

Handboek Journalistiek



Noordhoff



**Nico Kussendrager (red.)
Theo Dersjant, Dick van der Lugt,
Bas Verschoor**

7^e druk

Handboek Journalistiek

Nico Kussendrager (red.)
Theo Dersjant
Dick van der Lugt
Bas Verschoor

7^e druk

Noordhoff Groningen

Ontwerp omslag: Shootmedia, Groningen

Eventuele op- en aanmerkingen over deze of andere uitgaven kunt u richten aan:
Noordhoff Uitgevers bv, Afdeling Hoger Onderwijs, Antwoordnummer 13, 9700 VB
Groningen.

De informatie in deze uitgave is uitsluitend bedoeld als algemene informatie. Aan deze informatie kunt u geen rechten of aansprakelijkheid van de auteur(s), redactie of uitgever ontlennen.



0 / 22

© 2022 Noordhoff Uitgevers bv, Groningen/Utrecht, Nederland

Deze uitgave is beschermd op grond van het auteursrecht. Wanneer u (her)gebruik wilt maken van de informatie in deze uitgave, dient u vooraf schriftelijke toestemming te verkrijgen van Noordhoff Uitgevers bv.

This publication is protected by copyright. Prior written permission of Noordhoff Uitgevers bv is required to (re)use the information in this publication.

ISBN(ebook) 978-90-01-29985-9

ISBN 978-90-01-29984-2

NUR 810

Inhoud

Voorwoord 6

1 Journalist van beroep 9

- 1.1 Professionele journalistiek 11
- 1.2 Functies van de journalistiek 14
- 1.3 Kritiek op de journalistiek 16
- 1.4 Positieve veranderingen 19
- 1.5 Wie is journalist? 22
- 1.6 Waakhonden en zwerfhonden 23
- 1.7 Maatschappelijke en persoonlijke achtergrond 24
- 1.8 Maatschappelijke ontwikkelingen 27
- 1.9 Journalistieke attitude 27
- 1.10 Soorten functies 36

2 Vergaren van informatie 41

- 2.1 Wat is nieuws? CABABA 43
- 2.2 Soorten nieuws en nieuwsgaring 52
- 2.3 Bronnen 60
- 2.4 Persberichten en persconferenties 66
- 2.5 Congressen en conferenties 67
- 2.6 Noteren en telefoneren 69

3 Verwerken van informatie tot een journalistiek product 73

- 3.1 Genres 75
- 3.2 Bepalen van het schrijfdoel 76
- 3.3 Bepalen van de inhoud 80
- 3.4 Schrijven van de tekst 82
- 3.5 Eindredactie 84
- 3.6 Webpagina's 87
- 3.7 Cijfers en getallen 88
- 3.8 Bronvermelding en plagiaat 90
- 3.9 Egojournalistiek 91

4 Nieuwsbericht en nieuwsverhaal 95

- 4.1 Eisen aan het nieuwsbericht 97
- 4.2 Lengte en taalgebruik 98
- 4.3 Onderwerp van het nieuwsbericht 98
- 4.4 Vijf w's en de h 99
- 4.5 Feitelijk, duidelijk en nauwkeurig 99
- 4.6 Hiërarchische opbouw 100
- 4.7 Leads 101
- 4.8 Openingszin 106
- 4.9 Overgangen 108

- 4.10 Werkwoordstijden 109
- 4.11 Identificatie en plaats van de bron 111
- 4.12 Zachtnieuwberichten 112
- 4.13 Nieuwsverhaal 113
- 4.14 Creditline en dateline 116

- 5 Verslaggeving en soorten verslagen 119**
 - 5.1 Het verslag: kenmerken en soorten 121
 - 5.2 Verslag voorbereiden 123
 - 5.3 Gebeurtenis verslaan 127
 - 5.4 Verslag schrijven 128
 - 5.5 Nieuwsverslag 130
 - 5.6 Vrij verslag 135
 - 5.7 Incidentenverslag 139
 - 5.8 Raadsverslag 141
 - 5.9 Rechtbankverslag 142
 - 5.10 Sportverslag 144
 - 5.11 Recenserend verslag 145

- 6 Interview 149**
 - 6.1 Soorten interviews 152
 - 6.2 Een interview maken 152
 - 6.3 Fasen van het interview 153
 - 6.4 Keuze van onderwerp, genre en persoon 154
 - 6.5 Interview voorbereiden 155
 - 6.6 Het gesprek 156
 - 6.7 Vorm van het interview 163
 - 6.8 Uitwerking van het interview 166
 - 6.9 Nazorg 168

- 7 Achtergrondverhaal, reportage en overige genres 171**
 - 7.1 Achtergrondverhaal 173
 - 7.2 Reportage 177
 - 7.3 Schrijven van een reportage 182
 - 7.4 Samengestelde productie 191
 - 7.5 Nieuwsanalyse 192
 - 7.6 Profiel, portret en necrologie 193
 - 7.7 Recensie 195
 - 7.8 Opinieverhaal 198
 - 7.9 Commentaar en column 199
 - 7.10 Andere genres 203

- 8 Koppen, intro's, streamers en (foto)bijschriften 207**
 - 8.1 Koppen 209
 - 8.2 Nieuwskoppen en koppen bij andere genres 214
 - 8.3 Intro's en streamers 222
 - 8.4 Foto's en bijschriften 223

- 9 Radio en televisie, podcast en mobiele journalistiek 231**
 - 9.1 Radio en televisie 233
 - 9.2 Crossmedia 244
 - 9.3 Podcast 245

- 9.4 Mobiele journalistiek [247](#)
- 9.5 Datajournalistiek en datavisualisatie [249](#)

10 Journalisten onder druk [255](#)

- 10.1 Persvrijheid [257](#)
- 10.2 Persveiligheid [261](#)
- 10.3 Voorlichting en propaganda [263](#)
- 10.4 Verdienmodel [267](#)

11 Journalistieke dilemma's [271](#)

- 11.1 Wat is ethiek? [273](#)
- 11.2 Soorten ethiek [276](#)
- 11.3 Ethiek wordt steeds belangrijker [277](#)
- 11.4 Ethische kanttekeningen [279](#)
- 11.5 Verantwoorden [290](#)

12 De ondernemende journalist [297](#)

- 12.1 Medialandschap [300](#)
- 12.2 Werken als zelfstandige [306](#)

Bronnen en verantwoording [319](#)

Register [324](#)

Over de auteurs [331](#)

Illustratieverantwoording [332](#)

Voorwoord

Journalist is een mooi en een belangrijk beroep.

Een *mooi beroep* omdat je op een professionele manier het nieuws volgt, omdat journalistiek je de kans geeft om je in verschillende onderwerpen te verdiepen en om veel mensen te ontmoeten.

Een *belangrijk beroep* omdat een onafhankelijke en vrije pers een belangrijke pijler is voor een goed functionerende democratie en voor controle van de overheid. Belangrijk ook omdat de journalistiek inzicht geeft in wat er speelt in de samenleving.

De professionele journalistiek staat van verschillende kanten onder druk, niet in de laatste plaats door social media, waarop iedereen zich 'journalist' kan wanen. Alsof iedereen met een magnetron opeens kok is geworden. Professionele journalistiek heeft als doel op een onafhankelijke en deskundige manier te informeren en te analyseren, te ontdekken en te onthullen, duiding te geven en verbanden te leggen. Dat vraagt om goed opgeleide, deskundige journalisten die producties maken voor verschillende platformen: op papier, online, radio of tv.

Voor beginnende journalisten met deze ambitie is dit boek bedoeld. Hoofdstuk 1 gaat over het beroep van journalist. In hoofdstuk 2 besteden we aandacht aan het vergaren van informatie. Wat is nieuws, waar vind je bronnen, hoe ga je daarmee om? Hoe beoordeel je de betrouwbaarheid? Die informatie verwerk je tot een journalistiek product. Hoe je dat doet, lees je in hoofdstuk 3.

In de volgende hoofdstukken worden uiteenlopende producties besproken: hoofdstuk 4: nieuwsbericht, hoofdstuk 5: interview, hoofdstuk 6: verslaggeving, hoofdstuk 7: achtergrond en reportage. Hoe je koppen en intro's maakt, lees je in hoofdstuk 8. Aan het eind van deze vier hoofdstukken vind je steeds een korte checklist.

Hoofdstuk 9 gaat over 'niet-schrijvende journalistiek': crossmedia, mobiele journalistiek en podcast.

Journalistiek is een belangrijk en mooi vak, maar ook een vak waar ethische dilemma's een belangrijke rol spelen. Dit wordt behandeld in de hoofdstukken 10 en 11.

Als journalist is het vaak lastig een vaste baan te vinden. Hoe je succesvol kunt zijn als ondernemend en zelfstandig journalist lees je in hoofdstuk 12.

Handboek Journalistiek is de opvolger van *Basisboek Journalistiek*, dat zes drukken heeft gehad. Er is voor een andere titel gekozen om verwarring met het *Basisboek Journalistiek schrijven* te voorkomen en omdat de inhoud is geactualiseerd en vernieuwd.

Het boek zou niet zijn wat het nu is zonder de adviezen van en inspirerende gesprekken met *Marieke Boerefijn* en *Monique Hamers* van Fontys Hogeschool, *Ilse Hermanides* van Hogeschool Windesheim, *Arjan Kroon* en *Gert-Jan Peddemors* van de Hogeschool Utrecht, *Maaïke Kooistra*, *Dennis Naaktgeboren*, *Hans Nijenhuis* en *Jaap van Zetten* van het AD en de inbreng van *Esther van der Meer* van het Dagblad van het Noorden.

Binne Keulen (Hogeschool Windesheim) en *Ruud Vos* (Christelijke Hogeschool Ede) namen het manuscript kritisch door en kwamen met waardevolle aanvullingen en opmerkingen.

Sahar Noor en *Roy van Vlisteren* adviseerden bij paragrafen in de hoofdstukken 1 en 10.

In hoofdstuk 9 licht *Manon Hessels* toe hoe je een multimediale productie maakt. *Dominique Voss* deelt haar ervaringen als datajournalist bij de aanpak van een onderzoek naar de stijging van het aantal honden in het oosten van het land.

Namen van nog meer collega's die ons van advies dienden, vind je op de website.

Voor de paragrafen over radio en televisie hebben we gebruik gemaakt van lesmateriaal van Hogeschool Windesheim.

Bij dit boek hoort de website www.handboekjournalistiek.nl. Het website-symbooltje in de marge geeft aan dat er bij genoemde onderwerpen meer informatie of uitleg te vinden is.



Op de website vind je onder andere:

- bronnen en verantwoording van dit boek
- oefeningen en opdrachten
- aanvullend lesmateriaal / journalistiek onderwijzen (voor docenten)
- nieuws over journalistiek
- verder lezen (boeken, films en sites)
- de geschiedenis van het Handboek Journalistiek
- journalistieke citaten

Een aantal jonge journalisten laat je aan het begin van elk hoofdstuk meekijken in de praktijk van alledag. Zij maken duidelijk wat het vak inhoudt.

Dank aan *Laura Bergshoef* (freelance, onder andere NRC en New Scientist), *Gijs Debraekeleer* (VRT), *Sasha Haasnoot* (freelance, 3FM), *Saskia Houttuin* (freelance, onder andere Trouw en NOS), *Natasja Gibbs* (BNNVARA), *Gijs Kool* (freelance, onder andere AD), *Fatima Naumann* (Omroep Gelderland), *Nisrine Sahla* (NOS-Stories), *Barbara Vollebregt* (Trouw), *Dominique Voss* (De Stentor), *Inge de Weijer* (Dahl TV) en *Wytse Vellinga* (Omrop Fryslân).

Dank aan *Hans Kussendrager* voor de (reken)voorbeelden en in het bijzonder aan *Cora de Vos* voor haar aanmoediging en voortdurend kritische blik. Ik wens, ook namens de andere auteurs, alle gebruikers veel lees- en leerplezier en een succesvolle loopbaan in de journalistiek.

Bilthoven, maart 2022

Nico Kussendrager



1

Journalist van beroep

Je hebt gekozen voor de opleiding Journalistiek. Maar wat is journalistiek eigenlijk? Journalistiek is het vergaren, verwerken, verdiepen, verspreiden en verantwoorden van relevante informatie voor een breed publiek. Vergaren doe je bijvoorbeeld tijdens een interview of een persconferentie, bij een sportwedstrijd of een demonstratie. Die informatie kun je verwerken in een verslag of een video maar ook in een reportage of een podcast. Verdiepen betekent dat je als journalist niet alleen sec verslag doet van wat er gebeurt, maar waar nodig probeert uitleg en toelichting te geven. Lastiger wordt het bij het begrip 'relevante' informatie. Als jij over je kat struikelt en je enkel breekt is dat vervelend, maar het is geen relevante informatie voor een breed publiek. De nieuwste verovering van een volkszanger of van een profvoetballer boeit sommige mensen uitermate, maar is echt minder belangrijk dan de toekomst van de EU.

Als je dit hoofdstuk hebt bestudeerd, weet je

- wat journalistiek is
- wat de functie is van journalistiek
- wat 'constructieve' journalistiek is
- wat jou tot journalist maakt
- wat de kritiek is op journalistiek
- welke positieve veranderingen er zijn
- wat een 'journalistieke houding' is
- welke functies er zijn in de journalistiek

Doe werkervaring op!

1



Door Nisrine Sahla, NOS Stories

Ik ben redacteur en verslaggever bij NOS Stories. NOS Stories brengt nieuws uit de belevingswereld van jongeren van ongeveer dertien tot achttien jaar, op YouTube, Instagram, TikTok en via Snapchat om hen op de hoogte te houden van het nieuws, uitleg te geven en hen te helpen een eigen mening te vormen. Op Instagram posten we korte video's met het laatste nieuws en video's waarin nieuws wordt toegelicht. Soms hebben we ook verslagen van evenementen en discussies. Op YouTube geven we meer achtergrondinformatie en onderzoeken we onderwerpen die jongeren bezighouden zoals klachten over hun supermarktbijbaantje,

het exposen van naaktfoto's op Telegram en seksuele intimidatie op school.

Een voorbeeld van een productie die ik maakte, is die over bilvergroting onder jonge vrouwen. Ik kwam op het onderwerp door veel rond te kijken op social media. Daar zie je wat jongeren bezighoudt en waarover ze discussiëren. Vragen en thema's schrijf ik op en daarna zoek ik contact met deskundigen. Het voordeel was dat ik eerder een onderwerp over lipfillers heb gemaakt, waardoor ik nog veel mensen kende. Dat item heeft toen nog tot nieuwe wetgeving geleid. Het was destijds onduidelijk

of cosmetische behandelingen onder de wet BIG, en dus onder toezicht van Inspectie Gezondheidszorg en Jeugd vielen. Maar daar is toen een einde aan gekomen. Zo zie je dat je als journalist wat kunt betekenen.

Natuurlijk probeer ik jongeren te vinden die zo'n ingreep hebben ondergaan. Dat is soms moeilijk, vooral bij gevoelige onderwerpen. Ik probeer altijd te bedenken waarom ik het belangrijk vind dat iemand meewerkt aan een verhaal en bespreek dat met diegene. Ook heb ik contact gehad met onze correspondenten in Turkije en in Latijns-Amerika. Ingrepen zijn daar veel goedkoper en er gelden veel minder regels. We hebben geen boodschap 'doe het niet', maar laten dat eventueel wel anderen zeggen. Of we maken een grapje: maak jezelf niet mooier, want het kan ook lelijk uitpakken.

Onze werkdag begint met een vergadering over onderwerpen die jongeren aanspreken

en waar we voor Instagram of TikTok iets mee kunnen. We zoeken naar een mix van licht en zwaar. Vandaag was dat bijvoorbeeld iemand die zeven uur lang ritten gaat maken in een achtbaan in Slagharen om geld in te zamelen voor kankerbestrijding, maar dat kan ook een nieuw rapport, nieuwe cijfers of een wet zijn.

Mijn advies aan studenten journalistiek is: begin meteen werkervaring op te doen. Waar, betaald of niet betaald, maakt niet uit. Ik ben begonnen bij een lokale omroep in Almere, heb gewerkt voor RTV Utrecht en blogs gemaakt voor de site van een campus-supermarkt. Je leert contacten leggen, op mensen afstappen, netwerken, met een deadline werken en omgaan met kritiek. Op de School voor Journalistiek heb ik de basiskennis opgedaan, maar uiteindelijk moet je het zelf doen. En ik geloof dat dat goed gelukt is, als ik zie waar ik nu zit.

1.1 Professionele journalistiek

Professionele journalistiek kent een aantal normen en waarden, die het tot een uniek vak maken. Professionele journalistiek is belangrijk in een tijd van nepnieuws en in een tijd dat veel mensen zich op social media journalist noemen. Een professioneel journalist heeft een houding of een gedrag dat hem onderscheidt van anderen die zich met communicatie bezighouden. Daarover gaat dit hoofdstuk.

Professionele journalistiek

Vaak hoor je dat 'tegenwoordig iedereen journalist is'. Dankzij websites, Twitter en blogs kan iedereen zijn of haar nieuws de wereld in sturen en overall over meepraten en is dus 'journalist'. Dat klinkt voor de hand liggend, maar het is niet waar. Je mag dit publiek debat noemen, of publieke discussie of wat dan ook, maar géén journalistiek. Anders gezegd: iemand kan nog zoveel thuisdokteren, daarmee is hij nog geen arts. Iemand kan stapels juridische boeken hebben gelezen, maar daarmee is hij nog geen advocaat. Door een mooi stuk te schrijven of een informatieve website te maken, ben je nog geen professioneel journalist.

Journalistiek lijkt van een profsport een amateursport te zijn geworden. Die amateurisering leidt tot verwarring. Journalistiek is geen hobby, maar een professie. Of zoals Arthur Ochs Sulzberger, hoofdredacteur van *New York Times* het verwoordde: 'Als je nieuws zoekt, kun je op internet graaien in allemaal rommel. Maar als je de krant koopt, dan koop je geen nieuws maar een afweging.'

Amateursport

Professie

Juiste bronnen
**Onderscheiden-
 de kwaliteit**
Verantwoording

Een professioneel journalist is een journalistiek vakman of -vrouw, die nieuws selecteert, duidt, toelicht, de juiste bronnen raadpleegt, weegt en controleert. Vervolgens schrijft de journalist een artikel of maakt een andere productie die de lezer informeert en inzicht biedt. Een professionele journalist levert onderscheidende kwaliteit. Vergelijk het met de kiloknaller of de keurslager, eenheidsworst of fijne vleeswaren. Een ander belangrijk kenmerk is dat een professionele journalist zijn werkwijze kan en wil verantwoorden tegenover zijn lezers.

Een professionele journalist houdt zich op onafhankelijke wijze bezig met het vergaren, verwerken en verspreiden van actuele, relevante en geverifieerde informatie voor een breed publiek. Hij kan zijn werkwijze verantwoorden en handelt vanuit journalistiek-ethische uitgangspunten. Via welk platform deze informatie wordt verspreid, is niet van belang.

Een paar begrippen hebben meer verduidelijking en aanvulling nodig.

Nieuwsgaring

Een journalist *vergaat* nieuws. Dat nieuws kan hij zomaar zien op straat, hij kan het horen tijdens een vergadering, een tip krijgen of uit een persconferentie halen. Hij kan het krijgen door het lezen van bestuurlijke en politieke stukken of door persberichten en politierapporten. Zelfs een reclamefolder kan een bron van nieuws zijn, net als informatie op internet, discussies op social media, een tweet of een tip van een collega. Als journalist ga je *op pad* en doe je *verslag* van ongevallen, vergaderingen, betogingen en andere bijeenkomsten. Je interviewt politici, deskundigen, BN'ers of 'gewone mensen'. Je volgt twitterstreams, blogs en andere social media om op de hoogte te blijven van het nieuws om op basis daarvan aan eigen nieuwsgaring te doen.

Nieuwsgaring

Actuele en relevante informatie

Actuele informatie wil zeggen dat het in de journalistiek doorgaans gaat om nieuws en achtergronden over wat er op dat moment speelt. Dat kan de aanleg van een nieuw fietspad in jouw gemeente zijn, maar ook een artikel over de Nederlandse rol in de Europese Unie of een productie over gevaarlijke arbeidsomstandigheden. Bij *relevante informatie* kan het gaan om een Kamerdebat, maar voor regionale lezers is de aanleg van een skatebaan zeker zo belangrijk.

**Actuele
 informatie**

**Relevante
 informatie**

Onafhankelijk

Onafhankelijk betekent dat je je als journalist zo weinig mogelijk laat beïnvloeden. Je staat als journalist aan veel invloeden bloot: uitgevers, netmanagers, voorlichters, adverteerders, lezers, kijk- en luistercijfers. Helemaal uit te sluiten is die invloed nooit, maar in de professionele journalistiek zorg je ervoor dat die invloed zo klein mogelijk is en dat je je in elk geval bewust bent van die invloed.



Verwerking

Journalistiek is ook het ambacht van het *verwerken van informatie* tot een verhaal. Een stuk over de blunderende overheid, over de goud winnende sporter, over de gevolgen van een oorlog, maar net zo goed over de trotse bezitter van een volkstuintje of de debuterende schrijfster van een

**Verwerken van
 informatie**

kinderboek. Wie geen verhaal heeft of dat niet kan vertellen, heeft niets te zoeken in de journalistiek. Om dat verhaal in woorden te vangen, zijn journalistieke genres en formats ontstaan, zoals interview, verslag, reportage, documentaire, enzovoort. Elk genre heeft eigen specifieke eisen voor vorm en inhoud.

Verificatie

De kern van de professionele journalistiek is het *verifiëren en verantwoorden* van informatie. Bij professionele journalistiek mag de lezer ervan uitgaan dat de informatie klopt. Dat de journalist de feiten heeft gecontroleerd en waar nodig check en dubbelcheck heeft gepleegd en hoor- en wederhoor heeft toegepast. De Amerikaanse onderzoekers en oud-journalisten Bill Kovach en Thomas Rosenstiel (2014) zien waarheidsvinding als het belangrijkste journalistieke principe: 'Getting the facts straight and making sense of the facts'. Verificatie is volgens hen het wezenskenmerk van de professionele journalistiek: 'In the end, the discipline of verification is what separates journalism from entertainment, propaganda, fiction or art.' Kovach en Rosenstiel hebben de 'missie van de journalistiek' samengevat in negen principes:

- 1 De eerste verplichting van de journalistiek is het dienen van de waarheid.
- 2 Haar eerste loyaliteit ligt bij de burgers, niet bij organisaties.
- 3 Het wezen van de journalistiek als discipline is verificatie van feiten en beweringen.
- 4 De beoefenaren moeten onafhankelijk zijn van degenen die zij 'verslaan'.
- 5 Journalistiek moet dienen als een onafhankelijke inspectie van de macht.
- 6 Zij moet een forum voor openbare kritiek en debat verschaffen.
- 7 Zij moet ernaar streven zaken van belang te presenteren als interessant en relevant.
- 8 Zij moet het nieuws begrijpelijk maken en in de juiste verhoudingen plaatsen.
- 9 De journalisten moeten hun eigen geweten kunnen volgen.

Objectief

Het hanteren van de negen principes betekent dat de journalist op een zo *objectief mogelijke manier* te werk gaat. Daarmee zijn we bij een van de laatste begrippen uit de journalistiek beland: objectiviteit. Soms zeggen mensen dat objectiviteit niet bestaat. Daar valt meer over te zeggen, namelijk dat journalisten per definitie niet objectief zijn in hun uitgangspunt, maar wel in de uitvoering van hun beroep, omdat ze zich altijd moeten afvragen of hun informatie waarheidsgetrouw en geverifieerd is. Klopt de informatie feitelijk? Is die gecheckt bij verschillende gezaghebbende bronnen? Geef ik als journalist een reëel beeld van de situatie? Laat ik waar nodig zowel voor- als tegenstanders aan het woord?

Journalisten zijn niet objectief in hun uitgangspunt omdat zij net als iedereen geen onbeschreven blad zijn. Een journalist heeft zijn eigen persoonlijkheid, achtergrond, opleiding en ervaring, wat allemaal zijn manier van werken beïnvloedt. Een journalist van twintig maakt andere keuzes dan een journalist van zestig. Vrouwen leggen andere accenten dan mannen, een journalist met een Turkse achtergrond kiest wellicht anders dan een collega die in Twente is geboren, een journalist met jonge kinderen kijkt anders tegen de wereld aan dan een oudere journalist zonder kroost.

Check en dubbelcheck

Waarheidsvinding

Missie van de journalistiek

Reëel beeld

Niet objectief

Verkoopbaarheid

Journalistieke producties moet je ook verkopen. Je kunt nog zo'n mooi verhaal hebben, een interessante site of een prachtige video, als niemand er belangstelling voor heeft, heeft het weinig zin. Denk dus na over je onderwerpkeus en de manier waarop je schrijft, filmt, monteert. En vooral over de vraag: voor wie maak ik deze productie en wat is het belang ervan? Vooraf zul je je idee ook nog eens op de redactie moeten 'verkopen'. Als zelfstandig journalist (dus zzp'er) moet je een medium vinden dat belangstelling heeft. Als journalist in vaste dienst moet je duidelijk maken waarom jouw krant, omroep of site dit onderwerp écht moeten hebben. Probeer ook buiten je eigen wereld te kijken: onderwerpen die jij misschien niet interessant vindt, maar je doelgroep wel. Denk ook aan thema's die minder voor de hand liggen maar wel belangrijk zijn. Journalistiek is niet alleen 'nice-to-know', maar ook 'need-to-know', niet alleen 'u vraagt, wij draaien'.

Nice-to-know
Need-to-know

1.2 Functies van de journalistiek

Journalistiek heeft een aantal functies.

Venster

Venster op de wereld

Journalistiek is een venster op de wereld. Wat er in de wereld gebeurt, weten we voor een groot deel dankzij de berichtgeving in de media, dankzij de journalistiek. Critici zeggen dat het wel een heel beslagen venster is waarbij we door een heel klein gaatje naar die wereld kijken. Journalisten maken immers altijd een selectie en dat is maar een fractie van wat zich afspeelt. Het is alsof je door een rietje naar een breedbeeldtelevisie kijkt. Journalisten kunnen bovendien niet alles weten, nooit overal zijn. Daardoor blijven onderwerpen onderbelicht, zijn er in Nederland groepen waar amper over wordt bericht, zijn er oorlogen met honderdduizenden doden waarover zelden wordt bericht, worden verhalen domweg 'vergeten'.

Spiegel

Spiegel van de samenleving

Journalistiek is ook een spiegel van de samenleving. Wat er in Nederland en in de wereld speelt en wat onder de mensen leeft, zou in de media tot uiting moeten komen. Journalisten hebben dat lang niet altijd in de gaten. Denk maar eens aan de onvrede die leidde tot de opkomst van rechts-populistische partijen. De journalistiek heeft zich hier destijds net zo laten verrassen als de gevestigde politieke partijen.

Controleur

Controleur van de macht

Journalistiek is controleur van de macht; dit is de zogenoemde waakhondfunctie van de journalistiek. Het is de taak van journalisten om bijvoorbeeld na te gaan of bestuurders en machthebbers hun werk goed doen, wielrenners geen doping gebruiken, gemeenteraadsleden zich niet laten omkopen, rapporten van onderzoekers betrouwbaar zijn en zorgverzekeraars niet te veel verdienen.

Agenda

Agenda

Journalistiek zet onderwerpen op de agenda waarvan journalisten vinden dat die belangrijk zijn. Onderwerpen die bijvoorbeeld spelen in de samenleving, maar die in de politiek weinig besproken worden. Agendasetting wordt dat genoemd. Of het nu gaat om de veiligheid op straat, de zogenaamde 'graaicultuur' bij sommige banken en bedrijven, de stikstofcrisis of klimaatverandering, het zijn vaak journalisten die die thema's aan de orde stellen.

Toekomstige gebeurtenissen

Behalve zien wat er nu speelt, proberen journalisten soms ook te voorzien wat zich in de toekomst zou kunnen afspelen, de zogenoemde scenariojournalistiek. De Arabische lente, de hypotheekcrisis, de eurocrisis, COVID-19 of de Russische invasie in Oekraïne hadden maar weinig mensen voorzien.

Scenariojournalistiek



Debat aanjagen

Nog een rol van de journalistiek: aanjager van het publieke debat. Bij de discussies over bijvoorbeeld het bezuinigen op onderwijs, de aanschaf van een nieuw gevechtsvliegtuig of het zenden van Nederlandse troepen naar een buitenlands conflictgebied spelen de media een belangrijke rol. Ze wakkeren de discussie aan onder burgers en bestuurders door analyserende en becommentariërende artikelen, discussies op de opiniepagina's, debatten op websites en onlinefora en confronterende interviews.

Aanjager van het publieke debat

Activeren

Je kunt ook verandering in gang zetten door het publiek te activeren. Hoewel het voor veel journalisten vloeken in de kerk is – vanwege het ideaal van een onafhankelijke en onbevooroordeelde journalistiek – bestaat er ook zoiets als activistische journalistiek, bijvoorbeeld als het gaat om klimaatverandering. Google die term maar eens als je benieuwd bent hoe versommige journalisten gaan om zich hard te maken voor hun idealen. Je ziet dan ook direct hoe heftig de reacties van collega's kunnen zijn.

Publiek activeren

Amusement

Journalistiek heeft ook 'amusementswaarde'; de lezer wil niet alleen maar zware kost, maar wil ook kunnen lachen, zich kunnen verwonderen of verbazen, of geëntertaind worden. Niet alleen op tv en op websites komt het showbiznieuws dagelijks voorbij, maar ook in de printmedia; denk maar aan bijlagen over lifestyle en toerisme, interviews met BN'ers, prikkelende columns of een 'zachtnieuwbericht' (zie hoofdstuk 7).

Amusementswaarde

Dienstverlening

Tot slot noemen we de servicefunctie: het opnemen van bioscoopagenda's, theaterrecensies, boekaankondigingen en huisartsendiensten. Die servicefunctie gaat ook verder. Als tijdens strenge winters waterleidingen dreigen te bevriezen, vind je tips hoe dat voorkomen kan worden. Tegen de jaarwisseling geven de media uitgebreid voorlichting over het veilig afsteken van vuurwerk, met tips om huisdieren rustig te houden.

Service

Functies van de journalistiek

- Controleren van de macht
- Confronteren van verantwoordelijken
- Informeren van het publiek
- Agenderen: onderwerpen op de agenda zetten
- Analyseren wat er in de samenleving speelt
- Mobiliseren: het publiek betrekken bij discussies die spelen
- Amuseren: de lezer vermaken
- Dienstverlening: voorlichting en/of uitleg geven

1.3 Kritiek op de journalistiek

De kritiek op journalistiek neemt toe. Doordat iedereen met een paar muisklikken ‘alle’ informatie vindt, vallen journalistieke miskleunen eerder op. De kritiek is niet mals: foute informatie, te eenzijdig en te kritisch, onnodige sensatiezucht, partijdige berichtgeving. Tegenwoordig moeten journalisten zich meer dan ooit verantwoorden over de kwaliteit van hun werk. Professioneel werkende journalisten hebben daar geen moeite mee.

Door de snelheid van informatie op het internet en social media komt het checken van feiten wel meer onder druk te staan. Een bericht op een website kun je niet alleen snel publiceren, je kunt het ook op elk moment aanvullen, herschrijven of desnoods herroepen. Het gevolg is dat de lat van het feiten checken minder hoog ligt bij ‘webbased content’.

Checken van feiten

Kritiekpunten

Als kritiekpunten worden de volgende genoemd:

Geen idee van wat onder gewone mensen leeft

Journalisten verdoezelen wantoestanden en verzwijgen geluiden die hen niet aanstaan. Gevoelens van het volk worden veronachtzaamd. We noemen al de opkomst van populistische partijen, waar de journalistiek niet tijdig op heeft ingespeeld.

Geen oog meer voor de feiten, maar vooral voor hun eigen mening

Zelden zie je nog een zakelijk nieuwsverslag. Journalisten regisseren in plaats van registreren, ze zijn deelnemer in plaats van waarnemer. Met andere woorden: ze geven commentaar, proberen ontwikkelingen te beïnvloeden in plaats van sec nieuws en achtergronden te bieden.

Eenzijdige beeldvorming

De journalistiek schetst Afrika als een continent van armoede, aids, anarchie en apathie; ze schetst de islam als religie van wraak, woede en wulst. Over Staphorst lees je zelden wat anders dan dat het deel uitmaakt van de Bible Belt.

Aandacht voor personen in plaats van processen

Journalisten besteden vooral aandacht aan personen en incidenten in plaats van aan processen en langlopende ontwikkelingen. Zo was er uitgebreid aandacht voor de slachtoffers bij een ingestort flatgebouw in Miami, maar veel minder voor de duizenden migranten die jaarlijks verdrinken in de Middellandse Zee.

Poppetjes in plaats van proces

In de parlementaire journalistiek gaat het meer om de ‘poppetjes’ dan om het product, laat staan het proces. Er is veel minder belangstelling voor de inhoud van wetsvoorstellen (het product), laat staan voor hoe ze tot stand gekomen zijn en welke kanttekeningen erbij te plaatsen zijn.

Enheidsworst

De media maken vaak dezelfde keuzes. Kranten onderscheiden zich nauwelijks van elkaar, ze gaan te weinig op zoek naar eigen onderwerpen en invalshoeken.

Scoringsdrift en sensatiezucht

Journalisten hebben steeds meer aandacht voor emotie en sensatie in plaats van informatie. De scheiding van BN'ers is inmiddels ook nieuws voor serieuze media.

Oppervlakkigheid en slordigheid

Met 'gewone' slordigheden bedoelen we de onnauwkeurigheden zoals slecht lezen, slecht luisteren, snel tikken, niet checken, enzovoort.

Eigen fantasie

De meest trieste 'fout' is de journalist die verhalen uit zijn duim zuigt. Zeg niet het dat niet voorkomt dat journalisten artikelen zelf verzinnen. Vaak gaat het om hetzelfde: jonge, talentvolle journalisten die maar steeds met goede verhalen moeten komen en zich steeds weer moeten bewijzen, zodat men soms besluit om maar een beroep te doen op de fantasie.

Gemakzuchtigheid

Minder ingrijpend, maar daarmee niet minder aanvaardbaar is gemakzucht van de journalist. Bijvoorbeeld de journalist die meent dat er bij een partijvergadering 'toch niets bijzonders meer gebeurt', en voor het einde van de bijeenkomst naar huis gaat. De volgende dag leest hij bij de collega's het verhaal van een knetterende ruzie.

Laksheid en onzorgvuldigheid; media wemelen van de fouten

Vrijwel iedereen die zelf ooit onderwerp is geweest van journalistieke berichtgeving kan meepraten over de laksheid en onzorgvuldigheid van journalisten. Neem de uitspraak van een bekende voetballer: 'Ik lees een prima krant, maar van wat ze over voetbal schrijven, klopt niets.'

Voorbeelden van onnauwkeurige berichtgeving

- 1 *Onnauwkeurigheden* in het wanneer, waar en hoeveel.
- 2 *Overdrijving in de kop.*
- 3 *Overdrijving in de lead.*
- 4 *Onjuiste citaten.*
- 5 *Verkeerde bron.* Bij het gebruik van bronnen is niet duidelijk uit welke bron bepaalde informatie afkomstig is. Of eigen informatie van de journalist wordt zo weergegeven dat het lijkt alsof ze afkomstig is van een bron.
- 6 *Fouten in de tekst.*
- 7 *Overdrijving.*
- 8 *Verschuiving van het zwaartepunt.* Informatie wordt weggelaten of zodanig herschikt dat het verhaal vergeleken met de oorspronkelijke informatie niet meer in balans is.
- 9 *Toevoegen van informatie.* Foutieve achtergrondinformatie of verklarende details worden toegevoegd.

Wat is er de oorzaak van dat er zoveel slordigheden en onnauwkeurigheden in journalistieke teksten terechtkomen? Theo Dersjant (2000) geeft een aantal voorbeelden van oorzaken:

Vergiftigde bron

Een jongen belt een redactie om het verhaal te vertellen dat hij de aller-eerste Nederlandse stierenvechter wordt en daarvoor zelfs naar een speciaal opleidingscentrum in Spanje gaat verhuizen. Hij heeft het verhaal compleet uit zijn duim gezogen. Ook sommige wetenschappers zijn niet te beroerd de journalist iets op de mouw te spelden. Of politici met 'een leugentje om bestwil', of die 'schampen langs de waarheid' zoals dat in Den Haag heet.

Gokken tegen de deadline

Je krijgt de uitkomst van een gebeurtenis niet op tijd in de krant, dus neem je een gokje en voorspel je de uitslag. Waar dat toe kan leiden, blijkt uit het voorbeeld van de 'verkiezing' van de Amerikaanse 'president' Thomas E. Dewey in 1948. Omdat het leek alsof hij de verkiezingen zou winnen, had de Chicago Daily Tribune zijn vermeende overwinning al op de voorpagina gezet. Maar na telling van de stemmen bleek dat zijn rivaal Harry S. Trumann de race had gewonnen.

Fout verwachtingspatroon van de journalist

Niet alles – hoe waarschijnlijk ook – wat je hoort of ziet is waar. Neem het voorbeeld van de journalist in de Palestijnse gebieden die stapels stenen ziet liggen en daaruit afleidt dat er een betoging wordt voorbereid. In werkelijkheid liggen de stenen er voor de herbouw van huizen.

Overijverigheid van de journalist

Journalisten op jacht naar een primeur hebben heel wat missers gepubliceerd, berichten die achteraf niet waar bleken te zijn. Als het gaat om de berichtgeving over de koninklijke familie zijn er heel wat bokken met blauw bloed geschoten.

Sensatiezucht en overdrijving

Ook door de snelheid van social media willen journalisten in de eerste berichtgeving nog weleens iets te hard van stapel lopen. Schoolkinderen in een bus onderweg in Duitsland twitteren voluit als de bus een aanrijdinkje met alleen blikshade krijgt. De media pakken het snel op, en *De Telegraaf* plaatst – na gebeld te hebben met de schoolleiding – een kort bericht onder de kop 'Ongeluk met bus vol schoolkinderen'. Er is geen woord van gelogen, alleen zou je als lezer in eerste instantie niet denken dat het om een aanrijding met blikshade gaat.

Bedenk dat 'gewone' slordigheden je op een berisping komt te staan, maar dat het verzinners van een verhaal leidt tot ontslag of dat je als zpp'er nooit meer aan de bak komt. Want dit soort verhalen gaan snel in de journalistieke wereld.

Op de website vind je een lijstje met journalistieke fantasten en hun mogelijke motieven.



1.4 Positieve veranderingen

Als je alle kritiek van de vorige paragraaf leest, zou je denken dat het wel erg triest gesteld is met de journalistiek. Gelukkig zijn er ook veel positieve kanten.

Positieve kanten

Media-invloed

Media hebben invloed en brengen misstanden boven tafel. Denk aan berichtgeving over de toeslagenaffaire, grensoverschrijdend seksueel gedrag, racisme, de tabakslobby, dierenmishandelingen in slachthuizen of de 'mondkapjesgate'. Zonder de media hadden dit soort zaken niet zoveel aandacht gekregen, laat staan dat er iets was veranderd.

Onafhankelijkheid

Door de ontzuiling zijn de media veel onafhankelijker dan vroeger. Waren ze tot in de jaren zestig de spreekbuis van de eigen zuil, zoals een geloofsrichting of politieke partij, tegenwoordig zijn de media geen verlengstuk van politiek of een religieuze stroming, maar opereren ze 'onafhankelijk'.

Verantwoording

Journalisten leggen steeds meer verantwoording af over hun manier van werken. Ombudsmannen en lezersredacteuren reageren op vragen en klachten van lezers. In Amerika heten ze 'news ombudsman', 'readers representative', 'readers advocate' of 'public editor'. Per week komen bij hen honderden reacties binnen, onder andere over eenzijdige berichtgeving, onnodige popularisering, sensatiezucht (vooral confronterende foto's worden niet gewaardeerd), spelfouten of slordig spreken en partijdigheid. Sommige redacties kennen ook een telefonisch spreekuur, debatavonden met discussies over bijvoorbeeld veiligheid, verkeersproblemen en verloedering, opiniepeilingen of een spreekuur in de wijk. In principe is een ombudsman onafhankelijk: de redactie noch de consument heeft per definitie gelijk. Steeds meer media laten op de website zien hoe ze te werk zijn gegaan en hoe producties tot stand komen.

Verantwoording afleggen



Opleiding

De eerste journalistieke opleiding in Europa werd in 1966 in Utrecht opgericht. Later kwamen er scholen in Zwolle, Tilburg en Ede en een aantal universitaire opleidingen bij. Een diploma van een van deze scholen helpt, maar in gespecialiseerde sectoren geldt dat ook vakkennis gevraagd wordt. Het schrijven of het maken van andere producties leren ze je er dan wel bij. Wil je bijvoorbeeld redacteur worden bij een vakblad voor de scheepvaart? Misschien willen ze op die redactie graag iemand die uit de wilde vaart komt en daar alles van weet. Voetbaljournalisten worden vaak gerekruteerd uit de mensen die op zondagmiddag het amateurvoetbal verslaan. De besten mogen doorgroeien. Reden temeer om ervoor te zorgen dat jij als journalist een specialisme hebt of andere dan journalistieke werkervaring waarmee je in je media-loopbaan verder kunt komen.

Vakkennis

Redactiestatuten

In redactiestatuten wordt de redactionele onafhankelijkheid gewaarborgd. Ook zijn er stijlboeken met richtlijnen voor de manier van werken. Een redactiestatuut vermeldt de uitgangspunten, rollen, bevoegdheden en verantwoordelijkheden van de redactie.

Redactiestatuut

In stijlboeken staan niet alleen spellingvoorschriften (schrijven we Bijbel of bijbel, Koran of koran?), maar is ook aandacht voor de verschillende journalistieke genres, journalistieke werkwijzen en nadrukkelijk ook voor journalistieke ethiek.

Redacties worden groter en gespecialiseerder

Redacties van enkele tientallen mensen, die ongeveer van alles deden, groeiden uit tot redacties van een paar honderd journalisten, veelal met een eigen specialisme (onderwijs, gezondheid, multiculturele samenleving, lifestyle, enzovoort). De laatste jaren krimpen en fuseren redacties, maar daar staat de toename van het aantal zelfstandig werkende journalisten – zzp'ers – tegenover.

Bredere onderwerpkeus

Was er aanvankelijk vrijwel uitsluitend aandacht voor bestuurlijk en institutioneel nieuws, later 'ontdekten' de redacties de lezer, waardoor er heel andere onderwerpen en genres kwamen. Er werd meer zacht nieuws gepubliceerd, er kwamen showbizrubrieken en prikkelende columns.

Meer aandacht voor opinie en achtergronden

In de redactionele ruimte voor opinie komen mensen van zeer verschillende signatuur aan het woord. Hun mening kan heel goed kan verschillen met die van de commentaarschrijvers. 'Interne pluriformiteit' wordt dat genoemd. Redacties gingen meer aandacht besteden aan de achtergronden van het nieuws (het 'waarom') en aan duiding. Veel media veronderstellen (terecht) dat het nieuws al bekend is bij de lezer en doen daarom niet langer vooral verslag van wat er gisteren is gebeurd, maar bieden ruimte en aandacht aan wat er vandaag en morgen staat te gebeuren en aan achtergronden bij het nieuws.

Civiele en constructieve journalistiek

Er zijn andere vormen van journalistiek bijgekomen, zoals civiele en constructieve journalistiek. Civiele journalistiek wil zeggen dat redacties het publiek betrekken bij berichtgeving over bepaalde onderwerpen en problemen, dat lezers tips geven en met ideeën komen. Digitale pleinen, discussiegroepen, blogs en podcasts leiden tot een bredere uitwisseling van informatie en meningen. De gevestigde media bieden een podium om als spreekbuis van de burger te fungeren. Voorbeelden in Nederland zijn projecten waar verslaggevers zich vestigden in een wijk om te horen en met eigen ogen te zien wat er nu werkelijk leefde in de buurt. Of die samen met familieleden in een verzorgingstehuis op zoek gingen naar oplossingen voor het gebrek aan tijd en aandacht voor de patiënten. 'Democratie beschermt niet alleen een vrije pers, zij vereist ook een gemeenschapsgerichte pers', vat docent journalistiek Jay Rosen van New York University het uitgangspunt van civiele journalistiek samen. Civiele journalistiek moet volgens hem het publiek aanmoedigen tot sociale activiteiten en het openbare leven positief beïnvloeden door middel van enquêtes, discussiebijeenkomsten en acties. Critici betwijfelen of redacties die zelf tot over hun oren in acties zitten, nog onafhankelijk kunnen rapporteren. Een term die in deze context ook wel valt is die van 'burgerjournalistiek', dus journalistiek die door amateurs wordt bedreven en waarbij de professe langs de zijlijn staat. We hebben eerder vastgesteld dat journalistiek een professe is. Dus is burgerjournalistiek

Civiele
journalistiek

Burger-
journalistiek

een tegenstrijdigheid. In plaats van over burgerjournalistiek zou je het beter kunnen hebben over 'burgercommunicatie' of 'burgerdebat'. Constructieve journalistiek is een benadering waarbij journalisten niet alleen berichten over problemen maar ook (mee)denken over oplossingen. Niet alleen 'wie, wat, waar', maar ook aandacht voor de vraag 'hoe nu verder?'. De thema's die tijdens de analyse centraal staan komen uit de HOU-VAST-methode van journalist Karel Smouter en zijn constructieve verhaal-elementen: hoopvol, opbouwend, uitdagend, verhelderend, activerend, samenwerkend en transparant.

Constructieve
journalistiek

1

Minder taboeonderwerpen

Onderwerpen waarover de journalistiek in het verleden niet of met schroom schreef, komen nu overal in de publiciteit. Neem de kritische verhalen over de multiculturele samenleving, seksueel overschrijdend gedrag en over pesten op scholen. Of denk aan taboedoorbrekende programma's als *Spuiten en Slikken* en *Je zult het maar hebben*.

Lokale initiatieven

Journalistiek ontwikkelt zich ook door initiatieven 'van onderop', zoals hyperlocals. Hyperlocals zijn online nieuwsplatforms op plaatselijk niveau. De kracht van hyperlocals is dat ze dicht bij de mensen staan en dat gebruikers kunnen reageren, vragen stellen en zelf bijdragen leveren. Rond de hyperlocal vormt zich een community. Een voorbeeld is de hyperlocal *De Orkaan* in de Zaanstreek. De naam verwijst naar de opgeheven krant *De Typhoon*, een dagblad uit het verzet tijdens de Tweede Wereldoorlog. Het opzetten van hyperlocals is goedkoop en eenvoudig. Geen abonnees, geen verplichtingen. Het vinden van goede en professioneel werkende journalisten is vaak nog het grootste probleem. Dat biedt kansen voor beginners! Kijk eens in jouw regio welke hyperlocals daar actief zijn.

Hyperlocals

Vrijmoediger

Journalisten leggen de schroom voor autoriteiten opzij. De excellentie 'langs wiens ministerie journalisten jarenlang amper durfden te lopen' wordt een bewindspersoon die kritisch wordt ondervraagd en verantwoording moet afleggen voor zijn beleid. Journalistiek als luis in de pels. Een voorbeeld is Tim Hofman van BNNVARA, die politici confronteerde met jonge asielzoekers die dreigden te worden uitgezet.

Machtsfactor

Hoewel het vak journalistiek aan forse kritiek bloot staat, blijft de professionele journalistiek een machtsfactor van betekenis in de samenleving. Toen *De Telegraaf* eind 2012 ontdekte wat de plannen van de nieuwe regering betekenden (of zouden betekenen) voor de 'hardwerkende Nederlander', ging de krant over tot snoeiharde actie. Dat bleek niet alleen uit de commentaren, maar ook in de nieuwskeuze: de krant opende de voorpagina herhaaldelijk met fel-kritische verhalen over de plannen. Bij de verhalen stonden koppen als: 'Marx Rutte'. Ook andere media gaven venijnige kritiek en meldden prominent de groeiende onrust op het Binnenhof. Welk aandeel de media hierin ook hadden, feit is dat de plannen binnen een paar weken van tafel waren.

Meer onderzoeksjournalistiek

De Vereniging van onderzoeksjournalisten (VVOJ) deed een onderzoek onder de 23 redacties in Nederland en Vlaanderen. Daaruit bleek dat hoofd-

Onderzoeksjournalistiek

redacties weer meer belangstelling hebben voor dit onderdeel van de journalistiek. Belangrijke reden is de concurrentie met andere media. Juist in de regio is veel aandacht voor onderzoeksjournalistiek. Voorbeelden zijn het onderzoek naar de rellen in Haren, waar veel minder ME stond dan de politie beweerde (*Dagblad van het Noorden*), misbruik in de rooms-katholieke kerk en corruptie (*De Limburger*), de aanleg van de Noord-Zuidlijn en van de verbouwing van het Stedelijk Museum (*Het Parool*), de belangenverstrengeling van de burgemeester van Schiedam (*AD*). Een ander voorbeeld van onderzoeksjournalistiek is het onderzoek naar misstanden bij het televisieprogramma *The Voice*, gemaakt door de publieke omroep, in dit geval BNNVARA. Ruim 2.7 miljoen kijkers namen kennis van de voortgang in het onderzoek, ook buiten de reguliere televisietijden om door het te volgen via andere kanalen.

Websites



Steeds meer mensen volgen het nieuws op websites. De oplagecijfers van de gedrukte media lopen terug, maar intussen bereiken de dagbladen in Nederland nog wel steeds ruim zeven miljoen mensen. En bij de helft van de huishoudens in Nederland valt nog iedere dag een krant in de bus. De meerderheid van de Nederlanders heeft vertrouwen in de media. In welke media mensen het meeste vertrouwen hebben en waarom hangt sterk af van de samenstelling van de doelgroep.

1.5 Wie is journalist?

De vraag *wie* er journalist is in een wereld van websites, blogs, hyperlokale nieuwsitems en burgerjournalistiek valt steeds lastiger te beantwoorden. Het is een vrij beroep, dus iedereen mag zich journalist noemen. Is iedereen die weleens iets publiceert journalist? Of alleen iemand die een diploma heeft van een van de journalistieke opleidingen? Of iemand die het grootste deel van zijn inkomen verdient uit journalistieke werkzaamheden? Wat zijn dat dan? Of – tot slot – iemand die een bepaalde beroepscode onderschrijft?

De eerste definitie – iedereen die weleens iets publiceert is journalist – klopt niet. We hebben immers hiervoor al aangegeven dat professionele journalistiek hoort te voldoen aan voorwaarden als verificatie en verantwoording. Dat mag je niet verwachten van iemand die weleens iets schrijft in de buurtkrant of op de website van de sportvereniging.

Een diploma van een van de opleidingen zegt ook niet alles. Er zijn uitstekende journalisten die geen journalistieke opleiding hebben afgerond. En wie 'het grootste deel van het inkomen uit journalistieke werkzaamheden' genereert, hoeft zich nog niet bezig te houden met verificatie en verantwoording.

Een oplossing is misschien het onderschrijven van een beroepscode – bijvoorbeeld de Code van Bordeaux of de Code van het Genootschap van Hoofdredacteurs – en het erkennen van een instelling als de Raad voor de Journalistiek. Lang niet alle journalisten laten zich leiden door de uitgangspunten van de Code of de uitspraken van de Raad voor de Journalistiek: zij vinden de eigen werkafspraken en uitgangspunten op de redactie bepalend. Vaak zijn die afspraken een afgeleide van de Code van Bordeaux of die van het Genootschap van Hoofdredacteurs, maar een onderlinge

Journalistieke opleiding

Code van Bordeaux

Code van het Genootschap van Hoofdredacteurs

discussie of oordeel over jouw manier van werken is toch anders dan dat een vreemde partij oordeelt of je wel degelijke journalistiek hebt bedreven. Wel de code en de raad erkennen geeft met name voor de buitenwacht enige garantie dat de journalist serieus omgaat met zijn bronnen, feiten controleert, betrouwbare beelden toont en correcte citaten publiceert, oog heeft voor algemeen en persoonlijk belang en bereid is zijn manier van werken te verantwoorden. En deze onderschrijving verplicht de beroepsgroep voortdurend kritisch naar zichzelf te kijken en aan zelfreflectie te doen.

1.6 Waakhonden en zwerfhonden

We kunnen ook naar de journalistiek kijken als een beroep met verschillende rollen. Een wellicht wat flauwe, maar wel tot de verbeelding sprekende benadering is die van de 'journalist als hond':

- *waakhond* (van de democratie);
- *speurhond* (de onderzoeksjournalist);
- *herdershond* (de journalist die probeert de 'kudde bij elkaar te houden', tegenstellingen te overbruggen);
- *geleidehond* (de journalist als gids en als duider. Je kunt daarbij denken aan een analyse of achtergrondverhaal over ontwikkelingen in Noord-Afrika, de bezuinigingen in het onderwijs, maar ook aan een verhaal over biologisch vlees of een wandeling langs het Wad).

Maar we kennen de journalist ook als:

- *jachthond* (de journalist als nieuwsgager);
- *zwerfhond* (de journalist, die er een neus voor heeft wat er in de samenleving speelt, die sociale reportages schrijft);
- *vechthond* (de journalist die de strijd aangaat met de machthebbers);
- *straathond* (de journalist die zijn nieuws 'van de straat haalt' door te kijken, te luisteren, voortdurend alert te zijn op nieuws).

En dan zijn er nog minder vleiende vergelijkingen. De journalist als:

- *knuffelhond* (de aaibare journalist die alle recepties afloopt en vooral aardig wil worden gevonden);
- *schoothond* (de journalist die wel heel innige contacten heeft met politici, bankiers, sporters of andere bronnen);
- *kettinghond* (de journalist die aan banden wordt gelegd door de overheid, die te maken heeft met censuur. In onze streken is dat doorgaans niet openlijk het geval, hoewel journalisten steeds meer te maken krijgen met spindoctors die informatie proberen te sturen).

Een andere, meer serieuze indeling is die van de journalist als:

- *Informatieverstrekker*. Dat kan gaan over de parlementsverkiezingen of de dreiging van Iran, maar ook over 'kleine' onderwerpen in de persoonlijke levenssfeer (wat betekent biologisch eten? Is groene klaver wel gezond?).
- *Bruggenbouwer*. Hierbij gaat het erom kennis en inzicht te geven in de maatschappij met de bedoeling mensen dichterbij elkaar te brengen. Nadruk op wat er misgaat in de multiculturele samenleving of juist het accent op positieve ontwikkelingen. Zijn hooligans criminelen of relschoppers die op een heel andere manier benaderd moeten worden? Zet je complotdenkers en antivaccin-denkers weg als 'wappies' of verdienen ze serieuze aandacht? Wat beweegt ze? Wat zijn hun motieven?

- *Maatschappijveranderaar*. De geëngageerde journalist, die uit is op veranderingen in de samenleving.

Er heeft een ontwikkeling plaatsgevonden van de journalist als 'eenvoudige' informatieverstrekker en waakhond naar de journalist als bruggenbouwer en geleidehond. Dat heeft te maken met een andere functie van de journalistiek en een andere behoefte van het publiek.

Er is nog een ander onderscheid. De journalist als propagandist, emancipator, polarisator en moderator. In grote lijnen is dat de volgorde waarin de journalistiek zich de afgelopen vijftig jaar heeft ontwikkeld. In de tijd van de verzuiling was de journalist de propagandist, vanaf de jaren zestig was hij emancipator en polarisator (denk aan de kritische journalistiek die toen opkwam). Daarna was de journalist vooral moderator, een journalistiek make-laar van informatie. Tegenwoordig kun je de journalist zien als stimulator van de publieke opinie. Heel erg scherp is het onderscheid niet, de rollen lopen in elkaar over (Vos, 2002).

Als journalist moet je zowel kunnen graven en het nieuws herkennen, als kunnen schrijven en in beeld kunnen denken. Zoeken naar het nieuws dat de burens willen weten. Geen content maken over mensen, maar mét mensen. Of in de woorden van Kovach & Rosenstiel in *Elements of Journalism* (2007): 'The new journalist is no longer deciding what the people should know (...). He or she is helping audiences make order out of it.'

1.7 Maatschappelijke en persoonlijke achtergrond

Maatschappelijke achtergrond

Bij het vervullen van al die functies speelt de maatschappelijke achtergrond en het opleidingsniveau van journalisten een belangrijke rol. Waren journalisten aanvankelijk afkomstig uit welgestelde families – vaak bankiers, de eerste kranten waren immers handelsbladen en zakenkranten –, later werden ook kinderen uit andere milieus journalist. Onderzoeksjournalisten en nieuwsjagers uit die groepen hadden veelal wantrouwen tegen het establishment, de 'hoge heren', de politici, de bankiers, de zakenlieden. Dit zou een van de verklaringen zijn voor de opkomst van de onderzoeksjournalistiek in de jaren zestig van de vorige eeuw.

Voormalig SP-leider Jan Marijnissen verwoordde dit tijdens een conferentie over journalistiek vakmanschap als volgt: 'Op de School voor Journalistiek in Utrecht vertelde ik eens dat journalistiek een vak is met een roeping. Het merendeel van de studenten haakte af. Maar ik vind uit de grond van mijn hart dat journalistiek meer is dan een ambacht. Je moet er alles voor willen doen, de waarheid boven water willen tillen. Dankzij de journalistiek weten we meer.'

Persoonlijke achtergrond

Ook de persoonlijke achtergrond van journalisten is van belang. Gender, opleiding, ervaring en achtergrond hebben invloed op de manier van werken. Hoogleraar journalistiek Wout Woltz pleitte ooit bij zijn oratie aan de Erasmus Universiteit ervoor dat iedere journalist onder zijn stukken het volgende zou moeten zetten: '... heeft rancune tegen autoriteiten, is niet dol op joden, is misbruikt door haar vader, haat katholieken, verlangt naar de dood, houdt niet van homo's, heeft minderwaardigheidsgevoel wegens afgebroken studie, heeft behoefte aan geborgenheid, heeft pathologische drang om gelijk te krijgen.'

Deze woorden zijn sterk overdreven en kort door de bocht, maar ze geven aan hoe belangrijk persoonskenmerken van journalisten zijn voor hun berichtgeving. Er zijn meer aspecten die een belangrijke rol spelen bij het vervullen van de functie als journalist, zoals gender, politieke voorkeur, leeftijd en afkomst. Op die aspecten gaan we nu verder in.

Gender

Het heeft lang geduurd voordat vrouwelijke journalisten op redacties verschenen, nog langer voordat vrouwen in leidinggevende posities kwamen. Inmiddels hebben drie grote kranten (*AD*, *FD*, *Het Parool*) en enkele regionale omroepen en kranten een vrouw als hoofdredacteur.

Vrouwelijke journalisten kiezen andere onderwerpen dan hun mannelijke collega's. In oorlogssituaties zijn het vaak de vrouwen die de menselijke kant van de oorlog laten zien. In de woorden van Janine di Giovanni van de Britse krant *Sunday Times*: 'Door niet rond te hangen bij de troepen, maar het verhaal te vertellen van de mensen, van de gezinnen, de moeders en de kinderen die standhouden.'

Vrouwen kunnen als voordeel hebben dat ze niet als bedreiging worden gezien en dat mannen tegenover hen eerder hun hart luchten. Tijdens een oorlog in het Midden-Oosten lukte het mannelijke verslaggevers niet om bedoeïenvrouwen te interviewen, vrouwelijke journalisten wel. De mannen daarentegen ondervroegen de legercommandanten, die de vrouwen niet zagen staan. Een studente journalistiek zag tijdens een reis door Oeganda een paar vrouwen voor een hut bezig met de maaltijd. Ze stapte op hen af: 'Mag ik helpen?' Een paar uur later kwam ze terug met een arm vol papaja's en een mooi verhaal.

Overigens bestaan er altijd verschillen in journalistieke benadering. Zet twee journalisten bij elkaar en kijk wat hun perceptie is, waar zij de accenten leggen, wat de invalshoek wordt voor hun verhaal. Grote kans dat er verschillen zijn, of het nu om mannen, vrouwen, ouderen of jongeren gaat, of om een mix hiervan.

Journalistieke benadering

Politieke voorkeur

Journalisten krijgen vaak het verwijt dat ze links zijn. Maar wat is links? Heeft het te maken met klassenstrijd, emancipatie? Is het levensstijl? Is het antiburgerlijk? Natuurbehoud was aanvankelijk een 'rechts' item, maar wordt nu vooral bepleit door 'linkse' partijen. Tegenstanders van migratie vond je aanvankelijk ter linkerzijde (het drukte de lonen), de voorstanders waren rechts (goedkope arbeidskrachten). Nu is het doorgaans andersom. Uit onderzoek blijkt dat die linkse oriëntatie klopt. Zo'n 80 procent van de journalisten in Nederland beschouwt zich naar eigen zeggen politiek gezien 'links' dan wel 'links van het midden'. Journalisten stemmen dus overwegend op linkse partijen. Mediahistoricus Huub Wijffjes noemt het 'niet meer dan logisch' omdat het de taak is de macht kritisch te volgen. Bij het journalist zijn hoort blijkbaar dat je misstanden aan de kaak stelt. Een politieke voorkeur die motiveert tot het steevast sceptisch en kritisch volgen van de macht, houdt de journalistiek scherp. Een andere reden zou kunnen zijn dat wie uit is op status en macht, niet kiest voor journalistiek als beroep. Of zijn journalisten helemaal niet zo links als vaak wordt gedacht en wordt kritisch ondervragen verward met een linkse agenda? Is Kassa (*BNNVARA*) links? En Radar (*AVROTROS*) rechts? Het zijn beide kritische consumenten-

Linkse oriëntatie

programma's. De grootste krant van Nederland (*De Telegraaf*), een van de grootste omroepen (*AVROTROS*) en het grootste opinieblad (*Elsevier*) kunnen toch zeker niet links worden genoemd, omroepen die de afgelopen jaren toetraden tot het bestel (*Ongehoord*, *PowNed* en *WNL*) evenmin.

Leeftijd

Behalve gender speelt ook leeftijd een rol bij het functioneren van journalisten. Vaak wordt gedacht dat jonge journalisten in het nadeel zijn vergeleken met hun oudere en ervaren collega's. Dat is nog maar de vraag. Jonge journalisten hebben een frisse, onafhankelijke blik, ze horen nog niet bij het 'establishment'. Ze hebben nog niet het *déjà vu* van hun door de wol geverfde collega's.

Leeftijd en onbevangenheid kunnen in je voordeel werken. Politici klagen soms dat ze worden achtervolgd door onervaren jonkies, die over geen enkel historisch besef beschikken en de onnozelse vragen durven stellen. Maar is dat erger dan door routineuze journalisten die al jaren meedraaien in het Haagse circuit en zich bijna nergens meer over verbazen, laat staan opwinden? Of niet verder komen dan de vraag: 'Gaan er nog koppen rollen?' Te veel routine kan je gemakzuchtig maken. Aan de andere kant bestaat ook altijd het risico dat je als jonge en onervaren journalist niet serieus wordt genomen. Voorbeelden hoe leeftijd in het voordeel van journalisten kan werken vind je op de website bij dit boek.



Afkomst

Een diverse redactie biedt een breed arsenaal aan kennis en ervaringen waardoor beter aangesloten kan worden bij diverse doelgroep(en): andere onderwerpkeuze, andere bronnen. Naar verhouding zijn er maar weinig journalisten met een migratie-achtergrond, ondanks alle pogingen die er zijn gedaan om meer journalisten van niet-westerse afkomst op de redacties te krijgen.

Wie rondkijkt, ziet ook bij de opleiding Journalistiek naar verhouding weinig studenten met een migratie-achtergrond rondlopen. Veel minder dan bijvoorbeeld bij de opleidingen Economie en Management en Natuur en Techniek. Cijfers van het aantal studenten met een migratie-achtergrond zijn er niet, omdat bij de opleidingen geen verplichte registratie op afkomst plaatsvindt. Een schatting is dat jaarlijks van de nieuwe studenten 8 tot 9 procent een migratie-achtergrond heeft.

Opleidingen Journalistiek zijn niet aantrekkelijk zolang de 'witte journalist' de norm is. Ook wanneer er in de opleiding weinig aandacht wordt gegeven aan diversiteit heeft dat gevolgen voor de inschrijving.

Migratie-achtergrond

Imago van het vak

Een ander punt is het imago van het vak. In veel landen van herkomst staan journalisten in een kwaad daglicht: ze werken onder censuur, zijn 'verklikker' of op zijn minst een verlengstuk van de overheid. In Nederland bericht een deel van de media soms bevooroordeeld en stigmatiserend over migratie. Geen sector waar studenten met een migratie-achtergrond willen werken.

Journalisten met een migratie-achtergrond vinden het soms vervelend te worden aangesproken op hun allochtoon zijn. Zij krijgen de onderwerpen toegespeeld die met hun achtergrond te maken hebben. 'Dit gaat over Eritrese vluchtelingen, dit is iets voor jou.'

1.8 Maatschappelijke ontwikkelingen

Ook maatschappelijke ontwikkelingen spelen een rol bij het functioneren van de journalistiek. Het Sociaal en Cultureel Planbureau maakt een onderscheid in vijfmaal de letter 'i':

- *informatisering* (de maatschappij 'heeft de journalistiek niet meer nodig');
- *informatisering* (machtsverhoudingen veranderen en betrouwbaarheid en geloofwaardigheid van de journalistiek zijn niet langer vanzelfsprekend);
- *internationalisering* (aan de ene kant lijkt het dat de wereld steeds 'kleiner' wordt, aan de andere kant lijkt het dat mensen steeds meer geïnteresseerd zijn in hun eigen omgeving);
- *intensivering* (alles gaat sneller en meer gepaard met emotie, spanning en sensatie, waardoor journalisten andere afwegingen maken dan in het verleden);
- *individualisering* (gemeenschappen worden steeds losser, mensen leven steeds meer op zichzelf, zijn minder geïnteresseerd in anderen).



1.9 Journalistieke attitude

'Journalist, dat word je niet, dat ben je', wordt weleens gezegd. Hierna laten we zien wat jou tot journalist maakt. We beginnen met de journalistieke attitude (houding). Daarbij passeren diverse kenmerken de revue, zoals zelfkennis en zelfkritiek, algemene ontwikkeling en persoonlijkheid. Je manier van werken wordt medebepaald door inzicht in je eigen persoonlijkheid, je sterke en zwakke kanten, besef hebben van je eigen normen en waarden én culturele achtergrond. Wie ben ik, waar kom ik vandaan en hoe bepaalt dat mijn manier van denken? Wéét wie je bent!

Over het aanleren van competenties tijdens de opleiding zegt Michaël Ogenhaffen (Instituut Mediastudies KU Leuven): 'Persoonlijkheidskenmerken moeten niet als vaststaand worden beschouwd. We kunnen ervan uitgaan dat deze competenties tijdens een opleiding aangeleerd, of op zijn minst verder ontwikkeld of aangescherpt kunnen worden. Door aspirant-journalisten bij te brengen dat elk detail in hun journalistieke teksten een check en dubbelcheck moet ondergaan en dat ze nooit bij voorbaat mogen geloven wat informanten zeggen of wat ze in andere media lezen, kunnen vaardigheden als kritisch denken en accuraat handelen aangescherpt worden.'

Aanleren van
competenties

Over vaardigheden en kennis in de journalistiek bestaat doorgaans redelijke overeenstemming. Lastiger is vast te stellen wat onder attitude moet worden verstaan. Attitude is geen eenduidig begrip, maar een containerterm voor een groot aantal eigenschappen waarover een journalist moet beschikken om goed te kunnen functioneren. Welke beroepshouding een journalist moet hebben, hangt onder andere af van het soort werk dat hij doet. Een nieuwsjager zal een andere attitude hebben dan een onderzoeksjournalist, de interviewer een andere dan de redacteur buitenland.

We gaan hierna in op enkele eigenschappen die een goede journalist moet bezitten: zelfkennis, zelfkritiek en gevoel voor nieuws, algemene ontwikkeling, persoonlijkheid, betrokkenheid, empathie, sociale vaardigheden, nieuwsgierigheid en een kritische houding. Deze eigenschappen kunnen we samenvatten in zeven kenmerken die tot slot op een rijtje worden gezet.

Eigenschappen
goede journalist

Zelfkennis Zelfreflectie

Zelfkennis, zelfreflectie en gevoel voor nieuws

Zelfkennis en zelfreflectie zijn belangrijk om als journalist goed te kunnen werken. Zelfkennis en -reflectie betekent dat je je afvraagt waarom een interview fout liep. Dat je nadenkt over de vraag waarom je op een receptie niemand durft aan te spreken. Dat je een volgende keer meer bezonnen te werk gaat als je in je haast in de krant een gigantische blunder maakt die ook door de eindredactie over het hoofd wordt gezien.

Kennis en begrip van je eigen houding geven je de kans die houding te verbeteren en als journalist steeds beter te worden. Als je je kwaliteiten goed kent, kun je ook een betere keuze maken voor een bepaalde organisatie of functie of het kiezen van bepaalde onderwerpen. Een sollicitatiepoging heeft meer kans als de functie goed bij je past. Een productie verkopen is eenvoudiger als het over een onderwerp gaat waar je thuis in bent of waar je in ieder geval een goed verhaal over kunt schrijven. Begin dus met nadenken over wat je wilt en over welke kwaliteiten je beschikt.

Een vragenlijst over wat jou tot journalist maakt, vind je op de website. Kijk of je aan die 'vereisten' voldoet en probeer te werken aan eigenschappen die je (nog) niet hebt.



Daarnaast moet je als journalist gevoel hebben voor nieuws. Natuurlijk is het lastig om uit te maken wat nieuws is en wat niet, welke gebeurtenissen gevolgen hebben op de lange termijn en welke gebeurtenis niet meer is dan een vliegenpoepje op de muur.

Algemene ontwikkeling

Als journalist moet je over veel onderwerpen enige kennis van zaken hebben. Je moet bij wijze van spreken een beetje antropoloog zijn om in te zien dat er op de Balkan anders wordt gereageerd dan in Bussum, geografisch om te weten dat overstromingen niet alleen een gevolg zijn van overvloedige neerslag, psycholoog om de houding van topverdieners te doorgronden.

Een expert hoef je niet te zijn, maar je moet wel – en ook dat hoort bij de journalistieke attitude – in staat zijn snel de relevante bronnen te vinden en afwegingen te maken. Je moet een redelijke algemene ontwikkeling hebben en het nieuws volgen (dagbladen, tijdschriften, radio en televisie, websites, opinieweekbladen, maar ook een boek over relevante onderwerpen op jouw terrein), en in staat zijn een goed netwerk te onderhouden. Weet je iets niet of heb je een vraag op een bepaald terrein, dan moet je weten wie je kunt benaderen om jouw vraag te beantwoorden.

Kennis van zaken

PATRONEN ONTDEKKEN

'Als journalist moet je een brede belangstelling hebben. In het begin was dat best moeilijk. Hier op de opleiding krijgen we een actualiteitencollege. Om de twee weken wordt dat getoetst. Daarvoor moet je de actualiteit goed volgen. Op de havo las ik enkel de *man-bijt-hond*-berichten uit *De Telegraaf* en volgde ik het nieuws een beetje online. Nu heb ik een abonnement op *de Volkskrant* genomen en volg ik ook het economisch nieuws. In het begin was dat lastig want ik vond het saai. Maar je ontdekt patronen in het nieuws en dan raak je vanzelf geïnteresseerd', aldus een student journalistiek in vakblad *Villa Media* over zijn leesgedrag.

Betrokkenheid

Betrokkenheid bij wat er in de wereld om je heen gebeurt hoort bij je journalistieke attitude. Wees je bewust waar je politieke voor- en afkeuren liggen en bedenk dat er tussen zwart en wit veel grijs zit. Met andere woorden, laat je persoonlijke engagement zo weinig mogelijk een rol spelen bij je journalistieke functioneren. Vaak laten journalisten zich leiden door sympathieën en antipathieën. In Nederland maakten sommige media bij voorbaat de partij Leefbaar Nederland en later de Lijst Pim Fortuyn en de PVV verdacht en speelden op de man. Dat veel journalisten weinig moesten hebben van beide politici is bekend. Maar zet wel als journalist feiten en argumenten in je stuk en laat de lezer zelf oordelen.

Persoonlijke
engagement

1

Inlevingsvermogen

Belangstelling voor mensen en inlevingsvermogen hoort bij een journalistieke attitude. Kun je je inleven in mensen van boven de vijftig, sterrenkundigen, timmerlieden, popmuzikanten, aidsmoeders, zwerfkinderen, asielzoekers, profvoetballers, autoverkopers, bankdirecteuren, Japanners, plantsoenedewerkers, crècheleidsters of mensen met een andere culturele achtergrond? Het lijkt soms lastig maar zou dat niet moeten zijn. Nederland wordt steeds meer een diverse samenleving, dus als journalist zul je wel moeten.

Inleven



STROOPWAFELS

'Die man, daar had ik nou helemaal niks mee', komt een journalist terug op de redactie. Dat mag. Als hij maar in staat is tijdens het gesprek een knop in zijn hoofd om te draaien en belangstelling te veinzen (en dan nog zonder dat het er duimendik bovenop ligt). Bij attitude gaat het uiteindelijk om waarneembaar gedrag. Wat soms helpt, is je voor te stellen wat de groep over wie je gaat schrijven, bezighoudt. We vroegen aan studenten journalistiek dat te doen voor Nederlandse overwinteraars in Spanje. Ze kwamen spontaan met het volgende lijstje: op zoek naar stroopwafels in de supermarkt, Bouquetreeks ruilen, wachten op *De Telegraaf* van gisteren, de vensterbank schoonmaken, een klaverjasje leggen, een kroketje gaan halen. Enig vooroordeel was hun niet vreemd, maar het gaat erom dat ze zich verplaatsen in de overwinteraars.

Sociale vaardigheden

Sociale vaardigheden vormen een ander belangrijk deel van de journalistieke beroepshouding. Een journalist moet zich kunnen bewegen tussen verschillende mensen: stakende werknemers, ecofeministen, vergadertijgers, postzegelverzamelaars en koorzangers. Ze moeten hem allemaal even lief zijn en hij moet met hen allemaal een gesprek kunnen aanknopen.

NIETS TE VERTELLEN

Onderuithangend in de kussens en een biertje drinkend voerden studenten journalistiek tijdens een studiereis in Tanzania een gesprek met de Nederlandse ambassadeur die met een glas witte wijn in de hand kaarsrecht op hen neerkeek. Toen de docent later de studenten op dit onbeleefde en ook onjournalistieke gedrag aansprak, was hun weerwoord: 'Die man had toch niets te vertellen.' Het was niet waar. En zelfs als het wel waar is, gedraag je je. Uit fatsoen maar ook uit journalistiek belang.

Een journalist moet zich met een even natuurlijk gemak kunnen bewegen in een kinderdagverblijf als in de Tweede Kamer. Heb je daar moeite mee, loop dan de volgende keer een kamer binnen en knoop een gesprek aan met iemand die je niet kent. Kom op een receptie achter die pilaar van daan, voeg je bij een groepje en meng je in de conversatie. Besef: alle journalisten hebben het moeten leren en zijn ooit ergens begonnen.

Nieuwsgierigheid

Op onderzoek
uitgaan

Bij nieuwsgierigheid denk je aan 'op onderzoek uitgaan'. De scène in het volgende voorbeeld over Kuifje brengt de kern van de journalistiek goed in beeld. Want aan Kuifjes uitspraak 'Daar wil ik het mijne van weten' gaat immers de vraag vooraf: 'Zou dat zo zijn?' Dat onderscheidt hem van de 'naïeve' toeristen die het voorlichtingspraatje van de gids voor zoete koek slikken.

DAAR WIL IK HET MIJNE VAN WETEN

In *De avonturen van Kuifje in het land van de Sovjets* komt de jonge reporter van de *Petit Vingtième* een groepje Engelse toeristen tegen, dat door een Russische gids wordt rondgeleid. De gids wijst trots op rokende schoorstenen in de verte en vertelt: 'In tegenstelling tot wat men in de bourgeoisl landen vertelt, draaien onze fabrieken op volle toeren.' Het gezelschap is onder de indruk. 'Beautiful' en 'Very nice' laat de Belgische tekenaar Hergé hen zeggen.

'Die fabrieken draaien wel erg goed. Daar wil ik het mijne van weten', zegt Kuifje en hij beent eropaf, met zijn trouwe hondje Bobbie in zijn voetspoor. Stiekem opent hij een deur en wat ziet hij? De fabriek is een toneeldecor, waarachter een man bossen stro stookt onder een namaakschoorsteen en iemand anders met hamers op een metalen plaat staat te slaan om fabrieksgeluid te simuleren. Peinzend brengt Kuifje een hand naar zijn kin en concludeert: 'Dus zo belazeren de Sovjets de ongelukkigen die nog geloven in het "Rode Paradijs".'

Professionele
nieuwsgierig-
heid

Een journalist heeft zijn professionele nieuwsgierigheid. Hij zal altijd verder doorvragen, controlevragen stellen om precies het naadje van de kous aan de weet te komen.

WANTROUWEN

De Amerikaanse journalist I.F. ('Izzy') Stone (1907–1989) verwierf in de Vietnam-periode grote faam met zijn blad *I.F. Stone's Weekly* (1953–1971). Zijn credo was: alle politici zijn leugenaars totdat het tegendeel bewezen is. 'Izzy' Stone was geen journalist die met wapperende jaspanden gehaast achter het nieuws aanjoeg. Hij ging gedegen te werk. Zijn voornaamste nieuwsbronnen waren droge regerings- en congresdocumenten én populaire kranten. Die las hij nauwkeurig na op tegenstrijdige informatie. In de tweede plaats deed hij veel archiefonderzoek, bijvoorbeeld om uitspraken van autoriteiten te vergelijken met eerdere uitspraken. Een derde aspect van zijn werkwijze was research ter plaatse. Hij bleef niet achter de telefoon zitten, nam geen genoegen met persberichten en schreef niet de andere media over, maar ging zelf op onderzoek uit. En voorts stond hij uiterst kritisch tegenover officiële bronnen, zoals fraai verwoord in zijn credo. Daarom meed hij persconferenties en zogenaamd vertrouwelijke bronnen, want: 'Establishment reporters undoubtedly know a lot of things I don't. But a lot of what they know isn't true.'

Van Stone kunnen we leren dat journalisten zich nooit moeten laten imponeren door wat voor autoriteit dan ook. Zelfs het befaamde zinnetje 'uit wetenschappelijk onderzoek is gebleken' mogen we gerust met een korreltje zout nemen, want ook in de wetenschap wordt weleens gefraudeerd en gemeld met cijfers. Zo zei een gemeentesecretaris eens: 'De overheid kan in Nederland, tegen een bepaald honorarium, elk onderzoeksbureau inhuren om de eigen hooggespannen verwachtingen van een wetenschappelijk of deskundig sausje te laten voorzien.' Met andere woorden: 'Wie betaalt, bepaalt.'

Flexibiliteit en moed

Als journalist moet je flexibel zijn. Als het erop aankomt verschillende klussen pakken of elders bijspringen, tijdens een interview alert zijn op onverwachte antwoorden en bij verslaggeving oog hebben voor onverwachte zaken. Doe niet als de stagiaire (dit is ècht gebeurd) die op weg is naar een persconferentie, onderweg ziet dat een gebouw in lichterlaaie staat maar doorfietst.

Flexibel

Nog een belangrijke eigenschap voor een journalist: moed. Je zult – als het erop aankomt – stevig in je schoenen moeten staan. Niemand zit te wachten op bangige en conflict mijdende journalisten.

Natuurlijk hoeven we niet allemaal naar oorlogsgebieden af te reizen of verzetsheld te zijn. Maar vraag je wel af: wat zou jij in bepaalde situaties doen? Waar liggen je grenzen? Journalisten komen nogal eens situaties tegen waarin een standpunt, handeling of opinie wordt gevraagd.

Moed betekent vragen stellen tijdens een persconferentie, doorvragen bij een interview, het naadje van de kous willen weten, zo nodig ook praten over emoties. En ook durven om een keer niet aardig gevonden te worden.

Moed

Is dat 'moed'? Is het doorzettingsvermogen, doortastendheid? Kun je het leren? Zeker kan dat, je kunt je er bewust van worden. Het is een competentie waarover je op journalistenscholen weinig hoort, terwijl het zeker niet de minst belangrijkste is.

Aardig gevonden worden

Een journalist 'krijgt' meer wanneer mensen hem of haar 'aardig' vinden. Hoe bereik je dat? Simpel: door oprechte belangstelling. Vraag jezelf altijd af: waarom zou iemand mij iets vertellen? David Randall noemde als een van de kerntalenten voor een journalist: 'being likable'. Het is de basis voor veel werk. Waarom zou iemand je iets vertellen? Het antwoord: omdat ze je het gunnen! De vervolgvraag is: hoe boks je het voor elkaar dat ze je aardig vinden? Het antwoord: oprechte belangstelling. Peter R. de Vries was daar erg goed in. Het leverde hem ook verhalen op.

Being likable

Creativiteit

Een van de belangrijkste – zo niet de belangrijkste – eigenschappen die een journalist moet hebben is creativiteit. Maar wat is dat? Karel van den Berg (2011) definieert het in zijn boek *Bedenk eens wat nieuws* zo: 'Creativiteit is nieuwe en waardevolle ideeën bedenken door denkpatronen te doorbreken.' Vastgeroeste denkpatronen staan nieuwe ideeën in de weg. Iedereen heeft ze – we schreven al eerder dat iedere journalist zijn eigen persoonlijkheid, achtergrond, ervaring, enzovoort – meeneemt, maar probeer je daarvan op zijn minst bewust te zijn. Welke (voor)oordelen heb jij?

Creativiteit

Mooi gezegd, maar creatief zijn: hoe doe je dat? Door een open startvraag te bedenken (geen 'ja' of 'nee'), door na te gaan wat of wie je wilt bereiken, door positief te denken (niet: 'ja maar', maar 'ja en ...') en door uit te gaan van de mogelijkheden en niet van de onmogelijkheden. Bedenk ook hier dat leeftijd en 'naïviteit' in je voordeel kunnen werken.

Stellen van een journalistieke vraag

De eenvoudigste manier om te starten is het stellen van een journalistieke vraag. Met die vraag vestig je de aandacht op één aspect van je onderwerp. In je verhaal streef je ernaar om tot een antwoord op die vraag te komen.

Zoom in en uit

Inzoomen

Je kunt jezelf trainen in het vinden van invalshoeken door zowel in te zoomen op details als uit te zoomen om de context te beschouwen. Inzoomen betekent dat je ingaat op één aspect van een verhaal. In het voorbeeld van de aanslagen belicht je bijvoorbeeld wat er van minuut tot minuut gebeurde in de vertrekhal van het vliegveld. In het voorbeeld van de studenten ga je op basis van berekeningen van het Centraal Planbureau (CPB) na hoeveel het leenstelsel de staat oplevert. Zoom je uit op het leenstelsel, dan zou je een invalshoek kunnen kiezen waarbij je het Nederlandse systeem vergelijkt met studiefinancieringssystemen in andere landen.

Uitzoomen

STUDIELENINGEN

Stel, je wilt een verhaal maken over de leningen die Nederlandse studenten afsluiten om te kunnen studeren. Zo'n verhaal kan nog alle kanten opgaan. Hier zie je een paar voorbeelden van vragen die tot uiteenlopende verhalen kunnen leiden:

Hoeveel en hoelang betalen studenten die in een gemiddeld tempo studeren eigenlijk af?

Zijn er ook mensen die niet gaan studeren omdat ze geen lening willen?

Hoeveel levert het leenstelsel de staat eigenlijk op?

Als studenten met een lening moeilijker een hypotheek kunnen krijgen, wat voor consequenties heeft dit dan voor de woningmarkt?

Wissel van perspectief

Perspectief

Behalve door in- en uit te zoomen kun je ook op invalshoeken komen door van perspectief te wisselen. Bekijk een kwestie door de ogen van verschillende betrokken partijen. Concentreer je nu eens op de personen die geraakt worden door een maatregel en dan weer op de instituties die de maatregel in het leven hebben geroepen. Richt je blik nu eens op de emotie en dan weer op de financiële of juridische aspecten van een verhaal.

Het is je taak als journalist om allereerst de belangrijkste invalshoeken te kiezen. Je doet je werk niet goed als je logische vragen van je publiek onbeantwoord laat. Maar op een zeker moment zullen de meest voor de hand liggende verhalen wel verteld zijn. Je kunt dan op zoek naar originelere verhalen. Dat doe je bijvoorbeeld door te kijken of je interessante invalshoeken kunt vinden waar je in eerste instantie niet aan denkt.

Maak bijvoorbeeld een verhaal over de emoties van hulpverleners door te beschrijven hoe zij na een grote calamiteit worden gedebriefd. Bekijk of de terreur invloed heeft gehad op het aantal jongens en meisjes dat beroepsmilitair wil worden. Of maak een verhaal over studenten die jaloers zijn op het Nederlandse leenstelsel.

Creatieve invalshoeken kun je ook vinden door een vraagstelling om te draaien: Wat zijn de voordelen van het onderwijs van een lockdown? Hoe krijg ik corona? Wat zijn de motieven van Nederlandse pro-Poetinactivisten?

BIJ EEN KOPJE THEE

Een studente journalistiek wilde de staatssecretaris van Cultuur en Media interviewen. Advies van de begeleidende docent: 'Dat gaat je toch niet lukken.' Inderdaad niet via de woordvoerder van de minister. Wel toen de student als gast naar het programma Buitenhof ging, waar de staatssecretaris te gast was. Ze schoot hem na afloop aan en had bij een kopje thee een langdurig gesprek.

Een andere student wilde van de Iraanse ambassade het standpunt van Iran horen over mogelijke kernwapenontwikkeling. Ook hier een slecht advies van de docent: de ambassade van Iran praat niet met de pers. Nee, niet met de 'professionele' media, maar wel met deze jonge student.

Kritisch vragen stellen

Iedereen stelt vragen. Kinderen vragen waarom de zon nooit opbrandt, een voorbijganger vraagt hoe laat het is, een familielid vraagt hoe het met je gaat, een treinreiziger vraagt aan de conducteur of dit de trein is naar ... Omdat de vragensteller precies weet wat hij wil weten, is het gemakkelijk de vraag te bedenken. Maar in veel journalistiek werk schuilt daar nu precies het probleem en moet je eerst eens 'journalistiek denken'.

Journalistiek
denken

BURGEMEESTER WORDT COMMISSARIS

Stel, de burgemeester van jouw gemeente wordt Commissaris van de Koning. De media besteden daar aandacht aan. De journalist blikte met de burgemeester terug op de periode van zijn burgemeesterschap, probeert hem uitspraken te ontlokken over zijn toekomstige werkkring, praat met derden die aardige of onaardige dingen over hem zeggen.

Zo'n verhaal ontstaat op basis van het stellen van vragen, bijvoorbeeld: 'Hoe kijkt u terug op die vier jaar?' Maar er is een vraag die niet zo voor de hand ligt: 'Burgemeester, toen een andere burgemeester na twee jaar burgemeesterschap toetrad tot het kabinet had u kritiek op het feit dat zij haar ambtstermijn niet had volgemaakt. Nu doet u hetzelfde: is dat niet hypocriet?'

Om deze vraag te kunnen stellen, moet je ervan op de hoogte zijn dat de vertrekkende burgemeester deze uitspraak destijds heeft gedaan. Journalisten met een ijzersterk geheugen zullen er weinig moeite mee hebben. Maar slechts weinigen hebben een geheugen als een olifant. Dus moet er 'journalistiek gedacht' worden. De feiten zijn: de ambtstermijn van een burgemeester bedraagt zes jaar én de man vertrekt na vier jaar. Een goede journalistieke vraag luidt dan: zou hij ooit (bijvoorbeeld bij zijn benoeming) iets gezegd hebben over de duur van zijn burgemeesterschap? Zo onlogisch is die vraag niet. Sla een willekeurig interview met een wethouder bij zijn (her)verkiezing er maar op na, en tien tegen één kom je een uitspraak tegen in de trant van: 'één termijn is te kort', 'ik wil het karwei afmaken'. Als dat voor wethouders geldt (die voor vier jaar gekozen worden), waarom zou een burgemeester daar dan niets over zeggen?

Soms ligt de kritische vraag voor de hand, soms kost het moeite om hem te bedenken. Natuurlijk kan de andere partij ook willens en wetens infor-

matie achterhouden. Een voorbeeld: een hoogleraar presenteert een boek dat hij grotendeels uit een Amerikaans werk heeft overgeschreven. Dat zal hij niet uit zichzelf vertellen en de journalist zal dat ook niet uit zichzelf aan de hooggeleerde vragen.

Voor dit probleem is er geen gemakkelijke oplossing, want vaak ontbreekt de tijd om uitgebreid research te doen. Meestal zijn deze onthullingen dan ook het resultaat van een toevallige tip: een rancuneuze ontslagen werknemer, een jaloezige medewerker of een gewetensvolle ambtenaar klapt uit de school. Of een abonnee stuurt een mail. En soms is de primeur het resultaat van het jarenlang opbouwen van een relatienetwerk waaruit de informatie spontaan voortkomt.

We kunnen de attitudekenmerken samenvatten in zeven E's, die jouw gedrag als journalist beïnvloeden.

Attitudekenmerken

- 1 Empathie: heb je als journalist inlevingsvermogen?
- 2 Engagement: hoe betrokken kan/mag/moet je zijn?
- 3 Emotie: in hoeverre spelen je emoties een rol?
- 4 Ethiek: welke ethische afwegingen maak je?
- 5 Ego: in hoeverre beïnvloedt je persoon (achtergrond, gender, leeftijd) je manier van werken?
- 6 Ervaring: is je ervaring als journalist een voordeel of een nadeel?
- 7 Efficiency: kun je goed werken onder tijdsdruk?



Wat maakt – tot slot – jou tot een goede journalist? Wat moet je doen om er een te worden? Een kernactiviteit van een journalist is het stellen van vragen. Daarom komt een journalist aan de reputatie om eindeloos nieuwsgierig te zijn. Een journalist wil immers weten hoe iets in elkaar steekt. En hij wil het heel precies weten. Opdat hij het op een heldere manier aan zijn publiek kan doorgeven.

Kernactiviteit
van een
journalist

Nu is het stellen van vragen natuurlijk niet alles. Een journalist gaat vervolgens op zoek naar antwoorden. Door mensen te bellen, documenten te lezen, interviews af te nemen, enzovoort. En vervolgens presenteert een journalist de gevonden antwoorden in een geschreven artikel of een radio- of tv-item.

Niet vreemd dus dat veel journalisten onbewust een serie vragen altijd bij zich hebben, klaar om tevoorschijn te trekken als dat nodig mocht zijn.

Typische journalistenvragen

De volgende vragen kun je in veel situaties stellen:

- Waarom is dit zo?
- Was het in het verleden anders?
- Wat kost dat eigenlijk?
- Wie gaat dat betalen?
- Wie wordt hier beter van?
- Of: wie wordt hier slechter van?
- Waarom gebeurt dit uitgerekend nu?
- Was het te voorzien?
- Is er een schuldige?

Houd dit soort vragen altijd in je achterhoofd. Vul eventueel aan met andere vragen. En schroom niet ze te stellen als je precies wilt weten hoe een zaak in elkaar steekt. Train jezelf dagelijks: stel tien vragen bij een conservenblik, tien (originele) vragen aan een studiegenoot, tien vragen over het nieuws van afgelopen dag.

Lees, kijk en luister. Dat is de basis: lezen, kijken, luisteren, en dan vooral: professioneel lezen. Met de ogen van de nieuwsgierige vakman. Etiketten, tijdschriften, boeken, kranten, advertenties, alles wat je maar onder de ogen komt. En stel jezelf steeds vragen als:

Lees, kijk en
luister

- Wat vind ik van deze tekst?
- Waarom spreekt het stuk me wel of niet aan?
- Wat zegt/vindt de auteur?
- Welke vragen roept de tekst op?

Op deze manier ontwikkel je smaak en uiteindelijk ook een eigen geluid. Dat je daarbij je helden probeert na te doen of soms een rolmodel gebruikt is niet erg. Daar groeien de meeste journalisten overheen om uiteindelijk hun eigen weg te vinden.

Twaalf tips voor (beginnende) journalisten

- 1 Maak gedurende een paar maanden een lijst van je vijf meest gemaakte fouten. Probeer die niet meer te maken.
- 2 Bewaar je eerste producties. Loopt het een keer wat minder, lees, bekijk of beluister je werk nog eens en zie hoeveel je eigenlijk al geleerd hebt. Daar put je moed uit.
- 3 Houd vanaf het begin van je journalistieke loopbaan een digitaal 'bronnenboekje' bij van iedereen met wie je contact hebt gehad. Koester je contacten.
- 4 Oefen in creatief denken (het kan zo, maar kan het ook anders?). Oefen in het stellen van vragen: wees nieuwsgierig.
- 5 Lees, bekijk en beluister werk van collega's. Van wie kun je wat leren? Welke journalistieke producties spreken je aan en waarom? Zoek een rolmodel. Welke journalist vind je goed? Waarom?
- 6 Toon doorzettingsvermogen en lef. Durf door te vragen, ergens op af te stappen, de telefoon te pakken, met ideeën te komen, je mening te geven.
- 7 Vraag je af wanneer je wel en wanneer je niet aardig gevonden wilt worden. Als mensen je sympathiek vinden, gaan ze je wat gunnen. Maar soms moet de onderste steen boven en vinden bronnen je een stuk minder aardig.
- 8 Leer omgaan met tegenslagen. Er zijn dagen dat niemand reageert op telefoons of mails, je stuit op knorrige voorlichters, kunt informatie niet vinden. Bedenk dat morgen de journalistieke zon weer schijnt en je met twee mailtjes en vijf apps drie verhalen kunt maken.
- 9 Wees ontvankelijk voor kritiek. Als je een fout maakt, kom je daar ruitertlijk voor uit, ook al doet dat zeer. Leer ervan.
- 10 Sta open voor nieuwe uitdagingen. Je wordt beter als je nieuwe paden bewandelt, onbekend terrein onderzoekt, je verdiept in nieuwe onderwerpen, andere media probeert, je netwerk vergroot.
- 11 Volg het nieuws kritisch. Roept het vragen op, klopt het?
- 12 Luister naar je omgeving met een 'journalistiek oor'. Hoor je iets verrassends? Zit ergens een verhaal in?

1.10 Soorten functies

Functies

Journalistiek is een breed beroep met een waaier aan activiteiten. Bij een redactie kom je veel uiteenlopende functies tegen. Hier volgt een niet-uitputtende opsomming van functies, met een korte beschrijving.

Hoofdredacteur

De 'baas' van het journalistieke deel van een krant, tijdschrift, nieuwsprogramma of website. Aan de bedrijfsmatige kant is er doorgaans een directeur die de scepter zwaait (al zijn er ook hoofdredacteurs die deel uitmaken van de directie). De hoofdredacteur bepaalt de redactionele koers.

Redacteur

In feite een containerbegrip. Iedereen die op een redactie werkt, is redacteur (en valt hiërarchisch onder de hoofdredacteur). Nou ja, bijna iedereen.

Medewerkers van het redactiesecretariaat (de ondersteuning voor de hoofdredactie) werken wel op de redactie, maar maken formeel doorgaans geen deel uit van de redactie. Archivarissen maken soms wel en soms geen deel uit van de redactie.

Redactiechef

Grote redacties zijn vaak opgedeeld in diverse 'deelredacties' (bijvoorbeeld: sport, vormgeving, buitenland, economie). De chef van zo'n deelredactie is de redactiechef.

Eindredacteur

Een eindredacteur bij een printmedium maakt de kopij klaar voor het drukken: zorgt voor de juiste koppen, checkt informatie, zorgt dat een stuk op de gewenste lengte is (inkorten), schrijft waar nodig een fotobijchrift, maar instrueert ook fotografen, illustratoren, vormgevers, onderhoudt contact met freelancers. De functie 'eindredacteur' betekent bij een radio- of tv-programma doorgaans de eindverantwoordelijke journalist (een soort hoofdredacteur dus). Een eindredacteur gaat zelden 'naar buiten'.

Verslaggever

Doet verslag (print, radio, tv, website) van wat er 'in de wereld' gebeurt. Trekt er met kladblok, camera of microfoon op uit.

Redactioneel vormgever

Werkt op aanwijzing van de artdirector en redacteurs. Zorgt ervoor dat krant-, tijdschrift- en webpagina's ook op tablet en telefoon aantrekkelijk, snel en goed leesbaar zijn. Plaatst de kopij, foto(s), infografieken, tekeningen en kaartjes in overleg met redactiechef in het digitale opmaakstelsel voor drukpers en internet. Maakt van losse teksten (kopij) een overzichtelijk en logisch geheel. Vormgevers maken deel uit van de redactie, omdat hoe en waar een artikel gepresenteerd wordt, een journalistieke keuze is.

Correspondent

Doet verslag vanuit zijn of haar standplaats in het buitenland. Een correspondent 'covert' een land, regio of continent. Die correspondent kan in vaste dienst zijn, maar ook een freelancer die zich verbindt aan een redactie.

Communityredacteur

Staat in nauw contact met het publiek, plaatst verhalen op social media, verzorgt livestreams, maakt explainers. Aan de hand van bevindingen vanuit het publiek kan er weer worden ingezet op follow-ups.

Cartoonist

Levert een apart onderdeel van vooral printmedia: de cartoon. Historisch is een cartoon een 'getekende column', waarin soms ferme standpunten kunnen worden ingenomen.

Meer over (spraakmakende) cartoons op de website.



Artdirector

Samen met de hoofdredactie verantwoordelijk voor het 'gezicht' van krant, tijdschrift, webpagina, tablet en telefoon. Heeft de basisvormgeving met lettertype(n), lettergrootte (corps), tekst- en beeldverhouding en kleurgebruik voor al deze media vastgelegd voor de uitvoerende redactionele vormgever.

Fotograaf

Levert beeldmateriaal bij verhalen. Is een journalistieke functie, zowel in vaste dienst of als zzp'er (freelancer), al zijn de meeste fotografen niet in dienst bij het printmedium.

Illustrator

Levert illustraties bij printverhalen. Veelal freelancers, maar soms ook in vaste dienst. De meeste illustratoren hebben een kunstachtergrond.

Bureauredacteur

Functie die vooral bij radio en tv voorkomt. Een bureauredacteur bereidt – het woord zegt het al – vanachter het bureau een uitzending voor, doet research, houdt voorgesprekken met gasten.

Beeldredacteur

Coördineert beeldgebruik in een printmedium. Onderhoudt contacten met fotografen, illustratoren en dergelijke. Vaak hebben beeldredacteurs zelf als fotograaf gewerkt.

Ombudsman/lezersredacteur

Enkele redacties hebben zo'n speciale functionaris die lezersvragen beantwoordt, een mening formuleert over hoe de redactie handelde, enzovoort. Moet een verbindende rol vervullen tussen publiek en redactie, maar is nauwelijks wel lid van een redactie. Doorgaans een functie voor zeer ervaren journalisten.

Cameraman

Vergezelt voor tv-verslagen of reportages de verslaggever. Zorgt voor het beeld. Kan lid zijn van een redactie, maar veelal betreft het freelancers.

Geluidsman

Idem als bij cameraman, maar de geluidsman zorgt ervoor dat het geluid bij tv-opnamen kwalitatief volwaardig is.

Regisseur

Zorgt bij tv voor een goede mix van beelden. Is niet per se een journalistieke functie, maar dat kan het wel zijn, bijvoorbeeld bij de liveregistratie van grote evenementen (Elfstedentocht). De regisseur bepaalt welke beelden de kijker te zien krijgt en instrueert de cameramensen.

Vergeten verhalen

Voor de vraag of iets nieuws is of niet, wordt ook wel de term 'haakje' gebruikt. Een 'haakje' is de 'aanleiding' of 'relevantie' van een verhaal. Meestal is het goed een aanleiding voor je verhaal te hebben. Je kunt als journalistiek medium immers niet om de actualiteit heen. Je lezer wil weten: waarom moet ik dit nú lezen. Zo komen al die conflicten, onderzoeken, rapporten en toespraken in het nieuws. Een haakje dus, meestal, maar niet altijd.

Er zijn belangrijke maar 'vergeten verhalen' omdat journalisten er kennelijk geen oog voor hadden of geen 'haakje' vonden om ze aan op te hangen. Daardoor 'missen' journalisten trage, maar belangrijke ontwikkelingen zoals de gevolgen van de digitalisering, de problemen in onderwijs en zorg, de sluimerende onvrede over de multiculturele samenleving, de tegenstellingen binnen de EU, de Russische inval in Oekraïne. Pas als een politicus het land 'vol' noemt, een bank omvalt of de eerste bommen vallen is het 'nieuws'.

Verhalen worden ook 'vergeten' omdat ze minder goed in de formats van redacties passen. Maar vanuit de journalistieke verantwoordelijkheid zouden ze niet mogen blijven liggen. Ook aan die 'onderhuidse' verhalen kunnen journalisten aandacht besteden, bijvoorbeeld door een aanleiding te 'zoeken'. Neem een verhaal over pesten, zonder directe aanleiding. Een zelfstandig journalist kreeg het nergens verkocht, tot hij het onderwerp actualiteitswaarde gaf. Uit onderzoek was gebleken dat alle pestprogramma's geen enkel effect hadden. Voilà, daar heb je je eerste zin. En geef je je lezer een reden om dit stuk door te lezen.

Wat gevolgen heeft voor de lezer, wat de lezer raakt, wat hij merkt in zijn portemonnee, iets waar hij iets mee kán (een 'handelingsperspectief'), ook dat zijn manieren om een productie te slijten. Of een verrassende invalshoek. De kikkerdritelling! Amfibieën ontwaken door de zachte winters eerder uit hun winterslaap en paren eerder dan vroeger als gevolg van de klimaatverandering. Je lezer heeft een beetje genoeg van dit laatste onderwerp, maar met deze aanpak gaat hij je verhaal lezen.

Andere voorbeelden om ver-van-m'n-bed-onderwerpen aan te pakken en 'in te pakken': het is steeds gemakkelijker zakendoen in Afrika (verrassing!); bananenbladeren worden niet verbrand maar gebruikt om lingerie van te maken (spannend!); frisdrankfabrikant gebruikt grote hoeveelheden water ten koste van de arme bevolking (schandalig!); hoe krijg ik malaria? (uh?). Of de 'komende actualiteit', ofwel: wat is er volgende maand/het komende jaar in het nieuws?

Honderd jaar geleden werd – in de VS – voor het eerst een stoplicht als verkeersregelaar gebruikt: het stoplicht bestaat dus honderd jaar. Op die manier kun je verhaal-onderwerpen vinden waar je veel tijd voor hebt (als je vroeg genoeg gaat zoeken), die een 'haakje' (actualiteit, relevantie) hebben, waar waarschijnlijk nog niemand anders mee bezig is en die zich daardoor heel goed laten verkopen. Welk medium wil nu niet het ultieme verhaal over honderd jaar stoplicht?