

Is deze mail slecht leesbaar? Lees hem hier online!



NIEUWS

DE NIEUWSBRIEF VAN DE OMBUDSMAN

Welkom bij de nieuwsbrief die wij als Team Ombudsman regelmatig versturen. We geven je een inblik in afgeronde onderzoeken naar klachten die we krijgen over journalistieke producties van de publieke omroepen. En in de achtergronden en ethische kwesties waar de journalistiek mee te maken heeft. Zo blijf je sneller en simpeler op de hoogte van dat wat de ombudsman doet.

Nog geen abonnement op onze nieuwsbrief? Klik dan [hier!](#)

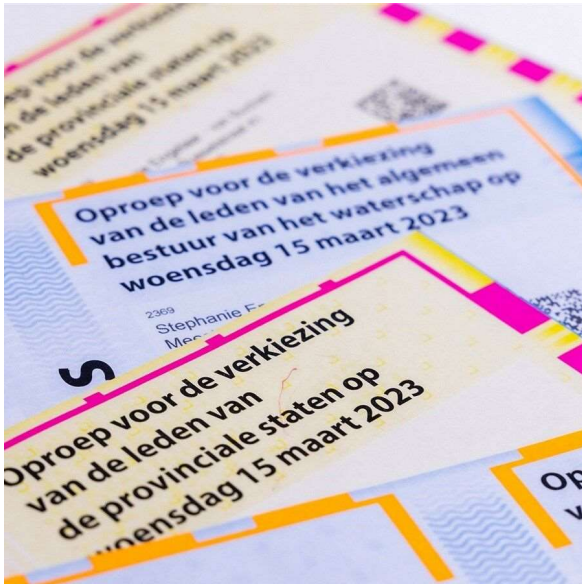


Uitspraak

Op1: het belang van bronvermelding

Op 6 januari 2023 lichtte ChristenUnie-fractievoorzitter Gert-Jan Segers in Op1 een open protestbrief van tien fractieleiders aan de Iraanse overheid toe. In het gesprek kreeg hij ook vragen over Israël, de presentator gebruikte daarin de woorden “het apartheidsregime van Israël”. Het regende klachten bij de Ombudsman, over vermenging van feiten en mening, eenzijdigheid en antisemitisme.

NAAR DE UITSPRAAK



ONDERZOEK

CAMPAGNEBERICHTGEVING: EEN BALANCEER ACT?

Na iedere verkiezingscampagne buigt Team Ombudsman zich over de campagneberichtgeving bij de publieke omroepen. Welke politicus werd waar gegrild, overheerste rechts of zagen we de linkse wolk, welke thema's waren belangrijk voor journalist, politicus en kiezer? Ook deze keer zullen we dat doen, na de campagne voor de Provinciale Statenverkiezingen.

Eerst gaan we een paar weken turven en tellen en checken, om eind maart een analyse te kunnen brengen. Hoe we dat bij andere campagnes deden en wat dat aan inzicht opleverde, leest u in diverse verkiezingsdossiers op onze website.

[NAAR EERDER ONDERZOEK](#)

PODCAST 1.5

DEBATTEREN OVER DEBATTEREN

Ze komen er weer aan: de verkiezingsdebatten met lijsttrekkers van landelijke partijen, provinciale vertegenwoordigers of nu-alleen-nog-op-papier kanshebbers. Hoe laat je al die politici voldoende aan het woord, zonder dat je de regie uit handen geeft of hen in onverstaaanbaar gekibbel laat verzanden? Debatteren is een kunst, of je nu deelneemt of leidt. Hoe zorg je dat je publiek er iets aan heeft en niet in klagen uitbarst? Sparren met oud-hoogleraar Journalistiek Marc Chavannes; over met, langs en door elkaar praten, op zoek naar helderheid.

[NAAR DE PODCAST](#)

VRAAG HET DE OMBUDSMAN

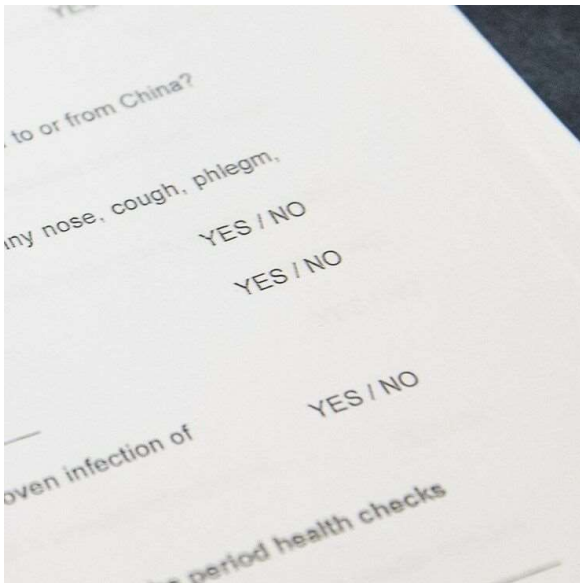
OBJECTIVITEIT: WAT MOET EN WAT MAG?



De Ombudsman krijgt nogal eens klachten over eenzijdigheid in onderwerp- of gastenkeuze bij een programma. Objectief moet het zijn, mevrouw! Maar in het Nederlandse omroepbestel hebben omroepen met leden de vrijheid om specifiek hun opvattingen en missie uit te dragen. Ook in journalistieke programma's mag dat, zolang de gedeelde informatie maar op feitelijkheden is gestoeld. De Mediawet schrijft voor dat omroepen een maatschappelijke stroming vertegenwoordigen, het fenomeen wordt 'externe pluriformiteit' genoemd.

In zijn geheel moet het bestel de Nederlandse samenleving zo breed mogelijk bedienen. Maar niet iedere omroep móet dus alle kanten laten zien of hóeft alle standpunten te belichten. De zogenoemde taakomroepen NOS en NTR vertegenwoordigen geen stroming en moeten wel voor alle doelgroepen het nieuws of educatieve programmering verzorgen. Wil je weten hoe externe pluriformiteit zich mag vertalen in de programma's, de ombudsman publiceerde er enige tijd geleden een dossier over.

NAAR HET DOSSIER



Goed voorbeeld *Samen scherp*

(Publieks)onderzoeken van organisaties, onderzoeksbureaus, universiteiten... ze hebben altijd een doel (aandacht!!) en komen dagelijks binnen op nieuwsredacties. Bas de Vries van NOS Nieuws merkte de valkuilen, maar ook kansen, bij het gebruik ervan. Want je wilt niet klakkeloos 'nieuwsreclame' maken voor andermans telwerk.

Het is goed dat een journalist deze kennis tot zich neemt. Nog beter om de tips of tricks met andere journalisten te delen. Dat deed De Vries, dus een pluim in de Ombudsman-nieuwsbrief voor hem. Hij presenteerde de nieuwsvloer zijn praktische handvatten voor het beoordelen van onderzoeken. Was de steekproef representatief of groot (genoeg)? Konden deelnemers zichzelf aanmelden? Was

de onderzoeksmethode te controleren? Waren de vragen sturend? Logische vragen, maar je moet ze wel stellen! En als meest nuchtere tip in de presentatie: "Als uitkomsten heel onwaarschijnlijk lijken, klopt er meestal inderdaad iets niet."

[Nieuwsbrief doorsturen](#)

[Aanmelden nieuwsbrief](#)

[Wijzig e-mailadres](#)

[Afmelden](#)

[Privacyverklaring](#)