

CON STRUC TIEF NIEUWS



**IS CONSTRUCTIEVE JOURNALISTIEK EEN
NOODZAKELIJKE MANIER OM
DAGBLADLEZERS BIJ HET NIEUWS TE
BETREKKEN?**

1 juni 2016

Verdiepingsminor Markt en Maatschappij

Opleiding journalistiek aan de Christelijke Hogeschool Ede

ELINE LIEFTINK

Afstudeerbegeleider: Bartho de Looij

Eerste beoordelaar: Tjirk van der Ziel

Tweede beoordelaar: Johan Snel

Inhoudsopgave

Inleiding	5
Aanleiding	5
Probleemstelling	6
Toelichting	6
Methodologische verantwoording	7
Opzet van de scriptie	8
Hoofdstuk 1. De rol van de journalist	9
P1.1 Er was eens... een journalist	9
P1.2 De journalist 2.0	12
Hoofdstuk 2. Wat is constructieve journalistiek?	15
P2.1 Journalistiek & Positieve psychologie	15
P2.2 Wat nu?	17
P2.3 Tegen de stroom in	18
P2.4 The early birds	20
P2.5 Kritische geluiden	23
Hoofdstuk 3. Hoe gaat de dagbladlezer om met het nieuws?	25
P3.1 De lezer doet niet moeilijk	25
P3.2 De krant als gelijkgestemde	28
P3.3 Onbewust beïnvloed	31
Hoofdstuk 4. De effecten van constructieve journalistiek	33
P4.1 Werkt het?	33
P4.2 De zes artikelen	36
Hoofdstuk 5. De interviews	38
P5.1 Methodologische verantwoording	38
P5.2 Doen, durven en de waarheid	40
P5.3 Willen we dat wel?	41
P5.4 Voor wie?	42
P5.5 Hoe los je dat op?	43
P5.6 Zorgen voor een goed gevoel	45
P5.7 Een constructieve invloed	46
P5.8 Psychologische trucjes?	47
P5.9 Ondergesneeuwde kernwaarden	49
P5.10 Op Nederlandse bodem	50

Hoofdstuk 6. Conclusie	52
P6.1 Wat is de rol van de journalist?	52
P6.2 Wat is constructieve journalistiek?	53
P6.3 Hoe gaat de dagbladlezer om met het nieuws?	54
P6.4 Wat zijn de effecten van constructieve journalistiek?	55
P6.5 Is constructieve journalistiek een noodzakelijke manier om dagbladlezers bij het nieuws te betrekken?	56
Nawoord	58
Bibliografie	59
Bijlagen	62
Interview William Rice	62
Interview Lonneke van Genugten	68
Interview Bas Mesters	74
Interview Dik den Hollander	80
Interview Björn Soenens	86
Interview Christel Hebly	90
Interview Judith van der Lugt	98

Inleiding

Aanleiding

Als een rode draad ging mijn scepsis over de journalistiek door de opleiding. Want waarom was het nieuws vaak zo negatief, waar was de nuance en hoe kon ik ooit journalist worden als ik het nieuws vaak links liet liggen? Als ik het nieuws wel las, verloor ik mij er compleet in. Ik las alles wat ik over een onderwerp kon vinden en kreeg het vaak niet meer uit mijn gedachten. Er leek geen middenweg te zijn.

Tegelijk was er mijn drang om altijd alles van de andere kant te bekijken. Ik wilde dingen niet zomaar aannemen en probeerde kritisch te blijven. Daarnaast was ik idealistisch en mij erg bewust van de ethische kant van de journalistiek. Ondertussen vroeg ik me af of ik eigenlijk wel geschikt was om journalist te worden. Zit de journalistiek wel te wachten op uiterst genuanceerde personen die overal veel te lang over nadenken?

Tot ik afgelopen zomer een artikel las met de titel 'Journalisten redden de wereld'. Het ging over constructieve journalistiek, een nieuwe vorm van journalistiek die mij gelijk aansprak. Het artikel stond in OneWorld, een magazine over mondiale verbondenheid en duurzaamheid. Wat bleek later, OneWorld is één van de weinige Nederlandse initiatieven dat zich al bezighoudt met constructieve journalistiek.

Zo kwam de aanleiding voor mijn scriptie uit een magazine wat ik al een jaar las. Een magazine waarmee ik mij kan identificeren als journalist en wat mij niet met vragen of moedeloosheid achterlaat, maar met antwoorden en ideeën. Ik wist zeker dat constructieve journalistiek mijn afstudeeronderwerp moest worden, maar natuurlijk niet zonder mijn kritische blik.

In deze scriptie neem ik u mee in de wereld van constructieve journalistiek. Het is net de echte wereld, met ruimte voor ellende en hoop. Een wereld vol goede intenties en positivisme, maar ook met moeilijkheden waar we niet omheen kunnen.

Het thema constructieve journalistiek sluit uitstekend aan bij de verdiepingsminor Markt & Maatschappij, die ik volgde in jaar drie van de opleiding journalistiek. De vraag naar constructieve journalistiek is zelfs ontstaan vanuit de maatschappij. De hoeveelheid ellende vanuit de hele wereld waar we tegenwoordig mee geconfronteerd worden, het wegvallen van 'richtinggevers' als de dominee, pastoor of de burgemeester. Deze personen die vroeger heel duidelijk sturing boden, verdwijnen steeds meer uit de maatschappij. Hoewel de vrijheid van nu vaak heel prettig is, is er ook behoefte aan verdieping en analyse, aan een andere kant van het probleem. Constructieve journalistiek heeft het in zich om deze nuance te brengen.

Ik wens u veel leesplezier en kritisch vermogen toe, zodat u zelf kunt beoordelen of u de constructieve journalistiek een kans wilt geven.

Eline Liefink

Ede, 25 mei 2016

Probleemstelling

In deze scriptie wil ik antwoord geven op de volgende hoofdvraag/probleemstelling:

Is constructieve journalistiek een noodzakelijke manier om dagbladlezers bij het nieuws te betrekken?

Deze vraag wil ik beantwoorden door eerst antwoord te geven op de volgende deelvragen/onderzoeksvragen:

- 1. Wat is de rol van de journalist?*
- 2. Wat is constructieve journalistiek?*
- 3. Hoe gaat de dagbladlezer om met het nieuws?*
- 4. Wat zijn de effecten van constructieve journalistiek?*

Toelichting

De hoofdvraag is ontstaan als kritische blik op de idealistische kijk die er nu vaak is op constructieve journalistiek. De mensen die er al vanaf weten, zijn er vaak heel positief over. Zo zou constructieve journalistiek lezers hoopvoller maken, meer aanzetten tot handelen en positieve emoties oproepen. Deze effecten kunnen er misschien aan bijdragen dat mensen die geen nieuws meer lezen, door de hoeveelheid negativiteit, zich ook weer gaan interesseren in het nieuws. Constructieve journalistiek is namelijk gericht op positieve emoties, relaties, betrokkenheid, betekenis en vervulling.

In tijden van afname van het aantal dagbladabonnees zou de constructieve journalistiek misschien ook iets kunnen betekenen. Constructieve journalistiek is er namelijk op gericht om betrokkenheid bij het nieuws te genereren. Als dit ook daadwerkelijk zo is, zou het kunnen betekenen dat lezers zich weer gaan binden aan een dagblad. Onder het woord dagbladlezer versta ik in deze scriptie: een man of vrouw van willekeurige leeftijd die één of meerdere keren per week een dagblad (zoals Trouw, de Volkskrant, etc.) leest.

In deze scriptie wil ik uitzoeken of constructieve journalistiek echt zo onmisbaar en positief is. Dit doe ik door middel van literatuuronderzoek en diepte-interviews. (Meer hierover leest u in de methodologische verantwoording.)

De journalistieke relevantie van dit onderwerp ligt voor de hand. Constructieve journalistiek is een relatief nieuw fenomeen binnen de journalistiek en is het waard om onderzocht te worden. Daarnaast is het voor de journalistiek belangrijk om met de tijd mee te gaan en niet zoals met online journalistiek, laat op gang te komen. Nieuwe vormen van journalistiek verdienen in mijn ogen altijd een kans.

Methodologische verantwoording

Door middel van kwalitatief onderzoek wil ik mijn hoofdvraag beantwoorden. Ik heb er bewust voor gekozen om kwalitatief onderzoek te doen. Het leek mij goed om een diepgaand onderzoek te doen en vooral de aard van het verschijnsel (constructieve journalistiek) te onderzoeken. Op deze manier had ik de mogelijkheid om diepte interviews te houden met mensen die echt iets zinnigs te zeggen hebben over mijn onderwerp.

Daarnaast was het niet praktisch om een kwantitatief onderzoek te doen, er zijn namelijk nog maar weinig mensen op de hoogte van constructieve journalistiek. Een onderzoek doen onder een grote groep mensen was daarom niet goed mogelijk. Ook bestond het gevaar dat mensen uit onwetendheid over het onderwerp maar gewoon wat zouden invullen.

Mijn scriptie is opgedeeld in deskresearch en fieldresearch. Voor mijn deskresearch maakte ik gebruik van bestaande gegevens, zoals Nederlandse en Engelse literatuur, bestaande onderzoeken, internet en statistieken. Voor mijn fieldresearch heb ik zeven personen geïnterviewd die gerelateerd zijn aan de constructieve journalistiek. (De toelichting op en de aanpak van deze keuze vindt u in hoofdstuk 5.)

Wat het soms lastig maakte, is dat er nog niet zoveel onderzoek is gedaan naar constructieve journalistiek. De effecten zijn nog niet goed in kaart gebracht en ook het lezerspubliek is nog niet duidelijk te definiëren. Ik heb in deze scriptie geprobeerd daarin wel een stap te maken. Dat is deels gelukt door middel van vergelijkingen met soortgelijke initiatieven en buitenlandse (vooral Amerikaanse) onderzoeken.

Mijn laatste motivatie om voor een kwalitatief onderzoek te kiezen, is dat het beter bij mij past. Ik houd van onderzoek doen, informatie verzamelen en veel lezen over bepaalde onderwerpen. Daarnaast was dit een kans om mensen te kunnen interviewen die echt verstand hebben van mijn onderwerp. Deze kennis gaf mij nieuwe inzichten die zorgden voor diepgang in mijn scriptie.

Opzet van de scriptie

Aanleiding, probleemstelling en toelichting

In dit gedeelte staan de aanleiding voor mijn onderzoek, de probleemstelling/hoofdvraag en de deelvragen die ik deze scriptie wil beantwoorden. Daarnaast beschrijf waarom ik voor deze hoofdvraag heb ik gekozen.

Methodologische verantwoording

Hier vindt u terug wat voor een onderzoek ik heb gedaan en waarom ik heb gekozen voor een kwalitatief onderzoek.

Hoofdstuk 1

Dit hoofdstuk gaat over de rol van de journalist, zowel vroeger als in de huidige maatschappij. Ook gaat het over de waarden van de journalist en de geschiedenis van de journalistiek.

Hoofdstuk 2

Dit hoofdstuk gaat over constructieve journalistiek, hoe het is ontstaan, hoe het werkt en wat het verschil is met 'gewone' journalistiek. Ook is er aandacht voor initiatieven die zich al bezighouden met constructieve journalistiek en voor de nadelen van deze nieuwe vorm van journalistiek.

Hoofdstuk 3

Dit hoofdstuk gaat over de dagbladlezer. Ik kijk naar wat de lezer leest, hoe hij dit nieuws tot zich neemt en wat hij zoekt in een dagblad. Ook is er aandacht voor de (onbewuste) invloed van het nieuws en de invloed van andere factoren op zijn leesgedrag.

Hoofdstuk 4

Dit hoofdstuk gaat over de effecten van de constructieve journalistiek. Er komen verschillende onderzoeken aan bod die laten zien wat constructief nieuws met de lezer doet.

Hoofdstuk 5

In dit hoofdstuk staan per interviewvraag de antwoorden van de geïnterviewden. De antwoorden zijn gebundeld per vraag zodat er een duidelijk overzicht is van de verschillende of overeenkomstige meningen.

Hoofdstuk 6

Dit hoofdstuk is de conclusie. Deskresearch en fieldresearch komen in dit hoofdstuk samen en zorgen voor een mix tussen theorie- en praktijkkennis. Hierin staan ook de antwoorden op deelvragen en de hoofdvraag.

Nawoord

Literatuurlijst en bijlagen

De bijlagen bestaan uit de volledig uitgewerkte interviews met de zeven geïnterviewden.

Hoofdstuk 1. De rol van de journalist

Hoe is het nu ooit begonnen, wie was de journalist in het begin, wat is zijn klassieke rol? Een lange, mokkaleurige jas, een hoed met een kaartje met 'pers' erop, dat is vaak het klassieke beeld van een journalist. De journalist zoals hij hoort te zijn: een nieuwsgierige, intelligente man, die kranten vult zonder al te veel gek te doen. Dit eerste hoofdstuk geeft in vogelvlucht de geschiedenis van de Nederlandse journalist weer. Wat waren zijn kernwaarden, maar ook wat zijn de kernwaarden van de journalist anno nu? Dit komt vooral in de tweede paragraaf aan bod, waarin er ook aandacht is voor de gemiddelde Nederlandse journalist en zijn rol in onze steeds veranderende maatschappij.

P1.1 Er was eens... een journalist

Over zijn klassieke rol

Welke rol hoort de journalist aan te nemen? Daar zijn de meningen nogal over verdeeld. De journalist moet een waakhond van de democratie zijn, de journalist is verantwoordelijk voor wat de burger te zien krijgt, de journalist moet in Amsterdam Zuid in de bosjes liggen om BN'ers in de gaten te houden. De journalist moet het in ieder geval precies goed doen. In de praktijk is het anders, de journalist is regelmatig meer een schoothond, laat nieuws zien, maar laat ook een hoop weg. Hij maakt berichten over een aangespoelde bultrugwalvis terwijl er in Noord-Oeganda veel ergere dingen aan de hand zijn.

Om uiteindelijk uit te komen waar de journalistiek nu is, is het handig om te kijken naar de geschiedenis van de Nederlandse pers. Jo Bardoel en Huub Wijffjes verdelen in hun boek, *Journalistieke cultuur in Nederland*, de journalistiek in vier periodes. De eerste periode noemen zij de opbouwperiode. "De opbouwperiode rond een professionele standaard (1850-1918) waarin de al langer bestaande pers dankzij de technologie van de industriële revolutie uitgroeit tot een massamedium en de journalistiek tot afzonderlijke beroepsgroep." (Bardoel, 2015, p. 14)

Halverwege de negentiende eeuw werd de journalistiek als beroep gedefinieerd. Dit had als gevolg dat er professionele opvattingen kwamen over de rol van journalist. In die tijd domineerden er liberale voortgangsideeën over de pers. De journalistiek werd gezien als vierde stand, met een eigen taak om de politiek en de actualiteit te volgen. Dit alles moest zo *onbevangen en onpartijdig* mogelijk gebeuren, zodat een actief burgerschap van de lezers werd bevorderd.

In deze tijd stonden de Franse en de Angelsaksische benadering tegenover elkaar. "Aan de ene kant waren er journalisten die de Franse benadering kozen en de journalist vooral zagen als een quasi-literaire en sterk gepolitiseerde vorm van burgerschap die in de grote politieke pluriformiteit en in verschillende narratieve stijlen moest kunnen worden bedreven. Deze opvatting botste gaandeweg meer en meer met de Angelsaksische benadering, die als gevolg van de opmars van de massapers rond 1900 dominant werd. Hierin stond weliswaar ook een kritische benadering van de politiek centraal, maar daarbij werden de opvattingen en smaak van het publiek in hoge mate richtinggevend voor de manier waarop media inhoud en vorm kregen." (Bardoel, 2015, pp. 14-15)

Ondanks deze twee botsende stromingen waren er duidelijke en overeenkomstige opvattingen uit beide benaderingen. Dit waren transparante routines en afspraken bij het garen, selecteren, presenteren en duiden van het nieuws. Met als belangrijkste doel, *het achterhalen van de waarheid* in dienst van het publieke belang.

Hieruit ontstonden ook praktijken als hoor- en wederhoor, het checken van feiten, het scheiden van nieuws en commentaar, het bewaren van afstand tot bronnen en het schrijven in gestandaardiseerde vormen, zoals bijvoorbeeld de omgekeerde piramide. Deze routines werden in bijna elk journalistiek genre leidend en namen hun plaats in als journalistieke kernwaarden. Wel verschilde de invulling van deze waarden sterk bij verschillende media.

De hierop volgende periode is de politiek-maatschappelijke periode, die duurde van 1918 tot 1960. “Deze periode had een sterk maatschappelijke oriëntatie en afhankelijkheid waarin de journalistiek vooral spreekbuis is van politiek-maatschappelijke emancipatiebewegingen gekoppeld aan de verzuiling, en waaraan *een sterk sociale verantwoordelijke houding* is verbonden.” (Bardoel, 2015, p. 14)

Na de Eerste Wereldoorlog kwam een groot deel van de Nederlandse pers onder invloed van politiek-maatschappelijke groepen. Zij wilden de mediamacht inzetten voor hun eigen doeleinden. Zo kwam het dat veel journalistieke producten uit deze tijd sterk gebonden waren aan politieke, maatschappelijke en religieuze belangen en identiteiten. Deze externe sturing begon al in de negentiende eeuw, door de verzuiling, maar werd versterkt door de Eerste Wereldoorlog. De oorlog versterkte het besef van grote verantwoordelijkheid en beheersing in de journalistiek.

Na de Tweede Wereldoorlog werd dit besef nog sterker en het werd expliciet benoemd met termen als ‘sociale verantwoordelijkheid’. “Uitgangspunt van het concept sociale verantwoordelijkheid was, dat wat media rapporteerden de samenleving ten goede moest komen. Onder acceptatie van de grote pluriformiteit die in Nederland nu eenmaal bestond, was het leidende principe dat kritiek boven alles opbouwend moest zijn en dat er ook respect moest bestaan voor de zware taak die andere maatschappelijke groepen uitoefenden. In Nederland dwongen hoofdredacteurs dit verantwoordelijkheidsbesef van bovenaf bij hun redactie af. ... Vanuit de journalistieke beroepsgroep ontstond zo een hooggestemd ethisch besef dat een morele rem zette op al te grote nieuwsgierigheid en sensationele verslaggeving.” (Bardoel, 2015, pp. 15-17)

Met het begin van de ontzuiling en de opkomst van de televisie sinds 1950, ontstaat er ook een nieuwe periode in de Nederlandse journalistiek. “De autonoom-kritische periode (1960-1989) waarin collectieve emancipatiebewegingen plaatsmaken voor individuele ontplooiing (ontzuiling) en de journalistiek een grote professionele autonomie verwerft als *onafhankelijke intermediair* (*‘waakhond’*) tussen politiek en publiek.” (Bardoel, 2015, p. 14)

“Bij deze politieke en maatschappelijke ontzuiling was de openbrekende rol van televisie evident, maar het was tevens aanwijsbaar dat de aansturing vanuit de politiek niet geheel verdween. Er groeide wel een algemene consensus in journalistieke kring dat de professie *een kritische en onafhankelijke macht in politiek en samenleving* moest zijn die in het publieke belang opereerde op basis van strikt beroepsgeoriënteerde conventies en normen.” (Bardoel, 2015, p. 17) Het symbool van deze kritische en onafhankelijke journalistiek was de overbekende Watergate-affaire in 1974. De oude waarden als *nieuwsgerichtheid, betrouwbaarheid, objectiviteit en sociale verantwoordelijkheid* werden opnieuw gangbaar. Sociale verantwoordelijkheid toonden journalisten vooral tegenover het publiek en de burger, die zij wilden bedienen en bewegen tot politieke participatie.

“Het zinnebeeld van kwaliteit in de journalistiek werd de autonoom opererende journalist die met een kritisch-assertieve houding en met inzet van gedurfde onderzoekstechnieken het publieke belang verdedigde en de mondigheid van het publiek stimuleerde en vertolkte. Deze eigenschappen werden onontbeerlijk geacht voor elke journalist, ook voor hen die voor een gestaag groeiende stroom van populaire media werkten.” (Bardoel, 2015, p. 18)

Ook kwam er een besef dat de journalistiek publieksgericht moest blijven en dat de drempel voor de lezer zo laag mogelijk moest zijn. Zo kwam er in kranten en tijdschriften meer ruimte voor beeld, human interest en service-informatie. Vaak wordt er positief op deze periode in de journalistiek teruggekeken, dit komt vooral omdat men de voortgang van de politiek en maatschappij mede kon bepalen of in elk geval bewaken.

De periode waarin we ons nu bevinden, wordt door Jo Bardoel en Huub Wijfjes de markt- en publieksgerichte periode genoemd. Deze fase begon in 1989 en kenmerkt zich door nieuwe netwerken en technologische convergentie waardoor de aanbiedersmarkt omslaat in een vragersmarkt. De journalist moet zich een plek verwerven door nieuwe bemiddelingspraktijken en verdienmodellen. Over de huidige rol van de journalist leest u meer in de volgende paragraaf.

Opvallend is dat als we uit deze beknopte geschiedenis de journalistieke kernwaarden halen, deze ondanks alle veranderingen door de tijd heen, eigenlijk precies hetzelfde zijn gebleven. De kernwaarden zijn naar mijn bevinding: waarheid, nieuwsgerichtheid, betrouwbaarheid en sociale verantwoordelijkheid. Deze waarden komen ook in andere bewoordingen steeds in de journalistieke geschiedenis terug. Bijvoorbeeld in de woorden: onbevangen en onpartijdig, onafhankelijke intermediair, kritische en onafhankelijke macht in de politiek en samenleving en het achterhalen van de waarheid.

Ook in de andere literatuur komen deze kernwaarden naar voren, zoals in het boek *Nederlandse journalisten houden niet van journalistiek* van Jan Blokker. “Waarheid, geloofwaardigheid en betrouwbaarheid – die drie deugden zouden niet voor niets de sleutelbegrippen worden waarmee de journalistiek zich in de loop van de negentiende eeuw als een salonfähig (geaccepteerd) beroep wilde laten kennen. En van die drie was waarheid de belangrijkste.” (Blokker, 2010, p. 11)

“De klassieke journalist deed z’n best om een zo getrouw, evenwichtig en eerlijk beeld te schetsen van wat er gebeurt. Ook als er meer mis gaat dan iedereen lief is, blijft er het permanente streven naar onpartijdigheid. Als een norm, als een toets.” (Schinkelshoek, 2009)

Bart Brouwers beschrijft het in zijn boek *Na de deadline*, als volgt: “Vroeger... zorgde een goed betaalde journalist dagelijks voor exclusief nieuws, ... verdrongen de adverteerders zich om daar tegen grof geld op mee te liften, ... nam een uitgever de verspreider daarvan voor zijn rekening, ... snapte iedere lezer, kijker en luisteraar, dat hij daarvoor een rekening kreeg.” (Brouwers, 2013, p. 17) Hieruit kunnen we concluderen dat de journalist in de beginjaren een veilige en beschermde baan had. De journalist kon schrijven, selecteren en publiceren, de lezer wilde nieuws lezen en was bereid daarvoor te betalen. Vraag en aanbod waren beide op orde.

Ik denk dat deze kernwaarden ook allesbepalend zijn voor de klassieke rol van de journalist. De journalist hoort zich bezig te houden met waarheid, het nieuws en moet dit doen op een betrouwbare en onafhankelijke manier met besef van zijn sociale verantwoordelijkheid.

In elke vorm van journalistiek zijn deze waarden belangrijk en nodig. Toch zijn deze klassieke waarden niet genoeg voor een veilig voortbestaan van de journalistiek, in een steeds veranderende wereld is namelijk meer nodig. Dit komt in de volgende paragraaf aan de orde.

P1.2 De journalist 2.0

Over journalisten anno nu

Ten eerste is het wel interessant om te weten wie de gemiddelde Nederlandse journalist eigenlijk is. Liesbeth Hermans, Maurice Vergeer en Alexander Pleijter hielden in 2010 een enquête onder 1016 journalisten die lid zijn van de NVJ. Door middel van dat onderzoek schetsten ze een profiel van de gemiddelde Nederlandse journalist anno 2010. Al is dit onderzoek inmiddels vijf jaar oud, toch wil ik het meenemen in deze scriptie omdat ik denk dat het nog redelijk actueel is. De gemiddelde Nederlandse journalist was toen 50 en kan dus nu, vijf jaar later, nog prima aan het werk zijn.

“De Nederlandse journalist is Peter, een man van 50 jaar met een journalistieke opleiding op hbo-niveau. Hij werkt voor een papieren medium, inmiddels al zo’n 25 jaar. Dat heeft hem een vast dienstverband opgeleverd; iets wat in deze tijd zeker niet vanzelfsprekend is, want tegenwoordig werkt bijna de helft van de journalisten op freelancebasis. De afgelopen jaren zag hij steeds meer vrouwen hun opwachting maken op de redactie, vaak dames met een academische opleiding. Dat is sowieso een trend: steeds meer van zijn jonge collega’s hebben een academische graad. Wat in elk geval niet veranderd is, is de politieke oriëntatie van zijn collega’s, die is nog altijd vrij links.” (Hermans, Pleijter, & Vergeer, 2012)

Uit de enquête blijkt dat de gemiddelde journalist hecht aan klassieke journalistiek waarden. Vooral onafhankelijkheid wordt belangrijk gevonden. Je niet laten leiden door druk van de overheid, politieke partijen, bedrijven of wat dan ook. “De journalist moet geheel naar eigen inzicht tot een oordeel komen van wat zich afspeelt in de wereld. En hij moet daar op objectieve en neutrale wijze verslag van uitbrengen, daar hecht hij aan. Wederhoor en het checken van informatie acht hij dan ook nog altijd van groot belang is.” (Hermans, Pleijter, & Vergeer, 2012)

Verder blijkt uit het onderzoek dat hij de journalistieke principes erg belangrijk vindt en het goed vindt dat die worden vastgelegd in een journalistieke gedragscode. Journalistieke ethiek wordt wat minder zwart-wit gezien. Of iets wel of niet mag hangt af van de situatie. Als iets van maatschappelijk belang is, is er toch iets meer mogelijk. Wel is hij in alle gevallen tegen het beschamen van vertrouwen van mensen die hem als journalist iets hebben toevertrouwd. Bronnen en het publiek moeten een journalist wel kunnen vertrouwen, is de mening van de gemiddelde Nederlandse journalist.

Ook in de journalistieke bijbel, *The Elements of Journalism*, komt naar voren hoe belangrijk waarheid is voor de journalistiek. “In long interviews with our university research partners, journalists from both old and new media similarly volunteered “truth” overwhelmingly as a primary mission. In forums, even ideological journalists gave the same answer.” (Kovach & Rosenstiel, 2014, p. 50)

Uit het onderzoek van Hermans, Pleijter en Vergeer en de literatuur uit de vorige paragraaf kan worden geconcludeerd dat de waarden binnen de journalistiek grotendeels gelijk zijn gebleven, maar dat de rol van de journalist veranderd is. De journalist is namelijk niet meer alleen zender.

Iedere Nederlander is zender geworden en is er een overvloed aan informatie. De journalist krijgt steeds meer een aanvullende en verdiepende rol.

Wat de journalist nu te doen staat, wordt kernachtig beschreven door Bart Brouwers. “Journalisten zijn waarheidsvinders die op zoek moeten naar een nieuwe manier van werken. De grote redacties waarbinnen ze veilig opereerden, verdwijnen of verkleinen. De journalist is, alleen of in wisselende samenwerkingsverbanden, zelfstandig verantwoordelijk voor de creatie van een vervangende ordening. Een pure journalist legt zichzelf een taak op als dienaar van een goed geïnformeerde maatschappij. Niet langer is de journalist de vervaardiger van ‘The first rough draft of history’, die rol is immers overgenomen door de vuller van Twitter, Reddit en Facebook. Des te belangrijker is het dat de journalist prat kan gaan op de ‘eerste betrouwbare versie van de geschiedenis’. Zelfs als dat feitelijk de tweede is.” (Brouwers, 2013, p. 57)

Met het internet vol verhalen, meningen en verzinsels en nieuws dat via onofficiële nieuwskanalen de burger snel bereikt, is het belangrijk dat de journalist iets brengt wat niet iedereen kan. Verdieping, onderzoek, achtergrondinformatie en analyses. Ik denk dat de rol van de huidige journalist vooral daarin gelegen is. Jeroen Smit, hoogleraar Journalistiek zegt het als volgt: “Commentaren zijn een niet onmisbare toegift. Iets anders zijn de analyses die het nieuws kunnen verhelderen en zelfs onmisbaarder worden naarmate het nieuws de lezer eerder heeft bereikt dan de krant bij hen in de bus valt, maar analyses vereisen de nodige kennis wat met het commentaar niet het geval hoeft te zijn. Waarom het gaat is niet de lezer te bekeren, maar hem ten dienste te zijn.” (Brouwers, 2013, p. 62) De analyses met meer onderzoek en specifieke kennis zie je bijvoorbeeld terug bij de Correspondent.

Bart Brouwers heeft in zijn boek een balans opgemaakt die ik graag opneem in mijn scriptie. Op deze manier zet hij kernachtig neer wat de rol is van de huidige journalist.

- Het gaat niet alleen om het publiceren zelf, maar ook om het verzamelen van gegevens. Een journalist doet dus zowel het onderzoek als de verwerking daarvan.
- Om een journalist van een historicus te kunnen onderscheiden, is diens speelveld beperkt tot de actualiteit. De beschreven onderwerpen moeten dus enigszins recent zijn om journalistiek relevant te kunnen zijn.
- Journalisten kunnen zich richten tot een bepaalde doelgroep, maar dat hoeven ze niet. Wel moet het gaan om een groot publiek.
- Het algemeen belang moet worden gediend: het gaat dus om het onderzoeken en publiceren van maatschappelijk relevante feiten, niet om trivia.
- De journalistiek controleert de machthebbers en ontmaskert hen als ze die macht misbruiken.
- Een journalist ‘bewerkt’ de gegevens die hij gevonden heeft. Dit is nodig omdat de gegevens zelf zonder zo’n bewerking vaak niet te begrijpen zijn. Dit is het element van uitleg, duiding.
- Feiten en de analyse daarvan vormen de kern voor een journalist; de commentaren daaromheen op zijn best de tweede laag.
- Het gaat om ‘nieuws’: dat wat – meestal in negatieve zin – afwijkt van het normale, het bekende.

(Brouwers, 2013, p. 64)

De definitie die hier het beste bij past is die uit *The Elements of Journalism*. “The central purpose of journalist is to provide citizens with accurate and reliable information they need to function in a free society.” (Kovach & Rosenstiel, 2014) Het feit dat de toekomst van de journalistiek vooral gelegen is in het verdiepen en analyseren van het nieuws, pleit voor het toepassen constructieve journalistiek. De journalistiek is meer dan alleen het brengen van (slecht) nieuws. Over de toepassing van constructieve journalistiek meer in hoofdstuk twee.

Hoofdstuk 2. Wat is constructieve journalistiek?

Gaat constructieve journalistiek (cojo) over schattige konijnen en de leukste koffietentjes? Dat is vaak het eerste waar mensen aan denken bij positiever nieuws. In dit hoofdstuk kijken we door wie constructieve journalistiek bedacht is en hoe het werkt. Dit komt aan de orde in de eerste paragraaf. Vervolgens laat ik verschil zien tussen 'normale' en constructieve journalistiek. In paragraaf drie bekijken we of het idee van positiever nieuws wel zo nieuw is en komen er ook eerdere initiatieven aan bod. Paragraaf vier gaat over bestaande initiatieven op het gebied van constructieve journalistiek, zodat u een beeld krijgt van de praktijk. Dit hoofdstuk eindigt met een kritische blik in paragraaf vijf. Want ook de nadelen en gevaren van deze nieuwe vorm van journalistiek verdienen de aandacht.

P2.1 Journalistiek & Positieve psychologie

Over het ontstaan en de toepassing van cojo

Het waren de dagen van de massale huisonteigeningen en grote bezuinigingen in Amerika. De Amerikacorrespondent van het Deense radionieuws wist al snel wat de boodschap van haar item zou worden: 'Dit is het lot dat steeds meer Amerikanen treft.' Ze zou met dakloze Amerikanen gaan spreken en laten zien wat de impact was van de bankencrisis. Maar tijdens het interview stelde ze opeens andere vragen dan dat ze normaal deed: Wat heb je gedaan om verder te komen in het leven? Wie hebben je daarbij geholpen? Wat heb je geleerd van de ervaring dakloos te worden? Wat heb je nodig om jouw problemen op te lossen?

Toen ze later haar verhaal uitwerkte, was ze verbaasd over toon de van het artikel. "Ik kwam om een verhaal te halen over hopeloosheid en verlies, maar kwam terug met een verhaal waarin nog steeds de feiten op een rij werden gezet, maar dat toch een geheel andere toon had. Hier was een vrouw aan het woord die vertelde over de oplossingen die ze voor zich zag, in plaats van over haar problemen." vertelt ze in haar boek *From mirrors to movers*.

Deze Amerikacorrespondent was Cathrine Gyldensted, journalist en onderzoeker. Zij is degene die constructieve journalistiek het licht liet zien. Ze was geïnspireerd door de positieve psychologie en van daaruit ontstond deze nieuwe vorm van journalistiek. Gyldensted: "Ik ontdekte dat als je elementen uit de positieve psychologie toepast in hoe je als journalist de wereld benadert, er een hoopvoller en completer verhaal ontstaat." (Genugten, Journalisten redden de wereld, 2015)

Positieve psychologie

De positieve psychologie is sinds 1998 een snelgroeïende stroming in de psychologie, die gericht is op veerkracht, optimaal functioneren en positieve gezondheid. Het legt de nadruk op mogelijkheden, in plaats van onmogelijkheden. Positief psychologen doen bijvoorbeeld onderzoek naar omstandigheden waarin mensen tot bloei komen en die het welbevinden van de mens bevorderen.

Constructieve journalistiek is gebaseerd op vijf elementen uit de positieve psychologie: positieve emoties, betrokkenheid, relaties, betekenis en vervulling. Gyldensted heeft deze elementen vereenvoudigd om als kader te kunnen gebruiken bij het schrijven van een constructief artikel. Dit kader is gebaseerd op het werk van Martin Seligman, directeur of the Positive Psychology Center van de universiteit van Pennsylvania.

Het kader is gemakkelijk te onthouden aan het woord PERMA, zo kun je het *permanent* toepassen. In het onderstaande kader zijn de vragen die je bij deze vijf elementen kunt stellen cursief gemaakt.

P – Positive emotions (Positieve emoties)

Numerous and sophisticated. Happiness and satisfaction are well-known examples of positive emotions, but this also includes more nuanced feelings like gratitude, trust, hope and respect.

Who is hopeful? Who is grateful? Who has solved a problem? How will this benefit XX going forward?

E – Engagement (Betrokkenheid)

Also called flow. This is the mental state of operations in which a person an activity is fully immersed in feelings of energized focus, full involvement and enjoyment.

Who is experiencing flow? Who has put in a significant effort? Who is passionate about something? Who will be engaged of benefit going forward?

R – Relationships (Relaties)

Positive, constructive and close relationships. They exist in relation to family and friends as wel as in a professional context.

Who helped? Who has been brought together? Who can be brought together? Where can you find helpful examples of cooperation? Where have closer ties been established? Where is there potential for future closer ties?

M – Meaning (Betekenis)

Experiencing meaning in life is, in essence, related to attaching oneself to something larger than oneself. It instills the sense that there is a larger purpose to life, and being a part of that confers meaning.

Who is wiser now? What did they learn? What is the inspiration for the others? What is the meaning? What is the higher purpose? What will be the higher meaning?

A – Accomplishment (Vervulling)

To reach a goal you have set for yourself.

What did it take? What was overcome? What was achieved? What will be achieved?

(Gyldensted, From mirrors to movers: Five elements of Positive psychology in constructieve journalism , 2015, pp. 826-844)

Door deze positieve elementen in je artikel te verwerken, ontstaat er een ander artikel over hetzelfde onderwerp. Het is niet de bedoeling dat journalistieke kernwaarden zoals: waarheid, nieuwsgierigheid, betrouwbaarheid en sociale verantwoordelijkheid daarbij verloren gaan.

Gyldensted zegt het in een artikel op The Guardian als volgt: “We improve our interview technique by still asking the usual questions that investigate hardship, uncover corruption and mismanagement, but we also ask our interviewees what is going well, because this encourages collaboration and focuses on solutions. It’s about moving from being critical with a negative mindset to being critical with a constructive mindset.” (Gyldensted, How journalists could be more constructive – and boost audiences, 2014) Samengevat gaat het erom dat je kritisch bent, maar met een positieve insteek. Meer hierover leest u in de volgende paragraaf.

P2.2 Wat nu?

Over het verschil tussen ‘normale’ en constructieve journalistiek

Wie, wat, waar, wanneer en waarom, de vijf journalistieke vragen die je in elk nieuwsbericht kunt verwerken. In de constructieve journalistiek is er één aan toegevoegd: wat nu. En dat denk je dan niet nadat je het bericht hebt gelezen als lezer, maar dat bedenkt de journalist voor jou terwijl hij het bericht schrijft. Jij blijft niet achter met het ‘wat nu-gevoel’, maar het antwoord op ‘wat nu’ wordt verwerkt in het bericht. Dit is een van de grote verschillen tussen normale en constructieve journalistiek. Constructieve journalist is oplossingsgericht, positief en wil een completer beeld schetsen van het nieuws.

De definitie die het Constructive Journalism Project aanhoudt, is: “Constructieve journalistiek is een zeer grondige, aangrijpende manier van verslaggeving, die het publiek in staat stelt om constructief te reageren. Het geeft een completer beeld van de werkelijkheid, zonder journalistieke basisprincipes tekort te doen.” (Constructive Journalism Project)

Catherine Gyldensted schrijft in haar boek *From mirrors to movers*, dat ze vindt dat de journalistiek teveel gefocust is op het verleden en deels op het heden, maar dat er weinig aandacht is voor de toekomst. “If we do not facilitate an exchange of ideas and viewpoints which looks to the future, having societal positive visions at its heart, then decision makers risk becoming lazy thinkers with a detrimental consequence to society. What we focus on, we get more of.” (Gyldensted, *From mirrors to movers: Five elements of Positive psychology in constructive journalism*, 2015, p. 1845) Gyldensteds redenering komt een tikje overdreven over. Het nieuws is al jarenlang overwegend negatief en het lijkt er niet op dat dat op maatschappijniveau grote negatieve gevolgen heeft. Als we doorgaan zoals nu (in de journalistiek) betekent dat niet het einde van de journalistiek of de maatschappij. Anderzijds lijkt het mij wel beter om in nieuwsberichten meer te focussen op het positieve, omdat dat voor het individu (onbewuste) positieve gevolgen heeft. Hierover meer in hoofdstuk drie.

Belangrijk om te weten is dat constructieve journalistiek geen ander nieuws brengt dan de normale journalistiek. Het is hetzelfde nieuws, maar anders geschreven en met meer focus op positieve elementen. Het is niet onkritisch, soft of overdreven blij. Het Constructive Journalism Project verwoordt het heel treffend. “Constructive journalism is critical, but with a constructive rather than a negative mindset. It can hold power to account in an additional way by fostering conversation, collaboration, consensus building and challenging power to be proactive in providing solutions. It also illuminates how not only those in power are having, or can have, an impact. Constructive journalism strengthens journalism’s commitment to the truth, by helping provide a fuller picture of reality, and it strengthens journalism’s ethic of minimizing harm by reporting in a way that is more conscious of how information might impact individuals and society.” (Constructive Journalism Project)

Constructieve journalistiek is overigens niet hetzelfde als positieve journalistiek. Positieve journalistiek heeft een sterke positieve, emotionele waarde, maar heeft geen of minder maatschappelijke betekenis. Ze streeft niet naar de kernfuncties van de journalistiek, zoals het zijn van een waakhond of het publiek informeren over potentiële gevaren. Bij constructieve journalistiek zijn de verhalen juist wel van waarde voor de maatschappij, daarnaast wordt er veel waarde gehecht aan de journalistieke kernfuncties.

P2.3 Tegen de stroom in

Over initiatieven van voor de constructieve journalistiek

Helemaal nieuw zijn de ideeën van Gyldensted zeker niet. In Noord-Amerika werd er jaren geleden al een debat gevoerd over de rol van de journalistiek in een sterk veranderende samenleving. “Niet alleen in New York, Washington of San Francisco met grote, toonaangevende bladen, maar ook in Vancouver, in het westen van Canada. Daar runt de van oorsprong Amerikaanse journalist David Beers een zeer succes webmagazine, *The Tyee*. Zijn geheim: uitstekende, doorwrochte onderzoeksjournalistiek, gepaard aan heldere keuzes rond thema’s die de lezers in het hart treffen. Op die manier geeft Beers een vernieuwde invulling aan het belang van serieus, betrouwbaar nieuws voor de samenleving.” (Ziel, 2011, p. 17) Leuk om te weten is dat de *tyee* een speciaal type zalm uit West-Canada is, die tegen de stroom in zijn eigen koers zwemt.

Beers in het boek *Een goed verhaal*: “We merken dat mensen het nieuws vanuit een ander perspectief erg waarderen. De journalistiek heeft vanouds de taak een publiek discours te stimuleren opdat de samenleving met oplossingen komt.” (Ziel, 2011, p. 20) Met de deze zinnen legde Beers misschien wel de basis voor het gedachtegoed van constructieve journalistiek. Het doel van *cojo* is namelijk om mensen niet te overspoelen met het nieuws en zich machteloos te laten voelen, maar om ze te stimuleren om dingen beter te maken en iets te doen.

The Tyee brak door in de zomer van 2005 met een verhalenserie over de herkomst van het dagelijks eten van een Canadees. “*The Tyee* richt zich op burgers die bewust leven, die zich sterk betrokken voelen bij maatschappelijke problemen en die een actieve bijdrage willen leveren aan een betere leefomgeving, dichtbij en veraf. Ze zijn relatief hoog opgeleid, geïnteresseerd in ethiek en moraal, kopen bij voorkeur fairtrade-producten, en doneren meer dan gemiddeld aan non-profitorganisaties.” (Ziel, 2011, p. 27)

Het lijkt erop dat het lezerspubliek van *De Correspondent* veel weg heeft van deze kenmerken, (meer hierover in paragraaf 3.2). Misschien zijn dit niet per se de mensen die de redactie wil bereiken, maar het zullen waarschijnlijk wel de mensen zijn die ze bereiken. Waarschijnlijk geeft dit ook wel deels aan welke mensen het meest geïnteresseerd zullen zijn in constructieve journalistiek. *Cojo* is namelijk nieuws waar je iets mee moet, het is geen ‘fastfood’. Je moet erop kauwen en langer over nadenken dan over een kort berichtje van Nu.nl.

Nederlandse initiatieven

Ook op Nederlandse bodem zijn er al vaker initiatieven geweest die wat weg hebben van de constructieve journalistiek. Op internet is hier vaak weinig over te vinden, omdat het geen ‘officiële’ stromingen zijn geweest. De meest bekende is de tijd van de activistische of de geëngageerde journalistiek uit de jaren zeventig.

Bardoel schaaft deze stroming onder de autonoom-kritische periode, waarover meer in paragraaf 1.1. Hoe het eraan toe ging, kun je nog het best zien als je kijkt naar de School voor de Journalistiek in Utrecht in die tijd. De leerlingen en docenten van de School voor de Journalistiek waren voortdurend met elkaar in debat en conflict over de invulling van de opleiding. De studenten wilden medezeggenschap in de opleiding, maar wilden ook een andere maatschappij, ander onderwijs en andere journalistiek. "Een nieuwe journalistiek moest zelf op zoek naar de werkelijkheid zoals die door de machten in maatschappij en politiek verborgen werden gehouden. Een journalist streefde bewustwording en confrontatie na, volgde daartoe kritisch ontwikkelingen en probeerde opvattingen van gewone mensen voor het voetlicht te brengen." (Wijffjes, 2004, p. 356)

"In het schooljaar 1968/1969 dwongen leerlingen en kritische docenten steeds meer onderwijsvormen af die ze beter vonden passen in het nieuwe schoolklimaat. Lessen werden aangeboden, maar deelname was facultatief. Naast de klassieke vakken kwamen steeds meer nieuwe vakken waarvan de bedoeling lang niet altijd tevoren duidelijk was geëxpliciteerd." (Wijffjes, 2004, p. 357)

Uiteindelijk liepen alle vernieuwende ideeën met een sisser af. In 1971 liet de minister weten dat hij niet akkoord kon gaan met zo'n vrijblijvend leerplan. De chaos op de school bleef nog wel een tijdje, maar werd naar verloop van tijd steeds minder.

"De affaires rond de School voor de Journalistiek tonen aan dat radicalisme en kritische onafhankelijkheid weliswaar in de journalistiek waren doorgedrongen, maar dat een belangrijke bovenstroom bleef bestaan uit journalisten die gewoon hun werk deden en niet meegesleept werden door hemelbestormende opvattingen. Acties en beweringen van geëngageerden spraken ongetwijfeld tot de verbeelding en brachten talloze pennen en fora in beroering, maar de meeste journalisten pasten hun gedrag en opvattingen niet zo radicaal aan als wel wordt verondersteld." (Wijffjes, 2004, p. 363)

Een andere belangrijke naam binnen de constructieve journalistiek is Bas Mesters, journalist en cultuurhistoricus, daarnaast is hij directeur van het Expertisecentrum Journalistiek (UvA) en leidt hij de opleiding Journalistiek van Hogeschool Windesheim. Eind 2010 richtte hij One11 op, een website over mensen die hun handen uit de mouwen steken, problemen willen oplossen en niet mee gaan in de grote stroom. "Goede mensen die hun omgeving inspireren. Mensen die het verschil willen maken. Mensen die niet breken maar bouwen. Mensen die je als journalist onderweg wel eens tegenkomt, maar nooit geheel in het zonnetje zet (Mesters, 2010)." (Ziel, 2011, p. 89) One11.nl was een project voor slechts een half jaar. De site is nog wel online en de verhalen zijn nog te lezen.

Mesters is ook gene die als eerste aan de vijf w's 'wat nu' toevoegde. "We laten de realiteit zien over de schouders van de bouwer, we laten de barrières zien waarop hij stuit, zijn twijfel, maar ook zijn volharding. Gewoon, omdat we niet alleen het leven en de samenleving kritisch volgen, maar ook willen laten zien dat we zo nu en dan verrast zijn door de manier waarop mensen tegen de mainstream in doorknoken en antwoord zoeken op de vraag: wat nu?" (Ziel, 2011, p. 90)

"Journalisten die alleen maar laten zien hoe slecht de wereld in elkaar zit, bedrijven slechte journalistiek, vindt Mesters (2011). Er gebeuren namelijk ook goede dingen en die moet je ook noemen. Hij wil het anders: wél de slechte dingen beschrijven, maar dan door de ogen van mensen die er iets aan proberen te doen. 'Het is dus journalistiek over wat er gisteren gebeurde, over wat er vandaag gebeurt, maar ook over wat er in de toekomst kan gaan veranderen.' De journalistiek blijft kritisch, maar ook meer betrokken dan voorheen, in de wetenschap dat de nieuwsmedia een belangrijke rol in de samenleving spelen. Door deze mensen een stem te geven brengt hij meer balans in de nieuwsberichtgeving. Wie zo zijn verantwoordelijkheid neemt, brengt meer hoop in deze wereld." (Ziel, 2011, p. 90)

P2.4 The early birds

De eerste initiatieven op het gebied van cojo

De Correspondent

Het succes van Rob Wijnberg en co is inmiddels ook doorgedrongen in Denemarken. Als je het boek van Gyldensted leest, zou je bijna een geheime samenwerking tussen haar en De Correspondent vermoeden, ze doen het namelijk heel goed op het gebied van constructieve journalistiek. In hoofdstuk twee van haar boek *From Mirrors to Movers* interviewt ze Rob Wijnberg en Karel Smouter en vertelt uitgebreid over De Correspondent. Andersom besteedt De Correspondent ook aandacht aan haar: "Wie is deze vrouw en waarom moet je haar kennen?" schrijft Karel Smouter in zijn artikel *Het nieuws is pathologisch pessimistisch*. (Smouter, 2015) Onderaan dit artikel wordt natuurlijk het nieuwste boek van Gyldensted aangeprezen.

In zijn artikel noemt Smouter een paar voorbeelden van cojo binnen De Correspondent.

"We vroegen David Van Reybrouck elke week een ode aan 'iets, iemand of ergens' te schrijven. 'Omdat journalistiek naast kritisch ook lyrisch moet durven zijn.' Steeds meer journalisten - ook wij bij De Correspondent - zijn daarmee aan het experimenteren.

We sluiten onze journalistieke zoektochten tegenwoordig stelselmatig af met suggesties voor hoe het ook, beter of anders kan. Terugkeerbeleid, gasrepubliek Groningen, Fort Europa, de zorg en het vmbo passeerden zo de revue. Ook het museum van de toekomst werd verkend.

Ook in onze buitenlandberichtgeving zoeken we naar onverwachte perspectieven. We schreven over Mexicanen die hun eigen mobiele netwerk aanleggen, burgerinspecteurs die de visstand op peil willen houden, het onverwachte recept tegen ontbossing of EU-beleid dat - het kan - wel werkt." (Smouter, 2015)

Dit zijn duidelijke voorbeelden van constructieve journalistiek, maar ook in de andere berichtgeving van De Correspondent zijn veel constructieve elementen terug te vinden. "We have identified new domains to cover and assigned them to some of our reporters. Our constructive correspondent Thalia Verkade reports on people who try to bring about change. She currently writes on cutting-edge brain research promising to have major health outcomes. Our progress correspondent Rutger Bregmans' strength is forward thinking. He looks at how the world is involving." vertelt Smouter in een interview met Gyldensted. (Gyldensted, *From mirrors to movers: Five elements of Positive psychology in constructive journalism*, 2015, p. 442)

OneWorld

Op de website van OneWorld staat het volgende: “Als wij te veel CO2 uitstoten, hebben ze daar in Afrika last van. En als in Amerika de huizenmarkt instort, wankelen onze banken. Hoe komt dat? OneWorld brengt de rest van de wereld dichterbij. Op OneWorld.nl en in OneWorld Magazine zie je dat ons leven verbonden is met dat van mensen wereldwijd. En andersom, hoe dat wat daar gebeurt, ons hier raakt. Hoe zit die wederzijdse beïnvloeding in elkaar? Hoe kunnen we deze processen positief beïnvloeden? Wat kunnen we zelf doen?” (OneWorld, 2015)

OneWorld wordt uitgegeven door NCDO, de Nationale Commissie voor Internationale Samenwerking en Duurzame Ontwikkeling. De redactie van OneWorld is onafhankelijk en werkt met een redactiestatuut. *OneWorld.nl* is onderdeel van het internationale OneWorld-netwerk. Het doel van het netwerk is om te informeren over internationale samenwerking en duurzaamheidsvraagstukken. Om handvatten en inspiratie te bieden aan geïnteresseerden die de wereld rechtvaardiger en schoner willen maken en om de discussie over deze thema's te stimuleren.

Wat is OneWorld constructief maakt, is dat ze duidelijke standpunten inneemt en mensen ook aanspoort om daarnaar te handelen. Of zoals hoofdredactrice Lonneke van Genugten het beschrijft: “We laten nog beter zien waar OneWorld voor staat: (onderzoeks)journalistiek en data, maar altijd met de mens als middelpunt en *do-it-yourself*-tips om zelf bij te dragen aan die werelddoelen.” (Genugten, Generatiekloof, 2015)

Natuurlijk wordt OneWorld vooral gelezen door mensen die geïnteresseerd zijn in duurzaamheid en internationale samenwerking. Dus dan is het ook logisch dat je wat aansporend kan schrijven. De doelgroep zal daar niet snel van schrikken en ook bereid zijn om dingen te veranderen. Daarnaast is OneWorld constructief omdat ze bezig is met oplossingen en altijd opzoek is naar positieve elementen binnen een lastige situatie. De artikelen in het magazine zijn geen objectieve beschrijving van het probleem, maar bieden perspectief en laten initiatieven zien. OneWorld is vooral realistisch. Er is veel ellende en dat wordt ook in de artikelen benoemd. Tegelijk zijn de artikelen niet somber of deprimerend van aard en bieden de oplossingen en initiatieven die óók genoemd worden hoop. “Bij ons is het glas altijd al halfvol. We kijken positief-kritisch naar menselijke pogingen om de wereld een beetje beter te maken. Daarmee waren we een vreemde eend in de journalistieke bijt.” (Genugten, Journalisten redden de wereld, 2015)

Het Journaal

Ook in buurland België wordt er al constructief aan de weg getimmerd, dit onder leiding van Björn Soenens. Inmiddels is hij al twee jaar hoofdredacteur van *Het Journaal* en sindsdien doet de nieuwsredactie van de VRT (Vlaamse Radio- en Televisieomroep) aan constructieve journalistiek.

Soenens steekt zijn mening over de media niet onder stoelen of banken, zo zegt hij: “Media focussen zo graag op de gaten in de kaas, en vergeten de rest van de kaas: de context, de normaliteit, de vooruitgang. In de media lijkt het soms alsof de wereld enkel bestaat uit oorlogen, conflicten, schurken en slachtoffers. En zo missen we veel: dalende armoede, dalend analfabetisme, groeiende rijkdom in Afrika, het verdwijnen van ziekten. We denken teveel in incidenten, te weinig in langzame trends.” (Schuijt, 2014)

De VRT wil mensen informeren, inspireren en verbinden. Zij wil de Vlamingen verrijken en de Vlaamse samenleving versterken. (VRT, 2015) Soenens wil af van het, zoals hij het zelf noemt, valse beeld van de wereld, hij vindt dat dat deprimeert en leidt tot wantrouwen. Hij ziet het als de taak van de media om het vertrouwen te herstellen en een completer beeld van de wereld te bieden, met uitvindingen en oplossingen die nu niet worden laten zien.

In een interview met NPO Radio1 zegt Soenens het als volgt: “Als de wereld een plek is van 100m², de wereld van het nieuws is 1m² waar het fout loopt. Zoek de fout, journalistiek zou zoveel meer moeten zijn dan dat, je begrijpt alleen maar wat er fout loopt als je ook eens toont wat er wel werkt.” (NPO Radio 1, 2015)

In een artikel op *deredactie.be* geeft Soenens voorbeelden van cojo binnen *Het Journaal*. “Onlangs berichtte *Het Journaal* over een conflict tussen een rolstoelgebruikster en een gemeente bij de verkiezingen. De vrouw kreeg haar rolstoel niet binnen in het stemlokaal, want de deuropening was te smal. Het leek op een zuur klagersverhaal. De reporter deed in het item aan constructieve journalistiek, bracht zelf een oplossing aan voor het probleem. Hij haalde de deur uit de hengsels, en de vrouw kon binnen. Iedereen heeft dát item onthouden, want het toonde een oplossing voor een probleem. Gezond verstand. Dát is ook constructieve journalistiek. Als iedereen bericht over IS, en niemand nog over de toestand in Syrië zelf, dan doen wij dat toch, tegen de stroom in. Ook dát is constructieve journalistiek. Als de paniek over ebola het grootst is, maken wij een item over wat je kan doen tegen ebola en geven we ook de cijfers mee over de slachtoffers van ziekten waar nooit meer over bericht wordt (malaria of tbc, want daar schrikken we niet meer van op). Ook dát is constructieve journalistiek.” (Soenens, 2014)

Concluderend zegt Soenens: “Constructieve journalistiek is de toekomst: een omslag van kritisch met een negatieve mindset, naar kritisch met een constructieve mindset. De pers moet natuurlijk de waakhond blijven, maar dan zonder oogkleppen, door méér te zien dan alleen het haar in de soep. Onze nieuwsgebruikers zullen er wel bij varen.” (Soenens, 2014)

Een mooie conclusie, maar ondertussen krijgt Soenens wel veel kritiek over zich heen. Door rechtsgeoriënteerden wordt hij ook wel een ‘linkse prutser’ genoemd. “In de kroeg ging Soenens ondertussen meer over de tong dan zijn noodlijdend journaal. Soenens', naar eigen zeggen, 'duidelijke visie over nieuws' bleek tot dusver vooral een onsamenhangend en nevelig samenraapsel van dubbelzinnige uitlatingen, afgunstige uithalen naar concurrent VTM en leugens over kijkcijfers.” (Thevissen, Achter de schermen van de constructieve journalistiek, 2015) Ook binnen de VRT-redactie is er verdeeldheid over zijn nieuwe koers. Sommige redactieleden verdedigen hem omdat hij voor vernieuwing zorgt, maar er is ook kritiek omdat het echte nieuws soms naar de achtergrond verdwijnt. En er is meer kritiek op de constructieve journalistiek. Daarover meer in de volgende en tevens laatste paragraaf van dit hoofdstuk.

P2.5 Kritische geluiden

Over kanttekeningen bij cojo

Het eerste punt van kritiek is dat constructieve journalistiek niet vreemd is van wetenschappelijke pretentie. “Om haar autoriteit te versterken verwijst de constructieve journalistieke school graag naar het feit dat haar journalistieke praktijken zijn gebaseerd op theorieën, ervaringen en experimenten uit de positieve psychologie: nochtans een gecontesteerde tak van de psychologische wetenschap, ook wel eens minachtend aangeduid als 'gelukspsychologie' of happyology. De spirituele inslag maakt trouwens dat de positieve psychologie op gespannen voet staat met onder andere de klinische psychologie, ook al omdat positieve psychologen het niet altijd even nauw nemen met de empirische fundering van hun theorieën over de heilzame effecten van positieve emoties.” (Thevisen, *There's no business like constructive journalism business*, 2015)

Daarnaast is er de enigszins verdachte echtgenoot van Gyldensted, Torsten Jansen. “Hij is een voormalig diplomaat (hoofd van de Public Affairs afdeling van de Deense ambassade in Washington) en journalist, is aandeelhouder en directeur Public Relations van LEAD Agency in Kopenhagen; een bureau gespecialiseerd in public affairs, public relations en corporate branding. Wereldwijd verricht Jansen lobbywerk voor CEO's en managers van grote ondernemingen die hij, samen met hun positieve verhalen, de media binnenloodst. Dankzij hun uitgebreid netwerk binnen het politieke milieu en de bedrijfswereld vormt het duo een gedroomde tandem voor de public relations en lobbyindustrie.” (Thevisen, *There's no business like constructive journalism business*, 2015) Aan de ene kant zou dit inderdaad dubieus kunnen zijn, maar anderzijds kleven er ook voordelen aan dit grote netwerk. Het hoeft niet per se negatief te zijn dat Gyldensteds partner een lobbyist is, haar werk en ideeën zijn hierdoor naar mijn mening niet gelijk besmet. Het is te voorbarig om haar werk minder geloofwaardig te verklaren door haar echtgenoot. Wel is duidelijk dat Gyldensted niet schroomt om gebruik te maken van zijn grote netwerk. “It's important we collaborate with organizations that are commercially driven, because we want constructive journalism to drive revenue and earn money.” (England, 2014)

Uit haar boek blijkt dat Gyldensted niet onbekend is met de kritiek en kanttekeningen bij haar constructieve ideeën. Zo neemt ze in haar boek de tijd om vier ‘mythen’ over cojo te ontkrachten. De eerste: Constructieve journalistiek is onkritisch. “Constructive journalism is still critical towards sources and the documentation regarding the story topic, and it strives to be critical without a negative outset, aiming to look at solutions and not just problems, considering paths forward instead of faults.”

Mythe twee: Constructieve journalistiek plaatst een deksel over conflicten. Integendeel zegt Gyldensted. “There is still plenty of conflict material in constructive journalism. The world contains fundamental opposites, which create conflict. It is the role of the journalist to report them. Quality journalism of a constructive nature always remembers the ‘C’ in the story: the conflict, the crisis and the complications. Otherwise, the story becomes insipid and untrustworthy.”

De derde mythe is: Constructieve journalistiek is geen hard nieuws. “The fact that there are stories with a constructive focus in the general public is nothing new. Top news stories can certainly be constructive. The news value lies in documenting a different reality, rather than the one we think we know so well. Of course, it requires a story of resonance and societal value to be front-page material – just as other top news does.”

De laatste mythe kan Gyldensted alleen maar bevestigen: Constructieve journalistiek is niet objectief, maar dat is geen enkele vorm van journalistiek volgens haar. "Objectivity can be defined as presenting and communicating everything about a given case. Journalism is slices of a larger reality. All of it is framed through a chosen angle, from the story idea, through researching to publishing. Before writing, the journalist has already decided which aspect of a story topic their piece covers. Instead of having a faulty belief around objectivity, we should strive for being fair, balanced, and accountable." (Gyldensted, From mirrors to movers: Five elements of Positive psychology in constructieve journalism , 2015)

Gyldensted zoekt vrij eenvoudig door deze 'mythes' heen. Of het allemaal zo eenvoudig te weerleggen is nog maar de vraag. Het is logisch dat cojo vragen en twijfels oproept bij mensen, het klinkt toch wat subjectiever dan de 'gewone' journalistiek. Daarnaast ben ik als journalist in opleiding veel meer thuis in discussies over objectiviteit, subjectiviteit, framing, etc. Voor de gemiddelde lezer is dat allemaal wat minder bekend en hij zal zijn krant misschien wel heel objectief vinden. Terwijl de meeste journalisten vinden dat objectiviteit niet eens mogelijks is en het vooral zien als een ideaal. Maar zit de burger eigenlijk wel te wachten op constructieve journalistiek? Wordt hij echt somber van het nieuws of merkt hij eigenlijk geen eens verschil tussen verschillende kranten? Dat bespreek ik in het volgende hoofdstuk.

Hoofdstuk 3. Hoe gaat de dagbladlezer om met het nieuws?

De lezer, misschien wel een van de breedste begrippen uit de journalistiek. Toch probeer ik hem in dit hoofdstuk een gezicht te geven. De eerste paragraaf gaat over wat de lezer leest en hoe hij dit nieuws tot zich neemt. Daarnaast probeer ik meer inzicht te krijgen in wat de lezer graag wil lezen en wat hij zoekt in zijn dagblad. Dit komt vooral aan de orde in paragraaf twee. Ook kijk ik of bijvoorbeeld het welstandsniveau invloed heeft op welke krant de lezer leest. Hierdoor is het mogelijk om een inschatting maken van welk publiek constructieve journalistiek waarschijnlijk zal aantrekken. De laatste paragraaf van dit hoofdstuk gaat over wat het nieuws bewust en vooral onbewust met de lezer doet.

P3.1 De lezer doet niet moeilijk

Over wat de lezer eigenlijk leest

De journalisten werken aan een toneelstuk. Ze zijn dagelijks uren bezig met het decor, de tekst en de visagie. Alles moet perfect zijn, want de kijker moet het fantastisch vinden én morgen weer komen. De beste acteurs worden ingehuurd, nieuwe invalshoeken bedacht en kritische dialogen geschreven. Maar als 's avonds het grote gordijn opengaat, de felle lampen het podium verlichten en de journalisten op hun best het stuk uitvoeren, blijkt dat er helemaal niemand in de zaal zit. De kijker zit gewoon thuis en kijkt lekker naar zijn favoriete soap. De journalisten zien het niet, ze gaan op in hun eigen toneelstuk en worden verblind door de felle lampen. In afwachting van de recensies gaan ze 's avonds naar huis, om de volgende dag weer te werken aan een nieuw toneelstuk.

Dit korte verhaaltje illustreert het beeld dat ik heb van de Nederlandse burger en de journalist. De journalist is druk bezig om het de burger naar de zin te maken. Dit doet hij met de beste interviews, de leukste kandidaten, de mooiste foto's bij het artikel en online nog een verrijkend filmpje. Maar de burger, die vindt het allemaal niet zo nodig. Hij neemt genoeg met Hart van Nederland, leest in de trein even snel de Metro en ziet wat nieuws voorbij komen dat op Facebook is gedeeld. In het slechtste geval interesseert hem dit eigenlijk ook niets en neemt hij bij de bakker alleen de nieuwste buurtroddels door.

Om te zien of de gemiddelde burger echt zo weinig interesse heeft voor het nieuws, is het handig om eerst wat feiten op een rijtje te zetten.

- ❖ Tussen de 70 en 90 procent van alle volwassenen in de westerse wereld neemt dagelijks nieuws tot zich. Ruim twee derde doet dat meerdere keren per dag, op papier (50 procent), via televisie (70 procent) en online (75 procent). (Wijnberg, 2013, p. 9)
- ❖ In 2012 was de gemiddelde krantenlezer 48 jaar. Per titel varieert dat van 40 (nrc.next) tot 55 (Trouw). (Bakker, 2013)
- ❖ De meeste gelezen krant van Nederland is de Telegraaf, daarna volgen Metro, het Algemeen Dagblad, de Volkskrant en het NRC Handelsblad. (Nieuwsmedia, 2013)

- ❖ Lezers laten gemiddeld 90% van de redactionele ruimte ongelezen. Dat is gemiddeld en dus zijn er mensen die meer of minder ongelezen laten. Artikelen die door iedereen, of door vrijwel iedereen worden gelezen bestaan niet. (Wolff, 2005, p. 97)
- ❖ Op basis van huishoudinkomen, opleiding en het bezit van een eigen huis kunnen vijf welstandsklassen geconstrueerd worden. Over het algemeen kan gesteld worden dat het bereik (van dagbladen, red.) stijgt met het welstandniveau. Vooral in de twee hoogste welstandsklassen is het bereik van dagbladen hoog. Gemiddeld lezen 2 van de 3 Nederlanders dagelijks een krant. Het is een vaste gewoonte in alle leeftijdsklassen. Ook onder de jongeren leest ruim de helft een dagblad*. De dagbladlezer is vaak welgesteld en behoort in meerderheid tot de groep die boodschappen doet. (Cebuco, 2011)
- ❖ *Omdat deze cijfers uit 2011 stammen, nog wat recentere cijfers. -Jongeren zijn ondervertegenwoordigd bij de lezers van onbetaalde kranten: 58 procent van de Nederlandse bevolking vanaf 13 jaar was in 2012/2013 jonger dan 50 jaar; bij betaalde kranten was dit 45 procent (NOM Print Monitor, 2013). Bovendien neemt het aandeel van de jongeren af. In 2012/2013 was 21 procent van de lezers jonger dan 35 jaar, tien jaar daarvoor was dat nog 28 procent. (Bardoel, 2015, p. 80)
- ❖ Zowel lezers van gedrukte als elektronische dagbladen geven aan dat ze door het lezen ervan vooral weten wat er gebeurt in Nederland en de wereld, en dat ze daardoor kunnen meepraten over veel onderwerpen. Ook melden ze dat ze door het lezen van dagbladen hun opvattingen kunnen vergelijken met die van anderen en zich kunnen ontspannen. In mindere mate geeft men aan meer te leren over normen en waarden in de maatschappij en op ideeën te komen over wat te doen. Opmerkelijk is dat al deze gebruiksgratificaties duidelijk sterker zijn bij printkranten: de respondenten wijzen deze functies sterker toe aan de print- dan de online kranten. (Waal, 2012)
- ❖ Online krantenlezers verschillen van degenen die deze webedities niet lezen: Ze zijn jonger, vaker man en hoger opgeleid. Bovendien zijn ze significant meer geïnteresseerd in financiën en economie; in politiek; en in films, theater en literatuur. (Waal, 2012)
- ❖ Over het algemeen zijn online krantenlezers bekend met een vergelijkbaar aantal actuele maatschappelijke onderwerpen als printkranten lezers. Ook in de aard van deze onderwerpen onderscheiden de twee groepen zich niet opvallend. Maar als we rekening houden met de verschillende structuren van mediagebruik, interesses en opleiding van de beide groepen, blijken online kranten alleen bij zeer hoog opgeleiden bekendheid met meer diverse onderwerpen te bevorderen. Gedrukte kranten dragen bij aan een grotere diversiteit van maatschappelijke onderwerpen bij lezers die juist relatief weinig verschillende interesse tonen. (Waal, 2012)
- ❖ Bijna drie op de tien 15- tot 75-jarigen in Nederland is hoogopgeleid. De sterk verstedelijkte gemeenten hebben veelal de hoogst opgeleide bevolking. Het percentage hoogopgeleiden in de aangrenzende gemeenten ligt vaak ook boven het landelijke gemiddelde. (CBS, 2015)

Uit deze feiten concludeer ik volgende dingen: nieuws is ontzettend populair, 70 tot 90 procent van de mensen kijkt of leest het nieuws. Maar de dagbladen worden slecht gelezen, de meeste mensen lezen maar 10 procent van de redactionele inhoud. De meest gelezen krant is de Telegraaf (met ongeveer 1,8 miljoen lezers per dag), de meest gelezen nieuwssite is Nu.nl. De meeste mensen lezen/kijken het nieuws om te weten wat er gebeurt en om te kunnen meepraten over allerlei zaken. De krant wordt minder gelezen om meer te leren over normen en waarden in de maatschappij of om op ideeën te komen over wat te doen. Je zou dus kunnen zeggen dat de krant meestal niet wordt gelezen voor inspiratie.

Mensen die hun krant online lezen (geen Nu.nl) zijn vaker man, jong en hoogopgeleid. Daarnaast zijn ze bovengemiddeld geïnteresseerd in financiën en economie; in politiek; en in films, theater en literatuur. Ook bleek uit onderzoek dat naar mate het welstandniveau stijgt, het bereik van de dagbladen ook stijgt. Dit zou verklaard kunnen worden door het feit dat meer inkomen simpelweg meer geld voor een dagbladabonnement betekent.

Met het oog op deze cijfers is het wel de vraag of de gemiddelde burger eigenlijk wel zit te wachten op diepgaande analyses, achtergrond onderzoek, duiding en oplossingen. Aangezien Nu.nl en de Telegraaf de meest gelezen nieuwsbronnen in Nederland zijn, is het niet logisch dat iedereen ook zoekt naar diepgang in het nieuws. Het lijkt erop dat de meeste mensen het eigenlijk wel prima vinden om het nieuws 'vrijblijvend' tot zich te nemen. Daarmee bedoel ik dat ze, waarschijnlijk, niet zitten te wachten op een appèl of oplossingen die ook iets van henzelf vragen.

Constructieve journalistiek lijkt te vragen om een bepaald type lezer. Iemand die bovengemiddeld geïnteresseerd is in mens en maatschappij, die daarin wat wil betekenen en wil nadenken over oplossingen. Terwijl de journalist dus hard zwoegt om het nieuws perfect bij de lezer aan te bieden, staat de lezer daar niet zo bij stil. Hij neemt genoeg met een nieuwssite waar behalve serieuze nieuwsberichten, ook het entertainment, roddels en geïnteresseerde wetenschappelijke onderzoekjes een grote plaats innemen. Ook de grote populariteit van de Telegraaf laat wel zien dat de lezer het allemaal niet zo zwaar wil. Gillende koppen over drama zijn goed, maar het moet niet te ernstig allemaal. Verhalen over zielige hondjes, scheidende sterren en ruzies tussen BN'ers willen we ook gewoon.

De bovenstaande alinea's klinken misschien kort door de bocht, maar ik denk dat er wel draagvlak voor is. Hiervoor baseer ik mij bijvoorbeeld op de woorden van Teun Gautier, voormalig directeur van de uitgeverij De Groene. "Je kunt de lezersmarkt als een piramide zien. Er is een hele hoog-intellectueel ontwikkelde bovenkant, de lezers van De Gids. Daaronder zit De Groene. De Groene levert het discours voor de intellectuele discussie. Dan komen de Volkskrant en NRC Handelsblad, en dan nrc.next. Onderin zit de volumemarkt: de Panorama en de Linda en zo. De Correspondent is natuurlijk een beetje nrc.next, dus ik wilde graag die grotere groep next-lezers kennis laten maken met content van De Groene." (Valk, 2015)

Hij schrijft dit ten tijde van de opstart van De Correspondent. Omdat De Correspondent zich als een van de weinige Nederlandse media zich bezighoudt met constructieve journalistiek zie ik hier wel iets opvallends. Gautier vergelijkt De Correspondent qua lezers met de nrc.next-lezers. Deze staan hoog in de piramide waar hij over spreekt. Hieruit kun je concluderen dat de lezer van De Correspondent bovengemiddeld intellectueel ontwikkeld zijn.

De Correspondent formuleert hun doel als volgt: “De Correspondent wil juist de dieperliggende structuren en ontwikkelingen achter het nieuws in beeld brengen. De artikelen moeten de lezer nieuwe inzichten bieden in hoe de wereld werkt. Doelstelling van De Correspondent is, kortom, om de begrippen 'nieuws' en 'actueel' te herdefiniëren: van datgene wat de meeste aandacht trekt naar datgene wat het meeste inzicht biedt.” (Correspondent, 2013)

In dit onderzoek vergelijk ik constructieve journalistiek regelmatig met De Correspondent. Dit doe ik omdat De Correspondent een van de weinige Nederlandse initiatieven is die zich regelmatig bezighoudt met cojo, dit bevestigt zowel Karel Smouter in zijn artikel *Het nieuws is pathologisch pessimistisch* als Cathrine Gyldensted in haar boek *From mirrors to movers*. Het lijkt mij dat deze vergelijking behoorlijk representatief is.

P3.2 De krant als gelijkgestemde

Over wat de lezer wil

Wisten we het maar, ‘Wat wil de lezer?’, misschien is het wel de meest gestelde vraag door journalisten. Deze vraag zou nog het best te beantwoorden zijn als we wisten wie dé lezer is, maar dé lezer bestaat niet. De lezer kan oud zijn, maar net zo goed jong en laagopgeleid, de lezer kan blank zijn, maar ook een geëmigreerde Spanjaard. Het lezerspubliek is heterogeen en zo divers als het maar zijn kan. In deze paragraaf zoek ik uit en breng ik onder woorden wat de lezer nu echt zoekt in zijn dagblad.

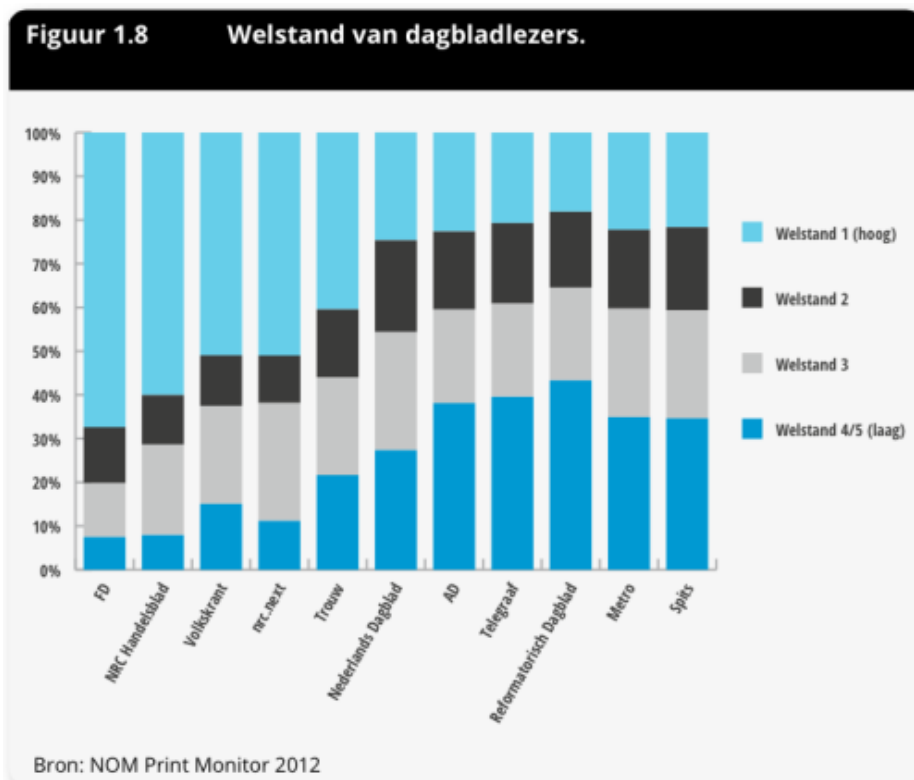
Onderzoeken over wat de lezer graag leest, zijn schaars. Leon de Wolff liep daar ook tegenaan en schrijft in zijn boek *De krant was koning* het volgende: “In het handjevol beschouwingen over wat het publiek meer en minder interessant vindt, heb ik drie determinanten van interesse aangetroffen: absolute interesse, persoonlijke relevantie en verrassing: interesse die wordt gewekt doordat het onderwerp afwijkt van de verwachting, maar wel aansluit bij het eigen referentiekader.” (Wolff, 2005, p. 99)

Met absolute interesse doelt hij op onderwerpen die de meeste mensen interessanter vinden dan andere onderwerpen. Dit zijn natuurlijk macht, seks en geld, maar ook destructie, chaos, romantiek en ziekte. Persoonlijke relevantie gaat over de mate waarop de lezer betrokken is bij het onderwerp. Iemand die van auto's houdt zal sneller een artikel over auto's lezen dan iemand die van tuinieren houdt. Verrassing is het laatste element, het gaat hierbij om iets wat afwijkt van de verwachting. Tegelijkertijd moet dit wel aansluiten bij het referentiekader van de lezer, want anders kan hij er niets mee. Het mag dus afwijkend zijn, maar ook weer niet te, want dan blijft het teveel op afstand.

Leon de Wolff zegt ook in zijn boek: “Lezers willen een krant die niet voor 75 procent of 50 procent uit kale feiten bestaat, maar voor 10 of 20 procent. In plaats van een overgroot deel kale feiten willen de krantenlezers teksten en beelden die antwoord geven op de vragen die zij zichzelf stellen over het nieuws van de dag. Zij willen ordening in het pandemonium van onsamenhangende gegevens waarmee ze dagelijks worden beschoten. Zij willen duiding, zoals inzicht, overzicht, oordeel en advies.” (Wolff, 2005, p. 22)

Hier ben ik het deels mee eens. Waarschijnlijk houden de meeste lezers niet van kale feiten. Als dat zo was, zouden ze wel statistieken gaan lezen in plaats van de krant. Maar of lezers vragen om oordeel en advies vraag is nog maar de vraag. In een onderzoek van Cebuco (Centraal bureau voor courantenpubliciteit van de Nederlandse dagbladpers) is respondenten gevraagd om in trefwoorden te omschrijven wat zij als positief aan dagbladen ervaren. “De woorden die het best de positieve aspecten van kranten beschrijven zijn ‘informatief’, ‘interessant’ en ‘belangrijk’. Jongeren kiezen vaker voor begrippen als ‘intelligent’ en ‘vermakelijk’. De kwaliteitskranten als NRC en de Volkskrant scoren hoog op ‘educatief’, ‘betrouwbaar’ en ‘intelligent’. Populaire titels als AD en De Telegraaf leveren volgens de lezers meer ‘gesprekstof’. Ook associëren de lezers deze kranten meer met ‘leuk’ en ‘belangrijk’.” (Cebuco, 2012)

Hieruit is op te maken dat veel lezers van de populairste kranten van Nederland hun krant eigenlijk gewoon leuk vinden en niet per se educatief. Het educatieve stempeltje is meer weggelegd voor de kwaliteitskranten NRC en de Volkskrant. Verder vinden vele mensen hun krant informatief en interessant. Ze lezen hun krant dus graag. Zoals al geschreven in P3.1 leest een groot deel van mensen de krant om mee te kunnen praten over zaken die spelen, dat wordt ook in dit onderzoek bevestigd. De Wolff schrijft dat lezers duiding willen, zoals inzicht, overzicht, oordeel en advies. Dat lezers inzicht en overzicht willen, blijkt wel uit de woorden informatief en intelligent. Maar of de lezer echt vraagt om oordeel en advies, betwijfel ik. Alleen de lezers van de kwaliteitskranten NRC en de Volkskrant geven namelijk aan hun krant educatief te vinden. Het is aannemelijk dat zij dus daadwerkelijk wat van hun krant leren en daar ook voor openstaan. (Waarschijnlijk zal dat bij andere kwaliteitskranten zoals Trouw, die niet in dit onderzoek zijn opgenomen, ook zo zijn.) Opvallend is dat meer dan 50 procent van de lezers van deze kwaliteitskranten in het hoogste welstandsniveau zit. Blijkbaar zijn factoren als opleiding, inkomen en bezit erg bepalend voor in hoeverre je je dagblad gebruikt als educatiemiddel.



Je kunt zeggen dat het welstandsniveau niets zegt over óf er een krant wordt gelezen. De Telegraaf en Metro zijn namelijk de meest gelezen kranten van Nederland, terwijl zij vele lezers hebben met een laag of gemiddeld welstandsniveau. Het welstandsniveau zegt wel iets over wélke krant er wordt gelezen, zoals je ziet in het schema hierboven.

Daarom is het aannemelijk dat ook constructieve journalistiek een bepaalde doelgroep zal aantrekken. Waarschijnlijk mensen die behoorlijk idealistisch zijn, hoogopgeleid, een goed inkomen hebben en willen bijdragen 'aan een betere wereld.' Ondanks dat de insteek van cojo waarschijnlijk niet zal zijn om voornamelijk deze mensen te bereiken, zal het waarschijnlijk wel gebeuren. Als je kijkt naar de lezers van eerste constructieve initiatieven van Nederland (De Correspondent en OneWorld) zie je dat namelijk ook.

De Correspondent schrijft het volgende op hun site: "De Correspondent wordt niet gemaakt om een bepaalde groep mensen te bereiken die toevallig tot dezelfde demografische categorie behoren ('jong', 'hoogopgeleid', 'decisionmaker'). Anders gezegd: De Correspondent denkt niet in doelgroepen. In plaats daarvan spreekt De Correspondent liever van geestverwanten. Iedereen die zich verwant voelt met de journalistieke principes, de auteurs en de kijk op de wereld van het platform, is welkom. De Correspondent benadert zijn publiek zoals het hoort: niet als een amorfe groep eenstemmigen, maar als nieuwsgierige individuen die niet tot 'doelgroep' te reduceren zijn." (Correspondent, 2013)

De betekenis van geestverwanten is: iemand met dezelfde opvattingen of gelijkgezinde. Deze opvattingen worden gevormd door socialisatie (het proces waarbij iemand, bewust en onbewust, de waarden, normen en andere cultuurkenmerken van zijn groep krijgt aangeleerd). Met bepaalde uitgesproken journalistieke principes, auteurs en kijk op de wereld trek je hoe dan ook een bepaalde groep mensen aan. Dan kun je deze groep niet als eenstemmigen zien of ze niet tot doelgroep willen reduceren, maar dat lijkt een ontkenning van wat er gewoon is. Soort zoekt soort en dat geldt volgens mij net zo goed voor de journalistiek.

Het zal mij niet verbazen als constructieve journalistiek, constructieve mensen zal aantrekken. Lezers zoeken in een krant iets van zichzelf. Een linkse lezer leest geen rechtse krant en een optimist zal meer oog hebben voor positief nieuws. Als je het zo bekijkt, is het bijna zinloos om veel verschillende doelgroepen te willen aantrekken met een uitgesproken gedachtegang of visie. Het lijkt erop dat dat gewoon niet mogelijk is, de lezer leest toch wel wat hij wil lezen en slaat net zo makkelijk een artikel over dat hem niet aanstaat. Misschien verklaart dat ook wel het succes van de Telegraaf en de Metro. Deze kranten hebben van alles wat, nieuws, sport, sensatie, entertainment. De lezer leest wat hem aanspreekt en slaat de rest over. Want dat een krant een bepaald aantal lezers heeft, betekent natuurlijk niet dat die lezer ook alles leest. Dat bleek al uit het eerder genoemde onderzoek van Leon de Wolff.

Samengevat: Wat wil de lezer? Gewoon zichzelf zien, zich herkennen en dingen lezen die aansluiten bij hem als persoon. Daarnaast wil hij weten wat er gebeurt zodat hij kan meepraten over actuele zaken. Leren van het nieuws is maar voor weinigen weggelegd. Veel lezers willen volgen, niet hun gedachten over iets aanpassen of concrete zaken veranderen. Als constructieve journalistiek van plan is dit wel te bewerkstelligen, dan hebben ze nog een lange weg te gaan. Tenzij ze dit op een onbewuste manier willen gaan doen, hoe dat werkt leest u in de volgende paragraaf.

P3.3 Onbewust beïnvloed

Over wat het nieuws met de lezer doet

De invloed van kleuren, gezond eten, reclame, er is onderzoek genoeg naar gedaan. Maar over de invloed van het gene waar welke elke dag ladingen van over ons heen krijgen, horen we maar weinig. Ook Rob Wijnberg is het opgevallen: “Nieuws is, met andere woorden, ongeëvenaard invloedrijk. Des te vreemder is het dat er zo weinig wordt stilgestaan bij wat nieuws eigenlijk is. Wat het met ons doet. En vooral: waarom we er zo veel van consumeren.” (Wijnberg, 2013, p. 10)

“Dat gebrek aan interesse in aard, effect en consumptie van nieuws komt vermoedelijk voort uit het feit dat nieuws zo alomtegenwoordig is dat het ons nauwelijks opvalt dat we erdoor worden omringd.

Nieuws is bovendien te sociaal geaccepteerd om een kritische analyse ervan te ontlokken. Nieuws is er gewoon, zoals de lucht die we ademen of de grond waarop we staan. Aan nieuws is niets verdachts: het is slechts een weergave van ‘wat er gebeurt in de wereld’, wordt vaak gedacht.” (Wijnberg, 2013, p. 11)

Een belangrijke vraag voor de constructieve journalistiek is natuurlijk of mensen echt negatief worden van het nieuws. Uit een onderzoek naar nieuwsbeleving uitgevoerd door TNS NIPO blijkt van wel. “Een derde van de Nederlanders zet het nieuws op radio of tv regelmatig uit omdat de berichtgeving te negatief is. De helft van de Nederlandse bevolking (54 procent) zegt wel eens neerslachtig te worden van het nieuws. Vooral hoogopgeleiden vinden de berichtgeving door de media regelmatig te negatief. Het zijn voornamelijk vrouwen en jongvolwassenen die de radio of tv uitzetten vanwege de toon van het nieuws. De beïnvloeding op hun welzijn, maar ook op hun mening over de wereld is eerder negatief dan positief. Een kwart van de Nederlanders denkt dat positieve nieuwsberichten een positieve uitwerking zullen hebben op hun eigen welzijn en dat van mensen in hun omgeving. Deze groep gelooft in de positieve uitwerking van positief nieuws op de maatschappij als geheel.” (Boer, 2015)

Toch lijkt het niet heel dramatisch, een beetje somber door het nieuws, of wat lezers die soms de krant weggewen of de tv uitzetten bij teveel negativiteit. Het wekt niet de indruk dat slecht nieuws blijvende (psychische) schade oplevert bij de nieuwsconsument. Maar ook onbewust doet het nieuws iets met ons. De autoriteit op het gebied van (onbewuste) beïnvloeding is de Amerikaanse dr. Robert Cialdini. Hij doet al jarenlang onderzoek naar beïnvloeding. Een belangrijk punt uit zijn onderzoeken is het sociaal bewijs.

“Als veel mensen het verkeerde doen, zullen anderen hun voorbeeld volgen – ook al hadden ze die intentie in eerste instantie misschien niet eens. Bekend is Cialdini’s voorbeeld van het Petrified Forest (Versteende Woud) in Arizona. Daar staan bordjes met de mededeling: ‘Uw erfgoed wordt dagelijks aangetast door de diefstal van veertienduizend kilo versteend hout per jaar, meestal stukje bij beetje.’ Dat is niet handig, meent Cialdini, want zelfs de meest rechtschapen persoon krijgt hierdoor de neiging om ook zijn stukje hout maar snel mee te nemen.” (DenkProducties, 2011, p. 11)

Het meest bekende voorbeeld in de media hierbij is zelfmoord. Het is al vaker uit onderzoek gebleken dat zelfmoord soms ‘besmettelijk’ is. Een krantenbericht over zelfmoord kan wanhopige mensen net het laatste zetje geven om ook een einde te maken aan hun leven.

Opvallend is dat bij dit soort nieuws journalisten wordt geadviseerd oplossingen en alternatieven aan te dragen. De Ivonne van de Ven Stichting (voor suïcidepreventie) geeft journalisten tips over het berichten over zelfmoord. "Wanneer bijvoorbeeld een bekend persoon op deze manier (zelfmoord, red.) overlijdt, is het goed om aandacht te besteden aan de mogelijk behandelbare psychische problemen van de overledene, bijvoorbeeld door een interview met een deskundige over zelfdoding in het algemeen. Op die manier is de dood van de bekende persoon een aanleiding om het probleem in een breder verband te zetten." (Ivonne van de Ven Stichting, 2012) Dit aandragen van oplossingen en alternatieven is iets wat goed aansluit bij de constructieve journalistiek. Slecht nieuws doet dus soms slecht volgen, maar dit kan ook weer (deels) worden voorkomen door constructieve elementen toe te voegen.

Hieruit is te concluderen dat het bij sommige onderwerpen echt nodig is om behoedzaam te werk te gaan en het de lezer niet zomaar onder de neus te schuiven.

Anderzijds gaat dit wel over extremere onderwerpen als zelfmoord. Of deze onbewuste beïnvloeding ook bij minder heftige onderwerpen, zoals brand of diefstal voorkomt, is vrijwel onbekend.

Regelmatig zeggen mensen in mijn omgeving dat de grote hoeveelheid slecht nieuws hen ongevoelig maakt. Ze zien zoveel ellende op tv en in de krant dat het hen eigenlijk niet meer zoveel doet, vooral omdat ze er ook niets mee kunnen. Onderzoek naar deze afstompende werking van het nieuws is er helaas niet. Wel zou constructieve journalistiek een oplossing kunnen bieden voor dit probleem. Door het nieuws minder negatief te brengen en oplossingen en positieve initiatieven aan te dragen, voelen mensen zich waarschijnlijk al minder machteloos. Of de constructieve journalistiek al resultaten heeft geboekt en de lezer met positievere gevoelens achterlaat, komt in het volgende hoofdstuk aan de orde.

Hoofdstuk 4. De effecten van constructieve journalistiek

De idealen van de constructieve journalistiek zoals hoop geven, meer perspectief bieden en minder eenzijdig negatief zijn, worden door vrijwel iedereen gelijk omarmd. Maar doet de constructieve journalistiek wat ze belooft? En maakt ze haar idealen waar? Die vragen beantwoord ik in dit hoofdstuk. Paragraaf één gaat over de bestaande onderzoeken naar constructieve journalistiek. In paragraaf twee komt het promotieonderzoek van Gyldensted aan de orde. Hiervoor schreef ze zes nieuwsartikelen die verschillende reacties oproepen bij de lezers.

P4.1 Werkt het?

Over de effecten van cojo

Laten we de 'gewone' krant binnenkort links liggen en stappen we massaal over op constructief nieuws? Als het aan Gyldensted ligt wel, ze hoopt dat cojo de nieuwe norm wordt en de plaats inneemt van de 'gewone' journalistiek. Om te kijken of deze plannen echt kans van slagen hebben, is het handig om te kijken naar effecten die de constructieve journalistiek heeft.

Hoewel binnen de journalistiek algemeen bekend is dat slecht nieuws verkoopt, kijkt de constructieve journalistiek daar anders tegenaan. Zij zegt namelijk dat positieve of hoopgevendende artikelen op social media meer worden gedeeld dan trieste of slecht nieuws verhalen. Jonah Berger, een sociaal psycholoog aan de Universiteit van Pennsylvania verklaart dat als volgt: "De 'slecht nieuws'-regel werkt voor massamedia die gewoon willen dat je op hen afstemt. Zij willen aandacht en geven niets om hoe de ontvanger zich voelt. Maar wie een verhaal deelt met vrienden denkt wel aan hoe die zullen reageren. Je wil niet dat ze je als een pretbederver zien." (Hermans P. , 2013)

Door nieuws dus niet uitsluitend negatief te brengen, maar bijvoorbeeld ook positieve elementen toe te voegen, vergroot je de kans dat je bericht ook gedeeld zal worden met anderen. Gyldensted schrijft hierover in haar boek *From mirrors to movers*. "On social media, people share stories with each other in a new and interesting way. Researchers Katherine L. Milkman and Jonah Berger at Wharton School of Business at the University of Pennsylvania have uncovered what makes content viral, i.e. (id est, that is, red.) what characterizes stories and news that people choose to share with other via social media. Their results indicate that positive content is more viral than negative content, yet the relationship between emotion and social transmission is even more complex." (Gyldensted, *From mirrors to movers: Five elements of Positive psychology in constructieve journalism* , 2015, p. 307)

Wat wel moet worden opgemerkt, is dat deze artikelen vooral gedeeld worden via social media. Veel aandacht voor positieve dingen is juist een kenmerk van social media (vooral Facebook, Instagram, etc.), dus niet heel veelzeggend. Tegenwoordig is het op Facebook wel mogelijk om meer emotie te uiten dan alleen 'like', maar toch staan er vooral positieve of grappige berichten op het medium.

Wat ik hiermee wil aangeven is dat social media grotendeels draaien op leuk en 'like-baar', is het dat niet, dan heeft plaatsen ook niet veel zin. Het is dus niet een heel sterk argument dat op social media positieve artikelen meer worden gedeeld, social media staan namelijk altijd al vol met positief nieuws. In die zin heeft constructief nieuws de social media niet veranderd, maar alleen het perfecte kanaal gevonden om hun berichten te plaatsen. Voor Twitter zal dit waarschijnlijk wat minder opgaan, dat is meer neutraal qua berichtgeving.

Maar Instagram is bijvoorbeeld weer heel erg gericht op het positieve, mooie en leuke. Anderzijds is het een feit dat constructieve artikelen meer gedeeld worden en dat is een positief effect.

Een andere bekende naam binnen de constructieve journalistiek is Ulrik Haagerup, journalist en chef van DR News (Danmarks Radio, de staatsomroep van Denemarken). Binnen DR's media wordt er al veel gewerkt met constructieve journalistiek en er zijn verschillende resultaten van hun werk bekend.

"Viewers have also noticed the difference, as a DR's media research department can document. For the first time in ten years, a representative sample of the population now associates words such as trustworthy, relevant, informative, constructive, useful, solution-oriented and socially-responsible with the 21:30 TV news show, TV Avisen, the country's most popular news show, and to a much greater degree than competing channel's output, which, on the other hand scored highly for adjectives such as *exciting*, *fascinating* and, not least, *entertaining*." (Haagerup, 2014, pp. 68,69)

Een ander effect van de constructieve journalistiek is dat de 'wat nu-factor' in het nieuws ook kan leiden tot actie bij lezers. Waar een bericht anders na het lezen stopt, biedt een toekomstgericht bericht meer perspectief. Inspirerende berichten maken mensen positiever en hoopvoller. Dit bleek ook uit het onderzoek van Universiteit van Pennsylvania. Hoopvolle en geïnspireerde mensen komen sneller in actie dan mensen die afgestompt zijn door het zoveelste negatieve bericht.

Karen Elizabeth McIntyre, van de Universiteit van North Carolina in Chapel Hill, heeft een proefschrift geschreven over de effecten van constructieve journalistiek. Concreet onderzocht ze de effectiviteit van twee constructieve nieuwsbericht technieken. Het gebruik van positieve emoties in nieuwsverhalen en toevoegen van oplossingsgerichte informatie aan nieuwsverhalen. (McIntyre, 2015, p. 78)

In haar 176 pagina lange proefschrift schrijft ze hoe ze dit door middel van twee studies heeft gedaan en wat de uitkomsten zijn. Uit haar eerste studie blijkt dat emoties invloed hebben op de manier waarop de lezers zich voelen, denken en van plan zijn zich te gaan gedragen. Het is zelfs zo dat mensen die verhalen lezen die hen trots, gelukkig of opgewonden doen voelen meer kans hebben dat ze het verhaal gaan delen op Facebook of deelnemen aan pro-sociale gedragingen met betrekking tot het verhaal. Ze tekenen bijvoorbeeld een petitie of doneren geld.

Uit de tweede studie blijkt dat een nieuwsbericht over een maatschappelijk probleem, inclusief de vermelding van een effectieve oplossing voor het probleem geen invloed heeft op het concrete gedrag van de lezer. Wel zorgt het ervoor dat de lezer een positieve houding heeft ten opzichte van het nieuwsartikel.

Constructief nieuws heeft dus wel degelijk invloed op het welbevinden van lezer. Als een bericht positieve emoties oproept leidt het soms zelfs tot concreet gedrag bij de lezer, zoals een bericht delen of geld doneren. Dit toont aan dat constructieve berichtgeving zeker invloed heeft. In die zin kun je stellen dat constructieve journalistiek de lezer inderdaad meer perspectief biedt en zich positiever laat voelen.

Het is interessant om voor de effecten van constructieve journalistiek ook te kijken naar generatieve journalistiek. Deze vorm van journalistiek vertoont namelijk veel overeenkomsten met cojo. Het E-book *Generatief nieuws als katalysator voor verandering* beschrijft wat het precies inhoudt.

“Generatieve journalistiek is een constructieve benadering die expliciet is gebaseerd op sterkten, talenten, hoop. Het brengt mensen samen, het versnelt ontwikkeling. Het schuift oplossingen vooruit waarrond mensen zich kunnen verbinden. De vragen die de journalisten stellen doet mensen denken over de bijdrage die ze leveren en kunnen leveren. Dit kan er toe leiden dat zelf ook dingen willen gaan doen naar aanleiding van een artikel.” (Bouwen, 2013, p. 6)

De generatieve journalistiek wijst erop dat de manier van berichten over iets gevolgen heeft. “Een stroom nieuwsberichten vanuit eenzelfde probleem-georiënteerd perspectief heeft op de lange duur diepgaande gevolgen in een samenleving. Neem nu het voortdurende zoeken naar oorzaken en schuldigen. Eén van de effecten daarvan is een afname van vertrouwen, toename van angst en voor vele mensen de weigering nog langer persoonlijk verantwoordelijkheid op te nemen. Uit angst voor de publieke beschimping blijven mensen bewust onder de radar. Procedures en regels nemen de plaats in van verantwoordelijkheid.” (Bouwen, 2013, p. 8)

Dit laat zien dat negatief nieuws ook negatieve gevolgen kan hebben voor het welbevinden van lezers. Een duidelijk voorbeeld hierbij is het incident op oudejaarsnacht in Keulen, waar vrouwen door grote groepen Noord-Afrikaanse mannen werden ingesloten, betast en bestolen. Toen dit in het nieuws kwam, barste gelijk de bom. Mensen werden bang, boos en de weerstand tegen het opnemen van asielzoekers groeide enorm. Ondanks dat er in de eerste berichten niet stond wie de daders precies waren, werden er al snel conclusies getrokken. Het moesten de vluchtelingen zijn geweest en zij waren daardoor een stuk minder welkom. In de tijd na deze gebeurtenis in Keulen nam de weerstand tegen vluchtelingen steeds meer toe. Ook de angst onder vrouwen groeide. Twee weken na de jaarwisseling melde het Algemeen Dagblad dat één derde van de ondervraagde vrouwen angstiger is geworden door de massa-aanranding in Keulen. (Vreede, 2016)

Natuurlijk is dit geen pleidooi om negatief nieuws dan maar te verzwijgen, juist niet. Wel is het belangrijk om niet eenzijdig te zijn. Want door deze grote hoeveelheid negatief nieuws is er ook veel boosheid en angst gevoeld. Met wat positieve berichten over de vluchtelingen neem je dit natuurlijk niet weg. Het zou de berichtgeving wel meer in balans brengen en mensen wat minder boos en angstig maken. Angst en wantrouwen wegnemen of verminderen door constructieve journalistiek vind ik persoonlijk een belangrijk en positief effect.

Een column op de site van One World sluit hier mooi bij aan. “Problemen oplossen begint met een analyse en erkenning van de oorzaken. Toedekken of paaieren? Een oplossing, totdat het tot ontploffing komt. Wat 'Keulen' daarom bovenal bevestigt, is de noodzaak van eerlijke en open politiek, kwalitatief goede en taboedoorbrekende media, en structurele oplossingen voor grote problemen, zoals het conflict in Syrië dat de grootste oorzaak is van de huidige vluchtelingencrisis.” (Schramade, 2016)

Samengevat kan constructieve journalistiek zorgen dat artikelen meer worden gedeeld, mensen worden aangezet tot actie en dat hun welbevinden toeneemt. Of dit ook echt gebeurt hangt natuurlijk af van de hoeveelheid constructief nieuws en van de persoon zelf. Daarnaast is het ook lastig om de effecten concreet te noemen. Zeker omdat cojo nog niet op grote schaal voorkomt. Wel is het duidelijk dat constructieve journalistiek alles in zich heeft om positieve effecten te bewerkstelligen. Dit is ook nodig gezien het feit dat constructieve journalistiek uiteindelijk is bedoeld om het individuele en maatschappelijke welzijn te verhogen.

P4.2 De zes artikelen

Het onderzoek van Gyldensted

Als promotieonderzoek voor haar studie positieve psychologie deed Gyldensted onderzoek naar hoe mensen reageren op negatief en positief nieuws. Ze schreef hiervoor zes nieuwsartikelen in verschillende stijlen: een klassiek nieuwsbericht (waargebeurd), hetzelfde bericht met een meer negatieve toon en nog vier berichten over hetzelfde onderwerp, maar die gebaseerd zijn op belangrijke punten uit de positieve psychologie, zoals betekenis en de 3 tot 1 positiviteit verhouding. De deelnemers aan het onderzoek kregen allemaal het klassieke bericht te lezen en één van de vijf andere berichten.

Ulrik Haagerup schrijft in zijn boek *Constructive News* over de resultaten van het onderzoek van Gyldensted. "The classic article full of negativity via the choice of words, construction, angle and bits of interviews left the participants depressed and apathetic, while the most positive article was rejected by the test panel. It was not trustworthy, whereas the version of the article with a well-documented focus on the problem, combined with angles on what to do about it, got the best feedback." (Haagerup, 2014, p. 56)

Het onderzoek geeft aan dat mensen niet blij worden van heel somber nieuws, maar anderzijds ook geen overdreven positieve verhalen willen lezen. Een combinatie van een realistisch, maar ook hoopvol verhaal is het prettigst om te lezen.

Gyldensted gaat er in haar onderzoek nog verder op in. "Testing six different emotional valence news narratives anchored in the same factual information provides us with data on how news are received by the public. We can conclude that classic news reporting has a significant emotional impact on readers where negative emotion grows and positive emotion falters. In short, news reports turn people into a bad mood. This survey also provides us with insights on how these different narratives are judged by readers and whether they see the different versions as fair and balanced reporting. (Gyldensted, *Innovating News Journalism through Positive*, 2011, p. 32)

Gyldensted geeft bij dit onderzoek wel aan dat er eigenlijk nog veel meer onderzoek nodig is. "Despite this encouraging initial evidence, many questions arise: How much does it affect the results that the whole sample got the same negative article as their first read? How much do people's character traits influence the emotional affect they experience from news reports? What is the difference in emotional affect from written news, radio and TV?" (Gyldensted, *Innovating News Journalism through Positive*, 2011, p. 32)

Belangrijk is dat er kanttekeningen te plaatsen zijn bij dit onderzoek van Gyldensted. Frank Thevissen doet dit bijvoorbeeld. "Ruim twee derde van de 710 vrijwilligers die Gyldensted wereldwijd online voor het onderzoek verzamelde, vulden haar enquête in vanuit India. De implicaties van deze particuliere (overwegend mannelijke) groep, sociale wenselijkheidseffecten of het louter experimentele karakter van het onderzoek op de resultaten, vormde geen hinderpaal om haar bevindingen blind te veralgemenen. Het is met dat wetenschappelijk gezagsargument dat Gyldensted via handboeken, lezingen en seminars, de positieve psychologie in de journalistiek binnenbrengt" (Thevissen, *There's no business like constructive journalism business*, 2015)

Gyldensted noemt dit ook in haar onderzoek , “In addition, after collecting a first round of data, I noticed that a large portion of individuals came from India. I was particularly interested in the US participants. Thus, when analysing the data, I considered the full sample, and then did a specific sub-analysis of US participants. For this sub analysis, I focus on the graphical results.” (Gyldensted, *Innovating News Journalism through Positive*, 2011, p. 27)

Het feit dat Gyldensted in het proefschrift noemt dat een groot deel van de respondent uit India komt, geeft aan dat ze zich er wel bewust van was en het niet achter wil houden. Daarnaast denk ik dat ze niet gepromoveerd kan zijn op een zeer onbetrouwbaar onderzoek. Al met al is de conclusie van dit hoofdstuk dat er nog niet veel onderzoek is gedaan naar de resultaten van constructieve journalistiek. In het volgende hoofdstuk kijk ik daarom naar mensen die al ervaring hebben met constructieve journalistiek of er op andere wijze aan gerelateerd zijn. Om te zien of zij vanuit hun expertise er een nieuw of ander licht op kunnen laten schijnen.

Hoofdstuk 5. De interviews

P5.1 Methodologische verantwoording

Ik heb mijn praktijkonderzoek uitgevoerd door middel van diepte-interviews. Het houden van diepte-interviews sloot goed aan bij mijn kwalitatieve onderzoek. In de interviews, die ik één op één hield, had ik zowel de mogelijkheid om zoveel mijn vaste interviewvragen te stellen, als om door te vragen op bepaalde onderwerpen en aan te sluiten bij de expertise van de geïnterviewde.

In de interviews stelde ik elke geïnterviewde negen dezelfde vragen. Deze vragen heb ik opgesteld aan de hand van de eerste vier hoofdstukken van mijn scriptie (de deskresearch) en gebaseerd op vragen die nog open stonden.

Het gaat om de volgende vragen:

1. Wat zijn volgens u de kernwaarden van de journalistiek?
2. Zit de gemiddelde burger wel te wachten op diepgaande analyses, achtergrond onderzoek, duiding en oplossingen (zoals die worden aangeboden binnen de constructieve journalistiek)?
3. Vraagt de constructieve journalistiek om een bepaald type lezer?
4. Is het mogelijk om met oplossingen te komen voor problemen die de politiek al jaren niet kan oplossen?
5. Is het wel de taak van de journalistiek om de burger zich beter te laten voelen?
6. Wat zullen volgens u de gevolgen zijn van de constructieve journalistiek voor de maatschappij?
7. Wat vindt u ervan dat de positieve psychologie binnen de constructieve journalistiek zo duidelijk aanwezig is?
8. Raken de journalistieke kernwaarden niet ondergesneeuwd door de constructieve journalistiek?
9. Verwacht u dat de constructieve journalistiek echt voet aan de grond gaat krijgen in Nederland?

Extra vraag: Zou u zelf graag constructief nieuwslezen i.p.v. het 'gewone' nieuws?

De geïnterviewden

Om u een beeld te geven van wie ik heb geïnterviewd, hier een korte beschrijving:

- ❖ Björn Soenens, een Vlaams journalist en sinds november 2013 hoofdredacteur van *Het Journaal*, een programma van de Vlaams Radio- en Televisieomroep (de VRT).
- ❖ Christel Hebly, trainer/coach Performance Happiness (gelukkig en productief werken). Daarnaast geeft ze lezingen over onder andere positieve psychologie.

- ❖ Bas Mesters, directeur van het Expertisecentrum Journalistiek (UvA) en hij leidt de opleiding journalistiek van Hogeschool Windesheim. Daarnaast was hij ruim tien jaar correspondent in Italië voor NRC.
- ❖ Lonneke van Genugten, hoofdredactrice OneWorld, een magazine over mondiaal denken en groen doen. Een Nederlands magazine dat je kunt rekenen tot constructieve journalistiek.
- ❖ William Rice, mediapsycholoog en houdt zich in het dagelijks leven vooral bezig met adviseren rondom IT en nieuwe media.
- ❖ Judith van der Lugt, pabo-studente (hbo) en voormalig geschiedenis studente aan de universiteit van Rotterdam.
- ❖ Dik den Hollander, fervent krantenlezer, financieel manager bij Mercy Ships, Christelijke Filosofie en bij de Lindeboomstichting.

Ik heb gekozen voor deze geïnterviewden omdat zij allemaal op een andere manier gerelateerd zijn aan constructieve journalistiek. Daardoor wordt mijn onderwerp van meerdere kanten belicht en is het onderzoek betrouwbaarder. Behalve experts vond ik dat er ook 'gewone' burger aan het woord moesten komen. Daarom heb ik Judith van der Lugt en Dik den Hollander ook geïnterviewd. Van der Lugt is momenteel hbo-studente en heeft eerder aan de universiteit van Rotterdam gestudeerd. Ik denk dat zij kijkt heeft op hoe studenten het nieuws tot zich nemen en op de verschillen tussen hbo- en universitaire studenten. Den Hollander is iemand die het dagbladnieuws al minstens twintig jaar dagelijks volgt. Hij heeft kijkt op de veranderingen binnen de dagbladwereld en al een redelijk kennis van constructieve journalistiek. Hierdoor kan hij een inschatting maken van de voor- en nadelen van constructieve journalistiek.

De grote afwezige in mijn interviews is De Correspondent. Ondanks herhaaldelijk mailen, vragen en aandringen, wilden zij mij niet te woord staan. Alle correspondenten waren te druk met andere zaken. Gelukkig heb ik wel Lonneke van Genugten kunnen interviewen. Zij is het hoofdredactrice van OneWorld, een ander constructief medium in Nederland. In dit interview komt haar ervaring met constructieve journalistiek goed naar voren.

Björn Soenens is op het gebied van constructieve journalistiek een bekende naam. Als hoofdredacteur van Het Journaal heeft hij zich volledig op constructieve journalistiek gestort.

Christel Hebly is trainer en coach en geeft lezingen over onder andere positieve psychologie. Zij benadert constructieve journalistiek vooral vanuit de (positieve) psychologie en heeft veel aandacht voor de invloed op de lezer van het nieuws.

Bas Mesters, is directeur van het Expertisecentrum Journalistiek (UvA) en leidt de opleiding journalistiek van Hogeschool Windesheim. Dit is de eerste opleiding in Nederland die constructieve journalistiek opnam in de opleiding. Daarnaast is Mesters de oprichter van de website One11, een constructief initiatief waarover u in paragraaf 2.3 al las.

William Rice is mediapsycholoog en houdt zich bezig met IT en nieuwe media. Hij kan constructieve journalistiek in een breder perspectief plaatsen en heeft kennis van psychologische processen die voorkomen bij het mediagebruik.

Ik verwacht dat deze geïnterviewden samen een veelzijdig en betrouwbaar beeld schetsen van de mogelijkheden en valkuilen van constructieve journalistiek.

In de bijlage vindt u de volledig uitgewerkte interviews.

P5.2 Doen, durven en de waarheid

Wat zijn volgens u de kernwaarden van de journalistiek?

Om te weten te komen waar het in de journalistiek nu echt om draait en wat mensen van de journalistiek verwachten, vroeg ik alle geïnterviewden naar wat voor hen de kernwaarden van de journalistiek zijn. Waarheid staat op één, soms onder de naam objectiviteit of betrouwbaarheid. Het belangrijkste is dat het klopt wat je leest. Rice noemt het: “Zo dicht mogelijk bij de waarheid komen”. Mesters spreekt over: “Goede analyse, grondige analyse, het moet nieuwswaardig zijn en het moet een onafhankelijke positie innemen, maar dat wil niet zeggen dat dat objectief is. Want objectief dat bestaat volgens mij niet in de journalistiek.” Den Hollander vindt objectieve informatie erg belangrijk en wil vooral dat de journalistiek niet aan framing doet.

Uit de interviews blijkt echter dat objectiviteit niet wordt gezien als een totaal neutrale manier van berichtgeving, iedereen begrijpt dat dat niet gaat. Er wordt meer gedoeld op de feiten, die moeten kloppen en zijn wat dat betreft objectief. Welke krant je ook leest, de feiten zouden hetzelfde moeten zijn. Met analyse ligt het anders denkt Hebly. “Ik wil wel dat als er gezegd wordt dat er een vliegtuig is neergestort, dat de goede plek wordt genoemd en dat er met feiten niet wordt gesjoemeld. De feiten moeten kloppen. Maar de analyse die blijft gekleurd, dat wil ik er eigenlijk mee zeggen.”

Het laten zien van meerdere kanten van een verhaal is iets wat vaker wordt genoemd. Van der Lugt wil graag meerdere invalshoeken in de krant lezen. Het moet niet te eenzijdig zijn. Hebly sluit zich hierbij aan. “Als ik een krant lees dan lees ik graag de opinies die dan leven over bepaalde problematieken of thema’s.” Tegelijkertijd noemt Hebly ook dat de objectiviteit hierbij wel ophoudt. “Zodra je gaat praten over het gevolg van de oorzaak en wat eraan gedaan moet worden dan is het niet meer objectief. Dan heeft de één dit idee en de ander dat idee.”

Soenens spreekt kort en krachtig van: “Waarheidsvinding, betrouwbaarheid, autoriteit, correct en accuraat”. Waarna hij toch nog het woord menselijk noemt. Het moet namelijk wel aansluiten bij de lezer en zijn wereld. Dit is iets wat voor Van Genugten ook belangrijk is. “Het is eigenlijk vooral de burger informeren, over wat werkt of hoe het werkt in de samenleving. Maar vooral ook wat niet werkt in de samenleving, hoe dat komt en wat manieren zijn om dat te veranderen.”

Rice vindt zaken controleren ook een belangrijke functie van de journalistiek. Hij vindt dat de journalisten dat moeten kunnen doen zonder zelf gecontroleerd te worden door de regering. Dat maakt dat de journalist ook een verantwoordelijkheid heeft voor goede, betrouwbare berichtgeving.

Mesters noemt als kernwaarde ook nog nieuwswaardig. Hierbij gaat hij voorbij aan het standaard idee van nieuws als iets wat ook daadwerkelijk nieuw is. “Voor mij is nieuws ook iets wat er al was, maar wat je opnieuw onder de aandacht brengt. Wat maatschappelijk relevant is. Nieuws is voor mij niet alleen maar misstanden, nieuws is voor mij ook mensen die komen met oplossingen voor misstanden” zegt Masters in het interview.

Dat nieuws per se over negatieve dingen of misstanden moet gaan, wordt door geen van de geïnterviewden genoemd. Ik zou de antwoorden samenvatten als: doen, durven en de waarheid. Doen: je moet de maatschappij dienen door ze te informeren. Durven: je moet meerdere invalshoeken durven te laten zien, zonder bang te zijn om je objectiviteit te verliezen. Waarheid: in al je feiten en ook analyses moet het kloppen wat je schrijft.

P5.3 Willen we dat wel?

Zit de gemiddelde burger wel te wachten op diepgaande analyses, achtergrondonderzoek, duiding en oplossingen (zoals die worden aangeboden binnen constructieve journalistiek)?

Een volmondig ja zou ik het niet durven noemen, maar de geïnterviewden zijn het over deze vraag behoorlijk eens. Bijna allemaal zijn ze van mening dat de burger behoefte heeft aan constructieve journalistiek. Wel zijn er wat mitsen en maren. Zoals de hoeveelheid constructieve berichten die er in een krant komen te staan. Masters: “Je moet een goede mix organiseren en ik denk dat dat misschien wel het fundament van de constructieve journalistiek is. Dat je uitgaat van problemen, maar verder gaat en dus ook richting oplossingen denkt, dat je altijd de toekomst meeneemt in je verhaal.”

Van Genugten ziet bij OneWorld dat goed doordachte onderzoeksverhalen erg gewaardeerd worden. Wel geeft ze aan dat het belangrijk is om een instapmoment dichtbij de lezer te hebben. Dat je iets pakt uit het dagelijks leven en vanuit daar verder bouwt met je verhaal. Bijvoorbeeld bij een artikel over vluchtelingen, dat je de lezer zich laat voorstellen dat hij zelf huis en haard moet verlaten. “Je moet wel iets hebben waarmee de lezer getriggerd wordt.”

Soenens zegt dat er grote honger is naar begrip. “Je moet weten waarom iets gebeurt, hoe iets gebeurd is en wat de achtergrond is. Wat het verleden is en hoe het in de toekomst beter kan. Want dan kan je iets met het nieuws doen, dat maakt je sterker in de wereld en versterkt je burgerschap ook. Dat is een van de rollen van de journalistiek.” Den Hollander deelt deze mening, ook hij vindt dat de burger op cojo moet zitten wachten. Uit deze twee meningen blijkt wel dat Soenens en Den Hollander allebei een groot voorstander zijn van constructieve journalistiek. Ze vragen zich niet zozeer af of de burger wel zit te wachten op cojo, maar vinden dat het noodzakelijk is. Als de journalist zijn werk goed doet dan zal er vanzelf een markt komen voor constructieve journalistiek.

Van der Lugt ziet het een stuk genuanceerder. “Als ik naar leeftijdsgenoten, ouders of familieleden kijk dan zie ik dat het tegenwoordig snel, snel moet. Ik denk dat binnen dat soort nieuws (het snelle nieuws, red.) ellenlange verhalen en analyses brengen niet zo past, dat ze (de gemiddelde lezers, red.) daar niet op zitten te wachten.”

Rice is degene met het, in mijn ogen, meest realistische antwoord. “Ze zitten niet over alles op diepgaande analyses en achtergronden te wachten, maar voor zaken die hem of haar boeien, die relevant zijn. (...) Dan denk ik wel dat mensen grote behoefte hebben om oplossingen te zien.”

Rice verwijst hier ook naar het succes van blogposts. In deze blogs staan bijvoorbeeld rijtjes met zeven tips voor een succesvol leven, of acht die dingen die je moet doen om rijk te worden. Dit concept van mensen heel concreet aanbieden wat ze moeten/kunnen doen, is een groot succes.

Samengevat: De gemiddelde lezer zal constructieve journalistiek best wel willen lezen. Mits het over onderwerpen gaat die hen aanspreken en ook een link hebben met hun eigen leven. Het oplossen van allerlei wereldproblemen zal voor veel lezers een ver van hun bed show zijn.

Belangrijk is dus, om zoals Van Genugten zei, een instapmoment dichtbij de lezer te hebben. Daarnaast moet het nieuws niet ellenlang zijn, zodat het ook voor de 'snel, snel-lezers' goed te behappen is.

P5.4 Voor wie?

Denkt u dat constructieve journalistiek om een bepaald type lezer vraagt?

Als je kijkt naar de initiatieven die zich nu al met constructieve journalistiek bezig houden, zoals OneWorld en de Correspondent. Valt het op dat ze een bepaald publiek trekken. Voornamelijk hoger opgeleiden en maatschappelijk betrokken jonge mensen. Wil dat zeggen dat een ander publiek er daarom geen behoefte aan heeft, of toch wel?

Van Genugten: "Ik denk eigenlijk ook dat het bredere publiek behoefte heeft aan constructieve journalistiek. Alleen moet je het dan nog wat dichterbij brengen. Veel mensen worden best moe van gewoon hard nieuws, zoveel doden hier, zoveel bommen daar. Je zag het ook na de aanslagen in Parijs. Toen zag je dat op social media heel veel wordt gedeeld wat troost, uitleg of perspectief biedt."

Ook Mesters denkt dat cojo voor elk type lezer wel iets is. Juist omdat het belangrijk is om de lezer aan het denken te zetten. "Door alleen maar problematiserende (niet constructieve) verhalen te maken, denk ik dat je de lezer niet 360 graden aan het denken zet, maar alleen bevestigd in zijn twijfel of negatieve analyse over wat er gaan de is. (...) Ik denk dat het juist goed is dat mensen die een negatief wereldbeeld hebben zo nu en dan door dit soort (constructieve) verhalen aan het denken gezet worden."

Soenens werkt voor een openbare omroep en herkent het beeld dat constructieve journalistiek alleen iets voor hoger opgeleiden zou zijn. Toch vindt hij dat dat niet zo is. Hij vindt het belangrijk dat je de dingen zo uitlegt dat iedereen het kan begrijpen. "De complexiteit ook zeggen en uitleggen. Anders doen we zinloos werk en bezoedelen we alleen maar de geest met angstwekkende berichten waar je kant nog wal mee raakt." Belangrijk hierbij vindt hij storytelling. Het verhaal zo kunnen vertellen dat mensen zich niet dom voelen, maar ook niet onderschat.

Hebly verwacht eigenlijk dat constructieve journalistiek de meeste lezers helemaal niet zal opvallen en dat het daarom voor alle type lezers geschikt is. "Ik denk dat de lezer in principe heel onbewust kiest wat hij leest, maar hij wordt wel beïnvloed. Dat zie je bijvoorbeeld als er een zelfmoord op de voorpagina komt, het is onderzocht en bewezen dat het aantal zelfmoorden daarna toeneemt. En dan met name als het een jong iemand is, dan plegen er meer jongeren zelfmoord. Als het mannen zijn, meer mannen en als het vrouwen zijn, meer vrouwen. (...) Ik denk dat wij ons niet zo bewust zijn van de processen die zich in ons hoofd afspelen."

Van der Lugt denkt dat constructieve journalistiek wel degelijk om een bepaald type lezer vraagt. Haar antwoord sluit ook aan bij wat je nu ziet bij constructieve initiatieven. “Ik denk wel een hoogopgeleid of in ieder geval maatschappelijk geïnteresseerd publiek, dat tijd kan of wil vrijmaken om meer kennis en inzicht te vergaren.”

Ook Rice denkt dat er altijd een groep zal zijn die minder of niet geïnteresseerd is in constructieve journalistiek. “Er zijn mensen, laat ik het maar even heel plat zeggen, die voornamelijk geïnteresseerd zijn in roddelpers en boulevardjournalistiek. Die vinden dat voldoende. (...)”

Het passieve mediagebruik en voor entertainmentdoelen en vermaak. Andere mensen hebben meer motivatie om media te gebruiken om geïnformeerd te zijn en geïnformeerd te worden. Die mensen zullen over het algemeen wat meer hebben of wat meer interesse hebben in dit soort (constructieve) journalistieke artikelen.”

Den Hollander verwacht dat ook de mensen die in eerste instantie minder met constructieve journalistiek hebben er toch bij betrokken kunnen raken. Je zou kunnen zeggen dat hij het ziet als een groeiende markt. “Natuurlijk is er een interactie tussen wat de journalistiek aanbiedt en wat de lezer wil. We hebben nou eenmaal verschillende bevolkingsgroepen, maar dat laat onverlet dat ook de Telegraaf ontdekt heeft, pas geleden met de nieuwe hoofdredacteur, dat ze toch wat andere journalistiek moeten bedrijven, willen ze relevant zijn. Als men zelfs bij de Telegraaf erachter komt dat ze meer analyse moeten doen en wat beter hun huiswerk, dan is dat bij andere (dagbladen) al helemaal zo.

Samengevat kun je stellen dat constructieve journalistiek tot nu toe wel vraagt om een bepaald type lezer. Of misschien moet je zeggen dat het een bepaald type lezer trekt. Het zijn vaak maatschappelijk betrokken lezers, hoogopgeleid en geïnteresseerd in achtergronden. Toch denken de geïnterviewden dat cojo voor bijna alle soorten lezers iets zou kunnen zijn. Mits je het op de juiste manier aanpakt. Rice zegt het als volgt: “De aanpak, de methode kun je natuurlijk op elk onderwerp toepassen. Je kunt constructieve journalistiek, daar moet je misschien een beetje je best voor doen, ook in de roddelpers gebruiken. De methode staat natuurlijk gewoon los van het onderwerp.”

P5.5 Hoe los je dat op?

Is het mogelijk om met oplossingen te komen voor problemen die de politiek al jaren niet kan oplossen?

“Natuurlijk is het mogelijk om met oplossingen te komen”, zegt Mesters. “Er zijn veel stromingen, groepen en denkers in de samenleving die niet allemaal evenveel stem krijgen.” En “Je kunt politici wat meer bevragen op wat ze plan zijn te doen en ook kritisch, van is dat wel haalbaar. Niet alleen de microfoon onder hun neus duwen, maar ook: ‘hoe ga je dat doen’, doorvragen richting oplossingen in plaats van alleen maar de politieke machtsstrijd van wie gaat winnen.”

Ook Den Hollander is ervan overtuigd dat er oplossingen kunnen komen. Hij wijt het vooral aan de politiek dat er veel problemen niet worden opgelost. Volgens hem verijdeld de politiek dat de journalistiek goed haar werk dan doen. “Men doet aan framing, met doet aan spin (doctoring), men doet van aan van alles om maar niet het goede verhaal te hoeven vertellen. Als er gewoon eerlijke (pers) voorlichting is, dan is het probleem ook veel makkelijker oplosbaar.”

Rice denk ook dat dat mogelijk is en ziet het als taak van de media om de politiek min of meer te dwingen om tot actie over te gaan. “Daarvoor zijn de media ook de spreekbuis van de maatschappij en van de burger. Als je kijkt naar crowdsourcing, hoe dat een vlucht heeft genomen de afgelopen jaren en op allerlei manieren wordt toegepast. Waarbij de kracht van het publiek, de kracht van de crowd wordt ingezet om inderdaad tot oplossingen of ideeën of wat dan ook te komen. Dan denk ik dat het ook hierin mogelijk is, als er in constructieve journalistiek ook een component van participatie zit. Mensen worden enerzijds bewust, want ze krijgen andere invalshoeken te zien, maar ook oplossingen. Als er dan ook nog aan gekoppeld wordt wat je zelf kan doen, dan denk ik dat daar zeker mogelijkheden zijn.”

Van der Lugt legt de verantwoordelijkheid wat meer bij de lezers. “Als je kijkt naar programma’s als Tegenlicht, die geven van een bepaald onderwerp verschillende perspectieven en ik denk dat zij ook wel oplossingen aanreiken. Mensen zetten aan de hand van die programma’s zelf initiatieven op en gaan daarmee verder. Dus ik denk dat het zeker wel mogelijk is om oplossingen aan te dragen, maar het ligt altijd nog bij de lezer of de kijker om het op te pakken en er iets mee te doen.”

Hebly vindt dat we het eigenlijk heel anders moeten bekijken. “Waar het meer omgaat en dat hoort ook bij de positieve psychologie: ‘Hoe ga je te midden van ellende om met die ellende?’, ‘Hoe sta jij daarin als mens?’ En: ‘Wat haal je er zelfs uit?’ “Waar het volgens mij over gaat is in alle moeilijkheden ook iets laten zien van positie elementen die het ook in zich heeft.”

Ook Soenens denkt in die richting. “Het misstand is vaak dat de journalistiek zelf oplossingen moet aandragen. Nee, de journalistiek moet berichten over waar oplossingen worden gevonden, waar ze zoeken naar oplossingen.” De journalisten zelf hoeven de oplossingen dus niet te bedenken, het is de bedoeling dat ze opzoek gaan naar oplossingen en die laten zien. Soenens: “Vandaar dat het een moeilijkere vorm van journalistiek is. Je moet betere research doen, je moet meer weten voor je het kunt doorvertellen aan je publiek.”

Van Genugten ziet het vooral als een uitdaging voor de journalistiek om oplossingen aan te dragen. Ze vindt het soms best lastig om hoopvol te zijn, zeker in op het oog uitzichtloze situaties. Als voorbeeld gebruikt ze de berichtgeving rondom Boko Haram. “Maar wat we toch belangrijk vinden, is om te laten zien waarom Boko Haram bijvoorbeeld niet goed aangepakt kan worden. Dat heeft ook te maken met corruptie, het leger daar en met ministers. Maar we vinden het ook wel heel belangrijk om bij een verhaal over Boko Haram te schetsen: ‘wat vinden nou gewone mensen daar over Boko Haram?’. We hebben ook gewone mensen gesproken die zich daarbij hebben aangesloten of familie. Dat je ook zorgt dat de lezer het in ieder geval al begrijpt. Dat is voor ons gevoel al stap één. Dat je begrijpt waarom kan die groep zo groeien. Dus dat vind ik de eerste stap, als je niet direct een oplossing hebt, beginnen met praten over wat de oorzaak is. Maar nog steeds geloof ik dat je bij bijna alles wel iemand kan vinden die daar goede ideeën over heeft. Het is ook wel een soort opdracht om naar die oplossing te zoeken.”

Samengevat: Met oplossingen komen voor problemen die al lang spelen is best mogelijk. Er zijn in de samenleving genoeg mensen die goede ideeën hebben, maar weinig of niet aan het woord komen. Aan de journalistiek de taak om ook die mensen te laten spreken. De journalist hoeft niet zelf de oplossingen te bedenken, maar fungeert als doorgeefluik. De kracht van de burger moet niet onderschat worden en de journalist mag de politiek soms dwingen tot actie. Journalisten staan in de dienst van de burger, niet in dienst van de politiek.

P5.6 Zorgen voor een goed gevoel

Is het wel de taak van de journalistiek om de lezer zich beter te laten voelen?

Ja, zeker zegt Den Hollander. “Het hoeft niet de hoofdtaak te zijn, maar het is denk ik wel een afgeleide van constructieve journalistiek. De hele beeldvorming, de hele attitude, als die verandert, dan gaat dat zich ook manifesteren in de maatschappij.”

Mesters zet het nog scherper neer, hij ziet het als morele plicht om ook stil te staan bij de effecten van je verhalen. “En niet zoals twintig jaar lang aan de orde was, van ik schrijf verhalen, ik ben niet verantwoordelijk voor wat er uitkomt.” Hij denkt dat deze nieuwe verantwoordelijkheid van de journalist deels voortkomt uit het wegvallen van onze vroegere leidinggevendenden waaraan men ideeën spiegelde. Zoals de politicus, de vakbondsman, de dominee en de pastoor. “Nu kijkt men naar de Wereld Draait Door, naar de sidekicks, naar de tafelheren en –vrouwen, naar de commentatoren. Ik denk dus dat de verantwoordelijkheid van de journalist veranderd is de laatste twee decennia. Daar hoort ook bij dat je dieper gaat nadenken, nu je impact misschien wel groter is, over de effecten van je verhalen.”

Het gaat er niet om dat burger zich beter voelt, maar dat je een tegengeluid biedt, zegt Van der Lugt. “De wereld heeft veel slechte berichten en er gebeuren gewoon heel veel nare dingen. Een tegengeluid daarop zou kunnen zijn om positieve, hoopvolle berichten te sturen. Dus niet in een zekere zin de journalistiek moet aan feelgood-stimulatie doen, maar meer ook andere zaken bekijken.”

Ook Van Genugten vindt dat het er niet om gaat dat de burger zich beter voelt. Ze vindt het vooral belangrijk dat de burger zich niet machteloos voelt, maar het gevoel heeft dat hij of zij zelf een rol kan spelen. “Dus het is niet zozeer om mensen zich beter te laten voelen, maar hen te laten zien dat we de status quo, de manier waarop het nu allemaal in elkaar zit, niet hoeven te accepteren. Dat je als burger dus kunt eisen dat er verandering komt. We willen niet zorgen dat mensen zich beter voelen, maar we willen zorgen voor verandering.”

Soenens heeft een overeenkomstige mening. “Het is geen feelgood-journalistiek. Het is journalistiek die via het tonen van initiatieven een bepaalde conflictsituatie kan oplossen of licht brengt in duistere situaties. Als je op die manier hoop kunt brengen dan ben je bezig met het burgerschap te versterken. Dan maak je de nieuwsconsument eigenlijk sterker in de wereld.” En: “We moeten mensen geen goed gevoel geven, we moeten ze een realistisch beeld van de wereld geven. Net zoals het leven met goede en slechte dagen, zo zou journalistiek ook moeten zijn. De dingen tonen die wel werken, maar ook de vele dingen die niet werken.”

Rice ziet het niet zozeer als een taak van de journalist om de burger een goed gevoel te bezorgen door zijn artikelen, maar vindt het wel een mooie doelstelling. Hij denkt dat het goede gevoel voortkomt uit goede berichtgeving. “Je biedt de middelen, mensen pakken die middelen aan en doordat ze daar een actieve rol in (kunnen) hebben, kunnen ze zich beter gaan voelen.”

Hebly beantwoordt deze vraag met een wedervraag: “Is het de taak van de journalist om de angsten van de burger te voeden of de burger zich slechter te laten voelen?” Daarnaast denkt ze dat wij als Nederlanders ook niet gewend zijn aan positivisme, terwijl daar in de hulpverlening en therapieën al veel meer mee wordt gedaan, bijvoorbeeld gericht zijn op je idealen, krachten en waarden.

“Ik denk dat dat ook in de journalistiek een rol mag gaan spelen. Maar we zijn natuurlijk ook een cynisch volkje, alles wat positief is, wordt meteen weer cynisch gelabeld als bijbedoeling of Amerikaans.”

Samengevat: De lezer zich beter laten voelen is geen hoofdtaak van de journalist, het is eerder een mooie bijkomstigheid. De wedervraag die Hebly stelde is ook interessant: “Is het de taak van de journalist om de angsten van de burger te voeden of de burger zich slechter te laten voelen?” Niemand wint er iets mee als de burger zich somber of angstig voelt door het nieuws.

De interesse in nieuws zal daardoor eerder afnemen. De journalist moet zich bewust zijn van het effect dat zijn verhalen op lezers hebben en moet daarin zijn verantwoordelijkheid nemen. De burger een goed gevoel bezorgen is niet nodig, een realistisch beeld van de wereld geven wel en zowel de positieve als negatieve kanten belichten.

P5.7 Een constructieve invloed

Wat zijn volgens u de gevolgen van constructieve journalistiek voor de maatschappij?

Als constructieve journalistiek aanslaat, wat betekent dat dan voor de maatschappij. Welke dingen gaan we concreet zien of merken? Of is dat niet in te schatten?

Mesters: “Nou ja, dat weet ik niet. Als je er vanuit gaat de journalistiek impact heeft en ook tv-journalistiek, dan kun je je voorstellen dat het een positief, stimulerend effect heeft. Van kom op jongens, we kijken vooruit, we gaan er wat aan proberen te doen en dat het niet een deprimerend effect heeft zeg maar.”

Soenens verwacht dat er meer bezinning zal komen onder burgers en dat ze kritischer in de samenleving komen te staan. Niet op een zeurderige, klagende manier, maar juist actief en de handen uit de mouwen stekend. “Als je verhalen vertelt over vluchtelingen bijvoorbeeld. Je ziet dat burgers zelf in actie komen waar overheden tekort schieten. Ja, dat vind ik dan wel iets moois. Dan heb je eigenlijk de mooiste journalistiek, zonder op te roepen tot actie, maar door gewoon menselijke verhalen te tonen, mededogen op te roepen en burger in gang te zetten om zelf actief te worden.”

Den Hollander denkt dat als constructieve journalistiek gezamenlijkheid weet te benadrukken, de maatschappij minder individualistisch zal worden. “Nu heeft iedereen zijn eigen mening. Dat is natuurlijk wat je in Rusland ziet als je leest over de MH17. Dan zijn er tien mensen die een mening hebben en iedereen vertelt wat anders. Daardoor heeft iedereen zijn eigen waarheid. Ik denk dat het de taak van de journalistiek is om door constructief nieuws te zorgen dat niet iedereen meer zijn eigen waarheid heeft.”

Ook Van Genugten verwacht dat er meer gezamenlijkheid en gesprek zal komen door constructieve journalistiek. Ze vindt dat veel artikelen nu vaak te ver af staan van de burger. Als voorbeeld geeft ze het onderwerp klimaat. Daar wordt vaak heel groots en ingewikkeld over gepraat of het wordt juist heel klein gemaakt. Hierdoor heeft de burger snel het idee dat hij niet meer kan doen dan een spaarlamp indraaien. “En dan zegt een burger, terecht ook vind ik, ‘ja, ik draai mijn spaarlamp in, maar ik zag China en dan zie ik al die fabrieken en dan vraag ik me af waarvoor ik het doe’. Dat vind ik dus een voorbeeld van dat we met klimaat eigenlijk niet constructief zijn en de lezer niet genoeg betrekken in wat er nou echt speelt en wat hij zelf op een constructieve manier kan doen.”

Hebly verwacht meer diversiteit en welbevinden. “Diversiteit in de zin van dat er meer kanten aan een zaak zitten. Dat er te midden van angst en ellende ook hoop is. Dat het niet het einde is, maar dat er ook een nieuw begin is.”

Rice geeft aan dat hij het lastig vindt om zoiets te meten. “Maar in algemene zin, als mensen gewoon meer informatie krijgen waarmee ze iets kunnen gaan doen en dat is dan in een oplossingsrichting, dus in oplossingen denken, dan zal dat een effect hebben ja.

Als je ermee aan de slag gaat buiten alleen lezen, maar ook op een andere manier erover nadenkt en misschien ook een stap zet om je handen uit je mouwen te steken, dan zit je al heel anders in het probleem of in de situatie en dan kijk je er heel anders tegenaan.”

Van der Lugt ziet het wat minder positief in. Ze verwacht niet de gevolgen van constructieve journalistiek heel groot of zichtbaar zullen worden. Vooral omdat ze denkt dat er maar een klein publiek in geïnteresseerd zal zijn. “Wat ik al zei, een hoogopgeleid publiek en daarnaast heb je denk ik ook wel een soort idealisme nodig of bepaalde leiderschapsvaardigheden om een initiatief op te pakken en er wat mee te doen. Dus ik denk dat de invloed eigenlijk klein kan zijn, maar één iemand kan veel veranderen, dat zeker. Maar het is denk ik niet dat je een hele maatschappij omzet ofzo.”

Samengevat: Het is lastig om in te schatten wat voor een uitwerking constructieve journalistiek zal hebben op de maatschappij. Vooral omdat het in Nederland nu maar op kleine schaal voorkomt. De verwachtingen zijn wel dat het positieve invloed zal hebben en dat het mensen zal verbinden en aanzetten tot actie. Daarnaast is de verwachting dat burgers positief kritisch zullen worden en zaken van meer kanten gaan bekijken. Maar zolang constructieve journalistiek op kleine schaal voorkomt, zijn deze effecten natuurlijk minimaal en vrijwel niet merkbaar aanwezig in de maatschappij.

P5.8 Psychologische trucjes?

Wat vindt u ervan dat de positieve psychologie binnen de constructieve journalistiek zo duidelijk aanwezig is?

Moet de journalistiek zich zo inlaten met een psychologische gedachtegang? Is dat gevaarlijk voor de journalistiek of juist een kans?

Van Genugten staat er ambivalent tegenover. “Er zitten hele nuttige inzichten in. Waar ik wel altijd voor wil waken, is het nadeel van die benadering, of een mogelijke valkuil moet ik zeggen, is dat je je lezer dan ook bijna als een soort poppetje gaat beschouwen. Als ik dit erin stop, dan komt dat eruit. Je geeft dat en dan wordt hij blij of niet blij. Ik zie mijn lezers meer als mensen met wie ik in dialoog ben.” Tegelijk merkt Van Genugten bij OneWorld wel dat het werkt. “Als je verhalen hebt met oplossingen of iets verrassends, die worden gewoon meer gedeeld en meer gewaardeerd.”

Den Hollander vindt het een positieve ontwikkeling. “Overall waar positief voor staat, dat moet je vooral doen”, grapt hij. “Ik denk dat je niet zonder kunt. Ik denk dat een journalist zich moet kunnen verplaatsen in zijn lezers en begrijpen wie zijn lezers zijn. Dan heb je in ieder geval daar wetenschap voor nodig om je werk goed te kunnen doen. Ik denk dat het een soort begeleidende voorwaarde is. Je moet daar je positieve gedachten vandaan halen om dat te integreren in je werk als journalist.”

Ook Soenens is een voorstander van positieve psychologie binnen constructieve journalistiek. Vooral omdat mensen niet alleen rationeel zijn, maar verhalen ook invloed hebben op hun gemoedstoestand. Empathie in verhalen is daarom heel belangrijk volgens Soenens. “Empathie leidt er vaak toe dat mensen zich kunnen verplaatsen in iemand anders en dan promoot je eigenlijk de mensenrechten. Namelijk mededogen, medemenselijkheid en solidariteit, de grote principes van gelijkheid als je het hebt over ongelijkheid in de wereld. Je geeft daar de nodige informatie bij dat het ook anders kan. Dan kun je mensen in het verhaal brengen om een soort strijd te gaan leveren voor een rechtvaardige wereld.”

Hebly vindt het juist goed dat er binnen de constructieve journalistiek ook gevarieerd wordt. “De positieve psychologie heeft bewezen dat als je elke dag stil staat bij de drie goede dingen die je hebt meegemaakt, dat je aantoonbaar meer welbevinden gaat ervaren in de loop der tijd. Dat zijn kleine testjes die zijn gedaan, die laten zien dat het dus zeker invloed heeft. Ik denk dat het ook goed is om nieuwe inzichten toe te voegen aan de journalistiek.”

Mesters wijst erop dat er instrumenten binnen de positieve psychologie zijn die bruikbaar zijn, maar dat niet alles zomaar wordt overgenomen. Wel ziet hij in de toekomst wellicht een grote rol voor de journalist in de maatschappij. “En de positieve psychologie, daar stellen psychologen zich meer op als coach, zoekend naar oplossingen. Dus ja, als je het heel ver doortrekt dan zou je kunnen zeggen dat de journalisten zich misschien ook meer als coach gaan opstellen voor de samenleving. In feite zijn ze dat al, als je iemand bent die richting aangeeft door zijn stukken. Dan kun je niet functioneren als je alleen maar laat zien wat er fout gaat, dat is weinig stimulerend.”

Van der Lugt denkt ook dat het mooi is om elementen uit de positieve psychologie te gebruiken. Maar ze verwacht dat het qua nieuws niet veel gaat veranderen. “Ik denk dat het sowieso goed is om een bepaald idee of uitgangspunt te hebben van een bepaalde benadering die je gebruikt. Maar ik denk dat het nog belangrijker is om gewoon objectief te blijven, omdat dat een kernwaarde van de journalistiek is. Dus niet dat je feiten, meningen of nieuws gaat verdraaien om maar positief te blijven en om mensen hoopvol te benaderen.”

Rice vindt het een goede ontwikkeling. “Als je een positief effect wilt creëren dan zijn er manieren die vanuit de psychologie komen, die onderzocht zijn en die werken. Waarom zou je die dan niet gebruiken om een hoger doel na te streven? Daarnaast heb je ook een andere beweging in de journalistiek, de datajournalistiek. Die leunt heel erg sterk op statistieken, maar ook steeds meer op allerlei hele ingewikkelde algoritmes en computerprogramma's. Je zou ook kunnen zeggen: 'nee je moet blijven schrijven met pen en veer en voor de rest geen gebruik maken van andere methodes of middelen'. Maar innovatie helpt de wereld vooruit en dat geldt ook voor de journalistiek.”

Samenvattend kun je stellen dat het geen probleem is als de journalistiek gebruikt maakt van kennis uit de positieve psychologie. Vooral omdat er daardoor meer aandacht komt voor de impact van het nieuws op de lezer. Natuurlijk moet dit wel beperkt blijven, want de journalistiek is een ander vak dan de psychologie. Het gebruik van positieve psychologie binnen de journalistiek wordt in ieder geval niet als gevaarlijk gezien, maar juist als een kans. Zoals Rice het zei: “Innovatie helpt de wereld vooruit en dat geldt ook voor de journalistiek.”

P5.9 Ondergesneeuwde kernwaarden

Bent u niet bang de journalistieke kernwaarden ondergesneeuwd raken door de constructieve journalistiek?

Gaat de aandacht voor constructieve elementen als hoop brengen, perspectief bieden en positiviteit niet ten koste van journalistieke waarden als objectiviteit, waarheid, nieuwsgerichtheid en een kritische blik?

“Nee”, zegt Den Hollander, “constructieve journalistiek is geen kwestie van alleen positief nieuws brengen. Het constructieve is de waarheid, objectief, diepgravend enzovoort en dan kun je ook vertellen dat iets zo rot is als een mispel. Eigenlijk bedoel ik te zeggen dat je gewetensvol journalistiek moet bedrijven en dan ontstaat er volgens mij vanzelf constructieve journalistiek.”

Ook Mesters is daar niet bang voor. Hij benadrukt dat het hem in de constructieve journalistiek gaat om de werkelijkheid, niet alleen om positiviteit. “Het gaat mij om grondige analyse, om kritische analyse. En als je dat doet op die manier, dan ben je gewoon heel goed journalistiek bezig. Alle methodieken van de journalistiek kunnen wij vergelden, alleen laten we het zo zeggen, kritiek wordt niet meer het doel, maar een middel.”

Soenens maakt zich ook geen zorgen en denkt dat we er door constructieve journalistiek juist op vooruit gaan. “Want het is zaken van veel meer kanten belichten en via verschillende perspectieven naar een onderwerp te kijken. Dat je ervoor zorgt dat de waarheidsvinding veel groter wordt, dat je veel dichterbij de juiste versie van de feiten komt, omdat je er op veel meer manieren naar kijkt.” Ook denkt hij dat de journalistieke kernwaarden juist worden versterkt. Dat de journalistieke wereld meer mengt met de echte wereld, zodat de lezer een goed beeld heeft van de werkelijkheid en ook herkent wat er in het nieuws wordt gezegd.

Rice: “Ik denk niet dat het conflicterend is. Alleen dat je misschien minder nadruk hebt op negatieve punten en ook de positieve punten belicht. Ik denk dat het alleen maar een compleet beeld geeft en ik denk niet dat het elkaar tegenspreekt. Dat je zonder het een het ander kan doen.” Rice verwacht juist dat de berichtgeving dichterbij de waarheid zal komen. Vooral omdat in bijna elke situatie ook positieve punten te noemen zijn en nu vaak alleen het negatieve aandacht krijgt.

Ook Hebly verwacht niet dat de journalistieke kernwaarden in het gedrang komen. Wel geeft ze aan dat de journalistiek het verwijt kan krijgen dat ze problemen bagatelliseert. “Dat het alleen maar goed nieuws zou zijn, is denk ik niet realistisch en ook niet verstandig, want nieuws moet wel nieuws zijn en ik wil wel de feiten weten. Dus de journalistieke kernwaarden ondergesneeuwd? Nee dat denk ik niet, wel als het eenzijdige journalistiek wordt.”

Van der Lugt denkt dat het wel mee zal vallen zolang de kernwaarden op één blijven staan en de journalistiek zoveel mogelijk haar best doet om objectief te blijven. We moeten niet eenzijdig positief worden, maar ook nadelen en beperkingen van initiatieven onderstrepen.

Van Genugten: “Dat zou een valkuil zijn als je constructieve journalistiek niet op de juiste manier toepast. Constructieve journalistiek moet ook gewoon informeren, onderzoeken, misstanden blootleggen, want anders is het niet constructief. Dan zou het reclame zijn, of propaganda, of oppervlakkig.” Ze oppert ook het idee van een soort checklist, waarmee je checkt of je nog wel echt journalistiek bezig bent.

“Ben je niet in een soort positieve modus, dat je gewoon graag positief wilt zijn, in plaats van te kijken wat er nog meer speelt? Als dat het geval is, ben je niet constructief bezig. Dat kan allemaal wel eens gebeuren, ook bij gewone journalistiek, maar dan is het dus niet constructief.”

Samengevat: Dat de journalistieke kernwaarden ondergesneeuwd raken door de constructieve journalistiek is geen reële angst volgens de geïnterviewden.

Binnen de constructieve journalistiek zijn waarden zoals waarheid, nieuwsgierigheid en een kritische blik net zo nodig en onmisbaar als in de ‘gewone’ journalistiek. Soenens en Rice verwachten zelfs dat de kernwaarden versterkt worden en dat er een completer beeld van de werkelijkheid ontstaat.

P5.10 Op Nederlandse bodem

Verwacht u dat constructieve journalistiek ook echt voet aan de grond gaat krijgen in Nederland?

Hebly verwacht van wel. Vooral omdat ze het al ziet in de berichtgeving in sommige kranten. Ook Van Genugten ziet dat de constructieve journalistiek langzaam opkomt. Van Genugten: “Het idee van constructieve journalistiek is in mijn beleving: dat je laat zien hoe de wereld in elkaar zit. Zodat de lezer beter begrijpt wat eigenlijk de mechanismes zijn achter wat er allemaal gebeurt. Zodat hij ook kan zien hoe hij kan bijdragen of hoe anderen bijdragen om die wereld te verbeteren. Je ziet bijvoorbeeld bij Tegenlicht, een populair programma, dat daar veel behoefte aan is. NPO is er ook mee bezig. Je ziet het wel opkomen, dus ik denk dat het in Nederland evenveel kans van slagen heeft als in andere landen.” Anderzijds geeft Van Genugten ook aan dat ze zich afvraagt of het heel breed zal worden opgepikt. Ze denkt wel dat media zich steeds meer bewust zijn van hun rol en dat ze hun best doen om constructief te zijn. Bijvoorbeeld in het debat over vluchtelingen. “Ik denk wel dat ze ook door social media en het meer contact hebben met je lezer, ze zich nog bewuster zijn van hoe zij over dingen berichten en wat dat teweeg brengt.”

Den Hollander ziet het ook positief in. “Toen ik dat las van de Telegraaf dacht ik: er begint wat duidelijkheid te komen als zelfs een krant als de Telegraaf vindt dat ze minder gevoelsmatig moet berichten of misschien wat minder afgestemd op alle lezers. Dat alles kwam ter discussie, ook die grote bruine letters, dan denk ik van kijk, het wordt minder herrieachtig. Als ze zeggen: ‘we moeten ook wat meer analyse aanbieden aan de lezer’, dan zie ik toch wel een beweging waarvan je mag verwachten dat de journalistiek wat aan navelstaren gaat doen om te kijken of dit op de lange duur nog wel houdbaar is.”

Dat de journalistiek honderd procent constructief wordt, verwacht Den Hollander niet. “Ik denk wel dat de wal het schip aan het keren is. Want het moest allemaal paniek zijn en het moest allemaal stinken, erg zijn en weet ik veel. Nu krijg je een wat genuanceerder beeld en ik dat we daar behoefte aan hebben, aan een sterke nuancering.”

Mesters denkt zeker dat constructieve journalistiek groter gaat worden in Nederland. Hij ziet het al bij de Volkskrant, de Correspondent en programma’s als Tegenlicht. Wel wil hij beklemtonen dat bij een goed nieuwsproduct soms ook gewoon ellende hoort. “Ik heb ooit de website One11 gemaakt, je ziet dat het op die site alleen maar gaat over ellende, maar door de ogen van mensen die het proberen op te lossen. Er mogen natuurlijk ook best verhalen in staan, waarvan je denkt, hier is gewoon geen oplossing voor. Het is geen roze krantje, geen roze programma, alsjeblieft niet.”

Van der Lugt denkt dat constructieve journalistiek groot kan worden, maar dat het er vooral aan ligt of de media het oppikken en eraan mee doen. Ze verwacht dat veel mensen het wel prettig zullen vinden om constructief nieuws te lezen. “Ik denk dat het wel een verademing is, wat ik net zei, er is al zoveel slecht nieuws. Ik denk dat mensen ook wel denken: ‘wat kan ik doen in al deze conflicten en problemen die er in de wereld zijn’.”

Rice vindt het lastig om een inschatting te maken van de toekomst van constructieve journalistiek in Nederland. Vooral omdat hij er nog niet lang bekend mee is. “Misschien dat niet alles op deze manier wordt, maar dat het een onderdeel van de standaardjournalistiek wordt. Los van het feit dat iedereen dit volledig omarmt, zolang er mensen zijn die hiermee aan de slag zijn en dit blijven uitdragen, heeft het ook zijn effect op anderen. Of ze het wel of niet helemaal op de manier doen zoals het is opgeschreven, dat laat ik even in het midden. Maar wellicht dat de lezer denkt welke suggesties kan ik doen en welke oplossingen kan ik bieden. Het is ook wel om mensen richting te geven erin.”

Soenens heb ik deze vraag niet gesteld omdat hij in België woont. Ik heb hem gevraagd naar hoe de constructieve journalistiek wordt ontvangen in België. Soenens: “Ik zeg altijd als je iets invoert en erover spreekt: ‘be prepared to bleed’. Er is heel veel tegenkamp geweest hier, omdat het altijd fout geprekeet wordt. Waar ik tegen strijd, namelijk tegen een beperkte framing, wat het nieuws vaak is, wordt ook gedaan in het vakgebied. De constructieve journalistiek wordt namelijk geframed als een positieve insteek. Men wil gewoon niet van die term weten. Constructief lijkt op een activistische vorm van journalistiek terwijl het eigenlijk gewoon bedoeld is als journalistiek 3.0. Een betere vorm, een bredere journalistiek, een rechtvaardige journalistiek, een journalistiek met waarden.”

Samengevat: Constructieve journalistiek heeft zeker toekomst in Nederland, maar of dat op grote of kleine schaal zal zijn, is moeilijk te zeggen. Wel zijn er nu al constructieve elementen te vinden in programma’s als Tegenlicht, bladen en kranten als OneWorld en de Volkskrant en op de nieuwssite De Correspondent. Er zijn momenteel constructieve veranderingen gaande binnen de journalistiek, maar is dit slechts een fase of een nieuw begin? Zal het uiteindelijk leiden tot een Nederland vol constructieve journalistiek? Dat zijn vragen die alleen de toekomst kan beantwoorden. Gelukkig zijn er ook veel vragen over constructieve journalistiek waarop wel een antwoord is. Deze vindt u in het volgende en tevens laatste hoofdstuk, de conclusie.

Hoofdstuk 6. Conclusie

In de conclusie geef ik allereerst antwoord op de deelvragen die in deze scriptie aan bod zijn gekomen. Afsluitend beantwoord ik de hoofdvraag: *Is constructieve journalistiek een nieuwe manier om dagbladlezers bij het nieuws te betrekken?*

P6.1 Wat is de rol van de journalist?

Als er één woord moet zijn dat de belangrijkste waarde binnen de journalistiek weergeeft, is het het woord waarheid. Vanuit het achterhalen van de waarheid ontstaan praktijken als hoor- en wederhoor, het checken van feiten en het scheiden van nieuws en commentaar. De waarheid ligt als een fundament onder de journalistiek. Zou dit fundament verdwijnen, dan zou de journalistiek geheel waardeloos worden.

Uit het literatuuronderzoek in deze scriptie blijkt dat ondanks alle veranderingen de waarheid altijd belangrijk blijft. Ook andere journalistieke kernwaarden, als nieuwsgerichtheid, betrouwbaarheid en sociale verantwoordelijkheid staan nog steeds overeind. Deze waarden komen in andere bewoordingen steeds in de journalistieke geschiedenis terug. Bijvoorbeeld in de woorden: onbevangen en onpartijdig, onafhankelijke intermediair, kritische en onafhankelijke macht in de politiek en samenleving en het achterhalen van de waarheid. Deze sterke waarden zijn nodig om de journalistiek te laten voortbestaan en een stevig fundament te geven. Met uitingsvormen kun je experimenteren, maar deze waarden moeten gelijk blijven.

In het boek *The Elements of Journalism* wordt uitgelegd waarom waarheid zo belangrijk is voor de journalistiek. "The desire that information be truthful is elemental. Since news is the material that people use to learn and think about the world beyond themselves, the most important quality it can possess is that it be usable and reliable. Will it rain tomorrow? Is there a traffic jam ahead? Did my team win? What did the President say? Truthfulness creates, in effect, the sense of security that grows from awareness and is at the essence of news." (Kovach & Rosenstiel, 2014, p. 50)

Ook de geïnterviewden zijn het erover eens dat waarheid de belangrijkste kernwaarde van de journalistiek is. Soms wordt het betrouwbaarheid of objectiviteit genoemd, het komt erop neer dat het moet kloppen wat je leest. De feiten moeten juist zijn en je moet meerdere kanten van een verhaal laten zien. Het nieuws moet niet eenzijdig zijn.

Door de jaren heen is de rol van de journalist veranderd. Hij is niet meer alleen zender. Iedere Nederlander is een zender geworden en kan zijn of haar nieuws de wereld insturen. Wil de journalistiek haar voortbestaan verzekeren dan is het nodig dat zij zich in zekere zin onmisbaar maakt. De journalist moeten uitblinken in het vinden van de waarheid en dit doen op een betrouwbare en onafhankelijke manier met besef van sociale verantwoordelijkheid. Een stukje typen en op internet zetten kan tegenwoordig bijna iedereen, daar is geen journalist meer voor nodig. Journalisten moeten de burgers overtuigen van hun nut door hoogwaardige kwaliteit, analyses en diepgang. Je moet iets bieden wat de burger zelf niet kan.

Brouwers zegt het als volgt: "Een pure journalist legt zichzelf een taak op als dienaar van een goed geïnformeerde maatschappij. Niet langer is de journalist de vervaardiger van 'The first rough draft of history', die rol is immers overgenomen door de vuller van Twitter, Reddit en Facebook. Des te belangrijker is het dat de journalist prat kan gaan op de 'eerste betrouwbare versie van de geschiedenis'. Zelfs als dat feitelijk de tweede is." (Brouwers, 2013, p. 57)

De rol van de journalistiek is dus gelegen in diepgang en kwaliteit. Tegelijk moet ze de dingen blijven doen die ze altijd deed. Het algemeen belang dienen door het publiceren en onderzoeken van maatschappelijk relevante feiten.

P6.2 Wat is constructieve journalistiek?

De definitie die het Constructive Journalism Project aanhoudt, is: "Constructieve journalistiek is een zeer grondige, aangrijpende manier van verslaggeving, die het publiek in staat stelt om constructief te reageren. Het geeft een completer beeld van de werkelijkheid, zonder journalistieke basisprincipes tekort te doen." (Constructive Journalism Project)

Constructieve journalistiek is bedacht door Cathrine Gyldensted, een Deense journalist en onderzoeker. Zij bedacht dat de positieve psychologie ook bruikbaar is binnen de journalistiek. Positieve psychologie kenmerkt zich door de nadruk op mogelijkheden, in plaats van op onmogelijkheden. Daarnaast is het gericht op veerkracht, optimaal functioneren en positieve gezondheid. Het gaat erom dat je in alle omstandigheden ook goede en positieve dingen kunt zien, waardoor je welbevinden stijgt.

Constructieve journalistiek is gebaseerd op vijf elementen uit de positieve psychologie: positieve emoties, betrokkenheid, relaties, betekenis en vervulling. Door deze positieve elementen in je artikel te verwerken, ontstaat er een ander artikel over hetzelfde onderwerp. Het is niet de bedoeling dat journalistieke kernwaarden zoals: waarheid, nieuwsgerichtheid, betrouwbaarheid en sociale verantwoordelijkheid daarbij verloren gaan. Constructieve journalistiek is oplossingsgericht, positief en wil een completer beeld schetsen van het nieuws.

Belangrijk om te weten is dat constructieve journalistiek geen ander nieuws brengt dan de normale journalistiek. Het is hetzelfde nieuws, maar anders geschreven en met meer focus op positieve elementen. Het is niet onkritisch, soft of overdreven blij. Je kunt je natuurlijk afvragen of het mogelijk is om met oplossingen te komen voor problemen die al jaren spelen, maar de meeste geïnterviewden denken dat dat kan. Ze zijn het erover eens dat in de samenleving genoeg mensen zijn met goede ideeën om problemen aan te pakken. Het is de taak van de journalistiek om deze mensen aan het woord te laten. De journalist hoeft oplossingen voor problemen niet zelf te bedenken, maar fungeert als doorgeefluik.

Dat de constructieve journalistiek te positief zou zijn en daarmee de kernwaarden van de journalistiek opzij zet, is geen reëel kritiekpunt. Constructieve journalistiek komt niet in de plaats van de 'gewone' journalistiek, maar voegt er iets aan toe. Binnen de constructieve journalistiek zijn waarden zoals waarheid, nieuwsgerichtheid en een kritische blik net zo nodig en onmisbaar, geven de geïnterviewden aan. Sommigen van hen verwachten zelf dat de kernwaarden van de journalistiek alleen maar versterkt zullen worden en er een completer beeld van de werkelijkheid zal ontstaan.

Een ander doel van constructieve journalistiek is dat het nieuws de burger niet afschrikt, maar hem hoop geeft en laat zien dat hij niet machteloos in de maatschappij staat. Het is de bedoeling dat burgers in hun kracht worden gezet door constructieve verhalen. De lezer zich beter laten voelen is echter geen hoofdtaak van de journalist, maar een mooie bijkomstigheid. Eén van de geïnterviewden, coach Christel Hebly, vroeg in het interview of het de taak is van de journalist om de angsten van de burger te voeden of om de burger zich slechter te laten voelen. Niemand wint er iets mee als de burger zich somber of angstig voelt door het nieuws.

De interesse in nieuws zal daardoor eerder afnemen. De journalist moet zich bewust zijn van het effect dat zijn verhalen op lezers hebben en moet daarin zijn verantwoordelijkheid nemen.

P6.3 Hoe gaat de dagbladlezer om met het nieuws?

Het is lastig om deze vraag te beantwoorden, zeker omdat er maar weinig onderzoek is gedaan naar wat de lezer graag leest. Het lijkt erop alsof de journalistiek de koers bepaalt en de lezer volgt, afhaakt of overstapt naar een nieuwsvoorziening die hem wel aanspreekt.

Zeker is dat nieuws ontzettend populair is, 70 tot 90 procent van de bevolking kijkt of leest het nieuws. (Wijnberg, 2013, p. 9) De meeste lezers van dagbladen lezen echter maar 10 procent van de redactionele inhoud. Uit onderzoek blijkt dat mensen vooral het nieuws kijken/lezen om te weten wat er gebeurt en om te kunnen meepraten over allerlei zaken. De krant wordt minder gelezen om meer te leren over normen en waarden in de maatschappij of op ideeën te komen over wat te doen. (Waal, 2012) Je zou dus kunnen zeggen dat de krant meestal niet wordt gelezen voor inspiratie. De meest gelezen krant is de Telegraaf (met ongeveer 1,8 miljoen lezers per dag), de meest gelezen nieuwssite is Nu.nl.

Als je kijkt naar de initiatieven die zich nu al met constructieve journalistiek bezighouden, zoals OneWorld en De Correspondent, valt het op dat ze een bepaald publiek trekken. Voornamelijk hoger opgeleiden en maatschappelijk betrokken, jonge mensen. Ook uit onderzoeken blijkt dat hoger opgeleiden en mensen met een hoog inkomen vaker kranten als het NRC of de Volkskrant lezen. De Correspondent, een van de weinige constructieve initiatieven in Nederland, trekt ook veel lezers uit dit segment. Wel moet gezegd worden dat constructieve journalistiek absoluut niet bedoeld is als product voor de elite.

Met het oog op deze cijfers en gegevens is het wel de vraag of de gemiddelde burger eigenlijk wel zit te wachten op diepgaande analyses, achtergrond onderzoek, duiding en oplossingen. Het feit dat Nu.nl en de Telegraaf de meest gelezen nieuwsbronnen in Nederland zijn, duidt er niet op dat iedereen ook zoekt naar diepgang in het nieuws. Het lijkt erop dat de meeste mensen het eigenlijk wel prima vinden om het nieuws 'vrijblijvend' tot zich te nemen. Daarmee bedoel ik dat ze, waarschijnlijk, niet zitten te wachten op een appèl of oplossingen die ook iets van henzelf vragen.

De geïnterviewden denken daar anders over. Zij zijn van mening dat de burger wél behoefte heeft aan constructieve journalistiek, juist omdat het nieuws vaak zo negatief is. Ze verwachten dat constructieve journalistiek toepasbaar is op alle vormen van journalistiek en dat het daarom een groot publiek kan aanspreken. Wel moet er een goede mix zijn in het nieuws, niet alles hoeft constructief te zijn. Ook moet het nieuws aansluiten bij de leefwereld van de lezers, je moet een instapmoment hebben dat dichtbij de lezer ligt, zodat je hem of haar persoonlijk betreft bij het verhaal. Uit onderzoek van TNS NIPO blijkt dat een kwart van de Nederlanders positievere berichtgeving wel ziet zitten. Zij verwachten dat positieve nieuwsberichten een positieve uitwerking hebben op hun eigen welzijn en dat van mensen in hun omgeving. (Boer, 2015)

Uit mijn onderzoek blijkt dat de dagbladlezer graag zichzelf herkent in de berichtgeving. Hij wil dingen lezen die aansluiten bij hem als persoon en weten wat er gebeurt zodat hij kan meepraten over de actualiteiten. Leren van het nieuws is maar voor weinigen weggelegd. Veel lezers willen volgen, niet hun gedachten over iets aanpassen of concrete zaken veranderen.

Zolang de constructieve journalistiek met haar berichtgeving aansluit bij de lezer en niet te activerend of activistisch overkomt, zal de lezer het waarschijnlijk gewoon accepteren. Er zijn weinig mensen die een afkeer hebben van goede initiatieven of hoopvolle elementen. Daarnaast zullen lang niet alle lezers zich er bewust van zijn als hun dagblad constructiever gaat berichten. Het nieuws heeft namelijk vooral onbewuste invloed op de lezer. Hierover leest u in het antwoord op de volgende deelvraag.

P6.4 Wat zijn de effecten van constructieve journalistiek?

Onderzoeken naar constructieve journalistiek zijn er nog niet in overvloed, gelukkig zijn er genoeg om er wat zinnigs over te zeggen. Allereerst blijkt dat constructieve berichten mensen positiever en hoopvoller maken. Een voordeel daarvan is dat deze hoopvolle en geïnspireerde mensen sneller in actie komen dan mensen die afgestompt zijn door het zoveelste negatieve bericht.

Ook worden positieve of hoopvolle berichten op social media veel meer gedeeld dan trieste of slechtnieuws verhalen. Constructieve berichten zullen waarschijnlijk dus een groter bereik hebben dan 'gewone' berichten. Anderzijds is het feit dat deze positieve berichten op social media veel gedeeld worden niet heel bijzonder. Social media, als Facebook, staan namelijk bekend om hun positiviteit, dus zijn de perfecte plek om positiviteit rond te strooien.

Uit een proefschrift van Karen Elizabeth McIntyre, van de Universiteit van North Carolina, blijkt dat emoties die nieuwsverhalen oproepen een grote invloed hebben op het denken, voelen en handelen van de lezers. Uit haar tweede studie blijkt dat een nieuwsbericht over een maatschappelijk probleem inclusief de vermelding van een effectieve oplossing de lezer positiever laat denken over het nieuwsartikel. In dit geval heeft het bericht, volgens haar onderzoek, geen invloed op het concrete gedrag van de lezer.

In andere onderzoeken wordt echter gezegd dat constructieve berichten wel invloed hebben op het gedrag. Mensen gaan een verhaal bijvoorbeeld delen, of nemen deel aan pro-sociale gedragingen zoals een donatie of een petitie ondertekenen. Ik laat de waarheid in dit geval in het midden. Er zullen vast mensen zijn die daadwerkelijk tot actie overgaan na het lezen van een constructief artikel, maar er zullen ook veel mensen zijn die dat niet doen. Dit hangt ook af van de hoeveelheid constructief nieuws en de lezer.

Daarnaast is het zeer aannemelijk dat constructieve journalistiek zal leiden tot meer welbevinden en afname van angst en wantrouwen bij de lezers. Want dat nieuws invloed heeft op de algemene opinie mag duidelijk zijn. Het voorbeeld wat ik hiervoor in mijn scriptie geef, is de oudejaarsnacht in Keulen. De gebeurtenissen daar zorgen voor een enorme omslag in het denken over vluchtelingen.

Ook geïnterviewden verwachten dat constructieve journalistiek positieve gevolgen heeft voor de maatschappij. Ze spreken over verbinding en bezinning. Daarnaast is de verwachting dat burgers positief kritisch worden en zaken van meer kanten gaan bekijken. Wel blijft het onder de geïnterviewden de vraag of constructieve journalistiek op grote schaal wordt opgepakt, zodat deze gevolgen ook zichtbaar zullen zijn.

Het is duidelijk dat constructieve journalistiek alles in zich heeft om positieve effecten te bewerkstelligen. Dit is ook nodig gezien het feit dat constructieve journalistiek uiteindelijk is bedoeld om het individuele en maatschappelijke welzijn te verhogen.

Of constructieve journalistiek groot gaat worden in Nederland vinden de geïnterviewden lastig te voorspellen. Wel zien ze al constructieve elementen in programma's als Tegenlicht, bij De Correspondent en in de Volkskrant. Dat de hele journalistiek constructief wordt, verwachten ze niet, wel dat de interesse voor constructieve journalistiek toeneemt.

P6.5 Is constructieve journalistiek een noodzakelijke manier om dagbladlezers bij het nieuws te betrekken?

Na dit onderzoek kan ik deze vraag beantwoorden met 'ja'. Constructieve journalistiek is absoluut een goede manier op je lezers bij je dagblad te betrekken.

Noodzakelijk is natuurlijk een zwaar woord, het impliceert iets onmisbaars, maar toch wil ik het laten staan in deze scriptie. Als je een langetermijnvisie hebt voor de journalistiek, meer wilt zijn dan een schreeuwend, 'hyperig' medium en je lezer echt iets wilt bieden dan is constructieve journalistiek noodzakelijk.

Constructieve journalistiek heeft bewezen voordelen voor zowel de lezer als de journalist. Zoals u las in de deelvraag over de effecten van constructieve journalistiek, zorgen constructieve verhalen voor meer welbevinden onder de lezers, worden meer gedeeld en zetten vaker aan tot actie dan ook normaal nieuwsartikel. Het is wel zo dat een constructief verhaal schrijven waarschijnlijk meer tijd kost. Dat hoeft geen probleem te zijn, vooral niet omdat de toekomst van de journalistiek naar mijn idee ligt in het bieden van analyses, diepgang en achtergrondonderzoek. Voor het 'snelle' nieuws hebben we aan Twitter of Nu.nl al wel genoeg. De journalist moet zich gaan onderscheiden en meer bieden dan een snel berichtje.

Daarnaast heeft de journalist kans dat door hoopvollere berichtgeving zelfs de meest 'nieuwsmoede' lezer terugkeert naar een dagblad. Aangezien de helft van de Nederlanders (54%) wel eens neerslachtig wordt van de berichtgeving, valt hier een slag te maken. Als wij als journalist de burger dienen, waarom bieden wij hem om haar dan geen nieuws met perspectief? Nieuws waar de lezer iets mee kan of wat in ieder geval niet deprimeert.

De resultaten van constructieve journalistiek zijn tot nu toe positief en de kritiek komt vooral voort uit onwetendheid en te snel getrokken conclusies. Natuurlijk kun je cynisch zijn over constructieve journalistiek en zeggen dat het te positief en subjectief is, hiermee houd je echter vooral jezelf voor de gek. Het lijkt er eerder op dat constructieve journalistiek kans maakt om echt een nieuwe norm neer te zetten in de journalistiek, een norm waarin waarheid, betrouwbaarheid en sociale verantwoordelijkheid belangrijker zijn dan ooit.

Als je kijkt naar de huidige tijd en maatschappij, dan lijkt het erop dat het er behoefte is aan analyse, diepgang en perspectief. Slecht nieuws is er genoeg en het blijkt dat dit vaak ook een afstotende werking heeft, zoals u al las in de derde deelvraag. Maar waarom zou je als dagblad je lezer afstoten door negativiteit? Natuurlijk hoeft je het nieuws dan niet te verbuigen tot een positief verhaal, maar voeg wel andere elementen toe. Ga opzoek naar initiatieven, mensen met goede ideeën en laat andere kanten zien van het verhaal. Sta stil bij de gevolgen van je artikel en ga na of je daarmee de samenleving dient.

Constructieve journalistiek is in geen geval een concurrent van de 'gewone' journalistiek. Je zou het kunnen zien als een toevoeging aan de journalistiek, die de kwaliteit naar een hoger niveau tilt. Sterker nog, constructieve journalistiek zou niet eens kunnen bestaan zonder de 'gewone' journalistiek. Net zoals er in het bedrijfsleven innovaties zijn om dingen beter te maken, kunnen er ook innovaties zijn binnen de journalistiek. We hoeven niet huiverig te zijn voor het verval van de journalistieke kernwaarden, omdat zij het fundament zijn van de journalistiek. Laten we de kernwaarden los, dan blijft er niets meer over van de kwaliteitsjournalistiek.

Dit alles klinkt idealistisch, dat zie ik als kritisch journalist ook in. Toch denk ik dat we constructieve journalistiek een kans moeten geven. Ik ben zelf christen en dat maakt dat ik constructieve journalistiek zeker de moeite waard vind. Ik denk dat deze vorm van journalistiek heel goed aansluit bij de Bijbelse boodschap van hoop en liefde voor je naaste. Hoop brengen en goed zijn voor je medemens zijn belangrijke thema's in het evangelie, maar ook in de constructieve journalistiek. Vanuit dat perspectief lijkt het mij beter om mensen niet alleen somber of droevig te maken met het nieuws, maar ook hoopvolle elementen te laten zien. Natuurlijk kan dit niet altijd, soms is er simpelweg niets goed of positiefs te vinden in ellende, maar dan mag dat ook zo zijn. We moeten de waarheid geen geweld aan doen om iets te creëren wat er niet is. Maar als iets constructief te brengen is, breng het dan ook op die manier.

Nawoord

Ik ben tijdens het schrijven van deze scriptie vaak van gedachten veranderd over de constructieve journalistiek. Toen ik in *OneWorld* las over constructieve journalistiek vond ik het gelijk interessant en een goed idee, maar naar mate mijn scriptie vorderde kwamen de twijfels. Halverwege mijn afstudeeronderzoek kwam de hele constructieve journalistiek op mij over als een veel te idealistisch en hoog gegrepen idee. Maar hoe meer ik las en onderzocht, hoe meer de nuance kwam. Ik ben van mening dat een goed idee je vanzelf overtuigt. Als iets echt een goed idee is, blijft het ook staan onder kritiek en vragen.

Constructieve journalistiek bleek zo'n goed idee. Er is over nagedacht en het is niet iets wat zomaar uit de lucht gegrepen is. Ik denk dat constructieve journalistiek het in zich heeft om een verandering in de journalistiek te bewerkstelligen. Ik hoop dat journalisten gaan nadenken over hun verantwoordelijkheid en de invloed van hun artikelen en dat daardoor de kwaliteit van de journalistiek omhoog gaat. Voor mij is deze scriptie niet het laatste wat ik met constructieve journalistiek gedaan heb. In de toekomst hoop ik artikelen te schrijven die de lezers hoop geven en perspectief bieden.

In dit nawoord wil ik een aantal mensen bedanken. Allereerst mijn afstudeerbegeleider Bartho de Looij. Hij heeft mij tijdens deze afstudeerperiode zeer goed begeleid. Zijn commentaar op mijn scriptie heeft mij geholpen om alles nog beter en sterker te verwoorden. Daarnaast waren zijn complimenten op mijn scriptie een bemoediging om door te gaan als ik voor mijn gevoel even vast liep.

Daarnaast wil ik mijn vriend, Gersom van Noppen, bedanken. Ik waardeer het hoe hij ontelbaar keer naar mijn afstudeerrelaas heeft geluisterd en hoe hij soms het woord nam als ik geen zin meer had om aan mensen uit te leggen wat constructieve journalistiek is. (Een onderwerp dat vaak tot verwarring leidde. A: Conservatieve journalistiek? Huh, conservatief, maar jij ben toch helemaal niet zo conservatief?! B: Nee, con-struc-tie-ve journalistiek. A: Oooh, ik dacht al, hahaha.) Ik hoop dat ik met dezelfde toewijding kan bijdragen aan zijn afstudeerproces, wat net van start is gegaan.

En natuurlijk veel dank aan de geïnterviewden, die mij allemaal met enthousiasme en kennis te woord stonden. Het is fijn dat zij hier allemaal uitvoerig de tijd voor namen en zoveel interesse toonden in mijn scriptie.

Daarnaast dank aan mijn ouders, huisgenoten, Sylvia en Nadia, die allemaal op hun manier hebben bijgedragen aan mijn scriptie.

Een constructieve groet,

Eline Liefertink

Ede, 29 mei 2016

Bibliografie

- Bakker, P. (2013, februari 15). *Krantenstatistiek*. Opgeroepen op november 15, 2015, van krantenstatistiek.tumblr.com:
<http://krantenstatistiek.tumblr.com/search/leeftijd+krantenlezer>
- Bardoel, J. (2015). *Journalistieke cultuur in Nederland*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Blokker, J. (2010). Nederlandse journalisten houden niet van journalistiek. In J. Blokker, *Nederlandse journalisten houden niet van journalistiek* (pp. 10,11). Amsterdam: Bert Bakker.
- Boer, R. d. (2015, februari 4). *Nederlanders zijn slecht nieuws zat*. Opgeroepen op oktober 23, 2015, van www.ninefornews.nl: <http://www.ninefornews.nl/onderzoek-nederlanders-zijn-slecht-nieuws-zat/>
- Bouwen, G. (2013, augustus). *Generatief nieuws als katalysator voor verandering*. Opgeroepen op april 10, 2016, van www.metanoia-ai.nl: <http://www.metanoia-ai.nl/wp-content/uploads/2013/08/Hoofdstuk.Generatiefnieuws.pdf>
- Brouwers, B. (2013). *Na de deadline*. Amsterdam: Fast Moving Targets B. V.
- CBS. (2015, juli 22). *Hoogopgeleiden*. Opgeroepen op oktober 16, 2015, van www.compendiumvoordeleefomgeving.nl:
<http://www.compendiumvoordeleefomgeving.nl/indicatoren/nl2100-Opleidingsniveau-bevolking.html?i=15-12>
- Cebuco. (2011). *Profiel lezers van gedrukte kranten*. Opgeroepen op oktober 15, 2015, van www.cebuco.nl:
http://www.cebuco.nl/uploads/artikeldownloads/Profiel_lezers_van_gedrukte_kranten_-_NPM_2011.pdf
- Cebuco. (2012, juli 19). *De dagbladlezer is een gewoontedier*. Opgeroepen op oktober 22, 2015, van [www.fonkonline.nl](http://fonkonline.nl): <http://fonkonline.nl/artikelen/media-nieuws/dagbladlezer-is-gewoontedier-20715.html>
- Constructive Journalism Project. (sd). *Constructive Journalism Project*. Opgeroepen op september 30, 2015, van www.constructivejournalism.org: <http://constructivejournalism.org/about/>
- Correspondent, D. (2013). *Het manifest*. Opgeroepen op oktober 19, 2015, van www.decorrespondent.nl: <https://decorrespondent.nl/over>
- DenkProducties. (2011). De psychologie van het overtuigen. *De psychologie van het overtuigen, miniboekje* (p. 40). Amsterdam: DenkProducties.
- England, R. (2014, februari 18). *Centre for Constructive Journalism to launch this year*. Opgeroepen op oktober 2015, 14, van positivenews.org.uk:
<http://positivenews.org.uk/2014/culture/media/14683/centre-constructive-journalism-launch-year/>
- Genugten, L. v. (2015, september). Generatiekloof. *One World*, p. 1.

- Genugten, L. v. (2015, juli/augustus). Journalisten redden de wereld. *ONEWORLD*, p. 7.
- Gyldensted, C. (2011, augustus 1). Innovating News Journalism through Positive. *Innovating News Journalism through Positive, Master of Applied Positive Psychology*,. University of Pennsylvania, VS: University of Pennsylvania.
- Gyldensted, C. (2014, oktober 24). *How journalists could be more constructive – and boost audiences*. Opgeroepen op oktober 5, 2015, van The Guardian: <http://www.theguardian.com/media-network/2014/oct/24/constructive-journalism-de-correspondent>
- Gyldensted, C. (2015). *From mirrors to movers: Five elements of Positive psychology in constructieve journalism*. Denmark: GGroup Publishers.
- Haagerup, U. (2014). *Constructive News*. InnoVatio Publishing AG.
- Hermans, L., Pleijter, A., & Vergeer, M. (2012, januari 23). *De doorsnee journalist hecht aan de klassieke journalistieke waarden*. Opgeroepen op september 21, 2015, van www.persinnovatie.nl: <http://www.persinnovatie.nl/4600/nl/de-doorsneejournalist-hecht-aan-de-klassieke>
- Hermans, P. (2013, maart 21). *Goed nieuws doet het beter dan slecht nieuws op sociale netwerken*. Opgeroepen op april 11, 2016, van www.convergingmedia.eu: <http://www.convergingmedia.eu/goed-nieuws-doet-het-beter-dan-slecht-nieuws-op-sociale-netwerken/>
- Ivonne van de Ven Stichting, S. I. (2012). *Suicide in de media, een richtlijn*. Opgeroepen op oktober 28, 2015, van www.ivonnevandevenstichting.nl: <http://www.ivonnevandevenstichting.nl/docs/richtlijn.pdf>
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). *The Elements of Journalism*. Three Rivers Press (CA).
- McIntyre, K. E. (2015). *CONSTRUCTIVE JOURNALISM: THE EFFECTS OF*. Chapel Hill: University of North Carolina.
- Nieuwsmedia, N. (2013). *Verspreide oplage*. Opgeroepen op oktober 18, 2015, van www.oplagen-dagbladen.nl/: <http://oplagen-dagbladen.nl/>
- NPO Radio 1, D. o. (2015, juli 14). Björn Soenens over een ander VRT Journaal. Nederland.
- OneWorld. (2015). *Wie zijn wij*. Opgeroepen op oktober 8, 2015, van [oneworld.nl](http://www.oneworld.nl): <http://www.oneworld.nl/wie-zijn-wij>
- Schinkelshoek, J. (2009, december 5). *De klassieke journalistiek moet in ere worden hersteld*. Opgeroepen op september 21, 2015, van www.trouw.nl : <http://www.trouw.nl/tr/nl/4324/Nieuws/article/detail/1175901/2009/12/05/De-klassieke-journalistiek-moet-in-ere-worden-hersteld.dhtml>
- Schramade, K. (2016, januari 14). *Wat staat ons te wachten na 'Keulen'?* Opgeroepen op april 6, 2016, van [oneworld.nl](http://www.oneworld.nl): <https://www.oneworld.nl/vrede-veiligheid/de-naakte-waarheid-van-keulen>

- Schuijt, L. (2014, november 4). *Constructieve journalistiek* . Opgeroepen op oktober 14, 2015, van www.watbezieltons.nu : <http://www.watbezieltons.nu/index.php/constructieve-journalistiek/>
- Smouter, K. (2015, september 9). *Nieuws is pathologisch pessimistisch* . Opgehaald van [www.decorrespondent.nl](https://decorrespondent.nl/3180/Nieuws-is-pathologisch-pessimistisch-Tijd-om-daar-iets-aan-te-doen/236359860-e0c87769) : <https://decorrespondent.nl/3180/Nieuws-is-pathologisch-pessimistisch-Tijd-om-daar-iets-aan-te-doen/236359860-e0c87769>
- Soenens, B. (2014, oktober 29). *Het nieuws moet inspireren, niet deprimeren*. Opgeroepen op oktober 2015, 14, van www.deredactie.be: <http://deredactie.be/cm/vrtnieuws/opinieblog/analyse/1.2132674>
- Thevissen, F. (2015, mei 13). *Achter de schermen van de constructieve journalistiek*. Opgeroepen op oktober 14, 2015, van www.doorbraak.be: <http://www.doorbraak.be/nl/nieuws/achter-de-schermen-van-de-constructieve-journalistiek>
- Thevissen, F. (2015, mei 14). *There's no business like constructive journalism business*. Opgeroepen op oktober 13, 2015, van www.doorbraak.be: <http://www.doorbraak.be/nl/nieuws/achter-de-schermen-van-de-constructieve-journalistiek-0>
- Valk, L. v. (2015). *Startups: De Correspondent*. Opgeroepen op oktober 19, 2015, van [www.nieuwejournalistiek.nl](http://nieuwejournalistiek.nl) : <http://nieuwejournalistiek.nl/startup-decorrespondent/2015/03/03/in-8-dagen-15-duizend-abonnees-voor-een-medium-dat-nog-niet-bestaat/>
- Vreede, J. d. (2016, januari 16). *Nederlandse vrouwen zijn banger na Keulen*. Opgeroepen op april 6, 2016, van [ad.nl](http://www.ad.nl) : <http://www.ad.nl/ad/nl/1013/Buitenland/article/detail/4225390/2016/01/16/Nederlandse-vrouwen-zijn-banger-na-Keulen.dhtml>
- VRT. (2015). *Missie en waarden*. Opgeroepen op oktober 14, 2015, van www.vrt.be: <http://www.vrt.be/wie-zijn-we/missie-en-waarden>
- Waal, E. d. (2012). *Online kranten en maatschappelijke betrokkenheid*. . Amsterdam: The Amsterdam School of Communications Research.
- Wijffes, H. (2004). *Journalistiek in Nederland, 1850-2000*. Amsterdam: Boom.
- Wijnberg, R. (2013). *De Nieuwsfabriek*. Amsterdam: De Bezige Bij.
- Wolff, L. d. (2005). *De krant was koning*. Amsterdam: Bert Bakker.
- Ziel, T. v. (2011). *Een goed verhaal*. Den Haag: Boom Lemma.

Bijlagen

Interview William Rice | Mediapsycholoog | 42 jaar

Wat zijn volgens u de kernwaarden van de journalistiek?

Volgens mij hoort de journalistiek objectief te zijn, zo dicht mogelijk bij de waarheid komen met de berichtgeving, met het verhaal, het artikel. De journalistiek heeft ook een maatschappelijk nut, dient een maatschappelijk doel en dat is vaak, van origine is dat ook wel controleren. Controleren bijvoorbeeld het bestuur van een land, de politiek en ik zeg wel eens dat is het controleren en niet gecontroleerd. Dus de journalistiek is controlerend en beschikt over vrijheid, vrijheid van meningsuiting, dus niet gecontroleerd door die regering. En heeft ook een verantwoordelijkheid, dus het is ook verantwoorde berichtgeving. Door middel van onderbouwing van het verhaal.

Ja, oké, dat is heel duidelijk. Ik vraag dit aan iedereen om een beetje een beeld te krijgen van wat die persoon als de basis van de journalistiek ziet. Zodat ik dat naast elkaar kan leggen.

De constructieve journalistiek staat erom bekend dat ze veel diepgaande analyses doet en achtergrondonderzoek en duiding en ook oplossingen aandraagt. Denkt u dat de gemiddelde lezer daar ook op zit te wachten?

Ja, en dan constructieve journalistiek specifiek of onderzoeksjournalistiek?

Nee, wel echt constructieve journalistiek, want dat is meer gericht op oplossingen.

Niet voor alles natuurlijk, zeker in deze tijd waarin er zoveel informatie overal beschikbaar is en mensen wel min of meer overweldigd worden door de informatiestroom, zitten ze niet over alles op diepgaande analyses en achtergronden te wachten. Maar voor zaken die hem of haar boeien, die relevant zijn. En dat kunnen grote maatschappelijke ontwikkelingen zijn, maar dat kunnen ook hele kleine specifieke dingen zijn die liggen bij je eigen interessegebieden en je eigen motivaties. En dan denk ik wel in oplossingen, dan denk ik wel dat mensen grote behoefte hebben om oplossingen te zien. Dat heeft ook te maken met wat ik net zei, de enorme hoeveelheid aan informatie die beschikbaar is. En hoe kun je zelf nu weten wat daarvoor voor jou relevant is en om er iets mee te gaan doen, in de oplossingsfeer. Dus als je dan een rijtje aangeboden krijgt, kun je er naar kijken en dat op waarde inschatten. Er daarin ook verschillende alternatieven hebt. Dan denk ik wel dat mensen dat prettig vinden.

Je kunt het ook zien aan het succes van allemaal van die blogpost, die hebben de zeven tips om dit, of de acht dingen die je moet doen om. Of vijf gouden regels voor 2016, dat soort dingen dat zijn blogposts. Dat is een format binnen blogposts en contentmarketing wat je nu ziet, dat heel erg aanspreekt en dat heeft daarmee te maken denk ik.

Eigenlijk ook heel concreet mensen laten zien wat ze kunnen doen? Ja.

En denkt u wel dat een bepaald type lezer daarin geïnteresseerd is? Of zou dat echt voor iedereen interessant zijn?

Nou ja, dan kom ik weer terug op het vorige. Ik denk dat iedereen wel dingen heeft waarin ze, onderwerpen waarin ze op die manier artikelen willen lezen.

Ik denk dat iedereen dat wel heeft voor bepaalde onderwerpen. In algemene zin zijn er natuurlijk wel verschillen, er zijn mensen, laat ik het maar even heel plat zeggen, die voornamelijk geïnteresseerd zijn in roddelpers en in boulevardjournalistiek, om het maar zo te noemen. En die vinden dat voldoende. Lekker doorbladeren, dat is meer laten we het passief noemen. Het passieve mediagebruik en voor entertainmentdoelen en vermaak.

En andere mensen hebben meer motivatie om media te gebruiken om geïnformeerd te zijn en geïnformeerd te worden. Die mensen zullen het dan over het algemeen wat meer hebben of wat meer interesse hebben in dit soort journalistieke artikelen.

Dus er zullen altijd wel mensen zijn die er gewoon niet zo van houden of meer geïnteresseerd zijn in andere soorten journalistiek?

Ja, die die behoefte niet hebben, niet zozeer er niet van houden. Nou ja, misschien is dat de consequentie ervan. Maar inderdaad de behoefte is waar het vandaan komt. Dus welke behoefte heb je bij je mediagebruik en bij de een is het meer vermaak en bij de ander is het meer informatie of op de hoogte komen. En natuurlijk kan dat ook per tijd en situatie verschillen en tussen mensen. Als je naar jezelf kijkt, soms wil je gewoon vermaakt worden en andere keren is het toevallig een onderwerp wat je heel erg interesseert, nou, dan wil je ook de diepte induiken.

Dus het verschilt ook wel per onderwerp waarschijnlijk?

Ja en daarom ook voor de gemiddelde burger en natuurlijk als je kijkt naar statistieken dan heb je wel gemiddelden. Maar in profielen en mediagebruik, wat is dan gemiddeld, hè? En wat is tegenwoordig nog gemiddeld? Waar je dertig, veertig jaar geleden echt hele duidelijke zuilen had in de maatschappij, vaak gerelateerd aan religie, dus katholieken, protestanten. Die mensen hadden ook hun eigen specifieke media en een krant die daarbij hoorde. Dat heb je nu natuurlijk helemaal niet meer, het is volledig gefragmenteerd. Het medialandschap, maar ook de maatschappij, wat dat betreft.

Ja, dus daarom vroeg ik me ook wel af is de constructieve journalistiek niet een beetje gericht op een bepaalde soort mensen. Die bijvoorbeeld heel erg geïnteresseerd zijn in maatschappelijke problemen of meer oplossingsgericht zijn.

Nou ja, de aanpak, de methode kun je natuurlijk op elk onderwerp toepassen. Je kunt ook constructieve journalistiek, dan moet je misschien een beetje je best voor doen, maar dan kun je het ook in de roddelpers gebruiken. De methode staat natuurlijk gewoon los van het onderwerp.

Ja, dus je zou het ook wel breder kunnen inzetten? Ja, dat denk ik wel ja.

Oké en de constructieve journalistiek is dus ook wel heel erg bezig om oplossingen aan te dragen voor problemen. Zodat mensen niet zo het gevoel hebben van ik kan hier niks aan doen en wat een ellende allemaal. Maar verwacht u dat het mogelijk is om met oplossingen te komen voor sommige problemen? Want sommige dingen spelen natuurlijk al jaren.

Ja, heb je daar een voorbeeld van?

Noem maar even de vluchtelingenkwestie, dat speelt niet al jaren maar al wel een hele tijd. En het is toch wel behoorlijk lastig om daarvoor constructieve oplossingen aan te dragen.

Ook omdat heel veel gewoon wordt besloten gewoon in de politiek of in Europa. En dat je daar als burger eigenlijk niet zo heel veel aan kunt doen.

Ja, dat zou de kracht van media moeten zijn hè, om de politiek min of meer te dwingen om tot actie over te gaan. Daarvoor zijn de media ook de spreekbuis van de maatschappij en van de burger. En ja, die vluchtelingenkwestie speelt inderdaad al wel jaren, maar dat hebben wij onvoldoende meegekregen wat er aan de hand was en dat zien we nu pas in zijn volle effect. En om je vraag te beantwoorden, ja, ik denk dat dat mogelijk is. Zoals ik net al zei via de publieke druk opvoeren op de politiek via de media zouden er oplossingen via de politiek kunnen komen. Maar je hebt natuurlijk ook gewoon enerzijds het informeren van burgers, maar ook het participeren van burgers of mediaconsumenten, of hoe je ze wilt noemen. Als je kijkt naar crowdsourcing, hoe dat een vlucht heeft genomen de afgelopen jaren en op allerlei manier wordt toegepast. En ook heel succesvol wordt toegepast. Waarbij de kracht van het publiek, de kracht van de crowd wordt ingezet om inderdaad tot oplossingen of ideeën of wat dan ook te komen. En dan denk ik dat dat ook hierin mogelijk is als er in de constructieve journalistiek ook een component van participatie zit en mensen worden enerzijds bewust, want ze krijgen andere invalshoeken te zien, maar ook oplossingen en als er dan ook nog aan gekoppeld wordt wat kan je zelf doen, dan denk ik zeker wel dat daar mogelijkheden in zijn.

Oké, dat vind ik wel een heel interessant antwoord. Dit heeft nog niemand zo genoemd, om het meer zo te bekijken. De kracht van de media kan natuurlijk ook wel heel sterk zijn, dat zie je ook wel in het Midden-Oosten met al die revoluties.

Ja, en dat is met name de nieuwere media die we nu hebben, die mensen eigenlijk een platform biedt hè. En we hebben niet meer de traditionele grote mediakanalen nodig, maar met elkaar, iedereen heeft zijn eigen spreekbuis. Als je met elkaar door die spreekbuis roept, dan klinkt dat heel erg hard. En dat zie je inderdaad met de Arabische Lente, die vooral via Facebook en Twitter eigenlijk heel erg van de grond zijn gekomen.

Ja, en de constructieve journalistiek is er ook wel op gericht om meer hoop te bieden en meer perspectief te geven. Vindt u dat de taak van de journalist om de burger zich beter te laten voelen?

Nou, het is niet misschien een taak, maar het is wel een mooie doelstelling. Journalisten zijn natuurlijk ook mensen en als mensen levend in deze wereld denk ik dat dat een mooi doel is om jezelf te stellen. Om mensen zich beter te laten voelen, is misschien nog wel een stapje verder. Als je een stapje terug doet en dat je zegt dat je door middel van wat je doet en de manier waarop je het doet, dus het bieden van een volledig beeld en het bieden van mogelijke oplossingen waardoor de burger beter geïnformeerd is en ook het gevoel heeft dat 'ie een eigen rol kan hebben. Een eigen rol kan spelen, dan denk ik dat mensen zich daardoor beter gaan voelen. Dus het is dan een tweetrapsraket eigenlijk. Je biedt de middelen, mensen pakken die middelen aan en kunnen doordat ze daar een actieve rol in hebben of in ieder geval het gevoel hebben dat ze dat kunnen hebben, daardoor kunnen ze zich beter gaan voelen.

Denkt u dat dat dan ook zichtbaar gaat worden in de maatschappij?

Ja, als je de gewone mens op die manier kunt activeren, dan ja. Dan is er nu natuurlijk wel de vraag, hoe meet je dat? Hoe meet je dat effect? Dat is gewoon lastig.

Maar in algemene zin, als mensen gewoon meer informatie krijgen waarmee ze iets kunnen gaan doen en dat is dan in een oplossingsrichting, dus in oplossingen denken, dus dan zal dat een effect hebben ja.

Waarin zou dat dan bijvoorbeeld zichtbaar kunnen zijn?

Pakken we het voorbeeld van de vluchtelingen, van de problematiek die we nu hebben en je ziet daar natuurlijk polarisatie ontstaan. Mensen die echt helemaal fel daarop tegen zijn, dat zijn die jonge mannen die bij die bijeenkomsten aan het schelden waren en die ene vrouw die dan op het podium stond en zei van: 'ik vind dat we zelf iets moeten doen'. En als je kijkt, er zijn heel veel mensen denk ik die niet goed weten wat er nu precies speelt, wat er aan de hand is. Mensen die wel een gevoel hebben van: 'wat zou ik nou kunnen doen?' Want volgens mij is het probleem, het ligt bij de politiek en het ligt niet bij mij of 'wat kan ik zelf doen?' Ik denk dat als er op die manier berichtgeving over is, ook met wat kan je zelf doen. Wat natuurlijk niet is: reis af naar Syrië en ga daar een kamp opzetten of zo, maar gewoon heel dicht bij huis dat mensen daar dan wel iets mee zouden kunnen en dat ze dat zouden waarderen.

Dat mensen die het niet goed weten niet automatisch meegesleept worden in de negatieve berichtgeving maar ook positieve verhalen horen?

Ja en inderdaad, als je dus meer ermee aan de slag gaat buiten alleen lezen, je er dan ook op een andere manier over nadenkt en misschien ook een stap zet om je handen uit je mouwen te steken op wat voor manier. Dan ook dan zit je al heel anders in het probleem of in de situatie en dan kijk je er al heel anders tegenaan.

Oké en de constructieve journalistiek is ook wel deels gebaseerd op positieve psychologie, wat vindt u daarvan?

Zou u daar wat meer over kunnen uitleggen?

Cathrine Gyldensted, dat is de vrouw die het bedacht heeft. Zij is journalist en heeft positieve psychologie gestudeerd. Toen dacht ze: elementen vanuit de positieve psychologie zoals perspectief bieden of een gevoel een wij-gevoel creëren en dat soort dingen, dat zou ik heel goed kunnen gebruiken in de journalistiek en daarvanuit ontstond het idee voor constructieve journalistiek. Mijn vraag daarbij is wat vindt u ervan dat zo'n ander vak een rol krijgt binnen constructieve journalistiek?

Nou ja, vanuit mijn achtergrond moet ik zeggen dat ik het fantastisch vind. Ik vind sowieso dat psychologie in veel meer zaken naar voren moet komen. Ook in de media, ook in het bedrijfsleven. In de media wordt vanuit de psychologie vaak een stap gezet naar manipulatie en reclame en mensen onbewust laten doen wat ze eigenlijk niet zouden willen. Als je een effect wil creëren en een positief effect dan zijn er manieren die ook vanuit de psychologie komen, die onderzocht zijn, die werken en waarom zou je die dan niet gebruiken om een hoger doel na te streven. Dat is absoluut positief, haha.

Oké, maar u heeft niet zoiets van nee, het is journalistiek dus dat moet helemaal los blijven van andere invloeden of gedachten?

Nee, je hebt ook een andere beweging in de journalistiek, de datajournalistiek en die leunt heel erg sterk op statistieken, maar ook steeds meer op allerlei hele ingewikkelde algoritmes en computerprogramma's. Je zou ook kunnen zeggen, nee je moet blijven schrijven met pen en veer en voor de rest geen gebruik maken van andere methodes of middelen.

Dus u vindt het wel goed dat er ook andere dingen bij betrokken worden die werken?

Ja natuurlijk, innovatie helpt de wereld vooruit en dat geldt ook voor journalistiek.

Bent u niet bang dat de journalistieke kernwaardes die u in het begin noemde zoals objectiviteit en dichtbij de waarheid staan ondergesneeuwd raken door de constructieve journalistiek?

Nee, ik denk niet dat dat conflicterend is. Ik denk dat het volgens mij, voor zover ik het begreep de bedoeling is om die kernwaardes in stand te houden. Alleen dat je misschien minder nadruk hebt op negatieve punten en ook de positieve punten erbij belicht. Ik denk dat dat alleen maar een compleet beeld geeft. Ik denk niet dat dat elkaar tegenspreekt, dat je zonder het een het ander kan doen.

U verwacht niet dat we zo gericht worden op het positieve element in het nieuws dat we het nieuws mooier gaan maken dan het is?

Nee, maar misschien wel realistischer.

Wat bedoelt u daarmee?

Misschien wel dichterbij de waarheid. Heel veel artikelen, heel veel berichtgeving is nu voornamelijk negatief, terwijl niet elke situatie is alleen maar negatief. Elke situatie zal ook wel positieve punten in zich hebben die eigenlijk onderbelicht zijn. Soms moet je dan wel hard zoeken, maar kun je wellicht als je er voor open staat wel iets vinden. Wat wel is als ik dit nu zeg, je moet niet te hard gaan zoeken natuurlijk om te proberen alleen maar positieve dingen erin te zitten, want dan schiet je je doel voorbij.

Dat zit je weer helemaal aan de andere kant en dan is het ook niet representatief.

Dan is het ook niet waar, dan lees je alles door een roze bril.

Ja dat is waar ja.

Dat moet wel een normale bril zijn.

Verwacht u dat de constructieve journalistiek in Nederland ook echt voet aan de grond gaat krijgen?

Dat kan ik moeilijk beoordelen, ik weet het niet. Ik hoor via jou voor het eerst hierover, ik weet niet goed hoelang het bestaat, hoe het nu is en wie het allemaal oppakt.

De Correspondent is een voorbeeld, ik weet nu of u dat kent, dat is wel echt een voorbeeld en je hebt OneWorld, dat is een magazine over mondiaal denken en duurzaamheid die doen er ook heel veel mee, maar dat is op zich ook een vrij klein medium en de Volkskrant is er mee bezig en de journalistiekopleiding in Windesheim gaat het echt in hun opleiding opnemen als vak.

Dat klinkt goed. Daar zit beweging in.

Maar het is nog wel vrij klein inderdaad.

Misschien dat niet alles op deze manier wordt, maar dat het een onderdeel van de standaardjournalistiek wordt. Los van het feit dat iedereen dit volledig omarmt. Zolang er mensen zijn die hiermee aan de slag zijn en dit uit blijven dragen heeft het ook zijn effect op anderen. En of ze het wel of niet helemaal op de manier doen zoals het is opgeschreven, dat laat ik even in het midden dan. Maar wellicht dat ze dan gaan kijken van, welke suggesties kan ik doen, welke oplossingen kan ik bieden? Het is ook wel om mensen richting te geven erin.

Dus ook al wordt het niet heel groot, dan is het alsnog wel een goed idee?

Ja.

Zou u zelf graag constructief nieuws lezen als u dit zo hoort?

Ja, ik denk het wel en ik denk ook wel dat toch wel veel dingen die ik lees best constructief zijn, ondanks dat ze misschien niet op die manier waren bedoeld.

Wat dan bijvoorbeeld?

Bijvoorbeeld van die blogposts, die ik aan het begin van ons gesprek noemde. Ik kom redelijk veel van dat soort dingen tegen en dat is nou wel een suggestie van oplossingen. Misschien niet volledig journalistiek onderbouwd, maar over het algemeen wel positief en oplossingsgericht.

Dat klopt wel, bijvoorbeeld in Trouw in de bijlage of de Verdieping staan wel vaak artikelen waarvan je kunt zeggen dat ze al best constructief zijn, maar die worden alleen niet constructief genoemd. Vaak kennen ze die term ook niet, maar onbewust voelen ze wel aan dat het nodig is om ook op zo'n manier artikelen te schrijven denk ik.

Interview Lonneke van Genugten | Hoofdredactrice OneWorld

Mijn eerste vraag is, wat zijn volgens u de kernwaarden van de journalistiek?

Ja, dat is eigenlijk vooral de burger informeren, over wat werkt of hoe het werkt in de samenleving. Maar vooral ook wat niet werkt in de samenleving, hoe dat komt en wat manieren zijn om dat te veranderen. Vervolgens ook wie dat zou kunnen veranderen en als dat niet gebeurt, hoe dat komt en wie dat tegenhoudt. En ook wat je zelf kunt doen, dat zijn een aantal stappen dus. Maar het is vooral ook laten zien aan burgers hoe de wereld in elkaar zit.

Ja, ook te laten zien wat daarin de macht is en onmacht, bepaalde aannames doorprikken die mensen kunnen hebben. Als ik kijk naar OneWorld vind ik het een rol van ons dat wij bijvoorbeeld heel scherp kijken naar FairTrade.

Veel van onze lezers zijn heel erg betrokken bij de wereld en willen goede keuzes maken. Ik vind dat het ook aan ons is om te laten zien dat het niet altijd zo zwart wit is, van dit is goed en dit is slecht, maar ook het grijze gebied laten zien.

Dus ook wel heel veel informeren?

Informeren, maar vervolgens dus ook in bepaalde mate activeren of aanzetten om mee te denken. Dus wel vanuit een idee van je informeert niet over een status quo, van dit is hoe het is, maar eigenlijk altijd naar een punt van hoe zou het eigenlijk moeten.

En bij de cojo is er veel aandacht voor diepgaande analyses, achtergrondonderzoek en grote verhalen, denkt u dat de gemiddelde lezer daarop zit te wachten?

Ja, dat denk ik wel, ik denk dat je dat ook wel ziet. Bij ons ook, goed doordachte onderzoeksverhalen worden heel erg gewaardeerd, je ziet dat ook bij De Correspondent. Ik zie dat, maar wat veel belangrijker is, is dat je een soort instapmoment hebt dichtbij de lezer. Bij de beleving van de lezer, dat helpt wel. Dat je bijvoorbeeld iets uit zijn dagelijks leven pakt, het kan ook een soort emotie zijn. Bijvoorbeeld bij de vluchtelingen, daarvoor zien we ook veel belangstelling. Dan kun je ze laten voorstellen hoe het zijn zou om zelf huis en haard te verlaten. Dus je moet wel iets hebben waarmee de lezer getriggerd wordt.

Maar vraagt het dan wel om een bepaald type lezer?

Nou, ik geloof dat veel lezers het wel in zich hebben, omdat veel mensen best wel moe worden van gewoon het harde nieuws, zoveel doden hier, zoveel bommen daar. Je zag het ook na de aanslagen in Parijs. Ook op social media werd heel veel gedeeld, wat troost biedt, of uitleg, of perspectief. Zingeving is ook belangrijk, zoals een vader die een soort brief schreef aan de mensen die zijn vrouw hebben vermoord over zijn zoontje, dat niet boos zou worden op hen.

Door dat soort dingen zie je ook wel dat daar behoefte aan is. Dat zit ook wel bij de OneWorld doelgroep, van jong, hoogopgeleid, millennials, die houden van positiviteit, van oplossingen, van delen. Maar ik denk eigenlijk dat het bredere publiek daar ook wel behoefte aan heeft. En dan moet je het nog wat dichterbij brengen.

En de lager opgeleiden? Veel dingen zijn wel een beetje gericht op hoger opgeleiden.

Ja, nee, dat is waar. Maar ik zie ook wel, nou ja kijk, ik wil niet echt zeggen hoog en laag opgeleid, maar brede doelgroep. Telegraaf bijvoorbeeld, dat vind ik wel echt een brede doelgroep. En dan zie je ook, die hadden een artikel over een familie die was opgevangen in de kantine van de Telegraaf. Zij gaan ook wel voor het warme gevoel. En als je het uitlegt, is het ook wel constructief. Maar ik denk, ik vind wel dat redacties eigenlijk constructiever zouden kunnen zijn, dan dat ze nu zijn. Ik denk dat ze in de roep om kijkers of lezers, soms denken we moeten heel hard schreeuwen, een beetje polariseren, harde taal gebruiken, Geert Wilders interviewen. Misschien als zij meer die aanpak zouden hebben van warmte, verbinding zoeken, misschien zouden lezers daar ook blijer van worden.

Dat ze ook wel wat meer hoop kunnen bieden?

Ja, meer hoop.

En is het mogelijk om met oplossingen te komen voor die problemen, want de cojo zegt natuurlijk we willen initiatieven laten, maar sommige problemen die spelen natuurlijk al jaren, dus is het dan mogelijk voor de journalisten om daar oplossingen voor aan te dragen?

Soms is dat wel een uitdaging. Je ziet wel, bijvoorbeeld ook rond de crisis in Oekraïne, Rusland, Boko Haram. Daar lopen wij ook wel tegenaan, het is best moeilijk om daar hoopvol over te zijn. Maar wat we toch ook wel belangrijk vinden, is om te laten zien waarom kan Boko Haram bijvoorbeeld niet goed aangepakt worden. Dat heeft ook te maken met corruptie en het leger daar, met ministers. Maar we vinden het ook wel heel belangrijk om bij een verhaal over Boko Haram te schetsen wat vinden nou gewone mensen daar over Boko Haram. We hebben ook mensen gesproken die zich daarbij hebben aangesloten of familie. Dat je ook zorgt dat de lezer het in ieder geval deels begrijpt. Dat is voor ons gevoel al wel stap één. Dat je begrijpt waarom kan die groep zo groeien. En dan is het misschien niet een oplossing, maar wel dat je het in een gesprek meer kunt hebben over waar komt het fenomeen nou vandaan. Dus dat vind ik dan de eerste stap, als je niet direct een oplossing hebt, beginnen met praten over wat de oorzaak is. Maar nog steeds geloof ik dat je bij bijna alles wel iemand kan vinden die daar goede ideeën over heeft. Het is ook wel een soort opdracht om naar die oplossing te zoeken.

En ook om gewoon de andere kant van het verhaal te laten zien, zodat het niet eenzijdig negatief is?

Nee, precies en niet alleen maar constateren dat het vreselijk is, want dat is het vaak ook. Ik bedoel Boko Haram, met die aanslagen, maar toch probeer je te ontrafelen hoe is het nou echt daar en wie zijn er bij betrokken. Bijvoorbeeld Boko Haram, wie zijn dat?

De constructieve journalistiek is ook wel gericht op hoop brengen en op positieve dingen laten zien, maar vindt u dat de taak van de journalist? Om de burger zich eigenlijk beter te laten voelen.

Ehm, nou, ik vind het niet echt een taak dat de burger zich beter moet voelen, maar dat burgers zich, in het Engels, empowert voelen, zich niet machteloos voelen. Maar dat ze het gevoel hebben dat ze zelf een rol kunnen spelen. Dan zie je iemand in de trein wat lezen en die zegt dan: 'sjonge jonge, het is toch ook maar allemaal wat'. Dat moedeloze, dat 'sjonge jonge gevoel', dat moet eigenlijk vervangen worden door een wauw-gevoel, van hé, het kan anders. Dus de taak van de journalistiek blijft daarom ook wel echt vind ik financiële misstanden aan de kaak stellen.

Bijvoorbeeld als je het hebt over corruptie in de bouw of wat dan ook. Misschien iets heel anders dan waar OneWorld mee bezig is. Maar ik vind dat als je dat soort dingen aan de kaak stelt dan heb je wel zo'n gevoel van 'kijk, er kunnen dingen veranderen'. En de gene die dat doen die worden bestraft of die worden uit hun functie gezet. Dus het is niet zozeer om mensen zich beter te laten voelen, maar hen te laten zien dat we de status quo, de manier waarop het nu allemaal in elkaar zit niet hoeven te accepteren. Maar dat je als burger dus kunt eisen dat er verandering komt. We willen niet zorgen dat mensen zich beter voelen, maar we willen zorgen voor verbetering.

En dat dus ook door initiatieven aan te dragen, dat er dingen echt beter worden?

Ja, precies en dat kan dus soms zijn aankaarten wat er mis is en ook dus inderdaad mensen in beeld brengen. Dat doen we ook nu op de cover van het magazine (OneWorld), hebben we er expres voor gekozen om altijd mensen in beeld te brengen die zelf een initiatief hebben of een bijdrage aan de maatschappij. Bijvoorbeeld een initiatief voor honger, klimaat, vluchtelingen, zo hebben we altijd iemand die daar aan bijdraagt. We hebben bewust ook wel gekozen voor jonge mensen, want we willen ook laten zien: je hoeft niet per se een president te zijn of een minister om voor verandering te zorgen. Jij kunt het ook zijn, de lezer.

Het is wel heel toegankelijk. En denk je dat als de constructieve journalistiek groter wordt in Nederland dat dat ook echt gevolgen heeft voor de maatschappij?

Goede vraag, ik denk dat, ja ik denk dat we met zijn allen meer nog in gesprek gaan en de lezer meenemen in allerlei studies. Je ziet het ook bijvoorbeeld met klimaat. Je ziet hele negatieve verhalen, eigenlijk meer een soort klimaatveranderingsontkenning. Maar je ziet ook mensen die zeggen het gaat allemaal steeds slechter en ik geloof dat als je er een beetje tussenin gaat zitten dat je dan wel tot goede oplossingen komt.

Klimaat vind ik trouwens ook wel een goed voorbeeld van iets waar niet constructief over wordt bericht. Of het wordt een heel groot en zwaar verhaal met smeltende ijskappen en ijsberen die door het ijs zakken en heel grote schema's over weer en klimaat. En ook klimaatoorlog, dat klinkt heel zwaar. En dan heb je de wetenschappers die met elkaar in gevecht zijn of het nou wel of niet waar is, de klimaatverandering. Vervolgens zeggen we tegen de burger we moeten spaarlampen indraaien en je moet minder water gebruiken. En we hebben BN'ers die een week lang niet mogen douchen ofzo. Dan vind ik het niet constructief, want je betreft de burger niet in het bredere plaatje. Omdat het zo'n moeilijk verhaal is, maak je het heel klein en dan breng je klimaat terug tot wel of niet spaarlampen indraaien. En dan zegt een burger, terecht ook vind ik, ja, ik draai mijn spaarlamp in, maar ik zag China en dan zie ik al die fabrieken en dan vraag ik me af waarvoor ik het doe. Dan betrek je de lezer dus niet genoeg in het verhaal. Maar dat vind ik dus een voorbeeld dat we met klimaat eigenlijk niet constructief zijn en de lezer niet genoeg betrekken in wat er nou echt speelt en wat hij zelf op een constructieve manier kan doen.

Maar daar gaat dus wel vaak best veel tijd in zitten?

Ja, heel veel en je moet dat echt opbouwen en je moet ook een relatie opbouwen met de lezer. Vroeger had je een stuk dat stuurde je en dan wist je eigenlijk niet zo goed wat de lezer er van vond. Nu kan je met social media blijven sturen, van de klimaattop is nu en dit en dit kun je er over lezen.

Dit zijn tips of dit zijn interviews met mensen die we eerder hebben gehad, maar die zijn nog steeds relevant. Dat vind ik wel leuk, je kunt op het juiste moment weer die informatie delen die relevant is en ook lezers er weer bij betrekken.

Het is wat makkelijker om follow-ups te geven. Ja, precies.

Maar denkt u dat dit ook weggelegd is voor kranten, om zo uitgebreid verhalen te maken over bijvoorbeeld het klimaat?

Ja, ik denk het wel. Ook wel omdat ze natuurlijk ook steeds meer online gaan doen. En ik denk dat ze op hun papiereneditie onderscheid kunnen maken door tussen de verslaggeving, hard nieuws, ook de wat langere series te zetten. Je ziet dat ze in hun bijlage op vrijdag of zaterdag al een beetje een magazine functie zijn gaan oppakken. Soms ook letterlijk met magazines. Soms vind ik ook wel een scheiding zitten tussen aan de ene kant het serieuze harde nieuws en dan een beetje de ontspanning in die magazines. Dan denk ik daar zit ook nog wel een soort tussenvorm in, om de lezer wat meer in heel zo'n dossier mee te nemen. Het mag wel op een ontspannende manier, maar iets constructiever, wat minder alleen lifestyle.

Oké, dat is wel duidelijk. En de constructieve journalistiek is eigenlijk ook wel gebaseerd op de positieve psychologie, wat vindt u daarvan?

Wel en niet. Ik bedoel ik sta er een beetje ambivalent tegenover. Er zitten hele nuttige inzichten in. Waar ik wel altijd voor wil waken, is het nadeel van die benadering, of een mogelijke valkuil moet ik zeggen, is dat je je lezer dan ook bijna als een soort poppetje gaat beschouwen. Van als ik dat erin stop, dan komt dat eruit. Je geeft dat en dan wordt hij blij of niet blij. Ik zie mijn lezers meer als mensen met wie ik in dialoog ben. Dan ga ik niet echt denken, ik schrijf dit en dan voelt hij zich blij. Maar ik merk natuurlijk ook wel bij ons als OneWorld, dat de uitkomsten van onderzoek naar die aanpak kloppen. Als je verhalen hebt met oplossingen of iets verrassends, die worden gewoon meer gedeeld en meer gewaardeerd. Dus het klopt, maar ik probeer toch meer de lezers als gesprekspartner te zien. En niet van, ik doe dit en dan komt dat eruit.

Bent u niet bang dat de journalistieke kernwaarden een beetje ondergesneeuwd raken door de constructieve journalistiek?

Welke kernwaarden bedoel je dan?

Bijvoorbeeld die u noemde in het begin, mensen informeren en ook wel misstanden aan de kaak stellen. Worden we niet te positief, teveel gericht op positieve dingen?

Dat zou een valkuil zijn als je constructieve journalistiek niet op de juiste manier toepast. Want constructieve journalistiek moet ook gewoon informeren, onderzoeken, misstanden blootleggen, want anders is het niet constructief. Dan zou het reclame zijn, of propaganda, of oppervlakkig. Dus dat zou het ook een checklist kunnen zijn, van ja, ben je nog echt goed aan het informeren, aan het uitzoeken? Ben je niet in een soort positieve modus, dat gewoon graag positief wilt zijn in plaats van te kijken wat er nog meer speelt? Als dat het geval is, ben je niet constructief bezig, dan ben je entertainment aan het doen, of reclame of je bent een eenzijdig verhaal aan het vertellen zonder wederhoor. Dat kan allemaal wel eens gebeuren, dat kan ook bij gewone journalistiek, maar dan is het dus niet constructief.

Dus die waarden zoals informeren, onderzoeken en misstanden aan de kaak stellen, zijn dus eigenlijk onmisbaar voor de journalistiek?

Ja, dat vind ik wel. En constructief is dan een aanpak. Wij gebruiken het hier ook vaak als een checklist. Bij OneWorld vinden we het ook echt heel belangrijk dat we mensen niet moedeloos achterlaten. Maar ook te laten zien wat er mogelijk is en te laten zien wat de potentie of macht is van burgers. Vandaar ook dat we vaak jonge mensen op de cover zetten. We zeggen dan vaak ook, van ja we krijgen duizend verhaalideeën per maand bij wijze van spreken. Nou ja, wel honderden, dan kijken we zit er een 'wat nu-vraag' in of een 'hoe kan het ook-vraag'. Als dat er niet inzit, dan vind ik het niet constructief.

Het moet dus altijd wel perspectief bieden?

Ja, perspectief bieden of laten zien waarom er geen perspectief is, maar dat dan ook uitleggen. Dus stel er is een ramp, er stort een gebouw in. Dat er iets instort is voor ons niet zo relevant, het is natuurlijk wel relevant, maar niet voor OneWorld, voor wat wij daaraan hebben toe te voegen. Maar wel van hoe kan voorkomen worden dat dit nog een keer gebeurt of hoe heeft dit kunnen gebeuren.

Dus je zoekt altijd naar meer dan alleen dit is het nieuws en zoek het maar uit? Ja.

En denkt u dat constructieve journalistiek ook in Nederland echt voet aan de grond gaat krijgen?

Ja, kijk, het idee van constructieve journalistiek in mijn beleving is, dat je dus laat zien hoe de wereld in elkaar zit. Zodat de lezer beter begrijpt wat eigenlijk de mechanismes zijn achter wat er allemaal gebeurt. Zodat hij ook kan zien hoe hij kan bijdragen of hoe anderen bijdragen om die wereld te verbeteren. En je ziet bijvoorbeeld bij Tegenlicht, een populair programma dat daar veel behoefte aan is. Je ziet dat NPO er ook mee bezig is. Je ziet het wel opkomen, dus ik denk dat het in Nederland evenveel kans van slagen heeft als in andere landen. Dus ik zie het wel, maar het is eigenlijk wel een goeie vraag want ik zie het niet als een trend die nu heel breed wordt opgepikt. Ik denk dat media er wel van bewust zijn wat hun rol is en ik zie wel dat ze hun best doen om constructief te zijn in dat vluchtelingen debat en het nieuws dat ze kiezen. Alleen sommige keuzes worden weer op basis van andere overwegingen gemaakt dan dat wij misschien zouden doen. Maar ik merk wel dat ze zich daarvan bewust zijn.

Het dus misschien niet zo zijn dat alle kranten zeggen: 'oh, we worden constructief', maar hun manier van werken wordt misschien wel een beetje veranderd?

Ja, ik denk wel dat ze ook door social media en meer contact hebben met de lezer. Ze zich nog bewuster zijn van hoe zij over dingen berichten, wat dat teweeg brengt. Bijvoorbeeld je zag dat ook een stuk over Syrische vluchtelingen die gingen klagen, dat bracht heel veel te weeg. En andere kranten gingen daar ook weer vragen over stellen. Je ziet dat ze zich wel heel erg bewust zijn van het effect.

En mijn laatste vraag eigenlijk, leest u zelf graag constructief nieuws?

Ja, zeker, ik lees graag Guardian en ook New York Times heeft daar ook mooie producties over (cojo). Ik zie dat wat ik ook in het buitenland graag lees wel vaak constructief is.

Eén van de redenen dat ik bij OneWorld werk, is dat ik graag mensen wil uitleggen hoe de wereld werkt. Vanuit het idee dat dat de eerste stap is naar een eerlijke en duurzame wereld. Dus omdat ik zelf die behoefte heb om verhalen te vertellen die dingen uitleggen en hoe de wereld werkt. Ik heb dus ook vanuit mezelf de behoefte om die dingen te lezen. Maar als het te eenzijdig positief is, dan haak ik ook wel weer af. Dus wat dat betreft ben ik ook wel een soort kritische lezer, want ik kan er ook tegen als er in een verhaal gaat over een project met arme mensen en dat een kindsoldaat dan van de een op de andere dag boer wordt. Dat gaat dan meteen heel goed. Terwijl ik heb zelf ook veel gereisd en dat soort projecten bezocht, maar dan zie ik vaak dat er nog heel veel obstakels zijn. En dat is ook helemaal niet erg, dat is ook heel menselijk. Want het lijkt me als ik van de een op de andere dag boer zou worden, dan zou het ook niet meteen heel soepel gaan. Maar ik wil dus ook dat dat soort verhalen verteld worden, want als dat niet verteld wordt en het echt een goed nieuws show is, dan haak ik af.

Dus het moet niet eenzijdig positief zijn?

Nee, dat vind ik echt ook heel saai, want dan worden alle mensen een soort heiligen. Terwijl ik denk dat zijn we allemaal niet, de een misschien nog wat meer dan de ander. Maar we zijn allemaal mens en dan wil ik ook dat menselijke verhaal zien.

En krijgen jullie ook vaak positieve reacties van de lezers, dat ze zeggen jullie zijn constructief?

Nou, constructief is natuurlijk een term die wij als journalisten onderling gebruiken. Maar mensen zeggen wel dat ze aan OneWorld waarderen dat we altijd een positief kritisch geluid laten horen, dat we laten zien dat er wel wat kan veranderen. Dat we mensen niet als slachtoffers laten zien in andere landen, maar juist als mensen met power om met oplossingen te komen. Die het heft in eigen handen nemen.

Dus ze zien dat ergens wel?

Ja, dat zien ze wel en dat is wat ze waarderen. Nog een kleine toevoeging, constructivisme zit er voor mij ook in dat je dus actief ook kijkt als medium van wie geef ik een stem in mijn verhaal. Wij werken natuurlijk veel in het buitenland. En we willen natuurlijk ook niet dat je een soort ouderwets beeld hebt van de arme mensen daar en de expert hier die gaat vertellen hoe het moet. Ik vind het ook heel belangrijk dat wij dus mensen actief in beeld brengen en een stem geven, zodat je ook laat zien dat ook arme mensen gewoon de power hebben om verandering te brengen.

Want daar zijn ook mensen met goede ideeën en experts. Precies ja.

Interview Bas Mesters | Journalist, directeur opleiding Journalistiek Hogeschool Windesheim

Mijn eerste vraag is, Wat zijn volgens u de kernwaarden van de journalistiek?

Voor mij de kernwaarden van de journalistiek? Hm, even kijken, goede analyse, grondige analyse, het moet nieuwswaardig zijn en het moet een onafhankelijke positie innemen, maar dat wil niet zeggen dat dat objectief is. Want objectief dat bestaat volgens mij niet in de journalistiek.

Objectief is bijvoorbeeld als je je vooral focust op problemen in een samenleving. Dan ben je al niet helemaal objectief, maar dat kun je wel op een onafhankelijke wijze doen door je niet te laten beïnvloeden door andere partijen.

Het moet dus ook wel nieuwswaardig zijn?

Ja, nieuwswaardig, dat is natuurlijk een breed begrip. Ehm en daar, maar goed ik zal jouw interview gewoon volgen.

Maar u mag daar best iets over uitleggen, wat u bedoelt met nieuwswaardig, want dat is inderdaad wel een heel breed begrip.

Ja, voor mij is nieuws ook iets wat er al was, maar wat je opnieuw onder de aandacht brengt. Wat maatschappelijk relevant is. Nieuws is voor mij niet alleen maar misstanden, nieuws is voor mij ook mensen die komen met oplossingen voor misstanden. Zoals vandaag op de voorpagina van de Volkskrant, daar staat bijvoorbeeld: 'De lessen van de mislukte top in Kopenhagen'. Dat wordt gewoon als nieuws gebracht op de voorpagina, dat vind ik ook nieuws inderdaad.

Dus ehm, nieuws is voor soms mij bijna nieuw, nieuw in de zin van een nieuwe invalshoek kan ook nieuw zijn. Nieuws in de zin van een nieuw maatschappelijk fenomeen, wat nog niet door de nieuwsorganisaties als nieuws is herkend, maar wel nieuw is in de discussie, in de media. Dat zie ik ook als nieuws en nieuwe oplossingsrichtingen.

Ja, dus dat maakt het ook wel wat breder en dan kun je wat meer kanten op. (Met het schrijven van berichten.)

Ja, het hoeft dus niet alleen maar slecht te zijn of negatief. Het hoeft niet alleen op het verleden en het heden gefocust te zijn, het kan ook gaan over de toekomst en wat er wellicht anders kan. Dat is in het verleden wel eens uit het oog verloren en dat komt nu weer terug.

En denkt u dat de gemiddelde lezer zit te wachten op constructieve journalistiek?

Ehm, ik denk dat als je een krant vol met constructieve journalistiek gooit, dat ze er niet op zitten te wachten. Je moet een goeie mix organiseren en ik denk dat dat misschien wel het fundament van constructieve journalistiek is. Dat je uitgaat van problemen, maar verdergaat en dus ook richting oplossingen denkt, dat je altijd de toekomst meeneemt in je verhaal. En dus wat ik altijd simpelweg zeg, de w's en dan de zesde: wat nu.

Dus dat je altijd ook vooruit kijkt, van hoe gaan we nu verder?

Ja, en dan hoef je als journalist niet de waarheid in pacht te hebben. Maar je brengt wel mensen aan woord die daar ideeën over hebben en die benader je ook heel kritisch. Niet dat ze zonder kritiek alles zomaar kunnen zeggen, dat is gevaarlijk.

Dus je doet dat nog steeds op een journalistieke manier?

Heel zeker. Alle basiscriteria voor de journalistiek gelden ook voor de cojo en wat mij betreft is de term constructieve journalistiek over vijf of over tien jaar niet meer nodig. Het is gewoon nu een term die gebruikt wordt om de grondhouding wat bij te schaven.

Met positief bedoel ik niet, poesje gered van het dak, nieuwe lippenstift te bewonderen. Dat soort positieve verhaaltjes noem ik slap nieuws.

Dus geen feelgoodjournalistiek?

Ja, dat valt daar wat mij betreft niet onder. Dat wil niet zeggen dat soms zo'n leuk dingetje in de krant niet leuk is, maar dat is niet waar ik naar streef.

Denkt u dat de cojo om een bepaald type lezer vraagt?

Volgens mij niet, als je het goed doet, kan elk type lezer daar wat mee. De lezer is altijd wantrouwend, hij is wantrouwend als je zegt dat het niet deugt, hij zal wantrouwend zijn als je vertelt dat het wel deugt, of wel kan. Maar waar het omgaat, is dat je de lezer aan het denken zet. Door alleen maar problematiserende verhalen te maken, denk ik dat je de lezer niet 360 graden aan het denken zet, maar alleen bevestigd in zijn twijfel of negatieve analyse over wat er gaande is.

Ik wil graag dat cojo ook de onderstromen laat zien, die er ook zijn altijd, die wat anders vinden. Zodat de lezer ook daadwerkelijk een kans heeft om te kiezen tussen waarvoor die zou willen gaan.

Maar denkt u dat de lezer zo bewust leest en daar zo mee bezig is?

Natuurlijk niet, nee maar als je zo bewust leest en je wordt geprikkeld door een oplossingsrichting en je denkt hé, dan zal dat zeker wel blijven hangen.

Maar goed iedereen is een mens en iedereen staat in de wereld. En mensen die heel pessimistisch wereldbeeld hebben, zullen niet zo snel reageren op constructieve verhalen. Want lezers zoeken ook bevestiging in de krant voor het beeld dat ze hebben. Maar dat wil niet zeggen dat jij er alleen maar bent om ze te bevestigen in dat idee, als journalist.

Ik denk dat het juist goed is, dat mensen die een negatief wereldbeeld hebben, dat die ook zo nu en dan door dit soort verhalen aan het denken gezet worden.

Ik vroeg het eigenlijk vooral, omdat de constructieve journalistiek naar mijn idee ook wel een beetje wat vraagt van jezelf.

Waarom?

Omdat je volgens mij wel een beetje maatschappelijk bewust moet zijn. Als ik zo zie wat de meest gelezen kranten zijn, de Telegraaf en Metro en Nu.nl wordt het meest bekeken en dat is allemaal niet zo diepgaand. Dus dan vraag ik me af, zoeken mensen wel naar oplossingen of willen ze het nieuws gewoon tot zich nemen en er verder niets mee doen?

Een deel, maar alle mensen die wel naar grondige verhalen zoeken, die werden nu altijd geconfronteerd met problematiserende verhalen, die teveel naar het verleden keken. Die groep kun je natuurlijk vooral wat anders aanbieden.

En ik als journalist wil ook over misstanden schrijven, heerlijk om een misstand bloot te leggen of een politicus die het verkeerd doet, of iemand in een machtspositie betrappen op een grote fout. Maar vervolgens vind ik het dan ook interessant om uit te leggen hoe het anders zou kunnen en daarop door te zoeken. Omdat eigenlijk het ontdekken van iemand die dingen fout doet, dat voegt wat toe in die zin dat het die persoon dan even aan de schandpaal nagelt, maar voegt niet aan toe aan ons algemene wereldbeeld van hoe het in elkaar steekt.

Dus ik vind het interessant om dan door te zoeken en te kijken wat kunnen we hier van leren? Lange tijd heeft journalistiek gewerkt vanuit het idee wij geven aan wat fout is en de samenleving lost het op. Dat is een beetje de falsificatie theorie die ook plaatsvindt in de wetenschap, maar ik geloof dat dat niet meer helemaal zo werkt. Dat je wel degelijk ook moet aangeven wat mogelijk oplossingsrichtingen zijn en die discussie moet faciliteren. Omdat blijkt dat heel veel problemen heel lang blijven liggen, terwijl we ze allemaal al duizend keer hebben opgeschreven. En zelfs dan, als het constructief wordt, dan heb ik absoluut niet de illusie dat dan ineens de wereld roze wordt. Maar ja, het is meer een morele plicht die ik voel als journalist. Als je betaald wordt om het publieke domein te dienen, dan denk ik dat je daar ook zo goed mogelijk je best voor moet doen.

En we hadden het net al even over die oplossingen aandragen of mensen spreken die daar ook bijvoorbeeld initiatief innemen. Maar is het mogelijk om te komen met oplossingen voor problemen die de politiek al jarenlang niet kan oplossen?

Natuurlijk is het mogelijk om met oplossingen te komen. Er zijn heel veel stromingen en groepen en denkers in de samenleving die niet allemaal evenveel stem krijgen. Als er bepaalde oplossingsrichtingen aangegeven worden, kun je gaan onderzoeken bij de politiek waarom ze dat niet aanpakken. Je kunt de politici wat meer bevragen over wat ze van plan zijn te doen en ook kritisch, van is dat wel haalbaar. Niet alleen een microfoon onder hun neus duwen, maar ook hoe ga je dat doen, doorvragen richting oplossingen in plaats van alleen maar de politieke machtsstrijd van wie gaat winnen. Dus er zijn wel meer mogelijkheden. De Haagse verslaggeving zou veel constructiever kunnen zijn zonder het onkritisch te laten worden.

Oké, dat is duidelijk. Als ik het boek lees van Cathrine Gyldensted dan lees ik bijvoorbeeld ook dat ze de burger meer hoop wil geven en minder negatief in de wereld wil laten staan. Maar is dat wel de taak van de journalist, om de burger zich beter te laten voelen?

Nou, ik denk dat dat wel voortkomt uit het idee dat als je veertig, vijftig jaar terugging, dan had je de politicus, de vakbondsman, de dominee, de pastoor.

Die hadden een leidinggevende functie in de samenleving. Daaraan spiegelde men hun ideeën. Daar zat ook hoop geven bij of waarschuwen. Die instituties hebben veel minder kracht op dit moment.

Nu kijkt men naar de Wereld Draait Door, naar de sidekicks, naar de tafelheren en –vrouwen, naar de commentatoren en ik denk dus dat de verantwoordelijkheid van de journalist veranderd is de laatste twee decennia. En daar hoort ook bij dat je dieper gaat nadenken, nu je impact misschien wel groter is, over de effecten van je verhalen. En in die zin ben ik het daar wel mee eens.

Dus het is in dit geval ook wel je morele plicht om daar ook bij stil te staan als journalist?

Ja, morele plicht om ook stil te staan bij de effecten van de verhalen. Niet alleen zoals twintig jaar lang aan de orde was, van ik schrijf verhalen, ik ben niet verantwoordelijk voor wat er uitkomt. En dat wil niet zeggen dat je je zelfcensuur moet gaan opleggen, daar ben ik natuurlijk tegen. Maar je bent geen marsmannetje die van buiten kijkt, je bent tegelijkertijd ook iemand deelneemt aan deze samenleving en je hebt ook gezond verstand als mens, of als vader, of als partner en je weet best hoe of wat. Je kunt je niet verschuilen achter het idee dat je objectief bent, want dat ben je nooit geweest. Dus daarmee kun je het ook niet wegedeneren.

Dus het is een beetje voorbij dat de journalist gewoon van alles de wereld in slingert en daar verder helemaal niets mee doet?

Hij hoeft niet tot actie over te gaan, hij behoort zijn instrumentarium iets te bereiden. En ook dus na te denken of er ergens in de wereld mensen rondlopen met oplossingen en dat ook kritisch te benaderen. Te kijken of dat haalbaar is en zo het debat verder helpen. Gewoon iets meer een aanzwengelende werking daar waar het over het vooruit kijken gaat.

Oké, en wat denkt u dat de gevolgen zullen zijn voor de maatschappij van de constructieve journalistiek?

Nou ja, dat weet ik niet. Ik hoop dat, als je er vanuit gaat dat de journalistiek impact heeft en ook tv-journalistiek, dan kun je je voorstellen dat het een positief, stimulerend effect heeft, van kom op jongens, we kijken vooruit, we gaan er wat aan proberen te doen en dat het niet een deprimerend effect heeft zeg maar.

Maar wat nog belangrijker is, ik denk dat je de werkelijkheid meer recht doet als je niet alleen terugkijkt en alleen maar problematiseert, maar ook kijkt naar plekken waar het wel lukt en dat ook in beeld brengt. Het gaat er ook om, hoe laat je zo goed mogelijk zien wat er allemaal gebeurt en niet alleen selectief, negatief.

En denkt u dat het ook echt zichtbaar wordt in de maatschappij, bijvoorbeeld over tien jaar dat de cojo er dan nog steeds is en dat we dan zeggen: 'ohja, dit is daardoor echt veranderd'.

Over tien jaar heet het weer journalistiek wat mij betreft. Want dat constructieve is gewoon nu zoals altijd in alle instituties een op een gegeven moment plakt men er een bijvoeglijk naamwoord. voor, omdat daar even de klemtoon op moet liggen. Maar het hoort natuurlijk journalistiek te zijn en ik kan niet in een glazenbol kijken, maar het zou mooi zijn. In ieder geval, als je het niet doet dan zal het niet erg veranderen in die richting heeft het verleden bewezen. Maar je moet ook niet de illusie hebben dat de journalistiek de wereld kan veranderen.

Misschien is trouwens het feit dat we er nu over nadenken ook wel deels een reflectie van de samenleving. Dat gewoon in de samenleving die behoefte bestaat, om meer constructief te denken omdat er nou eenmaal zoveel problemen zijn. Misschien is het dus wel zo, dat ik erover nadenk omdat ik ervaar, als deelnemer van die samenleving, dat er behoefte aan is.

Ja, daarom is het ook mijn afstudeeronderwerp geworden inderdaad. Omdat ik zoveel mensen hoorde die zeiden 'ja ik lees het nieuws, maar ik kan er niks mee, dus ik laat het maar gewoon helemaal links liggen.'

Ja, dat is voor mij ook een belangrijke reden en signaal geweest om daar ook meer mee bezig te zijn. Het kan toch niet zo zijn dat we straks allemaal mensen krijgen die hun informatiebehoefte weleggen omdat ze er zo depressief van worden, dat ze dan maar liever wat minder geïnformeerd zijn.

En de positieve psychologie dat speelt natuurlijk ook wel een rol in de constructieve journalistiek. Wat vindt u daarvan, dat dat eigenlijk best wel duidelijk aanwezig is?

Ja, daar zitten instrumenten in die bruikbaar zijn, maar dat is niet één op één. Want er zijn instrumenten zoals meer toekomstgericht, meer kijken naar wat mogelijk is, die ik wel interessant vind. En Cathrine Gyldensted, die dus nu bij ons in dienst is vanaf 1 december, die heeft dat onderzocht en gaat dat verder onderzoeken. En de positieve psychologie, daar stellen psychologen zich meer op als coach, zoekend naar de oplossingen. Dus ja, als je het heel ver doortrekt dan zou je misschien kunnen zeggen dat de journalisten zich misschien ook meer als coach gaan opstellen, voor de samenleving. In feite zijn ze dat al, als je dan iemand bent die richting aangeeft door je stukken. Je kunt natuurlijk niet functioneren als je alleen maar laat zien wat er fout gaat, dat is weinig stimulerend.

Bent u niet bang dat de journalistieke kernwaarden ondergesneeuwd raken door de constructieve journalistiek?

En wat zijn die kernwaarden?

Nou, bijvoorbeeld die u noemde zoals goede analyse of nieuwswaardig zijn of je niet laten beïnvloeden. Worden we straks niet zo positief dat we daar helemaal niet meer bij stilstaan?

Nee, want het gaat mij niet om positief, het gaat mij om de werkelijkheid. Het gaat mij om grondige analyse, om kritisch analyse. En als je dat doet op die manier, dan ben je gewoon heel goed journalistiek bezig. Alle methodieken van de journalistiek kunnen wij vergelden alleen laten we het zo zeggen, kritiek wordt niet meer het doel, maar een middel.

Dat is wel duidelijk. Denkt u dat de cojo ook in Nederland wat meer voet aan de grond gaat krijgen?

Ja, dat denk ik zeker. Je ziet dat al wel bij de Volkskrant, bij De Correspondent. Je ziet het bij Tegenlicht en er zijn ook wat luchtige amusement-achtige programma's die steeds problemen aanpakken en discussie daarover te entonen. Dus je ziet dat zeker. En nogmaals ik wil beklemtonen dat als we een goed nieuwsproduct willen maken, een goede krant of een goed programma, dan hoort er ook ellende bij. Ik heb ooit die website One11 gemaakt, je ziet dat het alleen maar gaat over ellende, maar door de ogen van mensen die het proberen op te lossen.

En mogen natuurlijk ook best verhalen instaan, waarvan je denkt, hier is gewoon geen oplossing voor. Het is geen roze krantje, geen roze programma, alsjeblieft niet.

En mijn laatste vraag, leest u zelf graag constructief nieuws?

Ja, nu ga ik zeker dat verhaal lezen *De lessen van de mislukte top in Kopenhagen*. Daar zit iets constructiefs in, dat vind ik de lekkerste verhalen.

Interview Dik den Hollander | Financieel manager bij Mercy Ships, bij Christelijke Filosofie en bij de Lindeboomstichting | fervent krantenlezer | 73 jaar

Welke kranten leest u precies?

Ik lees het Nederlands Dagblad, het Financieel Dagblad, het NRC en twee keer in de week de Volkskrant.

Dat is wel veel.

Dat is veel hé, maar ik lees ook graag kranten, dus het is geen straf.

Leuk, dat hoor je niet vaak dat mensen zoveel kranten lezen.

Nee, nee, ik moet eerlijk zeggen dat mijn vrouw wel zou willen dat ik wat minder kranten las. Maar goed, dat is een ander probleem.

Maar heeft u ook echt op allemaal een abonnement?

Ja.

En dan papier of digitaal?

Allemaal papier, een krant moet knisperen. Ik lees met veel plezier. Kijk, je leest natuurlijk niet alles wat in de krant staat, je leest de dingen die je interesseren, wat je wilt weten of wat dan ook. Dus ik denk dat ik gemiddeld zestig procent van de krant lees.

Dat is nog veel gemiddeld.

Ik ben ook een paar uurtjes per dag bezig met het lezen van de krant.

Hoeveel jaar leest u die kranten?

Het Nederlands Dagblad las ik thuis al, toen ik nog bij mijn ouders woonde, dus dat is heel erg lang. En het NRC denk ik 25 jaar, het FD 15 jaar en het ND dus wel ruim 40 jaar.

Dus u heeft ook wel de nodige veranderingen meegemaakt in de krantenwereld?

Klopt, zowel het formaat als de opzet en inhoud. Kijk, het ND was natuurlijk van oorsprong een soort veredelde kerkbode en heeft zich getransformeerd naar een normaal dagblad.

Wat zijn voor u de kernwaarden van de journalistiek?

Een heel moeilijke vraag, maar volgens mij zijn de kernwaarden van de journalistiek: objectieve informatie verstrekken, onderzoek doen en de waarheid naar eer en geweten in de krant te zetten. En vooral niet aan framing te doen.

In de constructieve journalistiek is er heel veel aandacht voor analyses en achtergrondonderzoek en ook wel oplossingen. Denkt u dat de gemiddelde lezer daarop zit te wachten?

Nou, daar moet 'ie op zitten wachten he?! Wat wij op het ogenblik meemaken is dat berichten niet langer mogen zijn dan tien seconden en daardoor ontstaat er een beeld in de maatschappij dat volkomen verkeerd is. Een voorbeeld van wat ik als constructief ervaar, is op het ogenblik de Teevendeal. Die wordt helemaal uitgebeend en er is een heel goed rapport verschenen. Als de journalistiek dan met zo'n rapport op stap gaat dan denk ik dat er een goed beeld ontstaat.

Dan heb je een heel zorgvuldige analyse, die is dan wel door een andere gemaakt, maar dat maakt niet uit. Er is heel zorgvuldig geanalyseerd en er is overal naar gekeken. En dan gaat niemand natuurlijk die 369 bladzijden lezen, maar als de journalistiek daar dan de waarheid en de objectiviteit uit haalt, dan denk ik dat de burger daar wel om verlegen zit ja.

Denkt u niet dat het wel voor bepaalde type lezers geldt?

Ja, jammer genoeg wel. Ik wil de media niet overal de schuld van geven, maar items moeten heel kort, want de mensen willen plezier hebben, enzovoort. Ze willen niet lastig gevallen worden. Daardoor worden de items steeds korter en korter. En dan krijg je natuurlijk een beeld van de maatschappij waar we op het ogenblik mee zitten. Beelden die totaal verkeerd zijn.

Doordat er teveel wordt weggelaten, omdat het zo kort moet?

Ja, dan kun je nooit een objectief beeld geven van een zaak, een probleem of wat dan ook.

Dus het kan ook wel zo zijn dat de media het een beetje in de hand hebben gewerkt. Door alles zo kort te maken dat mensen ook geen interesse meer hebben in lange verhalen.

Ik denk dat daar het probleem zit.

Dus als we langere verhalen zouden herinvoeren, dat mensen daar ook weer gewend aan raken?

Ja, dan krijg je denk ik ook een soort omgekeerde vicieuze cirkel. Nu draaien we naar beneden en dan draaien we waarschijnlijk naar boven. Namelijk als je betere analyses krijgt, dan ga je er ook wat beter in lezen.

Denkt u niet dat het ook deels in de persoon zit, of je maatschappelijk geïnteresseerd bent of daar niet zoveel mee hebt?

Luister, je hebt mensen die lezen de Telegraaf en je hebt mensen die lezen het NRC. Toen ik laatst veertien dagen op vakantie was, heb ik veertien dagen de Telegraaf moeten lezen. Dan verandert je beeldvorming op problemen zo ongeveer, want het beeld dat je daarvan krijgt is totaal anders dan het beeld dat je krijgt van het NRC of het FD of zelfs de Volkskrant. Dus natuurlijk is er een interactie tussen wat de journalistiek aanbiedt en wat de lezer wil. We hebben nou eenmaal verschillende bevolkingsgroepen, maar dat laat onverlet dat ook de Telegraaf ontdekt heeft, pas geleden met die nieuwe hoofdredacteur, dat ze toch wat andere journalistiek moeten bedrijven, willen ze relevant zijn. Als men zelfs bij de Telegraaf erachter komt dat ze meer analyse moeten doen en wat beter hun huiswerk. Dan is bij andere kranten al helemaal zo.

Dus u ziet het nog wel positief in eigenlijk?

Ja.

Denkt u dat het mogelijk is om met oplossingen te komen voor problemen die al jaren niet worden opgelost?

De minister van Financiën heeft volgens mij 25 spindoctors, persvoorlichters, enzovoort. En een ander ministerie heeft er misschien wel 30. Daar zit natuurlijk een groot gedeelte van het probleem. Dat de politiek zich via de journalistiek in zijn eigen staart bijt. Als je het persbericht neemt naar aanleiding van de Teevendeal, waar het nu in belangrijke mate omgaat. Iedereen wist hoe het zat, maar het stond niet in het persbericht. Dan denk ik dat de journalistiek gedwongen wordt om achter dat persbericht te kijken of zien wat er gezegd wordt en wat er niet waar is. Want wat er in stond was gewoon gelogen. Ja, dan gaat de politiek natuurlijk bepaalde dingen niet meer oplossen, want men doet aan framing, met doet aan spin, met doet aan van alles om maar niet het goede verhaal te hoeven vertellen.

Het is dan juist wel de taak van de journalistiek om gewoon door te graven tot de waarheid op tafel ligt?

Ja, daar heb je de journalistiek voor.

Dus u verwacht eigenlijk wel dat er voor heel veel dingen gewoon oplossingen kunnen komen, als we maar lang genoeg zoeken?

Als er gewoon eerlijke (pers)voorlichting is, dan is het probleem ook veel makkelijker oplosbaar.

De constructieve journalistiek heeft ook wel als doel om de burger wat meer hoop te geven en wat meer perspectief. Vindt u dat de taak van de journalist om de burger zich beter te laten voelen?

Ja, zeker. Het hoeft niet zijn hoofdtak te zijn, maar het is wel denk ik een afgeleide van constructieve journalistiek. De hele beeldvorming, de hele attitude, als die verandert. Dan gaat dat zich ook manifesteren in de maatschappij.

Hoe ziet u dat dan voor zich? Wat gaan we dan zien in de maatschappij?

Als je probeert minder individualisme te promoten en meer de gezamenlijkheid weet te benadrukken, dan denk ik dat je een andere maatschappij krijgt. Nu heeft iedereen zijn eigen mening. Dat is natuurlijk wat je in Rusland ziet als je dat leest over de MH 17. Dan zijn er tien mensen die een mening hebben en iedereen vertelt wat anders. Daardoor heeft iedereen zijn eigen waarheid. Ik denk dat het de taak is van de journalistiek door constructief nieuws te brengen dat niet iedereen meer zijn eigen waarheid heeft.

Dus juist wat meer aansturen op verbinding?

Ja.

Hoe moeten ze dat dan doen, ook weer door die eerlijkheid?

Ja, ten eerste eerlijk en ten tweede toch wat diepgravender en niet alleen highlights. Daar bouw je geen mening mee op met alleen highlights.

De journalistiek mag de mens eigenlijk wel een beetje dwingen om wat dieper na te denken over dingen?

Kijk, nu raak je de kern van het probleem.

U vindt dat journalistiek eigenlijk een hele grote verantwoordelijkheid heeft wat dat betreft?

Een hele grote ja.

De constructieve journalistiek is grotendeels gebaseerd op de positieve psychologie, bijvoorbeeld meer aansturen op verbinding, meer positiviteit en dergelijke. Wat vindt u daarvan dat dat binnen de constructieve journalistiek aanwezig is?

Dat kan bijna niet anders.

Nee, in dit geval niet nee.

Om iets te doen heb je voorwaarden nodig en dit is er een van. Om dit te doen heb je dat nodig.

U vind dit geen belangenverstrengeling of dat u denkt wat heeft de psychologie nou te maken met de journalistiek?

Ik denk dat je niet zonder kunt. Ik denk dat een journalist zich moet kunnen verplaatsen in en begrijpen wat zijn lezers zijn. Dan heb je in ieder geval daar wetenschap voor nodig om je werk goed te kunnen doen.

Dus het is eigenlijk wel goed?

Ja, ik denk dat het een soort begeleidende voorwaarde is.

Ja, en dat het niet de hoofdrol speelt, maar wel een hele goede basis is voor deze vorm van journalistiek.

Weet je, je moet ook leren schrijven he? En je moet ook leren op het toetsenbord typen en leren met de trein te gaan. Als je als journalist wilt functioneren moet je heel veel kunnen, omdat het gaat om meningsvorming. Nou, dan is dit wat ik dan noem een begeleidende voorwaarde. Je moet daar je positieve gedachten vandaan halen om dat te integreren in je werk als journalist.

Dus het is juist wel heel goed dat er zoiets bestaat waarvan je dat ook kunt leren?

Ik denk overal waar positief voor staat dat moet je vooral doen.

Bent u niet bang dat de journalistieke kernwaarden ondergesneeuwd raken door de constructieve journalistiek?

Nee, juist niet. Waarom zou dat?

Nou, bijvoorbeeld dat de journalist zo gefocust is op positieve elementen dat we een beetje doorslaan naar die kant.

Nee, constructieve journalistiek is geen kwestie van alleen positief nieuws brengen. Het constructieve is de waarheid, objectief en diepgravend enzovoort. En dan kan je ook vertellen dat iets zo rot is als een mispel of stinkt of wat dan ook.

Ik denk ook niet dat het snel zal gebeuren, maar sommige mensen zeggen wel, 'ja dan wordt het alleen maar goed nieuws en dan slaan jullie door naar de andere kant'.

Eigenlijk bedoel ik te zeggen dat je gewetensvol journalistiek moet bedrijven en dan ontstaat er volgens mij vanzelf constructieve journalistiek.

En dat is misschien ook wel waarom veel kranten ondanks dat ze het thema (cojo) niet kennen toch inzien dat het nodig is.

Verwacht u dat de constructieve journalistiek ook in Nederland echt voet aan de grond gaat krijgen?

Toen ik dat las van de Telegraaf dacht ik: er begint wat duidelijkheid te komen als zelfs een krant als de Telegraaf vindt dat ze minder gevoelsmatig moeten berichten, of misschien wat minder afgestemd op alle lezers. Dat alles kwam ter discussie en ook die grote bruine letters, dan denk ik van kijk: het wordt minder herrieachtig. Als ze zeggen we moeten ook wat meer analyse aanbieden aan de lezer. Dan zie ik toch wel een beweging waarvan je mag verwachten dat journalistiek wat aan navelstaren gaat doen om te kijken of dit op de lange duur nog wel houdbaar is.

En dat gebeurt dus ook wel meer, als zelfs de Telegraaf daar zo over spreekt. En dan veranderen die lezers misschien ook wel mee?

Ja die gaan mee, want ze zijn ook meegegaan bij andere kranten.

Dus eigenlijk zou dat nog wel eens heel veel positieve gevolgen kunnen hebben. En denkt u dat het ook echt groot gaat worden? Want de oprichtster hoopt dat de constructieve journalistiek gewoon de nieuwe journalistiek wordt. Dat het woord constructief weg kan en dat dit gewoon de nieuwe vorm van journalistiek wordt, ziet u dat gebeuren?

Nou, dan moet je eerst even schrijven wat dan uiteindelijk je resultaat zou zijn. Als het tien procent verbetert denk ik dat het al de goede kant op gaat. En als de andere zien dat het tien procent werkt dan gaan ze misschien ook tien procent verbeteren en dan hebben we twintig procent te pakken. Ik verwacht niet dat het in de toekomst honderd procent gaat worden. Ik denk wel dat de wal een beetje het schip aan het keren is. Want het moest allemaal paniek zijn en het moest allemaal stinken en erg zijn en weet ik veel. En nu krijg je een wat genuanceerder beeld en ik denk dat we daar behoefte aan hebben, aan een sterke nuancering.

Heeft u die verschuiving ook gemerkt in de kranten door de jaren heen?

Bij het Financieel Dagblad zie je het heel duidelijk. Dat ze veel langer met een bepaalde zaak bezig zijn en dan met veel meer informatie komen. Het is minder een mededeling, maar meer een analyse wat je te lezen krijgt. Dus ik zie dat daar. Datzelfde zie je ook bij het NRC en het Nederlands Dagblad. Ik bedoel, het is natuurlijk ook de weg een beetje opgegaan van het tabloid met binnenkatern waarin gewoon breder scala aan onderwerpen aan bod komt.

Zou u zelf graag constructief nieuws lezen in plaats van het gewone nieuws?

Na alles wat ik gezegd heb, is dat eigenlijk wel duidelijk. Ik zou zelf inderdaad veel meer constructief nieuws willen lezen. Maar het zal niet alleen in het nieuwslezen een andere kant opgaan. Ook het journaal en de actualiteitenprogramma's gaan de goede kant op. Die zijn ook heel duidelijk bezig met meer onderzoekszaken. Wat dat betreft, denk ik dat er wel signalen zijn dat het (de constructieve journalistiek) aan de gang is.

Wat is nou de grootste verandering die u heeft gezien in de berichtgeving, in al de tijd dat u de krant leest?

Dat het nieuws minder objectief geworden is en dat je bijna gedwongen wordt om verschillende kranten te lezen om een goed beeld te krijgen.

En het zou door de constructieve journalistiek dus weer wat beter kunnen worden?

Ja.

Interview Björn Soenens | Journalist en hoofdredacteur van *Het Journaal* (van de VRT) | 48 jaar

Wat zijn volgens u de kernwaarden van de journalistiek?

De kernwaarden van de journalistiek zijn: waarheidsvinding, betrouwbaarheid, autoriteit, correct en accuraat. Dat zijn toch de eerste woorden die in mij opkomen, menselijk ook. Dat zijn zo de belangrijkste kernwoorden.

Denkt u dat de gemiddelde lezer zit te wachten op diepgaande analyses en meer achtergrondonderzoek en duiding?

Ja, er is grote honger naar begrip, het vlakke nieuws daar zijn klanten voor, zoals er klanten zijn voor McDonalds en andere hamburgerketens. Maar we moeten meer doen dan burgers en suiker toedienen aan de consument. Je bent niet veel met een losstaand feit. Je moet weten waarom iets gebeurt en hoe iets gebeurd is en wat de achtergrond is. Wat het verleden is en hoe het in de toekomst beter kan. Want dan kan je iets met het nieuws doen, dat maakt je sterker in de wereld en versterkt je burgerschap ook. Dat is ook een van de rollen van de journalistiek.

Denkt u dat dit vraagt om een bepaald type lezer?

Over jongeren bijvoorbeeld wordt vaak gezegd dat de spanningsboog veel te kort is. Ze kunnen niks meer hebben, terwijl er ondanks een doctoraal proefschrift is gebeurd waaruit blijkt dat jongeren niet willen weten dat er vandaag weer 46 mensen zijn gesneuveld in Syrië, maar dat ze willen weten: Waarom sneuvelen er elke dag mensen in Syrië? Wie zijn die groepen die tegen elkaar vechten en waar staan ze voor? Waarom zijn ze in een conflict terecht gekomen en wat is de achtergrond? Waar komt IS vandaan? Is dat alleen religieus of is er een andere achtergrond die meespeelt? Over Syrië wordt bijna nooit gezegd dat het eigenlijk gaat over een landbouwconflict. Dat veel mensen van het platteland naar de steden werden verdreven en in de armen werden gestuurd van radicalisering en religieuze verharding. Dat op die manier bij de Arabische Lente mensen zijn opgestaan die meteen de wapens hebben genomen in plaats van alleen onvrede bekend hebben gemaakt. Dat soort complexiteit dat is een van de belangrijkste rollen van de journalistiek. Die complexiteit ook zeggen en uitleggen. Want anders doen we zinloos werk en bedoezelen we alleen maar de geest met angstwekkende berichten waar je kant nog wal mee raakt. Waar mensen van in verwarring raken en eigenlijk totale chaos voelen in hun hoofd en zich afkeren van nieuws omdat ze het allemaal te somber vinden en onbegrijpelijk.

En u denkt dat zowel laagopgeleiden als hoogopgeleiden dat zullen herkennen?

Oh ja, het is de taak dat je de juiste toon vindt om de dingen uit leggen. Ik werk voor een openbare omroep, wij werken voor iedereen, van laag- tot hoogopgeleiden van man tot vrouw van jong tot oud. Het is vaak moeilijker om een jeugdjournaal te maken dan een gewoon journaal. Je moet oppassen voor de jargon, je moet weten hoe je iets eenvoudig uitlegt en dat is vaak veel moeilijker dan om het moeilijk uit te leggen.

Want wie het moeilijk uitlegt, begrijpt het vaak zelf niet. Ik pleit ook voor beter opgeleide journalisten, zeker in de zin van meer achtergrond wat betreft geschiedenis, economie en psychologie zelfs. Dat soort achtergrond is veel belangrijker in de journalistiek dan journalistieke technieken, want het draait uiteindelijk allemaal maar om nieuwsgierigheid en informatieoverdracht.

Een journalist moet in feite niet veel meer doen dan denken dat hij het verhaal vertelt aan zijn vriend/vriendin of kind die hem vraagt: Wat is er aan de hand?

Dus het is dus juist wel de taak van de journalist om ook iedereen te bereiken op deze manier?

Complexe informatie op een begrijpelijke, behapbare manier uitleggen en vertellen. Vandaar dat storytelling technieken ook zo belangrijk zijn. Het gaat vaak makkelijker om via een sterk personage het verhaal te vertellen dan alleen maar professioneel uit de hoogte te gaan doen, waardoor je een bepaald publiek afschrikt omdat ze zich zelf te dom vinden.

Tegelijk zit het gevaar er natuurlijk dat als je die toon aanneemt voor oud publiek, bepaalde hoogopgeleiden zich te kleuterachtig behandeld zou voelen. Wie denk je wel dat ik ben? Ik weet dat allemaal al. Het is veel makkelijker om voor een bepaald segment van het publiek te werken dan voor een openbare omroep waar je iedereen moet kunnen bereiken.

Ja en de constructieve journalistiek wil ook wel graag meer oplossingen aandragen voor problemen. Denkt u dat dit mogelijk is, want sommige problemen spelen al zo lang.

Het misstand is vaak dat de journalistiek zelf oplossingen moet aandragen. Nee, de journalistiek moet berichten over waar oplossingen worden gevonden, waar ze zoeken naar oplossingen. Ik neem altijd als voorbeeld, als het hier in het honderd loopt in het verkeer. Van de week hebben we een stuk gebracht over hoe het in Noorwegen zeer fijn loopt bij het bijvoorbeeld de vordering van aankoop van elektrische auto's. Ze maken een speciale rijstrook waar mensen met een elektrische auto gewoon langs kunnen rijden en niet in de file hoeven te staan. Als je dat toont en daarover bericht, dan toon je dat er wel degelijk creatieve mogelijkheden zijn om moeilijke problemen in een samenleving op te lossen. Namelijk, de wereld is groter dan de plek waar je woont vandaag. Dus vandaar ook een pleidooi voor buitenland journalistiek om niet alleen conflicten te beslaan. Maar dezelfde problemen waar ze overal mee kampen, hoe ze er daar mee omgaan. Als je dat toont, dan creëer je burgerschap en dan creëer je burgers die mondig worden en die iets weten en die weten hoe ze hun eigen beleidsmakers kunnen aansturen om alternatieven te zoeken.

Dus het gaat er juist niet om dat de journalist oplossingen aandraagt, maar zoekt naar mensen die de oplossingen hebben.

Natuurlijk, vandaar dat het een moeilijkere vorm van journalistiek is. Je moet betere research doen, je moet meer weten voor je het kunt doorvertellen aan je publiek.

Ja en de constructieve journalistiek wil ook bijvoorbeeld graag hoop bieden, vindt u dat de taak van de journalist om de burgers zich eigenlijk wat beter te laten voelen?

Als het zou zijn om een goed gevoel te geven, het is geen 'feelgood' journalistiek. Het is journalistiek die via het tonen van initiatieven bepaalde conflictsituatie kan oplossen of licht brengt in duistere situaties. Als je op die manier hoop kunt brengen dan ben je bezig met het burgerschap te versterken. Dan maak je de nieuwsconsument eigenlijk sterker in de wereld. Als je hem alleen maar overvalt met hoe de wereld niet werkt en alleen maar die zaken brengt, ja dan krijg je een compleet vervalst beeld van de wereld. Waardoor je eigenlijk in somberheid kan wegzakken en je je als burger machteloos voelt. Dan maak je je samenleving alleen maar bang en help je je samenleving om zeep door je journalistieke verhalen. Dat is fout.

We moeten mensen geen goed gevoel geven, we moeten ze een realistisch beeld van de wereld geven. Net zoals het leven met goede en slechte dagen, zo zou journalistiek ook moeten zijn, de dingen tonen die wel werken, maar ook de vele dingen die niet werken.

Dat is duidelijk en wat zijn volgens u de gevolgen voor de maatschappij van de constructieve journalistiek?

Dat er meer bezinning komt onder burgers, dat ze kritischer in de samenleving komen te staan. Niet zeurend en klagend, maar dat ze ook zelf de handen uit de mouwen steken, als je verhalen vertelt over vluchtelingen bijvoorbeeld. Je ziet dat burgers hierbij zelf in actie komen waar overheden tekort schieten. Ja, dat vind ik wel iets moois, dan heb je eigenlijk de mooiste journalistiek zonder op te roepen tot actie, maar door gewoon menselijke verhalen te tonen die mededogen oproepen en burgers in gang zetten om zelf actief te worden en iets te doen in de maatschappij. Ze het gevoel geven dat ze het verschil kunnen maken en daar is deze tijd vooral gebrek aan, want we leven in 'depressing times'. Het is nog nooit zo goed geweest, maar door de stortvloed van informatie en vooral de focus op alles wat fout loopt zijn we in maatschappij terecht gekomen die heel veel welvaart heeft, maar men heeft gevoel dat de tijd achteruit gaat omdat er een overwegend sombere stemming is.

Terwijl het eigenlijk juist beter gaat?

Het is een gouden tijd voor de journalistiek om dat we een verschrikkelijke verpletterende verantwoordelijkheid hebben in het bijsturen van het foute beeld dat we jarenlang de wereld hebben ingestuurd.

De constructieve journalistiek is natuurlijk ook deels gebaseerd op de positieve psychologie wat vindt u daarvan, dat de positieve psychologie zo'n rol speelt binnen de constructieve journalistiek?

Elk mens leest nieuws met een bepaalde instap en dat werkt op het gemoed of we dat nu willen of niet. We zijn niet alleen rationele wezens en omdat we dat niet zijn moeten we dus empathische verhalen brengen. Empathie leidt er vaak toe dat mensen zich kunnen verplaatsen in iemand anders en dan promoot je eigenlijk de mensenrechten, namelijk mededogen, medemenselijkheid en solidariteit. Je geeft daar de nodige informatie bij dat het ook anders kan. Dan kun je mensen in het verhaal brengen om een soort strijd te gaan leveren voor een rechtvaardige wereld. Waarom zouden we bang moeten zijn om als journalist dat soort principes te versterken?

Bent u niet bang dat de journalistieke kernwaarden, die we eigenlijk altijd hebben gehad zoals waarheid vinden en informeren, een beetje ondergesneeuwd raken door constructieve journalistiek?

Nee, die blijven, die gaan er juist op vooruit, want het is door zaken door veel verschillende perspectieven naar een onderwerp te kijken. Dat je ervoor zorgt dat de waarheidsvinding veel groter wordt, dat je veel dichterbij de juiste versie van feiten komt, omdat je er op veel meer manieren naar kijkt. Als ik vanuit mijn standpunt naar het verkeer kijk, kan ik zeggen: 'de chauffeur naast mij is fout bezig', maar als er van de andere kant wordt gefilmd lijkt het misschien totaal anders. Het gaat erom om meer nuance aan te brengen en nuances zorgen er net voor dat je veel geloofwaardiger bent. Dat je minder een kader neemt, dat je je panorama veel breder maakt, dat is juist het hele punt. Dat je de waarheid promoot in plaats van haar in een aardig kleedje stopt.

Dus eigenlijk worden de journalistieke kernwaarden niet veranderd maar er worden alleen maar dingen aan toegevoegd om het beter te maken?

Ja, het wordt rijker en ze worden versterkt. Het wordt veel minder een wereld die buiten de echte wereld staat. De journalistieke wereld moet veel meer mensen met de echte wereld verbinden zoals ze echt is. Want het klopt niet als mensen in een bepaalde wereld naar het nieuws kijken, over hun wereld en zeggen: 'Dat gaat er toch helemaal zo niet aan toe in de werkelijkheid, dat klopt niet.' En dat beeld moet veel meer laten overeen komen en laten sporen met het volledig beeld.

Hoe is het nu met de constructieve journalistiek in België, is dat al groot?

Ik zeg altijd als je iets invoert en erover spreekt: 'be prepared to bleed'. Er is heel veel tegenkamp geweest hier, omdat het altijd fout geprekeet wordt. Waar ik tegen strijd, namelijk tegen een beperkte framing, wat het nieuws vaak is, wordt ook gedaan in het vakgebied. De constructieve journalistiek wordt namelijk geframed als een positieve insteek. Men wil gewoon niet van die term weten. Constructief lijkt op een activistische vorm van journalistiek terwijl het eigenlijk gewoon bedoeld is als journalistiek 3.0. Een betere vorm, een bredere journalistiek, een rechtvaardige journalistiek, een journalistiek met waarden

Hoe gaat u om met die kritiek?

Rechttop blijven staan, incasseren, doorgaan en het gewoon doen in de praktijk.

Eigenlijk mijn laatste vraag is, leest u zelf graag constructief nieuws?

Oh ja, wat bekend is uit de psychologie is dat mensen veel liever verhalen delen van kleine helden, van dingen die op een opmerkelijke wijze soms op heel kleinschalige manier gebeuren. En door enkele individuen los van structuren en instanties. Dat zie je heel vaak op sociale media. Als ik een verhaal deel op sociale media over een jongen die al doof is sinds zijn geboorte en ondertussen twintig jaar is en nooit doventaal heeft geleerd en dat plots aangeleerd krijgt en nieuw leven krijgt, wordt dat duizenden keren meer gedeeld dan een verhaal waarin ik zeg: 'De politiek van Amerika is totaal verrot en verkeerd', want dat weten ze intussen en daar worden ze ziek van.

Het gaat altijd om het probleem, conflict is de brandstof van de journalistiek. Dan moet je de motor laten draaien en verdergaan en meer laten zien dan alleen het conflict. Het oog van de storm wordt altijd behandeld in de journalistiek. Buiten het oog van de storm daar zitten de interessante verhalen.

Interview Christel Hebly | Trainer en coach Performance Happiness | 55 jaar

Mijn eerste vraag, wat zijn volgens u de kernwaarden van de journalistiek?

Ja, ik heb het een beetje opgeschreven. Nieuws brengen, maar ook opinie vormen, want ik wil gewoon weten wat er speelt in de wereld, de dingen waar ik zelf niet bij ben dat komt tot mij via de journalistiek. Als ik een krant lees dan lees ik graag (en ik kijk ook naar nieuwsprogramma's) de opinies die dan leven over bepaalde problematieken of thema's.

Verwacht u ook van de journalist dat hij ook een mening geeft of stuurt?

Daar heb ik wel over nagedacht, want je hebt het over waarde he? *Ja.*

Dus dat zou objectiviteit zijn bijvoorbeeld. *Ja.*

Is opinievorming journalistiek? Ik ging er vanuit van wel, want als ik de Volkskrant krijg dan zit daar heel veel opinie in en dat is vaak geschreven door journalisten. Wat was precies je vraag? Het laatste wat je zei?

Of u echt verwacht dat de journalist sturing biedt?

Ik denk dat je er niet aan ontkomt. Dus objectief bestaat ja, bestaat wel maar ook weer niet. Ik denk dat je er niet aan ontkomt eigenlijk.

Ja en u leest de krant dus ook juist wel om die meningen te lezen dus het hoeft eigenlijk ook niet heel objectief, het geeft niet als er alleen een wetenschapper met een bepaalde blik wordt geïnterviewd en misschien niet ook de hele andere kant.

Dan wil je dat er twee kanten zijn aan elk verhaal?

Ja, of misschien wel meerdere kanten, maar in de krant kunnen ze natuurlijk niet alle meningen neerzetten. Vindt u het erg dat dat niet gebeurt, dat een zekere sturing er wel in zit? Want een journalist kiest gewoon ik plaats dit of ik plaats dat of allebei, maar het is nooit compleet eigenlijk.

Nee, het is nooit compleet. Maar dat lost zich dan wel weer op omdat er zoveel verschillende kranten zijn en mediakanalen, dat er op elkaar gereageerd wordt, zo krijg je een diversiteit aan invalshoeken bij onderwerpen. Dus dan denk ik juist, door je uit te spreken gaat een ander zich ook uitspreken, en de een zal zich daarin herkennen en de ander zal zich daar niet in herkennen, dan krijg je een debat en de opinievorming eigenlijk. Zodra je het hebt over opinievorming krijg je diversiteit, als je een streven hebt om nieuws zo neutraal mogelijk te laten zijn dan heb je bijvoorbeeld alleen maar feiten 'er is een bom ontploft daar'. Zodra je gaat praten over het gevolg van de oorzaak en wat eraan gedaan moet worden dan is het niet meer objectief. Dan heeft de een dit idee en de ander dat idee.

U vindt objectiviteit niet per se een kernwaarde van de journalistiek?

Ik wil wel als er gezegd wordt dat er een vliegtuig is neergestort dat de goede plek wordt genoemd en dat er met feiten niet wordt gesjoemeld. De feiten moeten kloppen. Maar de analyse die blijft gekleurd, dat wil ik er eigenlijk mee zeggen. Ik moet echt zoeken naar woorden omdat dit niet mijn dagelijkse thema is. Maar zo denk ik er toch wel over ja.

Maar u zit dus wel te wachten op analyses en achtergrondinformatie en duiding. Dus de constructieve journalistiek zou misschien wel iets voor u zijn?

Ja, dat is natuurlijk een kant van kijken, 'constructieve journalistiek', maar als je het hebt over 'jij zit te wachten op analyse, duiding, dat is er al in de journalistiek.

Maar denkt u dat de gemiddelde lezer daar ook op zit te wachten?

Ja dat was de tweede vraag he? Zit de gemiddelde burger wel te wachten op diepgaande analyses, achtergronden, onderzoek, duiding en oplossingen?

Ja, ik hoop dat zijn twee dingen, dat zijn al twee dingen he? Oplossingen ja...

Dat bedoel ik in de zin van constructieve journalistiek, dat het nieuws wel anders wordt omschreven, meer oplossingsgericht, meer positief. Mijn vraag is eigenlijk; zou de gemiddelde mens dat echt zo graag willen of vinden ze het wel goed zoals het is?

Maar het gebeurt toch al? Als je nu kijkt naar het vluchtelingenvraagstuk, dan wordt toch ook gezocht naar oplossingen en daar wordt toch over gepraat?

Ja, dat is waar ja.

Wordt er in krantenartikelen ook over gepraat of is dat een debat wat ontstaat naar aanleiding van die artikelen? Want de artikelen zelf zijn volgens mij niet heel constructief.

Weet je wat voor mij constructief is? Ik had daar iets over opgeschreven: wat ik denk, is dat analyse gaat over zoeken naar oorzaken en je kunt oplossingen zoeken vanuit het ontstaan van het probleem, maar als je nou bijvoorbeeld, ik blijf nog even bij Syrië, kijkt naar dat hele debacle en ellende, dan zie ik wel ook soms in hoe het wordt weergegeven, hele positieve dingen. Want je ziet bijvoorbeeld, wat drijft deze mensen om te vluchten, he daar zit ook levenskracht, daar zit ook een enorme samenhang, daar zit ook woede, nou woede is natuurlijk negatief maar het zegt ook iets over dat je jezelf de moeite waard vindt om boos te worden. Maar ik zie ook, er worden ook mensen geïnterviewd in Nederland die zeggen ik ben dankbaar voor wat we hier krijgen. In die zin zie ik al wel dat er ook, ja het feit dat iets je ontroert, dat is toch ook positief?

Ja, meestal wel.

Net hetzelfde als de verhalen over de mensen in de concentratiekampen die overleefden omdat ze een enorme innerlijke kracht hadden of heel veel steun aan elkaar.

Maar als u gewoon het harde nieuws leest, zijn dat meestal niet de verhalen die daar over gaan, dat zijn meer achtergrondverhalen of boeken die daar over zijn geschreven.

Je kan het op twee manieren zeggen, er wordt natuurlijk gezegd 'ja, die vluchtelingen, er zijn er al een paar vertrokken omdat ze het niet goed genoeg vonden in het opvangkamp', en dan denkt iedereen 'zie je wel, ze zijn ondankbaar en dit en dat en ze mogen blij zijn'. Maar ik zie op het nieuws ook hele andere verhalen, wat ik zonet zei van iemand die wordt geïnterviewd die zegt 'ik wil ook iets gaan doen, we willen helpen, klusjes doen, we willen integreren, we willen vooruit'. En dat zie ik ook in het nieuws. Als je dan vraagt zitten mensen daar op te wachten, dat denk ik wel.

Ja, mensen zoeken wel naar positiviteit?

Ik denk niet dat veel mensen zich daar heel bewust hard voor maken. Ik denk ook dat een heleboel mensen het niet eens in de gaten hebben, dat bijvoorbeeld wat ik nu zeg, dat dat mij raakt maar ik denk dat een heleboel mensen dat ook zien en het ook raakt, maar dat ze misschien niet de link leggen 'o, dit is positief'.

Dat dacht ik ook want u zei van dat ze vluchten, dat ze dan samen gaan en dat ze op zoek zijn naar geluk. Dat zijn ook wel dingen die u vanuit uw vakgebied zo bekijkt. Want als ik de vluchtelingen zie, dan denk ik 'o wat zielig ze hebben alles achter gelaten', maar ze doen dat inderdaad met in hun hoofd van 'we gaan op zoek naar iets beters'. Ik denk dat het inderdaad wel ligt aan de persoon die het bekijkt, hoe die het ook opvat en wat hij eruit haalt.

Dat klopt, daar heb je wel gelijk in, er zijn natuurlijk mensen die zien altijd het glas half leeg en er zijn mensen die zien altijd het glas half vol. Maar we zijn allemaal van nature geneigd om heel erg ons te fixeren op wat gaat niet goed gaat. Op bedreigingen en om die te voorkomen, dat komt vanuit onze oerinstincten dat we gevaar willen vermijden en daar eigenlijk daar steeds op gefixeerd zijn van gebeurt er nu iets waardoor ik in gevaar kan raken, en dat is natuurlijk net zo goed een voedingsbodem voor de journalistiek, omdat bekend is dat we zo in elkaar zitten ga je daar ook op inspelen.

Praatjes, de gewone gezellige praatjes in de winkel die gaan over de ellende, van 'nou dat wordt nog wat met al die vluchtelingen hier, daar gaan we last van krijgen' of 'dat wordt een heel groot probleem'. En dat is gebaseerd op angst, 'want het past niet in ons land', 'ja, heb je al gehoord dat er bij het asielzoekerscentrum een brandje is uitgebroken', dat is natuurlijk heel erg onze eerste natuur dat we zo denken. Nu weten we vanuit onderzoek dat je dat ook kunt beïnvloeden, dat zelfs je hersenen kunnen veranderen als je meer stilstaat bij positiviteit. Als je daar op aanstuurt manipuleer je ook, in andere gevallen net zo goed.

Het zou best wel positieve gevolgen kunnen hebben voor de beeldvorming van bijvoorbeeld vluchtelingen, als meer mensen in het nieuws kwamen die bereid zijn om te werken en heel dankbaar zijn.

Ik denk dat dat al gebeurt. Ik denk dat wat je in de gewone praatjes hoort dat dat wel weerspiegelt hoe de meeste mensen erover denken, denk je niet?

Ja, ik denk het wel.

En dan hoor je ook van, ja maar dit zijn een ander soort vluchtelingen want deze gaan ook weer terug als het weer rustig is in Syrië. Dit zijn mensen die vluchten echt voor gevaar, dus niet omdat ze, nou ja alle negativiteit die je over vluchtelingen kan bedenken maar dat soort verhalen hoor je ook.

Dus eigenlijk wordt al best wel constructief bericht over de vluchtelingenkwesitie?

Ja, ik denk het wel. Is het, over je vraag, beperkt tot een bepaald type lezer? Ik denk het eigenlijk niet, want ik denk dat de lezer in principe heel onbewust kiest van wat hij leest.

Ja, dus al zouden we nu altijd heel constructieve berichten schrijven dan zou de lezer dat helemaal niet zo merken.

Maar wel beïnvloed worden. Net zoals als er een zelfmoord op de voorpagina komt, bewezen is en onderzocht, dat het aantal zelfmoorden daarna toeneemt en dan met name als het een jong iemand is dan gaan er meer jongeren zelfmoord plegen, als het mannen zijn meer mannen en als het vrouwen zijn meer vrouwen. Mensen gaan dan denken 'oh, dat is voor mij misschien ook wel een oplossing'.

Ja, ik heb dat opgezocht. Er bestaat een handleiding, die is geschreven door de Yvonne van der Ven stichting. Een stichting voor zelfmoordpreventie en die hebben een handleiding geschreven voor journalisten hoe ze moeten berichten over zelfmoord, een tien stappenplan. Die heb ik ook opgenomen in mijn onderzoek om te laten zien dat er al wat constructieve dingen al bestaan. Er stond bijvoorbeeld bij dat je moet melden waardoor het kwam, bijvoorbeeld psychische problemen maar dat daar ook wat aan te doen is en dat je bijvoorbeeld een kader kan maken met wat je kan doen als je je zo voelt. Dus dat je niet alleen zegt 'bam dit is gebeurd, maar dat je meer een verhaal eromheen beschrijft; door dit en dit is het gekomen en hij had ook dit kunnen doen en dan had het anders af kunnen lopen.

Je kan het misschien veel rechtlijner zeggen, net zoals op een pakje sigaretten staat 'roken is dodelijk' en dat mensen die dit soort berichten lezen beïnvloed worden. Dan wordt je er bewust van. Ik denk dat wij ons niet zo bewust zijn van processen die zich in ons hoofd afspelen.

Oké, de volgende vraag. Is het wel mogelijk om met oplossingen te komen voor problemen die de politiek al jaren niet kan oplossen? De constructieve journalistiek zegt heel erg van 'we dragen oplossingen aan en we laten mensen aan het woord die bezig zijn met goede initiatieven', maar zijn die initiatieven niet op een gegeven moment op?

Want zoals nu wordt er al weken bericht over de vluchtelingen en om nou in elk artikel weer te zeggen van 'hier is het centrum en hier kunnen ze gezellig hardlopen en puzzelen' ja, komt het dan nog over?

Het is ook de vraag of alles gaat om het oplossen van een probleem, hè. Want sommige dingen zijn dus zo, ik bedoel de vluchtelingen komen hiernaartoe, er is in Syrië ellende en dat is niet opgelost zomaar. Maar waar het meer om gaat is, en dat hoort ook bij de positieve psychologie; 'hoe ga je te midden van ellende om met die ellende? Hoe sta jij daarin als mens? En wat haal je er zelf uit?'

Dus het gaat niet zozeer om de problemen op te lossen, want het probleem in Syrië oplossen met een nieuwsartikel is ook wel heel ambitieus natuurlijk.

Dat is heel ambitieus. En het probleem hier oplossen, ja wat zou het, kijk wat is hier het probleem eigenlijk in Nederland van de vluchtelingen?

Het probleem is eigenlijk dat mensen niet willen dat ze komen.

Ja, omdat ze vinden dat we geen plek hebben, omdat ze vinden dat ze ons eten opeten, nou ja he... Daar kun je natuurlijk met je journalistiek heel erg voeding aan geven maar je kunt ook, het ligt maar aan je perspectief wat vind je kiest, ja, je kunt er net zo goed een ander licht op werpen.

Wat ik net ook aangaf en dan krijg je meer diversiteit en dat is denk ik heel belangrijk. Ik zit nu ineens te denken aan de crisis in Duitsland voor het uitbreken van de Tweede Wereldoorlog, dat het algemene gevoel was dat het slecht ging, dat er geen geld was, dat het slecht ging met de economie, dat de Joden de schuld hadden en Hitler voedde dit, er waren dus geen tegengeluiden. En daardoor kwam die ellende. Dus zolang wij maar debat voeren en in gesprek zijn en van alle kanten, dus ook van de constructieve kant, dus ik zeg we moeten dus niet denken alles moet nu constructief alleen maar. Maar waar het volgens mij over gaat is in alle moeilijkheden ook iets laten zien van de positieve elementen die het ook in zich heeft.

Maar tegelijk ook niet de moeilijkheden ontkennen?

Nee zeker niet want dan zijn we dom bezig.

De volgende vraag is; is het wel de taak van de journalist om de burger zich beter te laten voelen?

Ik zal een wedervraag stellen; is het de taak van de journalist om de angsten van de burger te voeden of om zich slechter te voelen? Ik vind dus dat er wel constructieve journalistiek al is, maar stel als dat er niet was, misschien was het tien jaar geleden wel minder, dat denk ik, dan ben je ook eenzijdig he.

Ja, absoluut.

Maar dit is voor ons nieuw, omdat het te maken heeft met hoe we in elkaar zitten. Omdat daar nu meer onderzoek naar is, ook in de hulpverlening en therapie. Er zijn nu veel meer aanpakken die gericht zijn op je idealen, krachten en waarden. Ik denk dat dat ook in de journalistiek een rol mag gaan spelen. En we zijn natuurlijk een cynisch volkje he, ook onder invloed van de jaren 60, denk ik, alles wat dan positief is wordt meteen weer cynisch gelabeld als bijbedoeling of wat dan ook, Amerikaans.

Ja, inderdaad sturing. Dus de journalist heeft eigenlijk de taak om allebei de kanten te laten zien, en niet alleen blij, maar ook niet alleen negatief.

Ja, precies. Alleen ik zie het niet zo als zwart wit. Als we weer terug gaan naar de vluchtelingen, te midden van ellende zie ik veel krachten en positiviteit en optimisme en ook verbinding. Nou, net zoals bijvoorbeeld met die MH17, hoe vaak er toen niet werd gezegd dat, ja misschien wel een beetje sentimenteel hoor, maar hoe Nederlanders dan op allemaal bruggen gaan staan als de slachtoffers terugkomen. Alle aandacht ging daar naartoe.

Het was misschien niet heel objectief, maar wel heel menselijk.

In die menselijkheid wordt het verdriet van de nabestaanden natuurlijk centraal gezet, dat is dan niet positief, maar wat is positief en negatief? Ik bedoel dat is wat er is, dat verdriet is verdriet, maar door daar ruimte aan te geven doet dat sommige mensen, nabestaanden die daar behoefte aan hebben, goed. Aandacht voor verlies van een ander en daar ruimte voor geven, door vieringen, door herdenkingsdiensten, door plechtige ontvangst van slachtoffers, door dat ook te filmen en uit te zenden, geeft verbondenheid en dat is dan in al het verdriet een positief effect.

Dat sluit wel aan bij de volgende vraag van wat dan de gevolgen zullen zijn van constructieve journalistiek voor de maatschappij? U noemde al welbevinden.

Ik denk ook diversiteit.

En in welke zin dan?

Wat ik net zei, dat er meer kanten aan een zaak zitten, ja, dat er te midden van angst en ellende ook hoop is, het biedt hoop.

Ja dat is ook wel een woord wat veel wordt gebruikt binnen de constructieve journalistiek, dat ze echt hoop willen geven.

Ja, dat het niet het einde is, maar dat er ook een nieuw begin is.

En zou het ook negatieve gevolgen kunnen hebben?

Ja natuurlijk, dat kan. We moeten het niet als een zoethoudertje zien, dat we dingen bedekken die gewoon gruwelijk zijn. We mogen nooit dingen bagatelliseren of afzwakken die verdienen allerlei aandacht te hebben, omdat het gewoon niet kan, omdat het de menselijke maat overschrijdt, het humanitaire zeg maar.

Dus we moeten ook wel eerlijk blijven over hoe erg sommige dingen zijn?

Zeker, zeker.

Dat zou misschien een beetje een valkuil kunnen zijn, dat het soms zelfs zo positief wordt dat het de ernst overschaduwet.

Maar dat is altijd met positiviteit, als de ratio, de verhouding tussen positieve en negatieve aandacht scheef is. Dus te veel positieve aandacht, dan ben je eigenlijk aan het wegpoetsen wat je niet moet wegpoetsen.

Dus daarin is die rol van de journalist heel belangrijk dat ze zowel de positieve kant moeten belichten, maar ook hoe erg het is.

Wat vindt u ervan dat de positieve psychologie binnen de constructieve journalistiek zo duidelijk aanwezig is?

Positieve psychologie gaat over wat zijn de krachten van mensen, en niet wat zijn de klachten. De kracht in mensen maakt dat we ondanks, als we naar de geschiedenis kijken, veel leed, pijn, oorlog, verdriet, nog steeds leven, vooruitgaan en ook kunnen genieten van het leven.

Maar de positieve psychologie is natuurlijk wel een heel ander vakgebied dan de journalistiek. Vindt u dat niet raar? Want we hebben bijvoorbeeld ook niet opeens een deel van de biologie in de journalistiek gezet.

Poeh, ja kijk, de positieve psychologie is een nieuw vakgebied, maar aan de andere kant ook weer niet, want die inzichten die nu wetenschappelijk worden getoetst die bestonden ook al toen Aristoteles nog leefde, dus die zijn ook weer heel oud, hè.

Ze hebben nu gewoon een naam gekregen eigenlijk?

Het wordt nu gevarieerd en dat vind ik er leuk aan, dat je dus weet: dit doen gelukkige mensen en dat helpt dus. De positieve psychologie heeft bewezen dat als je elke dag stil staat bij de drie goede dingen die je hebt meegemaakt, dat je aantoonbaar meer welbevinden gaat krijgen in de loop der tijd. Als je stil staat bij waar je dankbaar voor bent dagelijks of een keer in de week, dat jouw welbevinden aantoonbaar hoger is dan iemand die alleen maar een keer in de week of elke dag denkt aan zijn lijstje met wat hij nog moet doen. Dat zijn kleine testjes die zijn gedaan, die laten zien dat het dus zeker invloed heeft.

Dus het is niet erg dat die bevinden binnen de journalistiek worden gebruikt?

Nee, nee, ik denk dat dat juist goed is. We mogen toch vooruit gaan, nieuwe inzichten toevoegen? Dat denk ik ja.

Bent u niet bang dat de journalistieke kernwaarden een beetje raken ondergesneeuwd? Eigenlijk hebben we het daar al een beetje over gehad.

Ja, want ik zie de kernwaarden als; nieuws brengen, opinie vormen vanuit zoveel mogelijk invalshoeken.

Dus daarmee komt de journalistiek niet in het gedrang?

Nee, wat natuurlijk wel kan is dat je het verwijt kan krijgen dat je problemen bagatelliseert.

Ja, dat is ook wel een van de verwijten tegen de constructieve journalistiek.

Dat kan ik me wel voorstellen.

Een beetje een goed nieuws verhaal.

De positivo's die het allemaal een beetje luchtigjes zien.

Ja. Maar dat de journalistiek zo verandert dat het alleen maar goed nieuws wordt, dat is waarschijnlijk niet realistisch?

Ik denk niet realistisch en ook niet verstandig, want nieuws moet wel nieuws zijn en ik wil wel de feiten weten. Dus de journalistieke kernwaarden ondergesneeuwd? Nee, dat denk ik niet, wel als het eenzijdige constructieve journalistiek wordt. Als je de laatste vraag ziet: verwacht je dat de journalistiek voet aan de grond gaat krijgen? Ik denk het wel, ik denk dat dat al aan de hand is omdat ik het gewoon zie. Maar als je vraagt; zou je zelf constructieve journalistiek lezen in plaats van het gewone nieuws? Dan zou ik het niet in plaats van hebben maar gewoon een combi. Maar hoe zie jij dat nou? Want zie jij het als een aparte krant of zo? De constructieve krant? Dat hebben we weleens gehad he, positieve nieuws enz.

Ik heb deze vraag eigenlijk gemaakt aan de hand van iets wat die Catherine Gyldensted zelf zegt, de oprichtster hiervan, haar droom is dat constructief nieuws het nieuwe nieuws wordt. Dat het het huidige nieuws gaat vervangen.

En hoe ziet zij dat dan?

Zij hoopt dus dat al het nieuws op een constructieve manier wordt omschreven.

Maar wat is haar definitie van constructief?

Dat je hoop geeft door middel van wat je schrijft, maar dat je wel realistisch bent. Ze wil geen goed nieuws journalistiek. Wat u eigenlijk zegt wat u graag zou willen, dat is een beetje haar idee van de constructieve journalistiek; zeggen hoe het is, maar tegelijkertijd ook laten zien welke positieve dingen er aan de hand zijn ,zonder dat je tekort doet aan wat er daadwerkelijk gebeurt.

Ja, dus dat vindt zij ook objectiever.

Ja klopt, want zij vindt het nieuws, het gewone nieuws, eigenlijk eenzijdig.

Als je het zo bekijkt ben ik het er wel mee eens.

Interview Judith van der Lugt | Derdejaars pabostudent | 21 jaar

Wat zijn volgens jou de kernwaarden van de journalistiek?

De kernwaarden van de journalistiek zijn oprechtheid of objectiviteit en het brengen van verschillende punten.

Bedoel je dan perspectieven of invalshoeken?

Ja, invalshoeken. Informeren en inspireren.

Oké, en dit zijn ook wel een beetje de dingen die jij verwacht van de journalist?

Ja, als ik de krant lees verwacht ik deze dingen.

Dat is wel heel duidelijk eigenlijk. Zoals je misschien wel weet, de constructieve journalistiek wil meer analyse gaan brengen, achtergrond en duiding en als ik jou zo zie, zit jij daar waarschijnlijk wel op te wachten?

Ja, dat klopt.

Maar denk je dat de gemiddelde lezer daar ook op zit te wachten?

De gemiddelde lezer denk ik niet. Omdat als ik naar leeftijdsgenoten, ouders of familieleden kijk dan zie ik dat het tegenwoordig snel, snel moet. Ik denk dat binnen dat soort nieuws (het snelle nieuws) ellenlange verhalen en analyses niet zo passen, dat ze daar niet op zitten te wachten.

Vanwege tijdgebrek?

Ja, ik denk vanwege tijdgebrek, je wilt snel het nieuws weten, dus je klikt even op NOS of nu.nl en dan weet je ook wat er gaande is, meer hoeft je misschien ook niet te weten.

Denk je dat het altijd heel lange verhalen zullen zijn of zou het ook wel korter kunnen?

Nou, als je echt een uitgebreide analyse geeft of vanuit verschillende perspectieven iets wil brengen en dan is het meer dan een alineaatje. Het vraagt misschien ook wat meer van de lezer, meer tijd en interesse en ook dat je er na het lezen nog mee bezig bent. Door te reflecteren of te kijken, wat kan ik hier uithalen of wat heb ik hiermee?

Denk je dat de constructieve journalistiek echt om een bepaald type lezer vraagt?

Ik denk wel een hoogopgeleid of in ieder geval maatschappelijk geïnteresseerd publiek. Die ook de tijd willen of kunnen vrijmaken om meer kennis te vergaren of meer inzichten te verwerven.

Zie jij jouw hbo-genoten als publiek voor de cojo?

Ik denk het niet, maar dat ligt misschien aan de leeftijd nu. Dat zij nu niet zo geïnteresseerd zijn of geen tijd hebben, ik zei al dat het nieuws snel moet gaan. Als ik kijk naar vrienden die een universitaire opleiding doen of hebben gedaan, dan zie ik dat eigenlijk al veel meer. Dan is het veel meer vanzelfsprekend om even een artikel op te zoeken, of wat maatschappelijk betrokken websites op te zoeken en initiatieven te bekijken. Dus daar zie ik dat veel meer eigenlijk.

Dat past ook misschien ook wel een beetje bij een universitaire studie, die manier van kijken en onderzoeken?

Ja, ik denk het wel en kijken naar de wereld.

Want je hebt zelf ook op de universiteit gezeten toch? Ja.

Merkte je daar ook dat mensen echt anders waren met de omgang met het nieuws?

Jawel, eigenlijk ook dat het onderwijs erop toegespitst wordt, ik studeerde dan geschiedenis, je bent dan wel heel erg met de actualiteit bezig. Ook bij andere opleidingen als rechten of bedrijfskunde wordt er van je verwacht dat je weet hoe de wereld in elkaar steekt en dat je ook ideeën hebt en een mening kan vormen of in ieder geval al hebt gevormd over bepaalde onderwerpen. Dat heeft dan voornamelijk met politieke kwesties te maken

Dus dat vraagt wel wat meer dan elke dag even Nu.nl? Ja precies.

De constructieve journalistiek wil graag meer oplossingen aandragen in de artikelen, maar verwacht je dat dat mogelijk is? Er zijn natuurlijk kwesties die al jaren spelen, verwacht je dat er oplossingen zullen komen in de artikelen?

Ik denk wel dat een artikel oplossingen kan aandragen, maar ik denk ook dat het altijd nog bij de lezer ligt om het op te pakken of niet. Als je kijkt naar programma's als *Tegenlicht*, die geven van een bepaald onderwerp verschillende perspectieven en ik denk dat zij ook wel oplossingen aanrijken, maar jij bent daar meer in thuis misschien. Mensen zetten aan de hand van die programma's zelf initiatieven op en gaan daar mee verder. Dus ik denk dat het zeker mogelijk is om oplossingen aan te dragen, maar het ligt altijd nog bij de lezer of de kijker om het op te pakken en er iets mee te doen. Voor veel dingen zijn er dus wel initiatieven mogelijk om het in ieder geval beter te maken, misschien niet per se om het echt op te lossen.

De constructieve journalistiek is ook deels opgericht om de burger meer hoop te geven en om hem positiever in de maatschappij te laten staan. Vind jij het de taak van de journalist om de burger zich beter te laten voelen?

Ik denk niet beter, maar misschien wel een soort tegengeluid te bieden. De wereld heeft veel slechte berichten en er gebeuren gewoon heel veel nare dingen en een tegengeluid daarop zou kunnen zijn om positieve, hoopvolle berichten te sturen. Dus niet in een zekere zin de journalistiek moet aan feelgood-stimulatie doen, maar meer van het moet ook andere zaken bekijken.

Niet alleen negatief nieuws dus eigenlijk? Ja

Wat voor een dingen zou je dan aan denken, wat voor nieuws?

Nou, de hele vluchtelingenkwessie bijvoorbeeld, omdat dat al best een heikel onderwerp is en ook breed uitgemeten in het nieuws. Wat op de lezer, denk ik, overkomt als een hele negatieve kwestie, omdat de berichten negatief zijn. In dat soort dingen zou het heel fijn zijn als er een platform is of een nieuwsbericht is dat wel positieve oplossingen of een positieve kijk op de situatie kan geven.

Waar zou dat dan bijvoorbeeld over gaan?

Nou, bijvoorbeeld praktisch, wat kan jij doen voor een vluchteling. Of 'Pietje' uit Amersfoort is hier mee bezig, steun hem of kijk hierop.

Dus echt wat meer dichtbij de mens en niet alleen de politieke vragen er omheen? Ja.

Dat is denk ik ook wel een bedoeling van constructieve journalistiek.

Denk je dat er gevolgen zullen zijn voor de maatschappij door de constructieve journalistiek?

Nee, ik denk het niet. Niet zichtbaar of tenminste niet heel groot, omdat er denk ik maar een klein publiek geïnteresseerd in is. Wat ik al zei, een hoogopgeleid publiek en daarnaast heb je denk ik ook wel een soort idealisme nodig of bepaalde leiderschapsvaardigheden om een initiatief op te pakken en er wat mee te doen. Dus ik denk dat de invloed eigenlijk klein kan zijn, maar één iemand kan veel veranderen, dat zeker. Maar het is denk ik niet zo dat je een hele maatschappij omzet met constructieve journalistiek.

Ook niet als alle kranten nu over zouden gaan op constructieve journalistiek?

Hmm, ik denk dat het dan nog steeds ligt aan de mensen die het op moeten pakken.

Ja, want die moeten het wel echt willen, het vraagt wel iets van je.

Ja, het vraagt wel een soort optimisme en een bereidwilligheid om het te doen en ook interesse in het onderwerp.

Wat vind je ervan dat de positieve psychologie binnen de constructieve journalistiek zou duidelijk aanwezig is?

Ik denk qua theorie dat het mooi is om daar iets op te bouwen, maar ik denk dat het qua nieuws niet zoveel uitmaakt, qua journalistiek zelf.

Want de oprichtster heeft ook positieve psychologie gestudeerd en daarvoor als journalist gewerkt. Toen ze die studie deed, dacht ze: 'Wauw met deze elementen kan ik echt een nieuwe hoopvolle vorm van journalistiek beginnen.' Maar het stel dat iemand nu biologie gaat studeren en denkt: 'Wauw dit is prachtig, laten we dit combineren met de journalistiek.' Mijn vraag is dus eigenlijk vind je het vreemd dat het (de positieve psychologie) nu opeens een rol gaat spelen?

Ik denk dat het sowieso goed is om een bepaald idee of uitgangspunt te hebben van een bepaalde benadering die je gebruikt. Maar ik denk dat het nog belangrijker is om gewoon objectief te blijven, omdat dat een kernwaarde van de journalistiek is. Dus niet dat je feiten, meningen of nieuws gaat verdraaien om maar positief te blijven en mensen maar positief en hoopvol te benaderen.

Dus het is meer een middel dan een doel eigenlijk?

Of meer een theorie, dan dat het echt misschien gebruikt moet worden.

Een goed uitgangspunt, maar niet altijd leidend? Ja.

Denk je dat de journalistieke kernwaarden niet ondergesneeuwd raken door de constructieve journalistiek?

Nou, misschien sluit dat wel aan bij de vorige vraag, dat het wel belangrijk is om objectief te blijven.

Dus je verwacht dat het wel mee zal vallen zolang de kernwaarden op één blijven staan? Ja.

Wat versta je onder objectief?

Geen mening geven en meerdere perspectieven bieden.

Maar je kan ze nooit allemaal (alle perspectieven) benoemen in een interview of een artikel, is het dan nog objectief?

Daar weet jij meer van dan ik. Ik denk in ieder geval, er zijn altijd twee kanten, voor en tegen, goed en slecht en daarnaast zijn er nog tig anderen. Maar dat in ieder geval die aspecten aan bod komen, als je een initiatief aanreikt ook de nadelen of beperkingen ervan ook onderstrepen.

Dus vooral gewoon zorgen dat het niet eenzijdig is? En ja, in de journalistiek zeggen journalisten zelf vaak ook dat het nooit helemaal objectief is, je hebt altijd een visie en de journalist is ook gevormd in zijn denken. Maar zolang je die meerdere kanten laat zien, is dat niet zo erg.

Verwacht je dat de constructieve journalistiek echt voet aan de grond gaat krijgen in Nederland?

Ik denk dat het er meer aan ligt of er grote media meedoen en of media het echt oppikken en het als uitgangspunt van hun nieuws gaan nemen. En dat dan weer mensen die initiatieven oppakken en er wat mee gaan doen.

Dus het ligt er vooral aan of het ook groots wordt opgepakt door de media en aan de mensen die er iets mee doen?

Ja.

En denk je dat mensen het graag zullen lezen?

Ik denk dat het wel een verademing is, wat ik net zei, er is al zoveel slecht nieuws. Ik denk dat mensen ook wel denken, wat kan ik doen in al deze conflicten en problemen die er in de wereld zijn.

Maar zouden er ook mensen zijn die het prettig vinden om het te lezen, maar niet per se om er iets mee te doen?

Ja, ik denk dat ik daar bijvoorbeeld wel één van ben. Ik vind het fijn om verschillende kanten van een zaak te weten en daarover een mening te formuleren, maar ik ben niet het type dat dan gelijk een initiatief start of een praatgroep opricht of zo.

Maar je vindt het wel gewoon prettig om niet uitsluitend de negatieve kant te bekijken?

Ja, en om kennis te vergaren en mijn wereldbeeld te vergroten.

Dat is eigenlijk ook beetje mijn laatste vraag, zou je zelf graag constructief nieuws lezen?

Ja, ik denk het wel.

En lees je ook al constructieve bladen of nieuws?

Ja, de OneWorld en de SamSam, die gebruik ik voor in de klas. Ik lees ook wel Trouw en ik vind dat er in de Verdieping ook wel artikelen staan die aansporen tot initiatieven of meer hoopvol zijn.

En lees je De Correspondent?

Nee, geen geld voor.

Dus het moet ook niet te veel kosten voor een student?

Nee.

En zou het verschil maken als je een vast inkomen zou hebben?

Ja, ik denk dat ik het dan wel zou doen. Maar ik vind het prettiger om een krant te lezen, om iets voor me te hebben, maar geen tablet. Dus als De Correspondent op papier zou zijn, dan misschien wel, maar dat is misschien juist niet het idee.