon de basis van van elk journalistiek verhaal en jouw taak als journalist (6).’’ Zeven andere journalisten zeggen iets soortgelijks, met de woorden ‘‘1 bron is geen bron’’ prominent aanwezig. Het verwijst naar de menselijke neiging waarbij een overeenstemming van informatie tussen verschillende bronnen als betrouwbaar wordt gezien.

Uit onderzoek van Manninen (2017) is naar voren gekomen dat het vooral de consensus tussen een veelheid van meervoudige mediabronnen een motivatie is om deze te gebruiken.

Consensueel vertrouwen gaat in beide gevallen meer over de informatie uit de bron dan de naam van de bron zelf. Dit onderzoek laat zien dat deze motivatie voor misdaadjournalisten vooral geldt voor de persoonlijke tip, criminele bronnen, andere nieuwsmedia en overige bronnen. Deze motivatie sluit aan bij het extramedia niveau van invloed van Shoemaker en Reese (1996), wat te maken heeft met de externe factoren die van invloed zijn het schrijven van een nieuwsverhaal. Iedere bron zorgt ervoor dat de journalist weer nieuwe informatie krijgt.

4.3.4. *Zintuiglijk vertrouwen bij eigen observatie*

Zintuiglijk vertrouwen is de motivatie om een bron te gebruiken, omdat de journalist het zelf meemaakt: het is de eigen waarneming waar niet aan getwijfeld kan worden. Een van de journalisten noemt het zelfs de mooiste bron die je kunt hebben. Dit thema valt uiteen in twee subthema's: bij eigen waarneming en bij eigen observatie. Persbureaus worden niet genoemd bij dit type motivatie.

Eigen waarneming

In dit subthema heeft de journalist het zelf heeft gezien, gehoord, gevoeld of geroken. Journalist 9 van een regionale omroep zegt hierover het volgende: "Ja en dan zie je ook voor je ogen gewoon wat er gebeurt, je ziet dat meteen, want er was geen politiewoordvoerder bij en die kon het ook niet bevestigen (9)." Eigen waarneming gebeurt ook in een rechtbank, waar de journalist aanwezig is.

Eigen database

Met name de regionale journalisten geven aan een eigen database bij te houden met alle moorden en conflicten die zijn geweest in hun regio. Deze bron is gemaakt door henzelf en daarom te vertrouwen. Journalist 4 van een regionale omroep laat weten dat hij tijdens het zoeken van bronnen altijd in zijn eigen informatie duikt: "Soms zijn die bronnen je eigen informatie. Dat is voor mij een hele waardevolle bron (4)."

Uit onderzoek van Shoemaker en Reese (1996) komt naar voren dat een invloed op het produceren van nieuws van de journalist zelf kan komen: de individuele invloed op nieuws. Het zintuiglijk vertrouwen sluit aan bij deze theorie, waarbij de journalist met zijn eigen zintuigen en persoonlijke opvattingen nieuws produceert.

4.3.5. *Contextueel vertrouwen hangt af van externe factoren*

Door contextueel vertrouwen zijn journalisten in staat om het gebruik van bronnen te rechtvaardigen van bronnen die zij standaard dubieus vinden. De bron wordt pas betrouwbaar geacht nadat de belangen van de bron zijn getoetst. Dat wil zeggen: een bron is alleen betrouwbaar 'onder de omstandigheden'. Dit kan bij elk type bron voorkomen, maar gebeurt onder de journalisten vooral bij bronnen van andere nieuwsmedia en criminele bronnen. Dit staat tegenover het gevoelsmatig vertrouwen, waarbij journalisten een langdurige vertrouwensband aangaan met iemand, wat de journalist tijdbesparende routines oplevert. Contextueel vertrouwen gebeurt elke keer weer opnieuw

binnen een bepaalde gebeurtenissen. Dit thema valt uiteen in externe factoren waar de betrouwbaarheid van een bron vanaf hangt: de beweegreden, de betrokkenheid en de functie van de bron, de situatie en de hoeveelheid toegang van informatie. Journalist 2 van een nationale omroep benadrukt: “In het begin, dan moet je wel zeker weten: wat is iemands doel hierbij? He, soms heb je ook wel dat iemand rancuneus is of nog een appeltje met iemand wil schillen”, wat slaat op de beweegreden van een bron. Deze motivatie lijkt geen reden te zijn om voor persbureaus te kiezen, want die context is vaak duidelijk.

Deze motivatie sluit aan op de motivatie uit het onderzoek van Manninen (2017), waarbij de journalisten een reden zoeken waardoor de bron waarheidsgetrouw wordt. Dit kan worden beïnvloed door het extamedia niveau van Shoemaker en Reese (1996), zoals de beweegreden van de bron, de functie en de betrokkenheid van de bron. Echter kan deze motivatie ook verklaart worden door alle andere invloeden, zoals de kennis van de journalist.

4.4. Extra motivaties voor het specifiek gebruiken van persbureaus

Naast de bovengenoemde motivaties die een journalist heeft om bepaalde bronnen in het algemeen en soms persbureaus in het bijzonder te gebruiken, noemen de journalisten nog een aantal motivaties die alleen gelden voor persbureaus. Deze motivaties vallen uiteen in vier thema's en vijf subthema's.

4.4.1. Toegenomen werkdruk

Een belangrijke motivatie waarom de ondervraagde journalisten het ANP gebruiken is het ervaren van te veel werk en te weinig tijd. Nieuws gaat 24/7 door en vaak zijn er niet genoeg journalisten op de redactie om het nieuws op te vangen. Dit thema's valt uiteen in twee subthema's: toegenomen werkdruk door de komst van online nieuwskanalen en toegenomen werkdruk door personeelstekort en komt vooral bij regionale journalisten voor.

De komst van online nieuwskanalen

Online nieuwskanalen zorgen voor meer berichten, waar journalisten niet altijd tijd voor hebben. Zij geven aan meerdere items te moeten leveren voor diverse kanalen, wat zorgt voor werkdruk: “Alle kranten hebben de website bijgekregen, dat is gewoon extra werk (4, RO).” Wanneer er even later aan de journalist werd gevraagd hoe belangrijk het ANP voor hem is, zegt hij: “Wij kunnen niet zonder het ANP, zeker in deze tijd van web en app (4).” Journalist 1 van een regionale omroep geeft aan dat vooral “korte nieuwsberichten integraal worden overgenomen.”

Personeelstekort

Vaak is er maar één misdaad- en rechtbankverslaggever bij een regionale omroep, die zowel het nieuws in de rechtbank als het nieuws op de straat moet schrijven. Er is teveel om alles te raken. Het ANP zorgt voor meer rust: “Ik doe zowel de verhalen van de straat als die in de rechtbank, dus je kan

gewoon niet alles doen, dan is het fijn dat het ANP wel naar een zaak gaat, dat geeft je wat rust, je weet dan toch dat ze erheen gaan en een stukje typen (journalist 9, regionale omroep).

Deze motivatie kan gekoppeld worden aan de extrinsieke motivaties die een journalist heeft om een bepaalde bron te gebruiken, in dit geval personeelstekort en werkdruk.

4.4.2. Persbureaus zorgen voor meer vrijheid voor journalisten

Persbureaus geven vooral regionale journalisten een bepaalde vrijheid. Het ANP is er altijd om voor de journalisten te waken. Dit waarderen de journalisten enorm, want zo blijft hun werk leuk. Dit thema valt uiteen in twee subthema's: Creëren van keuzemogelijkheid en het ANP dekt bijna al het nieuws.

Keuzemogelijkheid

Het feit dat het ANP 'er altijd is', geeft de journalisten keuzemogelijkheid. Zo kan de afweging gemaakt worden en mist de journalist niks. Bij regionale journalisten is dit vooral fijn als er veel landelijk nieuws is wat zij moeten dekken: "Dus ja, als er groot-landelijk nieuws is in de regio, wat vaak gebeurt in Den Haag, laten ze het dat ANP doen en kunnen wij ons focussen op andere dingen (1, RO)."

ANP dekt bijna al het nieuws

Die extra vrijheid komt omdat het ANP veel nieuws maakt. Een journalist van de nationale omroep zegt hierover: "Ja dus zij lopen de gaten dicht. In feite, dan geef je dan iets meer vrijheid van ik hoef er niet perse bij te zijn want het ANP gaat ook kijken (6)." Later in het interview benadrukt hij dit nog eens: "Dat zijn de mensen die overal bij zijn en die als laatste daar het licht doen (6)", wat de status van het ANP omschrijft.

Deze motivatie kan gekoppeld worden aan de extrinsieke motivaties die een journalist heeft om een bepaalde bron te gebruiken: het maakt het werk soms minder zwaar voor journalisten. Journalisten kunnen hierdoor blijven presteren en genoeg nieuwsberichten leveren. Daarnaast heeft de intrinsieke motivatie ook invloed op deze motivatie, omdat de innerlijke drive om journalistiek te bedrijven blijft bestaan door de keuzemogelijkheid die het ANP creëert.

4.4.3. Feitelijke nieuwsverhalen zorgen voor de juiste bouwstenen

De meeste ondervraagde journalisten vinden het ANP betrouwbaar, omdat zij weten dat het ANP vaak de feiten checkt. Journalist 1 van een regionale omroep zegt: "Als je een verhaal van de website zou schrijven op basis van een ANP verhaal, dan is het ANP de enige bron. Daar hoeven we niet nog eens achteraan, want het ANP heeft het al gecheckt." Deze motivatie zorgt ervoor dat journalisten het ANP gebruiken als basisfunctie voor hun verhaal, wat zorgt voor de juiste bouwstenen voor het verhaal in de nieuwsgaring fase. Dat journalisten aangeven het ANP niet meer te

hoeven checken sluit aan bij het ideologisch vertrouwen. Dit thema heeft een subthema: degelijk en saai.

Degelijk en saai is juist fijn

Volgens journalisten zijn het juist de feiten die het ANP degelijk en saai maken. Toen aan de journalisten werd gevraagd hoe zij het ANP zouden omschrijven gaf bijna de helft van de journalisten aan dat zij het ANP degelijk vinden: “Maar je hoeft daar niet een superspannend verhaal te verwachten zeg, dus het is een goed uitgangspunt. Maar het zijn inderdaad gewoon de feiten (5, NO). Journalisten geven daarna ook aan dat ze het juist fijn vinden dat het verhaal gebaseerd is op de feiten: “Je haalt ook informatie uit dat persbericht, die feiten, maar je wil wel je eigen verhaal maken (4, RO).”

Snelheid van persbureaus zorgen voor goede werkstroom

Wanneer er wordt gevraagd aan de journalisten hoe zij het ANP zouden gebruiken, wordt meerdere keren snelheid benoemd. De snelheid wordt bewonderd, zo geeft journalist 2 van de nationale krant toe: “Als ik bijvoorbeeld in de rechtbank ben geweest en zie hoe snel zij een rechtbank stuk schrijven, dat is heel sek wat ze hebben in korte tijd, die snelheid vind ik vind soms wel bewonderenswaardig.” Ook journalist 8 van een regionale omroep bevestigt dit: “.Ook snel. Ik heb het idee dat als er iets gebeurd is, dat het bij het ANP wel heel snel is. Dat ze er wel bovenop zitten.” Door de snelheid kunnen journalisten sneller schakelen en filteren wat belangrijk is. Het persbureau wordt in dit geval gebruikt ter controle of signalering.

4.5. Motivaties voor het niet gebruiken van persbureaus

Gedurende het onderzoek is geconstateerd dat veel misdadjournalisten, nog voor de interviews begonnen, zeggen geen gebruik te maken van persbureaus. Om deze reden is de insteek van het onderzoek aangepast en is er ook gevraagd naar de motivaties voor het **niet** kiezen van persbureaus. Opvallend is dat de meeste journalisten, naarmate het interview vorderde, toch lieten vallen dat zij het persbureau wel gebruiken. Er is gekozen om deze thema's kort toe te lichten, omdat het van toegevoegde waarde is om deze verschilligheid te onderzoeken. Uit de analyse zijn drie thema's gekomen, waarvan één specifiek gericht op regionale journalisten.



Afbeelding 3. codeboom: motivaties voor het **niet** kiezen van persbureaus

4.5.1. *Journalisten willen hun eigen verhaal schrijven*

Deze motivatie komt voor in de laatste fase van het nieuwsproductieproces; de productiefase. Een aantal journalisten geeft aan hun eigen verhaal te willen schrijven, waardoor zij in eerst instantie geen gebruik willen maken van persbureaus. Toen er aan journalist 4 van de regionale krant werd gevraagd waarom hij geen gebruik maakt van persbureaus, was zijn antwoord duidelijk: “Omdat je je eigen verhaal schrijft.” Naarmate het gesprek vorderde kwam toch de conclusie dat het persbureau tijdens zijn nieuwsproductieproces wel werd gebruikt, maar meer ter inspiratiebron of ter signalering voor een bepaald verhaal: “Je maakt wel je eigen verhaal, maar je haalt ook informatie uit dat persbericht (4).” Het komt erop neer dat het doel van journalistiek is om het verhaal zelf te schrijven, om zo burgers te informeren, en geen persbericht klakkeloos over te nemen: “De druk is er misschien wel om eigen verhalen te maken. Dat is wel wat. Je bent zo'n verslaggever dus daar wordt iets van je verwacht (10, NO).

Deze motivatie kan tot stand komen door de intrinsieke motivatie en de individuele invloed van Shoemaker en Reese (1996), want het is de journalist zijn persoonlijke drive om eigen verhalen te maken.

4.5.2. *Beschikbaarheid van andere nieuwssites of persbureaus*

Deze motivatie komt door de beschikbaarheid van andere nieuwsmedia of persbureaus en valt daarom uiteen in twee subthema's.

Andere persbureaus

Twee journalisten geven aan gebruik te maken van een anders persbureau; Cerberus. Het persbureau is gespecialiseerd in rechtspraak en politie en vooral actief in Rotterdam en Den Haag. Journalist 1 van een regionale krant geeft aan: “We hebben Cerberus voor de wat kleinere zaken.” Zij geven aan dat sneller schakelen en overleggen een reden is waardoor ze eerder voor Cerberus kiezen dan voor het ANP: “Het verschil is natuurlijk dat ik aan het ANP niet hoef te vragen om ergens naartoe te gaan. Die bepalen zelf waar ze naartoe gaan, en dat vinden we dan weer in hun agenda. Bij Cerberus

kunnen we dat wel (1).'' Het gebrek aan communicatie met het ANP is voor hen een reden om eerder voor een ander persbureau te gaan.

Andere nieuwssites

Meer dan de helft van de journalisten geeft aan andere nieuwssites te gebruiken als bron voor hun eigen verhalen. Zij checken elke dag het nieuws van andere nieuwssites: ''Dat is wel een belangrijke manier om een beetje op de hoogte te zijn van de grotere zaken die spelen (7, NO).'' Journalist 10 van een nationale omroep geeft aan het ANP niet gebruiken, maar komt er tijdens het interview achter dat hij het ANP indirect gebruikt door op andere nieuwsmedia te kijken: ''Ik gebruik denk ik indirect het ANP, dus dat ik ANP lees op de websites van anderen, want ik gebruik dat is wel, hoe ik me oriënteer op wat er in brede zin gaande is in in Nederland op op justitieel vlak allemaal allemaal verschillende media te lezen.''

De beschikbaarheid van andere nieuwssites en persbureaus heeft te maken de invloed van extramedia (Shoemaker & Reese, 1996). Deze externe factoren zorgen ervoor dat er andere keuzes worden gemaakt voor de misdaadjournalisten.

4.5.3. Het ANP mist regionale kennis en produceert alleen landelijk nieuws

Een belangrijke motivatie onder regionale misdaadjournalisten om geen ANP te gebruiken is omdat het ANP regionale kennis mist. Volgens deze groep journalisten focust het ANP zich vooral op landelijk nieuws. Journalist 8 van een regionale omroep vertelt: ''Wij hebben de telefoonnummers van een heleboel politiemensen en wij kennen hier de buurt en wij kennen hier de weg. Dus voor ons valt er, denk ik op dat vlak niet zoveel te halen bij het ANP.''' Als er wordt gevraagd waarom zij geen gebruik maken van het ANP, zijn soortgelijke antwoorden: ''Wij maken verhalen over de straten in Den Haag, dat zijn zaken die het ANP niet doen, te regionaal (3, RO).''

5. Conclusie en discussie

In de conclusie wordt antwoord gegeven op de hoofdvraag en worden de opvallende bevindingen besproken met daarbij de implicaties. In de discussie worden de tekortkomingen en de suggesties voor vervolgonderzoek gepresenteerd.

5.1. Conclusie

Dit onderzoek geeft antwoord op de hoofdvraag: 'Wat motiveert misdaadjournalisten om bepaalde bronnen in het algemeen en persbureaus in het bijzonder te gebruiken tijdens hun nieuwsproductieproces?' Uit het onderzoek zijn vijf motivaties voor het gebruik van bronnen in het algemeen gekomen, waarvan drie motivaties ook gelden voor het gebruiken van persbureaus. (1) Het ideologisch vertrouwen bij bronnen met autoriteit (waaronder ook persbureaus), (2) gevoelsmatig vertrouwen bij jarenlang investering in eigen netwerk (waaronder ook persbureaus), (3) consensus tussen meerdere bronnen (waaronder ook persbureaus), (4) zintuiglijk vertrouwen en (5) contextueel vertrouwen. Tevens zijn er vier motivaties tot stand gekomen voor het gebruiken van persbureaus in het bijzonder: toegenomen werkdruk, meer vrijheid, feitelijke nieuwsverhalen en snelheid. Tot slot zijn er drie motivaties voor het **niet** gebruiken van persbureaus naar voren gekomen: journalisten willen hun eigen verhaal schrijven, beschikbaarheid van andere nieuwssites of persbureaus en het ANP mist regionale kennis en produceert alleen landelijke nieuws.

Over het algemeen toont dit onderzoek aan dat persbureaus nog steeds een dominante positie hebben in de nieuwsstroom. Eerder onderzoek (Boyd-Barrett, 2000; Paterson, 2005; Rantanen, 1998) twijfelde aan deze positie door digitalisering en commercialisering. Dit onderzoek sluit in tegenstelling hierop aan bij het onderzoek van De Keyser (2010), waaruit blijkt dat klassieke nieuwsgaring methoden zoals agentschappen populair blijven. Persbureaus hebben in het nieuwsproductieproces verschillende functies voor de ondervraagde misdaadjournalisten. De agenda- en signaleringsfunctie in de ontdekkingsfase, de controlefunctie in de nieuwsgaring fase en de basis- en de opvul functie in de productiefase. Ondanks dat misdaadjournalisten aangeven vooral gebruik te maken van andere bronnen, zoals bronnen met autoriteit, het eigen netwerk, eigen waarneming, de persoonlijke tip en criminele bronnen, laten de antwoorden van de verschillende functies zien dat persbureaus hun plekje in deze nieuwsstroom behouden. De meeste journalisten zijn zich in eerst instantie echter niet bewust van het gebruiken van deze verschillende functies van persbureaus en ervaren het belang van het persbureau (ANP) in eerst instantie niet.

Een opvallend resultaat is dat de meeste motivaties van de ondervraagde misdaadjournalisten gekoppeld zijn aan het individuele niveau van Shoemaker en Reese (1996). Zowel bij het gevoelsmatig vertrouwen in het jarenlang investeren in het eigen netwerk als bij het zintuiglijk vertrouwen met eigen observatie worden de keuzes gemaakt op individueel niveau. Zij noemen het gevoelsmatig vertrouwen zowel in de ontdekkingsfase als in de nieuwsgaring fase. Tevens wordt het

gevoelsmatig vertrouwen ook genoemd om producten van persbureaus te gebruiken. Dat deze motivatie aanzienlijk vaak wordt gebruikt kan komen doordat het beroep als gevaarlijk wordt beschreven door de journalisten. Zij schrijven over misstanden, waar vaak criminelen bij betrokken zijn. De verslaggever is daarom ook vaak leidend bij de productie, want het is hun naam die erbij staat en niet die van de chef of de bron. Dit sluit aan bij de theorie van Reich (2006) waarbij de autonome status van de journalist ten opzichte van de bronnen in het productieproces te zien is. Een deel van de journalisten geeft daarnaast aan dat de status van het persbureau een bepaald gevoel creëert wat het gevoelsmatig vertrouwen voor het kiezen voor persbureaus kan verklaren. Om deze reden gebruikt een deel van de journalisten het persbureau als basis- en controlefunctie. Het zintuiglijk vertrouwen komt vaak alleen voor binnen de rechtbank. Er wordt dan gerechtvaardigd om één bron te gebruiken, omdat zij zelf de observatie waarnemen. Deze twee motivaties zijn nieuw en niet uit eerder onderzoek van Manninen (2017) gekomen. Dit kan verklaart worden door het genre journalistiek wat onderzocht is: de misdaadjournalistiek.

Het ideologisch vertrouwen in bronnen met autoriteit, waaronder ook de persbureaus, wordt daarnaast het meest genoemd door de journalisten. Deze constatering sluit aan bij het onderzoek van Manninen (2017) en is een belangrijke motivatie onder misdaadjournalisten. Zij hebben namelijk in het hele nieuwsproductieproces te maken met bronnen met autoriteit. In de nieuwsgaring fase is het zelfs de belangrijkste bron om te kunnen bevestigen of een andere bron betrouwbaar is. Het ANP heeft voor een deel van de journalisten ook een autoriteit status, waardoor de het ideologische vertrouwen ook een reden is om voor het persbureau te kiezen. Dit zorgt ervoor dat de dominante positie van persbureaus in de nieuwsstroom én in het hoofd van de journalisten nog steeds bestaat.

Tot slot valt op dat het extramedia niveau vaak van invloed is op de keuzes die de journalisten maken. Zij geven aan consensus tussen meerdere bronnen en contextueel vertrouwen te rechtvaardigen, als externe factoren of bronnen aantonen dat iets klopt. Het is de taak van de journalist om uit al deze verschillende informatievoorzieningen een compleet beeld te schetsen en een nieuwsverhaal te maken. Deze motivaties hebben vaak betrekking op de inhoud van de bron en gaan niet vaak om de bron zelf. Manninen (2017) suggereert echter dat deze soorten motivaties geldt voor meervoudige mediabronnen. Dit onderzoek toont aan dat misdaadjournalisten vooral bij de persoonlijke tip, criminele bronnen, andere nieuwsmedia en in sommige gevallen ook persbureaus alleen gebruiken als er consensus is tussen meerdere bronnen. Contextueel vertrouwen hangt in de meeste gevallen af van de beweegreden, de betrokkenheid en de functie van de bron, de situatie en de hoeveelheid toegang van informatie.

Naast de opvallende bevindingen waarbij de motivatie voor het gebruiken van bepaalde bronnen in het algemeen aansluit op de motivaties voor het gebruiken van producten van persbureaus, zijn er uit dit onderzoek nog aanvullende motivaties voor het specifiek gebruiken van persbureaus naar voren gekomen. Een opvallende en terugkerende motivatie is de toegenomen werkdruk die ook onder de ondervraagde misdaadjournalisten speelt. Dit sluit aan bij de literatuur van Lewis et al.

(2008), waarin zij suggereren dat persbureaus nog vaak worden gebruikt door personeelstekort en werkdruk. Daarnaast voelen de misdaadjournalisten meer vrijheid wanneer zij producten van persbureaus kunnen gebruiken door de signaleringsfunctie. Tot slot zorgen berichten van persbureaus voor een goede basis- en controlefunctie door de feitelijke aard van de berichten.

Verwacht was dat de routines in het nieuwsproductieproces een prominente rol zouden spelen in de motivatie voor het kiezen van bepaalde bronnen in het algemeen en persbureaus in het bijzonder. Enkel het bevestigen van een nieuwsverhaal door bronnen met autoriteit of het eigen netwerk in de nieuwsgaring fase is een routinematig proces van de journalisten. Verder is de persoonlijke tip in de ontdekkingsfase een bron die vaak terugkomt, alleen kiezen de journalisten er niet zelf voor om deze bron te gebruiken. Het gebruiken van persbureaus hangt in veel gevallen ook af van de situatie waar de journalist zich in bevindt en is hierbij geen routine.

Concluderend toont dit onderzoek aan dat de positie van het ANP in het denk- en keuzeprocess van de ondervraagde misdaadjournalisten verschillend is. Voor de interviews gaven de meeste journalisten aan geen gebruik te maken van het ANP. Naarmate het onderzoek vorderde kwam naar voren dat het ANP altijd wel ergens in het nieuwsproductieproces van de journalisten tevoorschijn kwam. Dit is te zien aan de verschillende functies die de journalisten toeschrijven aan het ANP. De motivaties voor het wel gebruiken van persbureaus spraken in sommige gevallen de motivaties voor het **niet** gebruiken van persbureaus tegen. Dit kan verklaart worden door de verschillende fases, waarbij steeds andere keuzes worden gemaakt. Vaak gelden de motivaties voor het niet gebruiken van persbureaus maar voor een bepaalde functie die het persbureau heeft in het nieuwsproductieproces.

5.1.1. Implicaties

Dit onderzoek geeft een beeld van het brongebruik in het nieuwsproductieproces van misdaadjournalisten, waarbij de focus lag op persbureaus. Vervolgens worden deze keuzes in dit brongebruik verklaard door verschillende motivaties. Het inzicht in de motivaties van misdaadjournalisten voor het kiezen van bepaalde bronnen creëert bewustwording van de keuzes en beweegredenen van misdaadjournalisten tijdens het hun nieuwsproductieproces. Het vergroot bewustwording onder journalisten van factoren die van invloed kunnen zijn op deze motivaties, wat journalisten in staat stelt kritischer te reflecteren op hun keuzes in brongebruik tijdens het proces. Dit kan ervoor zorgen dat er nog zorgvuldiger wordt omgegaan met het kiezen van bepaalde bronnen, waardoor de samenleving op de juiste manier geïnformeerd kan blijven worden.

Dit onderzoek heeft er daarnaast voor gezorgd dat het ANP meer inzicht krijgt in het nieuwsproductieproces van hun 'klanten'. Het ANP weet nu waarom en op welke momenten de misdaadjournalisten gebruik maken van het persbureau. Daarnaast kan het ANP beter inspelen op de behoefte van de journalisten, door de motivaties voor het wel en niet kiezen van producten van persbureaus. Op deze manier kan het persbureau blijven fungeren en van meerwaarde zijn in het nieuwsproductieproces van journalisten.

5.2. Beperkingen en vervolgonderzoek

Dit onderzoek heeft een aantal beperkingen die besproken moeten worden. De eerste beperking heeft betrekking op de dataverzameling van het onderzoek. Met een gebrek aan eerder onderzoek naar de motivaties voor het gebruiken van bepaalde bronnen in het algemeen en persbureaus in het bijzonder, moest eerst het nieuwsproductieproces van misdaadjournalisten in kaart worden gebracht. Gedurende het onderzoek werd duidelijk dat het nieuwsproductieproces van rechtbankverslaggevers er anders uitziet dan voor journalisten die verslag doen van de straat. Evenals dat regionale journalisten andere keuzes kunnen maken dan nationale journalisten. Hierdoor is het productieproces van de misdaadjournalist in brede zin in kaart gebracht en is er in mindere mate rekening gehouden met alle verschillen. Een beperking aan deze studie is dat het deze verschillen niet duidelijk in kaart zijn gebracht. Dit had wel gelukt als er vanaf het begin rekening mee gehouden werd. Deze verschillen tussen journalisten zorgen ervoor dat de betrouwbaarheid van het onderzoek afneemt. Als het onderzoek opnieuw uitgevoerd kan worden, zou er vanaf het begin al rekening moeten worden gehouden met het type misdaadjournalist. Vervolgonderzoek zou dieper in moeten gaan op één groep journalisten om de betrouwbaarheid te waarborgen en een beter beeld te creëren van het brongebruik in het nieuwsproductieproces en de motivaties die daarbij horen.

De tweede beperking sluit aan bij de bovengenoemde beperking maar gaat dieper in op het type brongebruik en de motivaties die daarbij horen. In dit onderzoek is ervoor gekozen om het hele nieuwsproductieproces van misdaadjournalisten in kaart te brengen en daarnaast een focus te leggen op persbureaus als bron. Dit heeft erin geresulteerd dat er een grote berg aan informatie is ontstaan, maar dat deze lastig gestructureerd konden worden in verschillende thema's. Een suggestie voor vervolgonderzoek zou de focus alleen moeten leggen op de motivaties voor het wel of niet gebruiken van persbureaus tijdens het nieuwsproductieproces, wat een duidelijker beeld kan geven van de motivatie voor het gebruiken van persbureaus. Hier is in eerste instantie niet voor gekozen omdat journalisten aangeven het persbureau niet te gebruiken. Echter kwamen er gedurende het onderzoek genoeg resultaten dat zij wel degelijk gebruik maken van persbureaus.

De laatste beperking heeft betrekking op de onderzoeksmethode en de groep journalisten. Bij nader inzien is gebleken dat het onderwerp "motivaties" met behulp van kwalitatieve interviews lastig te onderzoeken kan zijn. Afgezien van het feit dat interviews de onderzoeker in staat stelt veel van de respondenten te weten te komen, vertelt juist deze groep journalisten niet zo open over hun brongebruik. Misdaadjournalisten moeten veel bronnen beschermen, waardoor zij niet zomaar alles kunnen vertellen. Deze terughoudendheid kan ervoor gezorgd hebben dat er een minder nauwkeurig beeld van de motivaties is geschetst. De bewerking van de onderzoeksmethode in combinatie met de specifieke groep journalisten zorgt voor een mindere betrouwbaarheid van het onderzoek.

Tot slot kan er nog een laatste suggestie gedaan worden voor vervolgonderzoek. Het is interessant om te onderzoeken hoe het nieuwsproductieproces van andere journalistieke genres eruit ziet en in welke mate persbureaus van belang zijn. Dit omdat andere genres te maken kunnen hebben

met hele andere bronnen met andere onderwerpen, waardoor zij andere motivaties kunnen hebben om deze te gebruiken. Meerdere onderzoeken naar verschillende journalistieke genres kan aantonen of er verschillende patronen ontstaan.

Literatuurlijst

- Boeije, H. R. (2010). *Analysis in Qualitative Research*. Sage Publications.
- Boyd-Barrett, O., & Rantanen, T. (2000). European national news agencies: The end of an era or a new beginning?. *Journalism*, 1(1), 86-105. <https://doi.org/10.1177/146488490000100114>
- Boyer, D., & Hannerz, U. (2006). Introduction: Worlds of journalism. *Ethnography*, 7(1), 5-17. <https://doi-org.eur.idm.oclc.org/10.1177/1466138106064587>
- Chagnon, N. (2015). Reverberate, resonate, reproduce: A reconsideration of ideological influence in crime news production. *Critical Criminology*, 23(1), 105-123. <https://doi.org/10.1007/s10612-014-9260-5>
- Cottle, S. (2000). New (s) times: Towards a 'second wave' of news ethnography. *Communications of European Journal of Communication Research*. 25(1). 19-35. <https://doi-org.eur.idm.oclc.org/10.1515/comm.2000.25.1.19>
- Coyne, J. C., & Gottlieb, B. H. (1996). The mismeasure of coping by checklist. *Journal of personality*, 64(4), 959-991. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.1996.tb00950.x>
- Davies, N. (2008). *Flat earth news: An award-winning reporter exposes falsehood. Distortion and Propaganda in the Global Media*. CPI Cox & Wyman.
- Deuze, M., & Dimoudi, C. (2002). Online journalists in the Netherlands: Towards a profile of a new profession. *Journalism*, 3(1), 85-100. <https://doi-org.eur.idm.oclc.org/10.1177/146488490200300103>
- De Keyser, J. (2010). Bronnen en nieuwe technologie voor nieuwsgaring. *Journalisten: Profiel van een beroepsgroep*, 81-97.
- Dimitrova, D. V., & Strömbäck, J. (2009). Look who's talking: Use of sources in newspaper coverage in Sweden and the United States. *Journalism practice*, 3(1), 75-91. <https://doi-org.eur.idm.oclc.org/10.1080/17512780802560773>
- Gans, H. J. (1979). The messages behind the news. *Columbia Journalism Review*, 17(5).
- Galtung, J., & Ruge, M. H. (1965). The structure of foreign news: The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four Norwegian newspapers. *Journal of peace research*, 2(1), 64-90. <https://doi-org.eur.idm.oclc.org/10.1177/002234336500200104>
- Gibson, D. C. (2006). The relationship between serial murder and the American tourism industry. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 20(1), 45-60. https://doi.org/10.1300/J073v20n01_04
- Gil de Zúñiga, H., Lewis, S. C., Willard, A., Valenzuela, S., Lee, J. K., & Baresch, B. (2011). Blogging as a journalistic practice: A model linking perception, motivation, and behavior. *Journalism*, 12(5), 586-606. <https://doi-org.eur.idm.oclc.org/10.1177/1464884910388230>

- Graves, L., & Amazeen, M. A. (2019). Fact-checking as idea and practice in journalism. *Oxford Research Encyclopedia of Communication*.
<https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.808>
- Greer, C., & Reiner, R. (2012). Mediated mayhem: Media, crime and criminal justice. *Oxford Handbook of Criminology*, 5, 1-34.
- Gubrium, J. F., & Holstein, J. A. *Handbook of interview research*. 103-119. Sage Publications.
<https://dx.doi.org/10.4135/9781412973588>
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2017). What is news? News values revisited (again). *Journalism studies*, 18(12), 1470-1488. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193>
- Hermanowicz, J. C. (2002). The great interview: 25 strategies for studying people in bed. *Qualitative sociology*, 25(4), 479-499.
- Hermans, E. A. H. M. (2000). Beroepsmatig handelen van journalisten: Een kwalitatief onderzoek bij een televisie nieuwsredactie. *Radbound University Nijmegen*.
- Holstein, J. A., & Gubrium, J. F. (1995). *The active interview*, 37. Sage Publications.
- Hoxha, A., & Hanitzsch, T. (2018). How conflict news comes into being: Reconstructing 'reality' through telling stories. *Media, war & conflict*, 11(1), 46-64.
<https://doi-org.eur.idm.oclc.org/10.1177/1750635217727313>
- Knight, M. (2011). The origin of stories: How journalists find and create news in an age of social media, competition and churnalism. *Future of Journalism Conference*, 8-9.
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2009). *Interviews: Learning the craft of qualitative research interviewing* (2nd ed.). Sage publications.
- Lau, R. W. (2004). Critical realism and news production. *Media, Culture & Society*, 26(5), 693-711.
<https://doi-org.eur.idm.oclc.org/10.1177/0163443704045507>
- Lee-Wright, P., Phillips, A., & Witschge, T. (2012). *Changing journalism*. Routledge.
- Lewis, J., Williams, A., & Franklin, B. (2008). A compromised fourth estate? UK news journalism, public relations and news sources. *Journalism Studies*, 9(1), 1-20.
<https://doi-org.eur.idm.oclc.org/10.1080/14616700701767974>
- Maat, H. P., & de Jong, C. (2012). How newspaper journalists reframe product press release information. *Journalism*, 14(3), 348-371. <https://doi.org/10.1177/1464884912448914>
- Manninen, V. J. (2017). Sourcing practices in online journalism: an ethnographic study of the formation of trust in and the use of journalistic sources. *Journal of Media Practice*, 18(2-3), 212-228. <https://doi-org.eur.idm.oclc.org/10.1080/14682753.2017.1375252>
- McManus, H. (1994). *Market Driven Journalism*. Sage Publications.
- McNair, B. (2009) *News and Journalism in the UK*, (5th ed.). Routledge.
- Mellado, C., & Lagos, C. (2014). Professional roles in news content: Analyzing journalistic performance in the Chilean national press. *International journal of communication*, 8(23).

- Miller, A., & Kurpius, D. (2010). A citizen-eye view of television news source credibility. *American Behavioral Scientist*, 54(2), 137-156. <https://doi.org/10.1177/0002764210376315>
- Noble, H., & Smith, J. (2015). Issues of validity and reliability in qualitative research. *Evidence-based nursing*, 18(2), 34-35. <http://dx.doi.org/10.1136/eb-2015-102054>
- Paterson, C. (2005). *International news on the Internet*. Lexington Books.
- Pjesivac, I. (2020). What moves young people to journalism in a transitional country? Intrinsic and extrinsic motivations for working in journalism in Serbia. *Journalism*, 21(11), 1676-1693. <https://doi-org.eur.idm.oclc.org/10.1177/1464884917738428>
- Rantanen, T. (1998). *The globalization of news*. Sage Publication
- Reich, Z. (2006) The process model of news initiative. Sources lead first, reporters thereafter. *Journalism Studies* 7(4): 497–514. <https://doi.org/10.1080/14616700600757928>
- Reich, Z. (2009). *Sourcing the news: Key issues in journalism--an innovative study of the Israeli press*. Hampton Press.
- Reich, Z. (2010). Measuring the impact of PR on published news in increasingly fragmented news environments: A multifaceted approach. *Journalism Studies*, 11(6), 799-816. <https://doi-org.eur.idm.oclc.org/10.1080/14616701003760550>
- Reich, Z. (2011). Source credibility and journalism: Between visceral and discretionary judgment. *Journalism Practice*, 5(1), 51-67. <https://doi.org/10.1080/17512781003760519>
- Reich, Z. (2018). The decline in orally negotiated news: Revisiting (again) the role of technology in reporting. *New Media & Society*, 20(11), 4116-4134. <https://doi.org/10.1177/1461444818768064>
- Reich, Z., & Barnoy, A. (2020). How news becomes “news” in increasingly complex ecosystems: Summarizing almost two decades of newsmaking reconstructions. *Journalism Studies*, 21(7), 966-983. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1716830>
- Rennen, A. A. M. (2000). Journalistiek als kwestie van bronnen: Ontwikkeling en toepassing van een bron-georiënteerde benadering van journalistiek. *Radboud University Nijmegen*.
- Ruigrok, N. & Scholten, O. (2009). Bronnen in het nieuws. Een onderzoek naar brongebruik in Nederlandse dagbladen 2006-2008. *De Nederlandse Nieuwsmonitor*.
- Røssland, L. (2007). The professionalization of the intolerable: Popular crime journalism in Norway. *Journalism studies*, 8(1), 137-152. <https://doi-org.eur.idm.oclc.org/10.1080/14616700601056908>
- Tuchman, G. (1972). Objectivity as strategic ritual: An examination of newsmen's notions of objectivity. *American Journal of sociology*, 77(4), 660-679. <https://doi.org/10.1086/225193>
- Van der Haak, B., Parks, M., & Castells, M. (2012). The future of journalism: Networked journalism. *International journal of communication*, (6)16.

- Van Hout, T., Maat, H. P., & De Preter, W. (2011). Writing from news sources: The case of Apple TV. *Journal of Pragmatics*, 43(7), 1876-1889.
<https://doi.org/10.1016/j.pragma.2010.09.024>
- Vermaas, K., & Janssen, F. (2009). *Het persbureau in perspectief. Rol, functies en kernwaarden van Nederlandse persbureaus*. Stimuleringsfonds voor de pers.
- Viererbl, B., & Koch, T. (2021). Once a journalist, not always a journalist? Causes and consequences of job changes from journalism to public relations. *Journalism*, 22(8), 1947-1963.
<https://doi-org.eur.idm.oclc.org/10.1177/1464884919829647>
- Vos, T. P. (2015). *Gatekeeping in transition*. 17-38. Routledge.
- Vuorinen, E. (1997). *News translation as gatekeeping*. 161-172. John Benjamins Publishing.
- Wahl-Jorgensen, K., & Hanitzsch, T. (2009). *The handbook of journalism studies*. (2nd ed.). Routledge.
- Websdale, N., & Alvarez, A. (1998). Forensic journalism as patriarchal ideology: The newspaper construction of homicide-suicide. *Popular culture, crime, and justice*, 123-141.
- Welbers, K., Van Atteveldt, W., Kleinnijenhuis, J., & Ruigrok, N. (2018). A gatekeeper among gatekeepers: News agency influence in print and online newspapers in the Netherlands. *Journalism Studies*, 19(3), 315-333.
<https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1190663>
- Wilcox, L. (1998). *The watchdogs*. Editorial Research Service.
- Wykes, M. (2001). *News, crime and culture*. Pluto Press.
- Schlesinger, P., & Tumber, H. (1994). *Reporting crime: The media politics of criminal justice*. Oxford: Clarendon Press.
- Shoenberger, H., & Rodgers, S. (2017). Perceived health reporting knowledge and news gathering practices of health journalists and editors at community newspapers. *Journal of health communication*, 22(3), 205-213.
<https://doi-org.eur.idm.oclc.org/10.1080/10810730.2016.1266715>
- Shoemaker, P. J., Vos, T. P., & Reese, S. D. (2009). *Journalists as gatekeepers: The handbook of journalism studies*. 93-107. Routledge.
- Strömbäck, J. (2011). Mediatization and perceptions of the media's political influence. *Journalism studies*, 12(4), 423-439. <https://doi-org.eur.idm.oclc.org/10.1080/1461670X.2010.523583>
- Strömbäck, J., & Karlsson, M. (2011). WHO'S GOT THE POWER? Journalists' perceptions of changing influences over the news. *Journalism Practice*, 5(6), 643-656.
<https://doi-org.eur.idm.oclc.org/10.1080/17512786.2011.592348>
- Surette, R., & Richard, A. (1995). Public information officers: A descriptive study of crime news gatekeepers. *Journal of Criminal Justice*, 23(4), 325-336.
[https://doi.org/10.1016/0047-2352\(95\)00023-J](https://doi.org/10.1016/0047-2352(95)00023-J)

Suri, H. (2011). Purposeful sampling in qualitative research synthesis. *Qualitative research journal*, 11(2), 63-75. <https://doi-org.eur.idm.oclc.org/10.3316/QRJ1102063>

Appendix

Appendix A. Informed consent formulier

INFORMED CONSENT FORMULIER

Naam van het onderzoeksproject	Een onderzoek naar de motivaties van misdaadjournalisten om producten van persbureaus wel/niet te gebruiken tijdens hun nieuwsproductieproces.
Doel van het onderzoek	Dit onderzoek wordt geleid door Larissa van Wieren. U bent van harte uitgenodigd om deel te nemen aan dit onderzoek. Het doel van dit onderzoek is om erachter te komen in hoeverre producten van persbureaus gebruikt worden tijdens het nieuwsproductieproces van misdaadjournalisten en welke motieven hieraan ten grondslag liggen.
Gang van zaken tijdens het onderzoek	<p>U neemt deel aan een interview waarin aan u vragen zullen worden gesteld over uw werkwijze als misdaadjournalist. Een voorbeeld van een typische vraag die u zal worden gesteld: <i>“Welke bronnen zijn voor jou het meest bruikbaar als misdaadjournalist?”</i></p> <p>U dient tenminste 18 jaar te zijn om deel te nemen aan dit onderzoek en werkzaam te zijn als misdaadjournalist.</p> <p>Voorafgaand aan het interview vullen alle deelnemers een korte vragenlijst in. Hierin staan onder andere vragen over achtergrondgegevens en persoonlijke eigenschappen. Tijdens het interview zal, aan de hand van een topic list, dieper worden ingegaan op de werkwijze van de misdaadjournalist. Van het interview zal een audio-opname worden gemaakt, zodat het gesprek later ad-verbatim (woord voor woord) kan worden uitgewerkt.</p> <p>Dit transcript wordt vervolgens gebruikt in het verdere onderzoek.</p>
Potentiële risico's en ongemakken	- Er zijn geen fysieke, juridische of economische risico's verbonden aan uw deelname aan deze studie. U hoeft geen vragen te beantwoorden die u niet wilt beantwoorden. Uw deelname is vrijwillig en u kunt uw deelname op elk gewenst moment stoppen.

<p>Vergoeding</p>	<p>U ontvangt voor deelname aan dit onderzoek geen vergoeding. Door deel te nemen aan dit onderzoek zult u meer inzicht krijgen in de rol van bronnen/persbureaus in de werkwijze van misdaadjournalisten. Het bredere doel van dit onderzoek is: om erachter te komen in hoeverre producten van persbureaus gebruikt worden tijdens het nieuwsproductieproces van misdaadjournalisten en welke motieven hieraan ten grondslag liggen.</p>
<p>Vertrouwelijkheid van gegevens</p>	<p>Uw privacy is en blijft maximaal beschermd. Er wordt op geen enkele wijze vertrouwelijke informatie of persoonsgegevens van of over u naar buiten gebracht, waardoor iemand u zal kunnen herkennen.</p> <p>Voordat onze onderzoeksgegevens naar buiten gebracht worden, worden uw gegevens anoniem gemaakt: geanonimiseerd. Enkele eenvoudige voorbeelden hiervan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Uw naam wordt vervangen door anonieme, op zichzelf betekenisloze combinatie van getallen. - Uw leeftijd zelf wordt niet verwerkt, maar in een categorie geplaatst. Bijvoorbeeld: leeftijd: tussen 18-25 jaar/ tussen 25-35 jaar etc. - Uw woonplaats wordt niet gebruikt, maar de provincie waarin u woont. <p>Bij de start van ons onderzoek krijgt uw naam direct een pseudoniem; uw naam wordt gepseudonimiseerd ofwel ‘versleuteld’. Op deze manier kan wel worden onderzocht wat u in het gesprek aangeeft, maar weten de getrainde onderzoekers niet dat u het bent. De onderzoeksleider is zelf verantwoordelijk voor dit pseudoniem en de sleutel en zal uw gegevens niet delen met anderen. Als u bijvoorbeeld het onderzoek heeft afgerond zal de onderzoeksleider daarvan op de hoogte moeten kunnen zijn, om u de afgesproken vergoeding te geven.</p> <p>In een publicatie zullen of anonieme gegevens of pseudoniemen worden gebruikt. De audio-opnamen, formulieren en andere documenten die in het kader van deze studie worden gemaakt of verzameld, worden opgeslagen op een beveiligde locatie bij de Erasmus Universiteit Rotterdam en op de beveiligde (versleutelde) computers van de onderzoekers.</p> <p>De onderzoeksgegevens worden indien nodig (bijvoorbeeld voor een controle op wetenschappelijke integriteit) en alleen in anonieme vorm ter beschikking gesteld aan personen buiten de onderzoeksgroep; in dit geval aan een onderzoekscommissie van de Erasmus Universiteit Rotterdam die hiertoe bevoegdheden heeft.</p>

Vrijwilligheid

Deelname aan dit onderzoek is geheel vrijwillig. Je kunt als deelnemer jouw medewerking aan het onderzoek te allen tijde stoppen, of weigeren dat jouw gegevens voor het onderzoek mogen worden gebruikt, zonder opgaaf van redenen.

Dit betekent dat als je voorafgaand aan het onderzoek besluit om af te zien van deelname aan dit onderzoek, dit op geen enkele wijze gevolgen voor jou zal hebben. Tevens kun je tot 5 werkdagen (bedenktijd) na het interview alsnog de toestemming intrekken die je hebt gegeven om gebruik te maken van jouw gegevens.

In deze gevallen zullen jouw gegevens uit onze bestanden worden verwijderd en vernietigd. Het stopzetten van deelname heeft geen nadelige gevolgen voor jou.

Als je tijdens het onderzoek, na de bedenktijd van 5 werkdagen, besluit om jouw medewerking te staken, zal dat eveneens op geen enkele wijze gevolgen voor je hebben. Echter: de gegevens die u hebt verstrekt tot aan het moment waarop uw deelname stopt, zal in het onderzoek gebruikt worden, inclusief de bescherming van uw privacy zoals hierboven beschreven. Er worden uiteraard geen nieuwe gegevens verzameld of gebruikt.

Als u besluit om te stoppen met deelname aan het onderzoek, of als u vragen of klachten heeft, of uw bezorgdheid kenbaar wilt maken, of een vorm van schade of ongemak vanwege het onderzoek, neemt u dan aub contact op met de onderzoeksleider: Larissa van Wieren – larissavanwieren@gmail.com – 06 15 62 32 10

**Toestemmings-
verklaring**

Met uw ondertekening van dit document geeft aan dat u minstens 18 jaar oud bent; dat u goed bent geïnformeerd over het onderzoek, de manier waarop de onderzoeksgegevens worden verzameld, gebruikt en behandeld en welke eventuele risico's u zou kunnen lopen door te participeren in dit onderzoek

Indien u vragen had, geeft u bij ondertekening aan dat u deze vragen heeft kunnen stellen en dat deze vragen helder en duidelijk zijn beantwoord. U geeft aan dat u vrijwillig akkoord gaat met uw deelname aan dit onderzoek. U ontvangt een kopie van dit ondertekende toestemmingsformulier.

Ik ga akkoord met deelname aan een onderzoeksproject geleid door Larissa van Wieren. Het doel van dit document is om de voorwaarden van mijn deelname aan het project vast te leggen.

1. Ik kreeg voldoende informatie over dit onderzoeksproject. Het doel van mijn deelname als een geïnterviewde in dit project is voor mij helder uitgelegd en ik weet wat dit voor mij betekent.

2. Mijn deelname als geïnterviewde in dit project is vrijwillig. Er is geen expliciete of impliciete dwang voor mij om aan dit onderzoek deel te nemen.

3. Mijn deelname houdt in dat ik word geïnterviewd door (a) onderzoeker van de Erasmus Universiteit. Het interview zal ongeveer 45-60 minuten duren. Ik geef de onderzoeker toestemming om tijdens het interview opnames (geluid) te maken en schriftelijke notities te nemen. Het is mij duidelijk dat, als ik toch bezwaar heb met een of meer punten zoals hierboven benoemd, ik op elk moment mijn deelname, zonder opgave van reden, kan stoppen.

4. Ik heb het recht om vragen niet te beantwoorden. Als ik me tijdens het interview ongemakkelijk voel, heb ik het recht om mijn deelname aan het interview te stoppen.

5. Ik heb van de onderzoeksleider de uitdrukkelijke garantie gekregen dat de onderzoeksleider er zorg voor draagt dat ik niet ben te identificeren in door het onderzoek naar buiten gebrachte gegevens, rapporten of artikelen. Mijn privacy is gewaarborgd als deelnemer aan dit onderzoek.

6. Ik heb de garantie gekregen dat dit onderzoeksproject is beoordeeld en goedgekeurd is door de ethische commissie van de EUR anderszins. Voor bezwaren met betrekking tot de opzet en of uitvoering van het onderzoek kan ik me wenden Larissa van Wieren door de ethische commissie van de EUR anderszins

7. Ik heb dit formulier gelezen en begrepen. Al mijn vragen zijn naar mijn tevredenheid beantwoord en ik ben vrijwillig akkoord met deelname aan dit onderzoek.

8. Ik heb een kopie ontvangen van dit toestemmingsformulier dat ook ondertekend is door de interviewer.

Handtekening en datum	Naam Deelnemer:	Naam Onderzoeksleider:
	Leeftijd:	Larissa van Wieren Leeftijd: 23 jaar
	Handtekening	Handtekening
	Datum:	Datum:

Appendix B. Interview guide

Algemene gegevens

- Voor het interview het informed consent mailen (indien nog niet ingevuld voor het interview het alsnog laten invullen)
- Voor de opname start: toestemming vragen voor opname
- Mijn naam is Larissa
- Master Media en Journalistiek
- Korte kennismaking met de misdaadjournalist: waar werk je? hoelang al?
- Onderzoek naar de motivaties die een misdaadjournalist heeft voor het gebruiken van bepaalde bronnen (met de focus op persbureaus) tijdens hun nieuwsproductieproces
- Verzekeren dat de gegevens alleen voor dit onderzoek worden gebruikt en niet worden verspreid

Interview guide

De onderdelen richten zich achtereenvolgens op de algemene gegevens van de journalist, de nieuwe constructie theorie en het brongebruik in het algemeen, de motivaties om bepaalde bronnen te gebruiken, kritiek en werkdruk en het brongebruik specifiek op het ANP gericht.

Concept	Subconcept	Vragen die je kan stellen:
Algemene gegevens van de journalist	Artikelen schrijven	<p>Wat voor soort artikelen/mediavormen schrijf je vooral?</p> <p><i>Denk aan nieuwsbericht, reportages, achtergrondverhalen</i></p> <p>Welke onderwerpen heb je binnen het thema misdaad/rechtbank vooral behandeld? Richt je je specifiek op bepaalde zaken/onderwerpen?</p> <p>Wat is je laatst geschreven artikel? / Op welk geschreven artikel ben je het meest trots?</p> <p><i>De journalist laten vertellen over zijn laatste artikel/ meest trots</i></p>
Nieuws reconstructie theorie	Stap voor stap dieper ingaan op het artikel	<p>Wanneer je kijkt naar een artikel wat je geschreven hebt zijn er dan omstandigheden die invloed hebben gehad op het schrijven van het artikel?</p>

		<p><i>Denkend aan: specifieke verhalen van bepaalde omstandigheden, beperkingen, beslissingen, acties en gedachten tijdens het nieuwsproductieproces.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Wat was de aanleiding voor dit bericht? ● Via welke bron ben je tot dit bericht gekomen? ● Gebruik je deze bron vaker? waarom wel/niet ● Kun je mij vertellen hoe je bent begonnen? Hoe heb je meer informatie opgezocht? Heb je gebruik gemaakt van nieuwe/ andere bronnen toen je meer informatie wilde weten ● Hoe heb je een bepaalde invalshoek gekozen? Heeft jouw bron(nen) daarbij geholpen? ● Waarom koos je voor deze bronnen? ● Moest je rekening houden met bepaalde richtlijnen van de redactie? <p>Hoe zit het met vertrouwen op (deskundige) bronnen tijdens het proces?</p>
		<p>Hoe is het artikel ontstaan? Neem mij eens mee in dit proces.</p> <p>Waarom heb je deze keuze gemaakt?</p> <p><i>Vragen stellen aan de hand van het verhaal, dus waarom de journalist voor bepaalde dingen heeft gekozen bij zijn laatste artikel.</i></p>

<p>Nieuwsproductieproces (brongebruik)</p> <p><i>Tijdens deze vragen teruggrijpen naar het voorbeeld en andere artikelen van de journalist.</i></p>	<p>Ontdekkingsfase</p>	<p>Via welke bronnen komt je potentiële nieuwsitems tegen?</p>
		<p>Welke kanalen zijn voor jou het meest bruikbaar als crimejournalist? En waarom?</p>
		<p>Wat motiveert je om bepaalde bronnen/kanalen wel/niet te gebruiken?</p>
		<p>Kan je me iets vertellen over het brongebruik en hoe jij keuzes maakt?</p> <p>Kan je iets dieper ingaan op de bronnen die je gebruikt om tot je ideeën te komen?</p> <p><i>Uit wetenschappelijk onderzoek komt dat journalisten vooral tijdens de ontdekkingsfase van nieuws afhankelijk zijn van een hint van een bron, maar deze afhankelijkheid lager wordt naarmate de productie vordert. Hoe ervaar je dat zelf?</i></p>
	<p>Nieuwsgaringsfase</p>	<p>Hoe kom je aan meer informatie over het bepaalde onderwerp?</p>
		<p>Welke (nieuwe) bronnen gebruik je na de eerste bron?</p>
	<p>Brongebruik</p>	<p>Wat zijn je belangrijkste bronnen wanneer je nieuws produceert dat te maken heeft met misdaad? Kan je concrete voorbeelden geven? Wier staat er bijvoorbeeld in je adresboekje? Komen deze contacten regelmatig terug?</p>
	<p>Vershil in brongebruik ”</p>	<p>Zijn er belangrijke opvallende verschillen in bronnen die je gebruikt wanneer je over een bepaald onderwerp schrijft? Is dat bij</p>

		<p>langdurige zaken bijvoorbeeld anders dan bij korte zaken? Of verschil in type artikel (nieuwsbericht of achtergrondverhaal bv)</p> <p>Zo ja: wat is er dan anders? Welke bronnen voor welk type?</p> <p>Zo nee: waarom is er geen verschil? Is de motivatie van het gebruik van de bron dan nog hetzelfde?</p>
	Overgang van de fases	Wanneer weet je dat je genoeg informatie hebt om te beginnen met het schrijven?
	Productiefase	Hoe maak je de keuzes over wat er wel en niet in het artikel komt te staan?
		(Maak je de keuzes over wat er in het artikel staat zelf?) -> invloed van redactie?
Motivaties/motieven	Kritiek	Zorgt kritiek van collega's voor andere keuzes tijdens het proces?
		Zorgt kritiek van lezers voor bepaalde keuzes die je maakt tijdens het proces?
	Motivaties brongebruik	Noem drie motivaties die je hebt om bepaalde bronnen te gebruiken?
	Sourcing theorie	<p>Zijn er tijdens het kiezen van bepaalde bronnen andere omstandigheden die meespelen?</p> <p><i>Denk aan tijdsdruk, bron hoeveelheid, routinematig werken.</i></p>

	Aandachtsgebied	Snelheid: Ervaar je druk? Hoe zorg je ervoor dat je altijd zorgvuldig bent in wat je schrijft? Wat voor strategie/methode heb je daarvoor?
ANP	Algemeen	Wat is het ANP voor jou? / Hoe zou je het ANP omschrijven? 3 woorden om het ANP te beschrijven?
	Niet gebruiken	Waarom gebruik je het niet? Kan er volgens jou iets beter aan producten van persbureaus waardoor je het sneller als bron zou gebruiken? Waarom wel/ niet?

Een voorbeeld van een topiclijst over het het ANP specifiek is:

Onderdeel: motivaties voor het gebruiken van het ANP

1. Maak je gebruik van het ANP?
 - Waarom wel/niet?

Zo ja:

2. Waarom maak je gebruik van het ANP?
3. Wat voor functie heeft het ANP voor jou?
4. Wat betekent het ANP voor jou?
5. Op welk moment in het proces komt voor jou het ANP het meest van pas?

Zo nee:

6. Waarom maak je geen gebruik van het ANP?
7. Kan er volgens jou iets anders aan de werkwijze van het ANP waardoor je het sneller zou gebruiken?
8. Zijn er alternatieven in plaats van het ANP?

Vervolg vragen

9. Hoe zou je het ANP omschrijven?
10. Wat betekent het ANP voor de redactie (dat je weet)?

11. Als je het ANP in drie woorden moet omschrijven, wat is dan het eerste wat in je opkomt?

- Waarom die woorden?
- Hoe maakt het ANP deze woorden waar?

Appendix C. Codeerschema's

Appendix C1. Het nieuwsproductieproces

Codeerschema 'het nieuwsproductieproces'

Categorie	Hoofdthema	Subthema	
De ontdekkingsfase	Persoonlijke tip als ontdekking	De journalisten door iemand van een zaak of onderwerp op de hoogte wordt gesteld.	
	Eigen netwerk als ontdekking	Mix van verschillende vaste bronnen, zoals persoonlijke connecties, nummers van autoriteit zoals politie (1), justitie (2) of advocaten (3) en vaste criminele bronnen (4)	
	Het ANP als agendafunctie	Eigen agenda op baseren	
	Rechtbank agenda als agendafunctie	Rechtbank rol in eigen regio	
	Het ANP als signaleringsfunctie		Vangnet
			Waakhond
			Inspiratiebron
	Criminele bron als signalering	Informanten	
Andere nieuwsmedia als inspiratie	Nieuwswebsites, apps, krant, collega-journalist		
Bronnen met autoriteit als ontdekking	Officiële instanties, zoals politie (1), justitie (2), de rechtbank (3), het Openbaar Ministerie (4), woordvoerders (5), opsporingsdiensten (6), onderzoeksrapport met erkende namen (7) of direct bewijsmateriaal (8).		

De nieuwsgarings fase	Bronnen met autoriteit als bevestiging	Officiële instanties, zoals politie (1), justitie (2), de rechtbank (3), het Openbaar Ministerie (4), woordvoerders (5), opsporingsdiensten (6), onderzoeksrapport met erkende namen (7) of direct bewijsmateriaal (8).
	Één bron is geen bron	Het liefst drie bronnen
	Eigen observatie als nieuwsgaring	Eigen waarneming Eigen database
	Eigen netwerk als bevestiging	Een relatie die je met iemand hebt opgebouwd, vaak met officiële bronnen
	Het ANP als basisfunctie	Uitgangspunt Leidraad
	Het ANP als controlefunctie	Controle door tijdsdruk Controle door twijfel

De daadwerkelijke nieuwsproductie	Journalist is leidend	
	Het ANP als opvul functie	Online nieuwssites

*Appendix C2. Motivaties**Codeerschema 'motivaties'*

Hoofdthema / motivaties	Categorie	Subthema
Ideologisch vertrouwen bij bronnen met autoriteit	Algemeen	Denkwijze van misdaadjournalisten
	Algemeen	Twijfelen aan bronnen met autoriteit is geen optie
	Persbureaus	Ideologisch vertrouwen bij persbureaus
Gevoelsmatig vertrouwen door jarenlang investeren in eigen netwerk	Algemeen	Ontstaan van een vertrouwensband
	Algemeen	Goed 'onderbuikgevoel'
	Persbureaus	Gevoelsmatig vertrouwen bij persbureaus
Consensus tussen meerdere bronnen want één bron is geen bron	Algemeen / persbureaus	Balans tussen verschillende soorten bronnen
	Algemeen	Bronnen checken en bevestigen is de taak van een journalist
Zintuiglijk vertrouwen bij eigen observatie	Algemeen	Eigen waarneming
	Algemeen	Eigen database
Contextueel vertrouwen hangt af van verschillende bronnen	Algemeen	De beweegreden De betrokkenheid en de functie van de bron De situatie De hoeveelheid toegang van informatie

Toegenomen werkdruk	Persbureaus	De komst van online nieuwskanalen
	Persbureaus	Personeelstekort
Persbureaus zorgen voor meer vrijheid	Persbureaus	Creëren van keuzemogelijkheid
	Persbureaus	ANP dekt bijna al het nieuws
Feitelijke nieuwsverhalen zorgen voor de juiste bouwstenen	Persbureaus	Degelijk en saai is juist fijn

Appendix C3. Motivaties voor het niet gebruiken van persbureaus

Codeerschema 'motivaties voor het niet gebruiken van persbureaus'

Hoofdthema / motivaties	Subthema	Journalist
Journalisten willen hun eigen verhaal schrijven	-	Nationaal + regionaal
Beschikbaarheid van andere nieuwssites en persbureaus	Andere persbureaus	Regionaal
	Andere nieuwssites	Nationaal + regionaal
Het ANP mist regionale kennis en produceert alleen landelijke nieuws	ANP mist regionale kennis	Regionaal

ANP produceert alleen landelijk nieuws

Regionaal
