

Wat

Nu?!

In de

Radiojournalistiek

Naam: Sjors van Veen

Studentnr.:

"Dit afstudeeronderzoek is ingediend om te voldoen aan de eisen van de hbo-bachelor Journalistiek"
Ede Christian University of Applied Sciences, 2017

Dit afstudeeronderzoek is een origineel werk dat beschikbaar is gesteld aan de Christelijke Hogeschool Ede/ Ede Christian University of Applied Sciences om naar eigen oordeel te vermenigvuldigen of te verspreiden via bibliotheken en databases.

Plaats/datum: 30-01-2017

Handtekening:

Inhoudsopgave

Inleiding	5
Voorwoord	7
Samenvatting	9
Begrippenlijst	10
Hoofdstuk 1 – Constructieve Journalistiek	11
1.1 Cathrine Gyldensted	11
1.2 Five Elements	13
1.3 Ontwikkeling	18
1.4 Waarom constructieve journalistiek?	19
1.5 Positief Nieuws	21
1.6 Voorbeelden constructieve journalistiek	22
1.7 Commentaar	24
1.8 Conclusie	25
Hoofdstuk 2 – Traditionele Journalistiek	27
2.1 The Elements of Journalism	27
2.2 If it bleeds, it leads	28
2.3 Werkwijze	29
2.4 Ontevredenheid	30
2.5 More clicks	34
2.6 Radiojournalistiek	35
2.7 Reden voor onderzoek	37
Hoofdstuk 3 – Methodologische Verantwoording	38
Hoofdstuk 4 – Praktijkonderzoek	40
4.1. Luistercijfers	40
4.2. Hoe nu verder?	41
4.3. Werkwijze	42
4.4. Het onderzoek	42
4.5. De programma's	42
4.6. Analyse	43
4.7. Bevindingen	49
4.8. Resultaat praktijkonderzoek	53
Hoofdstuk 5 – Conclusie	54
5.1 Conclusie praktijkonderzoek	54
5.2 Advies redacties NPO Radio 1	55
Literatuurlijst	57

Bijlagen	63
<i>Bijlage 1: grafiek 'Type of Questions'</i>	63
<i>Bijlage 2: grafiek: 'The Media's Job'</i>	63
<i>Bijlage 3: grafiek: 'Focus on the bad'</i>	64
<i>Bijlage 4: grafiek: 'Pressure on the media'</i>	64
<i>Bijlage 5: bronnen praktijkonderzoek</i>	65
<i>Bijlage 6: Persoonlijk interview Cathrine Gyldensted</i>	68
<i>Bijlage 7: Persoonlijk interview Steven Emmens</i>	73
<i>Bijlage 8: Persoonlijk interview Reinout Meijer</i>	77
<i>Bijlage 9: Persoonlijk interview Bas Redeker</i>	81
<i>Bijlage 10: Persoonlijk interview Jan Franke</i>	86

Inleiding

Chirurg Schelto Kruijff stond perplex toen zijn zesjarige zoontje in de nieuwjaarsnacht van dit jaar aan hem vroeg waarom de wereld elk jaar een beetje minder mooi werd. Hier schrok de vader van, want hij had niet verwacht dat een zesjarige jongen op deze manier naar de wereld keek. Die nacht had hij geen antwoord voor zijn zoon, maar een week later schreef hij een brief (Kruijff, 2017) waarin hij hiertoe nogmaals een poging deed. En zijn antwoord was:

“In de krant lezen we over terroristische aanslagen, milieurampen, oorlogen en vluchtelingen. Maar we vergeten dat kranten verhalen maken over alles wat anders is dan normaal. Bovendien vinden mensen het fijner om over gevaar te lezen. Mijn zoon, nu komt het: ik heb goed en slecht nieuws. Het goede nieuws is dat het zo slecht nog niet gaat met de wereld. Het slechte nieuws is dat we zijn vergeten jou dat goede nieuws te vertellen” (Kruijff, 2017).

De boodschap die Schelto Kruijff hier vertelt aan zijn zoon vormt eigenlijk de aanleiding van dit onderzoek. Nieuwsorganisaties geven een negatief en onjuist beeld van de wereld, waardoor het lijkt alsof het heel slecht gaat met de wereld. Maar dat is onzin. Er gebeuren ook veel goede dingen in de wereld, maar die verhalen vergeten we te vertellen.

In de afgelopen jaren is er steeds meer onderzoek (Cathrine Gyldensted, 2015) gedaan naar de manier waarop journalisten omgaan met nieuwsverhalen. De negatieve lading die nieuws met zich meebrengt zorgt ervoor dat mensen steeds minder nieuws gaan volgen (De Botton, 2014). Dit komt doordat het nieuws een negatief effect heeft op de geestelijke gezondheid van de mensen (Mental Health Foundation, 2015). Zo is er in de brief van Schelto Kruijff (2017) duidelijk te lezen wat voor beeld zijn zoontje van de wereld krijgt door alle negatieve dingen die in het nieuws worden verteld (Johnston & Davey, 1997).

Om dit patroon te doorbreken wordt er al jaren gekeken naar een manier om de journalistiek verder te ontwikkelen. Cathrine Gyldensted (2015) merkte tijdens haar onderzoek dat de manier waarop journalisten een onderwerpen benaderen automatisch zorgt voor negatieve verhalen. Volgens Gyldensted (2015) is er daarom behoefte aan het uitbreiden van het takenpakket van journalisten. Een constructieve vorm van journalistiek kan zorgen voor positievere, maar ook meer waarheidsgetrouwe, verhalen.

In dit onderzoek worden de verschillende factoren onderzocht binnen de journalistiek. Er wordt gekeken naar de werkwijze van journalisten, de impact van hun verhalen, het effect dat deze verhalen hebben op het publiek en de visie van journalisten op hun eigen werk. Er wordt een duidelijk verschil gemaakt tussen de traditionele journalistiek en het relatief nieuwe constructieve journalistiek. Zowel de voor- als nadelen van deze twee werkwijzen komen uitgebreid aan bod en de weerstand die deze werkwijzen ervaren.

Omdat constructieve journalistiek nog een relatief nieuw begrip is, is het nog constant in ontwikkeling. Verschillende journalisten (Gyldensted, 2015) experimenteren met gebruik van constructieve journalistiek in verschillende media. Media zoals De Correspondent (Smouter, 2015), The Guardian (Rice-Oxley, 2016) en The Huffington Post (Green, 2016) hebben de afgelopen jaren ruimte gecreëerd voor constructief journalistieke verhalen. Tijdens dit onderzoek bleek dat er nog weinig met constructieve journalistiek geëxperimenteerd was in het medium radio. Daarom is er gekozen om dit onderzoek toe te spitsen op het medium radio en de effecten van constructieve journalistiek binnen de radiojournalistiek.

Uiteindelijk is er een praktijkonderzoek gedaan bij verschillende radioprogramma's van de Evangelische Omroep op NPO Radio 1 om de gevolgen te analyseren van het gebruik van constructieve journalistiek. Dit is gedaan door een constructieve vraag, de zogeheten 'wat nu'-vraag, toe te voegen aan het takenpakket van de journalisten bij NPO Radio 1. Dit met als doel om uiteindelijk een duidelijk beeld te krijgen van de effecten van een constructief journalistieke werkwijze in de radiojournalistiek. De centrale stelling in dit onderzoek is dat het gebruik van een constructief journalistieke werkwijze de kwaliteit van de radiojournalistiek kan bevorderen. Door middel van dit onderzoek is er naar een antwoord gezocht op de vraag:

Welke mogelijke antwoorden geven geïnterviewde radiogasten van de Evangelische Omroep op de typisch constructief journalistieke vraag 'wat nu?'

Door beantwoording van deze vraag wil het onderzoek een bijdrage leveren aan het verbeteren van de kwaliteit van de radiojournalistiek. De resultaten van dit onderzoek worden gebruikt om de toepassing van constructieve journalistiek bij andere journalistieke radioprogramma's aan te moedigen.

Voorwoord

We kijken en luisteren naar het nieuws om op de hoogte te blijven van de wereld om ons heen. We gaan er daarom ook vanuit dat de verhalen die verteld worden en het beeld dat van de wereld geschetst wordt op waarheid gebaseerd is. Tijdens mijn studie journalistiek kwam ik er steeds meer achter dat dit niet per se waar hoeft te zijn. Journalisten zijn allemaal mensen die ook gewoon moeten werken voor hun brood op de plank. Ze hebben een belang bij het werk wat ze doen. Als het verhaal van een journalist heel veel gelezen of bekeken wordt plukt de journalist daar de vruchten van. Dat is gewoon logisch. Als een journalist zijn werk goed doet dan zal hij hier ook een hogere vergoeding voor ontvangen. Maar wat is je werk goed doen? Doe je je werk goed wanneer je een verhaal goed verteld of wanneer je verhaal goed verkoopt?

“Never awake me when you have good news to announce, because with good news nothing presses; but when you have bad news, arouse me immediately, for then there is not an instant to be lost”

- **Napoleon Bonaparte, French Emperor, 1769-1821**

Overall om me heen zie ik media die met het ene sensationele verhaal na het andere naar buiten komen. Dit zijn meestal verhalen die het erg goed doen bij het publiek en dit komt doordat deze verhalen een heftige emotie bij mensen losbrengen. Als we zien hoe een peuter aanspoelt op de kust van Turkije dan zorgt dat voor woede, angst en verdriet bij het publiek (Schipper, 2015). Logisch natuurlijk, want het is vreselijk. Maar wat mij opviel is dat het meestal dit soort verhalen zijn die wat teweegbrengen bij mensen. Het verhaal van de tientallen andere kinderen die de levensgevaarlijke oversteek wel overleefden horen we bijna niet. En dat is op zich niet zo gek. Volgens psychologisch onderzoek worden mensen veel meer geraakt door negatieve verhalen dan door positieve. Als ik een hele dag leuke dingen doe, maar er gebeurt iets vervelends tussendoor, dan blijft dat vervelende moment in mijn gedachten rondspoken. Dat is ons oeroude survivalinstinct. Het positieve zien we als normaal en het negatieve onthouden we.

Ik zag hoe de journalistiek hier gebruik van maakte. Sensationele verhalen met een negatieve toon werden veel meer verteld dan de positieve verhalen. Maar waarom? Verkoopt dat dan echt beter? Maar gebeurt er dan echt zo weinig goeds in de wereld en resteert er alleen maar ellende? Het antwoord hierop is: nee. Het beeld dat de journalistiek over het algemeen geeft van de wereld is onjuist. Als je het nieuws moet geloven dan is de wereld een grote bak ellende en moeten we maar afwachten wanneer het allemaal escaleert. Maar zo werkt het niet. Natuurlijk gebeuren er erge dingen, maar ik geloof dat de wereld vooral mooi en positief is. Maar waarom vertelt het nieuws mij dan iets anders? Om deze vraag te beantwoorden ben ik begonnen aan dit onderzoek. Ik wilde weten waarom de journalistiek zich vooral focust op de negatieve kant van de wereld en of er manieren zijn om dit te veranderen. Hiervoor heb ik heel veel boeken/artikelen moeten lezen, mensen moeten interviewen en uiteindelijk heb ik een praktijkonderzoek kunnen doen.

Deze scriptie was nooit afgekomen zonder de steun van bepaalde mensen om mij heen. Als eerste wil ik mijn ouders bedanken, die mij altijd bijstaan en helpen bij het maken van keuzes in mijn leven. Zonder hun steun had ik het niet gekund. Verder wil ik vrienden en opleidingsgenoten bedanken. Ik kon altijd bij hun terecht om even te sparren met ideeën of voor lastminute tips. En natuurlijk was deze scriptie nooit tot zijn recht gekomen zonder de sturing van mijn afstudeerbegeleider Stijn Postema. Ik begon wat rommelig met mijn idee, maar Stijn heeft me het duwtje in de juiste richting gegeven en onderweg ook zo goed mogelijk bijgestuurd. Dank daarvoor.

Ook wil ik mijn dank uitspreken naar de mensen die hulp hebben verleend aan het schrijven van deze scriptie. Ten eerste Cathrine Gyldensted. Zonder haar hulp, sturing en inspiratie was dit onderzoek nooit tot zijn recht gekomen. Verder wil ik Bert Heuvelman bedanken dat ik de ruimte en

het vertrouwen kreeg om mijn afstudeeronderzoek uit te mogen voeren op de werkvloer van NPO Radio 1. Dit heeft ervoor gezorgd dat ik mijn theorie direct in de praktijk kon toepassen en andere collega's hier ook van konden leren. En als laatste natuurlijk alle mensen die ik heb mogen interviewen voor dit onderzoek: Cathrine Gyldensted, Steven Emmen, Reinout Meijer, Bas Redeker en Jan Franke. Jullie lieten mij zien hoe een volwaardig journalist te werk kan gaan en jullie durfden je kwetsbaar op te stellen door mij kritisch te laten kijken naar jullie werk.

Dank voor dat vertrouwen.

Sjors van Veen
30 januari, 2017 te Alphen aan den Rijn

Samenvatting

‘Wat nu in de radiojournalistiek’. Een zin die de lading denkt van dit gehele onderzoek. Een onderzoek dat zich focust op de effecten van constructieve journalistiek binnen het medium radio. De journalistiek is de afgelopen jaren sterk in ontwikkeling en er komen steeds meer nieuwe manieren waarop journalisten hun nieuws naar buiten kunnen brengen. Eén van de nieuw ontwikkelde stromingen is het relatief nieuwe begrip ‘constructieve journalistiek’. Met kwalitatief onderzoek is onderzocht wat voor invloed een constructief journalistieke werkwijze kan hebben op de antwoorden die radiogasten geven bij programma’s op NPO Radio 1. Door eerst de definitie en alle facetten van constructieve journalistiek in kaart te brengen en vervolgens op dezelfde manier te kijken naar de werkwijze binnen de traditionele journalistiek, is er duidelijk gemaakt wat voor problemen binnen de journalistiek worden ondervonden door zowel publiek als journalisten. Aan de hand van diepte-interviews met verschillende radiojournalisten is een duidelijk beeld geschetst van de huidige situatie binnen de radiojournalistiek en van de behoefte die er heerst bij zowel het publiek als bij journalisten.

Steeds minder mensen lezen de krant of kijken naar het nieuws. Volgens onderzoek heeft dit te maken met de negatieve lading van de nieuwsberichten. Door het negatieve beeld wat journalisten schetsen van de wereld denken veel mensen dat de wereld één grote bak ellende is. Dit heeft grote effecten op de mentale gesteldheid van deze mensen. Veel journalisten storen zich aan het feit dat eindredacteuren hen vragen een verhaal zo sensationeel en negatief mogelijk te schrijven, zodat het beter verkoopt. Maar uit onderzoek blijkt dat dit juist haaks staat op het koopgedrag van mensen. Steeds meer journalisten zijn daarom op zoek naar een manier om de journalistiek te vernieuwen en verhalen positiever en meer waarheidsgetrouw te vertellen.

Eén van de stromingen die hieraan kan bijdragen is de stroming constructieve journalistiek. De Deense journaliste Cathrine Gyldensted is de grondlegger van deze journalistieke stroming. Er is al veel bekend over de effecten van een constructief journalistieke werkwijze op de kwaliteit van de journalistiek. Zo maken media als De Correspondent, The Guardian en The Huffington Post steeds meer ruimte voor constructieve verhalen. Er is nog weinig bekend over het gebruik van constructieve journalistiek binnen het medium radio.

Daarom is er voor dit dossier onderzoek gedaan naar de gevolgen van een constructief journalistieke werkwijze bij verschillende radioprogramma’s op NPO Radio 1. Door systematisch de constructieve ‘wat nu’-vraag te stellen aan radiogasten is er geanalyseerd welke antwoorden ontstaan na het stellen van een constructieve vraag. Het onderzoek vond plaats aan de hand van de vraag:

Welke mogelijke antwoorden geven geïnterviewde radiogasten van de Evangelische Omroep op de typisch constructief journalistieke vraag 'wat nu?'

Na een onderzoek van drie maanden kon de conclusie getrokken worden dat deze constructieve vraag resulteert in oplossingsgerichte-, toekomstgerichte- en voorspellende antwoorden. De eerste twee antwoorden komen overeen met de verwachtingen die Cathrine Gyldensted (2015) voorspelt, maar de voorspellende antwoorden horen hier niet. Uit eerder onderzoek bleek namelijk niet dat een constructief journalistieke vraagstelling zou kunnen leiden tot antwoorden met een voorspellend karakter.

Natuurlijk is het toevoegen van een constructieve vraag niet genoeg om te zeggen dat een constructief journalistieke werkwijze de kwaliteit van de (radio)journalistiek bevordert, maar hierdoor ontstaat wel ruimte voor een ander soort journalistieke verhalen. Dit onderzoek dient als basis voor verder vervolgonderzoek naar constructieve journalistiek in het medium radio.

Begrippenlijst

Begrip	Definitie
Constructieve journalistiek	Voegt constructieve elementen toe aan kwaliteitsjournalistiek en is gericht op het blootleggen van problemen en het bieden van oplossingen. Daarnaast is het erg toekomstgericht en zoekt het de dialoog met het publiek.
Constructief journalistieke werkwijze	Constructieve journalistiek is kritisch maar niet cynisch, toont meerdere perspectieven op een situatie, probeert het publiek erbij te betrekken, is gericht op mogelijkheden/kracht/groei en zorgt dat de journalistieke kernwaarden onverminderd belangrijk blijven.
Traditionele journalistiek	De degelijke manier van journalistiek bedrijven zoals we dat van oudsher gewend zijn. Journalistiek die de overheid en politiek controleert (waakhondfunctie), in dienst staat van het publiek en de schakel vormt tussen publiek en overheid. Het publiek wordt zelden tot nooit betrokken bij het journalistieke proces.
'Wat nu'-vraag	Een constructieve vraag gebruikt in de constructieve journalistiek. Een extra 'W-vraag' die toegevoegd kan worden aan de traditionele '5 W's' (wie, wat, waar, waarom, wanneer)

Hoofdstuk 1 – Constructieve journalistiek

Wat is constructieve journalistiek en hoe kunnen journalisten deze constructief journalistieke werkwijze toepassen?

In dit eerste hoofdstuk wordt gekeken naar de betekenis van het begrip ‘constructieve journalistiek’. De theorie van de Deense journaliste Cathrine Gyldensted (2015) over de verschillende voor- en nadelen van een constructief journalistieke werkwijze worden besproken. Wat zijn de verschillen tussen positieve journalistiek en constructieve journalistiek? Waar ligt de grens tussen deze twee vormen van verhalen vertellen? Er worden handvatten gegeven die journalisten kunnen gebruiken om een constructief journalistieke werkwijze op te nemen in hun werk. Maar er wordt ook gekeken naar de invloed die constructieve journalistiek kan hebben op het mentale welzijn van het publiek. Wat voor soort verhalen lezen mensen liever? En welk effect kan dit hebben op de verkoop van journalistieke producties? Daarnaast wordt er gekeken naar verschillende media die gebruik maken van een constructief journalistieke werkwijze en de weerstand die zij daarbij ondervinden.

Dit hoofdstuk dient als basis van het algehele onderzoek. Dit hoofdstuk geeft een duidelijke uiteenzetting van het begrip constructieve journalistiek en van alle factoren die daarbij aan bod komen.

1.1 Cathrine Gyldensted

“Kill the victims!” (*Dood aan de slachtoffers*). Dat is het motto van de Deense journalist Cathrine Gyldensted (Gyldensted, 2015). Hierbij doelt ze natuurlijk niet op het letterlijk doden van slachtoffers van een bepaalde gebeurtenis, maar probeert ze iets duidelijk te maken over een alternatieve vorm van journalistiek: constructieve journalistiek.

In 2009 was Gyldensted (2015) bezig met het maken van een item over de impact van de bankencrisis in Amerika. Het waren de dagen van de massale huisonteigeningen en grote bezuinigingen. Ze zou een dakloze vrouw gaan interviewen om zo een beeld te schetsen van welk effect de crisis had op steeds meer Amerikanen. Ze had haar invalshoek dus al te pakken. Maar toen ze eenmaal met de vrouw sprak merkte ze dat ze ineens hele andere vragen aan de vrouw begon te stellen.

- Wat heb je gedaan om verder te komen in het leven?
- Wie heeft je daarbij geholpen?
- Wat heb je geleerd van deze ervaring als dakloze?
- Wat heb je nodig om jouw problemen op te lossen?

Het resultaat was verbazingwekkend. Eerst was de vrouw zelf verbaasd over de vraagstelling, maar vervolgens begon ze enthousiast antwoord te geven op de vragen. Ze gaf lange en gedetailleerde antwoorden. Hierdoor ontstond er een interview met onverwachte antwoorden vanuit een constructieve werkwijze. ‘Ik kwam om een verhaal te halen over hopeloosheid en verlies,’ vertelt Gyldensted in een interview (Smouter, 2015) met De Correspondent, “maar kwam terug met een verhaal waarin nog steeds de feiten op een rij werden gezet, maar dat toch een heel 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.”

In haar boek *From Mirrors to Movers* legt Gyldensted (2015) uit dat de reden om andere vragen te stellen puur impulsief was. Terwijl ze haar vragenlijst bekeek begon ze zich af te vragen waarom journalisten van nature een bepaald soort standaard vragen stellen aan hun bronnen. Ze begon te

merken dat de vraagstelling sterk de richting van het interview beïnvloedde en daarmee dus ook het beeld dat mensen krijgen van de realiteit en de geïnterviewde.

“Het is makkelijker en sneller om je gewoon aan de werkwijze te houden die je gewend bent”, legt Gyldensted (2015) in haar boek uit, “deze manier van interviewen maakte alles eigenlijk alleen maar lastiger voor me. Maar toen ik het interview terugluisterde werden mijn ogen geopend en sloeg mijn carrière een nieuwe weg in.” De constructieve antwoorden zorgden voor een nieuw perspectief en week daarom af van het standaard (slachtoffer) verhaal dat Gyldensted (2015) van tevoren had afgesproken met haar eindredacteur.

Deze manier van het benaderen van een verhaal is in het verleden al door meerdere journalisten herkend. Volgens journalist Jack Lule (2001) zijn journalisten over het algemeen snel geneigd hun verhalen in een bekend vakje te plaatsen. Zo lijken journalisten vaak op zoek te zijn naar iemand die de rollen van ‘held’, ‘bedrieger’ of ‘slachtoffer’ zou kunnen invullen, zelfs als er geen sprake is van dit soort rollen binnen een verhaal. Volgens Lule (2001) heeft dit te maken met het feit dat journalisten hun succesverhalen vaak een mythisch jasje aangeven die in het verleden al succesvol waren. Verhalen met een held of een slachtoffer in de hoofdrol doen het over het algemeen beter dan verhalen zonder iemand in deze hoofdrol. De manier waarop dit gebeurt beschrijft hij in zijn boek *Daily News, Eternal Stories* (2001).

Het motto van Gyldensted (2015) is sindsdien: *Kill the Victims!* Want ook al zijn mensen nog zo gedupeerd, benadeeld en getroffen, er is altijd ook een ander verhaal te vertellen. En om echt recht te doen aan de persoon die je aan het woord laat, zal je dat verhaal ook moeten vertellen. “Zo krijg je een rijker, genuanceerder beeld van je medeburgers”, aldus Gyldensted (2015).

Door deze ontwikkeling begon Gyldensted (2015) haar eerdere werk te reflecteren en kwam erachter dat ze sommige verhalen misschien op een ‘verkeerde’ manier benaderd had. Al snel kwam ze in contact met Dr. Karen McIntyre. McIntyre heeft jarenlang onderzoek gedaan naar de overeenkomsten tussen positieve psychologie en constructieve journalistiek.

Samen concludeerden ze dat het belangrijk is om de verschillen aan te tonen tussen positieve journalistiek en constructieve journalistiek. Zo stelden ze de volgende twee definities op:

Positieve Journalistiek

Heeft sterke positieve en emotionele aspecten, maar mist maatschappelijk belang. Positieve journalistiek streeft niet de basisprincipes van de journalistiek na, zoals de watchdog van de samenleving zijn, het publiek informeren over dreigingen of informatie toegankelijk maken voor een zo breed mogelijk publiek. Denk hierbij aan voorbeelden als: ‘Man redt vrouw van verdrinking’. Het gaat hierbij vooral om de heldenrol en niet om het belang jegens de maatschappij.

Constructieve Journalistiek

Past technieken toe uit de positieve psychologie en gerelateerde gebieden. Bij constructieve journalistiek hebben de verhalen een groot maatschappelijk belang. Ook worden de basisprincipes binnen de journalistiek nagestreefd: rol van watchdog aannemen, publiek informeren over dreigingen en informatie toegankelijk maken voor een zo breed mogelijk publiek.

“Het is iets anders dan positief nieuws. Dat draait vooral om het verbeteren van de stemming van de lezer. Meestal missen zulke verhalen maatschappelijke relevantie en de belangrijkste functies van de journalistiek. Constructieve journalisten, daarentegen, hebben juist dezelfde ambities als hun collega’s. Ze willen net als elke journalist belangrijke informatie ontsluiten, de macht verantwoordelijk houden en het publiek op de hoogte brengen van mogelijke gevaren” (Gyldensted, 2015).

1.2 Five Elements

Volgens Gyldensted (2015) moeten journalisten hun werkwijze dus aanpassen, maar ondertussen ook hun originele waarden als journalisten beschermen. Ze geeft in haar boek (Gyldensted, 2015) verschillende voorbeelden over wat er mis is met de huidige werkwijze in de traditionele journalistiek, maar ook geeft ze een handig stappenplan op welke manier journalisten deze werkwijze kunnen verbeteren. Gyldensted (2015) noemt hiervoor vijf kernelementen die journalisten zouden moeten hanteren. De kernelementen voor een constructief journalistieke werkwijze (Gyldensted, 2015) zijn: (1) verruim de geest, (2) daag de hersens uit, (3) verander de vraag, (4) verstel het juiste en (5) zorg dat mensen in actie komen. Volgens Gyldensted (2015) kan het nastreven van deze elementen veel toevoegen aan de kwaliteit en originaliteit van de journalistiek.

Hieronder volgt een overzicht van deze vijf elementen plus een korte beschrijving wat deze elementen, volgens Gyldensted (2015) precies inhouden. Wel benadrukt Gyldensted (2015) dat deze elementen geen vervanging zijn voor de traditionele kernwaarden binnen de journalistiek, maar puur een toevoeging die gehanteerd kan worden.

1. *Expand the Mind*

Journalisten moeten meer leren over positieve psychologie en welke disciplines daarin gebruikt worden. De oogkleppen moeten af. Veel mensen worden journalist omdat ze onrecht aan de kaak willen stellen en mensen willen helpen. Dit is een goed principe, maar wel een vooringenomen principe. Journalisten benaderen de wereld hierdoor met een negatief beeld. Ze gaan ervan uit dat het verhaal dat ze neerzetten negatief zal zijn en zoeken ook dat resultaat. Ze zijn op zoek naar slachtoffers en mensen die benadeeld zijn door autoriteiten. En ze willen deze mensen helpen en hun verhaal horen. Ze staan aan de kant van het slachtoffer. Dit is iets wat door de jaren heen in is ontstaan in de journalistiek.

Maar door gebruik te maken van positieve psychologie kunnen journalisten situaties ook anders benaderen. In plaats van een negatieve toon te zetten, kunnen ze op zoek gaan naar optimisme en verhalen van weerstand. Niet iedereen die in een slechte situatie verkeerd is namelijk een slachtoffer. Maar doordat journalisten een situatie op een negatieve manier benaderen, kunnen ze er wel voor zorgen dat mensen de slachtofferrol krijgen opgelegd. Maar zijn dit dan echt slachtoffers, of zijn dit slachtoffers die uit het beeld van journalisten zijn ontstaan?

Het is de taak van de journalist om zich hier bewust van te zijn en dat hij eigenlijk zijn blik moet verruimen (Expand the Mind). Journalisten maken al veel gebruik van framing, maar door deze negatieve manier van benaderen kan er ook sprake zijn van manipulatie. De journalist moet zich bewust zijn van zijn verantwoordelijkheid in de samenleving en de macht die hij heeft bij de beeldvorming van een situatie. Weet dat de oogkleppen er zijn en ga er eerlijk mee om.

2. *Storm the Brain*

Een fundamentele vaardigheid van een journalist is het bedenken van originele, effectieve en relevante invalshoeken waarmee een verhaal verteld kan worden. Maar op de meeste redacties gaat het er heel conventioneel aan toe. Er wordt gekeken naar exclusieve verhalen, nieuws van de dag, follow-ups, schandalen, belangrijke gebeurtenissen, etc. Er wordt een standaard rijtje afgewerkt om tot het gewenste aantal verhalen te komen en die uiteindelijk te kunnen verkopen. Maar volgens Gyldensted (2015) is dit niet de manier waarop journalisten een eerlijk beeld weergeven van gebeurtenissen. Want hoe kan je een reëel beeld weergeven als je eigenlijk elke dag hetzelfde rijtje verhalen zoekt en uitwerkt?

Het is daarom tijd voor een uitbreiding van de vaardigheden. De oude routine moet doorbroken worden en er moet ruimte komen voor nieuwe invalshoeken (Storm the Brain). Het is daarom belangrijk dat er een manier komt waarmee journalisten makkelijk kunnen werken en waarmee toch elke mogelijke kant van een verhaal kan worden bekeken. En dus niet alleen de focus leggen op de elementen die ze altijd al benaderen. Als hulpmiddel verwijst Gyldensted (2015) naar een methode van Professor Martin Seligman (2012), directeur van het Positive Psychology Center aan de Universiteit van Pennsylvania. Seligman (2012) onderzoekt door gebruik te maken van positieve psychologie, wat mensen nodig hebben om gelukkig te zijn. Seligman (2012) kijkt hiervoor naar vijf elementen die bijdragen aan het welzijn van de mens: Positive Emotions, Engagement, Relationships, Meaning, Accomplishment. Oftewel PERMA. Hier volgt een korte uitleg over hoe Seligman (2012) gebruik maakt van het PERMA-model.

P – Positive Emotions

Dit zijn er veel en ze kunnen heel diep liggen in het welzijn van de mens. Denk hierbij aan positieve emoties als geluk en tevredenheid, maar hier vallen ook emoties als dankbaarheid, vertrouwen, hoop en respect onder (Seligman, 2012).

E – Engagement

Dit is wanneer iemand helemaal in de ‘flow’ zit. De persoon is zowel mentaal als fysiek helemaal bezig met een activiteit waardoor er een energiek gevoel ontstaat van focus, betrokkenheid en vermaak (Seligman, 2012).

R – Relationships

Dit zijn alle relaties die bijdragen aan het welzijn van de mens. Denk hierbij aan familie en vrienden, maar ook professionele relaties kunnen een grote invloed zijn (Seligman, 2012).

M – Meaning

Betekenis geven aan het leven is een belangrijk onderdeel van iemands welzijn. Er wordt gezocht naar een hoger doel. En onderdeel hiervan zijn zorgt voor een goed gevoel bij de mens (Seligman, 2012).

A – Accomplishment

Dit zijn de doelen behalen die een mens voor zichzelf zet. Het wel/niet behalen van deze doelen heeft een grote invloed op het welzijn van de mens (Seligman, 2012).

Volgens Gyldensted (2015) kan het PERMA-model van Seligman (2012) ook toegepast worden in de journalistiek. Door systematisch een vraag te bedenken dat aansluit op PERMA-model kan er op constructieve wijze een geheel nieuwe vorm geven aan de invalshoeken. Hier volgt een korte uitleg over de wijze waarop het PERMA-model volgens Gyldensted (2015) toegepast kan worden binnen de journalistiek door de vraagstelling aan te passen.

P – Positive Emotions

Wie is er hoopvol? Wie is er dankbaar? Wie heeft een probleem opgelost? (Gyldensted, 2015)

E – Engagement

Wie zit er in de ‘flow’? Wie doet zijn werk met passie en toewijding? Wie wordt er uitgedaagd en wie kan er voordeel halen uit deze situatie? (Gyldensted, 2015)

R – Relationships

Wie werken er samen? Wie moeten er worden samengebracht om dit op te lossen? Wie kan er helpen? Waar kan ik voorbeelden vinden van een succesvolle samenwerking? (Gyldensted, 2015)

M – Meaning

Wat kunnen we hiervan leren? Wat is de motivatie van de betrokken mensen? Waarom is dit zo gedaan? Wat is de betekenis? Waar dient dit allemaal uiteindelijk voor? (Gyldensted, 2015)

A – Accomplishment

Wat was er voor nodig? Wat hebben de partijen moeten doorstaan om hier te komen? Welk doel is er uiteindelijk bereikt? Wat kan er nog bereikt worden? (Gyldensted, 2015)

Gyldensted (2015) geeft wel aan dat deze vragen nu niet de standaardvragen moet worden die journalisten stellen. Er kunnen natuurlijk altijd andere vragen worden toegevoegd, mits er maar gekeken wordt naar het PERMA-model. Gyldensted (2015) is ervan overtuigd dat journalisten, door gebruik te maken van het PERMA-model, hun visies kunnen verbreden en op constructieve wijze betere verhalen kunnen maken.

3. Change the Question

Volgens Gyldensted (2015) zouden journalisten er goed aan doen om de werkwijze van de Canadese familietherapeut Karl Tomm te hanteren. Tomm's (1988) werkwijze, dat interventieve interviewing wordt genoemd, geeft ruimte voor vier soorten vragen die een therapeut kan stellen aan zijn psychotherapeutische patiënten. In plaats van zich alleen maar te focussen op wat voor negatieve dingen de patiënt heeft meegemaakt, gebruikt Tomm (1988) een werkwijze die vooral zorgt voor positieve antwoorden. Dit doet hij aan de hand van vier soorten vraagstellingen:

Linear Questions (The Detective)

Dit zijn eigenlijk de standaard vragen die een beeld schetsen van de situatie van de patiënt. De therapeut neemt de rol aan van een onderzoeker en probeert erachter te komen wat de oorzaak is van de gebeurtenis waar de patiënt in verkeerd. Denk hierbij vooral aan vragen als Wie deed wat? Waar? Wanneer? Waarom? (Tomm, 1988)

Circular Questions (The Anthropologist)

Hier neemt de therapeut de rol aan van een ontdekker of wetenschapper. Hij probeert aan de hand van de vragen achter iets nieuws te komen. De feiten liggen op tafel, maar waarom zijn ze eigenlijk zo gebeurd? Denk hierbij aan vragen als: Wat voor effect had dit op jou/omgeving? En waarom denk jij dat dit zo gegaan is? (Tomm, 1988)

Strategic Questions (The Captain)

Hier neemt de therapeut de rol aan van instructeur en rechter. Tijdens deze fase in het interview is langzaam duidelijk geworden wat er precies 'fout' zit bij de patiënt en wat er moet gebeuren om dit weer 'goed' te maken. Aan de hand van een instructieve vraagstelling probeert de therapeut de gedachtegang van de patiënt te veranderen. Door bijvoorbeeld vragen te stellen als: Wat denk je dat er nu moet gebeuren? En misschien moet je dit doen? Wil je dat doen? (Tomm, 1988)

Reflexive Questions (The Future Scientist)

Tijdens deze fase biedt de therapeut nieuwe perspectieven en laat de patiënt nadenken over zijn/haar situatie. Door de vraagstelling aan te passen zorgt de therapeut ervoor dat de patiënt reflecteert en op zoek gaat naar een oplossing van het probleem. En wat er vervolgens kan worden gedaan om het probleem op te lossen. Dit wordt vooral gedaan door vragen te stellen als: Wat denk je dat persoon A gelooft, als hij in zo'n situatie verkeerd? Hoe zou hij het probleem benaderen? En wat zou er moeten gebeuren om het uiteindelijk op te lossen? (Tomm, 1988)

Volgens zowel Tomm (1988) als Gyldensted (2014) zijn deze vraagstellingen niet alleen toepasbaar in relatie tussen therapeut en patiënt, maar ook tussen journalist en geïnterviewde. Gyldensted (2015) meldt dat journalisten vaak gebruik maken van drie van de vier vraagstellingen van Tomm (1988), maar dat de Reflexive Questions meestal overgeslagen worden. Conventionele journalisten zouden volgens haar zich vooral focussen op het verleden en wat er nu aan de hand is, maar niet kijken naar de toekomst.

In haar boek geeft Gyldensted (2015) als voorbeeld een 4 uur durende persconferentie van de Deense minister-president. Tijdens deze persconferentie stelden de journalisten in de zaal meer dan 130 vragen. Maar de variatie aan vragen viel tegen (zie Bijlage 1. New York Magazine, 2016).

Het gevolg hiervan was dat de meeste journalisten geen vragen stelden die konden leiden tot nieuwe inzichten en oplossingen. Volgens Gyldensted (2014) zou het ideale constructieve interview behoefte hebben aan een balans van alle vier vraagstellingen. Een interview met alle soorten vragen zou namelijk het probleem en betrokkene vaststellen (Linear), reflecteren op de situatie (Circular), een oplossing bieden en dingen in perspectief brengen (Reflexive) en uiteindelijk actie vereisen (Strategic). Deze manier van interviewen, de vraagstelling veranderen en extra vragen stellen (Change the Question), zou bijvoorbeeld erg goed kunnen werken om een politiek debat te openen en zorgen voor het overgaan tot actie.

4. Tell it Right

Als mensen een verhaal horen dan onthouden ze vooral de delen van het verhaal die een emotionele ontlading los maakten. Stel je vertelt een verhaal over hoe leuk je vakantie was geweest, maar je eindigt ermee dat er iets misging, dan zet dat negatieve punt vooral de toon van het verhaal. Dat is wat mensen zullen onthouden aan je verhaal.

Dit is een psychologisch aspect dat volgens Gyldensted (2015) ook voorkomt in de journalistiek. Zo bepalen de emotionele pieken en het einde van een verhaal, wat het publiek onthoudt. Het kan bijvoorbeeld voorkomen wanneer een getuige van een verhaal iets schokkends zegt of wanneer de gebeurtenis zelf nogal opvallend is. De emotie die hierdoor teweeg wordt gebracht bij het publiek kan zowel positief als negatief zijn, maar dit zijn wel de momenten die zullen worden herinnerd.

Volgens Gyldensted (2015) is deze werkwijze al jaren bekend binnen de journalistiek en wordt deze ook gebruikt om een groter bereik te verkrijgen. Een artikel wordt meestal geschreven met een paar schokkende onthullingen in het midden en een negatief einde.

Voorbeeld: *“Ondanks al het onderzoek is er nog steeds geen medicijn gevonden tegen deze ziekte”.*

Een einde als dit zorgt ervoor dat het publiek achter blijft met een negatief en hopeloos gevoel. Maar volgens Gyldensted (2015) kan deze methode ook op een positieve manier gebruikt worden en het publiek uitdagen tot het nemen van actie.

Uit psychologisch onderzoek (Baumeister, Finkenauer, Bratslavsky & Vohs, 2001) blijkt dat iets negatiefs meer invloed op mensen heeft dan iets positiefs. Negativiteit weegt veel zwaarder dan wanneer er iets positiefs gebeurt. Zo blijkt uit het onderzoek (Baumeister et al., 2001) dat ondanks dat iemand overspoeld kan worden met complimenten, het ene negatieve punt dat verteld wordt diegene bij zal blijven. Volgens Gyldensted (2015) werkt dit ook zo met journalisten. Wanneer een artikel eindigt met een negatieve quote of vraag, dan maakt het niet meer uit hoe positief de rest van het artikel was, de lezer zal vooral de laatste negatieve toon onthouden. Deze negatieve toon heeft niet alleen invloed op het welzijn van de lezer, maar ook op de verkoop van het artikel.

Daarom is het volgens Gyldensted (2015) de taak van de journalist om te zorgen dat het publiek vooral het positieve zal onthouden. Niet omdat het de taak van de journalist is om te zorgen dat het publiek zich goed voelt, maar ook om te zorgen dat het publiek steeds weer terug blijft komen. Dit kan alleen gedaan worden als het verhaal zo waarheidsgetrouw mogelijk wordt verteld en de journalist het publiek erbij betrekt (Tell it Right).

Een onderzoek (McIntyre, Gibson, 2015) aan de Universiteit van North Carolina toont aan dat lezers verhalen langer onthouden wanneer er gebruik wordt gemaakt van 'silver linings': het positief afsluiten van een negatief bericht. Het onderzoek (McIntyre et al., 2015) toont aan dat lezers onbewust meer positieve kanten van het verhaal neigen te onthouden, dan de negatieve kanten. Dit is volgens Gyldensted (2015) de basis voor een constructief verhaal.

Voorbeeld: *"Ondanks dat er nog geen medicijn gevonden is, groeit het vertrouwen bij de patiënten dat dit in de nabije toekomst wel zal gebeuren."*

Natuurlijk moet deze methode niet door journalisten geforceerd worden, maar moet er gekeken worden naar welke methode het beste bij het verhaal past. Volgens Gyldensted (2015) moet er altijd eerst gekeken worden naar de volgende drie factoren, voordat er besloten kan worden om een artikel optimistisch te laten eindigen:

1. Als de persoon in kwestie zelf nog erg betrokken is bij het drama. Bijvoorbeeld bij het verlies van een geliefde. Dan heeft het geen zin om er een positieve draai aan te geven.
2. Als de persoon in kwestie inmiddels een groei heeft door gemaakt, maar zich dit nog niet beseft. Het is dan aan de journalist om, door middel van de vraagstelling, de persoon te laten reflecteren en de positieve kanten te laten inzien.
3. Als de persoon in kwestie zelf een groei heeft doorgemaakt, zich hier bewust van is en zelf ook positief daarover praat. Dan is het aan de journalist om deze positieve visie over te brengen aan het publiek.

5. Move the World

Als laatste element instrueert Gyldensted (2015) om als journalist te kijken naar de toekomst. Dit heeft wederom met de vraagstelling van de journalist zelf te maken. Van origine nemen journalisten al snel de rol aan van detective en onderzoeken ze gebeurtenissen door antwoorden te krijgen op de vragen: waarom, wat en wanneer? Er wordt volgens Gyldensted (2015) maar zelden gekeken naar de toekomst en daar worden door journalisten ook te weinig vragen over gesteld.

En ook al zijn journalisten dit soort vragen niet gewend, toch kan het ervoor zorgen dat je antwoorden krijgt die je niet verwacht had. En dit kan weer zorgen voor spraakmakende koppen. Er moet volgens Gyldensted (2015) niet zozeer gekeken worden naar het probleem en wat dit probleem heeft veroorzaakt. Maar meer naar hoe het probleem in elkaar zit en hoe het opgelost kan worden. Journalisten moeten de voor en nadelen van een situatie aan het licht brengen en op zoek gaan naar een gepaste oplossing. En dit kan samen gedaan worden met het publiek. Door als journalist een vraag te stellen aan het publiek kan er een debat ontstaan. Dit debat kan zorgen voor nieuwe inzichten en ook voor oplossingen die eerst onmogelijk leken.

Door op een andere manier naar een situatie te kijken daag je het publiek uit om mee te denken en commentaar te geven. Dit kan ervoor zorgen dat er sneller een oplossing voor een probleem gevonden wordt, maar ook dat een artikel meer publiek trekt. En dat is toch hetgeen je als journalist wilt: je zorgt dat mensen in actie komen en de wereld in beweging komt (Move the World). En naast het feit dat je mensen de ruimte geeft om hun mening te delen, geef je ook een accurater beeld weer van de realiteit. Want de meeste problemen vragen om een discussie en het onderzoeken van het probleem. Constructieve journalistiek kan hier een grote rol in spelen.

1.3. Ontwikkeling

Het concept constructieve journalistiek deelt eigenlijk DNA met eerdere journalistieke bewegingen (Gyldensted, 2015), zoals civic/public journalism, peace journalism en advocacy journalism. Maar het verschil met deze bewegingen is dat constructieve journalistiek vooral ontstaat uit onderzoek naar gedragswetenschappen, positieve psychologie en morele psychologie.

Om hier een goed beeld van te krijgen staat hieronder een historische tijdlijn (Windesheim University of Applied Sciences, 2015) met daarin de ontwikkeling van constructieve journalistiek en de relatie met gedragswetenschappen. (Cathrine Gyldensted, 2011). Deze tijdlijn geeft een overzichtelijk beeld van de ontwikkelingen binnen de journalistiek en het ontstaan van het begrip “constructieve journalistiek”.

1800

- Een krant voorziet het publiek van een specifiek politiek discours.
- Kranten worden gefinancierd door politieke partijen.

1900

- Kranten krijgen een breder publiek en zetten het belang van objectiviteit voorop.
- Kranten voorzien in hun inkomsten door advertentie en abonnementen.

1947

- De Hutchins-commissie (Mesters, 2016) formuleert het principe van de sociale verantwoordelijkheid van de journalistiek.
- Een heroriëntering op de journalistieke waarden vanwege wantrouwen in commerciële en sensationele journalistiek.

1960

- In Nederland komen kranten los van hun ‘zuilen’.
- Journalisten staan niet meer onder toezicht van kerk of partij en opereren onafhankelijker en kritischer.

1998

- Eerste experimenten met journalistieke content die voldoet aan de eisen van constructieve journalistiek, door het Solution Journalism Network (SJC) in New York. Sindsdien heeft het SJC zijn werk uitgebreid en hebben ze een groot netwerk van redacties en scholen voor de journalistiek.

2000

- Journalistiek wordt gezien als een vitaal onderdeel van de democratie.
- Media helpen in het bediscussiëren van maatschappelijke problemen en het vormen van de publieke opinie.

Mid-00s

- Magazine The Economist geeft aan dat ze een rol willen spelen in het brengen van optimisme en vooruitgang. Vanaf heden staan deze principes net zo hoog als hun andere journalistieke principes.
- In 2006 komt Constructive Journalism op in Scandinavië. De Zweedse Television Foreign News Desk experimenteerde al sinds 2004 met de kwaliteiten van constructieve journalistiek. Dit kwam doordat eindredacteur Ingrid Thornqvist zich realiseerde dat hun negatieve verslaggeving over Afrika ervoor zorgde dat het beeld wat het publiek had van Afrika ruim vierzig jaar achterliep op de werkelijkheid.

- In 2007 schrijft hoofdredactrice en CEO Lisbeth Knudsen, van de Deense media organisatie Berlingske Media, een brief waarin ze de effecten van de negativiteit binnen de journalistiek bespreekt. Dit zou zorgen voor eenzijdige verhalen en daarom is er constructievere werkwijze nodig.
- De nieuwsafdeling van de Danish Broadcasting Corporation probeert sinds 2008 constructieve journalistiek toe te passen in hun verslaggeving. Maar ook op lokaal gebied lijkt constructieve journalistiek aan te slaan. Zo nemen omroepen P4Fyn, DR Danmark en DR SYD de werkwijze over en proberen die toe te passen op de actualiteiten.

2011

- Cathrine Gyldensted, bedenker van innovatieve journalistiek door positieve psychologie, schrijft haar Master Thesis over Constructive Journalism aan de Universiteit van Pennsylvania, USA (2011). Sindsdien heeft ze een werkwijze en middelen ontwikkeld om constructieve journalistiek toe te passen op nieuwsredacties.
- Newssite The Huffington Post lanceert hun nieuwste secties genaamd Good News (2011), Impact (2012) en What's Working (2013).

2013

- Nederlands Online Media platform, De Correspondent, lanceert in september zijn website. Op het platform experimenteren ze met verschillende constructieve werkwijzen zoals: samenwerking met hun publiek, oplossingsgerichte verhalen en het aanstellen van correspondenten die de verantwoordelijkheid krijgen over een onderwerp en het publiek daar in meerdere weken beter over moet informeren.

2014

- The Washington Post opent een onlinesectie genaamd 'The Optimist'.
- De Nederlandse Persgroep begint met het toepassen van een constructieve werkwijze voor het verslaan van regionaal en nationaal nieuws.

2015

- 's Werelds eerst PhD over constructieve journalistiek wordt geschreven door Karen McIntyre aan de Universiteit van North Carolina, Chapel Hill.
- Hogeschool Windesheim in Zwolle intergreert, als eerste opleiding ter wereld, constructieve journalistiek als vak in hun Bachelor opleiding Journalistiek.
- Cathrine Gyldensted en Karen McIntyre schrijven verschillende artikelen over de verschillen tussen constructieve journalistiek en positieve journalistiek.
- Cathrine Gyldensted schrijft haar boek From Mirrors to Movers: Five Elements of Positive Psychology in Constructive Journalism.

2016

- De Deense tv-zender TV2 Nyhederne lanceert hun nieuwsprogramma '19 Nyhederne' met constructieve journalistiek als uitgangspunt.
- 2 december: 's werelds eerste conferentie over Constructive Journalism op Christelijke Hogeschool Windesheim

Nu er een duidelijk beeld is geschetst over wat constructieve journalistiek is, waar het vandaan komt, hoe journalisten het zouden kunnen toepassen en hoe het zich door de jaren heen heeft ontwikkeld, moet er nu gezocht worden naar het antwoord op de vraag: waarom?

1.4 Waarom constructieve journalistiek?

Journalist Karel Smouter, redacteur Migratie, Religie & Mensenrechten bij De Correspondent, schreef in september 2015 een artikel over waarom journalisten gebruik zouden moeten maken van een

constructieve werkwijze. “Want”, begint Smouter, “op een vraag over problemen op een ministerie zal een woordvoerder zijn minister voorbereiden. Op de vraag wat er anders zou kunnen doorgaans niet.”

Volgens Smouter (2015) is het een manier om de geïnterviewde te verrassen. Om moeilijke vragen durven te stellen, in plaats van de vragen waar de geïnterviewde (en de journalist) makkelijk mee weggkomt. Tijdens zijn werk merkte Smouter (2015) dat bijvoorbeeld ambtenaren snel in de verdediging schieten en dichtklappen als een journalist zijn standaardvragen stelt. Maar toen hij besloot het over een andere boeg te gooien kwamen de antwoorden vanzelf. “Toen ik vroeg wat er nodig was om hun werk beter te gaan doen, gingen ze open”, legt Smouter (2015) uit, “ze vertelden over vele dilemma’s uit hun werk en hun innerlijke worstelingen met de harde kanten ervan.” Kortom: hij kreeg het inkijkje waarnaar hij op zoek was.

In haar boek daagt Gyldensted (2015) journalisten uit om hun journalistieke gereedschapskist uit te breiden, maar zeker niet te vervangen. Journalisten hebben, volgens Gyldensted (2015), namelijk te vaak een ‘pathologische’ blik op de wereld. Ze zoeken, onbewust, extreme voorbeelden op om misstanden mee aan de kaak te stellen. “Zoals een dokter een kwaal diagnosticeert, zo stelt een journalist een diagnose van de samenleving.”

Volgens de Deense (2015) begint constructieve journalistiek bij de bewustwording van het feit dat het ‘negatieve’ frame ook maar een blik op de werkelijkheid is. “Zoals een goede psycholoog die niet alleen bevestigt wat je allemaal niet hebt, maar soms ook confronteert met wat je allemaal wel hebt.” Zo kan een journalist het beeld van zijn publiek op de wereld volgens Smouter (2015) zelf doen kantelen.

De toepassing van een constructief journalistieke werkwijze zou volgens Gyldensted (2015) kunnen resulteren in verschillende soorten antwoorden. Zo zou een constructief journalistieke vraag zoals ‘wat nu?’ kunnen zorgen voor antwoorden die zich focussen op de toekomst (prospective journalism), oplossingen (solutions journalism), herstel (restorative journalism) en depolarisatie (peace journalism).

Mental Health

Als publiek worden we elke dag geconfronteerd met het nieuws van over de hele wereld. Vroeger las je de krant voor je dagelijkse nieuws, maar tegenwoordig ontkom je er niet meer aan. Er zijn meerdere journalen, sociale media delen al het nieuws, we krijgen pushberichten op onze smartphones of tablets, etc. Het nieuws is overal. Of je het wil weten of niet, je wordt ermee geconfronteerd. Je zou kunnen zeggen dat dit een goede stap is in de ontwikkeling van de journalistiek door middel van moderne techniek. Waar je vroeger soms maanden moest wachten op een nieuwtje uit het buitenland, kan het nu met een klik gedeeld worden met iedereen over de wereld via sociale media. Alles gaat sneller en je hoeft niks te missen. Op zich geen verkeerde ontwikkeling, maar wat nou als je het nieuws wat je de hele dag binnen krijgt vooral negatief is? Ben je er dan nog zo blij mee of schaadt dit je mentale toestand?

Denise Baden deed in 2015 onderzoek aan de Universiteit van Southampton naar het effect van nieuws op de mentale toestand van de mens. Ze begon dit onderzoek (Positive News, 2015) omdat het haar opviel hoe vaak ze zich depressief voelde na het kijken van nieuwsbulletins op televisie. Na wat navragen kwam ze erachter dat veel journalisten en redacteuren negatief nieuws vooral beschouwen als het ‘echte’ nieuws en positieve verhalen daar geen rol bij spelen. Daarom besloot Baden (2015) een experiment uit te voeren met 2000 mensen waarbij er gekeken werd naar het effect dat bepaalde nieuwsberichten hadden op hun mentale gesteldheid.

De respondenten (Positive News, 2015) kregen twee verhalen te zien. Een verhaal ging over de oorlog in Syrië en een ander verhaal over de vredesonderhandelingen tussen Iran en de Verenigde Staten. Wat opviel was dat de stemming van de respondenten een grote daling doormaakte na het lezen van het Syrië verhaal. Bij vrouwen was er sprake van een daling van 38 procent en bij mannen van 20 procent. Ook beschreven de respondenten gevoelens van angst, verdriet en pessimisme te ervaren. Het verhaal over vredesonderhandelingen had een compleet tegenovergesteld effect.

Wat ook opviel was dat de respondenten, na het horen van een negatief verhaal, zich niet geroepen voelden om hun mening te delen, te doneren aan een goed doel of actie te ondernemen om de wereld te verbeteren (Positive News, 2015). Na dit experiment kreeg Baden (2015) toch sterk het vermoeden dat negatief nieuws een groot effect heeft op het groeiende probleem van mental health issues zoals depressie en angst (Mental Health Foundation, 2015).

Als gevolg van haar experiment interviewde Baden (2015) redacteuren en journalisten van onder andere Reuters, BBC, Sky en Al Jazeera. Uit deze gesprekken kwam naar voren dat nieuwsorganisaties negatief nieuws vooral beschouwen als het 'echte' nieuws en positief nieuws niet dezelfde waarde zou hebben. Een van de redacteuren ging zelfs zover door te zeggen dat het de taak van journalisten was om het negatieve in de wereld te melden, zodat het publiek ertegen actie kan ondernemen. En als ze geen negatief nieuws willen horen kunnen ze er altijd voor kiezen om het nieuws gewoon uit te zetten. Aan de ene kant heeft deze redacteur gelijk, want er is uit onderzoek (Dobelli, 2013) gebleken dat mensen vooral reageren wanneer er iets dreigends aan de hand is. Maar dit betekent niet per se dat ze er dan ook actie tegen willen ondernemen.

Uit het onderzoek van Baden (2015) blijkt dat mensen zich vooral machteloos voelen na het horen van negatief nieuws en apathisch reageren. Terwijl mensen na het horen van nieuws met een positieve instelling, zoals wederopbouw, de drang hebben om hun steentje bij te dragen. Hieruit bleek dat mensen meer behoefte hadden aan positieve verhalen, maar dat hun aandacht toch vooral getrokken werd door negatieve verhalen.

Volgens Baden (2015) staan nieuwsorganisaties met deze conclusie voor een ethische kwestie. Het op een negatieve manier framen van nieuws zorgt misschien voor meer omzet, maar het is schadelijk voor de mentale gezondheid van de mens en de samenleving. Je zou kunnen zeggen dat hier een duidelijke overweging gemaakt moet worden over de wijze waarop journalisten het nieuws presenteren. Volgens zowel Baden (2015) en Gyldensted (2011) moet er een verandering komen in de werkwijze van de journalisten die ervoor zorgt dat niet alleen de negatieve kanten van verhalen worden belicht. Hier zou constructieve journalistiek een grote rol in kunnen spelen.

1.5 Positief Nieuws

Maar waarom brengen de meeste nieuwsorganisaties alleen maar slecht en negatief nieuws als dit hun publiek zo negatief beïnvloed? Simpel: goed nieuws is geen nieuws. Dit is een richtlijn wat op meerdere journalistieke nieuwsredacties heerst (M. Hamaker, persoonlijke communicatie, oktober, 2014). Positief nieuws zou geen draagvlak hebben en niet verkopen. Het zou bij positief nieuws vaak gaan om nutteloze verhalen die geen effect hebben op de maatschappij. Vaak worden dit soort nieuwtjes vermeden op een nieuwsredactie. En als het al voorbij komt, dan altijd pas aan het einde van een uitzending zodat er zo min mogelijk aandacht aan besteed wordt. Mensen die zich inzetten voor positief nieuws worden vaak gezien als blinde optimisten, slecht geïnformeerd en naïef.

Maar uit sociaal en psychologisch onderzoek (Positive News, 2015) blijkt dat dit in de werkelijkheid helemaal niet het geval is. De argumenten tegen positief nieuws lijken niet meer te zijn dan beweringen die op niks gebaseerd zijn. Het onlinemagazine Positive News kwam in oktober 2015 met een artikel die alle mythes rondom de negatieve kanten van positief nieuws tegenspreekt.

Mythe 1: Positief nieuws zorgt ervoor dat mensen zich onterecht veilig voelen in de wereld
Niet waar: Het nut van positief nieuws is niet om het publiek een vals gevoel van veiligheid te geven, maar om juist te belichten wat individuen en gemeenschappen doen om hun problemen op te lossen. De publicatie van positief nieuws zorgt ervoor dat mensen geïnspireerd worden door succesverhalen en zich gemotiveerd voelen om hun eigen leven te verbeteren. (Positive News, 2015)

Mythe 2: Positieve verhalen zijn vooral verhalen zoals 'man redt kat uit boom'
Niet waar: Uit onderzoek blijkt dat positief nieuws zich vaak vooral focust op human interest verhalen. Het gevaar hiermee is dat de grens tussen goed en slecht nieuws erg zichtbaar wordt. Daarom focust positief nieuws zich vaak ook op verhalen over innovatie, initiatief, vrede, veranderingen, oplossingen, behaalde doelen en de positieve kanten van de maatschappij. (Positive News, 2015)

Mythe 3: Positief nieuws zorgt voor passiviteit
Niet waar: Mensen die positief nieuws tot zich nemen lijken vaak positief beïnvloed te worden door het nieuws. Er komen bijvoorbeeld meer emoties los als blijdschap, nieuwsgierigheid, hoop en geluk. Dit is op zijn beurt weer beter voor het welzijn van de mens. Ook heeft onderzoek aangetoond dat lezers deze positiviteit vaak omzetten in positieve acties zoals doneren aan een goed doel, vrijwilligerswerk doen en milieubewust worden. (Positive News, 2015)

Mythe 4: Positief nieuws is het tegenovergestelde van negatief nieuws
Niet waar: Positief en negatief nieuws bevinden zich niet aan tegengestelde kanten van hetzelfde spectrum. De twee zouden juist hand in hand moeten gaan. Dit komt doordat het vaststellen van positief nieuws vooral te maken heeft met subjectiviteit en dat probleem en oplossing vaak dicht bij elkaar liggen. Probleem-journalistiek en oplossing-journalistiek zouden zich niet moeten focussen op welke er belangrijker is, maar zouden elkaar moeten gebruiken om een beter verhaal neer te zetten. (Positive News, 2015)

Mythe 5: Positief nieuws is minder belangrijk dan negatief nieuws
Niet waar: Positief nieuws is zeer belangrijk voor de balans in de media. Onderzoek heeft aangetoond dat inname van veel negatief nieuws een negatief effect heeft op het welzijn van de mens. Denk hierbij aan angsten, gevoel van hopeloosheid, wantrouwig naar anderen, asociaal gedrag, bang voor risico's en in sommige gevallen kan het leiden tot vermijding van het nieuws. Natuurlijk is negatief nieuws vermijden geen goed idee, maar is een toename van positief nieuws wel noodzakelijk. (Positive News, 2015)

Mythe 6: Positief nieuws is ongepast in een wereld vol ellende
Niet waar: Het is net zo belangrijk om de goede dingen in de wereld te zien als de slechte dingen. Journalisten zouden net zoveel tijd moeten besteden aan succesverhalen als aan de verhalen over falen. Zo zien we meer oplossingen, groei en vooruitgang. (Positive News, 2015)

De noodzaak van positief nieuws is niet langer een mythe, maar een conclusie die getrokken is uit wetenschappelijk onderzoek (Positive News, 2015). Volgens Gyldensted (2015) moet er wel een duidelijke grens worden gelegd tussen positieve journalistiek en constructieve journalistiek. Positieve journalistiek heeft vaak een sterk positieve waarde, maar over het algemeen geen maatschappelijke relevantie. De berichtgeving is over het algemeen eenzijdig en niet kritisch. Dit staat eigenlijk haaks op wat constructieve journalistiek volgens Gyldensted (2015) zou moeten zijn.

1.6 Voorbeelden Constructieve Journalistiek

Op 2 december 2016 kwamen verschillende journalisten bijeen op de allereerste conferentie over constructieve journalistiek op de Christelijke Hogeschool Windesheim in Zwolle. Het doel van de conferentie was om voor journalisten te illustreren hoe zij hun publiek kunnen begeleiden in de

kritische zoektocht naar de vraag 'wat nu?' (Mesters, 2016). Wat zijn de mogelijkheden van constructieve journalistiek? Wat zijn de valkuilen en hoe zijn die te omzeilen?

Om deze vragen te beantwoorden bood de conferentie verschillende voorbeelden van media die al zijn begonnen met het experimenteren met een constructief journalistieke werkwijze. Hieronder volgt een kort overzicht van een paar nieuwsorganisaties die constructieve journalistiek hebben omarmd en proberen toe te passen in hun journalistieke werk.

De Correspondent

In haar boek benoemd Cathrine Gyldensted (2015) het Nederlandse online nieuwsplatform De Correspondent regelmatig als voorbeeld. De site, die draait op abonnees en niet op advertenties, werd in 2013 opgericht door filosoof en oud-nrc.next hoofdredacteur Rob Wijnberg. In een interview (Van Teeffelen, 2016) zegt Gyldensted dat ze ziet hoe De Correspondent de definitie van het nieuws probeert los te laten. Natuurlijk betekent dit niet dat alle verhalen van De Correspondent constructief zijn. Volgens Gyldensted (2015) is het ook niet de taak van journalisten om direct al hun journalistieke gewoontes overboord te gooien, maar ze kunnen wel een constructief journalistieke werkwijze toevoegen. En dat is iets wat bij De Correspondent duidelijk gebeurt.

Volgens Wijnberg (Gyldensted, 2014) stellen journalisten bij De Correspondent nog steeds dezelfde onderzoekende vragen in interviews om erachter te komen of er sprake is van onrecht, corruptie en fouten. Maar er wordt ook gevraagd naar de dingen die goed gaan, want volgens Wijnberg (Gyldensted, 2014) zorgen deze vragen voor eventuele samenwerking en oplossingen. Zoals journalistiekdocent Erik van Schaik (2016) vertelt in zijn column op Villamedia, is er bij De Correspondent geen sprake van of-of, maar van en-en. Als een journalist bij De Correspondent bijvoorbeeld bericht over vluchtelingen, voegt hij een constructief element toe, waardoor hij deze mensen niet louter in beeld brengt als slachtoffers van oorlogen en rampen, maar ze ook vraagt naar hun wensen, dromen en talent. Volgens Van Schaik (2016) beoogt De Correspondent zijn lezers beter te informeren en te betrekken bij de problematiek waarin ze leven.

The Guardian

Op de website van het Engelse dagblad The Guardian bestaat er sinds begin 2016 een sectie dat zich focust op het vertellen van constructieve verhalen, verhalen over innovatie en verhalen over mensen die iets in de wereld willen veranderen (Rice-Oxley, 2016). Met de serie '*Half Full*' willen journalisten bij The Guardian juist de verhalen vertellen die normaal niet in het dagblad verschijnen.

Volgens de hoofdredactie (Rice-Oxley, 2016) van het dagblad draait nieuws niet alleen maar om verhalen over oorlog, politiek en misdaad, maar heeft het publiek juist de behoefte aan verhalen die een probleem willen aankaarten of oplossen. Denk hierbij bijvoorbeeld aan verhalen over wetenschappers die een ziekte proberen te genezen, vrijwilligers die vluchtelingen helpen, vredestichters of sociale ondernemers. Eerst werd er bij het dagblad gezegd dat deze verhalen geen enkele nieuwswaarde hadden en zich te positief voordeden. Maar volgens The Guardian zijn deze verhalen niet per se goed nieuws, maar constructief journalistieke verhalen die zich focussen op oplossingen en antwoorden.

De hoofdredactie besloot deze journalistieke werkwijze een kans te geven nadat verschillende lezers commentaar hadden gegeven op de traditionele werkwijze van de journalisten bij het dagblad (Rice-Oxley, 2016). Zo zou 'slecht' nieuws vooral beschouwd worden als 'echt' nieuws. En zou er juist gekeken moeten worden naar wat er wordt gedaan om dit slechte nieuws beter te maken. 'Goed' nieuws zou volgens lezers niet genegeerd moeten worden, want de kans is groot dat het de komende jaren steeds minder voorkomt (Rice-Oxley, 2016).

The Guardian heeft daarom besloten de traditionele werkwijze aan te passen en ruimte te geven aan constructief journalistieke verhalen. Journalisten geven namelijk niet alleen maar een beeld van hoe de wereld eruitziet, maar geven die wereld ook vorm door de verhalen die ze vertellen. The Guardian hoopt daarom dat, door het vertellen van positieve en inspirerende verhalen, lezers zelf geïnspireerd raken bij te dragen aan de verbetering van de wereld (Rice-Oxley, 2016).

The Huffington Post

In 2011 begon het onlinenieuwsplatform The Huffington Post met de lancering van verschillende constructief journalistieke nieuwssecties op hun website. De secties Good News, Impact en What's Working focussen zich op goed nieuws, oplossingsgerichte- en toekomstgerichte journalistiek (Windesheim University of Applied Sciences, 2015).

Volgens hoofdredactrice Arianne Huffington (Green, 2016) heerste er vooral de vraag of verhalen die verkregen waren door het gebruik een constructief journalistieke werkwijze net zo succesvol zouden zijn als verhalen die samengesteld waren volgens de traditionele werkwijze. Maar al snel na de lancering bleek dat de constructieve nieuwsverhalen veel vaker gedeeld werden dan traditionele nieuwsverhalen. Verhalen met goed nieuws, hoopvolle- en inspirerende verhalen werden drie keer zo vaak online gedeeld dan verhalen uit de andere onlinenieuwssecties.

Door dit onverwachte succes en de talloze verhalen die te vertellen zijn heeft The Huffington Post deze drie secties nog eens onderverdeeld in acht sub-secties. Denk hierbij aan bijvoorbeeld de sectie Impact X, dat zich focust op de positieve gevolgen van moderne technologie, of aan de sectie Community Power, dat aandacht besteedt aan verschillende individuen die bijdragen aan de samenleving (Gielan, 2015).

Natuurlijk zijn er veel meer voorbeelden te bedenken van media die de ruimte bieden aan constructieve journalistiek, maar het was niet haalbaar om al deze voorbeelden te benoemen in dit onderzoek.

1.7 Commentaar

Maar naast het feit dat er verschillende media zijn die de voordelen zien van het gebruik van constructieve journalistiek, zijn er ook verschillende journalisten die hun vraagtekens hebben. Te positief, te paternalistisch of zelfs te populistisch. Het idee dat journalisten meer moeten doen dan alleen de werkelijkheid zo waarheidsgetrouw mogelijk weergeven, roept veel weerstand op (Vriend & Hietbrink, 2016).

Populisme

Zo noemde journaliste Elma Drayer, in haar column in de Volkskrant van mei 2016, de journalisten van De Correspondent 'dekselse ventjes' wier constructieve inspanningen geregeld op haar lachspieren werken. Drayer (2016) vindt het niet de taak van de journalist om mensen perspectieven aan te reiken om op die manieren het streven naar verandering te bevorderen. Een journalist zou volgens Drayer (2016) vooral moeten beschrijven wat er is gebeurd, niet meer of minder dan dat. Volgens de journaliste (Drayer, 2016) is een journalist er natuurlijk voor de lezer, maar dat betekent niet dat de journalist alleen moet schrijven wat de lezer wil lezen.

Het argument van Karel Smouter (Vriend & Hietbrink, 2016), adjunct-hoofdredacteur van De Correspondent, dat lezers vooral worden gezien als geestverwanten die wat kunnen toevoegen aan de journalistiek is volgens Drayer (2016) echt onzin. Drayer: "Ik vind dat dus echt bullshit. Ik wil niet dat mensen zich bemoeien met mijn werk. Het is een zwaktebod als je voor je informatieverzameling de hulp inroept van je lezers. Mensen die zichzelf via internet aanmelden, zijn een onbetrouwbare bron, want dat is selectief. Dit is een heel principieel punt. Je kunt pas echt een beeld van de werkelijkheid geven als je zo volledig mogelijk probeert te zijn" (Vriend & Hietbrink, 2016, pp. 10).

Een van de kernwaarden van constructieve journalistiek (Gyldensted, 2015) is het zoeken naar oplossingen. Volgens Drayer (2016) is het wel heel slecht met de journalistiek gesteld als dat een norm zou worden. "Als je als journalist wilt dat er iets verandert in dit tranendal, dan wordt je blik vertroebeld. En ik vind het ook heel populistisch. Je voegt je dan naar de burgerlijke hang naar goed nieuws" (Vriend & Hietbrink, 2016, pp. 10-11). Het idee dat er nu een nieuwe werkwijze moet worden bedacht om alle kanten van een verhaal te belichten en je als journalist niet alleen te focussen op het negatieve is volgens Drayer (2016) onnodig. Dit hoort namelijk gewoon bij het journalistieke handwerk.

Besmette term

In 2013 pleitte de hoofdredacteur van het Vlaamse VRT-journaal, Bjorn Soenens, voor een meer constructieve vorm van journalistiek. Nadat de hoofdredacteur (Taverne & Hietbrink, 2016) eind 2013 de Deense presentator Ulrik Haagerup had horen praten over constructieve journalistiek was hij meteen verkocht. Soenens wilde dat mensen zich gingen afvragen wat ze hebben aan het nieuws. Het nieuws moest mensen slimmer maken en andere dingen laten zien die gebeuren in de wereld. Hij kreeg hiervoor steun, maar stuitte ook al snel op weerstand en onbegrip.

"We hebben een beeld van de journalistiek, sinds de jaren zeventig zeker, dat we geen goede journalisten zijn als we niet een politicus ten val kunnen brengen of er niet bij iedereen vanuit gaan dat ze zakkenvullers, schurken en fraudeurs zijn. Constructieve journalistiek betekent dat je dingen nog kritischer bekijkt door ze van verschillende kanten te belichten. Zo zet je ze juist in perspectief" (Taverne & Hietbrink, 2016, pp. 39). Helaas werd deze denkwijze niet door iedereen met open armen ontvangen. De nieuwe constructief journalistieke werkwijze werd vooral opgevat als een belediging op de traditionele journalistiek. Meerdere journalisten verweten Soenens (Corten, 2016) te veel commentaar te hebben en te positief naar onderwerpen te kijken. Deze kritiek was een van de redenen waarom Soenens in september 2016 besloot zijn functie als hoofdredacteur neer te leggen.

Tijdens een interview voor dit onderzoek (Persoonlijk interview Gyldensted, 2016, Bijlage 6.) herkent Cathrine Gyldensted de weerstand die de term constructieve journalistiek oproept bij journalisten. Volgens Gyldensted zijn veel journalisten het weleens met de werkwijze, maar heeft de term een negatieve lading gekregen. Soenens (Taverne & Hietbrink, 2016, pp. 40) zegt op een bepaald moment gewoon gestopt te zijn met de term in zijn mond te nemen. Volgens de oud-hoofdredacteur probeert zijn opvolgster, Inge Vrancken, de term koste wat het kost te verwijderen. "Ze noemt alle definities van constructieve journalistiek als je haar vraagt naar welke journalistiek ze wil, maar ze vermijdt de term." Tijdens haar medewerking aan dit onderzoek gaf Cathrine Gyldensted daarom aan al op zoek te zijn naar een nieuwe naam voor constructieve journalistiek.

Soenens vertelt wel (Taverne & Hietbrink, 2016, pp. 40) dat deze weerstand vanuit zijn eigen redactie en andere media ervoor heeft gezorgd dat zijn overtuiging van constructieve journalistiek is gesterkt. Volgens de oud-hoofdredacteur zijn mensen die al dertig jaar hetzelfde denken over journalistiek mensen die niet willen horen dat journalisten met z'n allen niet zo denderend bezig zijn. Soenens: "The only person who likes change is a wet baby".

1.8 Conclusie

Het zoeken naar verhalen, research doen en pitchen is iets waar een journalist energie van krijgt. Volgens Cathrine Gyldensted (2015) moet dit gevoel vooral zo blijven bij journalisten, maar moet er afgestapt worden van de traditionele werkwijze.

Het oude 'if it bleeds, it leads' werkt niet meer. Journalisten spelen volgens Gyldensted (2015) een te grote rol in de beeldvorming van de wereld, dat ze eenzijdig kunnen blijven. Dat zou een oneerlijk en bevooroordeeld beeld geven van wat er daadwerkelijk aan de hand is in de maatschappij. In de hoop

om een 'echte' journalist te worden vertrouwen journalisten te veel op het verslaan van fouten, incorrectheden, conflicten en slachtoffers. Terwijl ze hierdoor juist ook een grote rol kunnen gaan spelen in de escalatie van conflicten en problemen.

Dit zou volgens Gyldensted (2015) bereikt kunnen worden door het toepassen van een simpel stappenplan. Op deze manier kan de journalist zijn gereedschapskist uitbreiden en nieuwe invalshoeken ontdekken waarmee een verhaal benaderd kan worden.

Ook zou de toevoeging (Green, 2016) van de 'wat nu'-vraag een goede versterking zijn van de traditionele vijf 'w-vragen' (wie, wat, waarom, waar, wanneer) die een journalist in zijn vragenpakket heeft zitten. Deze vraag zou kunnen leiden tot constructief journalistieke antwoorden waarmee er ruimte wordt gemaakt voor toekomstgerichte-, oplossingsgerichte-, herstellende- en depolariserende journalistiek.

Wel zijn er grote verschillen tussen constructieve journalistiek en positieve journalistiek. Waar constructieve journalistiek vaak een hoge maatschappelijke waarde heeft, heeft positieve journalistiek dat niet. Positieve journalistiek kan vooral als eenzijdig en niet-kritisch worden beschouwd. En dat staat haaks op het doel van constructieve journalistiek.

Het negatieve beeld dat journalisten weergeven van de wereld heeft ook negatieve effecten op het psychische welzijn van de mensen. Een constructief journalistieke werkwijze daagt het publiek uit een verhaal te lezen, te delen en erop te reageren. Dit kan in veel gevallen bevorderlijk zijn voor het aantal kijkers/lezers.

Verschillende nieuwsorganisaties lijken de voordelen van een constructief journalistieke werkwijze te herkennen en proberen deze zo goed mogelijk in te zetten. Natuurlijk is er weerstand vanuit andere media die hun twijfels hebben over deze manier van journalistiek bedrijven (Vriend & Hietbrink, 2016).

Journalistiek is vooral gefocust op het verleden, en in mindere maten op het heden, maar het zou zich vooral moeten focussen op de toekomst. Want als journalisten dat doen dan stappen we vanzelf af van de oude en traditionele denkwijze en opent zich een wereld van nieuwe mogelijkheden en discussies (Gyldensted, 2015).

Ter informatie:

Doordat constructieve journalistiek nog een relatief jong begrip is leren we elke dag wel iets nieuws over deze vorm van journalistiek. Maar omdat dit onderwerp constant in ontwikkeling is, was het niet mogelijk om voor dit onderzoek compleet op de hoogte te blijven van de actualiteiten. Het literatuuronderzoek is daarom up-to-date tot januari 2017.

Hoofdstuk 2 - Traditionele Journalistiek

Aan welke factoren toetsen journalisten hun werk binnen de traditionele journalistiek? Hoe kijken journalisten zelf naar de manier waarop ze te werk gaan en is er ruimte voor verandering?

In dit tweede hoofdstuk ligt de focus vooral op de werkwijze binnen de traditionele journalistiek. Er wordt gekeken welke richtlijnen journalisten volgen bij het uitvoeren van hun werk en met welke reden deze richtlijnen zijn bepaald. De voor- en nadelen van de zogenoemde traditionele werkwijze komen aan bod en verschillende journalisten kijken met een kritische blik naar hun werk. Waar hoofdstuk 1 zich focuste op de ontevredenheid van het publiek kijkt hoofdstuk 2 vooral naar de ontevredenheid die er heerst binnen de journalistiek.

Uiteindelijk spitst het hoofdstuk zich toe op het medium radio. Deze keuze is gemaakt omdat er nog weinig onderzoek is gedaan naar de werkwijze binnen de radiojournalistiek en de behoefte aan verandering binnen dit medium. Het hoofdstuk eindigt met een korte introductie van het praktijkonderzoek waarin er gekeken wordt naar de effecten van een constructieve werkwijze binnen de radiojournalistiek.

2.1. The Elements of Journalism

Als iemand de afgelopen jaren een invloed heeft gehad op de rol van journalisten in de samenleving, dan zijn het wel Bill Kovach en Tom Rosenstiel. Deze twee ervaren journalisten proberen orde te scheppen tussen de chaos. Het boek *The Elements of Journalism* (Kovach & Rosenstiel, 2014) wordt op verschillende Nederlandse hogescholen gebruikt als richtlijn voor beginnend journalisten. Dit heeft de onderzoeker zelf ondervonden tijdens zijn studie journalistiek aan de Christelijke Hogeschool in Ede.

Volgens journalist Arno van 't Hoog (2007) leven we in een tijd dat alles gaat via internet, burgers zichzelf journalisten noemen, de journalistiek zijn autoriteit kwijtraakt, oude normen en waarden ter discussie staan, we massaal ontlezen en er niks meer zeker is binnen de journalistiek. Chaos dus.

Van 't Hoog (2007) merkt dat er op de vraag 'wat is journalistiek' eigenlijk twee soorten antwoorden mogelijk zijn:

Antwoord 1: *Journalistiek is het verslaan, beschrijven en becommentariëren van gebeurtenissen.*

Antwoord 2: *Journalistiek is een publieke dienst en een middel voor burgers om te functioneren in de samenleving.*

Volgens Van 't Hoog (2007) zal het grootste deel van de mensen een voorkeur hebben voor Antwoord 1. Beide antwoorden zijn goed, want de journalistiek is zowel een vorm van communicatie als een publieke dienst. Maar bij de rol van dienstverlener is er sprake van een bepaalde verantwoordelijkheid die verwacht wordt van journalisten. Dat is iets waar Kovach en Rosenstiel (2014) ook op hameren. De journalisten (2014) vinden dat het publiek bepaalde punten van hen mogen verwachten. Natuurlijk staan deze punten op voor discussie, maar het is wel een richtlijn die journalisten dienen na te streven. Hier volgt een lijst van met tien elementen waar journalisten, volgens Kovach en Rosenstiel (2014), aan dienen te voldoen.

1. Een journalist dient de waarheid na te streven
2. Een journalist is trouw aan het publiek
3. De essentie van journalistiek is de discipline van verificatie
4. Journalisten moeten hun onafhankelijkheid beschermen
5. Journalisten moeten machtshebbers in de gaten houden

6. Journalisten moeten een forum bieden voor kritiek en compromis.
7. Relevantie en significantie moeten worden nagestreefd
8. Het nieuws moet duidelijk en behapbaar zijn
9. Journalisten mogen hun persoonlijke geweten laten doorschemeren

Deze elementen vormen eigenlijk de bouwstenen van de moderne journalistiek. Maar zoals Johan Snel (2016) al opmerkt, in zijn boek *Tien journalistieke idealen*, ontbreekt hierbij enige vorm van activisme en koesteren journalisten, in politieke zin, hun journalistieke onafhankelijkheid. Snel (2016) beargumenteert dat de theorie van Kovach en Rosenstiel (2014) nauwelijks ruimte biedt voor de maatschappelijke verantwoordelijkheid van de journalist. Journalisten staan daarentegen wel in nauw contact met hun publiek, maar houden maatschappelijk activisme en de democratische missie op afstand.

In Nederland is er volgens Snel (2016) sprake van een sobere journalistieke cultuur, dit zou komen door de komst van de 'publieksgerichte journalistiek', waar constructieve journalistiek ook zeker onder valt. Er wordt een verbinding gelegd met de het publiek en dan niet alleen met consumenten. Snel (2016) pleit hier voor een nauwere samenwerking tussen journalistiek en burgers, waardoor er ook meer betrokken journalistiek ontstaat. Constructieve journalistiek biedt de mogelijkheid om het publiek mee te laten denken in de zoektocht naar oplossingen en het bieden van nieuwe perspectieven. Dit staat eigenlijk haaks op de theorie van Kovach en Rosenstiel (2014).

2.2. If it bleeds, it leads

Constructieve journalistiek lijkt steeds populairder te worden en krijgt steeds meer volgers. Niet alleen meer in Denemarken, maar ook in Nederland, Zweden, Zwitserland, de Verenigde Staten en Zuid-Afrika schieten er steeds meer projecten uit de grond die gebruik maken van een constructieve werkwijze. Ulrik Haagerup, hoofdredacteur van Nordjyske Media in Denemarken, zei in een interview (Green, 2016) dat er langzaam dingen aan het veranderen zijn op nieuwsredacties.

"Media voelen de druk", zegt Haagerup, "het oude 'if it bleeds, it leads' werkt niet meer." "Mensen willen niet méér nieuws, maar beter nieuws. Constructieve journalistiek biedt het publiek een alternatief. Nieuwsorganisaties die hier niet aan mee willen werken, zullen vanzelf verliezen lijden" (Green, 2016).

De Nederlandse journalist Bas Mesters (Green, 2016) benadrukt dat journalisten zich vooral houden aan de werkwijze met de vijf W's: wie, wat, waarom, waar en wanneer. Dit is natuurlijk ook niet gek als je ervan uitgaat dat deze werkwijze al jaren wordt gehanteerd in het Basisboek Journalistiek (Kussendrager, 2014). Zowel beginnende als professionele journalisten lezen in dit boek (Kussendrager, 2014) welke werkwijze ze het beste kunnen toepassen en welke vragen ze het beste kunnen stellen. Journalisten krijgen een lijstje met de vijf W-vragen en de Hoe-vraag. Als al deze vragen beantwoord zijn wordt er eigenlijk vanuit gegaan dat alle mogelijke vragen wel gesteld zijn. Maar volgens Mesters (Green, 2016) wordt het hoog tijd dat we een zesde W-vraag toevoegen aan het rijtje: de Wat Nu? vraag.

Volgens Cathrine Gyldensted (Green, 2016) is dit iets waaraan veel journalisten, waaronder zichzelf, zich schuldig maken. Gyldensted vertelt in een interview (Green, 2016) dat ze vroeger niet verder keek dan het verhaal dat ze moest halen. Ze werkte een vast lijstje vragen af, schreef het verhaal en keek vervolgens nooit meer om. Totdat ze ging nadenken over de invloed die haar van tevoren vastgestelde berichtgeving had op de samenleving. Ze hield zich wel aan de regels van Kussendrager (2014) en Kovach & Rosenstiel (2014), maar wilde ze ook zo'n journalist zijn? Iemand die zich vooral bezighoudt met het onthullen van fouten en het aan de kaakstellen van problemen, zonder te kijken naar de negatieve insteek van haar verhalen.

2.3 Werkwijze

Er zijn verschillende richtlijnen (Raad van de Journalistiek, 2015) die journalisten gebruiken bij het vertellen van een verhaal. Maar elke nieuwsredactie heeft natuurlijk ook zijn eigen normen en waarden die voorop staan. Deze regels kunnen een grote invloed hebben op de manier waarop journalisten met nieuws omgaan. Dit kan ook weer verschillen per medium. Voor dit onderzoek is er gekozen om de focus te leggen op de journalistieke werkwijze binnen de radiojournalistiek. Deze werkwijze zal niet heel erg verschillen met de algemene journalistieke richtlijnen (Raad van de Journalistiek, 2015), maar wellicht zijn er bij het medium radio nog andere factoren waar journalisten rekening mee moeten houden. Dit heeft vooral te maken met het feit dat radio over het algemeen een groter bereik heeft dan bijvoorbeeld een krant. Meer mensen worden dus geconfronteerd met nieuwsradio en daarom is het belangrijk om te kijken hoe radiojournalisten omgaan met de berichtgeving van nieuws.

Op de nieuwsredacties van bijvoorbeeld NPO Radio 1 (B. Heuvelman, persoonlijke communicatie, oktober, 2016) of BNR Nieuwsradio (M. Hamaker, persoonlijke communicatie, september, 2014) houden redacteuren de hele dag de websites van persbureaus, zoals het Algemeen Nederlands Persbureau (ANP) en Reuters, in de gaten voor het laatste nieuws. Elke minuut verschijnen daar nieuwe verhalen op die de potentie hebben om nieuws te worden. Dit afzoeken van persbureaus gebeurt wereldwijd bij alle grote nieuwsorganisaties. Jonathan Kern deed in 2008 onderzoek naar de werkwijze van journalisten bij de Amerikaanse mediaorganisatie National Public Radio (NPR). In zijn boek *'Sound Reporting: The NPR Guide to Audio Journalism and Production'* beschrijft Kern (2008) dat er bij de NPR op een rustige dag gemiddeld zeven verhalen per minuut binnenkomen van verschillende persbureaus. Dit kan oplopen tot duizenden potentiële verhalen per dag. Natuurlijk zijn deze verhalen niet allemaal nieuwswaardig en het is de taak van de journalisten en redacteuren om de juiste verhalen te vinden waarmee ze hun volgende uitzending kunnen vullen. Maar omdat een radiozender als NPR een breed publiek heeft, is het moeilijk een verhaal te vinden dat bij iedereen past. Daarom zijn er op de redactie bepaalde regels afgesproken waaraan een verhaal moet voldoen (Kern, 2008, pp. 172-174).

Het verhaal moet de mensen raken

Een verhaal is nieuwswaardig wanneer er mensen bij betrokken zijn op een dramatische manier of als het grote consequenties heeft. Het hoeft dan niet per se om een grote groep betrokkenen te gaan, maar mag ook wat kleiner zijn.

Het verhaal is opvallend en onverwacht

Het moet geen dagelijks verhaal zijn. Mensen moeten geschokt zijn dat dit gebeurd is. Dat is de manier waarop je zorgt dat ze geïnteresseerd blijven.

Het verhaal moet origineel zijn

Het nieuws moet nieuw zijn. Het moet niet iets zijn wat mensen al een keer gehoord hebben, want dat trekt de mensen niet. Hoe ongebruikelijker het nieuws, hoe meer mensen het willen horen.

Het verhaal moet actueel zijn

Het feit dat het verhaal net gebeurd is of nog gaande is, zorgt ervoor dat mensen zich sneller betrokken voelen bij het verhaal. Hoe actueler het verhaal, hoe eerder het gepresenteerd wordt op de radio.

Het verhaal moet controversieel zijn

Het verhaal moet ervoor zorgen dat het een bepaalde discussie los brengt bij mensen. Een controversie vinden is niet moeilijk, maar het moet controversieel genoeg zijn dat mensen het met hun naasten bespreken.

Het verhaal moet gaan over een prominent persoon

Een verhaal over een bekend persoon die een ernstige ziekte heeft, doet het beter dan hetzelfde verhaal maar dan over je eigen buurman. Bekende namen verkopen beter.

Het verhaal moet gaan over de Verenigde Staten (oftewel over eigen land)

Een verhaal dat zich afspeelt in eigen land zal meer publiek trekken dan een verhaal dat zich afspeelt in het buitenland. Buitenland is toch al snel een ver-van-je-bed-show.

Het verhaal gaat over een belangrijk onderwerp

Een verhaal waarbij de maatschappij een belang bij heeft doet het altijd erg goed. Dit komt omdat het publiek erg betrokken is bij het onderwerp, dus zullen er ook meer mensen geïnteresseerd zijn.

Het is een Human Interest verhaal

Dit zijn verhalen waar mensen zich mee kunnen identificeren. Het zijn verhalen over gewone mensen. Het publiek zal dit soort verhalen vaak beter onthouden dan standaard nieuwsverhalen.

Het verhaal is populair

Als alle grote nieuwsmedia verslag doen van een bepaalde gebeurtenissen, dan 'moet' je als nieuwsorganisatie eigenlijk wel meedoen. Je kan hierin niet achterblijven en het niet melden. Misschien past het verhaal niet helemaal bij de organisatie, maar het is op dit moment populair dus het verkoopt.

Natuurlijk zijn dit puur richtlijnen en is elk verhaal weer anders. Maar journalisten en redacteuren zullen vaak rekening houden met één van deze factoren, voordat ze verder gaan met het uitzoeken van een verhaal. Deze richtlijnen (Kern, 2008) kunnen er in ieder geval wel voor zorgen dat de duizenden berichten die per dag binnenkomen via persbureaus, uiteindelijk op een manier geselecteerd kunnen worden waardoor je er een stuk minder overhoudt.

Wat opvalt aan deze manier van werken (Kern, 2008), is dat de focus vooral ligt op het krijgen van zoveel mogelijk luisteraars. Er wordt gekeken welke verhalen er dramatisch en sensationeel zijn, welke verhalen er populair zijn, welke bekende personen erbij zijn betrokken en ga zo maar door. Natuurlijk zijn deze richtlijnen belangrijk als je een verhaal wil vertellen waar veel mensen naar zullen luisteren, maar er is weinig ruimte voor constructieve journalistiek. De verhalen hebben vooral een negatieve insteek en zijn voor ingesteld op het verkrijgen van zoveel mogelijk luisteraars. Maar is dat het juiste doel van de journalistiek?

2.4. Ontevredenheid

Ondanks dat deze werkwijze (Kern, 2008) door veel journalisten gehanteerd wordt, is er wel degelijk commentaar op de traditionele journalistieke werkwijze. Steeds meer journalisten en redacteuren gaan zich afvragen of dit wel de manier is hoe zij journalistiek willen bedrijven. Want tenslotte zijn de meeste journalisten journalist geworden omdat ze verhalen wilden vertellen die niet verteld werden. Ze wilden bij grote gebeurtenissen aanwezig zijn, onjuistheden onthullen en mensen die niet gehoord werden een stem geven. Toen onderzoeksjournalisten Bob Woodward en Carl Bernstein (2014) in 1974 een einde maakten aan het presidentschap van Richard Nixon, steeg de populariteit van journalisten. Ruim 69 procent van de Amerikaanse bevolking gaf toentertijd aan vertrouwen te hebben in journalisten en in hun werk. En in 2003 onthulden journalisten van de Spotlight-redactie van The Boston Globe (2015) het grootste misbruikschandaal binnen de katholieke kerk. Maar uit een enquête (New York Magazine, 2016) uit 2015 bleek dat nog maar 20 procent van de Amerikaanse bevolking vertrouwen heeft in de journalistiek. Een *all time low*...

Volgens hoogleraar Communicatie Wetenschappen Jan van Cuilenburg lijdt de journalistiek op dit moment aan tunnelvisie en is het noodzakelijk dat journalisten zich bewust worden dat het niet goed gaat in hun vak (Marselis, 2016). Volgens Van Cuilenburg (Marselis, 2016) is het hoofddoel van de journalistiek om het publiek van informatie te voorzien waarmee het zelf een adequate mening kan vormen. Maar tegenwoordig lijkt de journalistiek een meningenparadijs te zijn geworden. Commerciële belangen staan voorop en dus stromen kwaliteitskranten, volgen Van Cuilenburg (Marselis, 2016), over met columns en is iedereen met een mening welkom in talkshows.

Volgens Van Cuilenburg (Marselis, 2016) zijn journalisten de klassieke journalistieke normen uit het oog verloren. In plaats van het feit dat journalisten gebruik maken van hoor en wederhoor stellen ze van tevoren een hypothese vast, die ze vervolgens proberen te bevestigen. Ze weten van tevoren dus al welk verhaal ze willen vertellen, dit komt omdat journalisten te bevooroordeeld te werk gaan. Volgens Van Cuilenburg (Marselis, 2016) moeten journalisten terug naar de beginselen van de journalistiek, namelijk onafhankelijkheid, een heldere scheiding maken tussen feit en opinie, de stelregel 'een bron is geen bron' toepassen en hoor en wederhoor gebruiken.

Journalisten zouden te veel op zoek gaan naar het populaire verhaal, in plaats van zelf research doen. Hierdoor ontstaat er een tunnelvisie waar alle journalisten in zitten. Van Cuilenburg (Marselis, 2016) mist vooral de heterodoxie, het andere verhaal, in de journalistiek. De journalistiek heeft namelijk de rol van waakhond van de democratie, de vierde macht. Dat betekent dat journalisten een verplichting hebben om de waarheid te vertellen of het publiek moet helpen de waarheid te vinden. Volgens Van Cuilenburg (Marselis, 2016) moeten journalisten leren niet te snel achter anderen aan te lopen, maar onafhankelijk en divers proberen te werken.

Er wordt al jaren gekeken naar de wijze waarop de journalistiek aan het veranderen is. Sinds de komst van het internet is alles veranderd en moeten journalisten nieuwe manieren verzinnen om hun verhalen de wereld in te helpen. En dus uiteindelijk ook hun geld te verdienen. De focus verplaatst zich, want het gaat niet meer om het juiste verhaal vertellen maar om het gegeven welk verhaal er verkoopt. Daarom is de journalistiek al jaren onderworpen aan verschillende innovatieve ontwikkelingen. Er wordt gekeken naar wat mensen nou echt van journalisten verwachten en wat er op dit moment anders moet.

Onderzoek

Maar de vraag blijft natuurlijk of journalisten zelf ook het idee hebben dat er iets niet goed gaat in hun vak. Mensen kunnen wel klagen, maar waarom zou je het veranderen als je er zelf tevreden over bent? Om hier een duidelijk beeld van te krijgen deed New York Magazine in juli 2016 onderzoek naar wat journalisten nou eigenlijk van de media vinden. Voor dit onderzoek (New York Magazine, 2016) kregen 113 journalisten, in zowel printmedia als audiovisuele media, een vragenlijst mee waarin ze eenmalig (en anoniem) hun ongecensureerde mening konden geven over het journalistieke werkveld. Dit deden ze aan de hand van meerkeuzevragen en toegevoegd commentaar. Daarnaast werden er interviews gehouden met meer dan 50 journalisten waarin er gevraagd werd tegen welke problemen zij aanlopen binnen hun vakgebied.

Aan de hand van de vragenlijst (New York Magazine, 2016) werd al snel duidelijk dat er inderdaad ontevredenheid heerst binnen de journalistiek. De vragenlijst (New York Magazine, 2016) is lang en bespreekt meerdere aspecten van de journalistiek. Voor dit onderzoek geef ik een overzicht van de meest opvallende bevindingen. Om te beginnen werden de bevraagde journalisten het al snel eens dat er iets mis is met het huidige verdienmodel van de journalistiek. Zo zouden redacties zich vooral bezighouden met populaire en sensationele verhalen, omdat er gedacht wordt dat dit zorgt voor meer lezers/luisteraars/kijkers. Het draait niet meer om het juiste verhaal vertellen, maar meer om wie het verhaal als eerste verteld. De concurrentie voor zijn dus. Wat opvallend aan deze uitslag is, is dat de journalisten (New York Magazine, 2016) aangaven dat ze vinden dat het de voornaamste taak van de media is om het publiek duidelijk te informeren over onderwerpen, zonder rekening te houden met wat het publiek wel/niet leuk vindt (Zie Bijlage 2. New York Magazine, 2016)

Beeldvorming

Wat opvalt is dat er al snel wordt gekeken naar de beeldvorming van de wereld door journalisten. Zo blijkt uit verschillende onderzoeken (Dobelli, 2013) dat veel mensen vinden dat de media vooral een negatief beeld weergeeft van de wereld. Dit zou voor, onterechte, angstklachten zorgen bij

mediagebruikers. Maar uit het onderzoek van New York Magazine (2016) blijkt dat het grootste deel van de journalisten het hier niet mee eens is (zie Bijlage 3. New York Magazine, 2016). Uit de anonieme interviews (New York Magazine, 2016) blijkt dat veel journalisten vinden dat ze gewoon melden wat er in de wereld gebeurt. Er gebeuren veel negatieve dingen in de wereld, dus meldt de media ook veel negatieve dingen. Volgens een van de ondervraagde journalisten zorgt dit er juist voor dat het publiek een beter beeld krijgt van de wereld om hun heen. Wel zegt de journalist (New York Magazine, 2016) dat alles tegenwoordig wel negatiever lijkt door het internet. Er zijn geen vervan-je-bed-shows meer, want door internet kan je precies volgen wat er aan de andere kant van de wereld gebeurt. Dit zorgt er dus voor dat de lading negatieve verhalen alleen maar groter kan worden.

Maar natuurlijk zijn er ook journalisten die het helemaal eens zijn met het feit dat de media veel te veel negatieve verhalen vertelt en zorgt voor een vervormd beeld van de wereld. David Simon (New York Magazine, 2016), oud-journalist bij de *Baltimore Sun*, is het eens met het feit dat de media conflicten en problemen moeten melden, dat is gewoon hun taak. Maar veel problemen zijn niet zo zwart-wit als de media doet denken. Problemen liggen vaak dieper en zijn complex. Het is de taak van de journalist om hierin juist te werk te gaan en de complexiteit uit te leggen voor het publiek. Maar volgens Simon (New York Magazine, 2016) maken media zich schuldig aan het simplificeren van problemen en ontstaat er daardoor een vertekend beeld. Een probleem wordt zo simpel gemaakt dat er een *good guy* en een *bad guy* is, maar zo simpel zit de wereld niet in elkaar. Journalisten moeten daarom op zoek gaan naar meerdere perspectieven en het verhaal duidelijker vertellen. Een van de ondervraagde journalisten (New York Magazine, 2016) ging zelfs zo ver om te zeggen dat journalisten op zoek moeten gaan naar oplossingen, in plaats van het benadrukken van problemen. Het is natuurlijk belangrijk om het slechte nieuws te vertellen, maar dat is eigenlijk maar één kan van het verhaal.

Daniel McCarthy (New York Magazine, 2016), redacteur bij *American Conservative*, durft te beweren dat journalisten verslaafd zijn geraakt aan conflict. Volgens McCarthy (New York Magazine, 2016) gebeurt het vaak genoeg dat er geen conflict gaande is, maar dat journalisten en redacteuren zelf een conflict veroorzaken om meer publiek te krijgen. Denk hierbij aan het uitlokken van een felle discussie op televisie. Volgens McCarthy (New York Magazine, 2016) is de media zo verslaafd geworden aan conflict, dat het vaak als een van de weinige manieren wordt gezien om het publiek te vermaken.

Goed nieuws

De meeste journalisten uit het onderzoek (New York Magazine, 2016) konden het er dus over eens worden dat er teveel negatieve verhalen worden verteld. Volgens journalist Jonathan Chait heeft dit ook te maken met het feit dat zowel journalisten als het publiek 'goed nieuws' al snel saai nieuws vinden. In zijn interview vertelt Chait (New York Magazine, 2016) dat het lijkt alsof bepaalde onderwerpen gewoon niet positief benaderd mogen worden. Zo geeft hij een voorbeeld dat president Barack Obama een van de meest succesvolle Amerikaanse presidenten is geweest. Obama heeft acht jaar president mogen zijn en heeft in die tijd heel veel dingen bereikt. Maar helaas vertelt de media vaak alleen maar de dingen die hij niet goed heeft gedaan. Volgens Chait (New York Magazine, 2016) komt dit doordat journalisten presidenten nodig hebben voor twee soorten verhalen: een politiek conflict of een persoonlijk schandaal. De rest is simpelweg niet interessant genoeg. Bij Obama komt dit volgens Chait (New York Magazine, 2016) goed naar voren, omdat Obama vooral op de lange termijn handelt. Maar journalisten daarentegen kijken vooral naar de korte termijn en handelen daarop. Daarom komen heel veel succesverhalen omtrent Obama (en andere Amerikaanse presidenten) gewoon niet in de media voor.

Deze manier van handelen gaf president Barack Obama tijdens een interview. Volgens Obama (New York Magazine, 2016) handelen journalisten te vaak onder hogedruk, waardoor ze zich vooral

bezighouden met negatief commentaar, geruchten en roddels. Dit zorgt er, volgens Obama, voor dat mensen een vertekend beeld krijgen van de maatschappij en van elkaar. Iets waar veel journalisten zich dus schuldig aan maken, maar als we kijken naar de uitslag van het onderzoek (New York Magazine, 2016) zijn heel veel journalisten het duidelijk met Obama eens (zie Bijlage 4. New York Magazine, 2016). Dus waarom gaan de meeste journalisten dan op deze manier te werk?

Het antwoord op deze vraag wordt eigenlijk heel simpel beantwoord in een aflevering van de animatieserie South Park (2001). In de aflevering *'Osama Bin Laden Has Farty Pants'* kan een van de personages, Sharon Marsh, niet stoppen met het kijken naar nieuwsverhalen omtrent de aanslagen van 11 september 2001. Sharon (South Park, 2001) ligt uitgestrekt, onder een deken, op de bank naar het zoveelste journaal te kijken waarin duidelijk wordt hoe ernstig de aanslagen wel niet waren. De CNN-correspondent op televisie (South Park, 2001) vertelt dat er dit weekend weer gevreesd wordt voor een terroristische aanslag en dat de overheid waarschuwt dat er waarschijnlijk nog meer ernstige gebeurtenissen zullen volgen. Sharon (South Park, 2001) raakt zo van streek door deze overvloed aan negatief nieuws dat ze niet meer in staat is om de dagelijkse dingen te doen. Ze is gevuld van angst door de wereld om haar heen (de wereld die het nieuws laat zien) en is daardoor niet meer in staat te functioneren.

Een extreem voorbeeld natuurlijk, maar volgens journalist Jesse Singal (New York Magazine, 2016) weten we allemaal hoe Sharon Marsh (South Park, 2001) zich voelt. En eigenlijk is dat ook heel natuurlijk. De mens heeft altijd al een overlevingsdrang gehad. In de oertijd waren de mensen constant alert op iets wat hun leven kon bedreigen. Degene die het meest alert waren, en gevaar op tijd signaleerden, bleven leven. Volgens Singal (New York Magazine, 2016) is dat eigenlijk ook wat er gebeurt met het nieuws. Mensen willen constant op de hoogte blijven van het gevaar om hun heen, zodat ze eigenlijk automatisch het nieuws gaan kijken. Het nieuws is tenslotte de manier om jezelf te laten informeren over het gevaar in de wereld. Volgens Singal (New York Magazine, 2016) is het gewoon een primair instinct dat ervoor zorgt dat we graag op de hoogte blijven van alle dingen die ons rustige leventje in gevaar zouden kunnen brengen. Volgens Singal (New York Magazine, 2016) is het iets dat we willen. Ook al worden we hierdoor overspoeld door angst, het is iets wat we diep van binnen willen.

De uitslag van dit onderzoek (New York Magazine, 2016) was vooral negatief. De media en de journalisten kwamen er heel slecht vanaf. Maar volgens de onderzoekers zelf zijn ze tijdens dit onderzoek (New York Magazine, 2016) zelf ook slachtoffer geworden van een van de grootste fouten van journalisten. De focus ligt vooral op het slechte. En dat moet dus veranderen. Wel zeiden verschillende journalisten die meededen aan het onderzoek (New York Magazine, 2016) dat ze optimistisch kijken naar de toekomst van de journalistiek. De constante ontwikkelingen van de moderne techniek zorgen ook voor nieuwe kansen van journalisten om hun verhalen te delen en in gesprek te gaan met hun publiek. Dit kan op den duur zorgen voor betere journalistiek en ook betere verkoopcijfers. Er is dus hoop.

NPO Radio 1

Ook in Nederland zijn er verschillende journalisten die kritisch kijken naar de journalistiek. Reinout Meijer (Persoonlijk interview Meijer, 2016, Bijlage 8.), verslaggever voor NPO Radio 1 *'Langs de Lijn en Omstreken'*, vertelde voor dit onderzoek dat hij veel moeite heeft met de negatieve toon van nieuwsprogramma's. Meijer geeft aan moeite te hebben met de manier waarop verschillende nieuwsorganisaties een onjuist beeld van de wereld schetsen. Volgens de verslaggever lijkt het soms net alsof de wereld een grote bak met ellende is, terwijl hij juist ziet dat er ook veel positieve dingen zijn. Als verslaggever probeert hij erg te letten op de toon van zijn items. Meijer (Persoonlijk interview Meijer, 2016, Bijlage 8.), vindt het belangrijk dat zijn reportages een probleem goed in beeld brengen, maar hij kijkt ook naar de dingen die goed gaan. Hij probeert een onderwerp luchtig te houden en juist andere vragen te stellen dan alleen maar vragen over het probleem zelf. Op die

manier probeert hij het juiste verhaal te vertellen, maar luisteraars ook met een positief gevoel achter te laten. Volgens Meijer zou er veel meer sprake moeten zijn van constructief nieuws, want de manier waarop nieuwsorganisaties nu te werk gaan is niet goed. Er ontstaat daardoor een verkeerd beeld van de werkelijkheid.

Bas Redeker (Persoonlijk interview Redeker, 2016, Bijlage 9.) redacteur bij programma's 'Dit is de Dag' en 'Langs de Lijn en Omstreken', merkt op dat er in Nederland veel druk komt vanuit het omroepenstelsel. In Nederland moeten de publieke omroepen, volgens Redeker (Persoonlijk interview Redeker, 2016, Bijlage 9.) echt vechten voor hun bestaansrecht. Er worden daarom soms keuzes gemaakt op basis van de wensen van de achterban. Omdat de politiek de macht heeft over het omroepenstelsel is er volgens Redeker een groot gevaar dat de onafhankelijkheid van de journalistiek in gevaar komt. 'Als een rechtse omroep alleen maar rechtse gasten aan het woord laat, dan krijgt de luisteraar een onjuist beeld van de maatschappij'. Volgens Redeker is dit een serieus probleem waar veel Nederlandse journalisten mee te maken hebben. De jonge redacteur zou het liefst verhalen zo waarheidsgetrouw en constructief mogelijk vertellen, maar dit gaat tegen de wensen van de omroep in. Veel journalisten die in dienst staan van de publieke omroep staan daarom voor een belangrijke keuze: ga je voor een goede baan of ga je voor het beste journalistieke verhaal?

Voor freelancejournalisten is dit probleem alleen maar groter vertelt buitenlandcorrespondent Jan Franke (Persoonlijk interview Franke, 2017, Bijlage 10.) Als freelancer ben je namelijk afhankelijk van de wensen van je opdrachtgever. Je krijgt als freelancer een bepaalde opdracht mee van je baas en daaraan moet je voldoen. Volgens Franke (Persoonlijk interview Franke, 2017, Bijlage 10.) gaat dit vaak ten koste van de journalistieke kwaliteit. Op de vraag waarom hij het zelf niet anders doet heeft hij een heel simpel antwoord: 'Als ik ga voor het minder populaire verhaal dan is de kans groot dat ik niet betaald krijg. En ik heb toch een gezin te onderhouden'. De conclusie die hier getrokken kan worden is dat veel journalisten de drang hebben om een ander verhaal te vertellen dan de meeste media doen. De positieve, inspirerende en constructieve verhalen voldoen volgens nieuwsorganisaties helaas niet aan de eisen voor een goed verkopend verhaal. Natuurlijk staat het de journalist vrij om dit verhaal te vertellen, maar het is dan vaak erg lastig om iemand te vinden die ook voor dit idee wil betalen. Zowel Meijer (Persoonlijk interview Meijer, 2016, Bijlage 8.), Redeker (Persoonlijk interview Redeker, 2016, Bijlage 9.) als Franke (Persoonlijk interview Franke, 2017, Bijlage 10.) zijn ervan overtuigd dat deze manier van de werken de journalistieke kwaliteit niet ten goede komt.

2.5. More Clicks

De veronderstelling (Dobelli, 2013) dat negatief nieuws goed verkoopt is iets waarop veel nieuwsorganisaties zich op instellen. Het shocken van het publiek en de sensatie die bepaalde berichten teweegbrengen, zorgen ervoor dat het publiek keer op keer terug blijft komen. Maar uit onderzoek (Dobelli, 2013) blijkt ook dat steeds minder mensen zin hebben om het nieuws te volgen vanwege de negatieve lading die het met zich meebrengt. Dit zou volgens onderzoek, van zowel Cathrine Gyldensted (2015) als Dr. Denise Baden (2015), komen door de negatieve emoties die mensen ervaren na het kijken van het nieuws. Het negatieve nieuws zou zorgen voor gevoelens van angst, apathie, hulpeloosheid en wanhoop. En daarom besluiten steeds meer mensen dat het volgen van het nieuws geen prioriteit meer heeft in hun leven (Dobelli, 2013).

Het meeste commentaar (Dobelli, 2013) dat journalisten en redacteurs hebben op constructieve journalistiek, is dat mensen geen behoefte zouden hebben aan positieve verhalen. Maar uit al deze onderzoeken blijkt toch dat negatief nieuws ook geen publiek trekt. Dus wat moet je dan als nieuwsredactie?

Journalisten bij het Solutions Journalism Network doen al een tijd onderzoek (Rani, 2016) naar de effecten van oplossingsgerichte journalistieke verhalen. Uit een van de onderzoeken (Hammonds, 2016) kwam al snel naar voren dat oplossingsgerichte verhalen ervoor zorgen dat mensen langer op de nieuwspagina blijven hangen en er ook langer mee bezig zijn. Toen dit bekend werd ontstond al snel de vraag: *Kan een oplossingsgerichte headline ervoor zorgen dat mensen anders omgaan met de content die ze lezen of zien?* (Rani, 2016)

Om deze vraag te beantwoorden deden de onderzoekers van het Engaging News Project (2016) een groot experiment in samenwerking met The Huffington Post. Voor vijftig artikelen op de website van The Huffington Post werden vijftig negatieve headlines en vijftig oplossingsgerichte headlines bedacht. Beide headlines werden vervolgens op de website gedeeld en leidden allebei naar hetzelfde artikel. Aan het einde van het experiment (Engaging News Project, 2016) bleek dat maar liefst 56 procent van de mensen kozen om het artikel te lezen met de oplossingsgerichte headline. Er kon dus geconcludeerd worden dat het merendeel van het publiek de voorkeur gaf aan de artikelen met een oplossingsgerichte headline, en dus meer 'clicks' genereerden. Maar het verschil is niet heel groot en zal waarschijnlijk ook met andere factoren te maken hebben (Engaging News Project, 2016).

Om hun onderzoek (Engaging News Project, 2016) nog verder uit te breiden, werd er ook onderzocht welke elementen van een oplossingsgerichte headline juist ervoor zorgen dat meer mensen dit willen lezen. Dit deden de onderzoekers aan de hand van een enquête (Engaging News Project, 2016), met de volgende opvallende resultaten:

- *Als een headline een mysterieus onderdeel bevat*, zoals een onbekende locatie of groep, dan zullen meer mensen dit artikel willen lezen. Voorbeeld: 'Deze stad heeft de oplossing tegen armoede gevonden'. (Engaging News Project, 2016).
- *Het woord 'simpel' toe te voegen aan een headline*, kan ervoor zorgen dat meer mensen dit artikel willen lezen. Voorbeeld: 'Een nieuwe simpele manier om klimaatverandering aan te pakken'. (Engaging News Project, 2016)
- *Een oplossing benadrukken in de headline*, zorgt er niet voor dat mensen het artikel willen lezen. Voorbeeld: 'Dit is een probleem, en zo los je het op.' (Engaging News Project, 2016)
- *Het persoonlijk maken van een headline*, zorgt er niet voor dat mensen het artikel willen lezen. Voorbeeld: 'Dit is hoe jij het opwarmen van de aarde tegen kan gaan'. (Engaging News Project, 2016)

Natuurlijk kan, uit dit onderzoek (Engaging News Project, 2016), niet geconcludeerd worden dat dit de manier is om te zorgen voor meer publiek. Maar het bewijst wel dat een headline, of artikel, niet per se negatief ingesteld hoeft te zijn om het publiek aan te spreken. Medewerkers aan dit onderzoek (Engaging News Project, 2016) klikten namelijk wel vaker op een artikel met een oplossingsgerichte headline, dan op een artikel met een negatieve headline. Dus 'if it bleeds, it leads' gaat in dit geval zeker niet meer op.

2.6. Radiojournalistiek

Door deze ontdekkingen gaan toch steeds meer journalisten en redacteuren zich afvragen of ze hun werkwijze zouden moeten veranderen en meer constructieve journalistiek zouden moeten toepassen. Journalist Charlie Becket deed onderzoek (BBC Radio 4) naar de volgende stap in de journalistiek en kwam erachter dat constructieve journalistiek toch steeds meer draagvlak krijgt. Hij interviewde hiervoor bijvoorbeeld Arianna Huffington, stichter van The Huffington Post, en die vertelde (Green, 2016) dat constructieve verhalen erg populair zijn binnen haar medium. "We zijn vooral afhankelijk van wat mensen online delen. Content over goed nieuws en verhalen die de goede eigenschappen van de mens benadrukken, worden drie keer zoveel gedeeld dan alle andere categorieën bij elkaar", vertelt Huffington in een interview met Becket (BBC Radio 4, 2015).

Dit is volgens het onderzoek (Green, 2016) ook terug te zien op sociale media en aan het succes van advertenties. Mensen lijken meer geneigd te zijn ergens op te klikken, of iets te delen, wat een positieve insteek achterlaat. Mensen willen liever niet geassocieerd worden met iets negatiefs. Dit geldt al helemaal voor adverteerders (The Huffington Post UK, 2015). Zoals ook al bekend werd uit het onderzoek van Engaging News Project (2016) gaven mensen aan zich meer geïnformeerd en betrokken te voelen na het lezen van een constructief verhaal. Ze waren hierdoor sneller geneigd het artikel te delen met anderen, meer artikelen te willen lezen en op zoek te gaan naar nieuwsorganisaties met dezelfde insteek. En ook voelden ze zich een stuk optimistischer over het leven (Engaging News Project, 2016). Een win-win-win situatie dus.

Een van de mooiste uitspraken over de overtollige inname van negatief nieuws is nog steeds die van Jeremy Wickrenner (Cahalane, 2012), organisator van de Transformational Media Summit. Hij zei namelijk: "Als je met je vrienden praat ben je toch ook niet alleen maar aan het klagen of blijf je doorgaan over hoe goed je leven wel niet is. Er moet een balans zijn" (Cahalane, 2012). Dit is waar in de media ook behoefte naar lijkt te zijn. Volgens Sean Dagan Wood, eindredacteur van Positive News, gaat het er vooral om dat journalisten een constructieve denkwijze moeten combineren met de technieken en principes van een goede journalist. Het gaat er meer om hoe journalisten een verhaal vertellen, dan per se welk verhaal ze vertellen (Green, 2016).

Omdat constructieve journalistiek nog een redelijk jong begrip is, zijn alle onderzoeken naar deze vernieuwende werkwijze nog in volle gang. De meeste onderzoeken richten zich vooral op de schrijvende journalistiek en het online delen van artikelen. Op deze vlakken kan constructieve journalistiek zeer effectief en succesvol worden toegepast, maar geldt dit ook voor andere media? Want hoe zouden radiojournalisten hun uitzendingen een diepere laag kunnen geven door gebruik te maken van constructieve journalistiek? En is het eigenlijk wel mogelijk om constructieve journalistiek toe te passen in de radiowereld? Is daar überhaupt draagvlak voor?

NPO Radio 1

Bij de Evangelische Omroep op NPO Radio 1 lijkt dit draagvlak wel aanwezig te zijn. Redacteur Bas Redeker (Persoonlijk interview Redeker, 2016, Bijlage 9.) vertelt dat hij het liefst alleen maar verhalen vertelt met een constructief einde. Hij denkt dat dit de kwaliteit van de journalistiek alleen maar kan bevorderen. Maar helaas lijkt de toepassing van een constructief journalistieke werkwijze niet altijd mogelijk. Redeker (Bijlage 9.) vertelt dat het ene onderwerp zich meer leent voor een constructief einde dan het andere. Bij sommige onderwerpen zijn er namelijk echt twee tegenstellende partijen aanwezig. Redeker zegt het wel mooi te vinden om te zorgen dat deze twee partijen aan het einde van een gesprek samen komen, maar dat dit niet per se hoeft. Volgens Redeker is het vooral de taak van de journalist om de luisteraar beide kanten van een verhaal te laten horen, waardoor het vervolgens aan de luisteraar zelf is om tot een oordeel te komen. Niet elk gesprek hoeft daarom per se te eindigen met een oplossing. Redeker vraagt zich ook af op de luisteraar wel zit te wachten op een medium dat zich alleen maar bezighoudt met constructieve journalistiek. Volgens hem is de kans dan juist groot dat de luisteraar het gevoel krijgt dat het medium hem probeert te vertellen hoe het moet. Redeker denkt dat de luisteraar daar niet op zit te wachten, want ze gaan geen radioluisteren om iemand te horen die het allemaal beter weet.

Steven Emmens (Persoonlijk interview Emmens, 2016, Bijlage 7.) is samensteller van het programma 'Langs de Lijn en Omstreken' op NPO Radio 1. Hij vertelt dat hij voor dit programma juist op zoek is naar de wat constructievere verhalen. "In dit programma proberen we altijd wel mensen te inspireren en een bepaald gevoel van hoop over te brengen", vertelt Emmens in een interview voor dit onderzoek. *"Het mag wel positief zijn. Ik denk dat mensen graag oplossingen horen. Als je gewoon bij de problemen blijft en actief mee probeert te helpen om de mensen bij elkaar te krijgen is het goed. Als je kijkt naar programma's als 'Het Familiediner' dan is er wel echt sprake van verzoening. Aandacht voor projecten die er naar streven dat mensen met elkaar door een deur kunnen."*

Wel maakt Emmens zich zorgen over de behoefte van het publiek aan echte journalistieke verhalen. *“Ik weet het niet. Als ik zie hoe groot de behoefte is om ook naar volslagen idioten op televisie te kijken, programma’s als ‘Oh oh Cherso’ en ‘Get the Fuck out of my House’, dan weet ik het niet.”*

2.6. Reden voor onderzoek

Door al deze bevindingen kwam er al snel een duidelijk idee voor een onderzoek naar boven. De onderzoeker heeft besloten het onderzoek vooral toe te willen spitsen op het medium radio, omdat er nog weinig onderzoek is geweest naar de effecten van constructieve journalistiek in de radiojournalistiek.

Vanuit NPO Radio 1 kwam er ruimte om een onderzoek op te zetten naar de mogelijke gevolgen van het gebruik van een constructief journalistieke werkwijze. Door het vooronderzoek werd het al duidelijk dat er wel degelijk draagvlak is voor constructieve journalistiek, maar dat journalisten niet goed weten waar ze moeten beginnen. Daarom kreeg de onderzoeker de ruimte om mee te werken aan de journalistieke producties van verschillende programma’s op NPO Radio 1. Op deze manier kon de onderzoeker een constructief journalistieke werkwijze toepassen op een traditionele redactie. De uiteindelijke opzet van het onderzoek is te vinden in Hoofdstuk 4 van deze scriptie.

Door de constructief journalistieke werkwijze van Cathrine Gyldensted (2015) te analyseren werd het al snel duidelijk dat vooral het vragenpakket van de traditionele journalist aangepast dient te worden om tot een constructief resultaat te willen komen. Daarom is gekozen om de bekende 5 W’s (wat, wanneer, waar, waarom en wie) uit te breiden door de vraag ‘wat nu?’ toe te voegen. Deze constructieve vraag zou volgens Gyldensted (2015) moeten zorgen voor verrassende en constructieve resultaten. Die uiteindelijk kunnen bijdragen om de kwaliteit van de journalistiek te verbeteren.

De hoofdvraag die uiteindelijk beantwoord dient te worden luidt daarom als volgt:

Welke mogelijke antwoorden geven geïnterviewde radiogasten van de Evangelische Omroep op de typisch constructief journalistieke vraag ‘wat nu?’

Op deze manier hoopt het onderzoek iets bij te dragen aan de bevordering van de kwaliteit van de (radio)journalistiek.

Hoofdstuk 3 - Methodologische Verantwoording

Voor dit onderzoek is research gedaan naar constructieve journalistiek. Het grootste deel van de informatie is gehaald uit verschillende artikelen, essays en scripties die over constructieve journalistiek geschreven zijn. Constructieve journalistiek is een relatief nieuw begrip (Windesheim University of Applied Sciences, 2015) en om onder andere te duiden welke vormen van journalistiek onder dit begrip vallen, is er aan de Christelijke Hogeschool Windesheim een onderzoeksgroep (Windesheim University of Applied Sciences, 2015) gestart. Dat betekent tegelijk dat er nog veel ruimte is voor interpretatie. Dit onderzoek heeft daardoor een sterk verkennende functie.

De methodologie van het onderzoek bestaat uit verschillende onderzoeksmethoden: literatuuronderzoek, praktijkonderzoek en diepte-interviews). Deze methoden zijn kwalitatief, wat het maakt tot een kwalitatief onderzoek (Koetsenruijter & Van Hout, 2014). Door te kijken naar de geschiedenis van constructieve journalistiek en de huidige staat van de media wordt er onderzocht wat de belangrijke factoren en kwaliteiten van constructieve journalistiek zijn. Er wordt een vergelijking gemaakt met de traditionele journalistiek en ook commentaar gegeven op beide werkwijzen.

Voor dit onderzoek is er **literatuuronderzoek** gedaan naar constructieve journalistiek. Hierdoor werd duidelijk wat nu bekend is over constructieve journalistiek en hoe het gebruikt kan worden om de journalistiek te verbeteren. Dit literatuuronderzoek vormt de basis van het onderzoek. Hierin wordt uitgelegd wat constructieve journalistiek is, wat de traditionele werkwijze op dit moment is, hoe er over het algemeen wordt gewerkt door journalisten in de radiojournalistiek en hoe de traditionele journalistiek kan veranderen met behulp van een constructieve werkwijze. En tenslotte welk effect deze werkwijze uiteindelijk heeft op de kwaliteit van de journalistiek. Tussendoor worden er verschillende voorbeelden gegeven van de wijze waarop constructieve journalistiek toegepast kan worden. Zo zijn er voorbeelden te zien van media als De Correspondent, The Guardian, Positive News, The Huffington Post, etc.

Daarna volgt er een uiteenzetting van radiojournalistiek in zowel Nederland als in het buitenland. Hoe gaan programma's te werk en wordt er gebruik gemaakt van constructieve journalistiek? Dit onderdeel is ook deels te beantwoorden door de informatie uit de diepte-interviews. Uit dit deel zal snel naar voren komen dat er nog weinig voorbeelden zijn van het systematisch toepassen van constructieve journalistiek in de radiojournalistiek. Dat bood een goede basis voor het onderzoek.

Vervolgens volgt het **praktijkonderzoek**. Er is besloten dit onderzoek uit te voeren bij de grootste journalistieke radiozender van Nederland: NPO Radio 1. De publieke omroep kampt al jaren met bezuinigingen en is wanhopig op zoek naar manieren om zichzelf te vernieuwen en een groter publiek te trekken. De radiozenders zijn daar geen uitzondering op. Een paar jaar terug riepen verschillende omroepen dat het medium radio aan het uitsterven was, maar toch blijkt nu dat de bevolking een grote behoefte heeft aan radio als het gaat om het verkrijgen van hun dagelijkse nieuws en journalistieke verhalen. Misschien niet in de traditionele vorm, maar wel in een moderne vorm. Daarom een goede basis voor een onderzoek.

Als onderdeel van het **praktijkonderzoek** zijn het wekelijkse programma 'Dit is de Nacht' en de dagelijkse programma's 'Dit is de Dag' en 'Langs de Lijn en Omstreken' gekozen. Deze programma's vallen onder het beleid van de Evangelische Omroep (EO). Vanuit de EO is ruimte geboden om dit onderzoek uit te voeren. In de periode van oktober/november/december 2016 is er onderzocht wat er gebeurt als bij deze programma's een constructief journalistieke werkwijze wordt toegepast bij het maken van de uitzendingen. Dit is gedaan door systematisch de 'wat nu'-vraag toe te voegen aan het vragenpakket van de uitzendingen. Volgens het literatuuronderzoek moet deze constructieve

vraag zorgen voor nieuwe invalshoeken en verrassende antwoorden. Door te kijken wat er precies gebeurt als de 'wat nu'-vraag wordt toegepast hoopt het onderzoek een antwoord te kunnen geven op de onderzoeksvraag. ***Welke mogelijke antwoorden geven geïnterviewde radiogasten van de Evangelische Omroep op de typisch constructief journalistieke vraag 'wat nu?'***

Daarnaast heeft de onderzoeker in de periode van oktober/november/december 2016 het dagelijkse productieproces geobserveerd en verschillende redactievergaderingen bijgewoond. De drie gekozen programma's hebben voor het grootste deel dezelfde redactiesamenstelling, dus dat was goed te observeren.

De resultaten uit het onderzoek worden vervolgens zorgvuldig geanalyseerd. Dit is dan een kwalitatieve analyse waarbij alle interviews naast elkaar worden gelegd en vervolgens systematisch zijn vergeleken. Er wordt dan dus zorgvuldig gekeken naar de verschillen, overeenkomsten en andere opvallende elementen. Op deze manier kan er waarschijnlijk een duidelijk beeld verkregen worden van de invloed van een constructief journalistieke werkwijze bij deze radioprogramma's.

Daarnaast is er aan de hand van ***diepte-interviews*** gekeken naar de opvattingen van journalisten en redacteuren van verschillende media ten aanzien van constructieve journalistiek. Staan ze er überhaupt voor open, is het economisch mogelijk om het roer om te gooien en hoe zouden ze dit dan aan moeten pakken? Hierbij wilt de onderzoeker vooral de focus leggen op de situatie binnen de radiojournalistiek. Alle vraaggesprekken zijn getranscribeerd en vervolgens samen met de notities van de observaties in het praktijkonderzoek geanalyseerd.

De meerderheid van deze interviews is afgenomen bij journalisten van NPO Radio 1. De professionals waarbij het onderzoek is uitgevoerd zijn dus bewust van het thema van het onderzoek. Deze voorkennis beïnvloedt natuurlijk wel de resultaten. Zij willen ook bewust kijken naar hetgeen gebeurt als er een constructief journalistieke werkwijze wordt toegepast. En omdat de onderzoeker zelf ook presentator is van het programma 'Dit is de Nacht' is de onderzoeker zelf ook onderdeel van het onderzoek. Hierdoor is de onderzoeker geen wetenschappelijke observant die toekijkt van een afstand, maar een participierend observant (Reulink & Lindeman, 2005) die de discours beïnvloed. Hierdoor is het een kwalitatief onderzoek waarbij de onderzoeker nauwkeurig en gericht een beeld hoopt te krijgen van de situatie waar deze journalisten in verkeren.

Beperkingen

Voor dit onderzoek is bewust gekozen om de effecten van de constructieve 'wat nu'-vraag te onderzoeken binnen de gekozen programma's. Dit onderzoek kan helaas niet alle aspecten van een constructief journalistieke werkwijze toetsen, bij verschillende radioformats, en in de scriptie opnemen. Het praktijkonderzoek is gedaan in een periode van 3 maanden. Om erachter te komen of de toepassing van een constructief journalistieke werkwijze ook daadwerkelijk resulteert in betere luistercijfers, dient dit in een breder tijdsbestek onderzocht te worden.

Hoofdstuk 4 – Praktijkonderzoek

Welke mogelijke antwoorden geven geïnterviewde radiogasten van de Evangelische Omroep op de typische constructief journalistieke vraag 'wat nu?'

In dit hoofdstuk wordt er onderzocht wat voor effect een constructief journalistieke vraag kan hebben op de antwoorden van verschillende radiogasten, in verschillende radioprogramma's, op NPO Radio 1. Het hoofdstuk geeft eerst duidelijk aan waarom er een onderzoek nodig is en vervolgens wordt de opzet van het onderzoek besproken. De bevindingen van het onderzoek zijn schematisch geanalyseerd en uiteengezet. Op basis van deze bevindingen is een analyse gedaan en zijn de verschillende uitkomsten vergeleken. Op basis van deze resultaten is uiteindelijk een conclusie getrokken die direct een duidelijk antwoord geeft op de onderzoeksvraag.

4.1. Luistercijfers

Eind december 2016 maakte het Nederlands Luister Onderzoek (Camps & Kok, 2016) de luistercijfers van de maanden oktober en november 2016 bekend. Uit dit onderzoek (Camps & Kok, 2016) is te zien dat het aantal luisteraars van NPO Radio 1 wederom was gedaald. De zender gaat van 7,9% in augustus/september naar 7,3% in september/oktober, om vervolgens te belanden op 7,2% in oktober/november. Niet alleen een maandelijkse daling, maar ook een daling als je kijkt naar de 7,3% aan luisteraars in 2015 in oktober/november. Kortom het gaat slecht met NPO Radio 1.

Als lid van de redactie van de programma's 'Dit is de Dag' en 'Langs de Lijn en Omstreken' van de Evangelische Omroep (EO) op NPO Radio 1, werd de onderzoeker op de hoogte gebracht van de luistercijfers bij deze specifieke programma's. Uit deze cijfers bleek (Heuvelman, B. Persoonlijke communicatie, 20 december 2016) dat deze programma's nogal wisselend presteren.

'Dit is de Dag' wordt beloond (Heuvelman, B. Persoonlijke communicatie, 20 december 2016) met 7,6% van de Nederlandse luisteraars in de periode oktober/november, een duidelijke stijging als we kijken naar de 7,2% van de luisteraars in de periode september/oktober. Ook qua aantal luisteraars stijgt het programma van 112.000 in september/oktober naar 125.000 luisteraars in oktober/november.

Het programma 'Langs de Lijn en Omstreken' beleefd een toename in luisteraars naarmate de uitzending vordert. In het eerste halfuur (20:30-21:00) dalen de cijfers (Heuvelman, B. Persoonlijke communicatie, 20 december 2016) van 6% naar 5,1% en in het tweede halfuur (21:00-21:30) dalen de cijfers (Heuvelman, B. Persoonlijke communicatie, 20 december 2016) van 6,4% naar 6,3%. Na dit eerste uur zien we vooral een stijging binnen het programma. In het derde halfuur (21:30-22:00) stijgt het aantal luisteraars (Heuvelman, B. Persoonlijke communicatie, 20 december 2016) van 6,8% naar 7,0%. Vanaf 22:00 uur zien we een flinke stijging in de luistercijfers (Heuvelman, B. Persoonlijke communicatie, 20 december 2016). Van 13,2% naar 13,6% in het vierde halfuur (22:00-22:30) en van 19,2% naar 20,6% luisteraars in het laatste halfuur (22:30-23:00).

Deze cijfers (Heuvelman, B. Persoonlijke communicatie, 20 december 2016) lijken positief, want er zit een stijging in. Dit is zeker waar, maar helaas doen de programma's het op absolute aantallen niet zo goed. Als we kijken naar de absolute aantallen (Heuvelman, B. Persoonlijke communicatie, 20 december 2016) dan zien we een daling van 55.000 luisteraars naar 7000 luisteraars op de maandag. En in de rest van de week zakt het aantal luisteraars van 73.000 naar 66.000. Individueel lijken de programma's het dus redelijk te doen, maar over het geheel gezien neemt het aantal luisteraars op NPO Radio 1 af.

4.2 Hoe nu verder?

Elke twee jaar worden de programma's bij NPO Radio 1 geëvalueerd en opgeschoond. Er wordt hierbij gekeken hoe programma's presteren en wat ze toevoegen aan de Nederlands Publieke Omroep (NPO). Op basis van deze beoordeling wordt gekeken op welke manier de NPO verder wil gaan met specifieke programma's. Zo kan er sprake zijn van uitbreiding, maar ook van inperking. De radioprogramma's van de Evangelische Omroep op NPO Radio 1 zijn al eerder het 'slachtoffer' geweest van deze beoordelingen. Zo is het programma 'Dit is de Dag' sinds 2014 geen programma van een uur meer, maar duurt het slechts een halfuur. En het programma 'Langs de Lijn en Omstreken' is sinds begin 2016 een samenwerkingsprogramma tussen de Evangelische Omroep en de NOS. Het programma is nog erg jong en nog bezig zich te ontwikkelen. Daarom moet er voor beide programma's goed onderzocht worden waar de sterke en zwakke punten zitten.

In een recente redactievergadering (Heuvelman, B. Persoonlijke communicatie, 20 december 2016) van de programma's 'Dit is de Dag', 'Langs de Lijn en Omstreken' en 'Dit is de Nacht' werd daarom flink geëvalueerd. In 2018 gaat de programmering weer op de schop, dus kan het zo zijn dat sommige programma's minder zendtijd krijgen of zelfs verdwijnen. Daarom is de druk op de redacties van deze programma's hoog. Redacteuren mochten tijdens de vergadering aangeven waar ze dachten dat de kwaliteiten van de programma's lagen en op welke onderdelen het nog wel wat beter zou kunnen. Omdat de drie programma's zeer van elkaar verschillen (zie onderstaande analyse) is het lastig om iets te noemen waar alle programma's aan moeten voldoen.

Maar wat vooral in de vergadering (Heuvelman, B. Persoonlijke communicatie, 20 december 2016) naar voren kwam was de behoefte aan inspiratie. Natuurlijk heeft inspiratie verschillende interpretaties, maar er werd vooral bedoeld dat programma's inspirerend moeten zijn. De programma's moeten mensen aan het denken zetten en misschien zelfs motiveren om iets in hun leven te veranderen. Natuurlijk verschilt dit per programma, maar over het algemeen mogen de programma's wel een gevoel van hoop teweegbrengen. Dit bleek ook uit de interviews die ik had met samensteller Steven Emmens, redacteur Bas Redeker en verslaggever Reinout Meijer. De programma's hoeven niet alleen maar een probleem neer te zetten, maar zouden ook ruimte moeten geven aan oplossingen en zouden mensen een gevoel van hoop moeten geven. De vraag die dan vooral heerst is: hoe dan we dat? Hoe zorg je er als programma voor dat je mensen inspireert, hoop geeft, informeert, laat nadenken en zorgt dat ze een verhaal horen die ze niet op alle zenders horen? Tijdens de vergadering (Heuvelman, B. Persoonlijke communicatie, 20 december 2016) viel regelmatig het woord 'constructief'. Volgens meerdere redacteuren zou een constructief journalistieke werkwijze unieke items en interviews kunnen geven die niet in andere programma's voorkomen. Maar is dat zo? Helpt het toepassen van een constructief journalistieke werkwijze om de kwaliteit van de programma's te verbeteren? En hoe zou dit toegepast kunnen worden in de programma's 'Dit is de Dag', 'Langs de Lijn en Omstreken' en 'Dit is de Nacht'?

Deze vragen vormen de basis van het praktijkonderzoek.

Wat nu?

Volgens Cathrine Gyldensted (2015) hoeft het toepassen van een constructief journalistieke werkwijze niet te betekenen dat een journalist zijn werkwijze helemaal omgooit. Gyldensted (2015) doelt puur op een uitbreiding van het journalistieke takenpakket. De Nederlandse journalist Bas Mertens (Green, 2016) zegt dat we in de journalistiek vaak gebruik maken van de 5 W's: Wie, wat, waar, waarom en wanneer. Volgens zowel Mertens (Green, 2016) als Gyldensted (2015) zou daar eigenlijk een zesde 'W' aan toegevoegd kunnen worden: 'wat nu'.

Gyldensted (2015) pleit ervoor dat de 'wat nu'-vraag een extra dimensie geeft aan het interview. Door deze vraag te stellen dwing je de geïnterviewde na te denken over een consequentie of een eventuele oplossing. De journalist hoeft hiervoor niet zijn hele werkwijze te veranderen. Het

probleem dat een journalist benadert kan alsnog op de traditionele manier (Kussendrager, 2014) in beeld worden gebracht. Maar door de 'wat nu'-vraag toe te voegen denkt Gyldensted (2015) een invalshoek te hebben gevonden die normaal genegeerd zou worden door journalisten. Hiermee zou een probleem niet alleen op een negatieve manier in beeld worden gebracht, maar biedt de journalist meteen de mogelijkheid om een oplossing te zoeken. Een constructief journalistieke werkwijze dus. Op deze manier zouden journalisten tot nieuwe verhalen kunnen komen en daarmee meer publiek kunnen trekken. Uit verschillend onderzoek (Serani, 2011) blijkt dat deze manier van journalistiek een beter effect heeft op de mentale gesteldheid van het publiek, een groter publiek aanspreekt (Huffington Post, 2015) en journalisten meer voldoening geeft in hun beroep (New York Magazine, 2016).

4.3 Werkwijze

Daarom is er besloten de 'wat nu'-vraag als hoofdlijn voor het onderzoek te gebruiken. In het dagelijks leven is de onderzoeker werkzaam als redacteur bij de programma's 'Dit is de Dag' en 'Langs de Lijn en Omstreken' voor de Evangelische Omroep (EO) op NPO Radio 1. Verder presenteert de onderzoeker maandelijks het programma 'Dit is de Nacht' van de Evangelische Omroep (EO) op NPO Radio 1. Omdat de onderzoeker bij deze programma's erg dichtbij het complete journalistieke proces zit, van pitch tot uitzending, is er besloten het onderzoek bij die programma's uit te voeren.

Van tevoren zijn de redacties van deze programma's op de hoogte gesteld van het onderzoek. Zij weten wat onderzocht wordt, zijn hierover met de onderzoeker in gesprek gegaan en hebben de onderzoeker vrijheid gegeven dit onderzoek uit te voeren. Ook zijn er met verschillende redactieleden interviews gehouden over hun werkwijze en over de toepassing van een constructief journalistieke werkwijze. Dit betekent dus dat de professionals waarbij dit onderzoek is uitgevoerd bewust zijn van het thema van dit onderzoek. Deze voorkennis beïnvloed natuurlijk wel de uiteindelijke resultaten. Zij zijn ook bewust bezig om te kijken naar wat er gebeurt als er een constructief journalistiek werkwijze wordt toegepast. En omdat de onderzoeker zelf ook als presentator actief is bij 'Dit is de Nacht' is hij zelf ook onderdeel van dit onderzoek. Hierdoor is de onderzoeker geen wetenschappelijke observant die toekijkt van een afstand, maar een participierend observant die de discours beïnvloed.

4.4 Het onderzoek

In de periode van November/December 2016 is er bij de programma's 'Dit is de Dag', 'Langs de Lijn en Omstreken' en 'Dit is de Nacht' gekeken naar wat er gebeurt als er een constructief journalistieke werkwijze wordt toegepast bij het maken van deze uitzendingen. Dit is gedaan door systematisch een variant van de 'wat nu'-vraag toe te voegen aan het takenpakket van de presentatoren in de uitzendingen. Deze vragen worden vervolgens voorgelegd aan de gasten in het programma. De gasten zijn van tevoren niet op de hoogte gebracht van het feit dat deze vraag gesteld zou worden. De antwoorden die voortkomen uit het stellen van deze vraag zijn geanalyseerd en verwerkt voor dit onderzoek. Vervolgens zijn de antwoorden door middel van een kwalitatieve analyse vergeleken om te zien of de toepassing van een constructief journalistieke werkwijze bijdraagt aan de kwaliteit van de uitzending. Naast de toepassing van de 'wat nu'-vraag is er niks veranderd aan de journalistieke werkwijze. De redacteurs hebben op traditionele manier hun werk kunnen doen, maar aan het einde is er gewoon een vraag toegevoegd aan de opzet van hun interviews.

Hoofdvraag: *Welke mogelijke antwoorden geven geïnterviewde radiogasten van de Evangelische Omroep op de typisch constructief journalistieke vraag 'wat nu?'*

4.5 De programma's

Hier volgt een korte uiteenzetting van de programma's van de Evangelische Omroep (EO) die gebruikt worden voor dit onderzoek.

Dit is de Dag

'Dit is de Dag' (Wikipedia, 2016) is een dagelijks (18:30-19:00 uur) journalistiek debatteer programma op NPO Radio 1 en wordt gepresenteerd door Tijs van den Brink en Margje Fikse. Het programma is opgedeeld in drie blokjes. Twee blokjes voor debat en een blokje voor commentaar. Voor de debatblokjes wordt gekeken naar een nieuwsbericht van die dag (dus erg actueel) waar een discussie in zit. Denk hierbij aan voor- en tegenstanders van een wetsvoorstel. De betrokken partijen worden uitgenodigd in de studio en gaan met elkaar in discussie over dit wetsvoorstel. Het doel van dit debat is om de luisteraar beide kanten van het verhaal te laten horen en de gelegenheid te geven om zelf een mening over dit onderwerp te vormen. In het commentaardeel geeft een van de vaste commentatoren van 'Dit is de Dag' zijn/haar commentaar op een actualiteit van die dag. Dit is vooral een gesprek tussen de commentator en de presentator. Er hoeft hier geen discussie plaats te vinden. De commentator staat wel vrij om zich te mengen in de andere discussies tijdens de uitzending.

Langs de Lijn en Omstreken

'Langs de Lijn en Omstreken' (Wikipedia, 2016) is een samenwerking tussen de Evangelische Omroep (EO) en de NOS en wordt gepresenteerd door Renze Klamer, Robbert Meeder, Jeroen Stomphorst, Dionne de Graaff, Margje Fikse en Tijs van den Brink. Het programma (20:30-23:00) combineert sport met achtergrondverhalen. Zo komen er verschillende sportverslaggevers in de uitzending, wordt er regelmatig geschakeld naar live-wedstrijden, maar is er ook ruimte voor onderwerpen die niks met sport te maken hebben. Deze onderwerpen focussen zich vooral op bijzondere personen die op dat moment in de publiciteit staan. Denk hierbij aan auteurs van recent verschenen boeken, wetenschappers, mensen met een bijzonder beroep of mensen met een ander bijzonder verhaal. Tijdens dit programma is er veel ruimte om deze onderwerpen te bespreken. De gasten gaan met de presentatoren in gesprek over hun onderwerp.

Dit is de Nacht

'Dit is de Nacht' (NPO Radio 1, 2016) is het wekelijkse nachtprogramma van de Evangelische Omroep (EO). Het programma wordt elke maandagnacht (02:00-06:00) uitgezonden op NPO Radio 1 en wordt gepresenteerd door Willem de Gelder, Tirza van de Graaf, Anne Neeltje de Boer en Sjors van Veen. Het programma focust zich op actualiteiten en op de luisteraars. Het eerste uur worden met de gasten in de studio de actualiteiten van die week besproken. De gasten zijn meestal deskundigen op het gebied van de betreffende actualiteiten. Het tweede deel van de uitzending focust zich op herkenbare thema's waar mensen zich mee kunnen identificeren. Denk hierbij aan het proces van rouwen, winterdepressies, feestdagen, liegen, etc. Dit zijn onderwerpen waar iedereen mee te maken krijgt en waar iedereen dus ook wat op kan zeggen. De presentator gaat wederom in gesprek met de gasten over het gekozen onderwerp en roept luisteraars op te reageren. Luisteraars kunnen inbellen of reageren via sociale media. Op deze manieren maken ze kans om in de uitzending te komen en te reageren.

Het laatste uur van de show wordt er vooruitgeblikt op de dag die komen gaat. Er wordt gekeken naar het nieuws van de dag en gebeld met verschillende correspondenten in binnen- en buitenland. Om 06:00 uur wordt het stokje overgegeven aan het NOS Radio 1 Journaal.

4.6 Analyse

Hieronder volgt een analyse per programma. Omdat de programma's allemaal heel erg anders zijn, en dus ook een ander doel hebben, heb ik besloten het effect van de constructief journalistieke werkwijze per programma te analyseren. Omdat de programma's ook qua inhoud erg verschillen is het niet altijd mogelijk geweest om per programma even vaak de 'wat nu'-vraag toe te passen. Sommige onderwerpen lenen zich niet voor dit onderzoek en voor sommige onderwerpen was ik gewoon niet in de gelegenheid om mijn onderzoek uit te voeren. Desondanks heb ik geprobeerd het onderzoek, waar mogelijk, zo goed mogelijk uit te voeren.

De onderwerpen in de uitzending zijn op een rijtje gezet en daarna is het effect van de 'wat nu'-vraag beschreven. Aan het eind van elke analyse heb ik een korte conclusie getrokken met welk effect de 'wat nu'-vraag heeft gehad op de inhoud van deze programma's. Op basis van de resultaten van het onderzoek bij elk programma heb ik aan het einde een conclusie getrokken. Op basis van de conclusie zal er een advies gegeven worden aan de redacties van de betreffende programma's op NPO Radio 1. De verwijzingen naar de gekozen uitzendingen zijn te vinden in Bijlage 5 van dit onderzoeksdoossier.

'Dit is de Dag'

25-10-2016: Angst voor aantasting landschap door nieuwe bossen

Dit onderwerp zorgde voor een felle discussie over het wel/niet aanleggen van honderden vierkante meters bos in Nederland. Beide partijen aan tafel kregen de gelegenheid hun standpunten te benoemen en met elkaar erover te praten. Na het stellen van de 'wat nu'-vraag zijn beide partijen gaan nadenken over een manier om elkaar tegemoet te komen. Je kan dit beschouwen als een **oplossingsgericht** resultaat.

28-10-2016: Discriminatie van vrouwen op de loonstrook bestaat niet

Dit item maakte een discussie los die eigenlijk niet klopte. Een partij beweerde iets wat helemaal niet waar was, waardoor de andere partij hier hard tegenin gaat. Na deze fout te hebben hersteld werd er gesproken over het echte probleem, namelijk: discriminatie op de werkvloer. Na het stellen van de 'wat nu'-vraag begonnen beide partijen het daadwerkelijke probleem te herkennen en te erkennen en werden er verschillende **oplossingen** geopperd. De vraag opende het juiste debat en zorgde meteen voor mogelijke veranderingen.

21-11-2016: Wienen: stuklopen bed, bad, brood vanwege campagne VVD

De discussie over de opvang van asielzoekers duurt al jaren. Verschillende partijen aan tafel waren het niet met elkaar eens over de aanpak van dit probleem. Het leek een erg negatief einde van de discussie te hebben, maar door het stellen van de 'wat nu'-vraag kregen alle partijen de kans om hun **oplossing** te noemen. Dit betekent niet dat ze het hier ook meteen over eens waren, maar ze kregen in ieder geval de mogelijkheid dit te benoemen i.p.v. alleen hun tegenstander af te branden.

23-11-2016: Ter Horst: arrogante zorgverzekeraars op stoel behandelaar

Dit debat was heel erg nodig. Veel mensen weten heel weinig over de ware aard van dit onderwerp en door verschillende partijen tegenover elkaar te zetten krijgt de luisteraar een beter beeld van de werkelijkheid. Wat wel het nadeel is, is dat de luisteraar zich hierna zeer wanhopig kan voelen, want het is erg slecht gesteld met het systeem dat ter discussie staat. Daarom diende de 'wat nu'-vraag als een achter-de-wolken-schijnt-de-zon-momentje. Deze vraag zorgde er namelijk voor dat duidelijk werd hoe dit probleem **opgelost** zou kunnen worden. Het had dus zowel een **inhoudelijk als een opbeurend effect**.

28-11-2016: Omroep straks verplicht om fouten te rectificeren.

In dit debat werden er nieuwe regels geopperd voor de Nederlandse Publieke Omroep (NPO). Deze regels worden in de politiek geopperd en veel betrokkenen zijn het hier niet mee eens. Je krijgt dan al snel een ja/nee-verhouding. Je hebt hier vooral te maken met boze mensen die het niet eens zijn met wat er gaat veranderen. De 'wat nu'-vraag heeft hier gezorgd voor het creëren van een middenweg. De partijen moesten beide nadenken over wat ze het liefste zouden willen en moesten vervolgens elkaar hierin tegemoetkomen. Natuurlijk zorgt dit niet meteen voor de juiste **oplossing**, maar het draagt wel bij aan het **publieke debat**.

01-12-2016: *Iedere gemeente een rijdende rechter*

Dit onderwerp zorgde niet echt voor een heel sterke discussie. Het idee van een rijdende rechter in elke gemeente sprak beide partijen heel erg aan. Natuurlijk zaten er wel wat kanttekeningen aan het voorstel en die werden ook duidelijk besproken. De partijen waren het erover eens dat er een rijdende rechter moest komen, maar de manier hoe ze dat nu moesten uitvoeren was nog de vraag. De 'wat nu'-vraag zorgde hiermee dus voor een uiteenzetting van de problemen waar rekening mee gehouden moest worden en daar moest een passende **oplossing** bij komen.

09-12-2016: *Stevige discussie over uitspraak Wildersproces.*

Dit was een van de felste discussies waar ik dit onderzoek mocht toepassen. Er zaten 4 partijen aan tafel die allemaal een ander standpunt innamen over de uitspraak van de rechter in het Wildersproces. Het is daardoor erg moeilijk om tot een conclusie te komen waar iedereen het mee eens is. De 'wat nu'-vraag werd aan alle partijen gesteld. De antwoorden liep erg uiteen en hadden een **oplossingsgericht en voorspellend karakter**. Aan het einde van de discussie was er niets uitgesproken. Er waren geen winnaars of verliezers, maar het probleem was wel van alle kanten aangepakt. Dit maakt het onderwerp wel geschikt voor het publieke debat.

16-12-2016: *Killerrobots halen menselijk aspect uit oorlog voeren.*

Bij deze discussie waren een duidelijke voor- en tegenstander betrokken. Beide partijen kregen de ruimte hun standpunten te laten horen en gingen hierover met elkaar in gesprek. De 'wat nu'-vraag had zowel een **oplossingsgericht als een voorspellend** resultaat. Er werd namelijk per partij een eventueel alternatief geboden en een voorspelling gedaan over wat de toekomst brengen zal.

19-12-2016: *Bescherm een vergunning zelfstandige prostituees tegen uitbuiting?*

Dit was een debat waar een vergunning voor zelfstandige sekswerkers het hoofdonderwerp was, maar al snel ging de discussie vooral om de vraag of de Nederlandse politie te vertrouwen was. Alle betrokken partijen waren fel en gingen vooral in discussie over het laatstgenoemde onderwerp. De 'wat nu'-vraag zorgde ervoor dat de partijen teruggingen naar het oorspronkelijke probleem. De vraag dwong de partijen na te denken over een eventuele **oplossing** en konden daarover weer in gesprek gaan met de andere partijen.

Korte conclusie

Als je kijkt naar de resultaten van de 'wat nu'-vraag in het programma 'Dit is de Dag' kan je concluderen dat de vraag een erg constructieve functie heeft. De vraag laat de verschillende partijen in de discussie samenkomen en nadenken over een eventuele oplossing. Het stellen van de vraag dwingt de gasten na te denken over hun eigen standpunt en dat van de tegenstander. Vervolgens proberen ze hier een middenweg in te vinden en met een passende oplossing te komen.

In enkele gevallen lijkt de 'wat nu'-vraag de gasten ook te dwingen om na te denken over de toekomst. Wat gebeurt er als dit probleem doorgaat of als zij hun zin krijgen? Dit zorgt voor antwoorden die de toekomst proberen te voorspellen.

In beide gevallen wordt er dus niet alleen maar stilgestaan bij het probleem, maar wordt ook verder gekeken. Er wordt gekeken naar eventuele oplossingen en naar wat dit kan betekenen voor de toekomst.

'Langs de Lijn en Omstreken'

08-11-16: *Gnoes en zebra's gaan olifanten redden*

Tijdens dit gesprek werd er duidelijk gezocht naar een oplossing voor de stroperij in Afrika. Het hele interview bestond eigenlijk uit vragen die aansloten bij het zoeken naar deze oplossing. De gast had een manier gevonden om dit probleem tegen te gaan en legt uit hoe hij dit probleem aan gaat

pakken. De 'wat nu'-vraag werd aan het einde van het gesprek gesteld om te vragen wat er nu ging gebeuren met het onderzoek. De gast vertelde over de plannen van zijn onderzoek, wat hij hoopt te vinden en dat hij graag in de toekomst langs komt om zijn resultaten te bespreken. Het directe gevolg van de 'wat nu'-vraag was de **mogelijkheid voor een follow-up**.

10-11-16: *Jonge filmmaker genomineerd voor prijs*

Deze jonge filmmaker was te gast om te vertellen over zijn carrière. Hij is net begonnen, heeft net zijn eerste films afgerond, vertelt over zijn werkwijze, is genomineerd voor een prijs en zijn toekomst ligt nog helemaal open. De 'wat nu'-vraag had in dit gesprek de functie om de jonge filmmaker te vragen naar zijn plannen voor de toekomst. Hij heeft nu een bepaald doel bereikt, maar wat gaat hij nu doen? Dit zorgt ervoor dat de gast moest gaan nadenken over zijn **toekomst** en daar kwamen verrassende antwoorden uit.

24-11-16: *Topstuk museum Leiden blijkt vals*

Deze gast kwam vertellen over een bijzondere ontdekking die hij had gedaan. Hij had ontdekt dat bepaalde stukken in een museum vervalst waren. Door dit bij één stuk te hebben ontdekt ging de gast op zoek naar andere valsheden binnen het museum. De 'wat nu'-vraag liet de gast nadenken over wat zijn ontdekkingen kunnen betekenen voor de wereld en wat hij ermee gaat doen. De antwoorden die hieruit voortkwamen zorgen voor twijfels bij de luisteraar en maakt de **toekomst** van de gast nog onzeker. In de toekomst wilt de gast meer op zoek gaan naar valsheden en die dan als **follow-up** in een volgende uitzending komen delen.

29-11-2016: *Grafheuvels gevonden op Utrechtse Heuvelrug*.

Tijdens dit gesprek werd er gepraat over een bijzondere ontdekking op de Utrechtse Heuvelrug. De gaste kwam vertellen wat zij had ontdekt en wat dit betekent voor Nederland. De 'wat nu'-vraag zorgt ervoor dat de gast gaat nadenken over de toekomst van haar vak. Wat betekent dit nu? Wat is de volgende stap. Er wordt dus vooral gekeken naar de **toekomst**.

20-12-2016: *Versneden schilderijen opnieuw samengebracht in tentoonstelling Linking Pieces*.

Deze bijzondere tentoonstelling is eigenlijk een work in progress. De tentoonstelling laat de ontdekkingen van het museum zien en de gast vertelt daarover. Maar dat betekent dat het proces nu al klaar is. Nu de eerste ontdekkingen zijn gedaan is het museum van plan om meer versneden schilderijen te gaan zoeken en weer samen te brengen. De 'wat nu'-vraag bevestigt dit en geeft een goed beeld van de **toekomst**.

20-12-2016: *Betaal 2 euro en laat de wens van een ander uitkomen*.

Dit gesprek dient eigenlijk ter promotie van de bijzondere winkel. De gast in de studio vertegenwoordigt de organisatie en vertelt wat er zo bijzonder is aan dit initiatief. De 'wat nu'-vraag draagt hier in dit geval aan bij. De vraag laat de gast vertellen wat de plannen zijn van de organisatie voor in de **toekomst**.

Korte conclusie

Het format van 'Langs de Lijn en Omstreken' leent zich perfect voor een constructief journalistieke werkwijze. Veel gasten in de uitzending zijn juist te gast omdat ze met een oplossing voor een bepaald probleem komen.

De 'wat nu'-vraag richt zich in deze gesprekken niet zozeer op het bedenken van een oplossing, maar meer op de uitvoering. De gasten komen vaak met een bepaald plan of idee en worden dan tijdens de uitzending gedwongen te vertellen hoe ze dit nu gaan aanpakken. Hierdoor krijg je veel toekomstgerichte antwoorden. In sommige gevallen kan dit zelfs leiden tot een follow-up afspraak. De gast geeft dan aan wat zijn plannen voor de toekomst zijn en wordt daarmee uitgenodigd voor een vervolgesprek zodra deze plannen verder gevorderd zijn. Het feit dat er bij dit programma

minder sprake is van een oplossingsgericht antwoord heeft te maken met het format. Het format van 'Langs de Lijn en Omstreken' leent zich niet voor het benaderen van een bepaald probleem. Er kan wel degelijk een probleem ter sprake komen, maar het probleem staat niet centraal in dit format.

De focus ligt in dit format vooral op bijzondere en inspirerende verhalen. Er is geen probleem aanwezig dat opgelost hoeft te worden. Vaak leent dit format zich juist voor het bespreken van oplossingen. Hieruit kan je eigenlijk concluderen dat de verhalen uit 'Langs de Lijn en Omstreken' het resultaat zijn van een constructieve werkwijze. De gasten hebben vaak een probleem benaderd en zijn zelf vaak met een oplossing gekomen. Deze oplossing wordt vervolgens besproken tijdens de uitzending en er wordt gekeken naar de toekomst van het probleem. Hier kan eventueel een follow-up door ontstaan als de journalisten een mogelijkheid zien om in de toekomst weer aandacht te besteden aan dit onderwerp. Denk bijvoorbeeld aan het bespreken van de toekomstige resultaten van de oplossing.

'Dit is de Nacht'

08-11-2016: Als de Dijken Breken

De prepper kwam in de uitzending vertellen over wat er zou gebeuren als Nederland getroffen wordt door een nationale ramp. De prepper kwam vertellen dat het een groot probleem is waar weinig mensen bij stilstaan. De 'wat nu'-vraag had in dit gesprek meerdere effecten. De prepper vertelde eerst over wat er nu zou gebeuren met het klimaat als er niks zal veranderen. Maar vervolgens zorgde de 'wat nu'-vraag er ook voor dat de prepper met verschillende **oplossingen** kwam die kunnen worden toegepast als het eenmaal fout gaat.

08-11-2016: Liegen en Bedriegen

Het gesprek over liegen en bedriegen in de samenleving is vooral een analyse. Er wordt gekeken naar de verschillende aspecten binnen de karaktertrekken en hoe mensen daarmee omgaan. Het effect van dit gesprek was wel dat het lijkt alsof niemand te vertrouwen is. De luisteraar kan hierdoor een nogal onbetrouwbaar beeld krijgen van de samenleving. De 'wat nu'-vraag laat de gasten nadenken over de **toekomst**. Hoe zal het in de toekomst gaan met vertrouwen onder mensen? Wat kunnen we in de toekomst doen om elkaar meer te vertrouwen?

08-11-2016: Rusland over Amerikaanse verkiezingen

In dit korte gesprek wordt er gekeken naar de manier hoe Rusland kijkt naar de Amerikaanse presidentsverkiezingen. Het gesprek gaat vooral over de relaties van vroeger en van nu. De 'wat nu'-vraag daagt de gast uit na te denken over de toekomst van Rusland na de eventuele winst van Donald Trump in Amerika. De vraag heeft dus een **voorspellend effect**.

08-11-2016: China over Amerikaanse verkiezingen

In dit korte gesprek wordt er gekeken naar de manier waarop China kijkt naar de Amerikaanse presidentsverkiezingen. Het gesprek gaat vooral over de relaties van vroeger en van nu. De 'wat nu'-vraag daagt de gast uit na te denken over de toekomst van China na de eventuele winst van Donald Trump in Amerika. De vraag heeft dus een **voorspellend effect**.

08-11-2016: Amerika wacht op uitslag van de verkiezingen

In dit gesprek wordt er gebeld met een correspondent in Amerika. Deze correspondent schetst een beeld van de wijze waarop de verkiezingen worden beleefd en voorspelt wie er gaat winnen. De 'wat nu'-vraag informeert naar wat er zou gebeuren als Hilary Clinton of Donald Trump de verkiezingen wint. De gast wordt hiermee uitgedaagd na te denken over de **toekomst en een voorspelling** te doen.

06-12-2016: *Nieuw Google Datacenter in Eemshaven.*

Dit gesprek gaat over de komst van een nieuw Google Datacenter in Groningen. De gast vertelt over waarom dit centrum er komt en wat de gevolgen zullen zijn. De 'wat nu'-vraag vraagt de gast na te denken over wat de volgende stap is. Wat zijn de plannen voor de toekomst en wat zijn de gevolgen hiervan. Zowel kijkend naar de **toekomst als een voorspellend effect**.

06-12-2016: *40 jaar na de arrestatie Pieter Menten.*

De presentator en de gast blikken terug op de zaak van Pieter Menten uit de jaren '70. De inhoud van de zaak wordt besproken en de gevolgen van de acties van Pieter Menten. De 'wat nu'-vraag richt zich vooral op de **toekomst**. Want wat heeft deze zaak eigenlijk betekend voor de Nederlandse politiek? En zijn er sindsdien nog meer oorlogsmisdadigers gevonden?

06-12-2016: *Overstroming vakantieoord Spanje*

Dit gesprek focust zich op een actueel probleem: een grote overstroming in Spanje. Wat is er gebeurd en wat zijn de gevolgen? Het is een zeer inhoudelijk gesprek. De 'wat nu'-vraag laat de gast nadenken over de gevolgen van deze overstroming. Wat kan dit voor het **toekomstige** toerisme van het land betekenen? En zijn mensen hier voortaan goed op voorbereid?

06-12-2016: *Nederlaag Italiaans Referendum*

Het Italiaanse referendum werd van tafel geveegd en president Renzi moest aftreden. Dit actuele bericht zorgt voor een zeer inhoudelijk gesprek. Het probleem staat echt centraal en het gesprek focust zich vooral op de oorzaak van het probleem. De 'wat nu'-vraag laat de gast nadenken over de consequenties van deze gebeurtenissen. Wat gaat er nu in Italië gebeuren? Gaat Renzi echt aftreden? De vraag richt zich dus vooral op de **toekomst**.

06-12-2016: *Hoe om te gaan met winterdepressies?*

Tijdens dit gesprek komt de 'wat nu'-vraag al snel aan de orde. Het gesprek gaat even inhoudelijk over de oorzaken en de effecten van een winterdepressie, maar al snel wordt er gekeken naar eventuele **oplossingen**. Wat kan je doen als je last hebt van een winterdepressie? Je hebt een winterdepressie, maar wat nu?

27-12-2016: *Een treurig muziekjaar: van George Michael tot David Bowie.*

In 2016 zijn veel grote muzikhelden overleden. We hebben getreurd en we zullen ze voor altijd blijven herinneren. Maar wat betekent dit verlies nu voor de muziek in de toekomst? En wie gaan we de komende jaren nog meer verliezen? De 'wat nu'-vraag dwingt de gast een **voorspelling** te doen en mensen na te laten denken over de artiesten die nog wel in leven zijn. Hierdoor krijgt het gesprek toch wat meer **hoop**.

27-12-2016: *Een nieuwsjaar vol verrassingen: Van Trump tot Brexit.*

2016 was een jaar met veel grote gebeurtenissen. Dit gesprek focust zich op al deze gebeurtenissen en op wat dit heeft betekend voor de wereld. De 'wat nu'-vraag daagt de gast uit na te denken over de **toekomst**. Wat voor effect hebben de gebeurtenissen van 2016 op de toekomst? Wat kunnen we het komende jaar allemaal verwachten? Dit zorgt voor een combinatie van feiten en **voorspellingen** van de gast.

27-12-2016: *Een sportjaar met twee gezichten*

Er zijn verschillende grote prestaties geweest op sportgebied in het jaar 2016. In dit gesprek gaan we inhoudelijk in op deze prestaties en worden er hoogte- en dieptepunten besproken. De 'wat nu'-vraag laat de gast naar de toekomst kijken. Wat zijn de **voorspellingen** van de gast als het gaat om de sportwereld? Welke sporter gaat uitblinken en welke sporter gaat afscheid nemen?

27-12-2016: *2017 wordt onzeker jaar voor de natuur.*

Ook in dit gesprek wordt er inhoudelijk in gegaan op de hoogte- en dieptepunten van het afgelopen jaar als we kijken naar de natuur. De 'wat nu'-vraag zorgt er wel voor dat de gast duidelijk vertelt wat de **consequenties** zijn van de omgang van de mens met de natuur. De gast somt verschillende feiten op over wat er in de **toekomst** zal gaan gebeuren als er niet snel iets verandert. De vraag zorgt er dus voor dat de luisteraar antwoorden krijgt waar hij/zij over na kan gaan denken.

27-12-2016: *Append en linkend het jaar uit.*

In dit gesprek worden de ontwikkelingen op het gebied van technologie in 2016 besproken. We zien hoe de techniek zich heeft ontwikkeld en daardoor komt al snel de vraag op: wat kunnen we in de toekomst verwachten. De 'wat nu'-vraag laat de gast **voorspellingen** doen over het komende jaar en vertelt mensen waar ze zich op voor moeten bereiden.

27-12-2016: *Een vooruitblik op 2017*

Dit hele gesprek is gebaseerd op de 'wat nu'-vraag. Wat gaat er nu in de toekomst gebeuren? Hoe gaat 2017 eruitzien? Waarop moeten we letten? Dit zorgt voor een opsomming van feiten, geruchten en **voorspellingen voor de toekomst**.

Korte conclusie

Bij 'Dit is de Nacht' lijkt het erop dat de 'wat nu'-vraag vooral een voorspellend effect heeft. De vraag zorgt ervoor dat de gast moet gaan nadenken over de toekomst en daar een voorspelling over doet. Natuurlijk is dit de ene keer gebaseerd op feiten, maar de andere keer zijn het echt voorspellingen of verwachtingen waarvan niemand weet of het ook daadwerkelijk zal gebeuren.

Door het format van 'Dit is de Nacht' is er vaak geen duidelijk probleem dat opgelost dient te worden. De gasten wordt gevraagd te vertellen hoe zij denken over een bepaald onderwerp, wat ze hiermee doen, welke problemen ze ervaren en hoe de toekomst eruit gaat zien. Denk bijvoorbeeld aan een gast die komt praten over de toekomstige Amerikaanse president Donald Trump. Er wordt tijdens het gesprek gevraagd naar de achtergrond van het onderwerp, de actualiteiten en de problemen. De 'wat nu'-vraag kijkt naar de toekomst. Donald Trump is de nieuwe president, maar wat nu? De gast in de studio kan hierop geen duidelijk antwoord geven, want hij kan niet in de toekomst kijken. Wel kan hij, op basis van zijn brede kennis over het onderwerp, een voorspelling doen over de toekomst. Hij kan verschillende antwoorden geven op de 'wat nu'-vraag, maar zal waarschijnlijk geen concreet antwoord kunnen geven. Want de gast kan namelijk niet in de toekomst kijken.

De vraag zorgt er wel voor dat het gesprek zich niet puur focust op de inhoud, maar ook meer kijkt naar de persoonlijke visie van de gasten. Wat verwachten zij dat in de toekomst zal gaan gebeuren? Dit kan resulteren in vage voorspellingen, verwachtingen, eventuele oplossingen en soms kan het zelfs hoopgevend zijn.

4.7 Bevindingen

Het toepassen van de 'wat nu'-vraag heeft bij de verschillende programma's verschillende effecten. De resultaten die er over het algemeen uit voortkomen kunnen worden opgedeeld in de volgende categorieën.

1. Oplossingsgerichte antwoorden (Solutions Journalism)

De toevoeging van de 'wat nu'-vraag aan het takenpakket van de journalist, heeft volgens Cathrine Gyldensted (2015) vooral een constructief effect. Dit zien we terug in de oplossingsgerichte antwoorden die gegeven worden na het stellen van de vraag. Van de drie bestudeerde programma's komt dit effect vooral voor bij het programma 'Dit is de Dag'.

Dit is opvallend, want in een interview met een van de samenstellers van 'Dit is de Dag', Steven Emmens, werd gesuggereerd dat dit programma het minst in aanmerking kwam voor een constructief journalistieke werkwijze. Vanwege het debat-format van 'Dit is de Dag' leek het erop dat vooral het probleem centraal zou staan. Verschillende partijen krijgen in dit programma de kans hun standpunten te uitten en het is aan de luisteraar om voor zichzelf een mening te vormen over het besproken onderwerp. Het programma functioneert puur als podium waarop verschillende partijen hun zegje mogen doen.

De toevoeging van de 'wat nu'-vraag aan het interview verandert dit beeld compleet. In plaats van het gesprek te beëindigen met twee tegenstanders biedt deze constructieve vraag de mogelijkheid tot verzoening. Natuurlijk krijgen de partijen gedurende het interview nog steeds de kans hun voor- en tegenpunten te delen, maar door de 'wat nu'-vraag richting het einde van de uitzending te stellen worden de gasten gedwongen om na te denken over een eventuele oplossing. Een oplossing die vaak al wel bedacht is door de partijen, maar waarover ze nog niet met elkaar in gesprek zijn gegaan. Door deze vraag te stellen biedt het programma de kans om met elkaar in gesprek te gaan en samen tot een gepaste oplossing te komen. Natuurlijk hoeft het probleem niet meteen in de uitzending opgelost te worden, maar de vraag zorgt er wel voor dat het balletje gaat rollen. Het interview sluit hiermee af op een hoopvolle noot en verlaat de luisteraar hierdoor niet met een groot probleem.

Bij de programma's 'Langs de Lijn en Omsteken' en 'Dit is de Nacht' is het effect van de 'wat nu'-vraag een stuk minder oplossingsgericht. Dit heeft te maken met de lengte en de inhoud van de gesprekken. Gesprekken in deze programma's gaan niet per se over een actueel probleem, vormen geen debat en duren langer waardoor er meer kanten van het onderwerp al benaderd kunnen worden.

Oplossingsgerichte journalistiek, ook wel *solutions journalism* genoemd, is een van de kernwaarden binnen de constructieve journalistiek (Mesters, 2016).

2. Toekomstgerichte antwoorden (Prospective Journalism)

De 'wat nu'-vraag zorgt vooral voor toekomstgerichte antwoorden in de programma's 'Langs de Lijn en Omsteken' en 'Dit is de Nacht'. Door het format van 'Langs de Lijn en Omsteken' is tijdens de hele uitzending al sprake van een constructief journalistieke werkwijze. Het format focust zich op verhalen en gasten die vaak al iets doen om een bepaald probleem op te lossen. Denk hierbij aan het probleem van valsheden in musea. Tijdens de uitzending vertelt een gast over zijn ontdekking van dit probleem, maar gaat vervolgens verder op het feit dat hij al een oplossing heeft bedacht voor dit probleem. Dit idee voor een oplossing staat vervolgens de hele uitzending centraal, wat er dus voor zorgt dat de uitzending een grote constructieve laag krijgt.

De toepassing van de 'wat nu'-vraag zorgt er dus niet voor dat de gast gaat nadenken over een oplossing voor het probleem. Want vaak is die oplossing er al of is er helemaal geen probleem aan de orde (denk bijvoorbeeld bij de auteur van een boek, die komt vooral om zijn boek te promoten). Wat deze constructief journalistieke werkwijze wel kan toevoegen is een realistisch beeld geven van de toekomst. Er is een probleem, we hebben een oplossing, maar wat nu? Wat is de volgende stap? Wat we zien in de interviews van het onderzoek is dat de 'wat nu'-vraag de gast laat nadenken over zijn toekomstplannen. Dit kan ervoor zorgen dat de gast een korte voorspelling doet over de loop van zijn plan, maar kan ook nieuwe mogelijkheden in beeld brengen.

Bij het voorbeeld van de vervalste kunstwerken zorgt de 'wat nu'-vraag ervoor dat de gast zijn plannen deelt over de toekomst: het jagen op vervalste kunstwerken en die bekend maken. Dit zorgt ervoor dat de uitzending een extra laag krijgt. Het blijft niet bij het besproken onderwerp van die avond, maar er zit een vervolg aan dit verhaal. Dit biedt de mogelijkheid om een follow-up te doen en een vervolgspraak te maken met de gast.

Dit heeft niet alleen het simpele praktische voordeel dat de journalist automatisch een onderwerp klaar heeft liggen voor een toekomstige uitzending, maar zorgt ook voor een diepere laag in het verhaal. De luisteraar krijgt hierdoor het idee dat dit verhaal nog niet klaar is en zal terug willen komen om de rest te horen. De verhalen krijgen verdieping en dit kan zorgen voor meer enthousiasme bij de luisteraar.

Toekomstgerichte journalistiek, ook wel *prospective journalism* genoemd, is een van de kernwaarden binnen de constructieve journalistiek (Mesters, 2016).

3. Voorspellende antwoorden

Het laatste en minst effectieve resultaat van een constructief journalistieke werkwijze zijn de voorspellende antwoorden. Dit effect had de 'wat nu'-vraag vooral op onderwerpen die behandeld werden in de programma's 'Dit is de Nacht' en 'Langs de Lijn en Omstreken'. Doordat deze programma's veel tijd nemen voor het bespreken van hun onderwerpen worden bijna alle invalshoeken benaderd. De onderwerpen hebben niet per se te maken met de actualiteiten en focussen zich meer op de luisteraar.

De 'wat nu'-vraag kan in deze gevallen soms gesteld worden aan de luisteraar. Wat gaat de luisteraar doen met alle informatie die hij net in de uitzending heeft gekregen? Wat verandert er in het leven van de luisteraar? Dit zijn goede vragen, maar niet echt vragen waar luisteraars op reageren. Wat hierin opviel is dat luisteraars dit soort vragen vooral te persoonlijk vonden en daarom de antwoorden niet wenselijk te delen op de radio.

Desondanks werd de 'wat nu'-vraag richting het einde van het interview ook gesteld aan de gasten in de studio. Nu ze al deze informatie met de luisteraar hebben gedeeld is de vraag wat ze hiermee gaan doen en wat ze hopen te bereiken. In sommige gevallen kan het zo zijn dat de gast zijn/haar plannen voor de toekomst deelt. Helaas gebeurt dit niet per se door het stellen van de 'wat nu'-vraag, maar deelt de gast deze informatie al eerder.

Wel kan de 'wat nu'-vraag de gast dwingen om na te denken over de toekomst en een voorspelling te doen of verwachtingen te uiten van wat er gaat gebeuren op het gebied van het besproken onderwerp. Dit resulteert in (soms wat vage) voorspellingen over wat er nu gaat gebeuren. De voorspelling zijn goed bedoeld, en soms zelfs te verwachten, maar het zijn geen feiten. Dit zorgt ervoor dat deze antwoorden eigenlijk weinig waarde overhouden. Natuurlijk kunnen specialisten vaak wel een accurate voorspelling doen over een bepaald onderwerp, maar het blijft altijd een voorspelling. Er kan nooit met zekerheid gezegd worden of deze voorspelling ook echt uitkomt.

Voor de luisteraar kunnen deze voorspellingen zowel een positief als een negatief effect hebben. Het positieve effect is dat de luisteraar alle mogelijke scenario's te horen krijgt en deze ook kan meenemen in zijn/haar leven. Het negatieve effect is dat de luisteraar waarde kan gaan hechten aan een voorspelling die misschien helemaal niet uitkomt. Het is en blijft een voorspelling.

De voorspellende antwoorden behoren niet tot een van de kernwaarden binnen de constructieve journalistiek (Mesters, 2016). Dit zou kunnen betekenen dat dit een, tot op

heden, onbekend resultaat is van een constructief journalistieke werkwijze. Maar het kan ook betekenen dat een constructief journalistieke werkwijze weinig kan toevoegen aan dit soort gesprekken.

Uit dit praktijkonderzoek kunnen we concluderen dat een constructief journalistieke werkwijze wel degelijk iets kan toevoegen aan de journalistiek. De 'wat nu'-vraag zorgt bij alle drie de programma's voor een bepaald soort antwoord waarmee de lijn van het gesprek wordt aangepast. Wel is deze aanpassing bij alle programma's verschillend.

Als we puur kijken naar wat het gebruik van een constructief journalistieke vraag zou kunnen opleveren, kunnen we zeggen dat bij elk programma wel iets gebeurt wat van tevoren niet verwacht werd. Of dit ook daadwerkelijk bijdraagt aan de kwaliteit van de journalistiek is een tweede. Het meest verrassende zien we als we kijken naar het resultaat van het onderzoek bij het programma 'Dit is de Dag'. We zien hier dat een discussieprogramma niet in alle gevallen hoeft te eindigen met twee debatterende partijen, maar dat de journalist ook een andere invalshoek kan benaderen. Door de 'wat nu'-vraag te stellen worden de partijen gedwongen opnieuw na te denken over de kwestie, elkaars standpunten af te wegen en eventueel samen tot een gepaste oplossing te komen. Deze manier van bevragen zou dus kunnen zorgen voor nieuwe oplossingen, nieuwe inzichten en een nieuw debat. En dat is eigenlijk waar Cathrine Gyldensted (2015) op doelde met het gebruik van constructieve journalistiek.

De toekomstgerichte antwoorden zouden ook nog iets kunnen toevoegen aan de journalistiek. In plaats van zich alleen maar te focussen op een probleem, zorgt de constructief journalistieke vraag ervoor dat er gekeken wordt naar de toekomst. Dit hoeft niet per se te betekenen dat het probleem niet meer zal bestaan in de toekomst, maar dat er wel wordt gekeken naar wat er in de toekomst anders zou zijn. Door de vragen te stellen dwingt de journalist zowel de gast als de luisteraar verder te kijken dan de actualiteiten. Niet alleen focussen op het heden, maar ook kijken wat dit in de toekomst zou kunnen veranderen.

Deze manier van journalistiek zou voor journalisten ook meteen de mogelijkheid tot follow-up kunnen creëren. Doordat de gast gedwongen wordt te vertellen over zijn plannen in de toekomst, kan de journalist meteen een inschatting maken of het onderwerp sterk genoeg is om hier in de toekomst op terug te komen. Dit heeft het voordeel voor de journalist dat hij altijd nog een onderwerp voor toekomstige uitzendingen achter de hand heeft en voor de luisteraar betekent dit dat er nog een mogelijk vervolg komt op dit onderwerp. Mocht dit onderwerp de luisteraar aanspreken, dan is de kans groot dat deze zou terugkeren voor de follow-up.

De voorspellende antwoorden zijn de antwoorden met het minste draagvlak. De antwoorden worden gegeven op basis van speculatie. Hierdoor hebben de antwoorden feitelijk eigenlijk weinig waarde en wordt er meer gevraagd naar de persoonlijke visie van de gast. Natuurlijk kan dit wel waarde hebben als de gast een specialist is op het gebied van het besproken onderwerp, waarbij hij dan een korte voorspelling kan doen over eventuele ontwikkelingen. Deze antwoorden zouden zowel positief als negatief kunnen bijdragen aan de beeldvorming van de luisteraar. De luisteraar zou kunnen gaan vertrouwen op de voorspelling van de gasten en daarbij zijn eigen mening aanpassen. Dit kan natuurlijk goed en slecht uitpakken. Het ligt dus puur aan de gast of de voorspellende antwoorden ook daadwerkelijk waarde hebben.

Hieruit blijkt dat niet elk radioformat zich leent voor de toevoeging van een constructief journalistieke werkwijze. De toevoeging van een constructieve vraag is niet genoeg om te kunnen spreken van constructieve journalistiek. Daarom moet er bij deze formats gekeken worden naar de opbouw van het format en niet zozeer naar wat er toegevoegd kan worden. Op dit moment bieden dit soort formats weinig ruimte voor een constructief journalistieke werkwijze. Om dit te behalen

moet er gekeken worden naar het gehele format. Door het format aan te passen kan er meer ruimte gecreëerd worden en die ruimte kan leiden tot constructieve journalistiek. Soms is de simpele toevoeging van een constructief journalistieke vraag niet voldoende en moet er gekeken worden naar de kern van het format.

4.8 Resultaat Praktijkonderzoek

Het gebruik van een constructief journalistiek werkwijze zou daadwerkelijk wat kunnen betekenen voor de onderzochte programma's. Natuurlijk is een onderzoeksperiode van twee maanden niet genoeg om te zeggen dat de kwaliteit van de journalistiek ook echt vooruit gaat. Hiervoor zou deze manier van werken het komende jaar doorgezet moeten worden om te kijken of het daadwerkelijk een gewenst resultaat heeft. Dan zou er bijvoorbeeld gekeken kunnen worden naar een eventuele positieve verandering in de luistercijfers.

Tijdens de redactievergadering (Heuvelman, B. Persoonlijke communicatie, 20 december 2016) van deze programma's is er gekeken naar de toekomst. Hoe kunnen deze programma's zorgen dat ze meer luisteraars trekken, inspirerende verhalen vertellen, een ander verhaal vertellen dan andere programma's en kunnen bijdragen aan het publieke debat?

Uit dit onderzoek kan de conclusie getrokken worden het toepassen van een constructief journalistieke werkwijze wel degelijk iets zou kunnen toevoegen. Dit onderzoek focust zich vooral op de toepassing van de 'wat nu'-vraag, maar zoals Gyldensted (2016) al aangaf zou er veel meer kunnen veranderen op redacties. Deze studie kan helaas niet de gehele werkwijze van constructieve journalistiek in het onderzoek opnemen.

Het gaat erom dat er een bewustzijn gecreëerd wordt dat de traditionele manier van journalistiek bedrijven niet de enige juiste manier is. Uit de vergadering (Heuvelman, B. Persoonlijke communicatie, 20 december 2016) blijkt dat verschillende redacteuren openstaan voor nieuwe ideeën. En uit de verschillende interviews komt naar voren dat redacteuren wel degelijk wat zien in het gebruik van een constructief journalistieke werkwijze.

Of de kwaliteit van de journalistiek meteen vooruitgaat is nu niet te zeggen. Dit onderzoek heeft aangetoond dat de constructief journalistieke werkwijze zorgt voor nieuwe invalshoeken, oplossingen, verrassende antwoorden en eventuele vervolgspraken. De groei van de kwaliteit zou pas getoetst kunnen worden als deze werkwijze langere tijd systematisch zou worden toegepast op de redactie.

Hoofdstuk 5 – Conclusie

In dit hoofdstuk wordt er een antwoord gegeven op de hoofdvraag van dit onderzoek. Vervolgens is er op basis van dit antwoord een aanbeveling gedaan voor radiojournalisten bij NPO Radio 1.

5.1. Conclusie praktijkonderzoek

Constructieve journalistiek is een relatief nieuw begrip en is zich nog volop in ontwikkeling. Elke dag wordt er meer bekend over de effecten van een constructief journalistieke werkwijze. De vraag wat voor effect een constructief journalistieke werkwijze heeft op de antwoorden van gasten tijdens radioprogramma's is te beantwoorden door te kijken naar de resultaten van het praktijkonderzoek. Het doel van dit onderzoek was een antwoord te vinden op de onderzoeksvraag:

Welke mogelijke antwoorden geven geïnterviewde radiogasten van de Evangelische Omroep op de typisch constructief journalistieke vraag 'wat nu?'

Uit het praktijkonderzoek dat uitgevoerd is bij verschillende radioprogramma's van de Evangelische Omroep op NPO Radio 1 kwamen drie soorten antwoorden overtuigend naar voren. De antwoorden staan genoemd in de volgorde van degene die het meest voorkwamen naar welke het minst voor kwamen.

Oplossingsgerichte antwoorden Uit een groot deel van de geteste uitzendingen bleek het gebruik van de 'wat nu'-vraag te resulteren in oplossingsgerichte antwoorden. Hieruit kan er geconcludeerd worden dat het gebruik van een constructief journalistieke werkwijze kan leiden tot oplossingsgerichte journalistiek, ook wel '*solutions journalism*' genoemd. Van de geteste uitzendingen waar de 'wat nu'-vraag systematisch is toegepast waren oplossingsgerichte antwoorden het meest voorkomende resultaat. Het grootste deel van de gekozen respondenten beantwoorden de constructieve vraag met een oplossingsgericht antwoord. Deze antwoorden kwamen het meeste voor in het radioprogramma 'Dit is de Dag'.

Toekomstgerichte antwoorden Het tweede meest voorkomende antwoord, als resultaat van de constructieve 'wat nu'-vraag, was toekomstgericht. Hieruit kan geconcludeerd worden dat het gebruik van een constructief journalistieke werkwijze kan leiden tot toekomstgerichte journalistiek, ook wel '*prospective journalism*' genoemd. Van de geteste uitzendingen waar de 'wat nu'-vraag systematisch is toegepast kwamen toekomstgerichte antwoorden, na oplossingsgerichte antwoorden, het meeste voor. Een groot deel van de respondenten beantwoorden de constructieve vraag met een toekomstgericht antwoord. Deze antwoorden kwamen het meeste voor in het radioprogramma 'Langs de Lijn en Omstreken'.

Voorspellende antwoorden Het minst voorkomende antwoord, als resultaat van de constructieve 'wat nu'-vraag, bleek van een voorspellend karakter te zijn. Een antwoord met een voorspellend karakter is het meest verrassende resultaat van dit onderzoek. Uit vooronderzoek bleek niet dat een constructief journalistieke werkwijze ook voorspellende antwoorden als gevolg kon hebben. Dit antwoord valt niet in te delen onder de noemers oplossingsgericht, toekomstgericht, herstelgericht of depolariserend. Wel is in het onderzoek duidelijk te zien dat dit soort antwoorden vooral binnen één bepaald radioformat lijken voor te komen. Hieruit kan geconcludeerd worden dat niet elk format zich leent voor een constructief journalistieke werkwijze. Natuurlijk kunnen er wel constructief journalistieke vragen gesteld worden, maar dit lijkt weinig constructieve antwoorden als resultaat te hebben. Deze antwoorden kwamen het meeste voor in het programma 'Dit is de Nacht'.

Uit het onderzoek kan dus geconcludeerd worden dat de toepassing van een constructief journalistieke werkwijze in de radiojournalistiek van de Evangelische Omroep wel degelijk kan leiden

tot antwoorden van constructieve aard. Het directe antwoord op de onderzoeksvraag over welke antwoorden er vooral gegeven worden na de toepassing van de constructieve 'wat nu'-vraag is zowel oplossingsgerichte en toekomstgerichte antwoorden als antwoorden met een voorspellend karakter.

Welk antwoord er uit de constructieve 'wat nu'-vraag gegeven zal worden heeft ook sterk te maken met de inhoud van het format van het radioprogramma. Sommige formats lenen zich minder goed voor de toevoeging van een constructief journalistieke werkwijze en zullen daarom weinig resultaat boeken. In deze gevallen zou er gekeken moeten worden naar het gehele format en hoe dit format op constructief journalistieke wijze aangepast kan worden. Dus niet alleen de vraagstelling uitbreiden, maar het gehele format op constructieve wijze aanpassen.

Suggesties voor toekomstig onderzoek

Voor dit onderzoek is bewust gekozen om de effecten van de constructieve 'wat nu'-vraag te onderzoeken binnen de gekozen programma's. Dit onderzoek kan helaas niet alle aspecten van een constructief journalistieke werkwijze toetsen, bij verschillende radioformats, en in de scriptie opnemen. Om daadwerkelijk te bepalen of de kwaliteit van de radiojournalistiek bevordert wordt door de toepassing van een volledige constructief journalistieke werkwijze dient er verder onderzoek gedaan te worden. Op dit moment blijven er verschillende vragen daarom onbeantwoord. Het praktijkonderzoek is gedaan in een periode van 3 maanden. Om erachter te komen of de toepassing van een constructief journalistieke werkwijze ook daadwerkelijk resulteert in betere luistercijfers, dient dit in een breder tijdsbestek onderzocht te worden.

Vervolgonderzoek kan de effectiviteit van constructieve journalistiek op meerdere facetten binnen de radiojournalistiek bepalen. Dit is een belangrijk onderwerp voor vervolgonderzoek.

Onderzoeksvragen die gesteld kunnen worden zijn:

- Welk radioformat leent zich het beste voor constructieve journalistiek?
- Bevordert constructieve journalistiek de kwaliteit van radiojournalistiek?
- Zijn radioprogramma's binnen de publieke omroep bereidt om hun journalistieke werkwijze bij te schaven?

5.2 Advies aan redacties NPO Radio 1

Onderzoeksvraag:

Welke mogelijke antwoorden geven geïnterviewde radiogasten van de Evangelische Omroep op de typische constructief journalistieke vraag 'wat nu'?

Aanbeveling

Uit dit onderzoek komen verschillende aanbevelingen naar voren voor journalistieke radioredacties bij de Evangelische Omroep op NPO Radio 1. Uit het onderzoek blijkt dat het gebruik van een constructief journalistieke werkwijze wel degelijk kan resulteren in vernieuwende verhalen. Daarom hier een kort overzicht van aanbevelingen.

1. Voeg vaker een constructief journalistieke vraag toe aan het vragenpakket die gesteld worden aan gasten bij de programma's 'Dit is de Dag' en 'Langs de Lijn en Omstreken'.
2. Uit de diepte-interviews met samensteller Steven Emmens (Bijlage 7.) verslaggever Reinout Meijer (Bijlage 8.) en redacteur Bas Redeker (Bijlage 9.) bleek dat er bij het programma 'Langs de Lijn en Omstreken' een sterke behoefte is om inspirerend en hoopvol te zijn. Het toepassen van een constructief journalistieke werkwijze kan hier aan bijdragen en resulteren in meer inspirerende en hoopvolle verhalen.

3. Bij het programma 'Dit is de Dag' kan een constructieve journalistieke vraag vaker zorgen voor een oplossingsgericht einde van een discussie. Deze vraag kan zorgen voor verrassende antwoorden en ook voor verrassende resultaten.

Deze aanbevelingen kunnen gebruikt worden om te onderzoeken of een constructief journalistieke werkwijze op lange termijn resulteert in de verbetering van de journalistieke producten en het stijgen van de luistercijfers.

Literatuurlijst

- 't Hoog, A. Van. (2007, 17 augustus). Waar blijft de Nederlandse Elements of Journalism? Geraadpleegd van <http://www.denieuwereporter.nl/2007/08/waar-blijft-de-nederlandse-elements-of-journalism/>
- Albeanu, C. (2016, 08 april). 3 reasons why constructive journalism could improve your reporting. Geraadpleegd van <https://www.journalism.co.uk/news/3-reasons-why-constructive-journalism-could-improve-your-reporting/s2/a626876/>
- Bardoel, J., & Haan, Y. de. (2013). *Tien jaar na Fortuyn: kritiek en verantwoording bij Nederlandse nieuwsorganisaties* (ISSN: 1384-6930). Geraadpleegd van [http://www.cs.ru.nl/~tomh/onderwijs/om2%20\(2005\)/om2_files/syllabus/kwalitatief.pdf](http://www.cs.ru.nl/~tomh/onderwijs/om2%20(2005)/om2_files/syllabus/kwalitatief.pdf)
- Baumeister, R. F., Finkenauer, C., Bratslavsky, E., & Vohs, K. D. (2001). *Bad Is Stronger Than Good* (5e ed.). doi:10.1037//1089-2680.5.4.323
- BBC Radio 4. (2015, 3 maart). Good News is No News [Radio uitzending]. Geraadpleegd van <http://www.bbc.co.uk/programmes/b051r7j4>
- Berkhead, S. (2015, 28 december). 11 tools for verification and fact-checking in 2016. Geraadpleegd van <https://ijnet.org/en/blog/11-tools-verification-and-fact-checking-2016>
- Botton, A. de. (2014). *The News: A User's Manual*. London, Verenigd Koninkrijk: Penguin Books UK.
- Cahalane, C. (2012, 24 september). News doesn't reflect real world, says former newsreader Martyn Lewis. Geraadpleegd van <https://www.positive.news/2012/society/media/9085/news-doesnt-reflect-real-world-newsreader-martyn-lewis/>
- Camps, C., & Kok, F. (2016). *Radio luistercijfers oktober-november 2016*. Geraadpleegd van http://www.nationaalluisteronderzoek.nl/images/Persbericht_201611.pdf
- Cobben, I. (2016, 14 januari). Is constructive journalism finally taking off? Geraadpleegd van <http://blog.wan-ifra.org/2016/01/14/is-constructive-journalism-finally-taking-off>
- Corten, M. (2016, 12 september). De (zelf)destructie van constructieve journalistiek. Geraadpleegd van <http://www.denieuwereporter.nl/2016/09/de-zelfdestructie-van-constructieve-journalistiek/>
- Dingemanse, K. (2016, 27 september). Participerende Observatie. Geraadpleegd van <https://www.scribbr.nl/onderzoeksmethoden/observatie-je-scriptie/>
- Dobelli, R. (2013, 12 april). News is bad for you and giving up reading it will make you happier. Geraadpleegd van <https://www.theguardian.com/media/2013/apr/12/news-is-bad-rolf-dobelli>
- Doest, P. ter. (2016, 08 januari). Bij welke nieuwe journalistieke stroming hoor jij? Geraadpleegd van <http://www.denieuwereporter.nl/2016/01/bij-welke-journalistieke-stroming-hoor-jij>

- Drayer, E. (2016, 13 juni). De geur van heiligheid bij de Correspondent. Geraadpleegd van <http://www.volkskrant.nl/opinie/de-geur-van-heiligheid-bij-de-correspondent~a4299757/>
- Dyer, J. (2015, 11 juni). Is Solutions Journalism the Solution? Geraadpleegd van <http://niemanreports.org/articles/is-solutions-journalism-the-solution/>
- Engaging News Project. (2016). *Writing Solution Headlines*. Geraadpleegd van https://engagingnewsproject.org/enp_prod/wp-content/uploads/2016/06/Engaging-News-Project-Writing-Solutions-Headlines.pdf
- Genugten, L. van. (2015, 02 september). Constructive journalism: journalisten verbeteren de wereld. Geraadpleegd van <https://www.oneworld.nl/opinie/constructive-journalism-journalisten-verbeteren-de-wereld>
- Gielan, M. (2015). What's Working | The Huffington Post. Geraadpleegd van <http://transformativejournalism.com/huffington-post-whats-working/>
- Green, G. (2016, 23 februari). 'What Now' for News? Geraadpleegd van http://www.huffingtonpost.co.uk/giselle-green/positive-news-constructive-journalism_b_9296374.html
- Gyldensted, C. (2014, 24 februari). How journalists could be more constructive and boost audiences. Geraadpleegd van <https://www.theguardian.com/media-network/2014/oct/24/constructive-journalism-de-correspondent>
- Gyldensted, C. (2014, 14 augustus). You will not believe what Upworthy can teach the media about sustainability. Geraadpleegd van <https://www.theguardian.com/sustainable-business/upworthy-media-role-climate-change-journalism>
- Gyldensted, C. (2015). *Mirrors to Movers: Five Elements of Positive Psychology in Constructive Journalism*. London, Verenigd Koninkrijk: CreateSpace Independent Publishing Platform;.
- Gyldensted, C. (2015, 06 januari). Constructive journalism charges ahead. Geraadpleegd van <https://www.positive.news/2015/society/media/16907/constructive-journalism-charges>
- Gyldensted, C. (2016, 13 mei). Constructive Journalism Network [Video]. Geraadpleegd van <https://www.youtube.com/channel/UCnCLOu8vgs8NsTEmT5dpPBg>
- Gyldensted, C. (2016, 13 juli). Journalism gives color to the society. Geraadpleegd van <https://www.windesheiminternational.nl/research/media/constructive-journalism/news/journalistiek-kleurt-de-samenleving/>
- Gyldensted, C. (2016, 14 januari). Rift Across Europe. Geraadpleegd van http://www.huffingtonpost.com/cathrine-gyldensted/the-rift-across-europe_b_8971200.html
- Hammonds, K. (2014, 2 juni). Lab Test: Solutions Journalism Beats Brand X. Geraadpleegd van <http://solutionsjournalism.org/lab-test-solutions-journalism-beats-brand-x/>

- Hammonds, K. (2016, 31 maart). Solutions Journalism Engages Audiences Differently... & Longer. Geraadpleegd van <http://solutionsjournalism.org/solutions-journalism-engages-audiences-differently-longer/>
- Jack, I. (2014, 24 januari). The News: A User's Manual by Alain de Botton review. Geraadpleegd van <https://www.theguardian.com/books/2014/jan/29/news-users-manual-alain-de-botton-review>
- Johnston, W. M., & Davey, G. C. L. (1997, februari). The psychological impact of negative TV news bulletins: The catastrophizing of personal worries. Geraadpleegd van <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.2044-8295.1997.tb02622.x/abstract>
- Kern, J. (2008). *Sound Reporting: The NPR Guide to Audio Journalism and Production*. Chicago, Verenigde Staten: The University Of Chicago Press.
- Koetsenruijter, W., & Hout, T. Van. (2014). *Methoden voor journalism studies*. Den Haag, Nederland: Boom Lemma.
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect, Completely Updated and Revised* (Herz. ed.). California, Verenigde Staten: Three Rivers Press.
- Kruijff, S. (2017, 06 januari). Een nieuwjaarswens aan mijn zesjarige zoon. Geraadpleegd van <https://www.nrc.nl/nieuws/2017/01/06/een-nieuwjaarswens-aan-mijn-zesjarige-zoon-6103206-a1540135>
- Kussendrager, N. (2014). *Basisboek Journalistiek* (5e ed.). Groningen/Houten, Nederland: Noordhoff.
- Kussendrager, N. (2015, 5 oktober). Journalisten nemen ook zelf hun vak niet langer serieus. Geraadpleegd van <https://www.villamedia.nl/artikel/journalisten-nemen-ook-zelf-hun-vak-niet-langer-serieus>
- Lule, J. (2001). *Daily News, Eternal Stories*. New York, Verenigde Staten: Guilford Publications.
- Marselis, D. (2016, 28 juni). "Journalistiek lijdt vaak aan tunnelvisie. En iedereen zit in diezelfde tunnel." Geraadpleegd van <http://www.denieuwereporter.nl/2016/06/journalistiek-lijdt-vaak-aan-tunnelvisie-en-iedereen-zit-in-diezelfde-tunnel/>
- McIntyre, K., & Gibson, R. (2015). Positive News Makes Readers Feel Good: Using a 'Silver Linings' Approach to Negative News Can Attract Audiences. Geraadpleegd van <http://karenmcintyre.org/>
- Mental Health Foundation. (2015). *Mental health statistics: UK and worldwide*. Geraadpleegd van <https://www.mentalhealth.org.uk/statistics/mental-health-statistics-uk-and-worldwide>
- Mesters, B. (2016). *Wat nu?*. Geraadpleegd van <http://constructievejournalistiek.nl>
- Mol, E. van. (z.j.). *Constructive Journalism [Illustratie]*. Geraadpleegd van <http://www.doorbraak.be/nl/constructive-journalism>

- Nederlandse Vereniging van Journalisten. (2013). *Code voor de Journalistiek*. Geraadpleegd van <https://www.nvj.nl/wat-wij-doen/dossiers/ethiek/code-voor-de-journalistiek>
- Nevill, G. (2015, 19 maart). A new way of telling a news story. Geraadpleegd van <http://themediainline.co.za/2015/03/a-new-way-of-telling-a-news-story/>
- New York Magazine. (2016, 24 juli). 113 Journalists Surveyed on Why They're So Despised. Geraadpleegd van <http://nymag.com/daily/intelligencer/2016/07/media-survey.html>
- New York Magazine. (2016, 25 juli). The Case Against the Media, By the Media. Geraadpleegd van <http://nymag.com/daily/intelligencer/2016/07/case-against-media.html>
- Niehe, T. (2015). Constructieve Onderzoeksjournalistiek: werkt dat? Geraadpleegd van <http://www.vvoj.nl/2015/11/23/klaar-alleen-nog-foto-tvb-constructieve-onderzoeksjournalistiek-werkt-dat/>
- NPO Radio 1. (2016, 01 januari). Dit is de Nacht. Geraadpleegd van <http://www.nporadio1.nl/dit-is-de-nacht>
- Pascha, M. (2015, 19 juni). PERMA model. Geraadpleegd van <https://positivepsychologyprogram.com/perma-model/>
- Pfauth, E. J. (2015, 1 december). Dutch journalism platform the Correspondent reaches milestone of 40,000 paying members. Geraadpleegd van <https://medium.com/de-correspondent/dutch-journalism-platform-the-correspondent-reaches-milestone-of-40-000-paying-members-a203251c2de2>
- Pleijter, A. (2015, 20 november). Cathrine Gyldensted pleit voor oplossings-en toekomstgerichte journalistiek. Geraadpleegd van <http://www.denieuwereporter.nl/2015/11/cathrine-gyldensted-pleit-voor-oplossings-en-toekomstgerichte-journalistiek/>
- Posetti, J. (2014, 14 november). Constructive News: The next mega trend in journalism? Geraadpleegd van <http://blog.wan-ifra.org/2014/11/14/constructive-news-the-next-mega-trend-in-journalism>
- Positive News. (2015, 13 oktober). Six myths of positive news reporting debunked. Geraadpleegd van <https://www.positive.news/2015/society/media/18633/six-myths-positive-news-reporting-debunked/>
- Positive News. (2015, 18 mei). How constructive journalism could help solve the ethical dilemma of overly negative news. Geraadpleegd van <https://www.positive.news/2015/perspective/17523/constructive-journalism-help-solve-ethical-dilemma-overly-negative-news/>
- Positive Psychology Program. (2015, 19 juni). Perma-Model. Geraadpleegd van <https://positivepsychologyprogram.com/perma-model>
- Raad voor de Journalistiek. (2015). *Leidraad*. Geraadpleegd van <https://www.rvdj.nl/leidraad>

- Radio 1 - De Ochtend. (2012, 24 september). Björn Soenens: Constructieve Journalistiek voor Nederlanders [Radio uitzending]. Geraadpleegd van <https://www.youtube.com/watch?v=aVoh7Tltd1g>
- Rani, R. S. (2016, 11 juli). Study: Solutions-Oriented Headlines Got More Clicks. Geraadpleegd van <https://medium.com/the-whole-story/study-solutions-oriented-headlines-got-more-clicks-65010c9fd436>
- Reulink, N., & Lindeman, L. (2005). *Kwalitatief Onderzoek*. Geraadpleegd van [http://www.cs.ru.nl/~tomh/onderwijs/om2%20\(2005\)/om2_files/syllabus/kwalitatief.pdf](http://www.cs.ru.nl/~tomh/onderwijs/om2%20(2005)/om2_files/syllabus/kwalitatief.pdf)
- Rice-Oxley, M. (2016, 1 juni). Fed up with all the dreadful news out there? Then click here. Geraadpleegd van <https://www.theguardian.com/world/2016/jun/01/and-now-for-something-completely-different-some-positive-news>
- Schaik, E. van. (2016, 20 mei). Constructieve journalistiek is geen malle mode. Geraadpleegd van <https://www.villamedia.nl/artikel/constructieve-journalistiek-is-geen-malle-mode>
- Schipper, N. (2015, 02 september). De aangespoelde peuter die de wereld schokte. Geraadpleegd van <http://www.trouw.nl/tr/nl/36361/Vluchtelingen/article/detail/4134438/2015/09/02/De-aangespoelde-peuter-die-de-wereld-schokte.dhtml>
- Scott, C. (2015, 30 november). 5 key research findings about young online audiences from BBC World Service. Geraadpleegd van <https://www.journalism.co.uk/news/five-key-research-findings-about-young-online-audiences-from-bbc-world-service/s2/a588021/>
- Seligman, M. (2012, 13 december). PERMA [Video]. Geraadpleegd van https://www.youtube.com/watch?v=iK6K_N2qe9Y
- Serani, D. (2011, 7 juni). If It Bleeds, It Leads: Understanding Fear-Based Media. Geraadpleegd van <https://www.psychologytoday.com/blog/two-takes-depression/201106/if-it-bleeds-it-leads-understanding-fear-based-media>
- Smouter, K. (2015, 9 september). Nieuws is pathologisch pessimistisch. Tijd om daar iets te doen.. Geraadpleegd van <https://decorrespondent.nl/3180/Nieuws-is-pathologisch-pessimistisch-Tijd-om-daar-iets-aan-te-doen/601576595400-7bf04941>
- Snel, J. (2016). *Tien Journalistieke Idealen*. Amsterdam, Nederland: Boom.
- South Park. (2001, 7 november). Osama Bin Laden Has Farty Pants [Video]. Geraadpleegd van <http://southpark.cc.com/full-episodes/s05e09-osama-bin-laden-has-farty-pants#source=6154fc40-b7a3-4387-94cc-fc42fc47376e:25eebb4a-ed8e-11e0-aca6-0026b9414f30&position=9&sort=!airdate>
- Taverne, E., & Hietbrink, N. (2016). Björn Soenens, de worsteling van de hoofdredacteur. *Constructieve Journalistiek: een magazine over journalistiek die vooruit kijkt*, pp. 36-40.
- Teeffelen, K. van. (2016, 10 februari). Constructieve journalistiek: mag het wat opbouwender? Geraadpleegd van <http://www.trouw.nl/tr/nl/5133/Media->

technologie/article/detail/4241869/2016/02/10/Constructieve-journalistiek-mag-het-wat-opbouwender.dhtml

Tenore, M. J. (2014, 02 september). How constructive journalism can improve the way media makers tell stories. Geraadpleegd van <http://ivoh.org/constructive-journalism/>

The Huffington Post UK. (2015, 15 oktober). What's Working: Why good news is big news [Video]. Geraadpleegd van <https://www.youtube.com/watch?v=7p9m-fMJY8A>

The Investigative Staff of the Boston Globe. (2015). *Betrayal The Crisis in the Catholic Church: The Findings of the Investigation That Inspired the Major Motion Picture Spotlight*. New York, Verenigde Staten: Little, Brown & Company.

Toimitus, T. (2016, 13 mei). NEGATIVITY IS NOT THE ONLY WAY CONSTRUCTIVE JOURNALISM CHALLENGES THE CORE THINKING OF NEWS REPORTING. Geraadpleegd van <http://tuima.fi/negativity-is-not-the-only-way-constructive-journalism-challenges-the-core-thinking-of-news-reporting/>

Tomm, K. (1988). *Interventive Interviewing: Part 111. Intending to Ask Lineal, Circular, Strategic or Reflexive Questions?*. Geraadpleegd van <http://www.familytherapy.org/documents/Interventive3.PDF>

Tullis, A. (2014, 18 november). Constructive Journalism: emerging mega-trend or a recipe for complacency? Geraadpleegd van <http://blog.wan-ifra.org/2014/11/18/constructive-journalism-emerging-mega-trend-or-a-recipe-for-complacency>

Vereniging van Onderzoeksjournalisten. (2015, 01 oktober). Cathrine Gyldensted op #VVOJ15. Geraadpleegd van <http://www.vvoj.nl/2015/10/01/cathrine-gyldensted-opent-vvoj15/>

Vriend, E., & Hietbrink, N. (2016). Lezers/leden. *Constructieve Journalistiek: een magazine over journalistiek die vooruit kijkt*, pp. 6-11.

Wikipedia. (2016, 04 september). Constructive journalism. Geraadpleegd van https://en.wikipedia.org/wiki/Constructive_journalism

Wikipedia. (2016, 31 augustus). Dit is de Dag. Geraadpleegd van https://nl.wikipedia.org/wiki/Dit_is_de_Dag

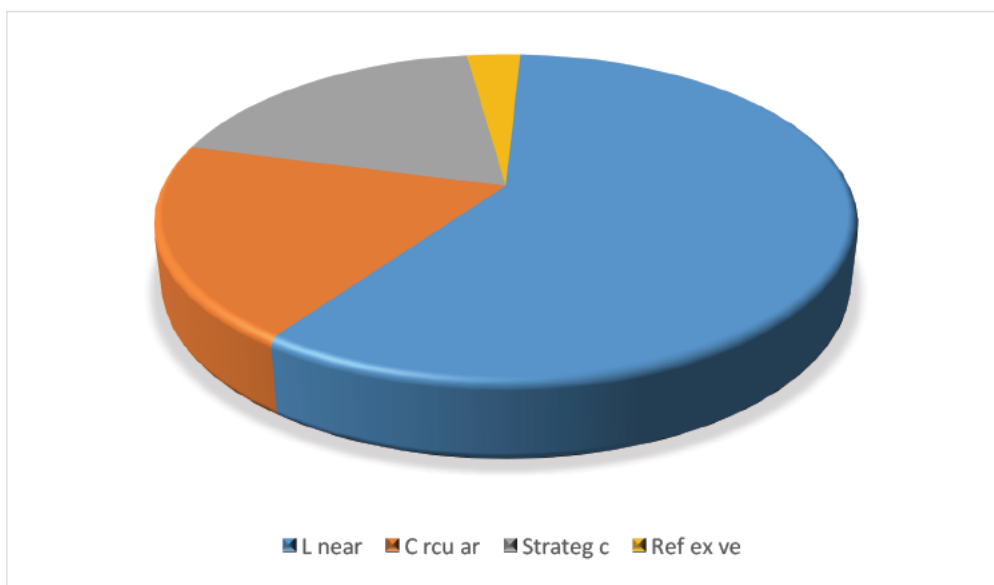
Windesheim University of Applied Sciences. (2015). Historical Background. Geraadpleegd van <https://www.windesheiminternational.nl/research/media/constructive-journalism/about-constructive-journalism/historical-background/>

Wits Journalism. (2015, 02 maart). Moving beyond smiley faces and sunshine journalism. Geraadpleegd van <http://www.journalism.co.za/blog/moving-smiley-faces-sunshine-journalism/>

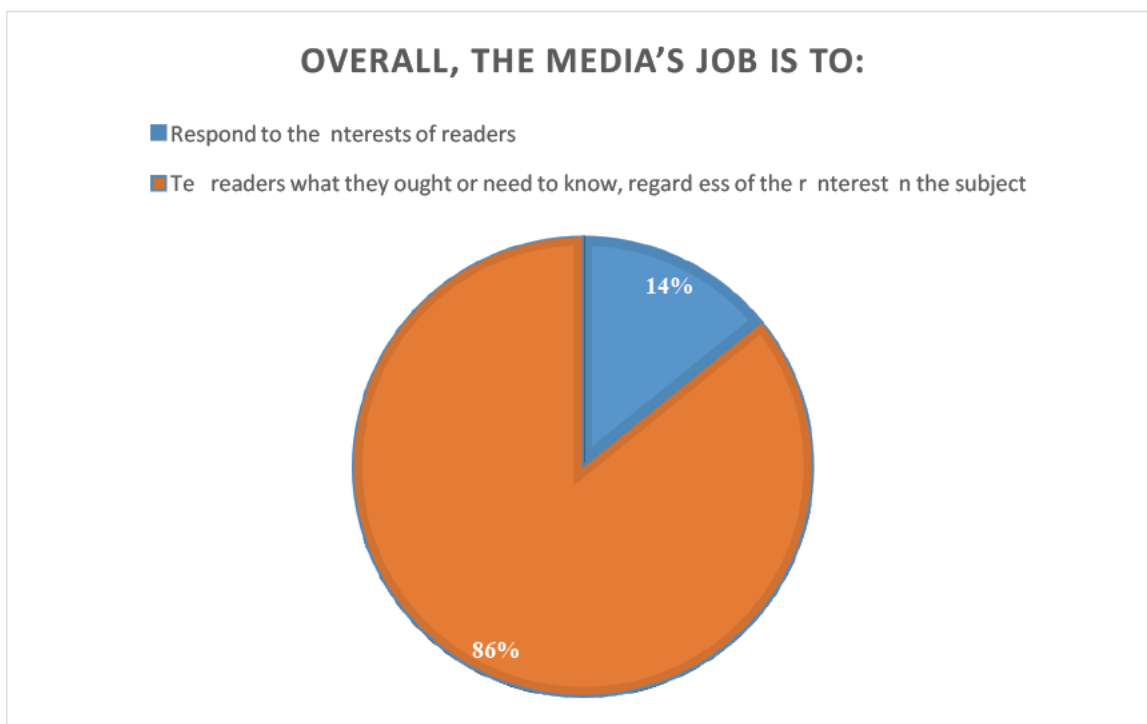
Woodward, B., & Bernstein, C. (2014). *All the President's Men*. New York, Verenigde Staten: Simon & Schuster.

Bijlagen

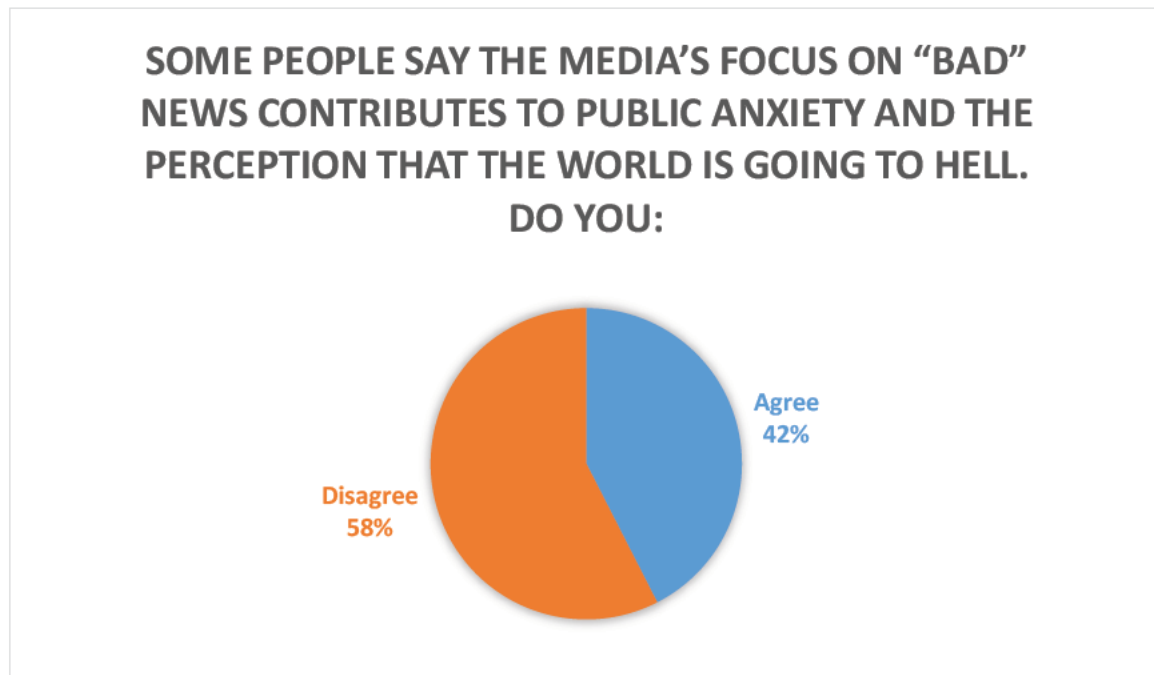
Bijlage 1. Grafiek: 'Type of Questions' (New York Magazine, 2016)



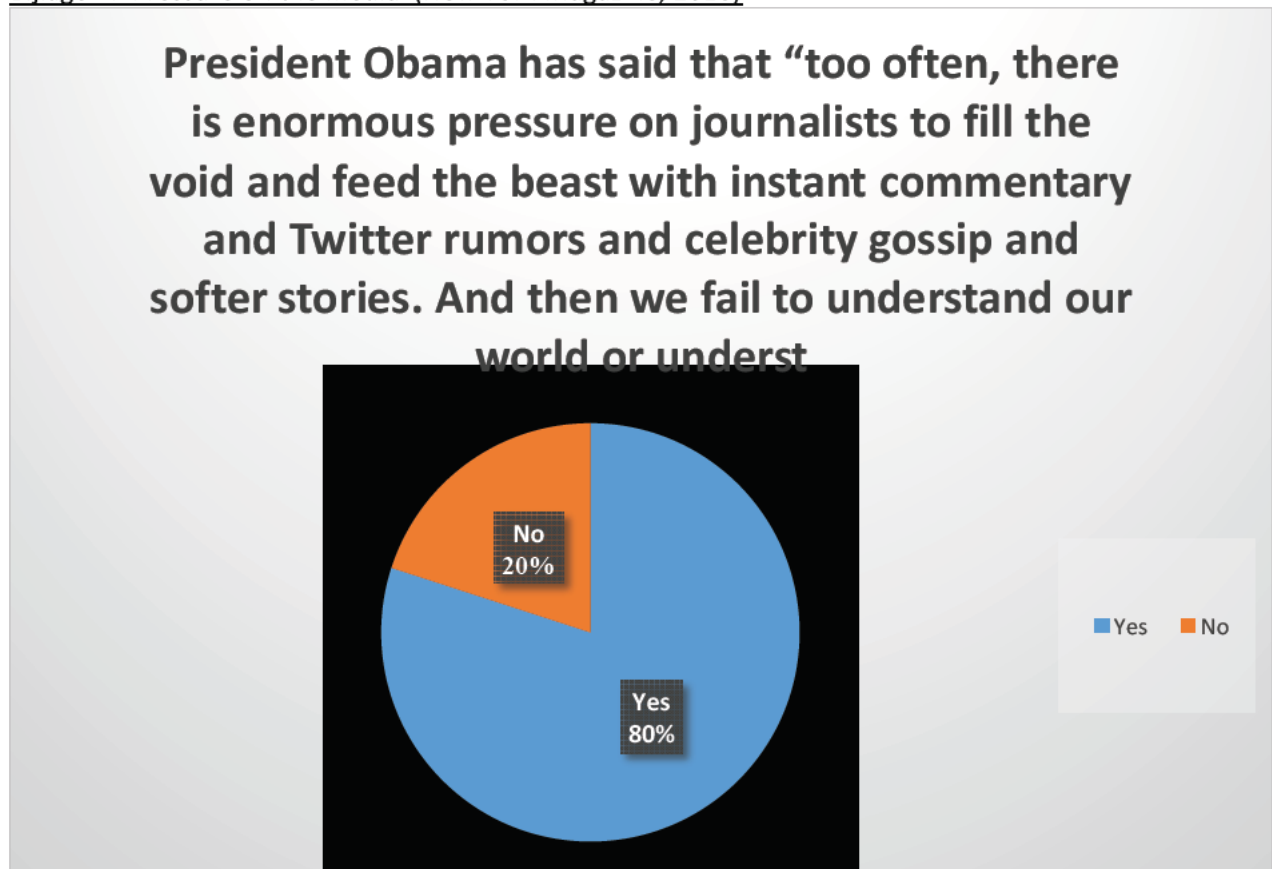
Bijlage 2. Grafiek: 'The Media's Job' (New York Magazine, 2016)



Bijlage 3. Grafiek: 'Focus on the bad' (New York Magazine, 2016)



Bijlage 4. 'Pressure on the media' (New York Magazine, 2016)



Bijlage 5. Bronnen Praktijkonderzoek

Dit is de Dag

Van den Brink, T. (presentator). (2016, 25 oktober) *Angst voor aantasting landschap door nieuwe bossen*. [radiofragment] In S. Van Veen (producent). Dit is de Dag. Hilversum, Nederland: NPO Radio 1.

Van den Brink, T. (presentator). (2016, 28 oktober) *Discriminatie van vrouwen op de loonstrook bestaat niet*. [radiofragment] In S. Van Veen (producent). Dit is de Dag. Hilversum, Nederland: NPO Radio 1.

Van den Brink, T. (presentator). (2016, 21 november) *Wienen: stuklopen bed, bad, brood vanwege campagne VVD* [radiofragment]. In S. Van Veen (producent). Dit is de Dag. Hilversum, Nederland: NPO Radio 1.

Van den Brink, T. (presentator). (2016, 23 november) *Ter Horst: arrogante zorgverzekeraars op stoel behandelaar* [radiofragment] In S. Van Veen (producent). Dit is de Dag. Hilversum, Nederland: NPO Radio 1.

Van den Brink, T. (presentator). (2016, 28 november) *Omroep straks verplicht om fouten te rectificeren*. [radiofragment] In S. Van Veen (producent). Dit is de Dag. Hilversum, Nederland: NPO Radio 1.

Van den Brink, T. (presentator). (2016, 1 december) *Iedere gemeente een rijdende rechter*. [radiofragment] In S. Van Veen (producent). Dit is de Dag. Hilversum, Nederland: NPO Radio 1.

Van den Brink, T. (presentator). (2016, 9 december) *Stevige discussie over uitspraak Wildersproces*. [radiofragment] In S. Van Veen (producent). Dit is de Dag. Hilversum, Nederland: NPO Radio 1.

Van den Brink, T. (presentator). (2016, 16 december) *Killerrobots halen menselijk aspect uit oorlog voeren*. [radiofragment] In S. Van Veen (producent). Dit is de Dag. Hilversum, Nederland: NPO Radio 1.

Van den Brink, T. (presentator). (2016, 19 december) *Bescherm een vergunning zelfstandige prostituees tegen uitbuiting?*. [radiofragment] In S. Van Veen (producent). Dit is de Dag. Hilversum, Nederland: NPO Radio 1.

Langs de Lijn en Omstreken

Meeder, R. (presentator). (2016, 8 november) *Gnoes en zebra's gaan olifanten redden* [radiofragment] In S. Van Veen (producent). Langs de Lijn en Omstreken. Hilversum, Nederland: NPO Radio 1.

Stomphorst, J. (presentator). (2016, 10 november) *Jonge filmmaker genomineerd voor prijs* [radiofragment]. In S. Van Veen (producent). Langs de Lijn en Omstreken. Hilversum, Nederland: NPO Radio 1.

Snel, J. (presentator). (2016, 24 november) *Topstuk museum Leiden blijkt vals* [radiofragment] In G. Van Riet (producent). Langs de Lijn en Omstreken. Hilversum, Nederland: NPO Radio 1.

Stomphorst, J. (presentator). (2016, 29 november) *Grafheuvels gevonden op Utrechtse Heuvelrug*. [radiofragment]. In S. Van Veen (producent). Langs de Lijn en Omstreken. Hilversum, Nederland: NPO Radio 1.

Klamer, R. (presentator). (2016, 20 december) *Versneden schilderijen opnieuw samengebracht in tentoonstelling Linking Pieces*. [radiofragment]. In S. Van Veen (producent). Langs de Lijn en Omstreken. Hilversum, Nederland: NPO Radio 1.

Klamer, R. (presentator). (2016, 20 december) *Betaal 2 euro en laat de wens van een ander uitkomen*. [radiofragment]. In S. Van Veen (producent). Langs de Lijn en Omstreken. Hilversum, Nederland: NPO Radio 1.

Dit is de Nacht

Van Veen, S. (presentator). (2016, 8 november) *Als de Dijken Breken* [radiofragment]. In S. Van Veen (producent). Dit is de Nacht. Hilversum, Nederland: NPO Radio 1.

Van Veen, S. (presentator). (2016, 8 november) *Liegen en Bedriegen* [radiofragment]. In R. Borger (producent). Dit is de Nacht. Hilversum, Nederland: NPO Radio 1.

Van Veen, S. (presentator). (2016, 8 november) *China over Amerikaanse verkiezingen* [radiofragment]. In S. Van Veen (producent). Dit is de Nacht. Hilversum, Nederland: NPO Radio 1.

Van Veen, S. (presentator). (2016, 8 november) *Rusland over Amerikaanse verkiezingen* [radiofragment]. In S. Van Veen (producent). Dit is de Nacht. Hilversum, Nederland: NPO Radio 1.

Van Veen, S. (presentator). (2016, 8 november) *Amerika wacht op uitslag van de verkiezingen* [radiofragment]. In S. Van Veen (producent). Dit is de Nacht. Hilversum, Nederland: NPO Radio 1.

Van Veen, S. (presentator). (2016, 6 december) *Nieuw Google Datacenter in Eemshaven*. [radiofragment]. In M. Broersma (producent). Dit is de Nacht. Hilversum, Nederland: NPO Radio 1.

Van Veen, S. (presentator). (2016, 6 december) *40 jaar na de arrestatie Pieter Menten*. [radiofragment]. In R. Borger (producent). Dit is de Nacht. Hilversum, Nederland: NPO Radio 1.

Van Veen, S. (presentator). (2016, 6 december) *Nederlaag Italiaans Referendum*. [radiofragment]. In M. Broersma (producent). Dit is de Nacht. Hilversum, Nederland: NPO Radio 1.

Van Veen, S. (presentator). (2016, 6 december) *Overstroming vakantieoord Spanje*. [radiofragment]. In R. Borger (producent). Dit is de Nacht. Hilversum, Nederland: NPO Radio 1.

Van Veen, S. (presentator). (2016, 6 december) *Hoe om te gaan met winterdepressies?* [radiofragment]. In M. Broersma (producent). Dit is de Nacht. Hilversum, Nederland: NPO Radio 1.

Van Veen, S. (presentator). (2016, 27 december) *Een treurig muziekjaar: van George Michael tot David Bowie*. [radiofragment]. In R. Borger (producent). Dit is de Nacht. Hilversum, Nederland: NPO Radio 1.

Van Veen, S. (presentator). (2016, 27 december) *Een nieuwsjaar vol verrassingen: Van Trump tot Brexit*. [radiofragment]. In R. Borger (producent). Dit is de Nacht. Hilversum, Nederland: NPO Radio 1.

Van Veen, S. (presenter). (2016, 27 december) *Een sportjaar met twee gezichten*. [radiofragment] In M. Broersma (producent). Dit is de Nacht. Hilversum, Nederland: NPO Radio 1.

Van Veen, S. (presenter). (2016, 27 december) *2017 wordt onzeker jaar voor de natuur*. [radiofragment] In R. Borger (producent). Dit is de Nacht. Hilversum, Nederland: NPO Radio 1.

Van Veen, S. (presenter). (2016, 27 december) *Append en linkend het jaar uit*. [radiofragment] In M. Broersma (producent). Dit is de Nacht. Hilversum, Nederland: NPO Radio 1.

Van Veen, S. (presenter). (2016, 27 december) *Een vooruitblik op 2017*. [radiofragment] In M. Broersma (producent). Dit is de Nacht. Hilversum, Nederland: NPO Radio 1.

Persoonlijke interviews

Bijlage 6. Persoonlijk interview Cathrine Gyldensted

Interview: Cathrine Gyldensted

Titel: Deense journaliste en grondlegger van 'constructieve journalistiek'

Datum: 06-12-2016

Sjors van Veen: **SV**

Cathrine Gyldensted: **CG**

SV: *We've talked about constructive journalism multiple times. Can you tell me if constructive journalism has become more popular in the last few years?*

CG: *Yes. I get around 10 new emails every week from people asking more about constructive journalism. They want to get to know resources and connect with other people who have experience with constructive journalism. There was this conference at Windesheim about constructive journalism and we had people visiting from the USA, South-Africa, Scandinavia and Asia. So I think it's growing more popular. But I'm in the centre of all of this so I can't be biased.*

SV: *Is that interest coming from journalists?*

CG: *Yes. Journalists, editors, managers of newsrooms...really the profession. The second interest group comes from researchers. Researchers who want to find out what has been done, what kind of evidence we have, what still has to be done, etc. Those are the main two groups.*

SV: *What are your experiences with those people. Do those journalists want to find a new way to conduct their work?*

CG: *Yes. Most of them are interested in learning about tools and techniques. They want concrete examples because it's a very hands-on profession. You can talk about the concept, but it needs to be concrete. You need examples that show what it looks like in the real journalistic work. So I gave as many examples as I could. All the speakers at the conference were asked give examples about how they conduct their work back home. To take it from a overall vision to concrete examples. And the conference is the latest expression of that.*

SV: *I noticed that a lot of journalists think they have to change their ways when thinking about constructive journalism. The thing they are used to isn't working, so they have to change their way of work. But it's not that is it?*

CG: *That depends on who the journalist is. It depends on how they conduct their work. But for most it's just like an extra layer. But if you are strong in your methodology and in your journalistic techniques, then it's not that big of an addition. It will make logical sense. So it depends on the journalist you are asking.*

SV: *So it's not about changing your ways but about adding some extra tools?*

CG: *I think so. But I also met colleagues who find it very overwhelming. But most of the time that has something to do with their way of working. If you are confident about your methodology then you can easily add some extra layers. If you are not confident then it can be overwhelming. Those people get a distant stare when I talk about constructive journalism. But I think that's because they are not confident about their way of interviewing.*

SV: For example when you ask about one subject and one problem, but not about anything else?

CG: Yes exactly.

SV: I'm almost graduated so I'm really trying to find a way to conduct my work. And then I have a choice to do my work as I was taught or find a new way of doing it. I can understand people find it hard to choose between those two.

CG: It is, and some people choose to stay with their old ways. And some percentage want to break new ground. So always have frontrunners, the majority and the late bloomers.

SV: Are there a lot of frontrunners when it comes to constructive journalism?

CG: No. The frontrunners I know were at the conference. But the real frontrunner in my view would be De Correspondent. It's worth noticing that they are not journalists by profession. They are philosophers and historians who work journalistically. Of course they are identified as journalists, but they are not trained in the way journalism is being taught. And that is their strength. They are not fenced in by the way we do things. They think differently. And that's why they disrupted. The frontrunners are not conventional journalists. But there are conventional companies who are on board as well, like The Guardian, the BBC, Swedish National Television, Spiegel, the Economist, The Huffington Post, etc.

SV: Those are some mainstream media organisations. They are trying to pick up constructive journalism. But it's still some small sections instead of on the whole. Is that how it goes? Start small, end big?

CG: In my opinion no. I want it all. I want to see it as an integrated way of the way we cover way. Not just as a category. Because then people will only read those stories if they go and look for them. But I want to see it integrated in the overall news. But I guess managementwise you'll need to do much more work if you want to achieve that. Because you'll have to train across all newsrooms. So it depends on who you ask and where you look.

SV: Some companies are having trouble with integrating constructive journalism. Just look at what happened at VRT in Belgium. That went all wrong. Do you hear more about newsrooms coping with struggles from integrating constructive journalism?

CG: Well there is reasonable critique about constructive journalism. The way VRT tried to integrate was all wrong and it didn't work. You can't blame constructive journalism as a whole for that.

SV: There were a lot of journalists who used this example to show people constructive journalism doesn't work.

CG: Those people have a limited way of thinking, because at other places it does work.

SV: Do you have examples for that?

CG: Just look at the conference. We had The Guardian, BBC, De Correspondent, Omroep West, etc. There are a lot of organisations where it does work. They are doing it.

SV: But there it's not the overall plan right? Just some sections.

CG: *Yeah. But that's the way it works for them. That's their strategy.*

SV: *There is not a lot of experience with constructive journalism in radio. Do you think it's easy to adapt it in radio?*

CG: *Yes absolutely. It's not limited to one specific platform. All mediaplatforms could use it.*

SV: *How could radio use it?*

CG: *Debate formats in the studio could really provide from constructive journalism. Some radiostations are doing interviews and debates by using constructive journalism. I'm a radiojournalist myself and I can use it.*

SV: *During my investigation a lot of radiojournalists told me they were scared constructive journalism would damage their format. You understand that?*

CG: *Yes it is challenging to do something new.*

SV: *In a debate you look for opponents. I can imagine it can be really hard to add a constructive question to that conversation?*

CG: *Yes it could be. But that's because we have these standard formats. Formats have rules and they have their place. But it's old fashioned. What would people gain from hearing two people fight about something. You have someone who is for and someone who is against. So what? In my opinion we need a conversation that can add something to society. A lot of journalists these days ask why they missed some stories, this is the reason. We have all these formats we try to accomodate that we just miss some stories. I would say keep the format if you think it's productive, but I think it's time journalists add some other formats.*

SV: *But when you have two sides fighting and telling their story, you give the audience the opportunity to form their own opinion.*

CG: *That's not what people say after hearing a conversation like this. They get even more confused about the subject. Or even disgusted or turned off.*

SV: *Will people change the channel when that happens?*

CG: *They already are. In some areas.*

SV: *In Dutch public radio they have to save money. They want to find new ways to draw the audience, but they are afraid of changing.*

CG: *When the proffesion is in trouble most of the people will keep doing what they know. Some frontrunners will change and those companies work with me. But this is not the majority. The majority will choose for what they know.*

SV: *Do you think it's possible for young journalists to change the way of journalism?*

CG: *That depends on how bold a person is. If you really believe in a different way you have to take a risk. And most mediacompanies avoid risks. Is they take a risk they placet he risk on someone form the outside. Never from within. It is possible, but it's hard. You'll need someone who believes in you,*

like an editor. Then you can make a change. In Scandinavia and The Netherlands there are some pioneers and they struggle of succes. It depends on you and them.

SV: *A lot of journalists are afraid that constructive journalism will change into positive news. And they don't want that.*

CG: *No I understand that. Maybe you should call it something else. I also have some problems with the name 'constructive journalism'. If you keep getting questions about the difference between constructive journalism and positive journalism, then maybe it's time to change the name. I haven't been able to come up with a better name. I usually say 'constructive elements in journalism'. That gives it an overall approach, but it's just some added pieces. Some elements that can strengthen your journalism. So that's why I'm trying to change the name. If you want a constructive debateformat then just call it a new debate format that creates solutions. Use a name that editors will like. You will know it's constructive journalism, but they will feel a lot more comfortable if you don't call it that. It's just a triggerword.*

SV: *Do you think it can be achieved that one constructive format changes all the other traditional formats?*

CG: *If you are making a bold new format that generates attention. You will be able to have the audience interact with you. And that's what companies want. So if they see it will work on one format then they will probably they it over. The it could change a lot. But if you want to think about formats then you have to think about what you want to achieve. In The Netherlands the elections are coming up and I think newscompanies will have to think about how they add to polarization. So I would strategically pick some focus areas and come up with a format that focusses on that. Like a new debate format or a electionformat. Don't say it is constructive, just know that they are.*

SV: *There are a lot of questions because of the elections. They want to cut the polls, because they add nothing to the elections. So that's a good start right?*

CG: *It is, but it is just one small step. But media have to start thinking about how to come down from their ivory towers. They will have to listen to the majority of the people and not just to the elite. Just look at Geert Wilders and Trump. They say crazy things but they say what people want to hear and that causing them to have more supporters.*

SV: *There is a trial against Geert Wilders and he is gaining more support. That's a perfect example right?*

CG: *That's the same that happened to Trump. The media said he could never be president and the opposite happend. A large group of people don't like what the elite is doing. And those problems need to be fixed. And the media can help with that. We are not taking the concerns of the people seriously. We are reporting from just two sides and don't care about other concerns in society. Journalists have a huge reponsibility in that.*

SV: *And constructive journalism could help with that?*

CG: *Yes because it's helping to counter polarization. And that's what I want to investigate. How can journalist counter polarization? My contribution is by taking relevant research in psychology and applying it the journalistic method. How could this change of enhance journalism? It's strange for some colleagues of mine, but that's because they haven't embraced this way of thinking.*

SV: *And you think that will happen?*

CG: *Some get it right away, but others will take a little longer. For some journalistic methodology is just one craft that can never be changed. But that is lazy thinking, because that's not true.*

SV: *In school they teach us just one way to conduct journalism. But when you get out of school you start to notice that there are a lot of others ways as well.*

CG: *For me that's a sign that you are becoming mature. You have your own thinking and opinion and you are strengthen it where you think necessary. That's how we create something new. It's a very conservative proffesion, but you'll have to break through that. And then you can create your own proffesion. I became a great investigative journalist in Denmark using the old ways, but now I want to change.*

SV: *I'm writing this thesis to see how journalism can be changed.*

CG: *You should do your own thinking, but look around how other people can help you with that change. Your own thinking could be the starting point to build from.*

SV: *Cathrine Gyldensted. I really want to thank you for your time.*

CG: *You had great questions and if you have any more questions just call me. Don't leave any loose ends!*

Bijlage 7. Persoonlijk interview Steven Emmens

Interview: Steven Emmens

Titel: Samensteller programma's 'Dit is de Dag' en 'Langs de Lijn en Omstreken' op NPO Radio 1.

Datum: 01-12-2016

Sjors van Veen: **SV**

Steven Emmens: **SE**

SV: *Jij bent samensteller voor zowel het programma 'Dit is de Dag' als 'Langs de Lijn en Omstreken'. Ik wil het nu even gaan hebben over 'Dit is de Dag'. Waar moet een verhaal aan voldoen, zodat jij het wil uitzenden?*

SE: *Het moet een onderwerp zijn waarvan ik zeker weet dat het een grote groep mensen aangaat. Dus geen onderwerpen die interessant zijn voor honderdduizend mensen, maar het liefst voor een paar miljoen. Het wordt nog leuker als het ook een onderwerp is dat ook op gevoelsniveau zit, waar je ook heel snel iets van vindt als gewoon mens, zonder dat je daarover ingevoerd bent. Dus dat het wel heel snel iets is van 'nou...sjonge...het is toch wat!'. En drie: er moeten tegenstellingen over zijn. Dat er ook echt verschillende standpunten over in te nemen zijn. Dus dat zijn eigenlijk wel de drie criteria. Veel mensen, op gevoelsniveau en er is een debat over mogelijk.*

SV: *En kies je weleens, om veel mensen te trekken, ook het populaire verhaal die veel media al vertellen? Dat je denkt dit moet ik ook doen.*

SE: *Nou we worden bij Dit is de Dag wel een klein beetje beperkt omdat je achteraan in de rij zit, omdat je pas om 18:30 uur op zender bent. Dus de kans is groot dat veel collega's het al doen. Maar als ik de kans krijg zal ik het ook zeker niet nalaten, omdat je ook gewoon dat soort onderwerpen moet kunnen draaien...waar mensen het over hebben. Dus daar schaam ik me niet voor.*

SV: *Dan ook niet als er op verschillende zenders dezelfde vragen worden gesteld? Of deins je daarvoor terug?*

SE: *Nee, omdat wij Tijs van den Brink hebben. En die is gewoon scherp. Die kan van een braaf gesprek...die kan gewoon veel harder doorbijten. En de ervaring leert dat als je Tijs met iemand laat praten het wel goed komt. We hadden een tijdje terug een gast die 's ochtends nog een keurig interviewtje gaf, maar 's avonds door Tijd compleet door midden werd gezaagd. Het mag niet, de zender verbiedt het om te dubbelen, maar soms denken we 'het zal wel' en dan doen we het toch. En als we dan ook nog een andere opponent erbij hebben georganiseerd dan wordt de vorm alweer zo anders dat het dan ook wel weer kan.*

SV: *Jullie hebben maar een korte tijd per gesprek, een minuut of 10. Welke vragen wil je dan per se stellen? Welke informatie moet je uit het gesprek halen?*

SE: *Nou bij Dit is de Dag draait het vooral om argumenten. Meestal gaat het debat volgens een ijzeren lijn. Een korte uitleg, vervolgens de korte aannames waar vaak vaak van mening wordt verschilt. Wordt het probleem net zo ervaren door de andere partij? En dan als laatste hoe komen we hier uit? Dus dat je altijd een beetje naar de oplossing op zoek bent. Als je tijd genoeg hebt dan is het ook altijd goed om een onderwerp warm te maken door een casus te schetsen. We hebben bijvoorbeeld het onderwerp huisartsen die zich teveel aan protocollen verbonden voelen. Dan vragen we bijvoorbeeld of iemand wil uitleggen hoe dat in zijn/haar praktijk is gegaan. En als dat mogelijk is dan krijg je echt hele mooie gesprekken. Dan krijg je kritiek gekoppeld aan opinievorming.*

SV: *Je gaf net al een klein beetje voorbeeld dat jullie soms naar de oplossing zoeken. Dat is een vorm van constructief vragenstellen. Is dat iets wat je bewust doet?*

SE: *In Langs de Lijn en Omstreken is het een van de voorwaarden bijna om in dat programma te kunnen zitten. We zijn dan altijd een beetje op zoek naar het hoopvolle, de silverlining. Bij Dit is de Dag is dat geen voorwaarde, maar het is vaak wel hele mooie radio. Zeker na een fel debat is het mooi om mensen bij elkaar te krijgen en ziet hoe ze dan toch op een ander standpunt gaan staan. Eerlijk gezegd gaat het mij persoonlijk vooral om dat ik wil dat de luisteraar na een debat een goed beeld van de voors en tegens van een voorstel heeft. Ik vind het niet zo belangrijk dat er dan sprake is van een oplossing of van verzoening. Het is een mooie vorm, mooi als het er is, maar ik vind het niet een voorwaarde zoals bij Langs de Lijn en Omstreken.*

SV: *Je laat bij Dit is de Dag de luisteraar dan liever zelf bepalen waar hij het wel/niet mee eens is?*

SE: *Ja, exact. En dat hij doet weet waar we nu infietsen. Waar zit de ontwikkeling en wil ik dit zelf wel? Dat vind ik belangrijker. Dat hij een beetje wijs wordt van de ontwikkeling waar hij in staat. Die wordt soms door technocraten en bureaucraten met opzet zo wazig gemaakt dat je niet meer ziet wat de consequenties zijn.*

SV: *Jij zit al jaren in het vak. Heb je door dat het journalistieke landschap om je heen aan het veranderen is? Dat mensen andere interesses krijgen en hun nieuws anders tot zich nemen?*

SE: *Ja, ik denk dat we wel veel minder dan vroeger gesprekken gaan hebben over technische dingen. Hoge abstracte ethische principes of rechtstatelijke uitgangspunten worden niet meer besproken. Dat zal allemaal wel. Journalistiek is veel praktischer geworden en wil veel concretere dingen bespreken. Het is al jaren een ongeschreven regel dat je bij elk onderwerp ook een casus hebt zitten. Mensen zitten zo in elkaar dat ze graag verhalen luisteren en niet alleen maar informatie tot zich willen nemen. Het menselijk brein is niet zo gebouwd. En je ziet dat er in de journalistiek daar erg naar wordt geluisterd. Als je een item hebt dan moet er een hoofdpersoon inzitten die een probleem heeft. En daar heeft de journalistiek erg naar geluisterd. En grote onderwerpen met veel technische details krijg je niet meer.*

SV: *Vind je dat jammer?*

SE: *Nee, ik mis het niet. In kranten kan je er nog wel mee weggkomen. Papier leent zich daar veel meer voor.*

SV: *Met radio is dan het gevaar te groot dat mensen wegzappen?*

SE: *Ja. Dat moet je ze niet aandoen.*

SV: *Nu is er veel commentaar over de negativiteit in het nieuws. Mensen die depressief worden van alle negatieve verhalen die het nieuws meldt. Merk je dat ook? Hoe probeer je daarmee om te gaan?*

SE: *Persoonlijk maakte deze klacht 20 jaar geleden nogal indruk op me, maar nu helemaal niet meer. Ik denk niet dat mensen geïnteresseerd zijn in positief nieuws. We wisselen alleen maar heel positieve dingen met elkaar uit, maar we vinden het vooral lekker om lekker met elkaar te zeuren over alles. Je komt niet met het verhaal thuis dat je twee kleuters zag fietsen, maar eerder met dat je zag dat de school in de fik stond. Mensen wisselen verhalen met elkaar uit die afwijken van het normale. En nieuws is daar een zeer geconcentreerde vorm van. Dus mensen die lopen te miepen dat het nieuws*

te negatief is moeten maar eens bij zichzelf te rade gaan. Want volgens mij zijn ze daar zelf ook niet geïnteresseerd in.

SV: *Zijn dat dan dingen die gewoon meer aanspreken?*

SE: *Ik snap wel waar je heen wilt, dat journalisten wat meer oplossingsgericht moeten zijn. Maar het begint altijd met een probleem. Als je begint met voor welk probleem is dit een oplossing dat zit je fout. Nieuws is altijd probleem gedreven. En dan is het natuurlijk wel leuk dat je niet alleen het probleem schetst, maar ook een beetje laat zien hoe het beter komt. Als ik naar mezelf kijk dan wordt ik heel erg gedeprimeerd van de situatie op de Noordpool en smeltend Groenland. Dan denk je 'verdomd daar kan ik niks aan doen'. Dus dan sla je het maar over, want je voelt je er alleen maar machteloos door. Dat raakt me diep, maar juist door de onmacht schuif ik het weg. En zo werkt het.*

SV: *Moet het gesprek dan niet standaard hoopvol eindigen?*

SE: *Als het even kan wel.*

SV: *Streef je dat al na?*

SE: *Ja. Ik heb je onlangs vertelt over die student in Ede die een scriptie heeft geschreven over de zelfmoorden in India. Die willen we dan te gast omdat haar scriptie daar misschien wel een verschil gaat maken voor de toekomst. Als ze alleen maar komt vertellen hoe erg het is dan doen we het niet. Maar als er naar geluisterd wordt en mensen in dat land gaan met haar in gesprek, dan wordt het interessant en hoopvol. Je houdt dan ook rekening met de luisteraar die niet alleen maar bedolven wil worden door ellende, maar ook een beetje hoop wil hebben. Maar ik denk niet dat dit op elk tijdstip of bij elk item moet.*

SV: *Maar zou dit niet moeten worden toegevoegd aan het takenpakket van de journalist?*

SE: *Ja, waarom niet? Als je denkt dat er een zinnig antwoord uit kan komen, stel dan de vraag. Iets werkt niet, wat moeten we nu doen om het op te lossen?*

SV: *Dus echt 'hoe nu verder'?*

SE: *Ja. Graag zelfs. Als mensen gewond raken omdat er in de auto wordt ge-appt. Dan ben ik echt geïnteresseerd in wat we kunnen doen om te zorgen dat dit niet meer gebeurt. Dat is hoopvol.*

SV: *Bij het ene programma is het makkelijker dan bij de ander. Heb je het idee dat programma's dit nog te weinig zoeken en in het oude negatieve patroon blijven hangen?*

SE: *Dat weet ik niet. Bijna elk programma die een misstand op het spoor is meldt zich altijd wel bij de politiek. Met de vraag let hier even op en wat gaan ze hieraan doen. Dat is gewoon standaard.*

SV: *Dus je denkt dat journalisten van nature wel een oplossing zoeken?*

SE: *Anders zouden ze een probleem toch ook niet beschrijven. Natuurlijk is het lekker om een vette scoop te hebben en aandacht te trekken. En om als eerste een nieuwtje te brengen. Als ik vandaag een groot probleem kon melden dan deed ik dat. Ik heb daar dan geen oplossing voor, maar ik meld het wel. Het is een beetje per onderwerp verschillend.*

SV: *Zijn er dingen waar je je aan kan storen bij journalisten van tegenwoordig? Denk bijvoorbeeld nalatigheid.*

SE: Nee niet echt. Wat me opvalt is dat wel heel veel tv-journalistiek steeds ronkender is geworden. Een probleem wordt enorm aangezet en dik gemaakt. Veel effecten. En dat is een vorm van aandachtvragen in een tv-wereld waarin iedereen makkelijk wegzapt. Maar soms gaat dat ver, want soms stroomt het bloed nog net niet uit het beeldscherm. En bij de Telegraaf worden verhalen heel erg opgeleukt.

SV: En dat allemaal in de hoop om maar viraal te gaan?

SE: Ja en dat zie je wel veel hoor. Dat dingen worden aangedikt. Dat bijvoorbeeld een eindredacteur even een dikkere kop boven het artikel zet. En dat zie je op tv ook. Bij radio gelukkig een stuk minder.

SV: Hoe vaak jij daarvoor bij je eigen programma's?

SE: Ik zie dat risico bij ons niet zo erg. Omdat wij vooral inhoudelijk zijn is het aan ons om een zwaar onderwerp zo op te dienen dat mijn moeder het ook begrijpt. Dus dat je vooral goede voorbeelden neerzet, het aansprekend houdt, daar versimpel je weleens wat maar nooit om het te verkopen. Ik vind niet dat wij gevaar lopen dat we daarmee over schreef gaan. Ik heb zelden meegemaakt dat een onderwerp dan dusdanig werd opgeleukt dan het ander voordeel dan het eigenlijk was.

SV: Hoe kijk je naar stromingen als constructieve journalistiek?

SE: Het mag wel positief zijn. Ik denk dat mensen graag oplossingen horen. Als je gewoon bij de problemen blijft en actief mee probeert te helpen om de mensen bij elkaar te krijgen is het goed. Als je kijkt naar programma's als 'Het Familiediner' dan is er wel echt sprake van verzoening. Aandacht voor projecten die streven naar dat mensen met elkaar door een deur kunnen.

SV: Denk je dat die behoefte van mensen gaat groeien?

SE: Ik weet het niet. Als ik zie hoe groot de behoefte is om ook naar volslagen idioten op televisie te kijken op tv. Programma's als 'Oh oh Cherso' en 'Get the Fuck out of my House'. Dan weet ik het niet. Het gaat altijd in vlagen. We willen altijd iets zien wat we nog nooit eerder gezien hebben. En als een oplossing een formule wordt dan worden we daar ook weer moe van. Het loopt dan toch altijd goed af en dan wordt het voorspelbaar. Er mag ook wel iets van spanning in blijven, zeker op televisie. Bijvoorbeeld bij zo'n programma waarin mensen een huis proberen op te knappen. Het is toch eigenlijk veel leuker als het mislukt?

SV: En dat is dan de conclusie? Mensen zitten niet te wachten op het voorspelbare?

SE: Nee. Maar als je ze doodgooit met problemen en alleen maar negativiteit. Waar ze zelf niks aan kunnen doen, dus dat leidt weer tot machteloosheid. Bijvoorbeeld het smelten van de poolkappen, dan kan ik me voorstellen als ze de bladzijde even omslaan. Even weg met de negativiteit.

SV: Zou je wel kijken als er dan iemand zit die een oplossing heeft?

SE: Ja. Als er iemand komt die zegt: ik weet een oplossing om te zorgen dat Groenland stopt met smelten. Dan ga ik zeker luisteren.

SV: Steven Emmens, dankjewel!

SE: Graag gedaan!

Bijlage 8. Persoonlijk interview Reinout Meijer

Interview: Reinout Meijer

Titel: Verslaggever 'Langs de Lijn en Omstreken' op NPO Radio 1

Datum: 02-12-2016

Sjors van Veen: **SV**

Reinout Meijer: **RM**

SV: Reinout Meijer, jij bent verslaggever bij Langs de Lijn en Omstreken. Kan je een beetje beschrijven hoe je een onderwerp bepaalt voor jouw reportages?

RM: Dat is mijn geval verschillend. De ene week heb ik een onderwerp en de andere week heb ik een themaweek. In het geval van een themaweek bepalen we de week van tevoren waar we op gaan inzetten. We bepalen het thema en zetten de lijnen uit. Dat kan je nog wel een beetje bijsturen, maar het grootste deel is de vrijdag van tevoren al uitgezet. Zodat je in de week niet in de problemen raakt. Dit zijn dan onderwerpen die actueel zijn, maar niet per se die week aan de orde hoeven te komen. Geen dag actualiteit. Denk bijvoorbeeld aan het onderwerp vluchtelingen, dat speelt al langer maar dat kunnen we dan wel gebruiken. Ik het andere geval van dag onderwerpen is het een kwestie van de nieuwsflow op de dag in de gaten houden. Maar dat is wel wisselend. In het begin zaten we heel erg op de dag zelf, maar dat is wel iets verbreed. De ene keer is het heel nieuws gerelateerd, maar het kan ook een leuk evenement zijn. Mag ook iets verder afstaan van het nieuws.

SV: Maar stel je kiest bijvoorbeeld het onderwerp 'vluchtelingen'. Ga je dan op pad met een plan waarin je duidelijk hebt welk verhaal je wilt gaan vertellen?

RM: Ik moet voor drie dagen drie items maken. Dus daar hou je rekening mee. Dus hoe kan ik drie dagen achter elkaar drie items maken over hetzelfde onderwerp? Hoe hou ik het interessant en mooi voor de luisteraar? Hierbij hadden we bewust gekozen voor 'hoe gaat het bij de vluchtelingen'? Maar we wilden er een positieve draai aan geven. We kennen allemaal de negatieve verhalen, maar we vonden het wel eens aardig om te kijken hoe het de vluchtelingen nu vergaat. Hoe zijn ze bezig met immigratie, hoe gaat het met de taal, hebben ze al werk, etc. Dus geen oude koeien uit de sloot halen, maar een nieuwe invalshoek zoeken.

SV: Dus je gaat er niet heen met het doel om te laten zien hoe zwaar vluchtelingen het wel niet hebben?

RM: Nee, dat was in dit geval niet de insteek.

SV: Ga je er dan ook echt elke dag heen of doe je alles in een dag?

RM: Nee, ik ben elke dag ergens anders. Ik ging bijvoorbeeld naar Oranje, waar het is misgegaan, maar wil nu kijken hoe het ging. Wat is de gang van zaken, hoe ervaren mensen de komst van vluchtelingen? En dan ga ik daarna weer ergens anders heen.

SV: Zoek je dan wel een bepaald persoon op met de gedachte dat je zo'n soort verhaal wil vertellen?

RM: Dat is verschillend. Soms ga je ergens naar toe met iets in je hoofd wat je wil maken, maar dan is het vooral pakken wat je pakken kan. Het is kijken wat je krijgt en daar moet je het dan maar mee doen. Maar soms weet je van tevoren duidelijk wat voor mensen je treft en wat voor verhaal ze hebben. Dan ga je van tevoren kijken wat interessant en leuk is en dan bepaal je wat je gaat vertellen.

SV: Maar stel je krijgt niet het verhaal dat je van tevoren had verwacht. Wat doe je dan? Doe je het dan met wat je krijgt of probeer je toch je eigen verhaal eruit te krijgen?

RM: Ook daar geldt niet een beleid voor. Ik was gister in Rotterdam over een serie en die man zei helemaal niks. Dat was echt verschrikkelijk. Het leefde niet. En we willen toch altijd wel belevingsradio maken, maar dat kwam maar niet uit de verf. En dan moet ik er wel wat van maken, want ik heb die dag meer afspraken. Daar kan ik niet meer in bijsturen. Dus probeer je die man met hangen en wurgen toch maar zover te krijgen een aardig verhaaltje te vertellen. En uiteindelijk lukt dat dan ook wel in de montage.

SV: Maak je het dan mooier in de montage?

RM: Ja. Je gaat grondig ingrijpen op de vaart. Het moet sneller en vlotter. Je hebt maar 3 minuten voor zo'n item en ik moest die man bijna 20 minuten interviewen om er iets degelijks uit te krijgen. En dan moet met terugwerkende kracht wel aan de slag om er iets van te maken. Hoe je het ook went of keert, slechte spreker of niet er moet wel een item staan. En ook iets wat te beluisteren is.

SV: Maar dan monteert is vooral de loop van het gesprek of ook de inhoud?

RM: Nee, ik hou altijd wel de inhoud overeind. Ik ga niet manipuleren ofzo. Soms probeer je alles wat mooier te maken. Soms vraag je iemand drie keer hetzelfde en wacht je op het mooiste antwoord. Maar je gaat niet de context eruit halen. Daar is niet iedereen even blij mee, maar ik probeer er toch altijd een goede balans in te vinden.

SV: Wat vind jij belangrijk aan een verhaal? Wat moet erin zitten?

RM: Hele goede vraag. Dat hangt af van het onderwerp. Soms heb je een heel inhoudelijk onderwerp en dan ben je met drie gesprekken helemaal klaar. Maar soms ga je ook naar iets van een evenement en probeer je iets bijzonders toe te voegen. We hebben ook afspraken gemaakt over mijn rol als verslaggever. Het moet ook prikkelend zijn. Het moet leuk zijn, prikkelen, tot de verbeelding spreken, er mag een grapje in zitten, er mag iets kritisch inzitten, etc. En ik probeer dat altijd wel te verwerken in een item en zo mijn eigen stempel erop te drukken. Maar de boodschap moet wel altijd overeind blijven. Het moet geen grote Reinout show worden.

SV: Heb je een aantal standaardvragen die je stelt?

RM: Nee, eigenlijk niet. Ik doe heel veel op gevoel. Ik heb nooit een lijstje bij me. Ik probeer al mijn zintuigen de kost te geven en me aan te passen op de situatie die ik aantref. Je probeert heel erg de sfeer te voelen. Met wie praat je, kan die tegen een geintje, etc. Dat moet je in korte tijd bedenken. En dat kan ook misgaan. Want ik maak ook weleens inschattingfouten. Dan denk ik dat ik wel een beetje kan pushen, maar dan kan het zo zijn dat diegene dichtslaat of boos wordt. Maar ook dat kan weer voor leuke radio zorgen. Maar ik heb nooit een lijstje waar ik me aan houd. Ik doe heel veel vanuit gevoel. Maar bij personen als ministers moet je toch bepaalde vragen wel stellen.

SV: Je hebt een link met de actualiteiten. Ga je dan ook snel voor het populaire verhaal om meer luisteraars te trekken?

RM: Ik vind het altijd wel leuk om juist andere vragen te stellen. Niet zo standaard. Natuurlijk kan je altijd voor de makkelijke weg kiezen. En onderwerpen kiezen die toch wel scoren. Maar ik probeer juist dat niet te doen. Natuurlijk ontkom je er niet aan dat je een populair onderwerp behandelt, want die scoren gewoon. Maar als het even kan probeer ik iets te zoeken wat anders is en het juist weer een uniek item maakt.

SV: Je interviewt dus soms ook ministers of Kamerleden. Stel je die weleens vragen die al door tientallen andere journalisten gesteld zijn? Om te zorgen dat je het populaire antwoord ook maar hebt.

RM: Nee, dat doe ik eigenlijk nooit. Ik probeer altijd mijn eigen koers te varen. Sommige dingen heb je al 100 keer op de zender gehoord en daarom wil ik juist iets anders horen. Ik probeer dan net een andere vraag te stellen, waardoor je qua inhoud toch iets anders krijgt. Bewust om te zorgen dat je niet hetzelfde brengt als andere nieuwsbulletins. Maar heel af en toe ontkom je er niet aan.

SV: Krijg je veel sturing van je redactie? Of mag je qua onderwerpen veel zelf bepalen?

RM: Dat is een beetje 50/50. Ik krijg heel veel ruimte en vrijheid en dat is fijn. Je merkt met z'n allen aan een programma, dus er zijn ook anderen die zich ermee bemoeien. De ene keer komt het wat meer op mezelf te liggen, maar er liggen ook onderwerpen tussen waar je wat sturing bij kan gebruiken. Dus dat is heel verschillend.

SV: Je behandelt ook onderwerpen met een zware lading. Denk aan vluchtelingen, schone riolering, melkveehouderijen, ouderen op de arbeidsmarkt, etc. Kaart je bij deze onderwerpen juist heel erg het probleem aan of zoek je juist een ander verhaal?

RM: Voorop staat wel de discussie. Dus het probleem. Maar ik ben altijd wel op zoek naar een manier om op een mooie manier een verhaal te vertellen zonder dat het ten koste gaat van de inhoud. Natuurlijk wil je een boodschap overbrengen, maar ik ben ervan overtuigd dat je een boodschap beter overbrengt als je het in een lekker jasje giet. Niet 4 minuten lang iemand die het probleem vertelt. Doe er even wat meer mee. Zet hem in een bepaalde situatie of tegenover een ander persoon. Dan zorg is voor een discussie. Ik ben bijvoorbeeld met een vrouw die al 3 jaar thuiszit meegegaan naar het UWV. Dan verander je toch echt even de setting. Het is een zwaar probleem, maar toch kan je dan wat extra's toevoegen. Ik wil niet dat alles in de negativiteit blijft hangen, maar juist even een ander verhaal. Ik was laatst bij een vrouw over het onderwerp dementie. Die vrouw was mantelzorger voor haar demente moeder. Nou als je wilt kan je daar drie hele zware items over maken. Heel makkelijk. Maar ik ben juist op zoek gegaan naar lichtpuntjes, want het is juist heel mooi dat iemand zoiets doet. Die moeder had toen ook een hele goede dag, want ik werd achteraf gebeld door de dochter en die wist niet wat haar overkwam. Haar moeder was tijdens ons gesprek helemaal open gegaan en bleef maar praten. En dat bracht heel veel blijdschap. Dat zorgt ervoor dat zo'n vrouw het ook heel erg mooi vindt om te doen, want het is ook gewoon een heel mooi verhaal. En dan vind ik het toch wel aardig om de leuke aspecten in het item te stoppen. Ja het is een vreselijk verhaal, maar zo kan het ook.

SV: Zoek je dan een beetje de silverlining? Hoop geven in negatieve situaties?

RM: Ja. Hoop is wel heel erg een EO-term. Maar ik ben wel heel geneigd, zeker in deze tijd, even iets positiefs toe te voegen aan mijn verhalen.

SV: Er gebeurt inderdaad genoeg negatiefs. Heb je het idee dat veel nieuwsorganisaties juist heel vaak kiezen voor het negatieve en populaire verhaal?

RM: Nou, ik word weleens treurig als ik televisie kijk. Denk aan het onderwerp met die melkveeboeren. Dat zat ook in Nieuwsuur. Die hebben dan een heel stijf en negatief gesprek, zielige muziek, etc. Je weet wat je krijgt, want het is geen leuk verhaal. Maar ik ben ook bij die boeren geweest en daar heb ik een hele leuke middag gehad. We geven aan dat het een heel serieus probleem is, maar er wordt ook gelachen. En dat is wat ik in al mijn stukjes probeer te stoppen. Je

moet problemen niet weglachen, maar het kan ook op manier dat het wel leuk overkomt. Het is niet allemaal slecht en negatief.

SV: *Zou jij ervoor opstaan om constructief journalistieke vragen toe te voegen aan je takenpakket? Denk je dat het makkelijk te doen is?*

RM: *Ik vind van wel. Ik word soms heel erg treurig van het nieuws. Er is heel weinig ruimte voor mooie en positieve verhalen. Ook uit negatieve verhalen kan je mooie dingen destilleren. En daarmee kaart je het onderwerp ook aan. Je hoeft niet helemaal in het probleem te gaan zitten en een negatief gevoel over te brengen. Het is allemaal zo erg! Dat werkt niet. Ik denk dat je juist wat meer mooie kanten moet laten zien. En ik denk dat ik bij deze programma's daarmee wel goed zit. Bij Langs de Lijn en Omstreken hebben we daar gewoon de ruimte voor. Bij actualiteitenprogramma's als EenVandaag of Nieuwsuur is het ook gewoon moeilijker, want het is een heel ander programma. Wij hebben een programma waar die ruimte echt is. Als ik met een droog stuk radio aan zou komen zetten wordt het niet eens gebruikt in ons programma. Dus dat is ook wel de sfeer die er hangt. En dat speelt zeker wel mee. Niet alleen naar oplossingen zoeken of positiviteit, maar gewoon dat je naar iets moois streeft. En dan nog geldt dat het op andere plekken nog wel meer kan. Ik vind dat er heel veel negatieve zaken over ons worden uitgestoord. Allemaal tragische en treurige dingen. Daar mag best wel eens een mooiere noot aan vast zitten.*

SV: *Vind je dat journalisten daar een verantwoordelijkheid in hebben?*

RM: *Ja, op zekere hoogte wel. Als mensen de krant openslaan of de radio aanzetten en alleen maar overgoten worden met negatieve dingen dan wordt niemand er vrolijker van. En dat gebeurt zeker. En natuurlijk zijn sommige dingen zoals ze zijn. Je kan er niet om lachen en het is niet leuk. Maar je kan het wel wat mooier neerzetten.*

SV: *Daarmee ook realistischer denk je?*

RM: *Uiteindelijk wel ja. Het is niet allemaal treurnis. Zelfs niet bij de boeren die aan de grond zitten door vervelende zaken of bij zo'n mantelzorgen. Het speelt, het is vervelend, maar tegelijkertijd kan je daar ook wat meer uithalen dan alleen maar loodzware gesprekken.*

SV: *Reinout Meijer, dank je wel!*

Bijlage 9. Persoonlijk interview Bas Redeker

Interview: Bas Redeker

Titel: Redacteur bij 'Dit is de Dag' en 'Langs de Lijn en Omstreken' op NPO Radio 1

Datum: 22-12-2016

Sjors van Veen: **SV**

Bas Redeker: **BR**

SV: *Bas Redeker, Jij bent redacteur bij Dit is de Dag en Langs de Lijn en Omstreken.*

BR: *Dat klopt.*

SV: *Je bent een jonge journalist.*

BR: *Relatief ja.*

SV: *Kan je zeggen wat vertellen wat jouw werkzaamheden zijn bij Langs de Lijn en Omstreken en Dit is de Dag?*

BR: *Ik ben redacteur bij beide programma's bij wat betreft het voorbereiden van items en het boeken van gasten. Ik schrijf artikelen naar aanleiding van gesprekken die worden gevoerd in beide programma's. En ben ook nog weleens aanwezig bij uitzendingen.*

SV: *Twee heel verschillende programma's waarbij je op zoek gaat naar gasten voor op de radio. Laten we even Dit is de Dag als voorbeeld nemen. Hoe verloopt jouw dag?*

BR: *Over het algemeen doe ik mijn best om op tijd aanwezig te zijn. Dat is al een uitdaging an sich. Als dat gelukt is dan heb ik in de trein hier naartoe al zoveel mogelijk kranten doorgekeken via Blendle. Het punt is een beetje dat als je het programma wat langer doet dat je dan al snel al aan de kop van een artikel ziet of het een geschikt item zou kunnen zijn voor in de uitzending. Dat sla ik dan op. We presenteren de onderwerpen op post-it's, gaan de vergadering in, proberen we onze onderwerpen zo goed mogelijk te verkopen en daarna is het zo snel mogelijk kijken wat er haalbaar is.*

SV: *Je komt met onderwerpen en die ga je pitchen. Waar moet een onderwerp aan voldoen zodat jij hem wil pitchen?*

BR: *Het moet voldoen aan een tegenstelling die idealiter al duidelijk is tussen twee partijen of er moet zich een probleem voordoen. Dus dat wil zeggen dat er soms een onderwerp is waarbij iemand een betoog heeft of dat er een kop staat wat een onderbuik gevoel teweegbrengt die we eventueel kunnen 'uitbuiten'. Het gaat met name om tegenstellingen, want er moet een discussie in zitten. En daar wil ik dan nog in de pitch extra bijilstaan. Meestal is het zo dat het idee zo beknopt mogelijk moeten worden opgeschreven en vervolgens met een paar zinnen extra gepitcht moeten worden.*

SV: *Maar dat zijn de voorwaarden waar jij op let. Waar let je eindredacteur vooral op?*

BR: *Dat verschilt per eindredacteur. Er zit een mate van eigen interesse in, er zit soms een gevoel voor onrecht in en ze letten allemaal sterk op de achtergrond van de omroep. De EO dus. En dat merk je vooral bij ethische kwesties. Er zijn een paar redacteurs gevoelig voor de ethische verhalen, een paar voor de onrechtvaardige verhalen en met dat in het achterhoofd ga je soms ook een beetje aan de slag moet ik bekennen. Je weet een beetje wat de eindredacteur wil. Bij de ene kan je soms net wat vuriger een onderwerp in zetten dan bij de ander.*

SV: Heb je ook onderwerpen die je laat vallen omdat je toch denkt dat je het er bij je eindredacteur niet door krijgt?

BR: Soms wel ja. Maar dat zit meer in het feit dat ik het dan wil laten vallen omdat het bijvoorbeeld recent al gedaan is. Komt wel voor, maar het is wel uitzonderlijk. Vaak is het dan dat ik het bij voorbaat al minder enthousiast pitch. Als ik er echt enthousiast achter sta dan wil ik er wel moeite voor doen. Dan ga ik het ook overdreven pitchen dan normaal. Maar als ik het gevoel heb dat het een verliezende strijd is schrijf ik het wel op. Want op sommige dagen heb je weleens een extra onderwerp nodig en dan is het handig er nog een te hebben liggen.

SV: Heb je wel als redacteur het gevoeld dat je invloed hebt op de inhoud van de uitzending?

BR: Hoe bedoel je dat?

SV: Bepaald de hele redactie wat er in de uitzending komt of bepaald de eindredacteur dat?

BR: Dat is ook deels persoonlijk. Dat verschilt per eindredacteur, want de ene is net wat gevoeliger voor groepsdruk dan de andere. Idealiter is het zo dat je met een eindredacteur te maken wil hebben die luistert naar de mensen waar hij mee werkt en dat is hier wel over het algemeen het geval. Soms wordt er wel iets echt doorgedrukt, maar dat komt dan door het sterke gevoel van de eindredacteur. En zij zijn toch degene die de verantwoordelijkheid hebben over de uitzending. Dus daar heb je al redacteur maar mee te dealen. Maar idealiter is het wel een samenspel ja.

SV: Uiteindelijk krijg je een onderwerp toegedeeld. Je gaat dan mensen bellen. Wat voor mensen zoek je voor in je uitzending?

BR: Er zit een bepaalde opbouw in. Als er een evident persoon aan valt te wijzen vanuit het nieuws dan neem je die. Maar als die niet kan dan kom je vaak via die persoon aan een ander contact. Of je komt erachter dat iemand anders het net wat vuriger brengt. Dat vind je dat door het ANP of door te Googelen. Maar soms werk je ook gewoon door personen vanuit de achtergrond. Als je dit wat langer doet dan weet je op een gegeven moment welke personen op bepaalde onderwerpen reageren. Dit doe je bijvoorbeeld door te kijken naar wie er reageert in de andere media. En die personen kan je dan bijvoorbeeld vaker inzetten.

SV: Dus je gaat mee met de stroom. Heb je het idee dat je daardoor soms hetzelfde verhaal vertelt?

BR: Hetzelfde verhaal niet, want daar heb ik echt een hekel aan. Als dat wel gebeurt vind ik het echt doodzonde. Door de regel heen moet je volgens mij altijd streven naar een iets andere invalshoek of naar iets dat een gesprek verder kan brengen. Dus bijvoorbeeld dat er bij een programma iemand zit met een bepaalde stelling, maar dat wij dan datzelfde onderwerp kunnen pakken maar met een iets andere stelling. Je benadert het onderwerp dan toch net wat anders, waardoor je het wat meer verdiept.

SV: En daar kies je dan bewust voor?

BR: Ik vind dat daar bewust voor gekozen moet worden. De haalbaarheid ervan is een tweede. Heeft ook met de wil van de eindredactie te maken. Maar ik vind dat ze het wel zouden moeten doen.

SV: Dan zoek je dus een gast. Zoek je dan iemand die op de radio heel sterk klinkt of gewoon iemand die het verhaal goed kan vertellen?

BR: Dat is een beetje een gewetensvraag. Het ene sluit het ander natuurlijk niet uit. Want als dat wel zo was dan zou je voor de goede spreker moeten gaan. Maar tegelijkertijd hangt het samen met wie je ertegenover kan zetten. Want je wil twee partijen aan het woord hebben. Als je aan de ene kant een spreker hebt die het goed kan uitleggen, maar gewoon slecht klinkt op de radio. En een ander die het echt kan verkopen, maar inhoudelijk niet zo goed is. En die tegenover elkaar. Dan moet je kijken wat voor de discussie het handigst is. Als je ziet dat de tegenstander veel sterkere spreker is, dan moet je wel zorgen dat de andere partij een ook wat sterkere spreker heeft. Dat mag je soms best wel een beetje regisseren om een gelijk speelveld in een discussie te krijgen.

SV: Wat is voor jou het doel van de discussie? Wil je echt een felle discussie of wil je ook dat er iets duidelijk wordt?

BR: Dat laatste het liefste wel, maar er zijn onderwerpen waarbij dat niet mogelijk is. Ik probeer altijd wel in mijn opzetten zo te schrijven dat er toegewerkt kan worden naar gemene grond. Dus dat je of vindt waar ze elkaar kunnen vinden of dat ze zo ver van elkaar afstaan dat ze beter op een andere plek steun kunnen zoeken. Dat hangt wel heel erg af van de aanleiding van het onderwerp hoor. Als je een dag een politiek debat hebt dan is het handig om twee tegenstanders echt tegenover elkaar te zetten. Dan maakt de kwaliteit van de spreker niet zo uit, maar dan heb je wel dat de luisteraar het hele verhaal te horen krijgt en zijn eigen mening kan vormen hierover. Dus dat kan ook nog een overweging zijn.

SV: Tijdens de vergadering zijn ze bij de EO heel erg op zoek naar identiteit. We willen inspireren en constructief zijn bijvoorbeeld. Heb je het idee dat daar ruimte voor is bij deze programma's?

BR: Bij Langs de Lijn en Omstreken zeker, want daar willen we juist inspireren. Je kan daar echt gaan voor het positieve gevoel. Zorgen dat er iets blijft hangen van het gesprek bij mensen. Maar bij Dit is de Dag moet het opiniërend zijn en dat hoeft altijd constructief te eindigen helaas.

SV: Vind je dat jammer?

BR: Jammer gaat wat ver. Het hangt af van wat het idee van de omroep is. Als er de hele dag alleen maar gezocht wordt naar oplossingen dan denk ik dat de luisteraar heel erg het gevoel krijgt dat je ze probeert de les te lezen. Terwijl je soms juist twee standpunten zou moeten laten horen, zodat mensen zelf hun oordeel kunnen vellen. Dat kan net zo waardevol zijn.

SV: Wat vind jij belangrijker?

BR: Niet per se het ene belangrijker dan het andere. Want idealiter zou ik willen zorgen dat het gene wat ik maak bijdraagt aan een oplossing. Alleen op het moment dat de discussie nog niet zover is dan kan het ook niet altijd. Het is een wat idealistisch streven, maar de vraag is of het altijd kan.

SV: Alle omroepen hebben te maken met dalende luistercijfers. Ook bij deze programma's. Heb jij het idee dat er spanning is omtrent de zoektocht naar wat er populair is bij de luisteraar?

BR: Dat vind ik wel meevallen eigenlijk. Ik merk dat er wel een gevoel is van wat er bij de omroep hoort. Daar wordt meer aan getoetst dan aan wat de luisteraar cool vindt. Viral gaan bijvoorbeeld scoort lekker bij mensen en het geeft een goed gevoel. Maar het kan soms ook als heel plat worden gezien. Wat je wel merkt is dat er bij de EO echt keuzes worden gemaakt op basis van wat er bij de achterban past. Dus op het moment dat er een nieuw feit is in de discussie van bijvoorbeeld een onderwerp als 'voltooid leven', dan kan je er vergif op innemen dat wij er iets mee gaan doen in de uitzending. En ik denk dat het bij andere omroepen als een niet-sexy onderwerp wordt gezien en niet

zou mee worden genomen naar de uitzending. Het leeft heel erg bij de achterban van de EO, maar bij andere omroepen wat minder.

SV: *Maar je hebt niet het idee dat er gekozen wordt voor het verhaal wat populair is?*

BR: *Nee, ik denk niet dat dat een standaard is van onze redactie.*

SV: *Heb je zelf het idee, als een van de jongere journalisten, dat de journalistiek aan het veranderen is?*

BR: *Dat is lastig in te schatten, juist omdat ik een van de jongeren ben. Ik denk wel dat de nadruk nu bij meerdere omroepen die worstelen met hun bestaansrecht de nadruk niet zo ligt bij de opbouw van de programma's, maar dat er sneller wordt gekeken naar wat er gedaan kan worden om te bewijzen dat je er als omroep mag zijn. Er worden dan bijvoorbeeld keuzes gemaakt op basis van waarom de politiek bepaald dat de omroep mag bestaan. Op januari 2018 wordt er weer geschoven in de programma indeling. Dat gaat echt niet alleen op basis van de kwaliteit, maar veel meer over de uitruil tussen omroepen. Wat er al een paar jaar gebeurt door de veranderingen binnen de publieke omroep is dat het aanvliegen van programma's verandert omdat de noodzaak jezelf te bewijzen heel erg hoog ligt. En daar verandert de journalistiek helaas heel erg in mee. Omdat de journalistiek zich aanpast aan het kader waarin ze mogen bestaan. WNL moet bijvoorbeeld rechts zijn, dus zitten er per se rechtse sprekers bijvoorbeeld. En dat gaat echt ten koste van de kwaliteit. Bij de EO lijkt het mee te vallen, want als dat zou gebeuren ga ik ook met minder plezier naar mijn werk. Wij krijgen hier nog wel de kans om een tegenstander te zoeken bij discussies. Als dit niet mag dan wordt het wel heel apart. En dan gaat de kwaliteit wel echt omlaag. Want dan laat je mensen aannemen dat wat ze op de radio horen de waarheid is, maar ze horen slechts een kans van het verhaal. En dat is wel een kwalijke zaak natuurlijk.*

SV: *Vind je dat journalisten hun verantwoordelijkheid hier in niet meer nemen? Die watchdog rol lijkt toch verloren te gaan op die manier.*

BR: *Ja voor deel wel misschien. Zeker binnen de publieke omroep zal het lastiger worden. De onafhankelijkheid van de journalistiek is wel veranderd, omdat de politiek over hun bestaansrecht beslist. En dat zorgt er wel voor dat ze zich soms in hele rare bochten wringen om politici tevreden te houden. En dat gaan soms wel ten koste van het verhaal. Dat is wel een zeer vreemde ontwikkeling.*

SV: *Je krijgt dan wanhopige reacties om te blijven bestaan?*

BR: *Wanhopig gaat misschien wat ver. Maar als ervan tevoren precies wordt afgesproken hoe een item moet verlopen en gesprekken dusdanig voorgekookt zijn dat je niks spontaans meer krijgt dan wordt het lastig. Dan heb ik het nu vooral over de politiek. Het wordt nu al steeds moeilijker om politici in een bepaalde setting neer te zetten. Het is allemaal heel begrijpelijk. Je ziet dat jonge journalisten zich gewoon heel makkelijk laten leiden door wat de omroep zegt alleen maar omdat ze gewoon werk willen.*

SV: *Ga je dan voor je werk of voor je journalistieke normen en waarden?*

BR: *Ja, dat is heel lastig. Is een goede vraag. Want dat is wel waar je op een gegeven moment tegenaan gaat lopen. Ik heb me wel voorgenomen om dingen die ik ongemakkelijk vind gewoon niet te doen. Er zijn bijvoorbeeld gasten die ik weiger uit te nodigen, want dan voel ik me daar niet prettig bij. Dat kan gelukkig nog wel. Als het hier bijvoorbeeld om echt ethische kwesties gaat waarbij ik lijnrecht tegenover de omroep sta, en dat weten ze, dan ga ik dat onderwerp niet. Want het zal niet voldoen aan hun wensen en ik voel me er niet fijn bij.*

SV: En als dat wel moet ga je op zoek naar wat beters?

BR: Als een redacteur mij vraagt mijn persoonlijke normen en waarden te gaan veranderen, dan ga ik op zoek naar wat anders inderdaad. Ik ga geen dingen doen waar ik me ongemakkelijk bij voel.

SV: Hoe denk je dat toekomstige journalisten hierin zouden staan? Gaan die voor het werk of voor de kwaliteit?

BR: Dat gevaar ligt op de loer denk ik. Het valt en staat met waar ze stagelopen en waar ze ervaring op doen. Want zo gaan ze niet het werkveld in. Maar ik baseer het puur op eerdere ervaringen. Bij mijn oude werkgever mocht ik bepaalde gasten gewoon niet uitnodigen omdat het niet bij de omroep paste.

SV: Bas Redeker, ik wil je hartelijk danken voor dit gesprek.

BR: Graag gedaan! Geen probleem!

Bijlage 10. Persoonlijk interview Jan Franke

Interview: Jan Franke

Titel: Israël-correspondent voor

Datum: 03-01-2017

Sjors van Veen: **SV**

Jan Franke: **JF**

SV: *Jij bent buitenlandcorrespondent. Hoe ga je te werk?*

JF: *Ik ben 100% freelance. Dat betekent dat er soms hard nieuws is, zoals met aanslag. Dan werk ik in opdracht van radio of krant die bellen of ik een verhaal wil maken. Ik volg dan heel erg het nieuws en probeer daar mijn eigen draai aan te geven. Anders kunnen ze net zo goed persbureaus afgaan. Aanslag met bus op militairen weet iedereen al. Daar betaald de krant mij niet voor. Dus ik ga op zoek naar verhaal erachter. Dus ik vond een Nederlander met een zoon in dienst en vraag dan hoe het allemaal werkt. Dan gaat het meer leven. Maar als ik zelf naar onderwerpen zoek en nieuws maak dan kan alles een verhaal zijn. Maar ik kijk altijd naar een actueel haakje dat een link heeft met NL. Ik hoor dan een verhaal in mijn netwerk, zoals nu een violenmaker die een grote collectie violen heeft en daar zitten veel verhalen aan vast. Zoals holocaust overlevenden. Dan is sowieso een mooi verhaal, maar ik zoek dan een goed moment om zo'n verhaal te brengen qua timing. Er moet wel een nieuwswaarde aan zitten als ik het in de krant wil. Dan kijk ik bijvoorbeeld naar 4/5 mei dan heeft het een link. Dus ik leg verhaal apart en heb dan tegen die tijd wat.*

SV: *Wat voor verhalen zoek je?*

JF: *Ik spreek met opdrachtgevers af wat interessant is. Wat is het nieuws en wat is de context. Ik moet het dan in perspectief plaatsen. En als de dag dan vordert dan maak ik er iets nieuws van. Ik maak er dan vaak wel echt een uniek verhaal van en niet wat overal speelt. En dan bespreek ik met opdrachtgever wat we beide willen. En dan komt mijn kennis van het land goed van pas. Voor de krant heb ik meer vrijheid om mijn eigen draai eraan te geven. Dus dat staat dan al in nieuws en radio, heeft geen zin om dan zelfde verhaal nog eens in krant te zetten. Ze willen dan veel meer duiding en achtergrond. En ze willen het liefst ook echt iets van beide mensen. Het gebeurt niet meer zo dat ze het bekende verhaal uitgegeven wordt, maar soms heb je wel een bepaalde scoop. Dan breng je wel echt het nieuws.*

SV: *Maar je verhalen ooit mooier dan ze zijn?*

JF: *Ik breng meer achtergrondverhalen voor geschreven media. Voor BNR en VRT moet ik echt op dat moment op een plek staan. Ze willen dan ook echt sirenes horen en dingen meemaken. Ze willen dan echt dat het beelden wordt. Soms kan dat alleen met praten, maar het mooiste is echt op locatie. Dat maakt het dan toch net weer wat unieker en heeft luisteraar idee erbij te zijn.*

SV: *Ga je soms voor het populaire verhalen puur omdat het meer publiek trekt?*

JF: *Jazeker. Dat speelt heel erg mee. Dat gaat vaak om verhalen om het conflict bijvoorbeeld en dan zit het echt tegen sensatie aan. Dan weet ik dat ze het geweldig vinden en dat kan ik ook verkopen. Ik zoek dan ook wel verhalen met enige drama. Soms is dat wel vervelend want je zoekt wel waarheidsgetrouwe verhalen en dit soort verhalen zijn vaak momentopname. En dat is wel jammer dat het niet meer gebeurt in de journalistiek. De Correspondent probeert dat zeker af en toe echt wel toe te voegen, soms missen ze wat urgentie, maar er zit een goede filosofie achter. Ze zorgen voor*

context en perspectief. Dan vind ik wel heel erg goed, maar dat is met buitenland journalistiek niet echt. Komt door het budget te kort. Door reizen, verblijven, tolken, chauffeurs, etc. Dat kost veel te veel voor een verhaal.

SV: *Hoe ga je met deze situatie om?*

JF: *Ik leg me wel bij deze situatie neer, want zo werkt het als freelancer. Het is heel moeilijk om er tegenin te zwemmen. In NL willen ze toch echt het drama horen en iedereen moet het over ons hebben. Ze willen populair blijven. Ze zitten niet te wachten op een correspondent die de andere weg inslaat. Het is heel moeilijk om deze mensen hiervan te overtuigen. Ik snap het heel goed dat het moet van redacties, maar het is wel jammer. Maar soms kan de kwaliteit van de journalistiek er wel onder leiden. Maar ik zie wel veel jonge journalisten die ook gewoon hele goede dingen maken. Kwalitatief zit het wel goed, maar het is gewoon heel moeilijk om als correspondent iets uit te zoeken. En dat geldt is er gewoon niet en dat is heel jammer. Als freelancer neem je dat risico niet. Ik woon in een heel duur land en moet echt wel rond proberen rond te komen. Dus ik kan me dan niet een maand op 1 verhaal storten, want ik moet brood op de plank hebben. Maar nu heb ik wel iets waar ik mee bezig ben en dan is het afwachten of het wat is. En dan kan het weggegooid tijd en geld zijn. Je moet dat risico dan echt wel even nemen in de zoveel tijd. Soms gaat dat heel erg mis, maar dat hoort er soms bij. Maar dat is bij alle journalisten het geval. Ik kies mijn momenten, bijv. als het financieel even kan.*

SV: *Als je kijkt naar andere journalisten, waar denk je dan dat het beter zou kunnen?*

JF: *Nederland heeft heel veel goede journalisten, ook in het buitenland. Het niveau ligt hoog. Maar er zijn zeker wel mensen die echt dramatisch slecht zijn. Die fundamenteel dingen heel anders aanpakken bijvoorbeeld. Ik zie bij bepaalde collega's bijvoorbeeld dat hun redacties bepaalde politieke voorkeur en zienswijze hebben. En dat zie je terug in hun journalistieke werk. Dit is al 20 jaar hetzelfde en er ontstaat echt een tunnelvisie. Die zijn gewoon blijven hangen en kijken niet verder. Ze willen dan ook de verhalen vanuit die zienswijze en dat heeft prioriteit. En dan krijg je eenzijdige en dezelfde verhalen. En dat is best gevaarlijk, want er veranderen hier wel heel veel dingen. En als je dat blijft doen wordt je vanzelf ingehaald door de realiteit. En correspondenten moeten die verantwoordelijkheid nemen om de redactie op die veranderingen te wijzen. Zij moeten zorgen dat de werkelijkheid overkomt en de redactie scherp blijft. Maar veel correspondenten vinden dit prima en maken dat soort verhalen. Ik vind dan dat je je werk niet goed goed. Die hebben de moed niet om te veranderen of ze vinden het wel lekker makkelijk zo. En ze moeten soms ook gewoon met een frisse blik ernaar kijken. Je doet het om publiek zo goed mogelijk te informeren, maar dat doe je op die manier niet. Het is het standaard verhaal. Kranten hebben bepaalde doelgroep en die moeten ze benaderen. Dit zal altijd wel zo blijven. Maar als journalist moet je gewoon altijd kijken naar het grotere plaatje en kritisch te kijken je opdrachtgevers. En naar hun grotere kijk op de zaak. Die zaken staan niet vast, want de wereld verandert.*

SV: *Jan Franke, hartelijk dank voor dit interview.*

JF: *Graag gedaan!*