

De verzuiling voorbij, of niet?

Een onderzoek naar de onderscheidende factoren van publieke omroepen volgens journalisten werkzaam bij deze omroepen

Naam student: **Ruben van der Elst**

Studentnummer: **386150**

Supervisor: **dr. C. E. Aalberts**

Tweede lezer: **dr. B. C. M. Kester**

Master Media & Journalistiek

Erasmus School of History, Culture and Communication

Erasmus University Rotterdam

Master Thesis

Oktober 2018

Inhoudsopgave

1. Inleiding	3
1.1 Aanleiding	3
1.2 Vragen.....	5
1.3 Relevantie	6
2. Theoretisch Kader	8
2.1 Historiografie.....	8
2.2 Legitimatie systeem	12
2.2.1 Pluriformiteit.....	13
2.2.2 Kwaliteit.....	16
2.2.3 Verbinding	17
2.3 Journalisten	19
2.3.1 Journalistieke waarden.....	19
2.3.2 Onderschrijving merk.....	21
2.4 Conclusie	23
3. Methoden	25
3.1 Interviews	25
3.2 Selectie respondenten.....	26
3.3 Operationalisering.....	28
3.4 Analyse	30
3.5 Codeboom	31
4. Resultaten	33
4.1 Waarden	33
4.1.1 Onafhankelijkheid.....	33
4.1.2 Toegankelijkheid.....	37
4.1.3 Diversiteit	38
4.1.4 Bereik	39
4.1.5 Morele waarden	40
4.1.6 Conclusie	41
4.2 Systeem	41
4.2.1 Gebrek aan eigenheid	41
4.2.2 Onzinnig systeem	44
4.2.3 Fusieomroepen	45
4.2.4 Conclusie	46
4.3 Binding.....	47
4.3.1 Binding.....	47

4.3.2 <i>Exclusiviteit binding</i>	49
4.3.3 <i>Noodzakelijkheid binding</i>	51
4.3.4 <i>Conclusie</i>	52
5. Conclusie & discussie	53
5.1 Inleiding.....	53
5.2 Samenvatting.....	53
5.3 Discussie.....	56
5.4 Verder onderzoek.....	58
Literatuurlijst	60

1. Inleiding

1.1 Aanleiding

Mieke van der Weij en Peter de Bie groeiden in de jaren negentig uit tot het onlosmakelijke presentatieduo van de *Nieuwsshow*, een actualiteitenprogramma op NPO Radio 1. Ruim twintig jaar lang presenteerden zij dit iedere zaterdagochtend tussen half 9 en 11 uur. Eerst in dienst van de TROS, later in dienst van fusieomroep AVROTROS. Sinds de eerste zaterdag van 2018 wordt op het tijdsslot van de *Nieuwsshow* tegenwoordig *Nieuwsweekend* uitgezonden. *Nieuwsweekend* is een wekelijks actualiteitenprogramma op NPO Radio 1 met als vaste presentatieduo Mieke van der Weij en Peter de Bie, maar dan in opdracht van Omroep MAX (Baneke, 2017). AVROTROS ziet dit als diefstal. Het format van het programma was namelijk in handen van deze omroep, evenals het tijdsslot op Radio 1 (Van Zonneveld, 2017). MAX heeft echter een verzoek ingediend om een nieuw programma op dit tijdsslot te gaan verzorgen, met succes. In alle rumoer had AVROTROS namelijk de twee presentatoren op non-actief gesteld, en door het tijdsslot aan MAX te geven, zou de NPO er principieel voor gekozen hebben om het programma boven de uitvoerende omroep te stellen (Van Dongen, 2017a).

NPO Radio 2 was in 2017 in een soortgelijke rel verwickeld. Rob Stenders wilde zijn doordeweekse programma, *Stenders Platenbonanza*, voortzetten bij BNNVARA. Het tijdsslot bleef echter eigendom van AVROTROS, Stenders' oude werkgever. Maanden van omroep politiek later is Rob Stenders vier dagen in de week te horen op Radio 2, dus levert hij één dag in, maar hij mag wel zijn programma bij BNNVARA ten gehore brengen (Baneke, 2017).

Platenbonanza is bij BNNVARA exact hetzelfde programma als bij AVROTROS en *Nieuwsweekend* is niets anders dan *Nieuwsshow*, behalve de naam en de omroep die het programma maakt. AVROTROS raakt een succesvol programma en tijdsslot kwijt, wat de frustratie van die omroep begrijpelijk maakt. De vraag is meer waarom de programmamakers het programma niet meer uit naam van de oude omroep willen produceren. De Bie motiveerde zijn keuze door te verklaren dat de fusieomroep geen familiegevoel meer bood, zoals de TROS dit wel deed (Van Dongen, 2017b), en Van der Weij heeft zich nooit op waarde geschat gevoeld door de AVROTROS (Van Zonneveld, 2017). Stenders voelt en voelde zich het meest verbonden met de VARA, doordat hij zich hier altijd “altijd vrij, thuis en gesteund” (Brouwer, 2018) voelde. Een gevoel dat bij AVROTROS niet, of tenminste in mindere mate, bestond.

De voorkeuren van deze medewerkers wekken de suggestie dat het wel degelijk uitmaakt namens welke omroep zij deze programma's maken. Zelfs als deze inhoudelijk niets

laten blijken van invloeden van andere omroepen. Bij het ontstaan van het omroepstelsel was dit ook het geval. Het omroepbestel is ingericht aan de hand van de verzuiling (Van der Haak, 1999), waar elke omroep vertegenwoordigd werd door journalisten afkomstig uit de eigen zuil (Blom & Lamberts, 1993). Deze zuilen bakenden de Nederlandse samenleving af. Het leven speelde zich volledig geïsoleerd af binnen de eigen zuil (Hellemans, 1993). Door deze segregatie richtten organisaties binnen de zuil zich uitsluitend op de eigen ideologie (Hellemans, 1990). Ooit maakte het dus uit welke omroep verantwoordelijk was voor een programma, omdat dit volledig de toon ervan bepaalde. De vraag is echter hoe relevant dit tegenwoordig nog is.

Niet genoeg, volgens Paul Römer, directeur van de NTR. Volgens hem is het systeem te ingewikkeld. Als hier niets aan gedaan wordt zal het publiek op termijn gaan merken dat er herhaling op gaat treden in de programma's die door de publieke omroep aangeboden worden (Tienhooven, 2018). Alle omroepen zoals we ze nu kennen moeten dan ook verdwijnen, en vervangen worden door productiehuisen. De NOS zou met de NTR moeten fuseren om de enige voortbestaande omroep te vormen, terwijl de andere omroepen zouden moeten gaan concurreren om het beste idee uit te mogen voeren (Tienhooven, 2018). Het mooiste van dit alles is volgens Römer dat het publiek van deze transitie niets merkt bij het consumeren van de programma's (Tienhooven, 2018). Er kunnen vraagtekens gesteld worden bij het ingewikkelde systeem, als het publiek hier toch niets van merkt. Deze vraagtekens worden gesteld door Jan Slagter, directeur van Omroep MAX. Hij geeft aan dat de NTR niet gespaard hoeft te worden, deze is immers inwisselbaar (Kockelmann, 2018). Slagter geeft daarnaast evenwel aan dat de EO en BNNVARA bijvoorbeeld wel een eigen identiteit hebben, die gewaarborgd dient te blijven. Door te spreken over inwisselbaarheid en een ingewikkeld systeem geven zelfs de omroepdirecteuren Römer en Slagter aan dat de omroepen in de huidige vorm eigenlijk niet meer de meerwaarde hebben die zij ooit hadden. Tegelijkertijd willen zij dit systeem echter ook niet kwijt. Het geeft aan dat de eigenheid van omroepen en hun programma's een lastige kwestie is.

Op de publieke kanalen wordt de zendtijd namelijk grotendeels ingevuld door organisaties die onderling weinig verschillen (Konig et al., 2008; Van der Haak, 1999). Fusieomroepen lijken een laatste bevestiging van het gebrek aan onderling onderscheid. Ten tijde van de verzuiling zouden fusies immers ondenkbaar zijn, doordat iedere omroep een afgebakende achterban had. Het verworden tot meer van hetzelfde lijkt in te gaan tegen de representatie van de pluriforme samenleving, die de publieke omroep zou moeten zijn (Wijzigingswet Mediawet 2008, 2017). De omroepen bestaan nog steeds omdat verondersteld

wordt dat pluriformiteit hierdoor gewaarborgd wordt. De vraag is of dit daadwerkelijk nog het geval is.

1.2 Vragen

De voorbeelden uit de aanleiding van dit onderzoek maken duidelijk dat de omroepen er zelf veel waarde aan hechten bij welke omroep een programma geproduceerd en uitgezonden wordt. De vraag is hoezeer dit breder gedragen wordt en in hoeverre de andere entiteiten in deze kwestie, het publiek en de journalisten, ook belang hechten aan welke omroep verantwoordelijk is voor een programma. In dit onderzoek zal ik mij richten op de journalisten, zij zijn essentieel voor de omroepen om zich op een bepaalde manier te profileren. De drang om van omroep te veranderen, die in de voorbeelden van de *Nieuwsshow* en Rob Stenders naar voren kwam, suggereert dat dit toch niet zoveel uitmaakt. Hoe zit dat nu echt? Om te kunnen spreken van een meerwaarde van een bepaalde omroep in de productie van een programma moeten de waarden van deze omroepen duidelijk blijken uit de programma's. Als de journalisten de intentie om de waarden van de omroep in het programma te stoppen niet hebben, zullen deze waarden het publiek nooit kunnen bereiken. Op basis van deze informatie is de volgende onderzoeksvraag voor dit onderzoek geformuleerd:

In hoeverre spelen de waarden van journalisten die werken voor publieke omroepen een rol in hun werk en hoe verhouden deze zich tot de waarden die deze omroepen uit willen dragen?

Ter ondersteuning van het beantwoorden van deze hoofdvraag zijn de volgende deelvragen geformuleerd.

- Welke waarden zijn leidend in het werk van journalisten bij de publieke omroep?
- Hoe geven deze journalisten invulling aan die waarden in hun werk?
- In hoeverre hebben de journalisten de vrijheid om zelf voor deze invulling te zorgen?
- In hoeverre zijn journalisten op ideologische grond aan een omroep gebonden?

De antwoorden op deze deelvragen geven elk antwoord op een deel van het uiteindelijke antwoord op de hoofdvraag. De deelvragen zullen worden beantwoord aan de hand van theoretisch onderzoek, aangevuld met specifieke informatie die uit dataverzameling is gekomen. Er zijn bij journalisten van vier publieke omroepen diepte-interviews afgenomen en deze zijn met behulp van kwalitatieve data-analyse geanalyseerd. In hoofdstuk 3 wordt de onderzoeksmethode uitvoeriger uitgelegd. De deelvragen richten zich op het bieden van

inzichten wat betreft de waarden van de Nederlandse publieke omroep en de journalisten die bij de verschillende omroepen werkzaam zijn. Er wordt aandacht besteed aan wat deze waarden in algemene zin inhouden, en hoe hier specifiek invulling aan gegeven wordt.

1.3 Relevantie

Terug in 2000 werden de omroepverenigingen al gezien als “de laatste min of meer florierende resten van de verzuiling,” volgens Van der Heiden (2000, alinea 8). Tegenwoordig ziet het omroepsysteem er heel anders uit. Zo zijn er een aantal fusie-omroepen ontstaan, welke duidelijk lijken te maken dat een traditioneel omroepstelsel, voortgevloeid uit de verzuiling, definitief verleden tijd is. De verzuiling, de basis voor het huidige omroepstelsel, is in de huidige samenleving niet meer aanwezig, wat de legitimiteit van de publieke omroep in zijn huidige vorm in twijfel trekt. De kritiek op de legitimiteit van het systeem richt zich op het afschaffen van dit systeem dat een voortvloeiende is van de verzuilde samenleving, maar daardoor tegenwoordig niet langer relevant (Tienhooven, 2017). Wijfjes (2014) stelt dat de Nederlandse publieke omroep zich zou moeten richten op het aanspreken van een zo breed mogelijke doelgroep met een veelzijdig programma-aanbod.

De relevantie van het omroepbestel als representatie van de verzuilde Nederlandse samenleving is achterhaald. De publieke omroep heeft nu als belangrijkste taak een representatie te zijn van de pluriformiteit in de samenleving (Wijzigingswet Mediawet 2008, 2017). Dit onderzoek richt zich op de makers van de programma's van de publieke omroep. De wetenschappelijke relevantie is te vinden in het onderzoek naar de intenties van de programmamakers in relatie tot het bredere takenpakket van de Nederlandse publieke omroep. Uit eerder verschenen literatuur over dit onderwerp blijkt dat de situatie rondom de waarden van de journalisten en omroepen is veranderd door de jaren heen, wat het aannemelijk zou maken dat de invulling van de publieke omroep ook zou veranderen. Dit onderzoek heeft als doel om nieuwe inzichten te bieden in het debat rond de publieke omroep, en een aanvulling te zijn op reeds uitgevoerde onderzoeken naar de binding van journalisten en het publiek met de omroepen.

De maatschappelijke relevantie ligt in de basis van de publieke omroep, de Nederlander, oftewel het publiek. Het publiek kiest een vertegenwoordiger door zijn politieke stem uit te brengen, waarmee indirect gekozen kan worden voor de invulling van de Nederlandse publieke omroep (Adriaansen & Van Praag, 2010). Het doel van de NPO is om de pluriformiteit van de Nederlandse samenleving extern te representeren. De vraag is of deze pluriformiteit nog wel op de juiste manier gewaarborgd wordt, nu omroepen zich minder vrij kunnen uiten en fusie-

omroepen de eigenheid van omroepen lijken te beperken. Het is voor het publiek relevant om dit te onderzoeken omdat dit publiek, een groot deel van de Nederlandse maatschappij, gerepresenteerd dient te worden door de publieke omroep. Tegelijkertijd is het voor journalisten relevant omdat zij voor pluriformiteit moeten zorgen door de verantwoordelijkheid te dragen voor de waarden die de omroepen uit te willen dragen. Het is relevant om te kijken of de journalisten binnen dit pluriformiteitsideaal hun persoonlijke en professionele waarden nog kunnen uiten.

2. Theoretisch Kader

In het theoretisch kader wordt een beeld gegeven van de literatuur die reeds over de ontwikkeling en waarden van de publieke omroep is verschenen. Dit is opgedeeld in drie delen. In paragraaf 2.1 zal allereerst een kort historisch kader geschetst worden, waarin de geschiedenis en ontwikkeling van het Nederlandse omroepsysteem nader toegelicht worden. Er zal gepoogd worden dit kort en bondig te beschrijven, zonder vitale informatie achter te houden. Een algemene schets van de ontwikkeling van de publieke omroep is namelijk van belang om de context van het onderzoek te kunnen begrijpen. In paragraaf 2.2 wordt de link vervolgens gelegd met de huidige situatie. De erfenis van de verzuiling verandert langzaam in een publieke omroep waar pluriformiteit, kwaliteit en verbinding de kernbegrippen zijn. Ten slotte wordt er in paragraaf 2.3 betekenis gegeven aan de belangrijkste begrippen van dit onderzoek, met name de waarden van de journalisten en de Nederlandse publieke omroep in het algemeen.

2.1 Historiografie

Het ontstaan van de traditionele omroepen is te danken aan de uitvinding van de radio-uitzending. De Nederlandse Seintoestellenfabriek (NSF) in Hilversum kreeg het monopolie op het uitzenden van radio in Nederland en er ontstonden groepen die een bepaalde bevolkingsgroep op de radio wilden en gingen vertegenwoordigen met een uitzending (Baakman, 1986). De Hilversumsche Draadloze Omroep (HDO en later AVRO), de Nederlandsche Christelijke Radio Vereeniging (NCRV), de Katholieke Radio Omroep (KRO), de Vereeniging van Arbeiders Radio Amateurs (VARA) en de Vrijzinnig Protestantsche Radio Omroep (VPRO) kochten ieder zendtijd af bij de NSF (Baakman, 1986; De Goede, 1999).

Deze radioverdeling was typerend voor deze tijd. In de Nederlandse samenleving werd de verzuiling duidelijk merkbaar en als gevolg hiervan was deze ook steeds meer in instituties terug te zien (Lijphart, 1999). In plaats van één centraal aangestuurde omroep ontstond er een omroepsysteem dat gebaseerd was op pluriformiteit, dit zou een goede representatie van het publiek moeten vormen (De Goede, 1999). De radioverdeling en het ontstaan van de verschillende omroepen maakten deel uit van de verzuiling van de gehele Nederlandse samenleving. De socialistische bevolkingsgroep was de voorloper op dit gebied, door zich na de Eerste Wereldoorlog te isoleren. Al snel volgden ook een rooms-katholieke, een protestants-christelijke en een liberale zuil (Van Doorn, 1956; Lijphart, 1999). De samenleving werd volledig verdeeld doordat iedere zuil zijn eigen exclusieve instanties had. Van scholen tot sportverenigingen en van de media tot zorg, alles bleef binnen de eigen zuil en zo leefden in de

verzuilde samenleving bevolkingsgroepen grotendeels langs elkaar heen (Altena & Van Lente, 2003; Lijphart, 1999).

De verschillende omroepen waren in deze tijd machtige instanties. Doordat de omroepen binnen een zuil vielen waren zij onlosmakelijk verbonden met politieke partijen. De omroepen waren hierdoor de daadwerkelijke volksvertegenwoordigers (Van der Heiden, 2000). De omroepen konden bovendien rekenen op een trouwe aanhang (Bardoel, Bierhoff, Manschot & Vasterman, 1975). Deze aanhang vormde tevens het electoraat, waardoor politieke stemmen van het volk gebaseerd waren op de activiteiten van de omroepen waar deze partijen aan verbonden waren. De publieke omroep vormde op deze manier een machtige tegenhanger van de politiek (Van der Heiden, 2000).

Nadat de verzuiling zijn top had bereikt en overal in de samenleving geworteld was, begon de ontzuiling zich in te zetten. De trend van ontzuiling werd gekenmerkt en ingeleid door onvrede met het bestaande omroepbestel. Een afname van de waarde van de verzuilde samenleving betekende niet alleen een bedreiging voor het politieke systeem zoals bekend uit de verzuiling, ook het mediasysteem werd bedreigd in zijn voortbestaan (Brants, 1985). De ondermijning van het verzuilde omroepsysteem groeide in de decennia na de Tweede Wereldoorlog, met de oprichting van verschillende nieuwe omroepen, met name de TROS, Veronica en de EO. Deze omroepen vertegenwoordigden geen traditionele bevolkingsgroepen zoals de verzuilde omroepen dit wel deden. De EO reageerde op de toenemende ontkerkelijking door zich te richten op de christenen. De EO was een unieke nieuwkomer door zich te richten op een specifieke groep in de samenleving, Veronica en de TROS richtten zich namelijk puur op amusement (Van der Haak, 1999). De term vertrossing deed zijn intrede. Vertrossing staat voor het verwaarlozen van de verantwoordelijkheden van de publieke omroep en het richten op het publiek van de omroep in productie- en programmeringsbesluiten (Van Zoonen, 1999). De directe publieksgerichte bedrijfsstrategie van de TROS maakte iets los bij de andere omroepen. Zij realiseerden zich dat een maatschappelijke achterban niet vereist was om als omroep succesvol te zijn. De vertrossing maakte ook bij de overheid iets los, hier ontstond onvrede over de hedonistische aard van deze nieuwe omroepen (Bardoel et al., 1975; De Goede, 1999). De TROS sprak tenslotte een groep binnen de samenleving aan die bijna zo breed als de gehele samenleving was.

De regering hield graag vast aan de verzuiling en probeerde de ontzuiling, die duidelijk in werking was gezet, af te remmen. Als reactie op de vertrossing van de publieke omroep werd in 1967 de omroepwet in het leven geroepen. Volgens de omroepwet kwam in principe iedereen in aanmerking voor etheruitzending, mits er voldaan werd aan enkele voorwaarden die de

pluriformiteit binnen de publieke omroep onderstreepten (Bardoel, 2006). Volgens de belangrijkste voorwaarden om een deel uit te mogen maken van het omroepbestel mochten kandidaat-omroepen geen winstoogmerk nastreven, moesten zij tenminste honderdduizend leden op de been kunnen brengen en bovendien representatief zijn voor een aanzienlijke bevolkingsgroep (Boerma, Van Cuilenburg, Diemer, Oostenbrink & Van Putten, 1982; Hoefnagel, 2005). Eenmaal toegetreten tot de publieke omroep genoten deze organisaties wel grote autonomie, in de omroepwet stond namelijk ook opgenomen dat omroepen volledige verantwoordelijkheid dragen voor de eigen programma's, met als enige eis dat deze niet schadelijk zouden zijn voor de nationale veiligheid en/of de openbare orde (Hoefnagel, 2005; Van der Haak, 1999). Met het tegengaan van de commercialisering van de publieke omroep leverde de overheid dus wel een deel van haar eigen invloed in, terwijl de omroep tegelijkertijd minder gesloten is geworden.

De ontzuiling heeft meerdere oorzaken. De economische ontwikkelingen na de Tweede Wereldoorlog speelden een grote rol, evenals de industrialisatie, technologische vooruitgang en een toename in welvaart (De Goede, 1999). Er was ineens weer geld te spenderen en dus te halen (Bardoel et al., 1975). Waar de radio een grote rol speelde in de verzuiling, speelde de televisie juist een grote rol in de ontzuiling van de samenleving. Met de komst van de televisie bleef het publiek niet langer beperkt tot het kijken naar de eigen zuil (Hoefnagel, 2005; De Goede, 1999). Sterker nog, doordat de zendtijd van de verschillende omroepen verdeeld werd over slechts één televisiekanaal, werd het publiek bijna gedwongen om naar programma's van andere zuilen te kijken (Brants, 1985). De televisie ondermijnde dus de traditionele waarden van de omroepen, die gelinkt waren aan eigen zuilen.

Een opvallende ontwikkeling hierin was de strijd rond het loskoppelen van het lidmaatschap van een omroep en het abonnement op een omroepblad. Meerdere malen in de decennia na de Tweede Wereldoorlog is gepoogd dit voor elkaar te krijgen, omdat de inhoud van een programmablad niet leidend zou mogen zijn in het werven van leden voor een omroep. Dit zou van de omroep af moeten hangen (Hoefnagel, 2005). De regering wees dit verzoek af, waarschijnlijk omdat dit tot groot ledenverlies bij de gevestigde omroepen zou leiden. Volgens Boerma en collega's (1982) werd dit in 1976 in de Tweede Kamer bovendien tegengehouden omdat dit "tekort zou doen aan de bewuste keus van de burger voor het eigen programmablad, waarin hij zijn identiteit herkent" (Boerma et al., 1982, p. 48). Uiteindelijk zijn in 1998 het lidmaatschap en abonnement toch gescheiden van elkaar, waardoor abonnees op omroepbladen niet noodzakelijk direct lid van de omroep meer hoeven te zijn (Van der Haak, 1999).

Dat dit besluit uiteindelijk aan het einde van de twintigste eeuw toch genomen is geeft aan dat de macht van de omroepen kleiner is geworden. Dit blijkt ook uit de concessiewet die in 2000 is aangenomen, terwijl een gelijkaardig voorstel van de toenmalige minister in 1955 door de omroepen nog voorkomen kon worden (Van der Heiden, 2000). Omroepen zijn minder machtig doordat zij niet meer op een vanzelfsprekende trouwe achterban meer kunnen rekenen (Baakman, 1986). Er wordt niet meer uitsluitend gekeken naar programma's van de eigen omroep, alleen de VPRO en EO hebben nog een enigszins trouw ledenbestand, verder kijken steeds minder mensen naar de programma's van de omroep waar zij lid van zijn (Van der Haak, 1999).

De verzuiling is bijna alleen nog maar te vinden in het omroepbestel, verder is het nagenoeg verdwenen uit de samenleving. Zoals Van der Heiden in 2000 al zei zijn de omroepverenigingen “de laatste min of meer florierende resten van de verzuiling” (Van der Heiden, 2000, alinea 8). Nu de samenleving niet zo verzuild meer is als vroeger is de basis voor dit systeem weggefallen. Hiermee is de legitimatie van het traditionele omroepsysteem niet meer aanwezig. De Nederlandse publieke omroep en de omroepen die hier deel van uitmaken hebben tegenwoordig dus een nieuwe legitimatie nodig.

Dit onderzoek richt zich op vier omroepen, namelijk AVROTROS, BNNVARA, EO en MAX. De verantwoording van de keuze voor deze vier omroepen zal in hoofdstuk 3 besproken worden. Het is echter nu al nuttig om de achtergronden van deze omroepen uit te lichten. Het zijn vier verschillende omroepen, met vier verschillende missies en de journalisten die geïnterviewd zijn spreken dus vanuit verschillende ervaringen. AVROTROS is een onafhankelijke omroep. De omroep zegt een gevarieerd, positief aanbod te willen maken, met als doel op een betrokken manier een verbindende rol in de samenleving te spelen (AVROTROS, 2018). BNNVARA ambieert een activerende rol in de maatschappij, met een positieve uitwerking op de samenleving. De omroep omschrijft zich als toegankelijk, relevant, onafhankelijk en betrokken (BNNVARA, 2018). De EO wijkt af van de andere omroepen, door het verspreiden van het evangelie als enige missie te noemen (EO, 2018). Zij zeggen dat de werknemers van de omroep het doel en verlangen hebben om de boodschap van God binnen de mogelijkheden van de NPO te verspreiden. De missie van MAX richt zich op de vijftigplusser. MAX noemt zich betrokken, verbindend en betrouwbaar, en wil aan de hand van deze kernwaarden vijftigplussers in de moderne samenleving plaatsen (Omroep MAX, 2018).

2.2 Legitimatie systeem

De legitimiteit van de Nederlandse publieke omroep staat onder druk, maar doordat de overheid via de mediawet wijzigingen aan blijft brengen aan de invulling van het systeem wordt gepoogd het unieke Nederlandse omroepsysteem relevant te houden. Zo is in 2016 de mediawet van 2008 nog aangepast, waarin de tegenwoordige taken van de publieke omroep opgenomen zijn. Nog altijd staat de publieke omroep in dienst van de gehele samenleving. Kleinere doelgroepen en bevolkingsgroepen moeten ook bereikt worden door de publieke omroep (Wijzigingswet Mediawet 2008, 2017). Het is de taak van de publieke omroep geworden om een gevarieerd media-aanbod met een hoge kwaliteitsstandaard te leveren (Mediawet, 2008). De publieke omroep dient de pluriforme samenleving in zijn producties goed te representeren, en dient zijn uiterste best te doen om de samenleving in de breedste zin te bereiken (Mediawet, 2008).

In de wetenschap worden deze idealen onderschreven. Volgens Bardoel (2003a) dient de publieke omroep op een onafhankelijke manier te voorzien in kwaliteit en pluriformiteit. Bovendien moet de publieke omroep een breed publiek aanspreken en samenbrengen (Bardoel, 2003a). Ook Van den Bulck (2008) sluit zich met haar bevindingen over de meerwaarde van de Nederlandse publieke omroep aan bij deze idealen. Zij beschrijft de meerwaarde van de Nederlandse publieke omroep aan de hand van de volgende punten: onafhankelijkheid, pluriformiteit, variatie, interactie en invloed, voor iedereen; en kwaliteit. Op basis van waarden die voortkomen uit onderzoeken van Van den Bulck (2008) en Bardoel (2003a) en de inhoud van de mediawet, zijn al deze waarden gereduceerd tot drie kernwaarden. Er wordt hier over waarden gesproken omdat de omroepen hier in hun bedrijfsvoering waarde aan hechten, dit is de manier waarop zij zich willen profileren. Ten eerste is er pluriformiteit of diversiteit, waar variatie, pluriformiteit en een goede representatie van de samenleving onder geschaard kunnen worden. De tweede kernwaarde is kwaliteit, wat een streven moet zijn van de publieke omroep, maar ook onafhankelijkheid is een onderdeel hiervan. De derde en laatste kernwaarde van de Nederlandse publieke omroep is cohesie of verbinding, wat het streven inhoudt dat de publieke omroep er is voor iedereen en interactie dient te stimuleren. Deze waarden zullen later in dit onderzoek gekoppeld worden aan wat de journalisten hierover te zeggen hebben in de interviews. Daar zal worden gekeken hoe de beleidsvorming van de omroepen van invloed is op de invulling van het journalistieke werk, naast dat er gekeken zal worden hoe de journalisten omgaan met de waarden van de omroepen.

2.2.1 *Pluriformiteit*

Niet zonder reden wordt pluriformiteit of diversiteit als eerste genoemd. De legitimiteit van het traditionele, verzuilde omroepsysteem bestaat niet meer, tegenwoordig wordt het bestaansrecht van de publieke omroep gelegitimeerd aan de hand van pluriformiteit. De achtergrond van het Nederlandse omroepsysteem is gebaseerd op pluriformiteit, vandaar dat ook de verschillende omroepen nog bestaan, vanuit de overtuiging dat op deze manier de volledige breedte van de samenleving gerepresenteerd wordt in de publieke omroep. Wat de terminologie betreft zijn diversiteit en pluriformiteit in principe andere benamingen voor hetzelfde. Pluriformiteit is de naam die gegeven is aan wat diversiteit betekende, beide termen verwijzen in dit geval naar culturele variatie binnen de publieke omroep (Van Cuilenburg, 1999). Pluriformiteit in de samenleving wordt door Van Cuilenburg en McQuail (1982) gedefinieerd als “het verschillen van mensen in een samenleving op politiek, sociaal-cultureel en sociaal-economisch gebied” (Van Cuilenburg & McQuail, 1982, p. 26). Aan de hand hiervan introduceren zij het concept media-pluriformiteit, dat uitgaat van de hetero- en homogeniteit van de media, waar een hoge heterogeniteit wijst op pluriformiteit (Van Cuilenburg & McQuail, 1982).

De media zouden een goede representatie moeten zijn van de pluriformiteit in de samenleving, Jacklin (1978) noemt dit representatieve diversiteit. Representatieve diversiteit is weinig meer dan wat de term aangeeft te zijn, de diversiteit van de samenleving dient verhoudingsgewijs gerepresenteerd te worden in de media. Op deze manier wordt de volledige diversiteit van de samenleving aangesproken om toegang te kunnen verkrijgen tot de media (Jacklin, 1978). Door de verzuiling is deze representatieve diversiteit automatisch gerealiseerd, iedere zuil werd in de media vertegenwoordigd door een omroep die bij de zuil aangesloten was. Met het opkomen van de ontzuiling vanaf de jaren zestig van de twintigste eeuw verdween deze vanzelfsprekende representatie van de samenleving. In 1975 stelde Harry van Doorn, minister van cultuur, dat het de taak van de media was om de maatschappelijke pluriformiteit te weergeven (Bardoel, 2006). Hoewel Bardoel (2006) pluriformiteit toen gebruikt zag worden als een verwoede poging om het vervagen van de aan de hand van de verzuiling verdeelde samenleving tegen te gaan, wordt er nog altijd vastgehouden aan het pluriformiteitsprincipe in de Nederlandse publieke omroep. De representatie van de pluriforme samenleving is één van de primaire bestaansrechten van de publieke omroep tegenwoordig, vandaar dat het deel uitmaakt van de in 2008 opgestelde Mediawet (2008). Of pluriformiteit slechts als een excuus om de publieke omroep te legitimeren is gebruikt, of dat het daadwerkelijk steek houdt is de vraag. Bardoel (2006) beweert het eerste, maar voor de journalisten zelf biedt externe pluriformiteit fijne omstandigheden om hun beroep in uit te oefenen.

Binnen de NPO wordt pluriformiteit van hogerhand gereguleerd, wat de pluriformiteit binnen de publieke omroep zou moeten garanderen (Van der Haak, 1999). Concurrentie en commercialiteit verdwijnen grotendeels, doordat de zendtijdverdeling vastligt op basis van representatie (Van der Haak, 1999; Bardeel et al., 1975). Binnen dit systeem kent iedereen een plaats, zo eerlijk mogelijk verdeeld aan de hand van het deel van de samenleving dat de omroepen zouden moeten representeren. Kleinere groepen in de samenleving, die zich niet richten op een al te breed uitgedragen ideologie, hebben op deze manier ook de kans om zich uit te drukken in het omroepsysteem (McQuail, 1992). De journalistieke redacties van publieke omroepen kunnen zich volledig richten op hun professionele taak, in plaats van het bevorderen van pluriformiteit, aangezien deze zorg met de zendtijdverdeling al weg is genomen. Deze autonomie zou de kwaliteit van de programma's enkel ten goede moeten komen.

De omroepen zelf hoeven zich niet bewust te zijn van de pluriforme taak die de overkoepelende Nederlandse publieke omroep heeft. De externe pluriformiteit zorgt ervoor dat iedere omroep zijn eigen ding kan doen. De verschillende omroepen hebben in dit systeem allemaal een eigen identiteit, wat de diversiteit in de Nederlandse publieke omroep bepaalt. Kritiek op de Nederlandse publieke omroep komt echter uit bij de vraag of het uitmaakt welke omroep verantwoordelijk is voor de productie van een bepaald programma. In de jaren tachtig maakten wetenschappers zich hier al zorgen om. Hahn (1988) merkte op dat de katholieke aard van de programma's van de KRO lastig te bespeuren is. Dit zou bijvoorbeeld komen doordat journalisten en (eind)redacteuren kijkcijfers als grote factor zien in het maken van programma's (Schedler, Shuyf & Soesbeek, 1989). Door commercialisering zijn de nieuwswaarden veranderd, waardoor kostenbesparing en sensatie een grotere rol zijn gaan spelen in het bepalen van nieuwswaarden (Harbers, 2015; Harcup & O'Neill, 2016). Een maatschappelijke representatie in de programma's van de publieke omroep is hierdoor lastig (Schedler et al, 1989).

Van Cuilenburg en McQuail (1982) stelden tevens vraagtekens bij de garantie van pluriformiteit aan de hand van eigen identiteiten van de verschillende omroepen. Zij stellen dat de AVRO, TROS en Veronica een ledenbestand hebben dat allesbehalve homogeen is (Van Cuilenburg & McQuail, 1982). Veronica is inmiddels een commerciële omroep geworden, maar in 1982 bestonden er al omroepen waarvan het de vraag was of zij wel een duidelijke doelgroep konden bereiken. AVRO en TROS bijvoorbeeld kennen al lange tijd onderling nauwelijks onderscheid, en alleen de VPRO en EO richten zich duidelijk op een af te bakenen doelgroep volgens König et al. (2008) en Van der Haak (1999).

De AVRO en TROS vormen een goed voorbeeld van twijfelachtige unieke waarden. Zij zijn gefuseerd tot de AVROTROS. In het kader van deze nieuwste ontwikkeling op het gebied van omroep politiek zijn ook BNN en VARA gefuseerd tot BNNVARA en de KRO en NCRV gaan tegenwoordig als KRO-NCRV door het leven. Deze fusie-omroepen ondermijnen de legitimiteit van de publieke omroep, omdat het lastig te verantwoorden is dat gefuseerde omroepen trouw kunnen blijven aan de waarden die zij als losse omroepen hadden. Als zij die toen al hadden tenminste.

Tegenwoordig heeft de publieke omroep wat betreft pluriformiteit rekening te houden met nieuwe groepen die in de traditionele verzuilde traditie, en de hieruit voortgevloeide omroepen, geen plaats hebben gekend. Een belangrijke groep in deze kwestie is de moslimgemeenschap, die voortkomt uit de gastarbeiders die in de jaren zestig en zeventig van de vorige eeuw naar Nederland kwamen. Vanaf de jaren tachtig werd duidelijk dat deze mensen in Nederland zouden blijven, waarop er voor deze moslims ook binnen de publieke omroep een representatie gezocht werd, door bijvoorbeeld de Nederlandse Moslim Omroep (NMO) op te richten. Het probleem hiermee is volgens Ghorashi (2009) dat de moslims hiermee in een hokje geplaatst werden, een eigen zuil toebedeeld kregen, terwijl de samenleving al niet echt meer verzuild was. Hierdoor werden zij buiten de samenleving geplaatst, waardoor ze buiten het verzuilde bestel, dat toen al achterhaald was, geïsoleerd werden in de publieke omroep (Ghorashi, 2009). Dat dit niet de beste aanpak is van het representeren van minderheden wordt onderschreven door Romer (2002), die zegt dat verschillende groepen binnen de Nederlandse samenleving tot een groter geheel gerekend zouden moeten worden. In plaats van iedere kleine minderheid apart te representeren in de publieke omroep zouden deze door het grote geheel gerepresenteerd moeten worden (Romer, 2012).

De pluriformiteit richt zich op minderheden, maar bovenstaande zou betekenen dat deze minderheden geen specifieke aandacht in het kader van pluriformiteit of diversiteit verdienen te krijgen. Deze minderheden zullen vertegenwoordigd moeten worden door reeds bestaande omroepen, omdat het draagvlak te klein is voor een eigen omroep. Bijvoorbeeld moslims voelen zich herkend en erkend door gewoon opgenomen te worden in het bestaande omroepsysteem (D'Haenens, El Sghiar & Golaszewski, 2010), maar een eerlijke representatie op basis van draagvlak is dit niet. Voor een publieke omroep die zijn diversiteitsscore baseert op kwantitatief onderzoek op basis van Nederlandse demografische gegevens en de representatie en het bereik van de publieke omroep, is het vreemd dat grote bevolkingsgroepen geen representatie hebben in de vorm van een eigen omroep die verhoudingsgewijs recht doet aan deze groepen (Müller & Frissen, 2014).

Een ander probleem is volgens Shadid (2009) dat multiculturele representatie geen universeel vastgesteld concept is, maar dat omroepen hier een eigen invulling aan kunnen geven. Minderheden binnen de Nederlandse samenleving moeten gerepresenteerd worden door gevestigde omroepen, maar dit zou er op neerkomen dat zij de waarden van hun eigen programma's zouden verloochenen, wanneer er geforceerd rekening gehouden moet worden met diversiteit en pluriforme vertegenwoordiging (Shadid, 2009). Er is een verschil in de waarden van de pluriforme representatie die deze omroepen moeten verzorgen en de waarden van de omroepen en programmamakers zelf. Dit resulteert in producties die de waarden van de eigen omroep niet ondersteunen, wat een ondermijning is van het de pluriformiteit die de publieke omroep na zou moeten streven.

In eerder onderzoek wordt de pluriforme representatie niet gezien als de belangrijkste waarde van de omroepen. Het is de vraag of dit in het onderzoek wel naar voren gaat komen, of dat ook dit de kern van de publieke omroep tegenspreekt. Als de publieke omroep dit ideaal daadwerkelijk waarmaakt zullen verschillende waarden bij verschillende journalisten van verschillende omroepen teruggezien worden.

2.2.2 Kwaliteit

De publieke omroep dient een kwaliteitsoogmerk te handhaven. Specifieker gaat het hier om een hoge standaard binnen de programma's van de publieke omroep wat betreft kwaliteit en betrouwbaarheid (Omroepwet, 2008; Van den Bulck, 2008). Zelf wordt er door de Nederlandse publieke omroep betekenis aan dit kwaliteitsstreven gegeven door een aanbod te leveren in aansprekende educatieve programma's en door te fungeren als de meest vooraanstaande aanbieder van informatie, educatie en cultuur (NPO Jaarverslag 2016). Dat amusement niet volledig vergeten mag worden blijkt uit de hoge kwaliteitswaarde die de NPO zelf toedicht aan 'Nederlandse dramaseries' (NPO Jaarverslag 2016). De kwaliteit van de publieke omroep wordt gekenmerkt door een eigenzinnige en brede programmering. Zo benadrukt Costera Meijer (2003) dat kwaliteit niet genre-afhankelijk is binnen de publieke omroep. Kwaliteit heeft niets met populariteit te maken, waardoor kwaliteit voorbehouden is aan programma's die veel impact hebben of hoge kijkcijfers genereren (Costera Meijer, 2003). De publieke omroep kan zich onderscheiden door deze kwaliteit te waarborgen en aan te blijven bieden.

De publieke omroep dient kwaliteit te garanderen, en het Nederlandse omroepsysteem zou daarbij van pas komen. De externe pluriformiteit zorgt er namelijk voor dat iedere bevolkingsgroep gerepresenteerd wordt door een omroep, en deze omroep hoeft zich daardoor niet bezig te houden met interne concurrentie. De enige concurrentie die bestaat is van de

commerciële omroep, maar door de hand boven het hoofd van de overheid is het voortbestaan van de omroepen op financiële basis gegarandeerd (Van der Haak, 1999). Dit overheidsprotectionisme zou ervoor moeten zorgen dat omroepen zich onafhankelijker kunnen richten op het bieden van kwaliteit. Om deze onderscheidende positie te kunnen behouden is het voor de omroepen echter wel noodzakelijk geworden om over te stappen op een ander selectiebeleid wat hun medewerkers betreft. Journalisten worden niet langer uitsluitend geselecteerd op basis van de binding met de omroepideologie, dit is ondergeschikt geraakt aan competentie en vaardigheid (Bardoel et al., 1975). Volgens Bardoel et al. (1975) ondermijnt het kwaliteitsoogmerk dat de overkoepelende Nederlandse publieke omroep zich als doel stelt hiermee de onderlinge, op ideologie gebaseerde, verschillen binnen de verschillende omroepen.

De kwaliteitswaarborging van de publieke omroep is controversieel, omdat de hand van de overheid hierin te veel gezien zou worden. Er zou sprake zijn van concurrentievervalsing en protectionisme, en de publieke omroepen zijn onafhankelijk van de markt (Van der Haak, 1999). Commerciële omroepen zijn van mening dat zij ook aanbieden wat het publiek wil zien (De Haan & Bardoel, 2016). Terwijl het tegenargument is dat de regering de publieke omroep een hand boven het hoofd houdt om de kwaliteit te waarborgen, worden commercialisering en een winst oogmerk juist als bevorderend voor de kwaliteit gezien. De definitie van kwaliteit is niet éénvoudig, maar een programmering aanbieden die bij het publiek geliefd is duidt niet per se op het hoog in het vaandel hebben van kwaliteit, eerder van populariteit. Mede hierom stelt Bardoel (2003) dat er bij de commerciële omroepen een groter bewustzijn gecreëerd zou moeten worden van de maatschappelijke verantwoordelijkheid die niet enkel in de handen van de publieke omroep zou moeten liggen.

Wat de journalisten betreft wordt aangenomen dat ook voor hen kwaliteit van belang is in het maken van journalistieke producten. Dit lijkt een vanzelfsprekendheid te zijn, aangezien je als journalist een persoonlijk doel zou kunnen hebben om het vak zo goed mogelijk te bedrijven. Dit is iets waar journalisten zich op richten. De vraag is echter of dit onderscheidend is per omroep, de verwachting is van niet.

2.2.3 Verbinding

In de Nederlandse samenleving nemen maatschappelijke tegenstellingen toe. Dit hangt onder andere samen met de diplomademocratie die in Nederland heerst. Hoe hoger je opleiding is, hoe meer je te wat politiek en beleid te vertellen hebt (Bovens, 2006; Tonkens, 2011). In essentie hebben hoogopgeleiden dus een bepaalde macht over lager opgeleiden. De individualisering neemt daardoor toe, omdat je positie in de samenleving individueel bepaald

wordt aan de hand van, in dit geval, opleidingsniveau (Zonderop, 2011). Door hoogopgeleiden wordt verzonnen dat de multiculturele samenleving gestimuleerd dient te worden, maar er wordt hier geen rekening gehouden met de kloven in de samenleving, als gevolg van de diplomademocratie.

Wellicht klinkt het, naast het ideaal van pluriformiteit, enigszins paradoxaal, maar de publieke omroep heeft als taak om voor sociale cohesie te zorgen. De publieke omroep moet de mensen dichter bij elkaar brengen om de individualisering van de samenleving tegen te gaan en om de kloven tussen bijvoorbeeld arm en rijk, of stad en platteland, te verkleinen. Bardoel en Brants (2003) zien dit als meer dan een ideaal van de publieke omroep, namelijk een verantwoordelijkheid, die de publieke omroep op zich moet nemen. De publieke omroep zou, door een podium te bieden aan alle bevolkingsgroepen binnen de samenleving, de bevolking makkelijker samen kunnen brengen (Engelbert & Awad, 2014). Door de toenemende nadruk op zelfontplooiing en individualisering verdwijnt de binding met traditionele instituties, waar ook publieke omroepen onder vallen (Konig, Bardoel, Nuijten & Borger, 2008). In de jaren zestig groeide de concurrentie tussen omroepen, wat vervolgens in de omroepwet en later de mediawet gereguleerd diende te worden om pluriformiteit te representeren, maar het idee was ook dat verbinding binnen de publieke omroep verbinding binnen de samenleving zou betekenen (Bardoel et al., 1975). Volgens Bardoel (2006) laat de publieke omroep zich in de jaren negentig kenmerken als een sociaal bindmiddel, om individualisering tegen te gaan. De taak van de publieke omroep zou hier vooral neerkomen op betrouwbare, kwalitatieve journalistiek en programma's die de sociale cohesie zouden moeten doen toenemen (Bardoel, 2006). Uit het onderzoek van Konig, Bardoel, Nuijten en Borger (2008) blijkt dat dit gedaan kan worden doordat journalisten in hun producten meer nadruk leggen op gelijkheid en solidariteit. De bindende factor die de publieke omroep zou moeten vormen zou dus het beste tot uiting komen door cohesie simpelweg te benoemen.

De verantwoordelijkheid die Bardoel en Brants (2003) de publieke omroep toeschrijven komt terecht bij de journalisten werkzaam bij de publieke omroep, omdat zij aan de basis staan van de productie van de programma's. Betrouwbaarheid en kwaliteit zijn pijlers waar de journalisten over dienen te waken in hun programma's. Daarnaast kunnen of moeten de journalisten dialoog tussen en met het publiek faciliteren, om op deze manier wederzijds begrip en dus cohesie te stimuleren (Groenhart, 2013).

Het pluriformiteitsstreven lijkt een ondermijning te zijn voor het kunnen leveren van een goede representatie van de pluriforme samenleving. De drie belangrijkste waarden spreken elkaar

bovendien tegen. Pluriformiteit leidt tot verschillen tussen omroepen, terwijl kwaliteit en verbinding leiden tot meer overlap tussen omroepen. Op deze manier ondermijnen deze waarden de onderscheidende factor die uit pluriformiteit naar voren zou moeten komen. Daarnaast dienen programma's van de publieke omroep aan bepaalde waarden te voldoen, waardoor de mogelijkheid tot onderlinge verschillen tussen verschillende omroepen verkleind wordt. De conflicterende waarden creëren op deze manier verschillende ideeën en verwachtingen over wat er uit dit onderzoek gaat komen. Doordat pluriformiteit wordt ondermijnd door de andere waarden is de verwachting dat er minder verschillen tussen omroepen bestaan.

2.3 Journalisten

De journalisten van de publieke omroepen zijn voor een groot deel verantwoordelijk voor de invulling die wordt gegeven aan de identiteit van de desbetreffende omroep. Naast de onderschrijving van het merk waar de medewerker zich aan heeft verbonden laat hij zich ook beïnvloeden en leiden door bepaalde journalistieke waarden. In dit onderzoek staan drie journalistieke waarden centraal, namelijk objectiviteit, autonomie of onafhankelijkheid en het waarborgen van de journalistieke professionaliteit (Deuze, 2005). Hier keert het onderwerp van de hoofdvraag terug, namelijk de verhouding tussen deze journalistieke waarden en de waarden die de publieke omroep uit wil dragen. Om hier iets over te kunnen zeggen dienen deze waarden verder uitgelicht te worden.

2.3.1 Journalistieke waarden

De basis van journalistieke waarden, dus ook waarden van journalisten in dienst van publieke omroepen, is objectiviteit (Schudson & Anderson, 2009). Objectiviteit en het verzamelen en verspreiden van kennis worden in de basis gezien als de belangrijkste waarden die een journalist geacht wordt te hebben. Dit verspreiden is een taak die de journalist heeft als verantwoordelijkheid ten opzichte van het publiek, de journalist dient het publiek de informatie te geven die het nodig heeft om onafhankelijk te kunnen zijn (Kovach & Rosenstiel, 2007). Onafhankelijkheid en onpartijdigheid zijn sterk gerelateerd aan objectiviteit. Objectiviteit in twijfel trekken en tegelijkertijd omarmen maakt volgens Deuze (2005) een groot deel uit van journalistieke ideologie. Schudson (2001) trekt dit extreem door, door de taak van een journalist samen te vatten als verslag doen van gebeurtenissen zonder enige kritiek, commentaar of iets te veranderen aan de absolute waarheid van het feit.

Er vallen bij objectiviteit ook wel vraagtekens te stellen. Schudson (2001) is namelijk erg streng over objectiviteit, en de vraag is ook in hoeverre journalisten het met hem eens zijn als het gaat om objectiviteit als journalistieke waarde. Objectiviteit is niet te bereiken, dus is het nutteloos om daarnaar te streven (Glasser, 1988; Wijnberg, 2017). Dat de objectieve waarheid niet te bereiken is wordt in de wetenschap onderschreven, maar er moet wel gepoogd worden dit te bereiken (Arlman, 2005; Deuze, 2005; McQuail, 1992). Door middel van feitelijkheid en het bieden van verifieerbaarheid kan objectiviteit tenminste benaderd worden (McQuail, 1992). Voor een journalist is objectiviteit onmogelijk te bereiken doordat hij op een bepaalde hoogte zijn ervaringen niet meer kan scheiden van zijn journalistieke werk (Muhlmann, 2010). Volgens Wijnberg (2017) is dit juist goed. Een journalist dient zijn werk te voorzien van eigen oordeel, een gebrek hieraan impliceert het niet goed op de hoogte zijn van de journalist (Wijnberg, 2017).

Het is als onderdeel van objectiviteit reeds genoemd, journalistieke autonomie of onafhankelijkheid is nagenoeg cruciaal om objectief te kunnen zijn. Idealiter wordt de journalist niet beïnvloed door politieke invloeden, zodat hij kan streven naar de waarheid en objectiviteit (Schudson & Anderson, 2009). De journalist heeft als doel het publiek de mogelijkheid te bieden onafhankelijk nieuws te consumeren, maar hiervoor dient de journalist zelf ook autonomie te genieten (Kovach & Rosenstiel, 2007). Deze autonomie komt in een democratie bijvoorbeeld tot uiting in het vervullen van een waakhondfunctie ten opzichte van de politiek (Jebri, 2013; McNair, 2009; Schudson, 2008). Autonomie wordt ondermijnd door commercialisering (Esser, 2013; Harcup & O'Neil, 2016). De waarden en doelen van de Nederlandse publieke omroep proberen deze commercialisering enigszins in te perken, waarmee zij de journalistieke onafhankelijkheid lijken te beschermen.

Medewerkers van publieke omroepen lijken minder geremd door de overkoepelende publieke omroep, maar daarnaast ook door eigen redacties (Deuze, 2005). Pluriformiteit speelt een grote rol in de waarborging van de journalistieke waarde van autonomie. Het systeem van externe pluriformiteit zorgt ervoor dat journalistieke redacties zich intern nergens zorgen om hoeven te maken, wat de onafhankelijkheid van de journalist stimuleert (Bakker, 2017; Van der Haak, 1999). En hoewel Bardoel (2003b) opteert voor nog meer ruimte voor journalisten, om de journalistieke idealen na te kunnen streven, lijken omroepmedewerkers binnen het huidige systeem een grote mate van autonomie te genieten.

De journalist heeft tenslotte altijd te maken met het beschermen of tenminste het afbakenen van zijn professie. Door de grote toegankelijkheid is het zelfs de vraag in hoeverre journalistiek een professionele bezigheid is. Dit zorgt ervoor dat een afbakening van de

journalistieke waarden lastig is, omdat journalistiek volgens Schudson en Anderson (2009) geen exclusieve, aan professionele journalisten voorbehouden, eigenschappen heeft. Dit wordt onderschreven door Brants en Vasterman (2010), die stellen dat journalistiek ten onrechte als professioneel beroep gezien wordt, omdat iedereen journalistiek kan bedrijven volgens de bestaande afbakening. Deze bedreigingen geven journalisten de reden om tenminste te praten over een journalistieke code om het een zekere professionele waarde te geven (Deuze, 2005), ook al kan niet-professionele journalistiek bijdragen aan de journalistiek, door meer in te spelen op de wensen van het publiek, omdat deze niet-journalisten zelf deel uitmaken van het publiek (Haas, 2005). De oplossing is volgens Bardoel (2010) niet het opstellen van nieuwe statuten om journalistiek krampachtig af te bakenen als professioneel beroep. Belangrijker is het dat de journalistiek zichzelf gaat onderscheiden door te professionaliseren en meer aandacht te hebben voor het bieden van onderscheidende kwaliteit (Bardoel, 2010). Niet geheel toevallig maakt dit laatste deel uit van de waarden van de NPO en zijn omroepen.

Voor welke omroep een journalist ook werkt, de journalistieke waarden die hij dient na te streven, en de verantwoordelijkheid die van hem verwacht wordt te dragen veranderen niet. De waarden die voor journalisten binnen de gehele publieke omroep gelden leiden in de programma's tot meer overeenkomsten tussen verschillende omroepen. Er mag niet verwacht worden dat individuele journalisten het uiten van onderscheidende waarden van de omroep op zich nemen.

2.3.2 Onderschrijving merk

Merken journalisten iets van de pluriformiteitsdiscussie, of kunnen zij los hiervan hun werk uitvoeren? Specifieker zal in deze paragraaf behandeld worden hoe de journalistieke waarden en de waarden van de omroepen zich verhouden tot elkaar in de beleving en handelingen van de makers. De omroepen willen namelijk graag hun identiteit laten blijken in de programma's die zij maken, maar zij zijn hiervoor wel aangewezen op de journalisten, de medewerkers van de omroepen. De journalisten lijken hun binding met de omroep steeds meer te zijn verloren, waardoor de vraag rijst of en hoe zij nog verantwoordelijk kunnen zijn voor het garanderen van de juiste profilering in de programma's. Vanuit deze uitgangspositie zal er gekeken worden naar een verbinding tussen de waarden op verschillende niveaus, wat in het uiteindelijke onderzoek centraal zal komen te staan. Daarnaast wordt in deze paragraaf een overzicht van de veranderende arbeidsmarkt, voornamelijk gericht op freelancers, behandeld.

Hoewel omroepen hun waarden graag duidelijk uitdragen en laten representeren in de producties die zij leveren, zijn deze waarden uiteindelijk gebaseerd op de waarden, of in ieder

geval de invulling die hieraan wordt gegeven, van de programmamakers. Ahrens en Mollona (2007) beweren, vanuit een meer bedrijfskundige invalshoek, dat medewerkers zich niet volledig afhankelijk kunnen stellen van de organisatie. Zij spreken in algemenere zin over de relatie tussen medewerker en organisatie, maar dit is op de Nederlandse publieke omroep ook zeker van toepassing.

Het zou dan ook een slechte zaak zijn als de programmamakers van de publieke omroepen te veel bezig moeten zijn met het waarborgen van de pluriformiteit. De kracht van het Nederlandse stelsel is juist dat deze pluriformiteit extern geregeld wordt, zodat medewerkers van de omroepen hun eigen ding kunnen doen. Idealiter zouden programmamakers binnen de publieke omroep zich dus niet met pluriforme waarden bezig moeten zijn. Indien zij zich hier wel heel bewust mee bezig gaan moeten houden, ontstaat het gevaar dat zij hun onafhankelijke positie verliezen, aldus Rijssenius (2014). Dit zou betekenen dat de programmamakers hun journalistieke waarden verloochenen.

De positie van journalisten hierin is nog lastiger geworden, door de opkomst van de freelancer. Hoofdzakelijk vanwege financiële redenen is het aantal freelancers ten opzichte van het aantal werknemers in loondienst flink toegenomen. Dit fenomeen is internationaal bekend, maar ook binnen Nederland en de Nederlandse publieke omroepen (Deuze, 2009; Hugenholtz, 2015; Van der Wurff & Schönbach, 2011). Voor deze freelancers, die zichzelf verhuren aan meerdere opdrachtgevers, is de balans tussen handhaving van de eigen journalistieke waarden en het conformeren aan de waarden van de omroep waar zij voor werken nog ingewikkelder. Hugenholtz (2015) vraagt zich af hoe journalisten hun integriteit kunnen bewaren in een freelancerrol binnen de publieke omroep. Door matige financiële omstandigheden zijn deze freelancers gedwongen tot het verlenen van diensten aan verschillende publieke omroepen, wiens waarden van elkaar in theorie uiteraard verschillen. Het risico bestaat hier dat freelancers zich minder kunnen beroepen op hun professionele onafhankelijkheid, wat de journalistieke waarden ondermijnt. Freelancers dienen zich aan verschillende omroepen te conformeren en moeten voor deze verschillende redacties doen wat ze opgedragen wordt (Wasserman, 2010). Deze journalisten kunnen op deze manier niet instaan voor de waarden die zij bij verschillende omroepen zouden moeten representeren (Hugenholtz, 2015) Op deze manier verloochenen zowel hun eigen journalistieke waarden als de waarden van de verschillende omroepen waarvoor zij in dienst zijn.

In de strijd om een boterham te kunnen verdienen kunnen de journalistieke waarden van freelancers binnen de publieke omroep ondermijnd worden. Freelancers kunnen evenwel ook niet helemaal beantwoorden aan de waarden van de omroepen waar zij voor werken. Doordat

freelancers zichzelf als een eigen organisatie beschouwen stellen zij zich automatisch niet volledig afhankelijk op van organisaties die hen inhuren (Gaspersz & Ott, 1996). Volgens deze bewering zouden freelancers geen waarde kunnen hechten aan de waarden van de omroepen, wat betekent dat de omroepen hun eigen waarden ondermijnen met het inzetten van freelancers, die automatisch minder of zelfs geen binding hebben met de waarden van de omroepen.

Het is in dit onderzoek niet de bedoeling om een enorme discussie te starten over de rol van freelancers in het Nederlandse publieke medialandschap, maar het heeft er alle schijn van dat de moderne invulling van de arbeidsmarkt binnen de publieke omroep, waar freelancers een goed voorbeeld van zijn, een bedreiging vormt voor de waarden van zowel de journalistiek als de publieke omroepen. De positie van de journalisten werkzaam bij de publieke omroepen is mede hierdoor noodgedwongen anders geworden. De dataverzameling in dit onderzoek is er daarom op gericht om te kijken of de waarden van de publieke omroepen en de invulling die hieraan gegeven zou moeten worden tegenwoordig nog wel relevant zijn.

2.4 Conclusie

Uit dit hoofdstuk is gebleken dat het Nederlandse omroepsysteem een nieuwe legitimatie nodig heeft, de huidige is gebaseerd op de samenleving van enkele decennia geleden, toen deze nog verzuild was. Deze legitimatie kan worden gevonden in drie kernwaarden: pluriformiteit, kwaliteit en verbinding. De verhouding tussen deze waarden is lastig, aangezien kwaliteit en verbinding het pluriformiteitsideaal ondermijnen en juist zorgen voor meer overlap tussen omroepen.

Er zijn, zo blijkt, verschillende waarden van de journalisten die leiden tot onderlinge verschillen tussen de omroepen. Er zijn evenwel ook aanwijzingen dat er overeenkomsten zijn tussen journalisten van verschillende omroepen, wat daardoor de eigenheid van omroepen als geuit door journalisten ondermijnt. Het willen bieden van kwaliteit zorgt eveneens voor overeenkomsten. Onafhankelijkheid zorgt hier ook voor, maar dit werkt twee kanten op. Een bewustzijn van de externe pluriformiteit kan zorgen voor een gebrek aan onafhankelijkheid. Dit zorgt voor verschillen, maar binnen een externe pluriformiteit zou dit automatisch moeten gaan. Het nastreven van objectiviteit, wat onmogelijk is om te bereiken, is dan juist weer goed voor verschillen, door de eigenheid die hierdoor ontstaat. Verschil tussen de omroepen kan dus deels voortkomen uit de journalisten die ervoor werken, maar zeker niet volledig.

Zowel bij de publieke omroep als bij journalisten zijn er verschillende invloeden die eigenheid bemoeilijken. Omroepen dienen een aantal waarden na te streven die elkaar tegenspreken en het lastig maken om een specifieke doelgroep aan te spreken, en bovendien

relevant te blijven. Ook journalisten hebben het wat dit betreft lastig. Zij kunnen niet verantwoordelijk gehouden worden voor de profilering van een omroep, maar ergens moet de pluriformiteit toch gerepresenteerd worden. De hoofdvraag van dit onderzoek 'in hoeverre zijn de waarden van journalisten die werken voor publieke omroepen terug te vinden in de journalistieke programma's van deze omroepen?' kan aan de hand van dit theoretisch onderzoek nog niet beantwoord worden. Er zijn eerder meer vragen gerezen.

3. Methoden

In dit hoofdstuk wordt beschreven en toegelicht hoe het onderzoek is uitgevoerd. In paragraaf 3.1 wordt allereerst de keuze voor interviews als onderzoeksmethode uitgelegd. In paragraaf 3.2 worden de respondenten en hun selectie besproken. De operationalisering van de interviews wordt in paragraaf 3.3 uiteengezet. In paragraaf 3.4 wordt uitgelegd hoe de analyse van het onderzoek is uitgevoerd. Hieronder worden ter herinnering de onderzoeksvraag en de deelvragen nog eens gepresenteerd.

RQ: *In hoeverre spelen de waarden van journalisten die werken voor publieke omroepen een rol in hun werk en hoe verhouden deze zich tot de waarden die deze omroepen uit willen dragen?*

Deelvragen:

- Welke waarden zijn leidend in het werk van journalisten bij de publieke omroep?
- Hoe geven deze journalisten invulling aan die waarden in hun werk?
- In hoeverre hebben de journalisten de vrijheid om zelf voor deze invulling te zorgen?
- In hoeverre zijn journalisten op ideologische grond aan een omroep gebonden?

3.1 Interviews

Dit onderzoek is gericht op de waarden van medewerkers van publieke omroepen, hoe de waarden van deze journalisten zich verhouden tot de waarden van de omroepen waar zij voor werken en hoe dit zich verhoudt tot het grote plaatje, de pluriformiteit van de Nederlandse publieke omroep. Er is in dit onderzoek gebruik gemaakt van kwalitatieve interviews. De methode van kwalitatieve interviews sloot het beste aan bij dit onderzoek omdat er op deze manier ruimte is gehouden voor bredere context. Er is niet enkel ingegaan op wat er onder een bepaalde doelgroep leeft, er is ook en juist gekeken naar waarom dit het geval is (Baarda et al., 2013). Diepte-interviews zijn erop gericht om het onderste uit de kan te halen over de respondenten en hebben daarom meer analytische mogelijkheden geboden dan wanneer de respondenten onderworpen zouden worden aan een vragenlijst (Hermanowicz, 2002). Dit onderzoek heeft zich gericht op de waarden van journalisten en organisaties. Omdat dit lastig te definiëren concepten zijn is het belangrijk dat de respondenten tijdens het onderzoek voldoende ruimte hadden om de persoonlijke interpretatie van deze centrale concepten te uiten. Diepte-interviews zijn erop gericht om niet enkel een antwoord op de gestelde vragen te genereren, maar juist de betekenis die de respondent aan zijn antwoorden geeft, en op basis van

welke visie en ervaring dit wordt gedaan (Mason, 2002). De perceptie van de respondenten was belangrijk in dit onderzoek, kwalitatief onderzoek biedt de respondent ruimte om deze perceptie te delen.

Er is in dit onderzoek gebruik gemaakt van semigestructureerde diepte-interviews. De invalshoek is vooraf bepaald door de topiclijst, de volgorde van het interview genoot echter meer vrijheid en is geleid door de antwoorden en uitleg van de respondenten (Boeije, 2005). Er is een topiclijst opgesteld om te garanderen dat, ondanks de vrijheid die de respondenten genoten, de interviews relevante informatie op zouden leveren (Baarda et al., 2013). De vrijheid die de respondenten in de semigestructureerde interviews hadden hebben het mogelijk gemaakt om ook onverwachte gebeurtenissen en opinies te registreren en hierop tijdens de interviews te reageren (Van IJzendoorn & Miedema, 1986). Doordat de interviews niet volledig vooraf zijn geregisseerd, kregen deze meer de vorm van een natuurlijk gesprek, in plaats van een vragenlijst die afgegaan wordt. Respondenten konden hierdoor reageren op interpretaties van de interviewer die tijdens het interview gedaan zijn en deze zo nodig zelfs corrigeren, wat de betrouwbaarheid en duidelijkheid van het resultaat bevordert heeft (Tanggaard, 2008). De diepte-interviews boden bovendien de mogelijkheid om door te vragen wanneer een antwoord geen voldoening gaf in de ogen van de interviewer (Roulston, 2017). De respondenten hadden de mogelijkheid om vrij en uitgebreid te antwoorden, maar wanneer dit niet gebeurde kon door middel van deze methode alsnog een bevredigend antwoord gevonden worden. De brede mogelijkheden die interviews bieden is ook gebleken uit bijvoorbeeld de mogelijkheid om een stilte te laten vallen, waardoor de druk van het praten en uitweiden bij de respondenten neergelegd kon worden (Bengtsson & Fynbo, 2018). Door gebruik te maken van diepte-interviews kon er tijdens de analyse tussen de regels door gelezen worden, wat de meerwaarde van deze methode bewijst.

3.2 Selectie respondenten

Voor dit onderzoek zijn vijftien interviews afgenomen. In kwalitatief onderzoek is de hoeveelheid interviews afhankelijk van de vorm en inhoud van het onderzoek, hier bestaat geen vaste regel voor (Edwards & Holland, 2013). Voor een degelijk onderzoek zouden in dit geval vijftien interviews representatief moeten zijn om hier ook daadwerkelijk conclusies aan te kunnen verbinden. Vijftien lijkt niet veel, maar kwalitatief onderzoek bestaat uit een kleine hoeveelheid data-eenheden, die zeer nauwkeurig bestudeerd kunnen worden (Boeije, 2005). Om in aanmerking te komen voor dit onderzoek dienden de respondenten werkzaam te zijn bij een publieke omroep. Zoals beschreven richt dit onderzoek zich op de rol van journalisten in

het proces van de waarden van de publieke omroep in de programma's. De respondenten dienden dus op zijn minst als journalist of maker van een journalistiek programma in dienst te zijn van de publieke omroep. Het maakte in de selectie van de respondenten geen verschil of zij voor of achter de schermen werkzaam zijn, de vereiste is dat zij op een zeker niveau verantwoordelijk zijn voor de productie van een journalistiek product binnen de organisatie waar zij voor werken. Het onderzoek is afgenomen bij vier publieke omroepen, namelijk AVROTROS, BNNVARA, EO en MAX, die een goede representatie van het Nederlandse omroepbestel vormen. Er is bewust gekozen om het onderzoek te richten op twee fusieomroepen en twee niet gefuseerde omroepen, om de goede representatie dieper uit te werken. Van elke publieke omroep zijn vier respondenten geïnterviewd, behalve van MAX, van deze omroep werkten twee journalisten mee.

Samenvattend kwamen respondenten de betrokken zijn bij het productieproces van journalistieke programma's binnen de publieke omroep in aanmerking voor selectie voor dit onderzoek. Dit is afgebakend door de selectie verder te beperken tot vier verschillende omroepen. Voor zover nodig is verdere selectie nog gebruik gemaakt van de zogenaamde purposive sample (Edwards & Holland, 2013). Dit betekent dat tijdens de laatste fase van selectie de respondenten er is geselecteerd op de bijdrage die deze respondenten zouden kunnen leveren aan het onderzoek. De uiteindelijke selectie is tot stand gekomen aan de hand van de convenience sample. Dit houdt in dat de beschikbaarheid van de potentiële respondenten uiteindelijk bepaalde wie uit de selectie ook daadwerkelijk mee zou werken (Etikan, Musa & Alkassim, 2016). In onderstaande tabel is de uiteindelijke selectie van de respondenten, inclusief hun taakomschrijving en programma waarvoor zij werken, opgenomen.

Naam	Omroep	Taak	Programma
Respondent 1	AVROTROS	Bureauredacteur	Radio EenVandaag (NPO Radio 1)
Respondent 2	AVROTROS	Redactiechef	EenVandaag (NPO 1)
Respondent 3	AVROTROS	Coördinator	Radio EenVandaag (NPO Radio 1)
Respondent 4	AVROTROS	Nieuwsredacteur	EenVandaag (NPO 1)
Respondent 5	BNNVARA	Redacteur	De Nieuws BV (NPO Radio 1) De Zes ogen van de Fries (NPO Radio 1)
Respondent 6	BNNVARA	Redacteur	De Nieuws BV (NPO Radio 1)

Respondent 7	BNNVARA	Webredacteur	De Nieuws BV (NPO Radio 1)
Respondent 8	BNNVARA	Redacteur	De Nieuws BV (NPO Radio 1)
Respondent 9	EO	Samensteller	Dit is de Dag (NPO Radio 1) Dit is de Nacht (NPO Radio 1) Langs de Lijn EO (NPO Radio 1)
Respondent 10	EO	Presentator Regisseur	Dit is de Dag (NPO Radio 1) Langs de Lijn EO (NPO Radio 1) De Kruisvaarder en de Sultan (NPO 2)
Respondent 11	EO	Productieleider	Diverse televisieprogramma's
Respondent 12	EO	Programmamaker Regisseur	De Kruisvaarder en de Sultan (NPO 2) Verscheidene programma's
Respondent 13	MAX	Eindredacteur	Nieuwsweekend (NPO Radio 1)
Respondent 14	MAX	Redacteur	Nieuwsweekend (NPO Radio 1)

Tabel 1: Respondenten

3.3 Operationalisering

In de interviews, die qua tijdsduur uiteenliepen van een ruim halfuur tot een klein uur, is geprobeerd om de respondenten zelf zo veel mogelijk aan het woord te laten. De respondenten werden aangemoedigd om veel te vertellen en hier uitleg bij te geven. Zij hebben op deze manier zo veel mogelijk vrijheid gekregen. Om de interviews bruikbaar te maken voor het onderzoek zijn er evenwel een aantal onderwerpen die niet genegeerd konden worden. Er is op gelet dat de kernvragen tijdens de interviews behandeld zijn, bovendien zijn er vragen gesteld als iets aangaande deze kern niet duidelijk was, of wanneer de respondenten onvolledige antwoorden leken te geven. Aan de hand van het theoretisch kader zijn de volgende essentiële vragen opgesteld, die de leidraad hebben gevormd voor de interviews. De vragen en onderwerpen zijn voortgekomen uit de verwachtingen die gecreëerd zijn aan de hand van literatuuronderzoek en sloten aan op de deelvragen en daarmee de hoofdvraag van dit onderzoek. Het dient gezegd te worden dat zelfs deze topiclijst niet één op één gevolgd is. Ten eerste zijn er voor verschillende omroepen, maar zelfs voor verschillende personen binnen deze omroepen, lichte verschillen aangebracht in deze leidraad. Ten tweede is de topiclijst gedurende het proces aangepast op basis van ervaringen tijdens de interviews. Hierdoor is de vragenlijst constant verbeterd, waardoor ook de interviews steeds soepeler zijn gaan lopen.

Persoon

Er is tijdens de interviews aandacht besteed aan de rol van de persoon. De interviews zijn begonnen met wat geruststellende inleidende vragen. Hiermee is informatie vergaard over de programma's waarvoor de respondent werkt, de precieze functie die hij hier bekleedt, maar ook eerdere werkzaamheden binnen deze omroep zijn behandeld om te pogen het ijs tussen interviewer en respondent te breken. Verder is erop gelet dat eerdere werkzaamheden die relevant zijn voor de invulling van het werk binnen de publieke omroep behandeld zijn. Er is gevraagd naar eerdere ervaringen binnen de Nederlandse publieke omroep. Mits aanwezig is er gevraagd naar vergelijkingen tussen het werken voor verschillende omroepen.

Daarnaast is er tijdens de interviews gevraagd naar de relatie die de journalist denkt te hebben met zijn omroep. In hoeverre hij zich verbonden voelt en waar hij dit dan op baseert. Omdat binding op verschillende manieren geïnterpreteerd kan worden is er gevraagd of de respondent eventueel bij een andere organisatie zou willen werken en of dit ook een andere omroep zou kunnen zijn. Er is bovendien gevraagd hoe de respondent zijn baan zekerheid inschat.

Omroep

Er is tijdens de interviews op gelet dat de respondenten voldoende informatie over hun blik op de publieke omroep gaven. Er is gevraagd naar de mening over en visie op de waarden van de NPO. Op welke manier volgens de respondenten de NPO en de eigen publieke omroep zich willen manifesteren. Aan de hand van het theoretisch kader is tijdens de interviews, wanneer nodig, als opzet een verwachting gegeven van de betekenis die aan waarden gegeven wordt. De respondent heeft op deze manier zijn eigen waarden kunnen proberen uit te leggen en zijn betekenis van de waarden van de NPO en zijn eigen omroep kunnen geven. Daarnaast is er gevraagd naar hoe de respondent aankijkt tegen de eigen omroep binnen de NPO. Hoe de respondent invulling geeft aan de verantwoordelijkheden van de publieke omroep, en hoe de eigen omroep die verantwoordelijkheden op zich neemt.

Programma

Over de verhouding tussen de respondent en de omroep zijn diepere en meer oppervlakkige vragen gesteld. Er is gevraagd naar de invulling die de journalist aan zijn programma geeft, in hoeverre hij invloed heeft op het journalistieke eindproduct. Er is gevraagd hoe de respondent hierover denkt, en of hij meer invloed zou willen hebben. Ook is er gevraagd of de respondent zich in het maken van het programma tegengehouden voelt door iets of iemand.

Daarnaast is erop gelet dat de relatie tussen persoonlijke waarden en de waarden van het programma, of de omroep, behandeld is tijdens de interviews. Of de waarden die de respondent aansluiten bij de waarden die in het programma geëtaleerd dienen te worden. Het was in de interviews niet mogelijk om simpelweg te vragen naar de waarden van de respondent, dit zou suggestief zijn. Wanneer nodig zijn de waarden die voortgekomen zijn uit het theoretisch kader ter ondersteuning voorgelegd aan de respondent.

3.4 Analyse

Nadat er door middel van de diepte-interviews voldoende data verzameld is, heeft er een data-analyse plaatsgevonden om betekenis te kunnen geven aan de informatie die de interviews met de journalisten hebben verschaft. De analyse heeft plaatsgevonden aan de hand van de methode van constante vergelijking. Deze methode biedt de mogelijkheid om naar patronen te zoeken binnen de verschillende interviews. Door het gebruik van de methode van constante vergelijking is de volledige veelzijdigheid van de data meegenomen in het analyseproces, alle gecodeerde fragmenten zijn vergeleken met andere fragmenten (Glaser & Strauss, 1967). Op deze manier is er een vergelijking op het niveau van de gecodeerde passages, maar ook op het niveau van overkoepelende thema's en zelfs tussen verschillende thema's, ontstaan (Boeije, 2002). Het proces van data-analyse laat zich kenmerken door drie stappen: *Open, axiaal en selectief coderen* (Strauss & Corbin, 1998).

In de eerste stap van het analyseproces zijn alle interviews in hun volledigheid gelezen en gecodeerd (Strauss & Corbin, 1998). Alle voor het onderzoek relevante passages zijn uitgelicht en voorzien van een bijpassende codering (Glaser & Strauss, 1967). Nadat dit gebeurd is zijn de gecodeerde passages binnen ieder afzonderlijk interview vergeleken (Boeije, 2002). Op deze manier zijn er als het goed is geen belangrijke passages vergeten en is er gecontroleerd of de codes inhoudelijk niet te veel van elkaar verschillen (Boeije, 2010). Door zorgvuldig open te coderen is de mogelijkheid ontstaan om in de fase van het axiaal coderen overkoepelende thema's te creëren, op basis van de gevonden codes.

Het axiaal coderen heeft een vergelijking opgeleverd van de open coderingen. Er is gezocht naar terugkerende patronen, waarna aan de hand hiervan de passages verdeeld zijn in thema's (Strauss & Corbin, 1998). Op deze manier zijn de fragmenten niet enkel onderling vergeleken, maar werden zij vergeleken met categorieën en eigenschappen van deze categorieën (Glaser & Strauss, 1967). Door de codes te splitsen, samen te voegen in thema's en deze thema's vervolgens te benoemen kon een goed waardeoordeel gemaakt worden van de thema's (Boeije, 2010). De opzet van het axiaal coderen is het vinden van de dominante thema's

in de dataverzameling, dit is de richting die het onderzoek gaat nemen (Boeije, 2010). Het is bovendien belangrijk om de verschillen tussen de ontdekte thema's te vergelijken, zodat vastgesteld kon worden om zo vast te kunnen stellen of sommige thema's niet te veel op elkaar lijken.

Tot slot vond het selectief coderen plaats. Hier zijn passages binnen thema's vergeleken om te kijken hoe verschillende thema's in relatie staan tot elkaar, de overkoepelende thema's zijn vervolgens geordend in verder overkoepelende thema's (Strauss & Corbin, 1998). Dit leverde overkoepelende thema's over de hele dataset op, gebaseerd op de overkoepelende thema's binnen afzonderlijke interviews. Deze overkoepelende thema's zijn constant vergeleken en kunnen daardoor als betrouwbare representaties van de inhoud van de interviews gezien worden (Glaser & Strauss, 1967). Tijdens het selectief coderen is er zodoende nog weinig effectief gecodeerd, er zijn vooral thema's en categorieën definitief vastgesteld (Boeije, 2010).

3.5 Codeboom

De data-analyse is uitgevoerd aan de hand van de hierboven besproken methode. De fasen van open en axiaal coderen hebben drie hoofdthema's opgeleverd. In de onderstaande tabel is te zien hoe deze thema's vorm hebben gekregen. In hoofdstuk 4 worden deze thema's verder besproken.

Hoofdthema	Axiale code	Open code
Waarden	Onafhankelijkheid	Waarborging creativiteit
		Mogelijkheid tot objectiviteit
		Losstaan van omroep
		Indirect bewustzijn
	Toegankelijkheid	Journalistiek begrijpelijk maken
	Diversiteit	Wederzijds begrip creëren
		Podium bieden
	Bereik	Erkenning
		Bestaansrecht
	Morele waarden	Religieuze waarden
Systeem		Jong en progressief
	Gebrek aan eigenheid	Omroepen meer van hetzelfde
		Geen exclusieve doelgroep
	Onzinnig systeem	Achterhaald systeem
		Verzuiling verleden tijd
Binding		Machtspositie NPO
	Fusieomroepen	Omroepen verschillen niet
	Binding met NPO	Onafhankelijkheid

	Mensenliefde
Binding met programma	Leuk programma
	Uniek programma
Binding met omroep	Onafhankelijkheid
	Toegankelijkheid
	Diversiteit
Exclusiviteit	Commerciële belangen
	Inwisselbaarheid omroepen
Noodzakelijkheid	Samenwerking
	Inwisselbaarheid omroepen
	Professionalisme

Tabel 2: Codeboom

4. Resultaten

In dit hoofdstuk worden de resultaten van de interviews besproken. Uit de interviews met de journalisten komen drie hoofdthema's naar voren: waarden die voor journalisten en omroepen gelden, de zin en onzin van het huidige omroepsysteem en de binding tussen omroepen en journalisten. In dit hoofdstuk worden de hoofd- en sub-thema's uiteengezet.

4.1 Waarden

De respondenten geven in de interviews aan welke waarden centraal staan in hun werk, welke waarden gelden bij de omroep en hoe journalist en omroep hiermee omgaan. Uit de interviews komen vijf waarden naar voren. Hiervan zijn er vier van journalistieke aard, waarvan er drie ook bij de omroepen terugkomen. De waarden die in de volgende paragrafen besproken worden zijn de volgende: onafhankelijkheid, toegankelijkheid, diversiteit, bereik en morele waarden.

4.1.1 Onafhankelijkheid

De journalisten geven aan dat het belangrijk voor hen is om ruimte en vrijheid te hebben om programma's te maken: "Je wilt op geen enkele manier worden verteld wat je wel of niet kunt gaan maken. Zodra dat gebeurt kan je beter maar hard wegrennen" (AVROTROS, Int. 2, p. 14). De journalisten geven vier argumenten waarom onafhankelijkheid van belang is in het uitoefenen van hun beroep.

Ten eerste maken de journalisten duidelijk dat onafhankelijkheid belangrijk is voor de journalistieke objectiviteit, waar ook waarde aan gehecht wordt: "Dus voor mij is het belangrijk om objectief te zijn, dat wil niet zeggen dat ik nooit ergens wat van vind, maar dat hou ik wel altijd voor me" (AVROTROS, Int. 4, p. 31). Objectiviteit draait om het bieden van hoor en wederhoor, welke verdwijnen als de onafhankelijke positie in het geding komt:

"Soms heb je een zwaar politiek verhaal. Ja dan kan dat [hoor en wederhoor, RvdE] natuurlijk niet als je twee politici hebt uitgenodigd dat je al helemaal helt naar één kant. Het is natuurlijk wel belangrijk om daar onafhankelijk in te blijven".

AVROTROS, Int. 3 (p. 25)

Onafhankelijkheid is belangrijk voor journalisten, dit geldt ook voor journalistieke programma's. Als het programma niet onafhankelijk kan zijn is het niet langer geloofwaardig. Door een gebrek aan volledige onafhankelijkheid verliest het programma namelijk zijn objectiviteit. Het programma is dan niet meer serieus te nemen, want de betrouwbaarheid en geloofwaardigheid zijn weg:

“Want zodra de kleur, of de directie van een publieke omroep invloed heeft op een journalistiek programma, dan is dat het einde van het journalistieke programma. Dan word je niet meer voor vol aangezien. Dan word je toch een soort spreekpop van een organisatie of een bepaalde stroming.”

AVROTROS, Int. 2 (p. 13)

Ten tweede geven de journalisten aan dat onafhankelijkheid bij de omroep belangrijk is om creativiteit in het journalistieke product te garanderen. Als de omroep de journalisten strak binnen de lijntjes van de omroep houdt, ontbreken de vrijheid en ruimte om creatief te zijn in de uitvoering van het werk. Het product wordt hierdoor minder gewaagd: “En dat maakt ook wel dat je meer durft als programma. Omdat je de ruimte voelt dat je die kan nemen” (BNNVARA, Int. 7 p. 44). Een andere respondent onderschrijft het belang van onafhankelijkheid en vindt het belangrijk “dat je onafhankelijk je werk kan doen en dat je niet wordt belemmerd door een bepaalde visie” (AVROTROS, Int. 4, p. 30). Deze onafhankelijkheid, en daarmee de creativiteit, wordt gewaarborgd door bepaalde omroepen. Volgens de journalisten verdwijnt de creativiteit wanneer de afzonderlijke omroepen die journalistieke programma’s maken verdwijnen:

“Ik kan prima overal werken hoor, maar ik denk niet dat programma’s op Radio 1 beter worden als er één omroep is. Nee, dan wordt het alleen maar meer centraal aangestuurd en dan verdwijnt er ook een stuk creativiteit en drive bij de makers”.

EO, Int. 9 (p. 62)

Ten derde geven de journalisten te kennen dat onafhankelijkheid een sterk verband houdt met het programma waar zij voor werken. Dit kan enerzijds betekenen dat deze drang naar onafhankelijkheid vanuit de journalist zelf komt. De journalist krijgt van de redactie van dit programma dan ruimte en vrijheid om het programma naar eigen idee in te vullen. De redactie heeft hier de onafhankelijkheid om de journalist onafhankelijk te laten werken. Dit wordt gewaardeerd, zo geeft een respondent aan:

“Je wil gewoon een programma maken en je wil een omroep die daar goed mee omgaat en die zorgt dat alles goed georganiseerd is en dat jij alle ruimte, of ja alle ruimte, dat jij de middelen hebt om zo goed mogelijk je programma te maken. Dat is het allerbelangrijkst als programmamaker.”

MAX, Int. 14 (p. 105)

Anderzijds heeft dit te maken met de onafhankelijkheid die het programma bezit. Onafhankelijkheid is in dit geval niet zozeer de wens van de journalist, maar komt vanuit het programma, dat onafhankelijk van de omroep wil opereren: “*De Nieuws BV* ziet zichzelf ook best wel als best wel een onafhankelijk merk binnen de omroep” (BNNVARA, Int. 7, p. 43). Dit wil evenwel niet zeggen dat de journalist zelf onafhankelijk is, het journalistieke product in opdracht van het programma is dit wel. Het programma kan zijn eigen plan trekken, zoals een respondent aangeeft: “Volledig onafhankelijk. Dus niet dat iemand van AVROTROS direct kan zeggen van: dat verhaal waarom doen jullie dat” (AVROTROS, Int. 4, p. 29). Deze volledige onafhankelijkheid, los van de omroep, biedt wel de mogelijkheid tot kritiek op de eigen omroep, mocht dit nodig zijn. Het is de ultieme onafhankelijkheid voor een journalistiek programma om het product niet te hoeven verantwoorden tegenover de omroep:

“Maar dat wil niet zeggen dat we klakkeloos of kritiekloos zijn over het nummer [Inzending voor songfestival, RvdE]dat gebracht wordt, of de organisatie, zeg maar de zaken eromheen. (...) En voor mij geldt als redacteur, de journalistieke afweging is de belangrijkste, niet of het bij de AVROTROS past”.

AVROTROS, Int. 1 (p. 3)

Tenslotte maken de journalisten duidelijk dat onafhankelijkheid belangrijk is omdat zij niet willen dat de omroep de kleur van die omroep door probeert te duwen in de programma's die gemaakt worden. Het betreft hier een hiërarchisch argument, in sommige gevallen met een omroep politieke achtergrond: “Dus op het moment dat er inmenging kwam van een AVRO-baas, die daar toevallig de baas van de radio was, zag de redactie van de *Nieuwsshow*, als TROS-club, dat eigenlijk als een soort ongewenste inmenging zeg maar” (MAX, Int. 13, p. 92). De respondenten geven aan dat zij een minimale inmenging van de omroep waarderen, omdat vrijheid en ruimte gezien worden als een teken van vertrouwen. De omroep moet zich op de achtergrond houden en het werk zo goed mogelijk faciliteren: “Je krijgt veel ruimte, de faciliteiten zijn goed, dus als werkgever, wat betreft de faciliteiten die ze aanbieden, vind ik het een hele prettige werkgever” (AVROTROS, Int. 3, p. 20). Daarnaast creëert de onafhankelijkheid, en daarmee ruimte en vrijheid, een fijne werksfeer:

“Want ik denk dat je binnen BNNVARA juist een soort van, een bepaald soort ruimte krijgt en dingen mag experimenteren, en omdat er dus een hele relaxte sfeer is”.

BNNVARA, Int. 7 (p. 43)

Onafhankelijkheid kan evenwel bedreigd worden door invloed van de journalisten zelf. Indirect worden journalisten beïnvloed door de omroep, maar zij doen dit zelf. De respondenten geven aan dat, in het bedrijven van journalistiek, zij rekening houden met het verwachtingspatroon van de omroep: “Dan denk ik van oké dit is een heel leuk onderwerp, maar hoe geef ik er een draai aan dat het past bij dit programma, en dus ook bij deze omroep” (Interview 14, MAX, p. 00). Dit verwachtingspatroon heeft niet altijd te maken met het journalistieke product, maar draait ook om intern gedrag dat volgens de journalisten bij de omroep zou passen: “Voor mij zelf geldt dat niet dat ik daar de hele dag mee bezig ben. Maar er wordt hier niet gevloekt bijvoorbeeld, op deze vloer” (Interview 11, EO, p. 00). De journalisten vullen zelf al dan niet bewust de waarden en profilering van de omroep in, zonder dat hier opdracht toe gegeven is: “Als ik een kans krijg om daar een typisch EO-onderwerp in te fietsen dan zal ik het nooit laten” (Interview 9, EO, p. 00). Hoewel de omroep dit verwachtingspatroon niet direct tegenover de journalisten uit, kan het gedrag van de journalisten die rekening houden met het verwachtingspatroon van de omroep wel degelijk ergens op gebaseerd zijn. Zo wordt er door de journalisten ook rekening gehouden met de doelgroep van de omroep, die redelijk duidelijk afgebakend is. De onbewuste invulling die de journalisten geven aan invloed van de omroep kan dus gebaseerd zijn op concrete zaken:

“Wij zijn ons natuurlijk wel bewust van de luisteraars voor wie wij dat programma maken. Dat heb ik wel altijd in mijn achterhoofd”.

MAX, Int. 3 (p. 96)

Onafhankelijkheid is belangrijk voor journalisten van de publieke omroep en zij hebben over het algemeen het gevoel dat deze publieke omroep de vrijheid en ruimte biedt om journalistiek werk uit te kunnen voeren. Door onafhankelijk te zijn is het voor journalisten makkelijker om objectief te werken en geen kritiekloos verlengde van de eigen omroep te worden. Daarnaast is het voor de journalistieke kwaliteit en geloofwaardigheid goed dat een programma zich onafhankelijk en kritisch op kan stellen tegenover de eigen omroep. De onderstaande passage van een respondent vat het belang van onafhankelijkheid voor de journalistieke positie goed samen:

“Dat mijn journalistieke overtuiging, mijn waarden, en alle vragen die ik journalistiek heb, die moeten beantwoord worden en gesteld worden in mijn onderwerp dat ik maak.”

AVROTROS, Int. 1 (p. 4)

Volgens de journalisten is onafhankelijkheid belangrijk voor iedereen binnen de publieke omroep. Zowel de omroepen als de journalisten hechten waarde aan het onafhankelijk kunnen uitvoeren van journalistiek. De respondenten geven hier een aantal redenen voor. Ten eerste willen de journalisten objectief kunnen zijn, wat het beste mogelijk is vanuit journalistieke onafhankelijkheid. Ten tweede willen de journalisten dat hun creativiteit gewaarborgd wordt. Deze verdwijnt deels als de journalistieke productie beperkt wordt door een bepaald kader. Ten derde is redactionele onafhankelijkheid belangrijk. De journalisten geven aan dat bij een programma dat onafhankelijk is van de omroep de meeste onafhankelijkheid voor de journalist gegarandeerd is. Naast deze argumenten geven de respondenten aan dat zij waakzaam moeten zijn om niet zichzelf te beperken, door verwachtingen van de omroep zelf in te gaan vullen.

4.1.2 Toegankelijkheid

De journalisten geven te kennen dat toegankelijkheid voor hen belangrijk is in het bedrijven van journalistiek bij de publieke omroep. Wat is toegankelijkheid precies? Volgens twee journalisten is het belangrijk dat Mien het begrijpt, waar Mien dan ook vandaan komt: “Ja, Mien uit Urk moet het ook snappen” (AVROTROS, Int. 4 p. 12), en “Mien uit Zutphen moet het begrijpen” (AVROTROS, Int. 2, p. 30). Journalistiek moet begrijpelijk zijn voor iedereen. De journalisten geven aan dat dit bereikt kan worden door middel van persoonlijke verhalen, die mensen het gevoel geven dat journalistiek ook over hen kan gaan: “Ik wil graag een programma maken dicht bij mensen. Menselijke verhalen over gevoel, in plaats van ratio” (EO, Int. 12, p. 83). Toegankelijkheid is een journalistieke waarde omdat het de taak van de journalist is om de actualiteit begrijpelijk te maken en aan te bieden aan een zo groot mogelijk publiek. Met andere woorden is het een journalistieke taak om rekening te houden met het publiek dat bediend wordt:

“Dus wat dat betreft ben ik wel TROS opgevoed, om in je programma dat geluid te laten horen dat het niet één of ander puur universitair ding is, een soort ivoren toren praatje. Maar ook dat je gasten hebt die erbij betrokken zijn. Die kunnen spreken vanuit een gevoel dat luisteraars herkennen zeg maar. Dat is wel belangrijk en dat vind ik leuk en bovendien ook wel een taak.”

MAX, Int. 13 (p. 91)

Deze waarde wordt door de omroepen waar de respondenten voor werken gedeeld. Bij verschillende omroepen geven de journalisten dit aan: “Zij maken programma’s zoals ik graag een programma wil maken: dicht bij mensen” (EO, Int. 12 p. 83), “Ik weet wel dat de

AVROTROS probeert om zo dicht mogelijk bij de luisteraars en kijkers te komen” (, Int. 1, p. 4). Toegankelijkheid is dus een gedeelde waarde tussen journalisten en omroepen binnen het Nederlandse omroepstelsel en moet gekoesterd worden:

“Als jouw idee is dat je hebt echt van, dit is EO-grens, dit is AVROTROS-grens, dit is MAX. Zo werkt het gewoon niet. Want eigenlijk is de publieke omroep, dat moet allemaal over verhalen van dichtbij gaan.”

EO, Int. 12 (p. 87)

De journalisten geven betekenis aan toegankelijkheid door journalistiek begrijpelijk te maken, zodat iedereen in de samenleving er toegang toe heeft. De journalisten willen hiermee dicht bij het publiek komen, en doen dit door menselijke verhalen in de journalistieke boodschap te verwerken. Het publiek kan zich hierdoor identificeren met het journalistieke product.

4.1.3 Diversiteit

Het is de taak van de publieke omroep om binnen de diversiteit van de Nederlandse samenleving iedereen een stem te geven. Diversiteit als journalistieke waarde draait vooral om het bieden van een podium aan iedereen. Dit begint met de representatie van de eigen achterban: “Het spreekt me wel aan dat we veel onderwerpen doen over vrouwenrechten, over gelijkheid in het algemeen. Dat we dingen met jongeren doen” (BNNVARA, Int. 6, p. 37).

Daarnaast is het volgens de journalisten voor henzelf en de omroepen waar zij voor werken belangrijk om een podium te bieden aan minderheden, onder het mom van “iedereen heeft een bijzonder verhaal dat gehoord moet worden” (BNNVARA, Int. 5, p. 35). Iedereen een stem geven, ook en vooral mensen die hier zelf niet bij machte toe zijn, is een journalistieke verantwoordelijkheid die door de journalisten genomen wordt. Door aan iedereen een podium te bieden in de media ontstaat er meer onderling begrip in de wereld:

“Omdat (...) de wereld niet gebaat is bij verschillen uitvergrooten, maar de wereld is gebaat bij begrijpen.”

EO, Int. 12 (p. 88).

Diversiteit is een nobele waarde. De journalisten geven aan dat zij, met het nemen van deze verantwoordelijkheid, helpen de wereld een betere plaats te maken. Journalistiek kan de wereld verbeteren door aandacht aan iedereen te bieden: “Misschien ben ik wel heel erg pro EO, maar ik geloof dat de EO, minder dan welke omroep ook oogkleppen op heeft” (EO, Int. 10, p. 66).

Net als in bovenstaand citaat denken sommige journalisten ten onrechte dat dit vermogen is voorbehouden aan de specifieke omroep waar zij zelf voor werken:

“Terwijl omdat dit programma nu door BNNVARA wordt gemaakt zie je alles langskomen. Alle soorten en maten mensen, en dat vind ik heel prettig om te zien.”

BNNVARA, Int. 8 (p. 50)

Diversiteit wordt door de journalisten gezien als een verantwoordelijkheid die past binnen de publieke omroep. Zij moeten en willen in hun programma's de samenleving in al zijn diversiteit aanspreken. Hierdoor faciliteren zij wederzijds begrip tussen mensen die wat verder bij elkaar vandaan staan in de samenleving.

4.1.4 Bereik

Het verschil met de waarden in de vorige drie paragrafen, onafhankelijkheid, toegankelijkheid en diversiteit, is dat de waarde die journalisten hechten aan een groter bereik, volgens deze journalisten, niet wordt gedeeld door de omroepen waar zij voor werken. Dit komt enkel voort uit de individuele waarden van de journalisten. Een groter bereik van het journalistieke product bepaalt de relevantie van de journalist of het programma waar het product voor wordt gemaakt. Er moet een potentiële doelgroep bestaan om het product te kunnen verantwoorden:

“Ik vind het wel goed dat je ook probeert dat verhaal, of de vragen die je hebt, die te delen met een groep breder dan je eigen clubje. Je hebt wel een soort bestaansrecht nodig.”

EO, Int. 11 (p. 79)

Daarnaast is de meerwaarde van een zo groot mogelijk bereik een eerkwestie. Het is voor een journalist fijn om waardering te krijgen en een groot publiek te bereiken, omdat je als persoon relevant wil zijn in het werk dat je doet: “Als je een goed verhaal hebt wil je dat dat bij zoveel mogelijk mensen aankomt, dat het zoveel mogelijk mensen bereikt” (AVROTROS, Int. 4, p. 30). Een journalist wil een verschil maken in de wereld, of op zijn minst gehoord worden, en dat effect wordt groter als de boodschap meer mensen bereikt:

“Want je wil zichtbaar zijn, je wil groot zijn. Omdat jij vindt dat wat jij uitdraagt, waar jij voor staat, dat dat belangrijk is.”

MAX, Int. 13 (p. 94)

De journalisten ervaren geen druk van de omroep wat betreft het aanspreken van een zo groot mogelijk bereik. Dit geeft hen het gevoel dat dit enkel voor journalisten belangrijk is. Zij hechten waarde aan een bereik omdat dit een bestaansrecht kan verantwoorden.

4.1.5 Morele waarden

De vijfde waarde kan het best beschreven worden onder de noemer morele waarden. In tegenstelling tot de andere waarden, onafhankelijkheid, toegankelijkheid, diversiteit en bereik, hebben morele waarden in principe niets met journalistiek te maken. Toch zijn deze persoonlijke waarden ook van invloed op het journalistieke product van deze respondenten: “Het zijn geen regeltjes, het is het gevoel van mensen die hier werken en (...) het gevoel dat je iets van God wil laten zien” (EO, Int. 10, p. 72).

Om deze waarden in een programma te uiten moeten deze wel gedeeld worden door de omroep. Journalisten van BNNVARA en de EO laten weten deze persoonlijke waarden door te laten werken in hun programma's. De connectie tussen journalist en omroep is in deze gevallen dan ook vanzelfsprekend: “Er zit een hele ideeënwereld achter. Daar hebben wij meer oog voor dan andere omroepen” (EO, Int. 9, p. 59). Enerzijds biedt de EO een podium voor journalisten met een christelijke achtergrond om het geloof, en de daarbij horende waarden, in programma's uit te dragen:

“Bijvoorbeeld *Sputten en Slikken* wilde ik niet doen, *Sputten en Slikken op Reis* wilde ik niet doen, ik had allemaal morele bezwaren. (...) Ik ben inderdaad echt naar de EO gegaan omdat ik dacht hier is een missie.”

EO, Int. 11 (p. 74)

Anderzijds biedt BNNVARA deze mogelijkheid voor journalisten die zichzelf meer als jong en progressief zien. Zo vertelt een respondent, werkzaam bij BNNVARA, dat zij bij de omroep is gaan werken omdat de omroep jong en progressief is, wat aansluit bij haar persoonlijkheid (BNNVARA, Int. 7, p. 42). De journalisten bij deze omroep zijn over het algemeen zelf jong, progressief en bezig met zich journalistiek richten op jongeren en gelijkheid. Door bij een omroep te werken die deze morele waarden deelt kunnen de journalisten zichzelf optimaal uiten in hun werk:

“En ik weet van mezelf, ik ben niet per se superlinks, maar wel heel progressief. Want met macht komt verantwoordelijkheid en die moet gecontroleerd worden, of daar mag

je mensen op aanspreken. En dat is iets wat heel erg bij de VARA hoort natuurlijk.

(...) Dus wat dat betreft is BNNVARA wel een hele logische keuze.”

BNNVARA, Int. 8 (p. 94)

4.1.6 *Conclusie*

De journalisten vinden een aantal waarden belangrijk in hun werk voor de publieke omroep. In hun idee over onafhankelijkheid, toegankelijkheid en diversiteit worden zij gesteund door de omroepen, die dit ook belangrijk vinden. De journalisten vinden het belangrijk dat er voldoende bereik is voor de journalistieke producties. Doordat zij wat dit betreft geen druk ervaren van de omroep uit, lijkt het dat de journalisten hier meer waarde aan hechten dan de omroepen. Daarnaast zijn er ook journalisten die morele waarden een plaats willen geven in hun werk, waar bij bepaalde omroepen plaats voor is. Over het algemeen hangen journalisten van verschillende omroepen in de basis dezelfde waarden in hun werk aan.

4.2 *Systeem*

Het Nederlandse omroepsysteem is achterhaald, dat is althans wat de journalisten die hier deel van uitmaken erover zeggen. Zij zijn van mening dat het systeem in zijn huidige vorm geen toekomst meer heeft, achterhaald is en kort gezegd nergens op slaat. Doordat alle omroepen meer van hetzelfde zijn maakt het bovendien niet uit waar de journalisten hun waarden uiten, met als uitzondering misschien de morele waarden. De journalisten geven drie argumenten waarom zij hun vragen hebben bij de huidige invulling van de publieke omroep. Deze paragraaf geeft hiervan een overzicht.

4.2.1 *Gebrek aan eigenheid*

Allereerst vormt het gebrek aan sterke eigen waarden een argument tegen het huidige omroepsysteem. Er zijn vier argumenten die aangeven dat de omroepen geen sterke kleur of profilering bezitten volgens de journalisten die daar werken. Volgens hen komt dat wat de omroepen onderscheidend van elkaar zou moeten maken niet voort uit duidelijke eigen waarden.

Ten eerste zijn de verschillen die aangehaald worden gebaseerd op het antieke, afgebakende idee van links, rechts en midden: “Want op zich denk ik niet dat je in alle omroepen heel duidelijk ziet waar ze voor staan ofzo, behalve een rechtse omroep als WNL” (BNNVARA, Int. 7, p. 44). Journalistieke programma’s zijn allemaal meer van hetzelfde geworden. Sommige programma’s van duidelijk rechts of links geprofileerde omroepen vormen

hier een uitzondering op. Zo stelt een respondent, die ervaring heeft bij meerdere omroepen en nu bij BNNVARA werkt, dat “bij KRO-NCRV had nooit iemand in een vergadering gezegd het heeft meer seks nodig. Dat is echt typisch voor hier. (BNNVARA, Int. 6, p. 37). De extreme verdeling tussen links, rechts en midden is tegenwoordig echter niet langer relevant:

“Terwijl je eigenlijk moet zeggen van die grenzen zijn wat vager geworden. De wereld is niet meer zwart-wit, de wereld is wat grijzer.”

EO, Int. 12 (p. 87)

Ten tweede blijken de verschillen tussen omroepen slechts uit bepaalde nuances, waardoor de verschillen tussen omroepen onderling niet zo groot zijn als zij zelf denken: “(...) dat die kleuren van die omroepen eigenlijk helemaal niet zo gekleurd zijn als jij, of wie dan ook misschien denkt” (MAX, Int. 13, p. 99). Het verschil tussen omroepen wordt bij de onderwerpkeuze al bepaald, of in ieder geval de invalshoek waarvoor gekozen wordt, “in onderwerpkeuze en de vorm die wordt gekozen in een bepaald onderwerp” (AVROTROS, Int. 2, p. 23). Daarnaast blijkt het verschil uit de verschillende gasten die worden uitgenodigd in een bepaald programma: “Dus je probeert in je onderwerpkeuze wel iets te doen en ik denk in het uitnodigen van gasten kun je ook veel doen” (EO, Int. 10, p. 65). Verschillen tussen journalistieke producten van omroepen zijn dus wel te herkennen, maar deze blijken enkel uit de details:

“Ik denk dat als ze naar de tv kijken en ze zien eerst een programma van KRO-NCRV en daarna van BNNVARA, dat het ze niet zoveel zou schelen, denk ik. Dat ze dat niet heel erg zullen zien. (...) Want op zich denk ik niet dat je in alle omroepen heel duidelijk ziet waar ze voor staan ofzo.”

BNNVARA, Int. 7 (p. 44)

Ten derde komt de kleur van een omroep tot uiting als een vaag gevoel dat journalisten bij de omroep hebben. Hoewel een ontastbaar gevoel als afbakening van de waarden van een omroep wat mager is, is het lastig te ontkennen: “Dus je kan niet zeggen, als je niet als EO een soort tienpuntenplan hebt voor elk programma waar het aan moet voldoen, dan heeft het geen zin. Het zit in harten van mensen” (EO, Int. 10, p. 72). Wat de omroep precies probeert uit te dragen weten de journalisten niet precies, maar zij voelen wel dat zij iets delen met de omroep wat dit betreft: “Toen merkte ik dat ik het wel heel leuk zou vinden om echt te werken aan een doel, hoe vaag dat ook is. Dat is bij de EO ook niet superduidelijk. Maar dat je wel werkt aan een

bedrijf dat ergens naartoe gaat” (EO, Int. 11, p. 75). In onderstaand citaat legt een respondent uit wat dit vage gevoel precies omhelst. Zij weet wat het gevoel behelst, maar kan het lastig duiden:

“(…) En toen heb ik een onderwerp gepitcht, toen is er letterlijk door de samensteller gezegd: “Ja we vinden het een leuk onderwerp, maar het mist nog een beetje seks”. Daar ging het helemaal niet over, het ging over voedselkwaliteit, maar het moest gewoon nog iets spannender. (…) En wat dat iets dan is, daar moet je ook maar naar op zoek, dat weet ik soms ook nog niet.”

BNNVARA, Int. 6 (p. 37)

Ten vierde geven de journalisten aan dat onderscheidenheid bij de omroepen ontbreekt omdat de identiteit van de omroep het onderspit delft tegen een bedrijfsstrategie die de omroep commercieel gezien overeind houdt. De journalistieke producten mogen niet te veel geprofileerd zijn, omdat dit potentieel publiek afschrikt: “Wij hebben geen kleur of overtuiging, nee” (AVROTROS, Int. 2 p. 15). Omroepen blijven relevant door überhaupt publiek te vinden, in plaats van rechtvaardiging te vinden in het representeren van specifieke doelgroepen. Een bepaalde toekomstvisie, die niets te maken heeft met journalistieke of maatschappelijke verantwoordelijkheid, is voor bepaalde omroepen al voldoende profilering: “En we bestaan alleen maar dankzij de hele omroep AVROTROS. Die zeggen dit vinden we belangrijk, hier investeren we in, hier willen we uitbreiding als het gaat om online” (AVROTROS, Int. 1, p. 5). Dit is volgens de journalisten een argument tegen het huidige omroepsysteem:

“Maar bij de omroep vind ik het een beetje vaag als er geen duidelijke missie is. Dan is voortbestaan het enige doel, dat vind ik wat schraal.”

EO, Int. 11 (p. 75).

Ten slotte geven de journalisten aan dat, doordat de omroepen zich breder oriënteren, exclusiviteit is verdwenen in het omroepsysteem. MAX heeft bijvoorbeeld als doelgroep de ouderen, maar dit betekent niet dat andere omroepen niet ook programma’s mogen maken die aantrekkelijk zijn voor ouderen: “Niemand heeft exclusiviteit op een bepaalde werkwijze” (EO, Int. 12, p. 84). Omroepen oriënteren zich in hun programma’s breder, omdat journalistieke programma’s voor een te smalle doelgroep niet langer levensvatbaar zijn. Dit zorgt voor overlap tussen verschillende omroepen: “Het gaat er vooral om dat je verschillende organisaties opzet die soms hetzelfde doen, dan krijg je variëteit” (AVROTROS, Int. 2, p. 14). Hoe goed een

onderwerp of journalistiek product ook bij een bepaalde omroep lijkt te passen, hier kan ook ruimte bij een andere omroep voor bestaan:

“Dat past bij de EO, want schepping, laten zien hoe mooi de schepping is. Maar iemand die Darwinist is die zal zeggen: ik vind dat ook mooi.”

EO, Int. 10 (p. 67)

Samenvattend slaat het huidige omroepsysteem volgens de journalisten nergens op, omdat alle omroepen op elkaar lijken. Verschillende omroepen journalistiek laten bedrijven zorgt voor overlap, maar ook voor variëteit. Hoewel er dus een verschil bestaat is deze marginaal en blijkt deze enkel uit nuances en details. De omroepen hebben geen duidelijke afgebakende eigen waarden en idealen en profileren zich dus niet onderscheidend genoeg.

4.2.2 Onzinnig systeem

Bovenstaande argumenten geven aan dat de journalisten niet achter de publieke omroep staan zoals deze nu bestaat. Zij geven op een directe manier aan dat zij niet overtuigd zijn van de publieke omroep: “Nou ja wat mij betreft mag dat hele omroepsysteem op de schop” (, Int. 6, p. 39). Hoewel de journalisten onderdeel uitmaken van het systeem zijn zij hier niet per se voorstander van. Ook zij plaatsen hun vraagtekens bij de houdbaarheid: “Ja dat is natuurlijk ook een belachelijk systeem. Dat ga ik verder niet lopen verdedigen” (MAX, Int. 13, p. 96). Het omroepsysteem is voortgevloeid uit de verzuiling. Nu de verzuiling uit de samenleving is verdwenen is het publieke bestel dat hierop gebaseerd is niet langer relevant: “Want volgens mij bestaat dat niet echt meer, zo’n verzuilingsidee” (BNNVARA, Int. 7, p. 44) en “Je kan niet zeggen we hebben nationaalsocialistische programma’s. (...) Je kan ze niet zo verzuild meer zien” (EO, Int. 10, p. 73). Dat dit nog bestaat is bewonderenswaardig, naast de publieke omroep is de verzuiling nergens in de samenleving nog terug te vinden:

“Als je van een afstand kijkt dan zou je kunnen zeggen het is verbazingwekkend dat het nog steeds bestaat, al die omroepen.”

AVROTROS, Int. 1 (p. 6)

Bewonderenswaardig is ook de positie van de NPO in het systeem. De NPO is de enige entiteit die profijt heeft van de huidige inrichting van het systeem, waarin het de macht heeft over omroepen, programma’s en dus journalisten: “De NPO zegt: die programma’s vinden we belangrijk, en wij vinden het ook belangrijk dat jij die uitvoert” (AVROTROS, Int. 1, p. 4). Volgens de journalisten richt de NPO de publieke omroep in naar eigen wens. Directe invloed

op de invulling van programma's heeft de NPO niet, maar door het systeem op een bepaalde manier in te richten zorgen zij dat alles binnen de kaders van de NPO past: "Nu als ik een verhaal over dakramen wil doen, moet ik een plannetje schrijven, en dan ga ik naar de netmanager van NPO 2..." (EO, Int. 12, p. 82). Door het systeem ingewikkelder te maken antwoordt iedereen op een bepaald niveau aan de NPO. Op deze manier kan de NPO zoveel mogelijk invloed uitoefenen op de journalistiek die geproduceerd wordt. Binnen Radio 1 gebeurt dit directer, door een zendermanager die de inhoud van de zender over verschillende omroepen te verdelen:

"En dan is er ook wel een soort zendercoördinator die bepaalt nou dit is echt puur actualiteit, dus dit blijft bij de NOS. Dit is echt een mooie achtergrond en dat past heel erg bij BNNVARA, of bij AVROTROS bijvoorbeeld."

AVROTROS, Int. 3 (p. 23)

Door iedereen binnen de publieke omroepen te laten werken naar regels en systemen die binnen de NPO passen, ligt daar de uiteindelijke macht. De autonomie van de omroepen, en dus ook van de journalisten zelf, is maar zo groot als de NPO wil dat het is:

"Ze mogen zich formeel niet met de inhoud bemoeien, doen ze ook niet, maar als je allemaal kaders schept waarmee je een beetje aan die inhoud kan gaan zitten."

MAX, Int. 13 (p. 95)

4.2.3 Fusieomroepen

Fusieomroepen bewijzen ook dat omroepen niet of nauwelijks van elkaar verschillen. De omroepen die in 2014 gefuseerd zijn bestaan nog steeds en lijken daarom zonder al te veel problemen samengesmolten. Het verschil tussen omroepen is dus niet zo groot, twee compleet tegenstrijdige omroepen samenvoegen heeft immers geen zin:

"En daar bedoel ik eigenlijk mee dat die twee omroepen eigenlijk precies hetzelfde in de basis zijn, en dat de ene een jonge doelgroep bedient en de ander eigenlijk een vrij oude doelgroep bedient."

BNNVARA, Int. 8 (p. 51)

De journalisten die werkzaam zijn bij fusieomroepen geven aan dat de medewerkers daar zich inzetten voor het nieuwe merk dat gecreëerd is. De achtergrond die journalisten meenemen bij de eerdere omroepen vandaan verdwijnt natuurlijk niet: "Nee ik ben van na de fusie en in

principe merk je dat niet echt meer zo, maar in sommige gevallen kan het nog wel naar boven komen” (AVROTROS, Int. 3, p. 19). Bij de fusieomroepen bestaat de erfenis van de oude omroepen nog wel, vooral bij mensen die daar langere tijd werkten: “Van sommige programma’s kon je echt duidelijk zien dat het AVRO of TROS programma’s waren, en ook wel collega’s die al heel lang bij de TROS werkten, of bij de AVRO” (AVROTROS, Int. 2, p. 29). De verschillen zijn blijkbaar toch niet zo groot, aangezien deze medewerkers zich in kunnen zetten voor de nieuwe omroep, en de omroep waarmee gefuseerd is omarmen:

“En daardoor, dat het echt een mix is van die drie groepen, merk je er niet echt meer iets van dat sommige mensen BNN waren, of VARA waren. Want we zijn het nu eigenlijk allemaal.”

BNNVARA, Int. 5 (p. 38)

Niet alle omroepen komen in aanmerking voor een fusie: “De VPRO heeft een duidelijk profiel, de EO heeft ook een duidelijker profiel dan de fusie-omroepen” (MAX, Int. 13, p. 94). Dit werd echter op het eerste gezicht ook aangenomen van de omroepen die uiteindelijk wel zijn gefuseerd: “Terwijl er ook mensen waren die dachten van: oei AVRO en TROS gaat dat wel samen? Maar ik denk dat als je dieper kijkt dat het wel zo is” (AVROTROS, Int. 4, p. 33). De fusies die plaats hebben gevonden zijn geen zeer voor de hand liggende samensmeltingen. De fusies lijken echter naar behoren te werken, zo geeft een respondent aan dat “je misschien veel efficiënter werkt en dat het ook beter werkt om je te verantwoorden” (AVROTROS, Int. 4, p. 33). Volgens deze journalist is het succes van de fusies te vinden in een krachtigere positie, zonder dat hierbij waarden van de oude omroepen in het geding komen. Dit succes geeft aan dat, bij nadere bestudering, de omroepen onderling toch weinig verschil kennen:

“Het is gewoon een samensmelting van twee verschillende omroepen, waarbij geen ideologische drijfveren waren. En het is best opmerkelijk op het eerste gezicht dat die twee omroepen samen zijn gegaan, omdat dat eigenlijk geen overeenkomsten kent. Maar als je kijkt naar de basis, de drang naar onafhankelijkheid, dan passen die omroepen heel goed samen.”

AVROTROS, Int. 2 (p. 10)

4.2.4 Conclusie

Volgens de journalisten slaat het systeem waar zij zelf voor werken nergens op: “Ja dat is natuurlijk ook een belachelijk systeem” (MAX, Int. 13, p. 95). Omroepen zijn niet duidelijk

geprofileerd, laten geen kleur zien en de programma's die zij maken onderscheiden zich steeds minder van elkaar. Fusie-omroepen zijn hier het nieuwste bewijs voor. Deze werken, wat betekent dat er geen verschil bestaat tussen de omroepen, anders zouden fusies nooit levensvatbaar kunnen zijn of zelfs maar geaccepteerd worden. Onderstaande uitspraak van een journalist werkzaam bij de EO vat het gevoel dat de journalisten hebben goed samen:

“Maar ja de verzuiling die er was is er ook niet meer, dus ja, wat zijn we allemaal precies aan het doen? Dat is de grote vraag.”

EO, Int. 11 (p. 76)

4.3 Binding

Binding met een omroep is wel degelijk mogelijk, mits de waarden die eerder in dit hoofdstuk gepresenteerd zijn gedeeld worden door journalist en omroep. De journalisten kunnen zich op verschillende niveaus verbonden voelen. In onderstaande paragrafen wordt aangegeven wat binding met omroep, programma of de NPO inhoudt. Daarnaast wordt gepresenteerd hoe de journalisten spreken over de noodzakelijkheid en exclusiviteit die deze binding al dan niet moet bevatten.

4.3.1 Binding

Journalisten delen iets met een overkoepelende organisatie, waardoor zij zich verbonden voelen met deze instantie. De journalisten kunnen zich verbonden voelen met de omroep waar zij voor werken, het programma waar zij journalistiek bedrijven of de NPO. Er zal in deze paragraaf op deze drie verschillende niveaus dieper ingegaan worden.

Binding op elk van deze niveaus draait om gedeelde waarden. Er moet volgens de journalisten meer zijn dan alleen aangeboden onafhankelijkheid van de omroep, waardoor zij de ruimte hebben om hun eigen waarden te kunnen uitdragen in de programma's. “Ja ik heb er een gevoel bij wat wij in een journalistiek programma zelf kunnen uitdragen en ik voel dat dat wel klopt met wat de EO is” (EO, Int. 12, p. 88). De waarden moeten daadwerkelijk gedeeld worden, zodat er een wederzijds begrip ontstaat tussen de omroep en journalist, of het programma en de journalist. Dit hoeven niet per se journalistieke waarden te zijn, morele waarden kunnen ook: “Omdat het jong is, daarom wel bekend staat, en progressief, en dat vond ik wel bij mij passen” (BNNVARA, Int. 7, p. 42). Of zelfs de overtuiging van een gebrek aan een duidelijk profiel: “Ja maar wat ik het mooie vind van AVROTROS is dat we niet gebonden zijn aan religie of politieke kleur” (AVROTROS, Int. 4, p. 30). Meerdere journalisten geven

aan dat zij het lastig zouden vinden om te werken voor een omroep die fundamenteel anders is dan zijzelf:

“Ik zou eigenlijk niet zo snel bij de EO gaan werken, of de KRO, of de VARA, die toch wel vanuit een bepaalde kleur en bepaalde uitgangspunten werken.”

AVROTROS, Int. 2 (p. 12)

De minst directe binding is die tussen journalist en NPO. De journalisten laten blijken dat zich verbonden voelen met de NPO door de onafhankelijkheid die zij krijgen binnen de publieke omroep: “De onafhankelijkheid van de NPO is wel iets dat me heel erg aantrekt” (AVROTROS, Int. 2, p. 12). Niet alleen heeft de journalist de ruimte van de NPO om onafhankelijk te zijn, de NPO vindt onafhankelijkheid bovendien belangrijk en wil dit overbrengen naar het publiek: “Ik vind de publieke omroep en de opdracht die de publieke omroep heeft, vind ik een hele mooie. Mensen informeren, zo onafhankelijk mogelijk” (AVROTRO, Int. 1, p. 3). Daarnaast, voortvloeiend uit de onafhankelijke positie om mensen te informeren, is de NPO er volgens de journalisten voor het publiek. De NPO wil niet scoren of winst maken over de rug van het publiek, maar neemt een dienende rol in:

“En natuurlijk doet geen omroep programma’s die de wereld slechter willen maken, dan kom je bij de commerciële. Als je het over de NPO hebt is het bijna altijd positief.”

EO, Int. 9 (p. 59)

Daarnaast kunnen journalisten gebonden zijn aan de omroep waar zij voor werken. De binding tussen omroep en journalist komt sterk overeen met de waarden die eerder in dit hoofdstuk behandeld zijn, namelijk onafhankelijkheid, toegankelijkheid en diversiteit. Verder is binding tussen een journalist en zijn omroep vooral een persoonlijk ding, gebaseerd op uiteenlopende argumenten, met verbindende factor dat zij allemaal voor een band zorgen tussen omroep en journalist: “En de manier waarop hier wordt gewerkt en wordt omgegaan met gasten in het programma en mensen die je interviewt die is heel erg integer. En ik voel me daar heel erg in thuis” (EO, Int. 10, p. 65). Net als bij de profilering van omroepen kunnen ook journalisten er niet altijd de vinger op leggen waarom zij precies gebonden zijn aan een bepaalde omroep: “Ja. Ik denk dat ik op de goede plek zit nu” (BNNVARA, Int. 8, p. 52). “Ik pas hier wel ja,” (BNNVARA, Int. 6, p. 39) is de conclusie van een gevoel dat lastig uit te drukken is, maar wel bestaat.

Tenslotte kunnen journalisten gebonden zijn aan een bepaald programma. Het programma licht het dichtst bij de journalisten, en zij geven aan dat de binding die hiermee bestaat niet per se heel diepgaand hoeft te zijn. Zo voelen journalisten zich al gebonden aan een bepaald programma, simpelweg omdat het programma bekend en leuk is: “Want ik heb niet per se BNNVARA gekozen, ik heb gekozen voor *De Nieuws BV* omdat ik dat ken” (BNNVARA, Int. 7, p. 44). Daarnaast voelen journalisten zich meer verbonden met het programma dan de omroep, omdat de invloed van de omroep niet verder dan het programma reikt. De respondenten hebben dus het gevoel bezig te zijn met een programma, niet een programma voor een omroep: “Maar ik denk ook meer vanuit een programma dan een omroep” (MAX, Int. 14, p. 105), “dus ik heb niet gekozen voor de TROS, ik heb gekozen voor het programma” (AVROTROS, Int. 1, p. 3). Hierdoor verdwijnt de binding met een omroep, en daardoor ook verschil tussen omroepen. Er bestaat binding met het programma, maar dit heeft niets te maken met de kleur of waarden van de omroep. Deze vervallen hierdoor:

“En die hebben ook meer, een beetje niet van oh ik ben een BNN mens of een VARA mens, maar die hebben meer dat ze affectie hebben met het programma waar ze voor werken.”

BNNVARA, Int. 7 (p. 44)

Binding van een journalist is persoonlijk. Deze binding kan bestaan met de NPO, de eigen omroep of het programma. Bovendien sluit het één het ander niet uit. Verschillende journalisten geven aan dat zij zich met één van de drie niveaus verbonden voelen. Binding bestaat dus en is vooral gebaseerd op de journalist die zijn waarden deelt met een organisatie. Vandaar dat binding persoonlijk en bovendien niet eenduidig is.

4.3.2 Exclusiviteit binding

Dat verschillende vormen van binding volgens de journalisten naast elkaar kunnen bestaan geeft eigenlijk al aan dat exclusiviteit lastig mogelijk is. De journalisten geven aan dat dit ook niet verwacht kan worden, er bestaan drempels voor de binding tussen journalisten en omroepen. Ruimte voor idealen is niet altijd aan de orde. Commerciële belangen spelen een rol hierin: “Je hebt ook gewoon mensen die helemaal geen EO-achtergrond hebben die op de redactie werken. Die kunnen en willen overal en nergens werken en er ligt nu een klus bij de EO en dan pakken ze dat op” (EO, Int. 9, p. 60). In de mediawereld hebben vooral beginnende journalisten weinig reden om kieskeurig te zijn waar zij hun producten voor maken. Er moet brood op de plank komen, dus bieden de journalisten hun diensten aan bij aantrekkelijkste optie:

“Want vroeger moest ik smeken voor een baan en nu moet ik nee zeggen omdat het niet goed voelt voor mijn persoon. Ja dan zou er dus meer geld naar contracten moeten, dan zouden omroepen meer ruimte krijgen om kleur en identiteit te bekennen, vast te stellen, en uit te dragen.”

BNNVARA, Int. 8 (p. 53)

Daarnaast heeft de inwisselbaarheid van de omroepen volgens de journalisten invloed op de binding van een journalist met een omroep. Binding wordt door de journalisten niet per se uitgesloten, maar het programma dat zij maken kan niet alleen bij een bepaalde omroep: “De *Nieuwsshow* maakt een programma, en ik stond er ook van te kijken, maar het maakt dus niet uit door wie het gemaakt wordt” (AVROTROS, Int. 1, p. 6). De omroepen verschillen nauwelijks, waardoor een journalistiek programma bij verschillende omroepen levensvatbaar kan zijn: “Maar een journalistiek programma zou ik overal kunnen maken ja. Niet per se bij AVROTROS, maar ook bij collega’s” (AVROTROS, Int. 4, p. 30). De onafhankelijkheid van een programma werkt dit in de hand. Journalisten geven aan dat het verschil tussen omroepen niet zo sterk is, waardoor zij zich bij verschillende omroepen op hun gemak voelen: “Nee want ik voel me bij KRO-NCRV net zo goed thuis” (BNNVARA, Int. 6, p. 39).

Desondanks geven enkele journalisten aan dat zij het gevoel hebben exclusief gebonden te zijn aan de omroep, en dat dit zeker mogelijk is. De respondenten die zeker denken te zijn van hun exclusiviteit hebben geen ervaring buiten de eigen omroep: “Die programma’s zijn voor mij niet per se heilig, maar ik zou wel graag bij BNNVARA blijven werken” (BNNVARA, Int. 5, p. 35). De journalisten die wel ervaring bij verschillende omroepen hebben, en zo een iets beter oordeel over exclusiviteit kunnen vellen, kunnen ook geen zekerheid bieden:

“Ik vind het wel belangrijk om een beetje in de buurt te blijven van waarom ik dit werk ben gaan doen. En dat is wel bij deze werkgever. Dus volgens mij zit ik heel goed waar ik zit.”

BNNVARA, Int. 8 (p. 52)

De binding van een journalist met zijn omroep is niet exclusief. Als de journalist gecommitteerd lijkt te zijn aan de omroep, komt dit doordat het programma bij de omroep past. Ook in dit geval hebben de journalisten meer gevoel met het programma dan met de omroep. De keuze voor de NPO is over het algemeen wel bewust, het is vooral een bewuste keuze om niet voor een commerciële omroep te gaan werken. Hier lijkt enige exclusiviteit te bestaan, maar de NPO is dan ook wel heel breed.

4.3.3 Noodzakelijkheid binding

Als volledig exclusieve binding niet mogelijk is, hoeveel waarde moet er dan nog gehecht worden aan deze binding. De journalisten halen drie onderwerpen aan wat betreft de noodzakelijkheid van binding. Dit zijn samenwerking, inwisselbaarheid en professionalisme. Deze onderwerpen bepalen de noodzakelijkheid, op zowel positieve als negatieve manier.

Een gezonde samenwerking kan de basis zijn van een overeenkomst tussen journalist en omroep. Deze gezonde samenwerking hoeft niet per se gebaseerd te zijn op gedeelde waarden: “Daarna is het leuk als jij je thuis voelt bij een omroep, maar dat is een beetje bijzaak” (MAX, Int. 14, p. 105). De respondenten geven aan dat de mate van binding wel invloed heeft op de mate van soepelheid in de relatie en samenwerking tussen omroep en journalist. Als de journalist en omroep niet dezelfde waarden delen kan dit in de journalistieke productie aan beide kanten wrijving opleveren: “Maar ik heb ook altijd het idee gehad dat als jij ook niks ermee hebt, dan vind je het vreselijk hier” (EO, Int. 10, p. 66). Binding om samenwerking vlekkeloos te laten verlopen is volgens de journalisten dus wel degelijk een ding, maar maakt het niet noodzakelijk:

“Dus iedereen is welkom, maar ik ga niet met 90 procent atheïsten dit programma maken, want dan wordt het voor mij heel lastig.”

EO, Int. 9 (p. 60)

De journalisten spreken daarnaast over de inwisselbaarheid van de omroepen, die binding bemoeilijken. Journalisten hoeven zich niet per se te verbinden aan een omroep, en zijn flexibeler in hun keuzes, aangezien omroepen steeds meer vergelijkbaar zijn. Binding met de omroep is niet meer noodzakelijk omdat de profilering van de omroepen minder duidelijk is: “Misschien was het vroeger wat strenger, van je kan niet voor de NOS en RTL werken. Maar ik denk dat dat tegenwoordig wel kan” (AVROTROS, Int. 3 p. 21). Een gebrek aan binding is niet noodzakelijk, het is zelfs normaal geworden volgens de journalisten:

“Dus ik zou nooit een andere redacteur veroordelen omdat hij bij een omroep gaat werken die misschien niet helemaal strookt met zijn idealen, want dat is ook gewoon hoe de mediawereld werkt tegenwoordig.”

BNNVARA, Int. 8 (p. 53)

Professionalisme heeft te maken met in hoeverre journalisten hun werk uitvoeren, los van persoonlijke belangen. Kan de journalist doen wat een omroep van hem verwacht, ook als dit

niet strookt met zijn eigen waarden. In dat geval kan de journalist prima werken bij een omroep die niet naadloos aansluit bij zijn eigen journalistieke waarden. Dit gebeurt vandaag de dag wel: “Er zitten heel veel mensen ook hier bij de EO die niks met de missie hebben” (EO, Int. 11, p. 77). Als de journalist professioneel genoeg is om zijn professionaliteit boven zijn persoonlijke voorkeuren te stellen, maakt het niet uit bij welke omroep hij werkt, en is binding met deze omroep dus niet noodzakelijk:

“Er zijn hier ook redacteurs en verslaggevers die een bepaalde voorkeur hebben of een bepaald geloof hebben. Dat maakt voor mij niet zo veel uit. (...) Dat doet er niet toe, als hij maar goed is in zijn werk.”

AVROTROS, Int. 2 (p. 12)

Volgens de journalisten kan binding het journalistieke proces vereenvoudigen, omdat de journalist dezelfde waarden heeft als de omroep, of het programma. Noodzakelijk is dit volgens hen echter niet, journalisten zijn professioneel genoeg om hun werk uit te kunnen voeren wanneer hun waarden enigszins afwijken.

4.3.4 Conclusie

Binding bestaat op verschillende niveaus, maar exclusiviteit komt alleen bij het breedste niveau voor, namelijk de NPO. De journalisten zijn er duidelijk in dat zij bewust gekozen voor de publieke, in plaats van de commerciële, omroep te gaan werken. Exclusieve binding met de omroep is niet langer realistisch, doordat journalisten geld moeten verdienen en vervagende grenzen tussen verschillende omroepen. Journalisten hebben geen binding nodig om hun werk naar behoren uit te kunnen oefenen, maar het kan wel handig zijn. De mogelijkheid tot binding wordt bemoeilijkt door omroepen die tot eenheidsworst verworden zijn, hierdoor is de eventuele noodzakelijkheid van binding niet te realiseren.

5. Conclusie & discussie

5.1 Inleiding

De oorsprong van de publieke omroep zoals wij die nu kennen ligt in de verzuiling. In de hedendaagse samenleving is er van de verzuiling echter weinig terug te vinden. De omroepen profileren zich, ook in hun journalistieke programma's, steeds minder duidelijk op basis van de verzuiling. Tegelijkertijd ontstaan er kwesties over programma's en mensen binnen de publieke omroep, die zich meer gebonden voelen aan een bepaalde omroep en daarom een voorkeur hebben bij waar zij hun programma en werk uitvoeren. Dit wekt het idee dat er nog wel degelijk een verschil bestaat tussen de verschillende omroepen. Volgens het beleid van de publieke omroep staat de NPO voor een representatie van de pluriforme samenleving en de journalisten zijn hier verantwoordelijk voor. Als deze geen uitgesproken eigen waarden meer hebben is er geen sprake van pluriforme representatie. Bovendien proberen omroepen zich nog steeds te profileren, ook al is de verzuiling verdwenen. Dit suggereert dat er wel verschillen bestaan binnen de publieke omroep en bij zijn journalisten, maar waar is dit dan op gebaseerd? De volgende onderzoeksvraag moet hier antwoord op geven:

RQ: In hoeverre spelen de waarden van journalisten die werken voor publieke omroepen een rol in hun werk en hoe verhouden deze zich tot de waarden die deze omroepen uit willen dragen?

Er is tot nu toe weinig onderzoek gedaan naar de positie van de journalist binnen de publieke omroep. Bovendien is het relevant om het al dan niet bestaan van verschillen tussen omroepen aan de hand van de journalisten die bij deze omroepen werken te onderzoeken. De beste manier om dit uit te voeren is door het simpelweg aan de journalisten zelf te vragen. Dit is gedaan door middel van diepte-interviews, waarvan de resultaten in onderstaande paragraaf uiteengezet worden.

5.2 Samenvatting

De eerste deelvraag richt zich op de waarden die voor journalisten van de publieke omroep van belang zijn. Uit de interviews zijn vijf kernwaarden naar voren gekomen, waarvan er vier journalistiek van aard zijn. Ten eerste wordt onafhankelijkheid door de journalisten belangrijk gevonden. Onafhankelijkheid biedt de journalisten vrijheid in hun werk. Bij een gebrek aan deze vrijheid gaan volgens de journalisten hun creativiteit en objectiviteit verloren. Ten tweede blijkt dat de journalisten toegankelijkheid als waarde hebben. Zij zien het als hun

verantwoordelijkheid dat journalistiek begrijpelijk is voor iedereen. Ten derde noemen de respondenten diversiteit als waarde. Het benadrukken en omarmen van de diversiteit binnen de Nederlandse samenleving moet zorgen voor meer wederzijds begrip tussen uitersten binnen de samenleving. Bovendien ligt dit in lijn met de pluriforme taak van de publieke omroep. Ten vierde vinden de journalisten voldoende bereik belangrijk. Zij zien een groter bereik als bevestiging van maatschappelijke relevantie. Dit geeft het journalistieke werk bestaansrecht. Tot slot hebben journalisten morele waarden. Deze waarden hebben niet per se met journalistiek te maken, maar maken deel uit van de persoonlijkheid van de journalist, en zijn daardoor van invloed op de uitoefening van het journalistieke werk.

De tweede deelvraag richt zich op de manier waarop deze waarden een rol spelen in het werk van de journalisten. De journalisten hebben hierbij voldoende ruimte om hun eigen waarden uit te dragen in de programma's die zij maken. Zij hoeven zich in de praktijk niet druk te maken om de waarden van de omroep en of deze wel overeenkomen met de eigen waarden. Dit komt doordat de waarden die uit de interviews naar voren zijn gekomen ook worden gedeeld door de omroepen waar de journalisten voor werken. De omroepen hechten bijvoorbeeld ook waarde aan onafhankelijkheid. De journalisten werken bij de publieke omroep omdat zij hier de ruimte hebben om deze waarden te uiten, deze worden namelijk door de omroepen gedeeld. Doordat zij hun waarden delen met de omroep waar zij voor werken blijft de productie toch dichtbij henzelf en de waarden die zij aanhangen.

De derde deelvraag richt zich vervolgens op de vrijheid die de journalisten hebben om invulling te kunnen geven aan hun waarden in de programma's die zij maken. Binnen de publieke omroep wordt er voldoende ruimte geboden, zowel vanuit programma's als omroepen. Journalisten hechten waarde aan onafhankelijkheid, net als de omroepen. Daarnaast zijn er voldoende programma's die redactioneel onafhankelijk van de omroep zijn. Dit betekent niet dat je als journalist gerust je gang kunt gaan, het werk moet wel binnen bepaalde kaders passen. *EenVandaag* is hier een voorbeeld van. Dit programma is redactioneel onafhankelijk, maar journalisten die er werken kunnen wel binnen de redactie gecorrigeerd worden, omdat iets niet bij *EenVandaag* zou passen. Binnen deze kaders zijn de journalisten verder heel vrij in de invulling. Bij BNNVARA wordt vrijheid zelfs bewust gefaciliteerd door de omroep, om zo de creativiteit van de journalist geenszins te beperken.

Journalisten hebben bij de publieke omroep zeker vrijheid om invulling te geven aan hun waarden. Dit kan alleen met goedkeuring van de NPO. De NPO heeft als overkoepelende organisatie de uiteindelijke macht. Hoewel de journalisten hier direct weinig van merken is hun vrijheid in zekere zin dus wel beperkt. De invloed van de NPO beperkt namelijk de vrijheid van

de omroepen, die op hun beurt de journalisten in hun vrijheid beperken. Dit gebeurt evenwel eigenlijk en vooral boven de hoofden van de journalisten, in de vorm van omroep politiek. Directe invloed op de invulling van eigen waarden in het journalistieke product komt bij de publieke omroep maar zeer minimaal voor. Beleidsbepalers bij de omroepen en de NPO roepen de journalisten namelijk nooit direct tot de orde.

Tot slot richt de vierde deelvraag zich op de binding die op ideologische basis tussen journalist en omroep bestaat. Deze binding blijkt mogelijk te zijn, maar de twijfel die de journalisten erover uitspreken geeft aan dat dit niet heel duidelijk voorkomt. Er wordt duidelijk aangegeven dat de publieke omroep nergens op slaat en de omroepen steeds meer op elkaar zijn gaan lijken en minder duidelijk geprofileerd zijn. De verschillen tussen omroepen blijken slechts nog uit nuances, waardoor het voor journalisten heel lastig is om zich inhoudelijk te committeren aan een omroep.

Toch is het wel mogelijk voor een journalist om zich verbonden te voelen met een omroep. De belangrijkste journalistieke waarden, toegankelijkheid, onafhankelijkheid en diversiteit, zijn ook bij de andere omroepen van toepassing. De binding die kan bestaan op basis van journalistieke waarden is tegenwoordig echter niet meer exclusief, zoals dit in de tijd van de verzuiling bijvoorbeeld wel was. Dit komt enerzijds doordat er bij meerdere omroepen plaats is voor deze waarden, anderzijds doordat omroepen steeds minder verschillen. De journalist kiest in het zeldzame geval van exclusieve binding bewust voor werken voor een bepaalde omroep en is niet geïnteresseerd in andere omroepen. Deze exclusieve binding is echter nooit gebaseerd op journalistieke waarden, maar op morele waarden. Zo kunnen journalisten zich exclusief verbonden voelen met de EO, omdat zij de christelijke waarden bij geen andere omroep terugvinden.

‘In hoeverre spelen de waarden van journalisten die werken voor publieke omroepen een rol in hun werk en hoe verhouden deze zich tot de waarden die deze omroepen uit willen dragen?’ is de hoofdvraag van dit onderzoek. Deze is te beantwoorden door te stellen dat de journalisten hun waarden bijna naar volledige vrijheid kunnen uiten, omdat deze over het algemeen overeenkomen met de waarden van de omroepen. Dit komt vooral omdat de waarden van de omroepen niet heel sterk zijn. In de statuten van de omroepen staan de profielen van deze omroepen weliswaar beschreven, de journalisten weten echter niet wat deze inhouden. De journalisten moeten geld verdienen en werken gewoon bij een omroep waar een baan beschikbaar is. Doordat de verschillen tussen omroepen minimaal zijn geworden maakt het voor de journalist, en het uiten van zijn waarden, niet uit bij welke omroep hij werkt. Dit veroorzaakt

een vicieuze cirkel. Door het verdwijnen van de verzuiling in de samenleving hoeven omroepen zich niet sterk meer te profileren, waardoor zij minder verschillen van elkaar. Daarnaast geven de omroepen geen vaste contracten meer, wat overstappen tussen omroepen voor de journalisten makkelijker maakt en committeren aan een omroep wordt hierdoor zeer onlogisch. Deze ontwikkeling bij journalisten gaat ten koste van de herkenbaarheid van de omroepen, terwijl deze al zeer op elkaar leken. De verschillen tussen de omroepen worden hierdoor dus nog minder duidelijk.

5.3 Discussie

In deze paragraaf wordt eerst gekeken naar de kernwaarden van de NPO en de reactie hierop van de journalisten. Vervolgens worden eventuele verschillen tussen verschillende omroepen behandeld en waarom de omroepen volgens de journalisten weinig van elkaar verschillen en wat dit voor de invulling van de publieke omroep betekent.

Pluriformiteit, kwaliteit en verbinding vormen samen de kern van wat de publieke omroep op dit moment moet legitimeren. Uit de literatuur blijkt dat pluriformiteit niet de prominente waarde is waar de publieke omroep voor staat. De samenleving is dusdanig versplinterd, waardoor de pluriformiteit van de omroepen niet meer aansluit bij de diversiteit in de samenleving (Bardoel, 2006). De journalisten bevestigen dit. Zij spreken over representatie van de eigen doelgroep, maar meer gaat dit over het bieden van een podium aan minderheden in de samenleving. Hiermee proberen de omroepen wederzijds begrip in de samenleving te creëren, wat meer wijst op verbinding dan pluriformiteit. Als de journalisten spreken over de belangrijke waarden van de NPO noemen zij pluriforme representatie niet. Het systeem gebaseerd op pluriformiteit wordt zelfs als onzin gezien. Literatuuronderzoek wees al uit dat dit systeem, voortkomend uit de verzuiling, niet langer relevant is. De actoren die deel uitmaken van dit systeem, de journalisten, zijn het hier mee eens, en zien ook de relevantie van de huidige invulling van de publieke omroep niet. Volgens hen is de samenleving niet meer in zuilen verdeeld. Er bestaat meer overlap tussen verschillende bevolkingsgroepen, wat er automatisch voor zorgt dat er ook meer overlap tussen verschillende omroepen bestaat. De journalisten bevestigen zo het beeld dat uit de theorie naar voren is gekomen.

Het belang van kwaliteit als legitimatie van de NPO wordt door de journalisten niet zoveel gedeeld als vooraf werd aangenomen. De NPO staat voor kwaliteit (Van den Bulck, 2008) en hoewel het vanzelfsprekend is dat je als journalist zo goed mogelijke kwaliteit wil bieden in je werk, wordt dit door de journalisten niet expliciet genoemd. De journalisten van BNNVARA zijn de enigen die laten vallen dat het bieden van kwaliteit belangrijk is. De

journalisten van de andere omroepen noemen het niet, maar dat een journalist kwaliteit wil leveren is een vanzelfsprekendheid, die dus alleen bij BNNVARA benoemd wordt.

Net als kwaliteit spreekt ook verbinding pluriformiteit tegen. Door iedereen te representeren kan de NPO echter de samenleving dichter bijeenbrengen, volgens Engelbert en Awad (2014). Dit wordt door de journalisten bevestigd. Zij hechten er waarde aan dat er een podium wordt geboden aan iedereen in de maatschappij, om onderling begrip te stimuleren en de wereld een mooiere plaats te maken. Het opvallende is dat, hoewel dit een kernwaarde is van de NPO, de journalisten geen druk van hogerop voelen wat verbinding betreft.

Op basis van de voorkennis over de omroepen is het aannemelijk om te verwachten dat er verschillen bestaan tussen de journalisten van verschillende omroepen. Dit is in de interviews echter zeer minimaal gebleken. De journalisten verschillen in hun waarden weinig van elkaar. Zo is onafhankelijkheid door Deuze (2005) als journalistieke waarde bestempeld, en deze komt terug bij journalisten van alle onderzochte omroepen. Iedereen binnen de publieke omroep vindt het belangrijk om onafhankelijk en in voldoende vrijheid zijn werk uit te kunnen voeren. Daarnaast geven de meeste journalisten aan dat zij het belangrijk vinden om ruimte te bieden aan diversiteit en toegankelijkheid in hun journalistieke producten. Enkel bij MAX geven de journalisten niet aan waarde te hechten aan diversiteit en bij alle onderzochte omroepen behalve BNNVARA is het toegankelijk maken van journalistiek een doel. Doordat de journalisten van verschillende omroepen deze waarden in het uitoefenen van hun werk delen, en hiermee meer belang hechten aan hun professionele waarden, worden de omroepen inhoudelijk meer van hetzelfde.

Daarnaast zorgt het verdwijnen van de verzuiling ervoor dat journalisten van verschillende omroepen minder van elkaar verschillen. Dit komt doordat de journalisten niet meer opgroeien in een verzuilde samenleving. Bovendien richten omroepen zich, in de niet-verzuilde samenleving, niet langer exclusief op de eigen doelgroep. Tijdens de verzuiling hoefden omroepen geen bestaansrecht te hebben, dit was al voldoende aanwezig door programma's te maken voor en binnen de eigen zuil. Dit bestaat niet meer, dus moeten de omroepen meer doen om hun bestaansrecht te kunnen verantwoorden. Dit doen zij door zich breder te oriënteren om zo een breder publiek aan te kunnen spreken. De journalisten geven bovendien aan dat het niet meer mogelijk is om programma's te maken voor een smalle doelgroep. Door af te wijken van de nauwe eigen doelgroep behouden omroepen hun maatschappelijke relevantie en daarmee bestaansrecht. Dit levert echter wel overlap tussen verschillende omroepen op, zorgt ervoor dat omroepen minder van elkaar verschillen en vermindert hun bestaansrecht.

Het gebrek aan exclusiviteit heeft ook te maken met commerciële redenen. Deze commerciële redenen komen vanuit zowel de omroepen als de journalisten. Er is minder geld in de publieke omroep, waardoor er minder met vaste contracten gewerkt kan worden, en journalisten korte klussen bij omroepen uitvoeren, zonder enige baanzekerheid op de lange termijn. Doordat de omroepen geen vaste contracten meer geven, kan er ook geen binding verwacht worden van de journalisten. De journalisten moeten ook gewoon geld verdienen en kunnen het zich hierdoor niet veroorloven kieskeurig te zijn wat hun opdrachten betreft. Dit heeft als resultaat dat de omroepen minder verschillen van elkaar, omdat er financieel geen ruimte meer is voor journalisten die zich onvoorwaardelijk verbinden aan een bepaalde omroep.

De journalistieke waarden die de journalisten aanhangen ondermijnen het idee van een pluriforme publieke omroep. Doordat de verzuiling niet langer aanwezig is in de samenleving is er voor de pluriformiteit gebaseerd op de samenleving decennia terug geen enkele basis meer. Wat resteert zijn journalistieke waarden, die bij verschillende omroepen hetzelfde zijn. Wanneer iedereen binnen de publieke omroep naar hetzelfde streeft verdwijnt de onderscheidende factor van omroepen op den duur volledig en maakt het niets meer uit voor welke omroep bepaalde programma's gemaakt worden. In de inleiding is de casus van de *Nieuwsshow* besproken, een programma dat met veel heisa van omroep is veranderd, maar inhoudelijk nog exact hetzelfde is als voorheen. Verschillen tussen omroepen blijken enkel nog uit nuances, welke niet of nauwelijks gezien worden door de journalisten.

5.4 Verder onderzoek

Dit onderzoek heeft laten zien hoe de verhoudingen liggen tussen de waarden van journalisten en hun omroepen. De eerste kanttekening die hierdoor bij dit onderzoek past is dat het een eenzijdig beeld oplevert. De verhoudingen tussen omroep en journalist zijn namelijk onderzocht vanuit de journalisten. Doordat er geen interviews zijn gehouden met beleidsbepalers binnen de publieke omroepen blijft dit onderzoek beperkt tot de mening van journalisten over de omroep waar zij voor werken.

Het is, ten tweede, niet mogelijk om te stellen dat de legitimatie van de publieke omroep valt of staat met de toewijding van journalisten tegenover het product dat zij maken. Verschillen binnen de publieke omroep blijken uit nuances, zonder dat journalisten hier per se ideologisch achter staan, maar de publieke omroep heeft een groter draagvlak dan alleen de journalisten die er werken. Naast beleidsbepalers kan het daarom waardevol zijn om in eventueel vervolgonderzoek te kijken naar het publiek. Dit publiek is in dit onderzoek namelijk niet naar voren gekomen.

Ten derde is het voor het beantwoorden van de deelvragen lastig dat sommige journalisten simpelweg hun werk doen. Niet alle journalisten zijn zich bewust van de waarden die zij uit willen dragen en de binding die zij hebben met een omroep. Journalisten werken al dan niet bewust bij een bepaalde omroep, hebben een bepaald gevoel bij deze omroep en voeren het werk uit dat van hen verwacht wordt. De journalisten hebben moeite met de vragen, zij hebben hier nog nooit over nagedacht. Lang niet alle journalisten zijn zich namelijk bewust van hoe hun persoonlijke journalistieke waarden een rol spelen in de programma's die zij maken. De journalisten hebben hierdoor geen expliciete antwoorden op de vragen die centraal staan in dit onderzoek. De analyse is door het gebrek aan expliciete antwoorden meer gebaseerd op aannames van de onderzoeker over wat de journalisten ergens mee bedoelen. Dit is van slechte invloed op de betrouwbaarheid van de analyse en het onderzoek. Door journalisten met elkaar in debat te laten gaan en zo tot nieuwe inzichten te komen zou dit in eventueel vervolgonderzoek verbeterd kunnen worden.

Literatuurlijst

- Adriaansen, M., & Praag, P. van (2010). Nieuwe scheidslijnen en de turbulente relatie tussen politiek, media en burgers. In H. Dijstelbloem, P. den Hoed, J. W. Holtslag & S. Schouten (Red.), *Het gezicht van de publieke zaak: openbaar bestuur onder ogen* (pp. 241-272). [WRR verkenningen; 23]. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Ahrens, T., & Mollona, M. (2007). Organizational control as cultural practice - A shop floor ethnography of a Sheffield steel mill. *Accounting, Organizations and Society*, 32(4), 305-331.
- Altena, B. & Lente, D. van (2003). *Vrijheid en Rede. Geschiedenis van Westerse samenlevingen 1750-1989*. Hilversum: Verloren.
- Arlman, H. (2005). *Een journalistieke canon*. Amsterdam: GCA Amsterdam.
- AVROTROS (2018). 'Statuten AVROTROS'. Verkregen via https://www.avrotros.nl/fileadmin/user_upload/Docs-verantwoording/Statuut2018-AVROTROS.pdf
- Baakman, N. (1986). De omroep in Nederland: beleid ontwerpen in het spanningsveld tussen overheid, para-overheid en bedrijfsleven. In N. Nelissen (Red.), *Het verkennen van beleidsproblemen* (pp. 353-370). Zeist: Kerkebosch.
- Baarda, B., Bakker, E., Fischer, T., Julsing, M., Goede, M. de, Peters, V., & Velden, T. van der (2013). *Basisboek Kwalitatief Onderzoek. Handleiding voor het opzetten en uitvoeren van kwalitatief onderzoek*. Groningen: Noordhoff Uitgevers.
- Bakker, P. (2017). Piet Bakker: "Waakhond van de democratie?". *Nederlandse Vereniging van Journalisten*. Verkregen via <https://www.nvj.nl/journalistiek-heeft-prijs/journalistenwoord/piet-bakker-waakhond-democratie>
- Baneke, I. (2017, 11 oktober). Populair radioduo kaapt Nieuwsshows weg bij AVROTROS. *Trouw*. Verkregen via www.trouw.nl
- Bardoel, J. L. H. (2003a). Back to the public? Assessing public broadcasting in the Netherlands. *Javnost-The Public*, 10(3), 81-96.
- Bardoel, J. L. H. (2003b). *Macht onder verantwoordelijkheid? Media, mediabeleid en de kwaliteit van de openbare informatievoorziening*. Nijmegen: Katholieke Universiteit Nijmegen.
- Bardoel, J. (2006). Mediabeleid tussen traditie en toekomst. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 34(2), 210-218.
- Bardoel, J. (2010). Journalistiek moet zich durven onderscheiden. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 38(3), 232-241.
- Bardoel, J., Bierhoff, J., Manschot, B., & Vasterman, P. (1975). *Marges in de media. Het verbroken contact tussen omroep en publiek*. Baarn: Het Wereldvenster.

- Bardoel, J., & Brants, K. (2003). Public broadcasters and social responsibility in the Netherlands. In G. F. Lowe & T. Hujanen (Red.), *Broadcasting & Convergence: New Articulations of the Public Servit Remit* (pp. 167-185). Göteborg: Nordicom.
- Bengtsson, T. T., & Fynbo, L. (2018). Analysing the significance of silence in qualitative interviewing: questioning and shifting power relations. *Qualitative Research*, 18(1), 19-35. doi: 10.1177/1468794117694220
- Blom, J. C. H., & Lamberts, E. (1993). *Geschiedenis van de Nederlanden*. Amersfoort: ThiemeMeulenhoff.
- BNNVARA (2018). *Jaarverslag BNNVARA 2017*. Verkregen via <https://verantwoording.bnnvara.nl/>
- Boeije, H. R. (2002). A purposeful approach to the constant comparative method in the analysis of qualitative interviews. *Quality & Quantity*, 36(4), 391-409.
- Boeije, H. R. (2005). *Analyseren in kwalitatief onderzoek: Denken en doen*. Amsterdam: Boom Uitgevers.
- Boeije, H. R. (2010). *Analysis in qualitative research*. London: SAGE.
- Boerma, N., Cuilenburg, J.J. van, Diemer, E., Oostenbrink, J.J., & Putten, J. van (1982). *De omroep: wet en beleid. Een juridisch-politicologische evaluatie van de Omroepwet* [WRR Report]. Verkregen via Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid
- Bovens, M. A. P. (2006). De diplomademocratie: Over de spanning tussen meritocratie en democratie. *B en M: tijdschrift voor beleid, politiek en maatschappij*, 33(4), 205-218.
- Brants, K. (1985). Broadcasting and politics in the Netherlands: From pillar to post. *West European Politics*, 8(2), 104-121.
- Brants, K. & Vasterman, P. (2010). Journalism studies in Nederland: een inventarisatie. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 38(3), 195-214.
- Brouwer, C. (2018, 2 januari). Rob Stenders en Caroline Brouwer. *VARAgids*. Verkregen via <https://blendle.com>
- Bulck, H. van den (2008). De identiteit van de openbare omroep in het digitale tijdperk: een stakeholder analyse. In H. van den Bulck & A. Dhoest (red.), *Media/Cultuur/Identiteit: Actueel onderzoek naar media en maatschappij* (pp.5-19). Gent: Academia Press.
- Costera Meijer, I. (2003). Wat is onderscheidende kwaliteit? Een onderzoek naar nut en noodzaak van een brede programmering bij de Nederlandse publieke omroep. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 31(4), 356-381.
- Cuilenburg, J. J. van (1999). Het Nederlandse mediabestel: verscheidenheid tussen kartel en concurrentie. In J. J. van Cuilenburg, P. Neijens & O. Scholten (Red.), *Media in overvloed* (pp. 10-23). Amsterdam: Amsterdam University Press.

- Cuilenburg, J. J. van, & McQuail, D. (1982). *Media en pluriformiteit: Een beoordeling van de stand van zaken* [WRR Report]. Verkregen via Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid
- Deuze, M. (2005). What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism*, 6(4), 442-464. doi: 10.1177/1464884905056815
- Deuze, M. (2009). The people formerly known as the employers. *Journalism*, 10(3), 315-318.
- Deuze, M. (2015). Media life. Leven in media. In J. Bardoel & H. Wijfjes (Red.), *Journalistieke cultuur in Nederland* (pp. 207-220). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Dongen, M. van (2017a, 15 september). Presentatoren mogen toch Nieuwsshow meenemen naar Omroep Max. *De Volkskrant*. Verkregen via <https://academic-lexisnexis-nl.eur.idm.oclc.org/>
- Dongen, M. van (2017b, 7 december). Nieuwsshowpresentator Peter de Bie doet voor het eerst zijn verhaal over het conflict met omroep Avrotros: 'Iemand moet een keer zijn bek opentrekken'. *De Volkskrant*. Verkregen via <https://academic-lexisnexis-nl.eur.idm.oclc.org/>
- Doorn, J. A. A. van (1956). Verzuiling: een eigentijds systeem van sociale controle. *Sociologische Gids* 3(3-4), 41-49.
- Edwards, R., & Holland, J. (2013). *What is qualitative interviewing?*. London: Bloomsbury Academic.
- Engelbert, J. & Awad, I. (2014). Securitizing cultural diversity: Dutch public broadcasting in post-multicultural and de-pillarized times. *Global Media and Communication*, 10(3), 261-274.
- EO (2018). 'Statuten EO'. Verkregen via https://portal.eo.nl/fileadmin/bestanden-2017/user_upload/over_de_eo/Statuten_EO_25_aug_2015.pdf
- Esser, F. (2013). Mediatization as a challenge: media logic versus political logic. In H. Kriesi, S. Lavanex, F. Esser, J. Matthes, M. Bühlmann & D. Bochler (Red.), *Democracy in the age of globalization and mediatization* (pp. 155-176). Basingstoke: Palgrave.
- Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1-4.
- Gaspersz, J. & Ott, M. (1996). *Management van employability: Nieuwe kansen in arbeidsrelaties*. Assen: Van Gorcum/Stichting Management Studies.
- Ghorashi, H. (2009). Polariseren in het Nederland van nu betekent olie op het vuur. *Polarisatie* (153-170) [RMO report]. Amsterdam: SWP.
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1967). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. New Brunswick/London: AldineTransaction.
- Glasser, T. L. (1988). Press responsibility and first amendment values. In R. E. Hiebert & C. Reuss (red.), *Impact of Mass Media: Current Issues* (pp. 44-51). White Plains: Longman.
- Goede, P. de (1999). *Omroepbeleid met en tegen de tijd*. Amsterdam: Otto Cramwinckel Uitgeverij.
- Groenhart, H. P. (2013). *Van boete naar beloning: publieksverantwoording als prille journalistieke prioriteit*. Tilburg: Fontys.

- Haak, K. van der (1999). Van verzuimd bestel naar één publieke omroep. In J. J. van Cuilenburg, P. Neijens & O. Scholten (Red.), *Media in overvloed* (pp. 25-39). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Haan, Y. de, & Bardoel, J. (2016). Publieke verantwoording of politieke opzet? Evaluatie van de eerste visitatie van de Nederlandse publieke omroep. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 37(3), 197-214.
- Haas, T. (2005). From “public journalism” to the “public’s journalism”? Rhetoric and reality in the discourse on weblogs. *Journalism Studies*, 6(3), 387-396. doi: 10.1080/14616700500132073
- d’Haenens, L., El Sghiar, H., & Golaszewski, S. (2010). Media en etnisch-culturele minderheden in de lage landen: trends in 15 jaar onderzoek. In S. van Bauwel, E. Van Damme & H. Verstraeten (Red.), *Diverse mediawerelden: Hedendaagse reflecties gebaseerd op het onderzoek van Frieda Saeys* (pp. 210-232). Gent: Academia Press.
- Hahn, J. G. (1988). Het zout in de pap. Levensbeschouwing en televisie. Hilversum: Gooi en Sticht.
- Hallin, D., & Mancini, P. (2004). *Comparing media systems: Three models of media and politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Harbers, F. (2015). De revanche van de subjectieve ervaring. Personalisering van de geschreven journalistiek. In J. Bardoel & H. Wijfjes (Red.), *Journalistieke cultuur in Nederland* (pp. 123-141). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Harcup, T., & O’Neill, D. (2016). What is news? News values revisited (again). *Journalism Studies*, 1-19. doi: 10.1080/1461670X.2015.1017597
- Heiden, P. van der (2000, 5 februari). Einde verzuiling leidt tot nieuwe omroepwet. *Trouw*. Verkregen via <http://trouw.nl>
- Hellemans, S. (1990). *Strijd om de moderniteit: sociale bewegingen en verzuiling in Europa sinds 1800*. Leuven: Universitaire Pers.
- Hellemans, S. (1993). Verzuiling en ontzuiling als sociologisch proces. In U. Becker (Red.), *Nederlandse politiek in historisch en vergelijkend perspectief* (pp. 121-150). Amsterdam: Het Spinhuis.
- Hermanowicz, J. C. (2002). The great interview: 25 strategies for studying people in bed. *Qualitative Sociology*, 25(4), 479-499.
- Hoefnagel, F.J.P.M. (2005). *Geschiedenis van het Nederlands inhoudelijk mediabeleid* [WRR Report]. Verkregen via Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid: <http://oopen.org/download?type=document&docid=440342>
- Hughenoltz, P. B. (2015). *De rechtspositie van de audiovisuele maker binnen de Publieke Omroep*. Instituut voor informatierecht.

- IJzendoorn, M. H. van, & Miedema, S. (1986). De kwaliteit van kwalitatief onderzoek. *Pedagogische studiën*, 63, 498-505.
- Jacklin, P. (1978). Representative diversity. *Journal of Communication*, 28(2), 85-88. doi: 10.1111/j.1460-2466.1978.tb01600.x
- Jebri, N. (2013). Is watchdog journalism satisfactory journalism? A cross-national study of public satisfaction with political coverage. *Reuters Institute for the Study of Journalism*.
- Kockelmann, S. (2018, 4 juli). 1 op 1 met Jan Slagter [Radio uitzending]. *1 op 1 (KRO-NCRV)*. Hilversum, Nederland: NPO Radio 1 .
- Konig, R., Bardoel, J., Nuijten, K., & Borger, S. (2008). *De Schuivende Achterban van de Nederlandse Publieke Omroep*. Amsterdam.
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2007). *The Elements of Journalism*. New York: Three Rivers Press.
- Lijphart, A. (1990). *Verzuiling, pacificatie en kentering in de Nederlandse politiek*. Haarlem: Becht.
- Mason, J. (2002). *Qualitative Researching*. London: SAGE.
- McNair, B. (2009). Journalism and democracy. In K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch (Red.), *The handbook of journalism studies* (pp. 237-249). London/New York: Routledge.
- McQuail, D. (1992). *Media Performance: Mass Communication and the Public Interest*. Oxford: SAGE.
- Muhlmann, G. (2010). *Journalism for Democracy*. Cambridge: Polity.
- Müller, F., & Frissen, R. (2014). De diversiteitsparadox: Over de veranderende relatie tussen journalistiek en etnisch-culturele diversiteit. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 42(3), 265-285.
- Omroep MAX (2018). 'Missie'. Verkregen via <https://www.omroepmax.nl/over-max/over-omroep-max/missie/>
- Rijssemus, T. S. G. (2014) *Het journalistieke weten: over de objectiviteit van betrokken journalistiek* (Proefschrift). Verkregen via <https://dspace.library.uu.nl/>
- Romer, R. (2002). *Thuis in Nederland: Praktisch handboek voor diversity marketing*. Deventer: Kluwer.
- Roulston, K. (2017). Qualitative interviewing and epistemics. *Qualitative Research*, 0(0), 1-20.
- Ruigrok, N., Schaper, J., Welbers, K., Jacobi, C., & Beek, P. van der (2012). Nieuws en Actualiteiten 2011: Diversiteit & pluriformiteit in Medialand. [De Nederlandse Nieuwsmonitor, maart 2012]
- Schedler, P. E., Schuyf, J., & Soesbeek, K. (1989). *Homoseksualiteit in beeld: radio, televisie, schrijvende pers, reclame*. Amsterdam: Uitgeverij Atlas Contact.
- Schudson, M. (2001). The objectivity norm in American journalism. *Journalism*, 2, 149-170. doi: 10.1177/146488490100200201
- Schudson, M. (2008). *Why democracies need an unlovable press*. Cambridge: Polity.

- Schudson, M., & Anderson, C. (2009). Objectivity, professionalism, and truth seeking in journalism. In K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch (Red.), *The handbook of journalism studies* (pp. 88-101). London/New York: Routledge.
- Shadid, W. (2009). Moslims in de media: de mythe van registrerende journalistiek. In Vellenga, S. et al. (Red.), *Mist in de polder. Zicht op ontwikkelingen omtrent de islam in Nederland* (pp. 173-193). Amsterdam: Aksant.
- Strauss, A. L., & Corbin, J. (1998). *Basics of Qualitative Research. Techniques and Procedures of Developing Grounded Theory*. London: SAGE.
- Tanggaard, L. (2008). Objections in research interviewing. *International Journal of Qualitative Methods*, 7(3), 15-29.
- Tienhooven, G. (2017, 5 december). 'Schaf de omroepen af en stop met Boer Zoekt Vrouw'. *Het Parool*. Verkregen via <https://parool.nl/>
- Tienhooven, G. (2018, 30 juni). 'Omroepen moeten leuren met programma's'. *AD*. Verkregen via <https://ad.nl/>
- Tonkens, E. (2011). De noodzaak van een democratisch debat over verdienste in een meritocratie. *Beleid en Maatschappij*, 38(1), 106-111.
- Wasserman, E. (2010). A robust future for conflicts of interest. In C. Meyers (Red.), *Journalism Ethics: A Philosophical Approach* (pp. 249-270). New York: Oxford University Press.
- Wijfjes, H. (2014, 16 oktober). Hoe kan de publieke omroep onafhankelijk blijven? *Het Parool*. Verkregen via <https://parool.nl/>
- Wijnberg, R. (2017). Waarom objectieve journalistiek een misleidende en gevaarlijke illusie is. *De Correspondent*, 24 januari 2017. <https://decorrespondent.nl/6073/waarom-objectieve-journalistiek-eeen-misleidende-en-gevaarlijke-illusie-is/155650990-09fc1192/>
- Wurff, R. van der, & Schönbach, K. (2011). De effectiviteit van journalistieke codes: een literatuurstudie. Amsterdam: Amsterdam School of Communication Research, Universiteit van Amsterdam.
- Zoellner, A. (2009). Professional ideology and program conventions: documentary development in independent British television production. *Mass Communication and Society*, 12(4), 503-536. doi: 10.1080/15205430903237840
- Zoonen, L. van (1999). De maatschappelijke betekenissen van populaire cultuur. In J. J. van Cuilenburg, P. Neijens & O. Scholten (Red.), *Media in overvloed* (pp. 67-82). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Zonderop, Y. (2011, 20 april). 'De tien grootste problemen. 7: De kloof tussen de elite en het volk.' *De Groene Amsterdammer*. Verkregen via <http://groene.nl/>

Zonneveld, B. van (2017). 'Soms moet je gokje wagen'. *De Telegraaf*. Verkregen via <https://academic-lexisnexis-nl.eur.idm.oclc.org/>