**HET IS TIJD VOOR VERANTWOORDING**

**INLEIDING**

Zo vlak voor de eindstreep van de opleiding journalistiek dien je als student te reflecteren op het vak. Een soort kroon op het werk van de afgelopen vier jaar. Om op een goed onderwerp voor die ‘kroon’ te komen ben ik de afgelopen vier jaar eens gaan doornemen. Waarom ben ik eigenlijk met de opleiding journalistiek begonnen, wat verwachtte ik en wat is er van die verwachtingen terecht gekomen?

Dat hele evaluatieproces heeft me tot dit gebracht. Een openhartig betoog over de kwaliteit van de journalistiek.

Tijdens de opleiding heb ik werkervaring op kunnen doen bij twee stagebedrijven. Bij BN DeStem ben ik na een stage van zes weken nog ruim anderhalf jaar werkzaam geweest op de redactie Moerdijk. Vervolgens heb ik gedurende drie maanden stage gelopen bij het NOS radioprogramma Met het Oog op Morgen.

Het meest verwonderlijk na deze twee stages vond ik de constatering dat op beide redacties ‘gewone’ mensen werken en niet een soort BN’ers of diplomaten in pak. Het zijn mensen zoals ieder ander. Mensen die ook niet alles weten, die dingen opzoeken op Wikipedia, die *Wie is de Mol?* nabespreken bij de koffieautomaat en die dezelfde kranten lezen als de rest van Nederland.

Maar waarom had ik dat niet verwacht? Was ik ooit al eens op een redactie geweest? Nee hoor. Waar was mijn beeld dan op gestoeld? Op de manier waarop de journalistiek en journalisten zich voordoen? Of juist niet? Pretenderen journalisten hautain te zijn?

Op de Fontys Hogeschool voor Journalistiek hangt een groot bord met de ‘tien geboden’ van de journalistiek. Die geboden moeten uiteindelijk leiden tot de opdracht die de journalistiek heeft: ‘De taak het publiek de informatie te verschaffen die het nodig heeft voor zijn vrijheid en zelfbestuur.’ (Kovach en Rosenstiel) Want zoals de Code voor de Journalistiek voorschrijft: ‘Een betrouwbare en pluriforme journalistiek is van het grootste belang voor de democratische samenleving, die niet goed kan functioneren zonder geïnformeerde burgers en een vrije uitwisseling van ideeën.’ (2008) De journalistiek moet het maatschappelijke debat stimuleren, dat is het bestaansrecht van het vak. Wat ik mij de afgelopen jaren vaak heb afgevraagd is of de journalistiek zich bewust is van deze verantwoordelijkheid.

Sommigen worden immers uitgesloten van dat debat. Begrijpt de bevolking de berichtgeving wel? Waarom zei een journalist op een redactie eens dat mensen volgens hem alleen mogen stemmen wanneer ze weten wat een kabinet is? Waarom zou iemand niet weten wat een kabinet is? Is het niet aan de journalistiek om uit te leggen waarom het van belang is dat mensen weten wat een kabinet is, waarom mensen zouden moeten stemmen?

Of  is het steeds meer een spel tussen wat er in Den Haag gebeurt en in Hilversum? Wanneer er iets gebeurt in Den Haag, wordt daarover bericht. Wanneer er veel wordt bericht over een onderwerp wordt het in Den Haag opgepakt. Doen die verhalen er wel toe? Worden daardoor andere belangrijke thema’s niet vergeten?

Hoe is het toch mogelijk dat een heel land zich bezighoudt met een discussie over een volksfeest en dat ‘een stelletje PVV-stemmers’ die discussie uiteindelijk verwart met een heel andere? Had de journalistiek bepaalde hypes en de gevolgen daarvan kunnen voorkomen? Is de journalistiek zich bewust van de beeldvorming die ontstaat bij berichtgeving, hoe ongekleurd bedoeld die ook is?

Inherent aan de maatschappelijke verantwoordelijkheid is het gegeven dat een journalist objectief te werk hoort te gaan. Het is immers niet de bedoeling dat het debat beïnvloed wordt. Nou als er een ding is wat mij is opgevallen de afgelopen jaren is het wel dat objectiviteit iets is geworden waar de journalistiek zich achter verschuilt. Objectiviteit bestaat niet, er worden immers altijd keuzes gemaakt; vanuit een persoonlijke overweging of vanuit de formule van een redactie of programma. Maar waarom pretenderen en presenteren journalisten het dan wel zo? Waarom kunnen ze die keuzes niet gewoon toelichten? Waarom moet de samenleving de intentie van de berichtgeving zelf maar uitzoeken?

Joost Eerdmans vroeg bij aanvang van zijn programma op Radio 1 eens aan de presentator van het NOS Journaal of hij ging protesteren op het Malieveld tegen de bezuinigingen op de publieke omroep. Wat was het jammer toen de presentator vervolgens antwoordde met; ‘Nee, want ik ben objectief.’ Natuurlijk vindt de presentator er wel wat van, maar waarom zegt hij dat niet gewoon? Het is zijn beroep dat hij door die bezuinigingen misschien minder goed kan uitoefenen. Hij had juist de kans moeten pakken en de luisteraars kunnen uitleggen wat hij ervan vond. Maar in plaats daarvan antwoordde hij met ‘objectief’ waarmee hij zich onttrok aan de discussie. Bang waarschijnlijk dat hij zou worden afgevallen door collega’s of erger nog, Den Haag.

Als het debat stimuleren een verantwoordelijkheid is waarom reikt de journalistiek dan geen handvatten aan? Waarom is het van belang dat wij over een bepaald onderwerp lezen op de voorpagina van de Volkskrant? Er zit duidelijk een gedachte achter, maar moet je die tussen de regels door lezen? Waarom kan een journalist niet duidelijker zijn stempel ergens op drukken? Waarom zijn bepaalde keuzes gemaakt of worden bepaalde mensen geïnterviewd?

Natuurlijk zijn journalisten zich er wel degelijk van bewust dat bepaalde keuzes bepaalde gevolgen hebben. Maar waarom wordt daar niet over bericht? Waarom leggen ze geen verantwoording af, zijn ze niet open? Hoe komt het toch dat nieuws iedereen aangaat, maar de tak die het produceert zo onzichtbaar is evenals de werkwijze?

Hoe kan het toch dat ik na bijna vier jaar ervaring in het vak met zoveel vragen zit over de journalistiek? Dat ik sceptischer ben geworden? Dat ik weliswaar een duidelijk beeld heb van de journalistiek, maar dat dat beeld zo negatief is? Dat ik ooit begon met het idee dat ik bepaalde zaken aan de kaak zou gaan stellen, om de wereld beter te maken. Maar dat ik me nu soms schuldig voel om mensen te benaderen voor een journalistiek product omdat ik het gevoel heb dat ik ze gebruik? Hoe komt het toch dat de journalistiek zo midden in de maatschappij moet staan maar er zo ver vanaf staat? Wordt het niet eens tijd dat de journalistiek met antwoorden komt? Over het vak, over de keuzes? Dat ze verantwoording gaat afleggen en transparant werkt, leert om kritisch te zijn op zichzelf?

In dit betoog ga ik op zoek naar de antwoorden en probeer ik ook een duit in het zakje met oplossingen te doen waarbij velen mij al voor gingen. Ik doe dit aan de hand van een literatuurstudie en mijn eigen ervaringen en bevindingen als journalist én als nieuwsgebruiker.

En waarom ik dit betoog wil maken? Niet zozeer om mijn mening over de journalistiek eens even neer te leggen. Nee, omdat ik de afgelopen vier jaar heb gezien hoe makkelijk je meegaat in de carrousel van de journalistiek, je raakt eraan gewend en vergeet naar je eigen handelen te kijken. Ik ben werkelijk benieuwd hoe die carrousel tot stand komt. Als ik de antwoorden op mijn vragen heb, kan ik het huidige proces wellicht doorbreken. En wie weet, help ik een ander ook met het verschaffen van nieuwe inzichten.

**BETOOG**

‘*Wat mij misschien nog wel het meest is opgevallen in de tien jaar dat ik in de media werkzaam ben, is hoe betrokken, empathisch, geïnformeerd en oprecht nieuwsgierig de meeste journalisten zijn. Journalisten zijn vaak echt begaan met andere mensen, de samenleving en de wereld om zich heen (..). Alleen: daar zie je vaak maar heel weinig van terug in de kranten, journaals en talkshows die ze produceren. Als je de mensen kent die ze maken, valt je pas echt op hoe onpersoonlijk, onbetrokken en afstandelijk nieuws eigenlijk is.’* (Wijnberg, 2013, p. 36)

Om op antwoorden op mijn vragen te komen ga ik terug naar de jaren zestig en zeventig, toen Nederland langzaamaan ontzuilde. Media vormden tot die tijd hun referentiekader op basis van de zuil die zij aanhingen. Daar putten zij informatie en bronnen uit, het bood hen een journalistiek programma en een natuurlijke band met de lezers.

Door de ontzuiling raakten journalisten vooral op elkaar en hun vak georiënteerd. De journalistiek werd breder, won aan kwaliteit. Het leidde tot een steeds verdergaande professionalisering. (Laroes, 2003, p. 31) Het belang van de individuele journalist won terrein en journalisten namen voortaan eigen waardeoordelen, gebaseerd op eigen verwachtingen, houdingen en ervaringen als uitgangspunt voor het nieuws, en niet meer hetgeen de zuil had opgelegd. Er vond als het ware een herdefiniëring van het vak plaats. Journalisten werden vrijer, maar ook objectiever en neutraler.

Echter, door de ontzuiling werd de journalistiek ook dakloos. Hij werd van niemand meer, alleen van zichzelf. (Laroes, 2003, p.31) Zonder de zuil die ideologische zekerheid bood, contact met de lezer, veilig onderdak, werden de professionals nog slechts lid van de professie. Dat was goed, het leverde immers meer kwaliteit op, maar ook een dilemma: Iedere professionele beroepsgroep heeft namelijk de neiging zich op een eigen hemellichaam terug te trekken en zelfstandig rondjes rondom de aarde te draaien. (Laroes, 2003, p. 33) En dat was het geval bij de journalistiek. Want de professionalisering heeft mede geleid tot meer afstand tussen journalist en kijker, lezer en luisteraar.

De neutraliteit en objectiviteit die journalisten nastreefden (en nastreven) had zo zijn nadelen. Als je je eigen verwachtingen, houding en ervaringen als uitgangspunt neemt, is dat immers niet neutraal noch objectief. Het professionele neutralisme kan daardoor voor hypocrisie worden aangezien omdat de lezer toch een duidelijke smaak en maatschappelijke agenda proeft. Het kan gebrek aan betrokkenheid suggereren, afstandelijkheid, saaiheid (..). (Jentsma, 2003, p.25) Maar daar blijft het niet bij. Volgens Laroes (2003) zijn ook onbenaderbaarheid en eigenwijsheid directe gevolgen van de professionalisering. ‘Kritiek werd alleen geaccepteerd als-ie van binnen de beroepsgroep kwam. Werd-ie elders geformuleerd dan ging de ophaalbrug van de ivoren toren omhoog en werd er ‘persvrijheid’ gepiept.’ (p.33) Bovendien bevordert objectiviteit volgens Wijnberg (2013) in de praktijk juist het omgekeerde: de journalist constateert iets, tekent twee verschillende meningen op en laat vervolgens in het midden wat ervan klopt of wie er gelijk heeft. Hij mag immers niet ‘oordelen’. Het gevolg is dat machtige instituten, die de meeste middelen hebben om de publieke opinie naar hun hand te zetten, steevast de bovenliggende partij zijn in onze door beeldvorming bepaalde mediacratie. (p.31)

Niet alleen de uitgangspunten en de werkwijze van de journalistiek werden onbekend, de journalistiek kon op haar beurt geen vat krijgen op de samenleving. Door de neutrale positie die de journalistiek ogenschijnlijk innam, was ze het contact met de samenleving verloren. Greven (2004) noemt als voorbeeld Pim Fortuyn. ‘Zijn komst verraste het politieke en journalistieke establishment in gelijke mate. Voor een beroepsgroep die als taak heeft de samenleving in haar facetten te beschrijven, is dat zacht gezegd opmerkelijk. De journalistiek bleek de eigen samenleving niet te kennen.’ (p.29)

Volgens Greven (2004) komt dat niet zozeer door de ontzuiling, maar juist door de verzuiling; De journalistiek heeft altijd met dezelfde bril als de politiek naar de samenleving gekeken. ‘En zolang de media zich niet van hun identificatie met de denkbeelden van het heersende establishment kunnen losmaken, hebben ze te maken met hetzelfde wantrouwen als waarmee dat establishment bekeken worden. Dat wantrouwen is levensbedreigend. Media moeten het immers hebben van de overtuiging dat het nieuws niet vanuit een bepaalde vooringenomen visie is vergaard.’(p.37) Laroes (2003) onderschrijft dat: ‘Wanneer politici en journalisten zich samen in een gesloten systeem wanen, sluiten zij de lezer, de kijker, automatisch uit (..). Onze positie is naast de kijker en de lezer, niet naast de nieuwsbron, en dat lijken we vergeten, mede als gevolg van de professionalisering van het vak.’ (p.36)

De gevolgen van de professionalisering vormen nog steeds de norm in de huidige journalistieke werkwijze. Nog steeds pretenderen journalisten ‘neutraal’ en ‘objectief’ te zijn, waar ik, als nieuwsgebruiker, sceptisch tegenover sta. Nog steeds is de kloof tussen de journalistiek en de samenleving groot. Dat heb ik zelf kunnen merken bij BN DeStem en bij Het Oog. En nog steeds is de focus op de overheid en andere instituties in sterke mate aanwezig.

Zelfs, of misschien zeker, op regionaal niveau. Hoe vaak ik bij BN DeStem wel niet de website van de gemeente checkte om te kijken of daar iets nieuws op was gepost. Met de woordvoerder van de gemeente onderhoud je goed contact. Bedrijven, instituties die de krant wisten te vinden, kwamen sneller in de krant. Zochten we eens een onderwerp dan belden we onze bekende bronnen of instituties, die wisten altijd wel wat nieuws te brengen waardoor zij weer met hun naam in de krant zouden staan. Zo hielpen we elkaar.

Nu is Het Oog een programma van een totaal ander kaliber, maar ook hier is de institutionele blik wel degelijk aanwezig. Het is een politiek geëngageerd programma, dus politiek gezien sowieso al. Maar ook met betrekking tot andere instituties; Je bent bereid eerder naar een boek te kijken waar je door de Bezige Bij op wordt geattendeerd dan wanneer een onbekende schrijver zelf een mailtje over zijn boek stuurt naar de redactie. Voor ieder onderwerp is wel een deskundige die wel eens is ingezet. En als die deskundige goed babbelt bel je hem als eerste.

Maar de huidige werkwijze komt voort uit meerdere facetten, het zijn niet enkel de gevolgen van de professionalisering van het vak. Het is ook een combinatie van bezuinigingen en de opkomst van de 24-uurnieuwsvoorziening. Die combinatie gaat niet samen. Het is ongelooflijk dat BN DeStem iedere dag in staat is een krant met zeven (!) edities te drukken. Een editie wordt soms door één redacteur gemaakt. Die redacteur dient daarnaast dan uiteraard aan het beeld bij zijn verhaal te denken, de lay-outafdeling aan het werk te zetten, te twitteren en berichten voor de website te maken. Dat je dan kiest voor een telefoontje naar een bron of institutie die altijd wel iets te melden heeft, in plaats van erop uit te gaan met het risico dat je geen verhaal hebt, is dan een makkelijke keuze. Dat je daardoor geen tijd hebt om lezers met vragen of suggesties terug te mailen of te bellen neem je op de koop toe. Dat je daardoor kiest om een aangeleverd persbericht even te herschrijven in plaats van ergens in te duiken wordt vanzelfsprekend.

Een snelheid en slordigheid die voortkomt uit bovengenoemde combinatie lijkt onderhand geaccepteerd in de journalistiek. Snelheid gaat voor accuraatheid, ook vanuit de journalistieke organisatie zelf. Wanneer ik mijn twitteroverzicht bekijk wanneer er groot nieuws is, zie ik dat media strijden om de eerste te zijn. Waarom? ‘Omdat de organisatie waarvoor de desbetreffende journalisten werken uiteindelijk op kijkcijfers, lezersaantallen, kliks en de daaruit voortvloeiende inkomsten wordt afgerekend, waardoor er een onuitgesproken beloning komt te staan op zo goedkoop mogelijke berichtgeving, die tegelijkertijd zo veel mogelijk aandacht genereert.’ (Wijnberg, 2013, p. 48) Hoe vaak ik bij BN DeStem ben aangesproken op het feit dat ik niet genoeg twitterde. Ik was op dat moment te druk met een verhaal voor de krant van de dag erop, maar daar werd niet naar gekeken. Liever nieuws uit een ander gebied op de pagina dan niet twitteren. Snelheid, dat is belangrijk. Niet meer het mooie verhaal. En door de extreme bondigheid waaraan het nieuws moet voldoen, zoals de twitterberichten, wordt het publieke debat dat daaruit voortvloeit zeer statisch en voorspelbaar.

Daarbij komt nog dat het aantal nieuwsmedia en daarmee gepaard de concurrentie de laatste jaren flink is toegenomen. Het gekke is dat dat niet heeft geleid tot meer heterogeniteit, maar tot meer homogeniteit. De neiging om naar elkaar te kijken om te bepalen wat nieuwswaardig is, is onder journalisten namelijk enorm sterk. Zo sterk zelfs dat het begrip ‘actueel’ in de praktijk niet zozeer betekent dat iets momenteel gaande en relevant is, maar eerder dat concurrerende media erover berichten. (Wijnberg, 2013, p. 22) Media zijn gewoonweg te bang om iets te missen. Tijdens mijn stage bij Het Oog begonnen we de ochtend met het lezen van de landelijke dagbladen waar we regelmatig aanknopingspunten uit haalden voor eigen verhalen, met een andere invalshoek uiteraard. De kranten vormden een grote inspiratiebron. Vrijwel nooit is het een reden om er dan juist niets mee te doen. Het wil immers niet zeggen dat een Oogluisteraar ook een Volkskrantlezer is.

Dat daarbij de definitie van nieuws verruimd is, betekent dat niet alleen SBS Shownieuws en RTL Boulevard infotainment als belangrijke pijler hebben, het begrip is inmiddels ook omarmd door kwaliteitsprogramma’s en –dagbladen die volop berichten over bijvoorbeeld de ‘schandalen’ rondom Badr Hari. Dat komt niet alleen voort uit die drang om elkaar te kopiëren. Ook de bewondering van journalisten voor collega’s uit de mediawereld speelt daarbij mee. Kijk maar naar de tafelheren- en dames bij de talkshows en praatprogramma’s. Het grote probleem van infotainment is echter dat het cynisme en apathie kweekt, maar vooral ook een slecht geïnformeerd publiek. (Wijnberg, 2013, p.74)

En dan heeft de huidige journalistiek ook nog te kampen met de professionalisering van de pr-branche, waar we in *Flat Earth News* (Nick Davies) en *Het zijn net mensen* (Joris Luyendijk) volop over konden lezen. De macht van de pr-branche is enorm, journalisten worden bespeeld en zoals ik al eerder beschreef zijn het de meest machtigen die uiteindelijk doordringen in de beeldvorming van de lezer, kijker of luisteraar.

Alle bovengenoemde zaken hebben directe gevolgen op ons als nieuwsgebruiker, op hoe wij de wereld aanschouwen, op onze opvattingen over elkaar, over de samenleving, de politiek, op onze beeldvorming.

Neem het nieuws over het dorp Moerdijk. Dat zou moeten wijken ten bate van een uitbreiding van het havengebied. De regionale media berichtten in november 2013 iets dergelijks. Vervolgens namen de landelijke media het over. Een informatieavond voor inwoners van het dorp volgde, waar een NOS-verslaggever op af werd gestuurd. Het Oog nam een andere invalshoek en nodigde een schrijver uit die kwam vertellen over verdwenen dorpen in Nederland, KRO Brandpunt maakte een reportage genaamd ‘De 7 plagen van Moerdijk’.

Een aantal weken geleden zag ik een oud-collega van de krant, verslaggever voor de regio Moerdijk. Ze vertelde me dat er helemaal geen sprake was van het verdwijnen van het dorp. De plannen voor een nieuw dorpshuis worden zelfs sinds jaren concreet gemaakt. De inwoners was middels een enquête gevraagd hoe zij, mocht een uitbreiding zich ooit voordoen, stonden tegenover uitkoop door de gemeente. Daar had het merendeel positief op gereageerd. De bewoners stonden zelf positief tegenover weggaan, dat was nieuw. Maar het andere verhaal lokte veel meer verontwaardiging uit en was een eigen leven gaan leiden. Een kort leven weliswaar, want de week erop hoorde je er niets meer over.

Berichtgeving moet zo snel mogelijk, het liefst onmiddellijk, afgerond worden in een sluitend verhaal met een begin, midden en eind. De omloopsnelheid leidt tot minder tijd en mogelijkheden om feiten te controleren of deze te voorzien van andere interpretaties, waardoor de kans toeneemt dat de nieuwsstroom gedomineerd wordt door een en dezelfde lezing van het verhaal, door één bepaald frame. (Burger, 2003, p. 27)

Gebeurtenissen en ontwikkelingen met een lange tijdspanne, neem Syrië, raken zonder ontknoping al gauw uit het nieuws. Geen ontknoping betekent geen nieuws, een kleine ontwikkeling is het vermelden niet waard en daardoor krijgen nieuwsconsumenten het idee dat er bij gebeurtenissen altijd een begin, midden en eind is. Het is geen reële weergave van de wereld! ‘Wie zich uitsluitend informeert via het nieuws, ontwikkelt (..) een zeer beperkt korttermijnperspectief op de wereld. (Wijnberg, 2013, p. 101)

Want er speelt zoveel meer in de wereld dan wat de media ons laten geloven. Ik bereidde bij het Oog een onderwerp voor naar aanleiding van een nieuwsbericht over  een record in de papaverteelt in Afghanistan. Daar belde ik over met een gerenommeerde bron die een tijdlang door Afghanistan reisde om die papaverteelt onder de loep te nemen. Wat ze me vertelde was nieuw voor me. Dat iedereen in het land gebaat is bij die teelt, waar onder meer heroïne van wordt gemaakt en waar vervolgens wapens mee worden gefinancierd. Dat die teelt zo groot is omdat ze in Afghanistan geld achter de hand willen houden voor het geval de oorlog weer uitbreekt. Iets wat ze zien als een realistische gebeurtenis wanneer de militaire troepen het land eenmaal hebben verlaten. En zo meer. Uiteindelijk heeft het onderwerp de uitzending niet gered, omdat er ander prangend nieuws was die dag. Maar leg het ook maar eens uit in een item van tien minuten.

Een ander onderwerp, dat Wijnberg overigens ook aanhaalt in *Journalist, Elite, Waarheid* (2010) is de klimaatverandering. In het Algemeen Dagblad stond een verhaal over klimaatvluchtelingen en we zouden daar bij Het Oog aandacht aan besteden die avond. Zodoende kwam ik in contact met Marjan Minnesma, directeur van Urgenda (een organisatie die zich inzet voor duurzaamheid. Dit item is overigens ook terug te vinden in mijn portfolio). De aanleiding voor het onderwerp was een man die asiel aanvroeg in Nieuw-Zeeland omdat het eiland waar hij woonde dreigde onder te lopen vanwege de stijgende zeespiegel. Minnesma vertelde dat dit op korte termijn door de klimaatverandering een groter en groter probleem gaat worden. De klimaatverandering gaat over een jaar of vijftig op meerdere plaatsen voor enorme problemen zorgen waardoor miljarden mensen moeten verkassen en wat uiteindelijk leidt tot nog maar een aantal leefbare plekken in de wereld voor al die miljarden mensen. Dat is een groot onderwerp, dat is veel informatie voor tien minuten. En dat is een onderwerp waar nauwelijks over gesproken over geschreven wordt, waar velen in de journalistiek geen of weinig kaas van hebben gegeten wat er mede toe bijdraagt dat er zo weinig gebeurt op dat gebied in Nederland. Wijnberg zegt over dit onderwerp in relatie tot de journalistiek: ‘Kijk naar Duitsland. Duitsland is als het om duurzame energie gaat ons ver voor. Nederland loopt zwaar achter. Dat heeft misschien te maken met de manier waarop zo’n onderwerp door onze journalisten benaderd wordt, met de manier waarop mensen daarover geïnformeerd worden. We hebben op dit gebied veel te danken aan één of twee mensen, die daar met hart en ziel voor vechten. Dat soort drang om iets voor elkaar te krijgen wordt door de manier waarop wij nieuws verslaan, de politiek benaderen, met die cynische ondertoon, in een slecht daglicht gesteld. Je bent al snel een overdrijver, een idealist, of weet ik veel.’ (Ummelen, 2010, p22) Ik moet zeggen dat ik tijdens het live bijwonen van die uitzending ook begon te twijfelen over het onderwerp. Geven we haar niet een te groot podium om zo helemaal los te gaan over een probleem?

We weten immers nog niet wat er precies klopt van dit verhaal, het is een kwestie van decennia voordat dit probleem zich daadwerkelijk voordoet. Dus op dit moment is het geen nieuws en daardoor wordt de noodzaak om de samenleving erover te berichten, om mensen hierover aan het denken te zetten, minder relevant. Ideeën, argumenten en perspectieven die nog niet gemeengoed zijn, die bestaande vooroordelen ontkrachten en lang gekoesterde opvattingen betwisten, hebben namelijk veel meer uitleg en aanloop en dus meer tijd en ruimte nodig om geloofwaardig te zijn. Omdat die tijd en ruimte er meestal niet zijn, blijf het publieke debat beperkt tot een uitwisseling van algemeen geaccepteerde algemeenheden (…). (Wijnberg, 2013, p. 109)

En zo gebeurt het dat sommige verhalen niet worden gemaakt, en andere daarentegen volop. Dat een flutonderwerp waar een kwaliteitskrant over bericht, wordt overgenomen door andere media, waardoor het onderwerp veel te veel aandacht krijgt en uiteindelijk uitgroeit tot een mediahype waardoor iedereen in Nederland zich met hetzelfde flutonderwerp bezighoudt en de onderwerpen die er toe doen buiten ons blikveld blijven.

Peter Vasterman deed onderzoek naar mediahypes en hanteert de volgende definitie van dit verschijnsel: ‘Een mediahype is een mediabrede, snel piekende nieuwsgolf die een gebeurtenis als startpunt heeft en die voor het grootste deel het gevolg is van zichzelf versterkende processen bij de nieuwsproductie. (2004, p.31)

Vaak vormt een bepaalde gebeurtenis de aanleiding voor het ontstaan van een hype, deze gebeurtenis heeft om welke reden dan ook grote nieuwswaarde voor de media. De grootte van de gebeurtenis hangt daar niet eens zozeer mee samen. Belangrijk is welk etiket er op deze gebeurtenis wordt geplakt, deze bepaalt welke bronnen, achtergronden, invalshoeken en andere gebeurtenissen relevant zijn om in de nieuwsstroom over dit onderwerp op te nemen. Media melden vervolgens vergelijkbare incidenten die zonder de aandacht voor dit onderwerp het nieuws vermoedelijk niet of nauwelijks gehaald hadden. Alles wat past binnen het frame wordt breed uitgemeten, andere informatie verdwijnt naar de achtergrond. De gebeurtenissen worden onder de aandacht gehouden door middel van analyses, opinies en achtergronden. De berichtgeving lokt reacties uit die ook weer nieuws worden.

Het is een selffulfilling prophecy, waardoor het maatschappelijk debat in sterke mate wordt beïnvloed. Het wordt belangrijk nieuws omdat de media er veel werk van maken en het publiek gaat ervan uit dat de hoeveelheid berichten een betrouwbare indicatie vormen voor de hoeveelheid gebeurtenissen, het wordt maatschappelijk gezien dus ook daadwerkelijk belangrijk nieuws. (Burger, 2003, p.30) Mediahypes kunnen zo in korte tijd een sterk dreigingsbeeld neerzetten en angst en onzekerheid teweeg brengen bij de bevolking. Ze hebben bovendien een sterk mobiliserend effect, concludeert Vasterman. ‘De mediahypes over het pedoseksuele gevaar speelden zeer waarschijnlijk een rol bij de plotselinge toename van het aantal gevallen van dreigementen en eigenrichting tegen pedoseksuelen in 1997, een jaar na Dutroux. De (emotionele) berichtgeving na de schietpartij in Gorinchem mobiliseert mensen om massaal deel te nemen aan de stille tocht. (2003, p.255)

Hypes kunnen koren op de molen zijn van mensen met een racistisch of op z’n minst zwartgallig wereldbeeld. Verhalen die in feite bevestigen dat allochtonen criminelen zijn en moslims terroristen, vinden bij autochtone Nederlanders maar te gemakkelijk gehoor en geloof en getuigen van latente etnische en religieuze vooroordelen. Het wereldnieuws voedt, zeker sinds 11 september deze vooroordelen en gedachten nog eens. (Burger, 2003, p.109) Zonder enige nuances kunnen hypes er dus voor zorgen dat mensen een totaal verwrongen beeld krijgen. Of zoals Wijnberg zegt: ‘Het paradoxale effect van die beeldvorming is dat meer media-aandacht voor een gebeurtenis, ontwikkeling of persoon uiteindelijk uitmondt in minder kennis erover of begrip hiervan.’ (2013, p.53) Mensen of groepen worden daardoor uitgesloten, zoals in bovengenoemde gevallen allochtonen of pedofielen.

Maar het mobiliseert niet alleen de bevolking, ook instituties en dan met name de politiek gaat tot actie over. Bijvoorbeeld in het geval van jeugd-tbs (pij-maatregel). Wanneer een uitbehandelde jeugd-tbs’er in 2012 een meisje vermoordt, en de media daarover berichten, is dat aanleiding voor de Tweede Kamer staatssecretaris Fred Teeven om uitleg te vragen. Teeven antwoordt dat hij de regelgeving op het gebied van jeugd-tbs wil aanscherpen. Datzelfde was onlangs het geval bij de Zwarte Pieten-discussie en het passionele uitstapje van burgemeester Hoes. Zaken waar de politiek zich over buigt, zaken die geld gaan kosten, die in sommige gevallen zelfs zo ver gaan dat de regelgeving wordt aangepast. En zo doet iedereen z’n plasje over de gebeurtenis om vervolgens net zo snel alles te vergeten en tot de conclusie te komen dat de media wel erg veel aandacht hebben geschonken aan een gebeurtenis, alsof ze het als buitenstaander hebben aanschouwd en daar nu over berichten. Dan wordt het debat daarover gevoerd tussen de media en snapt de samenleving er helemaal niets meer van. Totdat zich een nieuw incident voordoet, waardoor weer een nieuwe mediahype ontstaat.

Cruciaal bij het ontstaan van mediahypes is dat het strijdig is met alle standaarden van de journalistiek. Relevantie, evenwichtigheid en onafhankelijkheid komen al in het geding bij de beoordeling van de maatschappelijke relevantie van de gebeurtenis bij de start van de mediahype. Er is te weinig aandacht voor andere bronnen en andere lezingen en interpretaties van de gebeurtenis. Bij een hype wordt de nieuwsstroom alsmaar groter en groter. De golf van incidenten is een gevolg van de journalistieke berichtgeving. Wordt de samenleving op basis van deze incidenten wel goed en evenwichtig geïnformeerd? Door de nieuwsstroom en de continue berichtgeving versterken de media de maatschappelijke werking van het nieuwsonderwerp dat ze zelf zo groot hebben gemaakt. Gevolg is dat media een actieve rol gaan spelen in een maatschappelijke ontwikkeling die snel tot crisisachtige proporties kan uitgroeien waarbij zoals gezegd de overheid onder druk komt te staan. Doordat de media generaliseren komt ook de betrouwbaarheid in het geding. Ze zijn op zoek naar de bevestiging van één perspectief. Voor degenen die het voorwerp zijn van een dergelijke mediahype kan dat desastreuze gevolgen hebben. (Vasterman, 2003, p.254)

Tot slot verwaarlozen nieuwsmedia hun taak om burgers te informeren over belangrijke kwesties door verhalen niet te maken, omdat deze te moeilijk, te langdradig, te complex zijn. (Wijnberg, 2013, p. 111)

In 2003 verscheen het rapport ‘Medialogica: Over het krachtenveld tussen media, burgers en politiek’. Hierin wordt gesteld dat het publieke debat steeds meer wordt bepaald door de mogelijkheden en begrenzingen van het medium (..) en dat dat publieke debat door haast en concurrentie slordig wordt en zich fixeert op schandalen op korte termijn. (Adriaansens, 2003)

De commissie die het rapport uitbracht schetst een aantal strategieën om tegenwicht te bieden tegen deze negatieve gevolgen: Allereerst de strategie van de actieve vrijheid, waarbij de overheid zich opstelt als bondgenoot van de essentiële waarden in de media. De tweede strategie is publieke verantwoording van de media. ‘De media hebben een belangrijke positie in het publieke domein en dit geeft ze ook een maatschappelijke verantwoordelijkheid. Op de wijze waarop zij die invullen mag de samenleving hen aanspreken’ (Adriaansens, 2003). De derde strategie spreekt van empowerment van burgers die de weerbaarheid van de burger versterkt waardoor hij zich tot effectieve tegenmacht tegen de medialogica ontwikkelt. De transparantie van media en empowerment van burgers hangen samen.

In 2008 voegt Het Nederlands Genootschap van Hoofdredacteuren het volgende toe aan zijn code: ‘Doordat het publiek via de nieuwe media meer dan ooit meepraat en assertief is, zal de journalist, wil hij nog gehoord worden, meer dan voorheen verantwoording moeten afleggen over zijn werkwijze. Hij zal transparanter moeten zijn’ (NHG, 2008).

Maar anno 2012 hebben Nederlandse nieuwsmedia hun eigen werkwijze nog altijd weinig openbaar gemaakt. Nog steeds is er weinig proactieve openheid over de eigen kwaliteit, noch in termen van doelstellingen en intenties, noch in termen van periodieke zelfreflectie. De media zijn eerder geneigd ambities kenbaar te maken dan de manier waarop ze die ambities willen bereiken of daarop reflecteren (Groenhart, 2013, p.103). En dat terwijl het belang van transparantie en verantwoording toeneemt. Het kan een uitkomst bieden voor de problemen die ontstaan in en door de huidige werkwijze van de journalistiek.

Maar wat is het precies? Harmen Groenhart (2013) hanteert de volgende definitie:

‘Publieksverantwoording is een cyclisch interactieproces tussen een journalistieke actor en een nieuwsgebruiker waarbij transparantie, in proactieve en reactieve vormen, meta informatie verschaft aan de nieuwsgebruiker wiens perceptie en gedrag vervolgens weer van invloed zijn op de handelingen van de journalistieke actor.’ (p.48)

Transparantie kan zowel een startpunt als een resultaat van verantwoording zijn. Verantwoording afleggen kan op verschillende manieren gedaan worden; door het openbaar maken van bronnen, gehanteerde documenten, het genre etc., de werkwijze uitleggen of informatie verschaffen over de desbetreffende journalist, diens achtergrond en beweegredenen.

Transparantie biedt de nieuwsgebruiker handvatten. De journalist legt bijvoorbeeld de gekozen invalshoek, gebruikte bronnen en het belang van het onderwerp uit. Hierdoor is de nieuwsgebruiker beter in staat de berichtgeving in een context te plaatsen en op waarde te schatten. Daarnaast is verantwoording gerelateerd aan het vertrouwen van nieuwsgebruikers in het medium. Alleen al door het zijdelings aanschouwen van publieksverantwoording associëren nieuwsgebruikers hun nieuwsorganisatie met kwaliteit en betrouwbaarheid. Voor de nieuwsgebruiker is het een indicatie voor de integriteit en kwaliteit van desbetreffend medium.

Maar het schept ook een dialoog tussen het medium en de nieuwsgebruiker. Het medium kan zich oriënteren op de wensen en voorkeuren van het publiek en voor het publiek fungeert het als controlemiddel. Echter, door een te grote rol van dialoog in het journalistieke proces dreigt het gevaar dat een journalist zijn professionele autonomie verliest en het kan de werkdruk flink doen toenemen. Een gebrek aan dialoog kan daarentegen weer leiden tot het werken uit de ‘ivoren toren’, waarbij de journalistiek geen grip heeft op de samenleving. Een goede balans hierin vinden is dus van essentieel belang.

Publieksverantwoording bevat bovendien nieuwswaarde. De journalistiek zelf zou behandeld moeten worden als thema, zoals de journalistiek dat doet met politiek, cultuur. Het is immers een maatschappelijk veld met een zekere machtsfactor waardoor het journalistieke aandacht legitimeert. (Groenhart, 2013, p. 204) Hoe wordt nieuws geframed? Hoe worden beslissingen door politiek gespind? En welke impact heeft dit soort framing en spinning op het debat? De nieuwsgebruiker krijgt kennis van het proces achter de schermen en ontwikkelt zich als mediawijs publiek.

Een transparante werkwijze kan de journalist en de journalistiek zelf ook wel degelijk wat opleveren! Zij kunnen hun twijfel onderdeel maken van het bericht. Zij kunnen aangeven hoe de lezer het verhaal kan interpreteren. ‘Een verhaal van twee kanten belichten is niet genoeg. Het is aan de journalist om te bekijken welke kant het meest geloofwaardig  is en waarom’ (Wijnberg, 2013, p.154). Transparantie geeft de journalist de gelegenheid daar een toelichting op te geven en de afstand te verkleinen tussen hem en het publiek. De journalist hoeft zich niet meer te verschuilen achter de zelf opgelegde objectiviteit, maar kan verantwoording afleggen voor de keuzes die hij heeft gemaakt.

Een transparante werkwijze vereist zelfkritiek en zelfreflectie van de journalist. De journalist moet over zijn keuzes hebben nagedacht en dat kunnen beargumenteren. Het dwingt de journalist tot correct handelen, tot weldoordachte berichtgeving.

Natuurlijk zitten er ook haken en ogen aan een transparante werkwijze. Want is een journalist bereid om fouten toe te geven en open te staan voor zijn eigen gebreken? Het kan inbreuk doen op professionele autonomie, wanneer de journalistiek zich te veel gaat oriënteren op de wensen en behoeften van het publiek.

Journalisten kunnen daarnaast transparantie gebruiken als misleidend ritueel; ze verwerken specifieke elementen in hun producten zodat deze ogenschijnlijk voldoen aan de norm van transparantie. En door open te zijn over beperkingen kan een journalist daar ook niet meer op aangesproken worden.

Uit onderzoek van Groenhart blijkt dat journalisten vrij sceptisch staan tegenover het aangaan van de dialoog; ze achten het publiek niet in staat de journalistiek ter verantwoording te roepen. Veel nieuwsgebruikers hebben volgens de respondenten in zijn onderzoek een verkeerd beeld van de nieuwswaarde, of maken vooral reclame voor hun eigen belangen. Daarbij fungeert ‘dialoog’ voor de nieuwsgebruiker vaak als uitlaatklep.

Toch is het voor een medium van belang om de band met het publiek te onderhouden, doen ze dat niet dan bestaat het gevaar dat journalisten zich ook van de bruikbare delen van kritiek afwenden en dat het gevoel van onvrede bij de nieuwsgebruiker toeneemt. (Groenhart, 2013, p.188)

De overheid zou volgensGroenhart kunnen bijdragen aan een transparant medialandschap. Het Commissariaat van de Media kan bijvoorbeeld toezien op de beschikbaarheid van beleidsdocumenten van publieke mediaorganisaties. Een andere suggestie met betrekking tot de overheid is het subsidiëren van de infrastructuur van publieksverantwoording (p. 224). Doordat het de werkdruk flink kan doen toenemen, heeft de realisering ervan een centrale aanpak nodig, zoals de inzet van publieksredacteuren.

Maar ook het beroepsonderwijs heeft bepaalde verantwoordelijkheden. De basiskwalificaties moeten geactualiseerd worden; een transparante werkwijze moet ook behoren tot de competenties van een student. Studenten moeten zicht krijgen op de misverstanden die over het vak bestaan. Transparantie en verantwoording moeten onderdeel uitmaken van de producties van de studenten. Opmerkingen over de aard en eventuele onzekerheden van de beweringen van de student moeten in de producten verwerkt zijn (p.225).

**CONCLUSIE**

Ik liep van de week op school langs het blauwe bord met de tien geboden van Kovach en Rosenstiel. De eerste keer dat we die geboden behandelden was aan het begin van het allereerste jaar. Ik weet nog dat ik dacht ‘Poe, jeetje wat een verantwoordelijkheden en taken.’ Maar ook ‘wat saai dat je je mening niet mag geven en zo afstandelijk moet zijn’.

Afgelopen week bestudeerde ik ze nog eens goed. Wat een hypocriete standaarden zijn het eigenlijk. Hoe kun je van een journalist verwachten dat hij aan die standaarden voldoet, terwijl de werkelijke werkwijze op zo’n gespannen voet staat met die standaarden? En dat bepaalde standaarden er op hun beurt weer voor zorgen dat het schort aan die werkwijze.

Ik ben dit betoog begonnen zonder een bron te raadplegen en alles uit eigen ervaring te tikken. Toen ik eenmaal de literatuur ging raadplegen werd ik bevestigd in mijn standpunten door andere mensen uit het vak die dezelfde ervaringen hebben. De grote behoefte aan verantwoording en transparantie was er tien jaar geleden ook al (veel van de geraadpleegde literatuur dateert van 2003). Maar het onderzoek van Harmen Groenhart (2013) wijst uit dat media anno 2012 nauwelijks verantwoording afleggen.

Natuurlijk zit er wel degelijk ontwikkeling in; journalisten bloggen, hebben contact met luisteraars, kijkers en lezers via Facebook of Twitter. Maar aan de transparantie en de verantwoording schort het nog steeds, terwijl ik van mening ben dat dat de journalistiek een hele hoop kan opleveren. Wat mij betreft mag de journalistiek, het medium, best een richting aangeven, maar doe dat niet met vreemde termen als ‘weer verschillig’ of ‘kies kro’. Onderbouw je ‘product’. Wat maakt jou als medium het kiezen waard, waarin maak je het verschil en waarom? Voer de discussie niet over de hoofden van het publiek, zoals bij hypes een medium zich bijvoorbeeld wil distantiëren van het onderwerp, maar daar vervolgens wel een column aan wijdt in de krant.

De dialoog aan durven gaan. Nu moet dat niet zo ver gaan dat de samenleving bepaalt waar wij over berichten. ‘Essentieel is dat wij, trots en onbevangen, blijven doen wat we doen. Dat is: wij selecteren. Dat is de zekerheid: wij maken de keuzes. Niet de RMO, niet de ROB, niet de RVD, de wetenschap, de marketingafdeling, de nieuwsbron. Publish and me damned. Dat is het credo. En dus moeten wij damned good zijn.’ (Laroes, 2003, p.44)

En daar verantwoording over afleggen, niet het nieuws op het bord van de nieuwsconsument schuiven en denken zoek het uit, maar richting geven. Wellicht ontstaat er door een duidelijke stempel ook wel een heterogene journalistiek. Wordt het niet meer onderhandelen in welke show of welk programma die ene gast vanavond nou zit.

Dit is geen betoog voor een verzuild medialandschap, maar een betoog om de journalistiek tot verantwoording afleggen en transparant werken aan te sporen. Omdat het de samenleving wat oplevert, omdat het de journalistiek zelf wat oplevert. Als de journalistiek verantwoording aflegt overweegt ze keuzes misschien nog een keer, en wellicht dat daardoor mediahypes de das om wordt gedaan, dat mensen inzien wat het belang is van stemmen, van weten wat een kabinet is. Dat ze wíllen deelnemen aan het debat, de journalistiek zelf tot verantwoording roepen wanneer er toch weer een hype ontstaat.

En met betrekking tot de beroepsopleidingen valt er ook een en ander te winnen. Leer studenten interviewen en verantwoording daarover afleggen. Niet alleen het tijdstip en de naam van de geïnterviewde laten opschrijven als bewijs. Maar de student na laten gaan waarom hij de keuze heeft gemaakt om bepaalde onderdelen van het interview niet in zijn verhaal op te nemen. Er is altijd meer gezegd, het verhaal is een subjectieve weergave van het gesprek, een suggestie van de waarheid. Waarom heeft de student voor deze waarheid gekozen? Voor deze bronnen? Het leert de student om weloverwogen keuzes te maken, maar ook om te twijfelen en daarvoor uit te komen. Hij is geen almachtig persoon wanneer hij eenmaal journalist is. Dat moet hij niet pretenderen te zijn en dat moet hem ook niet geleerd worden.

De journalistiek is een vrij beroep en behoort dat ook te zijn, maar dat betekent nog niet dat een journalist zijn goddelijke gang kan gaan, hij moet daarover verantwoording afleggen, dat is zijn plicht tegenover de samenleving. Rekenschap te geven.

**NAWOORD**

In de uitleg van deze opdracht staat: Dat je je als beginnend journalist bewust moet zijn van je werkgever, je publiek. Dat je iemand bent die zijn vak zelfbewust uitoefent en die zich ook rekenschap geeft van de rol die je als journalist in de maatschappij inneemt. Met dit betoog hoop ik te hebben aangegeven dat ik me daar terdege van bewust ben.

Ik weet ook wel dat zaken altijd gecompliceerder liggen, dat er voor bovengeschetste constateringen tegenargumenten in te brengen zijn. Ook andere maatschappelijke ontwikkelingen spelen mee; de ontideologisering, de individualisering, maar die ontwikkelingen maken het publiek wel vatbaar voor spannende beelden en verhalen die de media leveren. Dat moet de journalistiek zich realiseren!

Transparantie kan niet van de ene op de andere dag gerealiseerd worden, al helemaal niet bij een grote publieke nieuwsvoorziening, een regionaal dagblad. Iedere dag wordt er weer keihard gewerkt om de samenleving van nieuws te voorzien, in het achterhoofd die samenleving houdend. Maar door dat keihard werken, door zichzelf helemaal vast te bijten in het werk is de journalistiek vergeten naar het vak zelf te kijken, naar de consequenties ervan. Daar komen de verregaande bezuinigingen nog bij, er is geen tijd voor zelfreflectie, voor contact met lezers, luisteraars en kijkers, want we moeten hen van nieuws voorzien.

Echter, door het belang van verantwoording afleggen in te zien denk ik dat we al een heel eind komen. Dat hoop ik met dit betoog duidelijk gemaakt te hebben.

Ik eindig hier met een quote van Hans Laroes, uit de tijd dat hij nog hoofdredacteur bij NOS Nieuws was.

***‘****Het is hoog tijd voor de terugkeer van de onbevangenheid in de journalistiek. Verhalen moeten gemaakt worden vanuit verbazing, maar niet vanuit onze eigen morele verontwaardiging. So what, wie zijn wij dat we anderen met onze opwinding moeten lastigvallen? (..). Parallel aan deze ontwikkeling moeten we veel meer luisteren, discussiëren, uitleggen waarom wij bepaalde keuzes maken. Verantwoording afleggen hoort bij de journalistiek; het vacuüm waarin wij opereren vul ik het liefst met de zuurstof van het debat(..). De alleswetende, op absoluut-niveau werkende journalist is een fictie, dan moeten we ook niet net doen alsof. Wij kunnen onze kijkers zo serieus nemen, dat we af en toe uitleggen wat onze beperkingen en onmogelijkheden zijn. Dat is, denk ik, beter voor het vertrouwen in ons opereren, dan het beeld van onaantastbare autoriteit. Meer uitleggen waarom we bepaalde keuzes hebben gemaakt.’* (Laroes, 2003, p.39)

**BRONNEN**

Boeken

Burger, P., Koetsenruijter. W. 2004 *Mediahypes en moderne sagen; Sterke verhalen in het nieuws*Leiden: Stichting Neerlandistiek Leiden

Vasterman, P. 2005 *Mediahype* tweede druk Amsterdam: Aksant

Vasterman, P., Aerden, O. 1995 *De context van het nieuws*Groningen: Wolters-Noordhoff

Wijnberg, R. 2013 *De Nieuwsfabriek; Hoe media ons wereldbeeld vervormen* vierde druk Amsterdam: De Bezige Bij

Proefschrift

Groenhart, H. 2013 *Van boete naar beloning; Publieksverantwoording als prille journalistieke prioriteit*Tilburg: Fontys Hogeschool Journalistiek

Publicaties

Adriaansens, H., e.a. 2003 *Medialogica; Over het krachtenveld tussen burgers, media en politiek*Den Haag: Sdu Uitgevers

Brinkman, L.C., e.a. 2009 *De volgende editie. Adviesrapport Tijdelijke Commissie Innovatie en Toekomst Pers*

Greven, J. 2004 *Een kwestie van kwaliteit; essay en debat*Nijmegen: Valkhof Pers

Jensma, F., Laroes, H. 2003 *Zelfreflectie en zelfkritiek in de media*Nijmegen: Valkhof Pers

Ummelen, B. 2010 *Journalist, Elite, Waarheid; in gesprek met Rob Wijnberg en Wout Ultee*Diemen: AMB

Elektronische bronnen

N.N. 2008 *Code voor de journalistiek*08-01-2014 http://www.villamedia.nl/thema/http+/code-voor-de-journalistiek/