



EEN GLAS ALCOHOL IS TE VEEL

Misbruik of verkeerd gebruik van cijfers

Aanleiding

Journalist Michelle werkt bij een lokale krant. Ze schrijft soms over aansprekende onderzoeken die zijn verschenen. Nu schrijft ze een artikel over alcoholconsumptie naar aanleiding van een publicatie in het wetenschappelijke tijdschrift The Lancet. Voor deze publicatie zijn 83 studies naar alcoholgebruik, met in totaal zo'n 600.000 proefpersonen, gecombineerd. Het is een flink rapport en ze heeft geen tijd om alle studies door te spitten. Michelle schrijft haar artikel geïnspireerd op de PR-teksten van de onderzoeksbureaus en universitaire afdelingen én op andere artikelen die zijn verschenen in de media. Uit hun berekeningen volgt dat elk glas de levensverwachting van een 40-jarige man kan verkorten met 30 minuten.

Michelle maakt van haar conclusie uiteindelijk een titel zoals: 'Een extra glas alcohol kan je leven met 30 minuten verkorten'.

Waar speelt de casus zich af?

De casus speelt zich af bij media-opleidingen en op media- en nieuwsredacties. Tevens speelt het zich af bij de marketing- en communicatie-afdelingen van universiteiten, onderzoeksbureaus en wetenschappelijke tijdschriften.

Situatie

Een van de lezers van Michelle's artikel is Sanne Blauw, econometrist en journalist bij De Correspondent. Sanne leest ook het artikel dat de NOS heeft geplaatst over deze publicatie, met de kop '[Een glas alcohol is eigenlijk al te veel](#)'. Ze raakt geïrriteerd door het lezen van deze artikelen, want ze houdt wel van een glaasje wijn thuis of bier drinken met vrienden. Daarnaast is ze altijd scherp op de causaliteit van onderzoeken en de conclusies die hieruit worden getrokken. Ze twijfelt aan het onderzoek in The Lancet en gaat op zoek naar meer informatie.

Op Twitter stuit Sanne vervolgens op meerdere kritische tweets van de artsonderzoeker Vinay Prasad. Hij geeft namelijk aan dat alleen studies die een verband vinden worden gepubliceerd, maar ook dat het alcoholgebruik maar kort is bijgehouden en dat er "wel een hoger overlijdensrisico bij bierdrinkers [is] gevonden, maar nauwelijks bij wijndrinkers." Sanne concludeert na het lezen van de tweets: er is weinig mis met een paar glazen alcohol. De tweets van Vinay Prasad zijn een opluchting voor Sanne en daarom stopt ze met zoeken. Ze kan met een gerust hart toch gewoon een wijntje drinken.

Maar al snel wordt er kritiek geuit op de clickbait (de titel) en het artikel van journalist Michelle, zo ook in een blogartikel van Sanne. Het is te kort door de bocht en de conclusie dat 'een extra glas alcohol het leven met 30 minuten kan verkorten' geeft een vertekend beeld en heeft meer nuance nodig. Trudy Voortman, Voedingswetenschapper van het Erasmus MC, werkte mee aan het onderzoek en legt in een later [artikel](#) van de NOS uit hoe het zit: "Er is een verschil tussen de gevolgen voor de gezondheid en de kans op sterfte. De kans op bepaalde aandoeningen neemt toe vanaf de eerste slok, voor de kans op sterfte zien we dat pas vanaf 100 gram." Bovendien koos Michelle in haar artikel voor een extreme situatie, maar schrijft ze het zo dat het lijkt alsof het voor de gehele groep geldt.

Na de kritiek besluit Michelle een rectificatie te schrijven, waarin ze de nuance in haar artikel aanbrengt met de grafiek uit het artikel van The Lancet (Fig. 4, zie hieronder). De grafiek laat zien dat Michelle's conclusie alleen geldt voor een bepaalde groep (mannen van 40- jaar, die veel drinken). Veel media gaan eveneens door het stof en laten zien dat ze te kort door de bocht gingen (zie onder andere [de Volkskrant](#)). Ook Sanne komt terug op haar conclusie, omdat ze de tweets van de gerenommeerde Vinay Prasad er nog een keer bij pakt en ziet dat hij nergens had geconcludeerd dat drinken niet

schadelijk was, alleen dat de studie van The Lancet niet helemaal deugt.

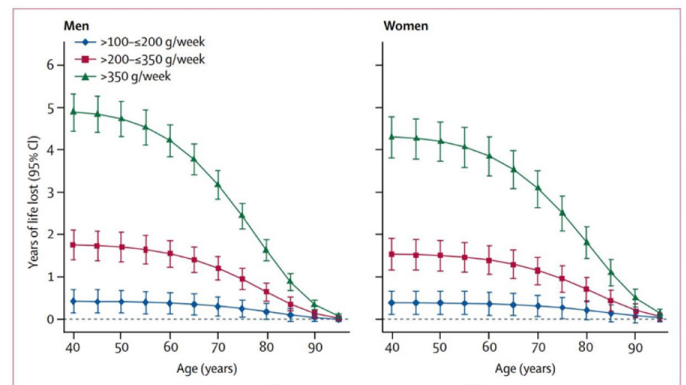


Figure 4: Estimated future years of life lost by extent of reported baseline alcohol consumption compared with those who reported consuming >0-≤100 g per week

Bron: 'Risk thresholds for alcohol consumption: combined analysis of individual-participant data for 599912 current drinkers in 83 prospective studies', Lancet 2018; 391: 1513-23.

Hoe beïnvloedt desinformatie de kwaliteit van het werk en professionaliteit van de beroepsgroepen die te maken krijgen met deze casus?

Vanwege de snelheid van het nieuws en de krachtige PR-berichten van de onderzoeksbureaus en universiteiten lezen journalisten misschien niet altijd het hele onderzoek. Tevens versimpelen de journalisten een dik rapport/onderzoek tot een geschreven artikel, item of zelfs zin. Hierdoor gaat informatie verloren en kunnen getallen uit hun verband worden gehaald. Journalisten worden verleid om de pr-teksten van de onderzoeksbureaus of universiteiten over te nemen of hier snelle conclusies uit te trekken, waardoor de belangrijke of vereiste nuance kan ontbreken.

Over alcohol verschijnen regelmatig onderzoeken. De ene keer blijkt dat je beter helemaal niet kunt drinken en de andere keer blijkt dat een glaasje wijn per dag gezond is. Hierdoor ontstaat er verwarring voor de lezers. Het is daarom belangrijk dat journalisten kijken waar de cijfers vandaan komen en de conclusies zo compleet en genuanceerd mogelijk beschrijven.

Tot slot, worden vaak grafieken aangehaald om het verhaal kracht bij te zetten. Het is echter belangrijk dat de grafieken de juiste informatie bevatten. Zodra de assen bijvoorbeeld niet de correcte verhouding hebben, kan de grafiek [verkeerd geïnterpreteerd](#) worden.

Welke vragen/probleemstellingen komen naar voren in deze casus?

- Hoe moeten journalisten en mediamakers omgaan met de hypes, sensatiezucht en clickbait rondom (wetenschappelijke) onderzoeken?
- Hoe moeten journalisten en mediamakers verslag doen van ingewikkelde, soms tegenstrijdige onderzoeken?
- Hoe moeten journalisten en mediamakers verslag doen van opiniepeilingen? Wat hebben docenten nodig om lessen omtrent desinformatie te geven?

[< Terug naar eerste pagina](#)



MBO MEDIAWIJS.NL

wikiwijs

Kennisnet

BEELD EN GELUID

Deze casus is gebaseerd op uiteenzetting van een persoonlijke casus van journalist en econometrist Sanne Blauw in haar boek 'Het bestverkochte boek ooit (met deze titel)'. Daarnaast is er een fictieve journalist bijgeschreven. Voor meer lesmateriaal, professionaliseringsmateriaal en andere praktijkvoorbeelden over desinformatie ga naar mbomediawijs.nl/desinformatie.