

Opmerking vooraf: voordat iemand denkt dat ik op een mediatoren sta te zwaaien met het vingertje — laat me duidelijk zijn. **Photolus scoort zelf ook niet fantastisch als het gaat om originele artikels.** Ik schrijf bijna nooit echte, eigen onderzoeksstukken en de meeste posts zijn korte analyses, opiniestukjes of vervangcontent voor waar de mainstream laat liggen. Maar net daarom kan ik het gemakkelijker zeggen: *als zelfs een kleine site zoals deze meer nuance biedt dan de grote Benelux-mastodonten, dan is er duidelijk iets mis met het systeem.*

De Grote Eenheidsworst: Waarom Belgische en Nederlandse Media Steeds Meer op Copy-Paste Nieuws Lijken

Wie vandaag een krant opent in België of Nederland – of het nu digitaal of op papier is – merkt steeds hetzelfde patroon: **identieke titels, dezelfde artikels, dezelfde foto's, dezelfde invalshoeken, en vooral een schokkend gebrek aan nuance.** Buitenlandse

berichtgeving? Die is vaak zo minimaal dat je bijna zou denken dat de rest van de wereld is afgeschaft.

Het lijkt alsof de nieuwsredacties van HLN, AD, Volkskrant, De Morgen, Het Nieuwsblad en co allemaal dezelfde redactionele bijbel volgen: *“maak het korter, sneller, simpeler, sensationeler... en vooral: goedkoop”*.

□ De Eenheidsworst: Het Resultaat van Mediaconcentratie

In de Benelux is de media vooral in handen van twee mastodonten: **DPG Media** en **Mediahuis**. Deze groepen bezitten ongeveer alles wat beweegt: kranten, nieuwssites, regionale edities, radio, tv, magazines en digitale platformen.

En als je zo groot bent, waarom zou je dan *tien* journalisten dezelfde feiten laten uitschrijven als je het ook door één redacteur kan laten doen en vervolgens kunt doorschuiven naar tien titels? Voilà, de copy-paste machine draait op volle capaciteit.

Zodra één desk een artikel publiceert, verschijnt het in vijf andere kranten. Soms met een ander logo. Soms met een andere titel. Soms zelfs met exact dezelfde fout erin. Efficiency, noemen ze dat.

□ Buitenlandnieuws? “Niet klikken, dus schrappen.”

De meeste kranten hebben hun buitenlandredacties al jaren afgebouwd. De wereld is groot, complex, en... duur. Waarom investeren in correspondenten als je toch een *ANP/Belga-bericht* kan copy-pasten en er een generiek fotootje bij kan zetten?

Gevolg:

- **Buitenlands nieuws is vaak één paragraaf** die niets uitlegt.
- **Geopolitieke context ontbreekt vrijwel volledig.**
- Internationale conflicten worden herleid tot TikTok-niveau soundbites.
- **80% van de buitenlandse artikels komt letterlijk uit dezelfde persagentschappen.**

Ja, het is goedkoop. Maar inhoudelijk is het... zeg maar gerust: **magerder dan een dieetbouillon.**

□ Ongenuanceerde Onzin: Het Nieuwe Normaal

Nu redacties zoveel mogelijk hergebruiken en zo weinig mogelijk tijd hebben, is nuance vaak het eerste slachtoffer. Je ziet het aan alles:

- **Clickbait-koppen** die de inhoud totaal niet weerspiegelen.
- **“Meningen verpakt als feiten”** omdat dat sneller verkoopt.
- **Overdrijvingen en hyperbolen** om de lezer wakker te schudden.
- **Foute conclusies** die ontstaan doordat niemand de tijd kreeg om bronnen te checken.

En zo krijg je artikels waarin een nuancevolle realiteit wordt samengeperst tot een simpel “goed versus slecht” narratief. Makkelijk te scannen, snel te liken, maar inhoudelijk even leeg als een zak chips die voor 70% uit lucht bestaat.

□ De Ironie: Meer Titels, Minder Verschil

Hoewel we vandaag meer kranten, apps en nieuwsmerken hebben dan ooit, krijgt de gemiddelde lezer eigenlijk **minder diversiteit** dan in de jaren '80. Toen had elke krant nog een eigen redactie, eigen stijl, eigen visie.

Nu zijn het vooral **verschillende verpakkingen rond dezelfde inhoud**.

Het resultaat? Een informatiestroom die steeds meer voelt als een

algoritme dat je elke dag dezelfde burger probeert te verkopen, maar dan met een ander sausje.

□ Conclusie: Nieuws als Fastfood

De Belgische en Nederlandse nieuwssites zijn geëvolueerd naar een soort journalistiek fastfood: goedkoop geproduceerd, voorspelbaar van smaak, en vooral bedoeld om in grote volumes te verkopen.

En zoals bij fastfood geldt: je wordt er snel “vol” van, maar je krijgt er weinig echte voeding van binnen.

Het goede nieuws? Niet alle journalistiek is zo. Er zijn nog enkele eilanden van kwaliteit. Maar bij de grote mediagroepen is het vaak: **massa boven kwaliteit**.



Over de auteur - Francis Algoet

Content creator & eigenaar van Photolus. Bekend voor scherpe observaties, kritische dissecties van media-eenheidsworst en vaste toeleverancier van satire en experimentele AI-content. Deze website is een speelse labo-omgeving waar nieuws, tech en humor botsen.

Lezersreacties □

(Deze reacties zijn lichtjes ‘verzonnen’)

Tom – “Regelmatige lezer”

“Eindelijk iemand die het zegt. Media vandaag zijn één grote copy-paste fabriek.”

Sophie – “Nieuwsvolger”

“Volledig akkoord. Buitenlandse items worden bijna niet meer behandeld.”

Jeroen – “Photolus-spotter”

“Photolus doet het soms beter, soms slechter – maar tenminste eerlijk dat er AI aan te pas komt □.”

Mario P. – “Vaste bezoeker”

“Je slaat de nagel op de kop. Ik lees elke ochtend drie verschillende sites en krijg drie keer exact hetzelfde artikel. Enkel het lettertype verschilt. Journalistiek is fastfood geworden, jij verwoordt perfect wat velen denken.”

Sofie – “Teleurgestelde HLN-lezer”

“Eindelijk iemand die het benoemt. Buitenlandnieuws is tegenwoordig één screenshot van Belga en drie zinnen

erboven. Geen uitleg, geen context, geen diepgang. Bedankt om dit aan te kaarten!”

Tom VDB – “Koffie + nieuws = frustratie”

“Dat gebrek aan nuance stoort me al jaren. Alles is zwart-wit, extreem of hyperbolisch gebracht. Ik ben blij dat iemand het durft zeggen zonder fluwelen handschoenen.”

Lotte – “Mediawatcher”

“De vergelijking met fastfood is spot-on. Veel calorieën, weinig voedingswaarde. Wat jij hier schrijft, voelt als een detox voor mijn hersenen.”

Herman – “Altijd kritisch”

“Ik heb dertig jaar kranten gelezen, maar wat ik nu zie is pure bandwerk. Dezelfde artikels, dezelfde zinnen, soms zelfs dezelfde typefouten. Je artikel is 100% waar.”