

De toekomst van de journalistiek; zoeken naar verbinding en vertrouwen

Nico Drok



Congres Journalistiek
Zwolle, 6 oktober 2022

De toekomst van de journalistiek;
zoeken naar verbinding en vertrouwen

Beste Dames en Heren,

Vandaag en morgen kijken we naar de toekomst van de journalistiek, dat prachtige vak. Tegelijkertijd staan we stil bij het feit dat het vorig jaar veertig jaar geleden was dat de Christelijke Academie voor de Journalistiek in Kampen van start ging. Veertig jaar! En omdat ik de enige persoon ter wereld ben die gedurende deze gehele periode bij de Opleiding betrokken is geweest, is mij gevraagd om de Openingsrede van het congres te verzorgen. Deze Openingsrede is dus gelijk ook een Feestrede ter gelegenheid van het achtste lustrum. Maar het is ook een Afscheidsrede, omdat ik binnenkort met pensioen ga.

De titel van het congres is: **De toekomst van de journalistiek; zoeken naar verbinding en vertrouwen.** Ik zal op elk van de drie elementen ingaan: toekomst, journalistiek en verbinding/vertrouwen. Maar niet in die volgorde, want ik bewaar de toekomst voor het laatst. En die toekomst is rooskleurig; de opleiding Journalistiek – de mooiste opleiding in het hoger onderwijs – heeft in elk geval volop kansen!

Verder zal ik niet alleen gericht zijn op de toekomst, maar zo nu en dan toch ook even terugblikken. Een beetje uit nostalgie. Maar ook om er iets van te leren. De geschiedenis herhaalt zich weliswaar niet letterlijk, maar de geschiedenis rijmt wel.

Tijd voor het eerste element:

I. Journalistiek.

Toen Piet Heil, de nestor van het Nederlandse journalistieke onderwijs, in 1985 afscheid nam in Utrecht, kreeg hij een bundel aangeboden met de fraaie titel: “Journalistiek dat is van alles”. En inderdaad: journalistiek heeft vele gezichten. Zij komt tot het publiek in vele soorten, maten en kwaliteiten. De opvattingen over wat journalistiek is, of zou moeten zijn, verschillen dan ook behoorlijk. Er is een oude zegswijze: vraag 10 journalisten om een definitie van hun vak en je krijgt 11 antwoorden. Dat maakt het moeilijk om uitspraken te doen over *DE* journalistiek.

In de afgelopen veertig jaar is de vraag wat journalistiek is, bovendien steeds lastiger geworden om te beantwoorden. In zijn vorig jaar verschenen boek “*News, and how to use it*” verzucht Alan Rusbridger dat we het misschien niet eens meer moeten proberen. “*If something is so hard to define, perhaps it’s best not to try.*”

Maar ja: tegelijkertijd constateert hij dat we leven in een tijd van “*information chaos*” en dat we zijn aangeland bij een “*existential crisis for the news industry*”. Niet meer proberen om af te bakenen wat we onder journalistiek willen verstaan, lijkt dan niet de aangewezen weg.

Integendeel, we zouden het juist vaker – en vooral: veel explicieter – moeten hebben over hoe we journalistiek willen definiëren. Over wat we als de kern van de journalistiek willen beschouwen. Waarin journalistiek fundamenteel verschilt van literatuur, amusement of PR. Wat professionele journalisten onderscheidt van goed- of kwaadwillende amateurs. Wat onze centrale nieuwswaarden zouden moeten zijn. Hoe belangrijk de democratische rol eigenlijk nog is. Die discussie is ook voor het journalistiek onderwijs heel belangrijk, zeker in tijden van snel veranderende omstandigheden.

Toen we veertig jaar geleden met de opleiding Journalistiek begonnen, in 1981 in Kampen, was de situatie anders dan nu. Natuurlijk vond ook toen iedereen dat de ontwikkelingen razendsnel gaan; dat is van alle tijden. Maar in de jaren '80 ging het behoorlijk goed met de journalistiek. Geen financiële crisis, maar ook geen identiteitscrisis. Het aantal journalisten groeide in Nederland tussen 1960 en 2000 ongeveer tien maal zo snel als de bevolking.

De toenemende behoefte aan gekwalificeerde journalisten had ook gevolgen voor het journalistiek onderwijs. Rond 1980 zagen maar liefst drie nieuwe opleidingen het licht, in achtereenvolgens Amersfoort (nu Ede), Tilburg en Kampen (nu Zwolle). Die opleidingen vielen overigens, net als de rest van het hoger beroepsonderwijs, nog onder de wet op het voortgezet onderwijs. Dat had als gevolg dat er twee vakken verplicht waren: Nederlands en Gymnastiek. Onze studenten hebben in die eerste jaren heel wat in de ringen gehangen, totdat in 1986 de Wet op het HBO werd ingevoerd.

Voor het overige waren er voor de opleidingen journalistiek geen harde richtlijnen. Maar het ontwerpen van een leerplan was geen al te ingewikkelde zaak. Er waren twee kernvakken: Journalistieke Vaardigheden en Taalbeheersing. Daarbij was journalistiek in principe dagbladjournalistiek, aangevuld met wat audiovisuele vaardigheden zoals cameravoering en montage. En bij Taalbeheersing lag het accent op schrijven.

Vervolgens begon er een proces van verbreding. De eerste was de toevoeging van tijdschriftjournalistiek. Dat was indertijd een omstreden stap, want tijdschriften werden in de jaren '80 gezien als wel *erg* commerciële producten. Dus werd begonnen met een accent op Opinietijdschriften, zoals Vrij Nederland, De Groene, Haagse Post en desnoods Elsevier.

Maar geleidelijk werd dit uitgebreid naar publiekstijdschriften en vakbladen. En dus gingen stagiairs ook naar de Story, naar de Playboy, maar zeker ook naar de Snackkoerier.



De volgende oprekking van het begrip journalistiek lag in het verlengde hiervan: de zogeheten *bedrijfsjournalistiek* deed zijn intrede. Onafhankelijkheid, in de meeste definities van journalistiek een kernwoord, was in veel gevallen niet meer aan de orde. Studenten moesten leren te opereren binnen de doelstellingen van een onderneming of instantie. Het onderwijs en de stages in de bedrijfsjournalistiek waren vaak nauwelijks nog te onderscheiden van Communicatie en PR.

Omdat ik geen tijd wil verspillen, ga ik met zevenmijlslaarzen verder. Rond de eeuwwisseling werd duidelijk dat de groei in de journalistiek was gestopt. Oplages begonnen te dalen. In de beroepspraktijk werd met een schuin oog gekeken naar entertainment. Als mensen niet meer intrinsiek gemotiveerd lijken om nieuws en achtergronden te volgen, is het

wellicht een idee om het te vermengen met amusement. Voor de één een gouden greep, voor de ander een gruwel.

Hoe dan ook, de definitie van journalistiek was weer een stukje diffuser geworden. Voor de beroepsgroep, voor studenten, maar zeker ook voor het publiek, dat “*journalistiek*” en “*media*” als synoniemen ging beschouwen.

Vervolgens kwamen Web 2.0, Smartphones en Sociale Media. De rol van de journalist in de publieke informatievoorziening werd minder centraal. Met een verwijzing naar de eerste woorden uit de Amerikaanse grondwet werd het tijdperk van ‘*We, the Media*’ uitgeroepen. Het werd deftig om te zeggen: “Iedereen is tegenwoordig journalist”. Zelfs een deel van de docenten journalistiek mengde zich in dat koor.

Maar als elke publieke uiting het etiket ‘journalistiek’ krijgt, dan heeft Rusbridger gelijk. Dan is de term journalistiek onderwijl zo ver opgerekt, dat ie vrijwel inhoudsloos is geworden.

Kunnen we ons dat nog wel veroorloven?



Volgens Nobelprijswinnaar Maria Ressa zijn we getuige van een ontluikende ‘*War on Truth*’. Het maatschappelijk klimaat is aan het veranderen; de zee van ongefundeerde

meningen en ongeverifieerde informatie stijgt, tot bedreigende hoogten. Disinformatie wordt een wapen; tussen staten, maar ook binnen staten.



In de afgelopen jaren zijn veel studies verschenen met titels als: *redefining journalism*, *rethinking journalism*, *rebuilding journalism*, *reconstructing journalism*, *reinventing journalism*, *reconsidering journalism*. Over het algemeen is het uitgangspunt hierin dat het belangrijk is om toch weer wat preciezer te gaan omschrijven wat we beschouwen als de essentiële toekomstige functies van de journalistiek.

Daarbij kan dankbaar gebruikt gemaakt worden van nog altijd gezaghebbende bronnen. Het is dit jaar precies 75 jaar geleden dat de Hutchins commissie het beroemde rapport over *social responsibility* publiceerde. Zij zagen als taak voor de journalistiek:



“Guaranteeing a truthful, comprehensive and intelligent account of the day’s events in a context which gives them meaning.” Nog altijd geen gek vertrekpunt.

Een goede 20 jaar geleden, in 2001, verscheen de eerste druk van *The elements of Journalism* van Kovach en Rosenstiel. Het wordt beschouwd als *"the most important book on the relationship of journalism and democracy published in the last 50 years"*.



Kovach en Rosenstiel benadrukken het grote belang van verificatie: *“In the end, the discipline of verification is what separates journalism from entertainment, propaganda, fiction or art.”*

Dit soort standaardwerken kan ons vooruit helpen als we nog eens goed willen nadenken over de vraag of we inderdaad willen breken met het steeds verder oprekken van de definitie van journalistiek. Het zou sowieso geweldig zijn als het verplichte literatuur voor studenten journalistiek zou zijn. Dat geldt ook voor de verschillende boeken die in diverse van onze lustrumjaren zijn verschenen.



Daarin pleiten we onder meer voor een sterkere publieksgerichtheid, voor het opwaarderen van journalistieke betrouwbaarheid, voor een sterkere oplossingsgerichtheid en voor civiele journalistiek.

Inmiddels zijn dit thema's waaraan hard wordt gewerkt in delen van de praktijk, hoewel in de hitte van de dagelijkse drukte ook nog wel regelmatig wordt teruggegrepen op oude routines en reflexen.

Maar indertijd vonden we daarmee weinig weerklink in het werkveld. Dat is niet iets om zuur of verdrietig over te doen. Dat is het lot van goed onderzoek in het hoger onderwijs. Het heeft tenslotte ook wel even geduurd voordat alle beroepsvissers begrepen waar biologen al die tijd voor hadden gewaarschuwd.

Toch waren er meteen ook al gunstige uitzonderingen. Zo schreef de toenmalige hoofdredacteur van het NOS Journaal Nico Haasbroek in onze bundel 'Even geen Den Haag vandaag' uit 2001: "De publieke omroep zou een serieuze discussie over civiele journalistiek moeten beginnen."

En zijn opvolger Hans Laroës noteerde in 'De toekomst van de Journalistiek' uit 2007: "Een andere houding ten opzichte van het publiek en een andere werkwijze van de

journalistiek zijn nodig om het *vertrouwen* van het publiek te houden. En om ook in de toekomst een wezenlijke publieke functie te kunnen blijven vervullen: zorgen voor *binding* in de samenleving.”

Daarmee zijn we aangeland bij het tweede element: op zoek naar vertrouwen en verbinding.

II. Zoeken naar verbinding en vertrouwen

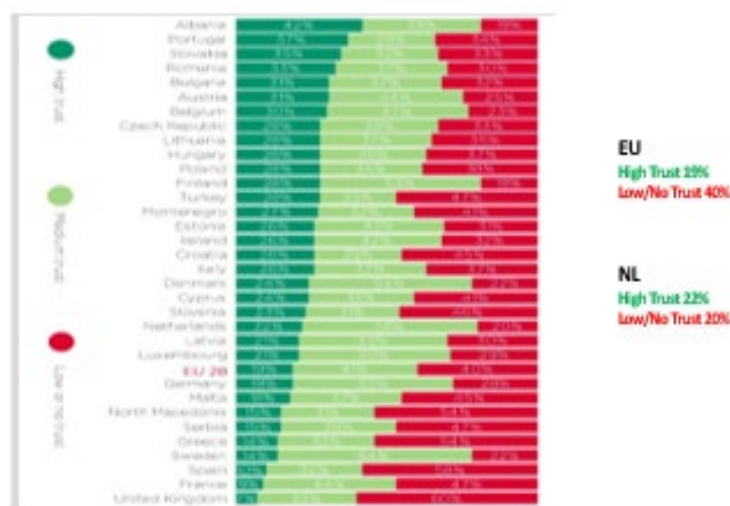
Zoals zoveel dingen, is ook het zoeken naar vertrouwen in de journalistiek niet nieuw. Twintig jaar geleden maakte Pieter Broertjes, toen Voorzitter van het Genootschap van Hoofdredacteuren, gewag van wat hij noemde “de grootste bedreiging voor de media: het verlies aan geloofwaardigheid”.

Er zit natuurlijk een zekere ironie in het feit dat journalisten meer vertrouwen willen, want het is de beroepsgroep bij uitstek die zelf zo ongeveer niemand vertrouwt. Niettemin zijn tegenwoordig vriend en vijand het er wel over eens: Vertrouwen is voor de serieuze journalistiek een voorwaarde om te overleven. Wanneer we verder willen zoeken naar verbinding en vertrouwen, is het verstandig eerst de stand van zaken op te maken.

Door de recente ervaringen uit de corona-periode zou je denken dat de gemiddelde Nederlander niemand meer vertrouwt en de voorkeur geeft aan eigen waarheden en alternatieve feiten. Gelukkig is dat een onjuist beeld. Maar hoe zit het wel met vertrouwen, en dan in het bijzonder met vertrouwen in de journalistiek? Een greep uit de vele cijfers:

De Edelman Trust Barometer 2022 meldt voor 28 landen dat ongeveer 50% van de bevolking de nieuwsmedia nog vertrouwt. Het Digital News Team van Reuters komt voor 46 landen tot een gemiddelde score van 42% redelijk veel of veel vertrouwen.

Het Sociaal Cultureel Planbureau kijkt alleen naar Nederland en komt in 2022 tot een vrij hoog percentage, ook doordat ze de lat vrij laag leggen: 70% van de mensen geeft het eigen vertrouwen in kranten en televisie een 6 of hoger. Het CBS vraagt naar vertrouwen in de Pers en meldt dat 46% van de Nederlanders daar tamelijk tot heel veel vertrouwen in heeft.



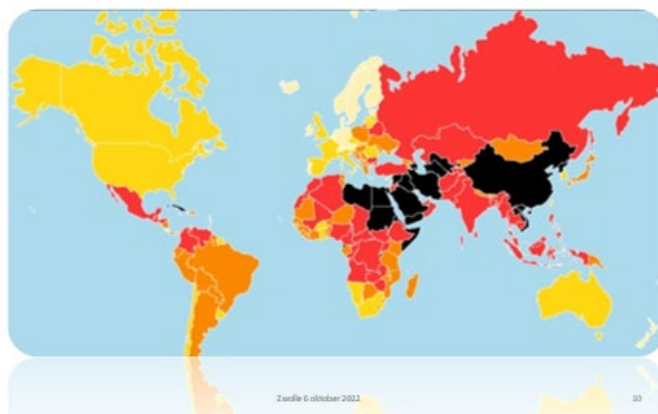
Het rapport Trust in Media 2020 van de European Broadcasting Union (EBU) meldt voor Europa een algehele afname van vertrouwen. Gemiddeld heeft nog 19% van de Europese bevolking veel vertrouwen in de media en 40% weinig of geen vertrouwen. Nederland steekt daar relatief gunstig bij af: 22% hoog en 20% laag of geen.

Niet alleen het vertrouwen in nieuwsmedia is relevant, ook het vertrouwen in journalisten als beroepsgroep. Hoe doen journalisten het in vergelijking met andere beroepen voor wat betreft geloofwaardigheid? The Global Trustworthiness Index van vorig jaar geeft aan dat in de 28 onderzochte landen 23% van de bevolking journalisten geloofwaardig vindt en 34% ongeloofwaardig.

In 1904 schreef Pulitzer: “Democratie en pers staan of vallen hand in hand. Een op de publieke zaak gerichte pers is hard nodig om een democratische cultuur in stand te houden.” Dat lijkt nog altijd te kloppen. Eerder dit jaar meldde The Economist over de wereldindex voor democratie dat “*the state of democracy is at its lowest point since the index began*”.

Niet iets om onze schouders over op te halen.

Te meer daar er ook een wereldwijde correlatie is met Persvrijheid:



Die bestaat vrijwel niet in het grootste deel van de wereld, maar in de gebieden waar persvrijheid wel belangrijk wordt gevonden, wordt het er ook niet beter op. Voor een deel door krachten van markt en staat, maar voor een deel ook vanuit de samenleving zelf.

We kennen allemaal de beelden. Op de dag van de antidemocratische bestorming van het Capitool, moesten ook journalisten er aan geloven.



Dat is niet typisch Amerikaans. Ook in vele Europese landen richtten de massale protesten zich op de media. De EBU schrijft in dit verband: *“populist movements portray the media as an enemy, run by elites”*. Media is virus. Media is fake news.



In Nederland moest de NOS om veiligheidsredenen haar logo afplakken. Nederland is dit jaar op de internationale persveiligheidsindex sowieso gezakt van de 6^e naar de 28^e plek.

En in Duitsland kwam na 90 jaar de term *Lügenpresse* weer terug. Die term is in de jaren '30 door de Nazi's in omloop gebracht, uiteraard met de bedoeling om de onafhankelijke journalistiek in diskrediet te brengen. Er is alle reden om de huidige onderstroom niet te onderschatten. De geschiedenis herhaalt zich niet, maar de geschiedenis rijmt wel.

Maar er is meer aan de hand dan alleen een onderstroom. Het eerder genoemde Digital News Report 2022 van Reuters/Oxford vat de situatie als volgt samen:

*“more people are disconnected,
interest in news is down,
selective news avoidance is up,
trust is far from a given.”*

Ik vermeld deze feiten niet om de jubileumstemming eens lekker te bederven. Ik vermeld ze om de urgentie van het congressthema te onderstrepen.

Professionele journalistiek heeft als eerste opdracht: *“getting the facts right”*. Dat is wat het publiek van de professionele journalistiek mag verwachten. Dat is haar belangrijkste maatschappelijke taak. Zoals de eerder genoemde Rusbridger kernachtig zegt: *‘A society that isn’t sure what is true, cannot function’*.

Hoe noodzakelijk *‘Getting the facts right’* ook is, het is niet voldoende. Ook volledig juiste feiten kunnen immers toch een eenzijdig beeld geven. *“Getting the facts right”* moet dus altijd worden gekoppeld aan: *“Getting the right facts”*. Dan wordt het een ijzeren tweeling.

Jay Rosen, professor journalistiek in New York, voegde daar 25 jaar geleden aan toe: *“Getting the connections right”*. Hij zag als een van de eersten een groeiend web van verbroken verbindingen ontstaan in zijn land: tussen burgers onderling, tussen democratie en burger, maar ook tussen journalistiek en burger.

In het voorwoord van ons jubileumboek uit 2001, ‘Even geen Den Haag vandaag’, stelt Rosen dat het essentieel wordt om *‘journalistiek’* scherp van *‘media’* te onderscheiden. Hoe kunnen we, zo vraagt hij zich vervolgens af, journalistiek zodanig herdefiniëren dat het een betrokken publiek oplevert, en niet slechts een kolkende markt voor nieuwtjes en amusement?

Rosen is grondlegger van de civic journalism, die de maatschappelijke betrokkenheid van burgers wil helpen versterken. Niet alleen omdat de democratie dat nodig heeft, maar ook

uit welbegrepen eigenbelang. Betrokken burgers hebben nou eenmaal meer belangstelling voor journalistiek.

Het EBU News Report 2021/22, met de fraaie titel *‘What’s next’*, bouwt hier een kwarteeuw later in feite op voort. In het hoofdstuk *‘Connecting with audiences and the public’* wordt krachtig stelling genomen: *“Content strategies should focus on providing solutions and ideas for audiences’ problems, needs and struggles, and not primarily on politics and conflict.”*

Allerlei Europese omroepen zijn hiermee aan de slag gegaan. Een goed voorbeeld daarvan is de NDR. Die bedient meer dan 20 miljoen Duitsers. De NDR maakt oplossingsgerichte verhalen voor al hun media-outlets onder de titel *“Perspektiven: Auf der Suche nach Lösungen”*.



Ook het eerder genoemde Digital News Report komt met een paar zeer relevante aanbevelingen om vertrouwen te versterken en om de trend naar meer nieuwsvermijding te keren. Dat begint uiteraard met *‘reliable information’* en *‘careful context’*, maar dan – en dat is nieuw – volgt als aanbeveling: inspelen op *“the desire for stories that inspire and give hope for a better tomorrow”*.

Die uitkomst kennen we uit ons eigen onderzoek. Veruit het meest voorkomende motief voor nieuwsvermijding is dat het nieuws te negatief is, een slechte uitwerking heeft op het gemoed en gevoelens van onmacht versterkt. Dat geldt voor alle leeftijdsgroepen, maar het sterkst voor jongeren.

Daarmee zijn we aangeland bij het derde en laatste element:

III. Toekomst

In deze rede zal ik me beperken tot twee voor de toekomst zeer relevante groepen:

1. De toekomstige *gebruikers* van nieuws en context (Jongeren)
2. De toekomstige *makers* van nieuws en context (Journalistiek Onderwijs)

Ten eerste de toekomstige gebruikers. Jongeren hebben van oudsher een wat problematische relatie met journalistiek. Daarvoor zijn allerlei oorzaken. Zo zijn jongeren zijn vaak drukker met hun eigen identiteit dan met het bovenindividuele niveau van de samenleving. Daarnaast herkennen Jongeren zich vaak slecht in het nieuws. Maar zeker ook in de wijze waarop ze daarin worden geportretteerd, namelijk vooral probleemgerelateerd: “*in trouble or as trouble*”. Jongeren worden door veel nieuwsmedia sowieso nog te vaak gezien als een apart dossier, in plaats van als een deel van het publiek.

Toch hebben jongeren nog wel degelijk belangstelling voor nieuws, zo blijkt ook uit onze Monitor Jongeren en Nieuws van vorig jaar. Als belangrijkste nieuwsbron noemen ze nog altijd televisie, op de voet gevolgd door de eigen sociale omgeving (zowel offline als online).



De belangstelling voor nieuws wordt gunstig beïnvloed door opleidingsniveau, maar nog sterker door de mate van maatschappelijke betrokkenheid. Eigenlijk is dat goed nieuws, want van alle achtergrondvariabelen – zoals leeftijd, geslacht, sociale klasse, opleidingsniveau – is maatschappelijke betrokkenheid de enige waar de journalistiek zelf enige invloed op kan hebben. Wat dat betreft is de recentelijk vernieuwde missie van de Correspondent heel verstandig: *“Maatschappelijke betrokkenheid vergroten door dieper inzicht te geven in hoe de wereld werkt”*.

Tegelijkertijd hebben jongeren nog wel een paar inhoudelijke wensen: Samengevat geven ze aan behoefte te hebben aan nieuws dat minder somber en negatief is, maar dat perspectief biedt. Eigenlijk precies wat het Reuters Rapport van dit jaar aanbeveelt: *“stories that inspire and give hope for a better tomorrow.”*

Daarnaast hebben jongeren behoefte aan een grotere variatie aan gezichtspunten, minder eenzijdig, meer divers. Dat maakt het nieuws voor hen interessanter, maar ook geloofwaardiger.

Het lastige is dat dit een nogal ingrijpende vernieuwing van de journalistieke cultuur vraagt, zeker wat betreft het bieden van perspectief. Daar is de gemiddelde journalist nog niet zo erg in geïnteresseerd. Maar het besef dat een cultuurverandering nodig is, is wereldwijd

wel groeiende. Op het World News Media Congress vorige week in Zaragoza was de hoofdvraag dan ook: “How do we *reset* journalism?” Dat gaat verder dan kijken hoe je TikTok kunt inpassen.

Daarmee kom ik aan bij het journalistieke onderwijs. Vernieuwing begint met een grondige reflectie op de toekomstige maatschappelijke rol van de journalistiek. Maar daar is het journalistiek onderwijs helaas niet heel goed in. In de uitgebreide scenariostudie over de toekomst van het journalistieke onderwijs, die onze collega’s van het Utrechtse lectoraat in juni hebben gepresenteerd, wordt de gezaghebbende media-econoom Pickard geciteerd die nogal kritisch is: “*Large numbers of journalism educators have failed to make even rudimentary contributions toward understanding the impact of journalism on society*”.

Een belangrijke oorzaak daarvan is volgens hem dat we het onderwijs in de journalistiek te veel gescheiden hebben van het onderzoek naar de journalistiek. Eigenlijk zou *journalism studies* een kernvak moeten zijn.

Dat is ook belangrijk omdat journalistieke innovatie in onderwijs en praktijk vaak te smal wordt opgevat. Ook dat is niet nieuw. Al vele jaren worden de directeurs van de journalistiek-opleidingen uitgenodigd voor de Jaardag van het Nederlands Genootschap van Hoofredacteurs. Daar heeft innovatie regelmatig op de agenda gestaan.

Ik herinner me nog levendig een discussie uit 1986. De digitale foto-ontvanger had net zijn intrede gedaan op redacties en de ‘motorkoerier met fotorolletje’ vervangen. De opleidingen werden gekapitteld omdat zij studenten niet leerden hoe om te gaan met de digitale foto-ontvanger. Dit was een terugkerend ritueel, bij elke nieuwe gadget van enig formaat.

Wat zou er, om daarvoor ruimte te maken, dan uit het curriculum moeten? Ook daar waren de hoofredacteurs tamelijk duidelijk in: Werkgroepjes Massacommunicatie. Het

Genootschap, zo biedt de eerlijkheid wel te vermelden, bestond in die dagen voor de volledige 100% uit gearriveerde mannen. Die zijn nou eenmaal niet zo van de reflectie.

Natuurlijk verandert nieuwe technologie het vak. Digitalisering is een onomkeerbaar proces, dat voortdurend aandacht en investeringen vereist. Nieuws moet gebracht worden op de plekken waar de gebruikers zijn.

Maar, zoals Jeroen Pen stelt in zijn roman ‘De meest besproken man van Nederland’: we hebben het hier meer over een verhuizing dan over een vernieuwing.

Innovatie in de journalistiek?



Het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek heeft een tijdje de VR-bril als sexy voorbeeld van ‘innovatie’ gehad. Het illustreert wat het probleem is. We zien uitsluitend witte mannen en jongens in pakken, maar ze hebben wel zo’n fijne bril op.

Er is een interessante Britse studie over *Sustainable Journalism Innovation*. Daarin concludeert de auteur, Julie Posetti : *Journalism should stop relentlessly pursuing “bright, shiny things” at the expense of core concepts such as content and audiences.*

Dit “Shiny Things Syndrome” is echter tamelijk hardnekkig. Het drukt de aandacht weg van de thema’s waar het echt om gaat: inhoud en publiek. En van de kernvraag van het

World News Media Congress van vorige week: “How do we reset journalism?”. Met als subvraag: *In an age of news avoidance and polarisation, how do we convince people, of journalism’s social value?* Dat begint met het vergroten van vertrouwen en verbinding.

Het onderzoek van Fisher c.s. uit 2021 over ‘Improving Trust in News’ geeft daarvoor een prima voorzet. Vertrouwen wordt aantoonbaar vergroot bij meer journalistieke diepgang. Daar ligt ook voor het onderwijs de sleutel. Na jaren van verbreding is het nu echt tijd voor verdieping.

In het voorgaande heb ik geprobeerd enkele ingrediënten te benoemen voor verdieping die in sommige delen van de journalistiek al begonnen is, maar die verdere ondersteuning vanuit het journalistieke onderwijs nodig heeft. Op zijn kortst gezegd gaat het om drie vormen van verdieping. De drie P’s.



Ten eerste: Perspectief bieden. Dat begint met standaard aandacht geven aan de vraag ‘Wat nu?’. Dus het niet te laten bij een beschrijving van enkel problemen en ellende, maar ook informatie te geven over oplossingsrichtingen.

Ten tweede: Perspectieven bieden. De werkelijkheid is niet zwart/wit, maar kent vele grijzen, en zelfs vele kleuren. Net als de samenleving. De journalistieke fixatie op tegenstellingen en extremen is te eenzijdig en dat bewijst de samenleving geen goede dienst.

Een grotere diversiteit in gezichtspunten en nuances is dringend gewenst, inclusief die uit het midden.

Ten derde: Publiekgericht zijn. De zendergerichte journalistiek moet in de netwerksamenleving verder plaats maken voor vormen van samenwerken en dialoog. Met individuele burgers, maar ook met associaties uit de civil society. Tweerichtingsverkeer in plaats van eenrichtingsverkeer. Van Bolwerk naar Netwerk.

Het journalistieke onderwijs moet zich opnieuw bezinnen op de toekomstige rol van de journalistiek. Dat zal consequenties hebben voor de inhoud van het journalistieke onderwijs, maar mogelijk ook voor het aantal studenten. Mede door de opgerekte definitie van journalistiek komen veel studenten de opleiding binnen zonder dat ze een duidelijke journalistieke ambitie hebben.

Er zijn tegenwoordig zoveel alternatieven. Alleen al de opleidingen ‘Communicatie en multimediadesign’ zijn met in totaal 6300 studenten maar liefst 40% groter dan de gezamenlijke opleidingen journalistiek. Je zou willen dat wie kiest voor een journalistieke opleiding ook echt gemotiveerd is om journalist te worden.

Ik sluit af.

Vergroting van verbinding en vertrouwen is onmisbaar voor de toekomst van de journalistiek. Het onderwijs kan daarin een constructieve rol spelen. Ten eerste door in het curriculum krachtig in te zetten op de drie P’s: perspectief bieden, perspectieven bieden, publiekgericht denken en doen. Ten tweede door terughoudender te zijn met het gebruik van de term ‘journalistiek’. Meer nadruk op onafhankelijke waarheidsvinding en onderzoek voor burgers; weg van de snelle markt van nieuwtjes en amusement.

Twee jaar geleden overleed Sir Harold Evans, de bijna legendarische hoofdredacteur van onder andere The Sunday Times. Zijn observaties waren bijna altijd raak. Wat mij betreft geldt dat zeker voor het citaat waarmee ik vandaag wil eindigen. Dat gaat over de belangrijkste uitdaging voor zowel de journalistiek als voor het journalistieke onderwijs.

The challenge is not to stay in business,
it is to stay in **journalism**

Sir Harold Evans

The challenge is not to stay in business, it is to stay in *journalism*.

Ik dank u voor uw aandacht.



DANK VOOR UW AANDACHT