

**De Nieuwe Journalist**  
**Rolpercepties van journalisten van online platform De Correspondent**

Student Name: Lonneke de Klerk  
Student Number: 461306  
Supervisor: Dr. Bernadette Kester

Master Media Studies - Media & Journalistiek  
Erasmus School of History, Culture and Communication  
Erasmus University Rotterdam

Master's Thesis  
*21 juni 2018*

**Abstract**

Door de dalende afname van nieuwsmedia (Bakker, 2016a), de toenemende concurrentie in het medialandschap (Bruns, 2010; Poel & Van Dijck, 2015) en flinke kritieken vanuit politieke en filosofische hoek (Broersma, 2015; Rissemsius, 2014) moeten nieuwsmedia zich herdefiniëren. Een journalistiek platform dat een nieuwe weg inslaat is De Correspondent. Dit online medium sluit zich aan bij de jonge traditie van de constructieve journalistiek (Gyldensted, 2015). In dit onderzoek worden de rolpercepties van journalisten van De Correspondent verkent en wordt er onderzocht hoe deze zich verhouden tot traditionele journalistieke rollen. Er worden vier rollen geïdentificeerd: De Persoonlijke Reisleider, De Experimenterende Journalist, De Gespreksleider en De Toekomstgerichte Journalist. Bij deze rollen combineren journalisten traditionele kernwaardes en taakopvattingen met kenmerken uit de betrokken journalistiek, de constructieve journalistiek en de civiele journalistiek. Door de journalisten de vrijheid te geven om hun eigen interesses te volgen, zonder vast te houden aan traditionele nieuwswaarden, creëert De Correspondent een diepgaand, participatief en constructief medium dat zich inzet voor het verbeteren van de wereld.

*Keywords: Rolpercepties, Constructieve Journalistiek, Betrokken Journalistiek, Civiele Journalistiek, De Correspondent.*

## Voorwoord

Twee jaar geleden schreef ik me vol frisse moed in voor de MA Media & Journalistiek aan de Erasmus. Journalist, dat leek me wel wat. Maar, zoals het werkt met veel onderwerpen, hoe meer ik me verdiepte in nieuwsmedia, hoe minder ik er mee te maken wilde hebben.

Negativiteit, gebrek aan nuance en een zware focus op kortstondige schandalen zorgden voor persoonlijke afkeer tegen nieuws. Bij De Correspondent werkt het gelukkig anders. Vanaf het moment dat mijn schoonzusje het medium aan mij introduceerde (ze gaf mijn oma een abonnement cadeau) was ik verkocht. De positieve, constructieve filosofie van het medium sluit aan bij mijn eigen optimisme. Ook de *beats*-overschrijdende onderwerpen trokken mij aan. Specialisatie is niet mijn ding, een brede ontwikkeling wel. Verbanden leggen, systemen ontleden, dat is de richting die mijn BA aan University College Roosevelt mij opduwde en waar ik achteraf ontzettend dankbaar voor ben.

Tijdens deze opleiding heb ik geleerd wat ik wil en wat ik niet wil. Ook al heeft het niet allemaal met journalistiek te maken, het zijn vormende jaren geweest en de informatie en *skills* die ik hier heb geleerd zal ik altijd meedragen. Tijdens deze opleiding, en met name tijdens dit onderzoek, heb ik inspirerende mensen leren kennen. Docenten, medestudenten, journalisten. Die gesprekken lieten mij nadenken over de wereld van de toekomst en welke rol ik daarin wil spelen. Een simpel antwoord heb ik nog niet, maar om er maar eens een cliché tegenaan te gooien: *it's about the journey, not the destination*.

Een speciaal woord van dank aan mijn begeleidster Bernadette Kester, voor de inspiratie voor dit onderzoek en de behulpzame commentaren.

Mijn ouders, pap, mam, zonder jullie steun was ik een ander mens geweest. Jullie weten altijd weer het goeie te zeggen als ik het zelf allemaal niet meer weet.

Mijn vrienden, Leonie, Liza, Marente, Hester en Rénaud, voor de support, voor de afleiding, voor de “je kan het!”, voor de zelf-reflectie-avondjes en voor het zijn wie jullie zijn.

|                                                               |                              |
|---------------------------------------------------------------|------------------------------|
| <b>Inhoudsopgave</b>                                          | Error! Bookmark not defined. |
| <b>1. Introductie</b>                                         | <b>5</b>                     |
| 1.1. Aanleiding                                               | 6                            |
| 1.2 Onderzoeksvraag                                           | 8                            |
| 1.3 Relevantie                                                | 9                            |
| <b>2. Theoretisch Kader</b>                                   | <b>11</b>                    |
| 2.1 Journalistieke cultuur                                    | 11                           |
| 2.2 Traditionele journalistieke kernwaarden                   | 13                           |
| 2.3 Traditionele journalistieke rollen & taakopvattingen      | 15                           |
| 2.4 Alternatieve vormen van Journalistiek                     | 17                           |
| 2.5 Alternatieve Journalistiek in Nederland: De Correspondent | 26                           |
| 2.6 Conclusie                                                 | 30                           |
| <b>3. Methoden</b>                                            | <b>32</b>                    |
| 3.1 Data-verzameling                                          | 32                           |
| 3.2 Data analyse                                              | 34                           |
| 3.3 Betrouwbaarheid                                           | 35                           |
| <b>4. Resultaten</b>                                          | <b>37</b>                    |
| 4.1 De Correspondent                                          | 37                           |
| 4.2 De Persoonlijke Reisleider                                | 40                           |
| 4.3 De Experimenterende Journalist                            | 46                           |
| 4.4 De Gespreksleider                                         | 48                           |
| 4.5 De Toekomstgerichte Journalist                            | 52                           |
| 4.6 Conclusie                                                 | 56                           |
| <b>5. Conclusie</b>                                           | <b>58</b>                    |
| 5.1 Redenen om voor De Correspondent te Werken                | 58                           |
| 5.2 Verschillen met Traditionele Media                        | 59                           |
| 5.3 Kerntaken                                                 | 60                           |
| 5.4 Hoe de Taken tot Uiting Komen                             | 61                           |
| 5.5 De Correspondent versus Traditionele Media: Rolpercepties | 61                           |
| <b>6. Discussie</b>                                           | <b>64</b>                    |
| <b>7. Literatuurlijst</b>                                     | <b>65</b>                    |
| <b>Appendix A: Topiclijst</b>                                 | <b>74</b>                    |
| <b>Appendix B: Codeboom</b>                                   | <b>76</b>                    |

## 1. Introductie

De Nederlandse journalistiek lijdt aan een identiteitscrisis. In 2016 bereiken de Nederlandse dagbladen minder dan 30% van de bevolking. Met name jongeren lezen geen kranten meer en slaan ook het tv-journaal over (Bakker, 2016a). Toch getuigt dit niet van desinteresse in het nieuws (Gautier, 2017; Wijnberg, 2013a). Rob Wijnberg, oprichter van het *born digital platform* De Correspondent, verklaart het fenomeen vanuit de journalistiek zelf: de manier waarop nieuws gemaakt wordt past niet meer bij het publiek van deze tijd. De Correspondent zegt dan ook gedag tegen een aantal fenomenen die het nieuws jarenlang hebben gedomineerd: het objectiviteitsideaal, gecommercialiseerde nieuwswaarden, simplificatie en herhaling (Wijnberg, 2013b). In plaats daarvan pleit Wijnberg voor een ‘betrokken journalistiek’ waarin de visie van de journalist een belangrijke rol inneemt, een alternatieve vorm van vertellen die sinds de eeuwwisseling internationaal steeds invloedrijker wordt (Harbers, 2014). Door de journalist een persoonlijker verhaal te laten vertellen wordt er ruimte gecreëerd voor ervaring, empathie, kritiek en het zoeken naar oplossingen voor maatschappelijke problemen. Hiermee sluit De Correspondent zich aan bij een beginnende traditie van de constructieve journalistiek (Gyldensted, 2015), waarbij betrokkenheid geen taboe meer is, waarbij negativiteit wordt ingewisseld voor een genuanceerd verhaal en waarbij gebeurtenissen geplaatst worden in de context van maatschappelijke structuren en ontwikkelingen met oog op vooruitgang.

Naast het aannemen van alternatieve journalistieke kernwaardes hecht De Correspondent grote waarde aan interactie met haar publiek. Al in de jaren 90 maakte een vorm van journalistiek haar opkomst die grotendeels gebaseerd was op publieksinteractie, maar met de opkomst van sociale media worden de kansen voor interactieve journalistiek op rap tempo vergroot (Bakker, 2016b; Drok, 2015). Journalisten van De Correspondent maken veel gebruik van deze interactie, door het publiek te vragen mee te helpen met onderzoek, ervaringen te delen, vragen te stellen en kritiek te leveren (Gyldensted, 2015). Op deze manier ontstaat er een samenwerking tussen de professionele journalist en de lezer, waardoor het ‘nieuws’ wat gepubliceerd wordt meer aansluit bij de doelgroep.

Het bedrijven van een alternatieve vorm van journalistiek brengt mogelijk nieuwe percepties van journalistieke kerntaken met zich mee. Welke rol de journalist in deze netwerksamenleving speelt en welke taken daarbij komen kijken staan centraal in dit onderzoek. De centrale vraag in deze thesis luidt dan ook: wat zijn de rolpercepties van journalisten van het *born digital platform* De Correspondent en hoe verhouden deze

rolpercepties zich tot traditionele journalistieke rollen? Deze vraag zal beantwoord worden aan de hand van diepte-interviews.

### 1.1. Aanleiding

De identiteitscrisis van de journalistiek vloeit voort uit twee problemen: een economisch probleem en een legitimiteitsprobleem (Zonderop, 2012). Beide worden zij deels veroorzaakt door de digitalisering van de samenleving: gebruikers van internet hebben onbeperkt toegang tot informatie, waardoor journalisten hun monopolie op informatie verliezen (Bruns, 2010; Drok, 2015; Zonderop, 2012). Sinds de komst van technologieën als het internet en smartphones kunnen burgers continu online zijn, waardoor zij non-stop media consumeren en produceren (Costera Meijer & Groot Kormelink, 2014). Status-updates en het delen van nieuws op sociale media, eigen blogs, vlogs en websites: gebruikers zijn tegenwoordig zowel consumenten als producenten. Deze zogenaamde *producers* genereren gratis inhoud en hoeven zich niet te houden aan journalistieke standaarden (Bruns, 2010) omdat zij publiceren op openbare platformen op individueel initiatief. Naast deze online vorm van burgerjournalistiek, ontstaan er zogenaamde *born digital platformen*: (professionele) journalistieke platformen die op het internet zijn ontstaan en geen fysieke uitgaves publiceren. Deze verschillende vormen van online media concurreren met de traditionele media vanwege hun hoge publicatietempo en toegankelijkheid en vormen een bedreiging voor de kwaliteitsjournalistiek door gebrek aan kwaliteitscontrole en gestandaardiseerde journalistieke routines (Poel & Van Dijck, 2015).

Door de toenemende concurrentie onder deze verschillende aanbieders van nieuws moeten traditionele media zich steeds meer aanpassen aan de markt. Om te overleven, moeten kranten zoveel mogelijk consumenten bereiken, wat heeft geleid tot een commercialisering van nieuwswaarden (Picard, 2004; Rolland, 2006). De selectie van nieuws wordt beïnvloed door de markt en niet meer door kerntaken van de journalist.

Naast de onvermijdelijke veranderingen die de journalistiek doormaakt door technologische ontwikkelingen, heeft het vak te kampen gekregen met stevige kritiek op een van haar basisprincipes: objectiviteit. Hoewel er geen totale consensus is over de praktische betekenis van dit concept, werd het, met name door Westerse en Amerikaanse journalisten, tijden lang als een cruciaal basisprincipe voor journalistiek gezien (Donsbach & Klett, 1993). Postmoderne denkers kwamen echter met stevige kritieken op dit objectiviteitsprincipe, en benadrukten de noodzaak om de journalistiek met haar basisprincipes te herdefiniëren

(Broersma, 2015; Rjssemus, 2014). Deze beweging wordt in Nederland geleid door journalisten als Rob Wijnberg en Joris Luyendijk (Luyendijk, 2006; Wijnberg, 2013b).

Als reactie op het veranderende medialandschap komen er alternatieve vormen van journalistiek op. Een alternatieve vorm van journalistiek die op dit moment steeds vaker voorkomt is de zogenaamde *constructieve journalistiek*, waar ook De Correspondent haar filosofie op baseert (Gyldensted, 2015). De Correspondent is een medium dat sterk het voortouw neemt in het aannemen van nieuwe kernwaardes, het experimenteren met nieuwe journalistieke vormen en technologieën en het creëren van een nieuwe relatie tussen journalist en publiek. Dit suggereert dat journalisten die aangesloten zijn bij dit medium andere opvattingen hebben over de kernwaardes en kerntaken van hun professie, waardoor zij mogelijk andere journalistieke rollen vervullen dan de traditionele journalistieke rollen. Deze opvattingen, oftewel rolpercepties, laten zien welke rol de journalist in de samenleving vervult. Is dat een geëngageerde, beïnvloedende rol die grenst aan activisme (Huisman, 2017)? Of blijft het bij het traditionele beeld van “registreren, beschrijven, verslaan” en niet “veranderen?” (Wijnberg, 2017b, par. 4).

In de korte tijd dat De Correspondent bestaat heeft het een groot en enthousiast publiek veroverd, inspireert het buitenlandse media om soortgelijke platformen te starten en zijn hoofdredacteur Rob Wijnberg en CEO Ernst-Jan Pfauth naar New York verhuisd om een internationale, Engelstalige variant van het platform op te zetten in samenwerking met Amerikaanse journalisten (Wijnberg, 2016; 2018).

Omdat De Correspondent tot nu toe succesvol is gebleken door een alternatieve vorm van journalistiek te bedrijven, is dit bij uitstek een geschikt medium om te onderzoeken.

## 1.2 Onderzoeksvraag

Naar aanleiding van het vraagstuk van deze thesis zijn de volgende vraagstellingen geformuleerd:

*Wat zijn de rolpercepties van journalisten van het born digital platform De Correspondent en hoe verhouden deze rolpercepties zich tot traditionele journalistieke rollen?*

Om deze vraag te beantwoorden zullen de volgende deelvragen aan bod komen:

1. Om welke redenen hebben journalisten ervoor gekozen om voor De Correspondent te werken?
2. Wat zien deze journalisten als de belangrijkste verschillen tussen De Correspondent en de traditionele media?
3. Hoe omschrijven journalisten van De Correspondent hun eigen kerntaken?
4. Op wat voor manier (genres, onderwerpen, brongebruik, in feiten en opinie) geven journalisten van De Correspondent binnen hun platform invulling aan deze kerntaken?

De eerste deelvraag gaat over de motivatie van journalisten en de aspecten van een journalistiek medium die de geïnterviewde journalisten belangrijk en wenselijk vinden. De tweede vraag onderzoekt de verschillen tussen De Correspondent en traditionele media, waardoor een duidelijk beeld ontstaat van de veranderende rol van de journalist en de invloed van de digitale identiteit in contrast met papieren publicaties. De derde vraag zal dieper ingaan op de persoonlijke rolpercepties van de journalisten, de kerntaken die hier uitkomen zullen een duidelijk beeld vormen van de rol die de journalisten willen spelen en de invloed die zij willen of denken te hebben op de maatschappij. Tot slot worden deze kerntaken met de concrete journalistieke productiepraktijk vergeleken, om te kijken hoe de rolpercepties tot uiting komen in het platform De Correspondent.

### 1.3 Relevantie

De dalende interesse in nieuws (Bakker, 2016a; Pew Research Centre; 2018) dwingt traditionele media om nieuwe manieren te vinden om relevant en financieel gezond te blijven. Zo zullen journalisten nieuwe manieren moeten ontwikkelen om lezers aan te trekken. Daarom ontwikkelen zich nieuwe vormen van journalistiek, waarin journalisten hoogstwaarschijnlijk andere waarden en rollen aannemen dan traditionele journalisten.

Journalistiek wordt gezien als een van de pilaren waar democratie op steunt. Democratie kan niet effectief functioneren zonder geïnformeerde burgers en controle op de regerende macht (Dahlgren, 2016; Willemars, 2014). Journalisten hebben dus een grote verantwoordelijkheid tegenover de maatschappij. Journalisten nemen bepaalde professionele rollen aan, die gebaseerd zijn op journalistieke waarden. De journalist maakt tijdens het journalistieke productieproces keuzes naar aanleiding van deze waarden en de rol die hij aanneemt. Zo komt er een bepaald journalistiek product tot stand. Deze stukken houden burgers geïnformeerd zodat zij deel kunnen nemen aan de Westerse democratie. De rol die een journalist aanneemt, heeft dus indirect invloed op hoe de samenleving functioneert.

Alternatieve vormen van journalistiek zijn mogelijk gebaseerd op andere journalistieke kernwaarden dan de traditionele, waaruit dus mogelijk andere journalistieke rollen voortvloeien. Het is daarom relevant om deze rollen te onderzoeken, om de plaats van de nieuwe, alternatieve journalist in de maatschappij te bepalen.

Onderzoek naar deze rolpercepties is dus relevant voor de samenleving, maar zeker ook voor journalistiek als professie. Deze heeft in deze roerige tijden sterke behoefte aan definiëring, vanwege de vervaging van het vak door de opkomst van *producers* zoals bloggers en burgerjournalisten (Bruns, 2010; Dahlgren, 2016). “Als we ons vak willen kunnen verdedigen, moeten we het eerst afbakenen” (Van Eijk, 2006, par. 3) en daarvoor is onderzoek nodig naar de veranderende opvattingen van journalisten over hun rol.

Hoewel er veel is geschreven over de traditionele rollen van journalisten, is er nog weinig nieuw onderzoek naar vermeende nieuwe rolpercepties in alternatieve, opkomende vormen in de journalistiek. Het debat over de huidige journalistiek staat vaak in het teken van technologische ontwikkelingen, ondernemerschap en verdienmodellen (Bardoel & Wijfjes, 2015). Dit onderzoek tracht een leemte te vullen in het onderzoek naar moderne en alternatieve rolpercepties van journalisten, specifiek bij alternatieve media. Wat zijn de rolpercepties van deze journalisten? Zijn deze daadwerkelijk anders dan de traditionele journalistieke rollen? Of gelden dezelfde rollen, maar komen deze op een andere manier tot uiting? (Dahlgren, 2016). De rolperceptie van journalisten, oftewel de kerntaken die als

belangrijkste worden beschouwd, bepaalt welke taken journalisten voor hun verantwoordelijkheid nemen en laat daarom zien wat voor invloed journalisten hebben op de maatschappij. Als een van de pilaren waar de democratie op steunt van vorm verandert, heeft dat zeer grote gevolgen voor de samenleving. Vanwege het succes van De Correspondent zullen eventuele nieuwe inzichten welkome voorbeelden kunnen vormen voor anderen die werkzaam zijn in de journalistiek en moeten vechten voor hun bestaansrecht.

## **2. Theoretisch Kader**

In het theoretisch kader zullen de relevante dimensies die een basis vormen voor de onderzoeksvraag worden uitgelegd. Allereerst wordt verkend hoe journalistiek als geheel het beste benaderd kan worden en hoe rolpercepties en kernwaardes binnen dit concept passen. Daarna worden traditionele journalistieke rollen gepresenteerd en er wordt verkend hoe deze in eerder onderzoek geoperationaliseerd zijn. Dan wordt er ingegaan op alternatieve vormen van journalistiek die andere dan de klassieke kerntaken en waardes aanhouden. Tot slot wordt het medium De Correspondent onder de loep genomen om deze in het spectrum van verschillende journalistieke vormen te plaatsen.

### **2.1 Journalistieke cultuur**

Deuze (2002; 2005) doet de suggestie om journalistiek als een ideologie te beschouwen, in plaats van als een beroep. Dit geeft onderzoekers de vrijheid journalistiek te onderzoeken als een set van ideeën die constant in ontwikkeling is, in plaats van als een statische lijst kenmerken die een beroep afbakenen. Deuze ziet journalistiek als één ideologie, waaronder verschillende vormen van journalistiek vallen, maar allen houden zij een soortgelijk ideaaltypisch waardesysteem aan. Anderen beschouwen journalistiek als een ‘sphere’ of ‘field’ (Benson, 2006) of ‘journalism culture’ (Donsbach & Patterson, 2004; Hanitzsch, 2007)). Hanitzsch, bijvoorbeeld, vindt: “Journalism culture is more than ideology: it is the arena in which diverse professional ideologies struggle over the dominant interpretation of journalism’s social function and identity” (2007, p. 370). Volgens de redenering van Hanitzsch hebben journalisten die alternatieve vormen van journalistiek bedrijven een ander waardesysteem dan traditionele journalisten. Binnen één vorm vinden journalisten objectiviteit bijvoorbeeld een van de belangrijkste waardes, terwijl binnen een andere vorm journalisten juist betrokken en subjectief te werk gaan.

Benson (2006) noemt dit waardesysteem, verwijzend naar Bourdieu’s veldtheorie, ook wel “largely implicit ‘rules’ or ‘principles of action’, producing a certain degree of homogeneity” (p. 188). Deuze definieert deze in termen van waardes, strategieën en gedragscodes (2002). De Code voor Journalistiek is hier een voorbeeld van (NVJ, 2008). Ook zijn deze ‘regels’ terug te vinden in codes van mediaorganisaties zelf, zoals het NRC Stijlboek (2018) of het Manifest van De Correspondent (2018), maar dit waardesysteem omvat ook ongeschreven regels over bijvoorbeeld ethisch handelen.

Uit het bestaan van deze verschillende, afwijkende, codes kan opgemaakt worden dat er inderdaad meerdere waardesystemen bestaan. Ook bestaan er, zowel binnen als tussen verschillende culturen, verschillen in de prioriteitstelling van journalistieke kernwaardes

(Deuze, 2002; Donsbach & Klett, 1993; Donsbach & Patterson, 2004; Hanitzsch, 2007; Hanitzsch et al., 2011; Hanusch, 2008; Zhu, Weaver, Lo, Chen & Wu, 1997). Met name over het belang van analyse, partijdigheid, entertainment en een kritische houding tegenover machtsinstanties is veel discussie (Hanitzsch et al., 2011). In dit onderzoek wordt verkent of alternatieve vormen van journalistiek andere kernwaardes aanhouden. Door journalistiek als een cultuur te beschouwen is er ruimte voor conflicterende waardesystemen die naast elkaar bestaan.

Journalistieke waardes, strategieën en gedragscodes uiten zich in bepaalde rollen, die journalisten aannemen tijdens hun werk. Dit suggereert het bestaan van een ideaaltypische vorm van journalistiek (Dahlgren, 2016), gebaseerd op journalistieke basisprincipes. Daarnaast zal in de praktijk deze ‘ideaaltypische journalistiek’ niet worden uitgeoefend, omdat journalisten worden beïnvloed door verschillende factoren. Hanitzsch en Vos (2017) stellen dat er een verschil is tussen *normative ideas*: wat een journalist zou moeten doen, *cognitive orientations*: wat een journalist wil doen, *professional practice*: wat een journalist daadwerkelijk doet, en *narrated performance*: wat een journalist zegt te doen.

Hoe een journalist praktische invulling geeft aan zijn werk wordt bepaald door verschillende invloeden, die naar het model van Reese & Shoemaker (1991; 2016) kunnen worden bekeken op vijf niveaus: persoonlijk, routines, organisatorisch, sociale instituties en sociale systemen. Al deze niveaus beïnvloeden in verschillende mate de journalist in haar selectie van nieuws in het nieuwsproductie-proces (Zhu et al., 1997). Rolperceptie, wat onder persoonlijke invloed valt, omvat datgene wat journalisten zelf als belangrijkste kerntaken binnen hun professie beschouwen. Rolperceptie kan de keuzes van een journalist beïnvloeden, maar organisatorische kwesties als tijdsdruk en economische factoren kunnen de journalist een andere kant op duwen (Deuze, 2004). Een journalist kan het bijvoorbeeld als zeer belangrijk beschouwen om juiste informatie te brengen, maar de druk vanuit een organisatie om informatie zo snel mogelijk te publiceren kan er voor zorgen dat de journalist te weinig tijd heeft om informatie te checken of hoor-wederhoor toe te passen. Zo komt de roluitvoering van de journalist niet altijd overeen met de rol die hij zichzelf geeft en de taken die daarbij horen. Toch zal de roluitvoering van de journalist op zekere hoogte een uitkomst zijn van het collectieve idee over wat het betekent om journalist te zijn, omdat journalisten hun dagelijks werk baseren op conventies en routines die gestuurd worden door de eerder genoemde ‘beroepsideologie’ (Deuze, 2004; Mellado, 2015). “Journalism culture becomes manifest in the way journalists think and act...” (Hanitzsch, 2007, p. 369). Rolperceptie, de manier

waarop journalisten over hun eigen rol in de maatschappij denken, is dus een uiting van journalistieke cultuur.

## 2.2 Traditionele journalistieke kernwaarden

De kernwaarden waar de dominante journalistieke ideologie op leunt uiten zich in bepaalde rollen waar journalisten hun werk op baseren. Om te kunnen bepalen of de rol van journalist verandert, moeten de traditionele kernwaarden van de journalistiek worden verkend. “If the adherence of traditional norms is currently in decline, these ideals still provide a baseline for critical reflection about the performance of [professional journalism]” (Dahlgren, 2016, p. 248).

Onderzoek van onder andere Deuze (2002), Hermans, Vergeer en Pleijter (2011) en de Worlds of Journalism Study (Hermans, 2016) onder Nederlandse journalisten hebben een aantal journalistieke kernwaarden blootgelegd. Ten eerste blijkt er onder journalisten consensus te zijn dat journalistiek een publieke dienstverlening is. Zij voelen een sociale verantwoordelijkheid, een “public mission” (Deuze, 2002, p. 12). Dit uit zich met name in kerntaken als advies geven voor het dagelijks leven (Hermans et al., 2011) en “ingewikkelde informatie voor het publiek vertalen” (Hermans, 2016, p. 30).

Bij deze sociale verantwoordelijkheid hoort de noodzaak om ethisch te handelen, een tweede kernwaarde. “[B]eing ethical also legitimizes journalists’ claim to the position as (free and fair) watchdogs of society” (Deuze, 2002, p. 16). Alleen als journalisten ethisch handelen kan het volk de journalistiek vertrouwen. Dit vertrouwen is de basis waar de journalistiek op bouwt. Om dit vertrouwen te versterken bestaan er ethische codes zoals de algemene Code voor Journalistiek (NVJ, 2008) en de Leidraad van de Raad voor de Journalistiek [RvdJ] (2015). Deze codes zijn, zoals de naam *Leidraad* al suggereert, niet bindend maar richtinggevend. Bijna de helft (45,8%) van de Nederlandse journalisten in de Worlds of Journalism Study (Hermans, 2016) geven namelijk aan dat “what is ethical is a matter of personal judgment” (p. 3) en dat in bijzondere omstandigheden anders gehandeld kan worden dan gedragscodes voorschrijven (49,7%). Belangrijk zijn de codes wel, deze houden een vorm van zelfregulatie in stand waardoor journalisten in principe vrij zijn van censuur door machtsinstanties.

Een derde kernwaarde is namelijk autonomie. Journalisten zien het als cruciaal om vrijheid en onafhankelijkheid te krijgen in hun werk, wat betekent dat zij niet gecensureerd worden en niet gedomineerd worden door politiek en commercie (Deuze, 2002). In het onderzoek van Hermans et al. (2011) gaf 75,5% van de ondervraagde journalisten aan “het

handhaven van hun onafhankelijkheid zeer belangrijk te vinden [...] Juist in deze tijd waarin er sprake is van toenemende invloed van economische belangen” (p. 31). Het handhaven van onafhankelijkheid in een tijd waarin het voor kranten steeds moeilijker is om het hoofd boven water te houden is een grote uitdaging. Met een dalend aantal vaste lezers is het risico van een focus op commercie groot. Daarnaast krijgen verschillende media stevige kritiek vanuit verschillende politieke hoeken, bijvoorbeeld van politicus Geert Wilders (Klok, 2018; Modderkolk & Hendrickx, 2017) en van de politieke partij DENK (DENK, 2016). Deze kritieken suggereren partijdigheid en een gebrek aan neutraliteit binnen het medialandschap, wat voor verschillende media reden is geweest om hun koers aan te passen (Van Veelen, 2017). Media geven vervolgens uit angst voor deze kritiek onevenredig veel aandacht aan een groep die zegt niet gehoord te worden, in dit geval PVV-stemmers, de “gewone man” (Van Veelen, 2017, par. 6) of politici van partij DENK. Dit getuigt van de invloed die politici kunnen uitoefenen op mediaorganisaties.

Ondanks kritiek vanuit verschillende hoeken zien journalisten zichzelf als neutraal, objectief, eerlijk en daarom geloofwaardig. Hoewel het concept objectiviteit de laatste jaren in verschillende disciplines flink ter discussie staat (Broersma 2015; Donsbach & Klett, 1993; Rijssenmus, 2014; Wijnberg, 2013b), blijft het een van de kernwaardes die journalisten zeer belangrijk vinden (Hermans, 2016). Deze waarde komt ook terug in verschillende journalistieke codes. De Code voor de Journalistiek (NVJ, 2008) stelt bijvoorbeeld “Bij het doorgeven van nieuws neemt de journalist de werkelijkheid zoals hij die aantreft en waarneemt als uitgangspunt. De verificatie van feiten en de weergave van uiteenlopende meningen belichaamt het journalistieke streven naar objectiviteit” (Waarheidsgetrouw, par. 1). De journalistieke code van *NRC* vermeldt: “*NRC*-journalistiek is feitelijk, zakelijk en objectief, maar niet maatschappelijk neutraal. Wij staan in een liberale traditie. Die komt tot uiting in de keuze van onderwerpen en accenten (berichtgeving) en expliciet in het dagelijks Commentaar (opinie)” (“*NRC* Stijlboek”, *Onze Beginselen*, par. 5). Deze waarde is dus zo belangrijk dat, ondanks het bekennen van politieke kleur, het in deze constructie toch mogelijk als mogelijk wordt gezien om te streven naar objectiviteit.

Rijssenmus (2015) beaamt dat ‘objectiviteit’ als kernwaarde moeilijk te definiëren is. Hij bekijkt de waarde dus als onderzoeksmethode, waarbij hij “het objectieve journalistieke weten” operationaliseert aan de hand van acht regels die journalisten nastreven: een journalist “selecteert nieuws op basis van het algemeen belang, baseert zich op de feiten, checkt de feiten en onthoudt zich van interpretatie, publiceert wederhoor, is een vlieg op de muur, laat

de feiten voor zich spreken, brengt meningen in balans en onderscheidt ze van feiten, hanteert objectieve taal” (pp. 58-59).

Broersma (2015) noemt ‘objectiviteit’ eveneens een “strategie” en vergelijkt de regels van deze objectiviteitsstrategie met “medici [die] tijdens het stellen van een diagnose een gevalideerd protocol doorlopen” (p. 163). Hij stelt dat deze strategie noodzakelijk is om de waarheidsclaim van de journalistiek te ondersteunen en dat het “een gedeelde professionele identiteit verschaft waarmee zij zich kan onderscheiden van politiek, literatuur, voorlichting, PR of propaganda” (p. 164).

Tot slot is actualiteit, “immediacy” (Deuze, 2002, p. 15), een journalistieke kernwaarde die impliciet is aan nieuwsverslaggeving. De taak “informatie zo snel mogelijk naar het publiek brengen” wordt in 2011 door 78,5% van de door Hermans et al. ondervraagde journalisten als ‘belangrijk’ of ‘zeer belangrijk’ bestempeld (2011, p. 30). Deze waarde is sterk afhankelijk van technologische ontwikkelingen, aangezien de opkomst van internet en met name smartphones het tempo van nieuwsproductie flink omhoog heeft gegoooid. Dit kan tot gevolg hebben dat er voor bepaalde journalistieke routines, zoals het grondig checken van informatie en hoor en wederhoor, minder tijd wordt genomen wat ten nadele van de journalistieke kwaliteit kan is.

### 2.3 Traditionele journalistieke rollen & taakopvattingen

Gebaseerd op de journalistieke kernwaardes zijn een aantal journalistieke rollen ontstaan. In voorgaand onderzoek naar deze rollen (zie Deuze, 2002, 2004; Mellado, 2015; Willemars, 2014; Zhu et al., 1997) worden ze onderscheiden op basis van drie aspecten (Mellado, 2015): *interventionism*, *power distance* en *market orientation*. De eerste, *interventionism* (Hanitzsch, 2007), wordt ook wel *the passive-active dimension* (Donsbach en Patterson, 2004) genoemd. Dit slaat op de aanwezigheid van de journalistieke stem in stukken: de mate waarin de journalist partij kiest in een verhaal, of in hoeverre zij onafhankelijk en neutraal verslag probeert te doen. Twee uitersten van rollen op het spectrum van *interventionism* zijn de zogenaamde *gatekeeper* en de *advocate*. De gatekeeper ziet het als zijn taak om objectieve informatie te verschaffen en feiten en opinie duidelijk van elkaar gescheiden te houden (Janowitz, 1975). In deze rol is het de bedoeling de wereld zo ‘waar’ mogelijk te beschrijven en “to detect, emphasize and disseminate that which was important” (Janowitz, 1975, p. 618) uit alle beschikbare informatie. Hoewel het selecteren van nieuws subjectief en vrij persoonlijk is (Vu, 2014), is het doel het nieuws op een zo objectief mogelijke manier te brengen. De tegenhanger hiervan ontstond in de jaren 60 naar aanleiding van een debat

over objectiviteit waarin verschillende critici stelden dat dit een onmogelijk en onwenselijk doel was. Er vormde zich een groep journalisten die zichzelf een andere rol toedichtte namelijk die van de *advocate*. De advocate journalist ziet het als zijn taak om kansarme en veronachtzaamde groepen te vertegenwoordigen. “...the role of the journalist is to ensure that all perspectives are adequately represented in the media, for the resolution of social conflict depends on effective representation of alternative definitions of reality” (Janowitz, 1975, p. 619).

Dit type journalist richt zich dus op het vertegenwoordigen van perspectieven die door gatekeepers buiten beeld worden gehouden. Dit wordt door Mellado (2015) ook wel de *interventie-journalist* genoemd. Deze journalist is duidelijk aanwezig in zijn stukken, die dan ook vaak geschreven zijn in de eerste persoon-enkelvoud. Hij stelt zich op als partijdig, interpreteert en gebruikt bijvoeglijk naamwoorden waaruit de aanwezigheid van een subjectieve verteller blijkt.

Een tweede aspect, *power distance*, heeft te maken met machtsrelaties. In deze dimensie wordt bepaald in hoeverre de journalist trouw is aan of juist kritisch staat tegenover machtsinstanties (Hanitzsch, 2007). Op het moment dat de pers haar intrede maakte als massamedium ontstond er langzamerhand een professionele standaard, die begon met de kernwaarden van waarheidsvinding in dienst van het publieke belang en onpartijdige verslaggeving (Bardoel & Wijfjes, 2015). Door de verzuiling belandde de media in Nederland in een tijdelijke politiek-maatschappelijke constellatie waarin zij sterk afhankelijk raakte van politieke bewegingen. De media werden sterk gestuurd door zuilen, waardoor er van autonomie en vrije nieuwsgierigheid vrijwel geen sprake was. Journalisten waren zogenaamde “trouwe herdershonden van de verzuiling” (Van Vree & Azough, 2015, p. 45) en bedreven zogenaamde *schoothond-journalistiek*, gekenmerkt door de afwezigheid van een kritische houding tegenover officiële instanties (Mellado, 2015). Op de schaal van *power distance* (Hanitzsch, 2007) scoort de schoothond-journalist zeer laag, hij is als het ware een doorgeefluik van machtsinstanties. Ook in het heden kan schoothond-journalistiek geïdentificeerd worden. Dit uit zich dan in een zeer hoge dosis (kritiekloze) aandacht schenken aan bepaalde onderwerpen, zoals tijdens de campagneperiode voor de Nederlandse Tweede Kamerverkiezingen gebeurde met politicus Geert Wilders (Leers, 2017; Van Steenbergen, 2017). Vanwege zijn sensationele uitspraken en *tweets* kreeg hij in verhouding tot zijn collega's veel aandacht in veel kranten en tv-shows, maar vanuit het objectiviteitsprincipe beredeneerd ging dit nauwelijks gepaard met een kritische stance.

Na de maatschappelijke/culturele revolutie in de jaren zestig veranderde de wind: de ontzuiling, verdere professionalisering van het beroep en groeiende welvaart en modernisering resulteerde in een kritischere journalistiek dan voorheen. Er ontstond “een algemene consensus in journalistieke kring dat de professie een kritische en onafhankelijke macht in politiek en samenleving moest zijn die in het publieke belang opereerde op basis van strikt beroepsgeoriënteerde conventies en normen” (Bardoel & Wijfjes, 2015, p. 17). De autonome, kritische journalist die werkt vanuit het publieke belang werd het toonbeeld. In deze rol, de *waakhond*, ziet de journalist zichzelf als kritische onderzoeker naar de overheid en andere officiële, machtsinstanties. De waakhond-journalist focust op conflicten en maakt gebruik van extern onderzoek. Het blootleggen van incompetentie en corruptie van machthebbers is hierbij essentieel. Het beroemdste voorbeeld hiervan is het journalistieke onderzoek naar het Watergate-schandaal in de jaren 70, wat uiteindelijk leidde tot het aftreden van Amerikaanse president Nixon.

Inmiddels is de journalistiek beland in de markt- en publieksgerichte periode, waarin commercie en verdienmodellen de boventoon voeren in het journalistieke landschap (Bardoel & Wijfjes, 2015). Een derde aspect is dan ook *market orientation*. De drijfveer van een journalist kan voortkomen uit gevoel voor publiek belang. In dit geval is er sprake van *civic journalism* (Mellado, 2015). De journalist ziet de nieuwsgebruiker dan als burger. Als er sprake is van hoge *market orientation*, is de publiekswens de belangrijkste drijfveer in het nieuwsproductieproces. De journalist richt zich dan op “what the audiences want to know at the expense of what they should know” (Hanitzsch, 2007, p. 375). De journalist ziet de nieuwsgebruiker dan als consument. *Market orientation* is hoog bij rollen als de *service journalist* (Mellado, 2015). Deze verstrekt informatie, kennis en advies over producten en diensten. Deze journalist ziet zijn publiek als consument en schrijft vanuit dit oogpunt. De *infotainment journalist* ziet het als zijn taak om zijn publiek te entertainen. Het uitlichten van schandalen en de levens van bekende mensen zijn manieren waarop de infotainment journalist dit doet.

## 2.4 Alternatieve vormen van Journalistiek

In zijn analyse van rolopvattingen van journalisten tussen 1968 en 2002 duidt Deuze (2004) een interessante ontwikkeling aan: waar het bieden van analyse, interpretatie en/of opinie in 1976 vrijwel niet werd genoemd als kerntaak, wordt dit in 2001 door bijna alle journalisten als belangrijkste taak genoemd. De Worlds of Journalism Study (Hermans, 2016) laat weliswaar zien dat objectief informatie verschaffen door de jaren heen een belangrijke taak is

gebleven, maar dat er ook sprake is van een toegenomen aandacht voor duiding, interpretatie en opinie hetgeen een ontwikkeling naar meer betrokkenheid van de journalist suggereert. “Aan de ene kant is het belangrijk dat journalisten feiten geven en objectief zijn. Aan de andere kant is het belangrijk dat journalisten de betrekkelijkheid van die feiten kennen, en hun publiek ook duidelijk maken dat uit de feiten niet één waarheid of één oplossing volgt” (Willemars, 2014, p. 49). In plaats van pure informatieverbreiding wordt een actieve en minder neutrale houding van journalisten steeds gebruikelijker,. Naast meer aanwezigheid van de journalist, wordt ook de lezer geacht een actievare, zelfs producerende rol aan te nemen in nieuwe vormen van journalistiek. Deze ontwikkelingen zijn onder andere terug te vinden in alternatieve journalistieke vormen als participatieve of civiele journalistiek (Brants, 2013; Drok, 2015) en constructieve journalistiek (Gyldensted, 2015).

#### 2.4.1 Participatieve/civiele journalistiek

Brants (2013) stelt dat de driehoeksverhouding tussen de media, de politiek, en het publiek niet meer in balans is. De media richten zich teveel op elites in plaats van op het volk en de politiek wordt teveel geleid door medialogica om maar aandacht te winnen (Strömbäck, 2008), waardoor het vertrouwen van het publiek in beide partijen wegebt. Dit probleem kan opgelost worden door beter te luisteren naar het publiek (Brants, 2013; Drok, 2015). Deze focus op de burger, in plaats van op de consument, is duidelijk aanwezig in de *civiele journalistiek* (Drok, 2015). Een vergelijkbaar concept wordt door Brants (2013) *responsiveness* genoemd. Dit kan zich uiten in drie verschillende vormen. *Civic responsiveness* komt voor wanneer de journalist luistert naar de burger en zijn verslaggeving aanpast aan de interesses en behoeften van het grote publiek. De journalist blijft dan weg van sensatie en schandalen, en grijpt terug op het gevoel van sociale verantwoordelijkheid om de burger te informeren over de maatschappij. *Strategic responsiveness* is meer marktgedreven en gericht op commercie. Hier wordt het ‘luisteren naar lezers’ gebruikt als marketing strategie om publiek te binden aan een bepaald product. De lezer wordt dus gezien als consument, meer dan als burger. Tot slot identificeert Brants *empathic responsiveness*, waarbij de journalist zichzelf ziet als vertegenwoordiger van niet-gehoorde stemmen. “Empathic journalists speak on behalf of one group against another, or against a powerful civil servant or politician, in an often excited and angry tone and style that is involved, partisan and anti-authority” (p. 25). In dit laatste geval valt een ontwikkeling aan te duiden waarbij de journalist neutraliteit laat varen om het op te nemen voor een bepaalde groep, deze scoort dus hoog op de schaal van *interventionism*. De journalist ziet zichzelf niet meer als

objectief en neutraal, maar als iemand die op een betrokken manier bepaalde mensen in staat stelt voor zichzelf op te komen.

Traditionele rollen leiden “tot een journalistiek die zichzelf uit naam van het publiek rechtvaardigt als hoeder van de democratie, maar waarbij dat publiek geen andere rol krijgt toebedeeld dan die van passieve ontvanger” (Drok, 2015, p. 256). Uit het onderzoek van Hermans et al. (2011) blijkt dat journalisten feedback en bijdragen van het publiek zeer waardevol vinden, maar de civiele journalist gaat nog een stap verder. Deze ziet zijn rol namelijk als “1) het publiek betrekken bij het bepalen van onderwerp en invalshoek; 2) het publiek informeren over gevolgen, oplossingen en handelingsperspectieven; 3) het publieke debat in brede lagen van de bevolking bevorderen; 4) publiekelijk verantwoording afleggen over keuzes en effecten” (Drok, 2015, p. 258). De relatie tussen de civiele journalist en publiek gaat twee kanten op: ze beïnvloeden elkaar en vullen elkaar aan. Deze samenwerking kan zich uiten op drie manieren: 1) *user generated content (UGC)*, de gebruiker levert dan foto’s, video’s of tekst. De foto’s die worden laten zien tijdens het weerbericht van het NOS-journaal zijn hier een voorbeeld van. 2) *Crowdsourcing*, hierbij maakt de professional gebruik van onderzoek/kennis van het publiek, bijvoorbeeld via polls op websites of oproepen om verhalen en ervaringen te delen. 3) *Co-creation*, hierbij werken de gebruiker en de professional gelijkwaardig aan content (Drok, 2015). Een voorbeeld van co-creation is de samenwerking tussen een 3VOOR12-journalist en een aantal bezoekers van het festival Pinkpop, die samen een concertregistratie maakten door het initiatief Film It Yourself (FIY) (Starkenburger, 2009). Het belangrijkste speerpunt van deze burgergerichte initiatieven is dan ook: “news should be a conversation rather than a lecture” (Domingo et al., 2008, p. 327). Deze journalist krijgt er een rol bij: de *community manager* (Bakker, 2014). Taken van de community manager zijn: inhoud van de gemeenschap verzamelen, lezers stimuleren om bij te dragen, en het stimuleren en modereren van discussies om de kwaliteit op peil te houden (Meijer & Arendsen, 2010). De kansen die het biedt zijn onder andere het ontstaan van een nieuwe variatie aan bronnen, verzameld vanuit verschillende lagen van de bevolking. Dit resulteert in een betere vertegenwoordiging van de samenleving in verslaggeving, het gebruik alternatieve frames en een betere kennis over de gemeenschap (Kurpius, 2002).

#### 2.4.2 Betrokken journalistiek

Wereldwijd zijn er kritieken opgekomen over het objectiviteitsideaal waar de journalistiek aan vasthoudt, maar wat zij niet waar kan maken (Gyldensted, 2015; Harbers, 2014; Wijnberg 2013b). Deze kritiek is ontstaan vanuit een gebrek aan consensus over een definitie van

objectiviteit (Donsbach & Klett, 1993; Schudson, 2001) en de postmoderne opvatting dat een journalistiek verhaal altijd een geconstrueerde realiteit is, beïnvloed door de verteller (Rijssemus, 2014; Tuchman, 1979; Wijnberg, 2013b). Uit verschillende richtingen van het journalistieke landschap duiken journalisten die expliciet een persoonlijke stem in hun stukken laten doorklinken. Met name de journalisten als Rob Wijnberg en Joris Luyendijk zijn voorlopers van deze zogenaamde ‘betrokken’ of ‘subjectieve’ journalistiek. Luyendijk noemt drie belangrijke pijlers voor deze vorm van journalistiek:

- 1) het onderkennen van de complexiteit van de werkelijkheid,
- 2) het accepteren van de invloed van de subjectiviteit van de verslaggever op de weergave van de werkelijkheid
- 3) het verantwoorden van de keuzes in de aanpak van de verslaggever en het benoemen van eventuele problemen. (Harbers, 2015, p. 123).

Luyendijk beschrijft in zijn boek *Het Zijn Net Mensen* (2006) hoe de verslaggeving in zijn werk ging tijdens zijn tijd als Midden-Oosten correspondent. Hij zet hierbij uiteen binnen welke kaders wordt gedacht tijdens het construeren van nieuws en hij biedt een alternatief perspectief: zijn eigen ervaringen met de mensen en situaties in het Midden-Oosten. De Westerse journalistieke methodes die hij gebruikte zorgden ervoor dat de stukken die hij publiceerde te zwart-wit waren en gingen over uitzonderingen in plaats van de regel. Daardoor gaven de stukken een verkeerd beeld van de werkelijkheid (Kester, 2008; Luyendijk, 2006; 2010).

Door traditionele journalistieke waarden zoals objectiviteit (en daarbij horende taken als hoor-wederhoor) los te laten, kon Luyendijk een rijker beeld neerzetten van de plekken waar hij over schreef.

Nieuws zat zo in elkaar dat ik wel schreef over ‘woedende mannen’ die vlaggen verbrandden en leuzen scandeerden, maar geen ruimte had om erbij te vertellen wat er buiten beeld gebeurde. Op foto’s en tv leek het een massa, maar ter plekke zag je met hoe weinig die woedende mannen waren, dat ze pas hun aansteker tevoorschijn haalden als de camera’s draaiden, en dat ze daarna op huis aan gingen voor het eten. Intussen liepen in de rest van de stad de kinderen naar school, maakten de trams hun rondjes en waren op de markt de tomaten in de aanbieding. (p. 38)

Luyendijk vertelt een persoonlijk verhaal, maar tegelijkertijd schetst dit een completer wereldbeeld dan de tunnelvisie die nieuwsorganisaties aannemen, zodat het journalistieke

product voldoet aan traditionele nieuwswaarden (volgens Wijnberg (2013b) is dat spectaculair, zwart-wit, eendimensionaal, en reductionistisch).

Deze ontwikkeling naar meer persoonlijke verhalen valt binnen een bredere culturele verschuiving naar het beschouwen van ervaringen en emoties als bron van kennis en de opvatting dat objectiviteit een illusie is. Door de journalist een expliciete rol toe te kennen (door o.a. het gebruik van eerste persoon-enkelvoud) wordt het voor de lezers duidelijk dat alle informatie gefilterd is en dus niet compleet objectief en puur feitelijk kan zijn. Luyendijk stelt: “for some reason, reporters like to obscure the interplay between their presence and events and between their choices in coverage and politics” (Kester, 2008, p. 503). De nieuwsgebruiker moet zich traditioneel gezien zo weinig mogelijk bewust zijn van de invloed van de journalist, terwijl deze juist relevant is. De keuzes die de journalist maakt tijdens het productieproces bepalen wat de nieuwsgebruiker leest, en vervolgens aanneemt voor ‘waar’.

Het doel van de journalist is om “een onafhankelijke afweging van de verschillende kanten van een bepaalde gebeurtenis [te maken], waar na grondig onderzoek een heldere afweging gemaakt wordt tussen de verschillende perspectieven, om zo een zo waarachtig mogelijke weergave van de werkelijkheid te bieden” (Harbers, 2015, p. 135). Als de invloed van de journalist expliciet wordt gemaakt, zoals bij *betrokken* journalistiek, verdwijnt een stukje van de vanzelfsprekendheid van de waarheid van journalistiek. De journalist moet daardoor verantwoorden waar zijn informatie vandaan komt (Harbers, 2014). Dan kan de burger controleren waar het nieuws vandaan komt en daarmee voor zichzelf bepalen of het waarachtig en waardevol is. Het is dus belangrijk voor deze *betrokken* of *subjectieve* journalist om transparantie te bieden over het onderzoeksproces en zijn gedachtegang. Door proactief transparant te zijn kan de journalist zijn eigen kwaliteit en geldigheid laten zien (Luyendijk, 2010; Groenhart, 2015).

Deze proactieve transparantie is ook een manier om de kwaliteit van journalistieke stukken te waarborgen omdat het bijdraagt aan het voorkomen van de zogenaamde *copy-paste*-cultuur, ook wel *churnalism* (Davies, 2008; Van Leuven, Deprez & Raeymaeckers, 2015) of *cannibalisation* (Phillips, 2010) genoemd, waarbij nieuwsmedia slechts informatie van elkaar kopiëren onder invloed van de hoge tijdsdruk en angst om publicaties te missen (Vos & Craft, 2017). Luyendijk (2006) beschrijft het fenomeen als volgt:

De chef had geen ervaring in de Arabische wereld, hij werkte onder grote tijdsdruk, moest de hele wereld volgen én hij voelde de hete adem van de hoofdredacteur in zijn nek [...] Daarom zie je bladerend in kranten en zappend langs de journaals vaak

dezelfde beelden en verhalen. Al die redacties betrekken hun informatie en filmpjes van dezelfde bron. (p. 26)

Ook Phillips (2010) constateert dat veel journalisten informatie van concurrerende media, persbureaus en andere officiële instanties hergebruiken en kopiëren. Dit zogenaamde *vanilla news* moet aangevuld, geverifieerd en in context geplaatst worden om journalistieke kwaliteit te bieden. Dit wordt echter vaak nagelaten, om maar zo snel mogelijk informatie te publiceren. Wanneer de journalist transparant is over zijn werkwijze en gedachtegang en zijn persoonlijke invloed erkent zet de journalistiek een stap richting wetenschap: “Attribution of sources is standard practice in academic circles and to re-use someone’s work without doing so would be an act of plagiarism” (p. 378). Ondanks het incorporeren van subjectieve ervaringen wordt er getracht het onderzoeksproces zo objectief mogelijk te maken door expliciet te vertellen waar informatie vandaan komt, welke keuzes zijn gemaakt en hoe bepaalde conclusies worden getrokken.

#### 2.4.3 Constructieve Journalistiek

De school van de constructieve journalistiek sluit zich aan bij de stellingname dat objectieve journalistiek niet mogelijk is. Volgens Cathrine Gyldensted, boegbeeld van de constructieve journalistiek, zijn journalisten zijn geen *mirrors*, maar *movers* (2015). Zij zijn geen buitenstaande factoren die de wereld slechts een spiegel voor houden, maar hebben invloed op de maatschappij en in welke richting deze zich ontwikkelt. Constructieve journalistiek borduurt voort op het idee dat de journalist een stem mag hebben in nieuwsproducten en kennis kan produceren op basis van persoonlijke ervaring en gaat nog een stap verder door op een positieve, constructieve manier problemen te benaderen en mogelijke oplossingen voor te stellen. Gegrond in principes uit de positieve psychologie stelt Gyldensted een journalistiek voor die de samenleving op een positieve manier vooruit helpt. Ze definieert het als een vorm van journalistiek die technieken van positieve psychologie en gerelateerde vakgebieden implementeert om verhalen te maken met een hoge maatschappelijke relevantie, waarbij de hoofdfuncties van journalistiek in stand worden gehouden. Het doel van constructieve journalistiek sluit zich aan bij die van positieve psychologie:

The goal of positive psychology is to study, measure, and apply the conditions that allow individuals, communities, and societies to thrive [...], and this goal is in line with the ultimate goal of constructive journalism — to improve individual and societal well-being... (McIntyre & Gyldensted, 2017, p. 23)

Hoewel McIntyre en Gyldensted benadrukken dat journalistieke hoofdfuncties intact blijven, erkent de constructieve journalist zijn macht om situaties te veranderen en verbeteren door mogelijke oplossingen aan te dragen.

Constructieve journalistiek is een vorm die de journalist vraagt 1) de geest te verbreden, 2) het brein te bestormen, 3) de vraag te veranderen, 4) het verhaal op een juiste manier te vertellen en 5) de wereld te veranderen (Gyldensted, 2015).

Het eerste element, *verbreed de geest*, stimuleert de journalist om zogenaamde cliché verhalen te ontdekken en op eigen verhalen te reflecteren om negatieve frames en stereotypes te ontdekken. De verhalen met een duidelijk slachtoffer en een autoriteit die de schuld krijgt zijn favoriete, en daarom veelvoorkomende, verhalen. Gyldensted (2015) geeft als voorbeeld de stereotypische wijze waarop Afrikaanse mensen worden neergezet als slachtoffers van hongersnood, armoede, en algemene onderontwikkeling. Dit stereotype voldoet aan commerciële nieuwswaarden (Picard, 2004; Schultz, 2007) vanwege het oproepen van emoties als medelijden. Op deze manier wordt een enorm diverse bevolkingsgroep constant in één frame neergezet. Andere perspectieven worden nauwelijks gebruikt in de media, terwijl er genoeg hoopvolle verhalen te vinden zijn. Gyldensted spoort journalisten aan om verder te kijken dan de stereotypes en verhalen te vinden die juist spreken van kracht, hoop en vooruitgang. *Verbreed de geest en vind een ander verhaal*. Journalisten blijken in de dagelijkse verslaggeving vaak een negatieve verklarende stijl te gebruiken (Gyldensted, 2011). Dit houdt in dat negatieve gebeurtenissen worden toegeschreven aan interne, constante en globale oorzaken. Daar tegenover staat een positieve verklarende stijl, waarbij negatieve gebeurtenissen worden toegeschreven aan externe, specifieke en tijdelijke oorzaken. Deze benadering suggereert de mogelijkheid tot verandering en is daarom zeer geschikt voor het vertellen van inspirerende verhalen over veerkracht, levenslessen en positieve ontwikkeling.

Element twee, *bestorm het brein*, stimuleert de journalist om op zoek te gaan naar andere perspectieven. Gyldensted biedt hiervoor als handvat PERMA aan, wat in de positieve psychologie wordt gebruikt als framework om het menselijk welzijn multidimensionaal te benaderen (Forgeard, Jayawickreme, Kern & Seligman, 2011; Gyldensted, 2015; Kern, Waters, Adler & White; 2015). PERMA staat voor *Positive emotions* (blijdschap, tevredenheid), *Engagement* (betrokkenheid bij een gebeurtenis of organisatie, ‘in een flow zitten’), *Relationships* (sociale integratie, zich gesteund voelen), *Meaning* (waarde van het leven, geloven in een groter goed), *Accomplishment* (doelen stellen en behalen). Gebaseerd op deze factoren van welzijn stelt Gyldensted vragen op die als leidraad voor verhalen kunnen dienen: (P) wie is er hoopvol? Wie heeft een probleem opgelost? (E) Wie is er zeer betrokken

bij iets? Wie heeft er ergens passie voor? (R) Wie werken er samen? Waar zit potentiële samenwerking? (M) Wie heeft er een levensles geleerd? Wat is het grotere goed? (A) Wat is er bereikt? Wat was daar voor nodig? Wat kan er nog bereikt worden? Door deze vragen te stellen tijdens kan de journalist het brein op een nieuwe manier bestormen, nieuwe invalshoeken aannemen, andere mensen in het licht zetten en positieve, maatschappelijk relevante verhalen vertellen.

Element drie, *verander de vraag*, helpt de journalist bij het schrijven van een compleet verhaal- van beschrijving van een probleem tot en met het ondernemen van actie. Psychiater Karl Tomm identificeert vier verschillende soorten vragenstellers: de Detective de Antropoloog, de Toekomst-Wetenschapper en de Kapitein. De detective stelt vragen over gebeurtenissen in het verleden met het doel een probleem te definiëren. De Wat, wie, waar, wanneer, waarom en hoe-vragen vallen hier onder. De Antropoloog stelt reflecterende vragen over het verleden, om connecties en patronen te identificeren. De Toekomst-Wetenschapper kijkt naar de toekomst, de vragen zijn ontwikkelingsgericht. De Kapitein stelt strategische vragen, gericht op de toekomst, met het doel om actie te bewerkstelligen. Door deze vier vragenstellers te combineren kan een journalist een veelzijdig beeld neerzetten van een bepaalde situatie. Een verhaal bestaat dan niet alleen uit de definitie een situatie of een bepaald conflict, maar ook context, patronen die er toe doen, toekomstperspectieven en praktische informatie over hoe deze toekomstdoelen bereikt kunnen worden.

Element vier noemt Gyldensted *vertel het juist*, wat slaat op de balans tussen positieve en negatieve elementen in een nieuwsproduct. Van origine hebben journalisten de neiging negatieve informatie uitgebreider uit te lichten dan positieve of constructieve informatie. Dit laat lezers achter met een gevoel van hopeloosheid en nutteloosheid, waardoor actie ondernemen tegen bijvoorbeeld oorlogen of klimaatproblematiek uit blijft. Wanneer verhalen een constructieve wending nemen blijven lezers meer geïnteresseerd en raken zij betrokken bij het onderwerp in kwestie. Hoewel verhalen waarbij negatieve emoties worden opgeroepen van nature goed blijven hangen, is er het risico van zogenaamde *compassion fatigue* (Moeller, 1999). Een overdosis aan negatieve informatie zorgt bij een bepaald publiek (zie Høijer, 2004 voor discussie van het fenomeen) voor het afnemen van compassie: “suffering is commodified by the media and the audience become passive spectators of distant death and pain without any moral commitment” (p. 527). Door elementen van hoop, mogelijke oplossingen en mogelijke acties voor de lezer voor te stellen schetst het verhaal een completer beeld van een situatie.

Tot slot is daar het element *verander de wereld*. Gyldensted stelt voor om het takenpakket van de journalist uit te breiden door een toekomstgericht debat te faciliteren tussen verschillende besluitvormers en machtsinstanties. De vragen die journalisten stellen aan politici vormen waar het publieke debat over gaat. Wanneer journalisten meer toekomstgerichte vragen gaan stellen met een focus op oplossingen in plaats van problemen, kan dit de manier waarop politici denken beïnvloeden. De het rijtje journalistieke vragen *who, what, where, why, when* wordt uitgebreid met een *what now?*

Binnen de constructieve journalistiek zijn er verschillende categorieën te vinden die kunnen worden onderscheiden door hun hoofddoel. De verschillen zijn gering en deze categorieën sluiten elkaar niet uit. Nieuwsproducten kunnen dus onder verschillende categorieën tegelijk vallen.

*Solutions journalism* heeft een sterke focus op oplossingen van problemen. Het aandragen en bespreken van potentiële oplossingen voor problemen lijkt lezers met minder negatieve gevoelens achter te laten, evenals negatieve gevoelens tegenover het medium van publicatie (McIntyre, 2017). Lezers blijken ook meer interesse voor het onderwerp te houden en voelen zich geïnspireerd na het lezen (Curry & Hammonds, 2014).

*Prospective journalism* is toekomstgericht of gericht op een bepaald doel (maar draagt niet per se een oplossing van een probleem aan). Prospective journalism is gegrond in de psychologische opvatting dat het inbeelden van mogelijke toekomstbeelden bijdraagt aan het vormen van waarneming, emotie en motivatie (McIntyre & Gyldensted, 2017). Deze tak van constructieve journalistiek is gericht op vooruitgang en het bereiken van doelen.

*Peace journalism* richt zich op internationale en nationale conflicten op een manier die niet-gewelddadige oplossingen zoekt. Hierbij moet benadrukt worden dat journalisten hun kernwaarden van neutraliteit, transparantie en verantwoording niet laten varen en een vertekend beeld van de realiteit neerzetten, maar gebalanceerd verslag doen met het oog op een geweldloze uitkomst (Kempf, 2007). Dit kan bereikt worden door de oorsprong van conflicten te kijken, overeenkomsten tussen partijen te zoeken en uit te lichten welke partijen werken om geweld te voorkomen (McIntyre & Gyldensted, 2017).

Bij *restorative narrative* is het doel van de journalist om het wereldbeeld van lezers te verbreden door verhalen te vertellen die verder gaan dan het *breaking news*. Hoopvolle, krachtige verhalen over het overwinnen van moeilijke tijden. Karakteristieken van deze verhalen zijn: “1) strength-based with hard truths that show progression without giving false hope; and 2) authentic, sustained inquiries that present universal truths and human connection” (Dahmen, 2016, p. 94).

Constructieve journalistiek krijgt vaak te maken met de kritiek dat het zich slechts onderscheid door positief te zijn. Gyldensted (2015) benadrukt dat dit niet het geval is, omdat constructieve journalistiek negatieve informatie niet vermijdt. Constructieve verhalen moeten een sociale relevantie hebben en een poging doen om vooruitgang te voor te stellen, te inspireren of te bewerkstelligen.

## 2.5 Alternatieve Journalistiek in Nederland: De Correspondent

Het Nederlandse *born digital platform* De Correspondent is ontstaan nadat oprichter Rob Wijnberg werd ontslagen als hoofdredacteur bij *NRC.Next* vanwege zijn radicale opvatting over wat nieuws in zou moeten houden. Volgens Wijnberg (2013b), is er een desinteresse voor nieuws ontstaan vanuit het onrealistische objectiviteitsideaal wat veel traditionele media nog steeds hoog trachten te houden. Samen met zijn collega's bedrijft hij bij De Correspondent betrokken, participatieve en constructieve journalistiek. Inmiddels heeft De Correspondent een manifest gepubliceerd wat 10 principes benoemt waar het platform zich op baseert.

- 1) *Dagelijks, maar voorbij de waan van de dag*. De Correspondent stapt af van het nieuws gericht op de 'waan van de dag', maar richt zich in plaats daarvan op ontwikkelingen en processen in onze samenleving. Journalisten richten zich op structuren en ontwikkelingen. Wijnberg bekritiseert hoe nieuws eruit ziet als volgt: "Nieuws is een selectieve (want uit uitzonderingen opgebouwde), conservatieve (want op het negatieve gerichte) en repetitieve (want eindeloos herhaalde) uitsnede van de wereld" (2013b, p. 24). Het problematische van dit soort nieuws, is dat ontwikkelingen en processen die langzaam opkomen gemist worden, omdat er geen piekmoment is waarop het volgens commerciële nieuwswaarden nieuwswaardig is.

Ieder nieuwsbericht is op zichzelf immers zo te nuanceren of uit te leggen dat het wel meevalt, zoals de opkomst van het fascisme in Duitsland ook nooit acuut genoeg was om grootschalige onrust te baren voordat het voorbij de point of no return was. Anders gezegd: nieuws produceert, op z'n best, seriële en kortstondige verontwaardiging - een dagelijkse dosis 'what the fuck' die al gauw weer wegebt tot de volgende nieuwscyclus zich aandient. (Wijnberg, 2017a, Nieuws is de wieg waarin verzet de slaap vat, par. 2)

- 2) *Van nieuws naar nieuw*. Nieuwe bronnen, perspectieven en verhalen zijn nodig om stereotypes en clichés de wereld uit te krijgen. Door op zoek te gaan naar nieuwe, relevante verhalen tracht De Correspondent een representatief en doordracht wereldbeeld

neer te zetten als tegenwicht van de simplificerende traditionele media. Transparantie, verantwoording afleggen en tijd en ruimte geven aan onderzoek en *factchecking* zijn hierbij van groot belang.

- 3) *Geen politieke ideologie, wel journalistieke idealen.* Wijnberg is een van de journalisten die de opkomst van een betrokken journalistiek stimuleert. Verschillende journalisten schrijven voor De Correspondent vanuit eerste persoon-enkelvoud en nemen hun eigen interesses of ervaringen als leidraad voor stukken. Een voorbeeld hiervan is het artikel “Stondpunten: Hierover veranderden correspondenten van mening in 2017” (Wijnberg, 2017c) of het stuk van Arjen van Veelen (2016) waarin hij een kanotocht over de Missouri maakt en aan de hand daarvan het vroegere, het actuele en een hint van een hoopvol beeld van het toekomstige Amerika beschrijft. De journalisten van De Correspondent zijn zeer aanwezig in hun stukken. Dat getuigt ook van de opstelling van de website: leden kiezen welke correspondenten ze ‘volgen’. Een klik op het getekende gezicht van De correspondent in kwestie laat de verzameling artikelen zien. Persoonlijke interesse is een belangrijke drijfveer voor journalisten van De Correspondent. “De Correspondent is onpartijdig, maar ook subjectief” (“Manifest”, (z.d.), par. 3). Betrokkenheid wordt gestimuleerd en journalisten worden gezien als actors, niet als passieve ‘spiegel’.
- 4) *Journalistiek boven rendement.* Rendement wordt geïnvesteerd in de journalistiek. Zo tracht De Correspondent een te commerciële instelling te voorkomen. Zo blijft sociale relevantie de belangrijkste nieuws waarde.
- 5) *Thema’s en dwarsverbanden.* Om een betere representatie van de wereld te schetsen, is de indeling van De Correspondent anders dan die van traditionele media. In plaats van de standaard journalistieke *beats*, oftewel specialiseringen, als ‘binnenland’, ‘buitenland’, ‘economie’, en dergelijke, zijn er een Correspondenten voor ‘Conflict & Ontwikkeling’, ‘Verandering’, ‘Mediamythen & Mechanismen’, en andere onderwerpen waarbij aandacht geschonken wordt aan ontwikkelingen in de samenleving. Door de nadruk te leggen op ontwikkelingen, kunnen er beter verbanden worden gelegd tussen verschillende gebeurtenissen uit het nieuws. Het identificeren van deze verbanden en processen kan bijdragen aan het vinden van een oplossing voor problemen. Ook creëert het medium door deze alternatieve beats de ruimte voor journalisten om vooruitstrevende ideeën te presenteren die binnen hun specialisatie liggen (Gyldensted, 2015).
- 6) *Van lezers naar participanten.* In zijn manifest voor De Correspondent bekritiseert Wijnberg de traditionele media ook vanwege hun gebrek aan interactie met hun lezers.

Een van de redenen dat De Correspondent een online medium is, heeft met deze interactie te maken. De nieuwsvoorziening op het web is tweerichtingsverkeer. Bij De Correspondent wordt de lezer aangemoedigd te reageren, corrigeren en becommentariëren. Ook kunnen zij vragen stellen aan Correspondenten en hun eigen ideeën of ervaringen delen. Deze worden vervolgens weer gebruikt in de verhalen van de Correspondenten (Wijnberg, 2013b). De journalisten van De Correspondent nemen dus de taak van *community manager* op zich door debat te stimuleren. Journalisten plaatsen ook geregeld oproepen waarbij ze hun leden vragen om ervaringen te delen die relevant zijn voor hun artikelen. Hierdoor ontstaat er een vorm van *crowdsourcing* en in sommige gevallen *co-creation*.

- 7) *Geen adverteerders, maar partners.* De Correspondent kiest op een transparante wijze niet-belanghebbende partners uit om een onafhankelijk journalistiek medium te zijn en te blijven.
- 8) *Geen doelgroepen, maar geestverwanten.* De Correspondent richt zich niet op een bepaalde doelgroep, maar is voor iedereen die achter deze journalistieke principes staat.
- 9) *In idealen ambitieus, in wijsheid bescheiden.* De Correspondent is bedoeld als een alternatief medium, geen vervanging voor traditionele media.
- 10) *Volledig digitaal.* De Correspondent is een *born-digital* medium. Dit brengt een hoop nieuwe mogelijkheden met zich mee ten opzichte van traditionele media die, hoewel een online versie vaak bestaat, voornamelijk gebonden zijn aan restricties van fysieke uitgaves. Online journalistiek hoeft zich bijvoorbeeld niet te houden aan dezelfde strikte deadlines als traditionele media. Dit omdat online media geen rekening hoeven te houden met distributie. Ook is een fysieke uitgave beperkend in ruimte (of als men spreekt over radio of televisie, in tijd), waardoor verhalen kort moeten zijn en niet de ruimte krijgen die sommige complexe verhalen nodig hebben. Toch moet het gebruik van online platforms door journalisten nog verder worden ontdekt: “Online journalists are still influenced by remnants of past traditions, such as the prioritization of an information-gathering and provision orientation and a distrust of the internet as a source of knowledge” (Mitchelstein & Boczkowski, 2009, p. 562). Zij moeten gebruik leren maken van het internet als primair medium, in plaats van een online kopie te zijn van de fysieke uitgave. De uitdaging is om de routines die zijn gebonden aan traditionele mediakanalen los te laten en de kracht van het digitale platform te gebruiken. Een voorbeeld van hoe traditionele media gebruik maken van hun digitale uitgave is de weblog (Matheson, 2004). Matheson identificeert drie thema’s waardoor weblogs gekenmerkt worden: 1)

weblogs als een ruimte voor journalistieke denkwijze waar institutionele journalistiek geen ruimte voor biedt, 2) weblogs als uitdaging van marktgerichte journalistiek, en 3) weblogs als democratische, interactieve ruimte. Door de weblog als een van deze drie ruimtes in te vullen, brengt het digitale platform een aanvulling die in een fysieke uitgave niet mogelijk is. Omdat deze mogelijkheden aansluiten bij de alternatieve kernprincipes die De Correspondent aanhoudt, maken zij gebruik van deze voordelen.

Met deze tien beginselen als leidraad bedrijft De Correspondent een alternatieve journalistiek die haar oorsprong vindt in de participatieve, civiele, betrokken en constructieve journalistiek, waarbij nieuwe waarden zoals betrokkenheid, transparantie, en toekomstgerichtheid lijken te bestaan naast traditionele waarden als autonomie en verantwoording. Qua betrokkenheid gaat De Correspondent in sommige gevallen nog een stap verder en neigt de vorm van journalistiek naar activisme. Het duidelijkste voorbeeld is Jesse Frederik, Correspondent Economie. Naar aanleiding van een documentaire over de Nederlandse schuldenproblematiek startte hij met twee collega-journalisten de campagne Schuldvrij! (Frederik, 2017). In het manifest, gepubliceerd op De Correspondent, staan vijf aanbevelingen voor de overheid om de problematiek verbeteren en een petitie waardoor burgers zich kunnen aansluiten bij de beweging. Verschillende journalisten hebben kritiek geuit op deze activistische campagnes. “Onder mijn gepubliceerde stukken laten lezers vaak opmerkingen achter als: ‘oké, dit klopt zo niet, maar wat nu?’ Het is toch niet zo dat journalisten alleen een diagnose mogen stellen en dan verder niets mogen doen?” stelt Frederik (Huisman, 2017, par. 7). Ook Jelmer Mommers, Correspondent Klimaat, pleit dat actie stimuleren en zelfs ondernemen gerechtvaardigd is vanuit journalistieke principes:

Er is een onaangenaam grote kans dat klimaatverandering tot aanzienlijke schade leidt. Uit voorzorg zouden staten, bedrijven en burgers daarom flink actie moeten ondernemen - beter te veel dan te weinig. Als de *powers that be* dat onvoldoende doen - en dat is aantoonbaar het geval - is het (ook) aan de journalistiek om aan de bel te trekken en is een meer activistische houding dus niet alleen geoorloofd maar noodzakelijk. (Mommers, 2015, par. 6).

Het publieke belang dienen is volgens Mommers de voornaamste taak van de journalistiek. In het geval van klimaatproblematiek is de enige geoorloofde houding daarom een activistische. Wijnberg stelt dat alle journalistiek een vorm van activisme is, maar dat de kritiek op campagnes als Schuldvrij! voortkomt uit een verwarring van ‘macht’ en ‘systemen’. De belangrijkste traditionele journalistieke rol, de waakhond, controleert de macht. Maar,

beargumenteert Wijnberg, de macht ligt niet in de machthebber, maar in “de industrie, het systeem, de structuur waarin zij hun macht *uitoefenen*” (2017b, Controle van de machthebber versus controle van de machtsstructuur, par. 6). Om hier verandering in aan te brengen is een activistische stance van journalistiek nodig. Zo lijkt De Correspondent nieuwe en oude journalistieke rollen en kernwaardes te combineren.

## 2.6 Conclusie

De journalistiek is een vakgebied dat zich constant ontwikkelt en waar binnen een scala aan verschillende rollen bestaan die continu met elkaar in aanraking komen tijdens het uitoefenen van het vak. Elke journalist bepaalt welke rol hij aanneemt, afhankelijk van de situatie, en deze rol bevindt zich op een spectrum met drie traditionele schalen: de passieve/actieve stem (*interventionism*), de schaal van machtskritiek (*power distance*) en de schaal van marktorientatie/publiek belang (*market orientation*). Traditioneel gezien hoort journalistiek objectief en neutraal te zijn, wat zich uit in een passieve stem. Journalistiek moet onafhankelijk zijn en heeft een sociale verantwoordelijkheid, wat zich uit in het controleren en bekritiseren van machtsinstanties. Tot slot moet het nieuws maken dat actueel is en van belang is voor het publiek als burgers, hoewel journalisten vanuit commerciële belangen in steeds meer gevallen naar een meer consument-georiënteerde journalistiek neigen.

Door de jaren hebben verschillende journalisten het fenomeen objectiviteit verworpen als kernwaarde. Neutraliteit en transparantie zijn waardes die hiervoor in de plaats zijn gekomen. Betrokkenheid, waar vroeger een taboe in journalistiek, wordt in verschillende kringen toegejuicht. Journalisten die constructieve journalistiek bedrijven voegen nog een aantal andere kernwaardes toe aan de traditionele schalen. Verslaggeving moet gebalanceerd zijn qua positiviteit en negativiteit. Ook moet het sociaal relevant en toekomstgericht zijn om een waardevolle bijdrage te leveren. Omdat deze aspecten voortvloeien uit de psychologie, is er een (semi-)wetenschappelijke ondergrond voor het toepassen van deze aspecten (semi-, omdat niet alle aspecten even uitgebreid zijn getest met betrekking tot journalistiek). Deze stroming van journalistiek is gericht op het effect dat journalistiek heeft op burgers en tracht deze effecten te testen, in kaart te brengen en te beïnvloeden op een manier die bijdraagt aan het verbeteren van situaties. Het is daarom bij uitstek een vorm van journalistiek die tracht het publiek de handvatten aan te reiken om de wereld te veranderen. Daarom zijn journalisten in het verlengde daarvan *movers*, geen *mirrors*.

De Correspondent is een duidelijk in haar journalistieke filosofie: betrokkenheid, constructivisme en participeren in een *community* zijn stokpaardjes van het Nederlandse

medium. Hoewel de uitingen van deze kernwaardes compleet verschillend lijken dan traditionele, objectieve en autonome journalisten, zijn de kernwaardes misschien niet compleet anders. In dit onderzoek wordt verder verkent op welke kernwaardes journalisten van De Correspondent hun rollen baseren en hoe deze verschillen van traditionele rolpercepties.

### 3. Methoden

Om de onderzoeksvragen te beantwoorden werden journalisten geïnterviewd die werkzaam zijn voor het platform De Correspondent. Dit medium werd gekozen vanwege het uitgesproken alternatieve standpunt ten aanzien van de journalistiek. Verwacht werd dat de journalisten die aan dit platform zijn gelieerd een bewuste rolperceptie hebben vanwege de alternatieve visie die De Correspondent uitdraagt. De verzamelde data zijn na afloop geanalyseerd met behulp van kwalitatieve inhoudsanalyse. Deze methode is het meest geschikt omdat verwacht werd dat er in dit onderzoek nieuwe concepten gevonden zouden worden (Kvale, 2007). Vanwege het exploratieve karakter van dit onderzoek was een methode nodig die zich baseert op de verzamelde data en niet slechts op al bekende theoretische concepten. Om richting te geven aan de analyse van de interviews zijn er vooraf een aantal *sensitizing concepts*, oftewel richtinggevende begrippen, verkent, zoals objectiviteit, betrokkenheid en constructieve journalistiek. Kennis over deze begrippen helpen om tijdens het interviewen en analyseren relevante informatie op te pikken (Bryman, 2008).

In dit hoofdstuk wordt uitgelegd hoe de data-verzameling tot stand is gekomen en hoe de interviews zijn afgenomen, hoe de data-analyse is uitgevoerd en van welke *sensitizing concepts* gebruik is gemaakt. Tot slot wordt de betrouwbaarheid van deze methode voor dit onderzoek besproken.

#### 3.1 Data-verzameling

Bij De Correspondent zijn 39 journalisten werkzaam. Voor de data-verzameling werden journalisten geselecteerd die werken voor het platform De Correspondent. Een aantal hiervan waren vast in dienst bij De Correspondent, anderen werkten op freelance basis. De selectie was afhankelijk van de beschikbaarheid van de journalisten, daarnaast werd de selectie zo breed en divers mogelijk gehouden zodat er geen sprake zou zijn van een beperking tot journalisten die over dezelfde onderwerpen schrijven. Een deel van de journalisten heeft een journalistieke opleiding genoten. Alle journalisten schrijven of hebben in het verleden voor andere journalistieke media gewerkt. Een aantal journalisten is tevens schrijver van zowel fictie als non-fictie.

De resultaten van kwalitatief onderzoek zijn interpretaties van de verzamelde data (Boeije, 2010). Kwalitatief onderzoek gaat dus om betekenisgeving, en niet zozeer om representativiteit. Bij het verzamelen van data werd in dit onderzoek gestreefd naar een punt van verzadiging, wat bereikt wordt als er geen nieuwe codes nodig zijn om fragmenten uit de

data te categoriseren (Boeije, 2010). Na acht interviews werd dit punt van verzadiging bereikt. Daarna zijn nog twee extra interviews gehouden om de verzadiging te bevestigen.

*Tabel 3.1.1 Respondenten*

| <b>Naam Journalist</b> | <b>Correspondent-Titel (op moment van interview)</b> |
|------------------------|------------------------------------------------------|
| Lennart Hofman         | Vergeten Oorlogen                                    |
| Nina Polak             | Cultuur                                              |
| Tomas Vanheste         | Europa Tussen Macht En Verbeelding                   |
| Thijs Roes             | Drugs                                                |
| Sanne Blauw            | Ontcijferen                                          |
| Bart de Koning         | Politie & Criminaliteit                              |
| Dick Wittenberg        | Alledaagse Helden                                    |
| Lex Bohlmeijer         | Goede Gesprekken                                     |
| Arjen van Veelen       | Klein Amerika/ Klein Nederland                       |
| Lynn Berger            | Technologie En Cultuur                               |

De interviews waren semi-gestructureerd van aard. De topiclijst (zie appendix A) werd van tevoren opgesteld aan de hand van de besproken theoretische concepten, maar deze werd niet strikt aangehouden. Dit gaf ruimte om door te vragen en mee te gaan in de leefwereld van de journalist, omdat het in dit onderzoek gaat om persoonlijke en mogelijk nieuwe inzichten (Kvale, 2007). Ook vanwege de grote variëteit aan journalistieke rollen en rolpercepties is een semigestructureerd model geschikt. Elke journalist stelt persoonlijke prioriteiten wat betreft rollen en journalistieke waarden. Ondanks de vele overeenkomsten die zijn gevonden in de interviews, werden tot op een zekere hoogte verschillende kernwaarden uitgelicht in elk interview vanwege de persoonlijke voorkeuren, stijlen en vakgebieden.

De interviews werden face-to-face afgenomen, tenzij dit niet mogelijk was. In het geval van Lennart Hofman, Sanne Blauw en Tomas Vanheste was dit niet mogelijk en zijn er telefonische interviews afgenomen. De interviews duurden ongeveer een uur. Een aantal interviews waren van kortere duur vanwege tijdsgebrek van de geïnterviewden, maar deze zijn alleen in het onderzoek opgenomen als alle onderwerpen van de topiclijst waren behandeld. De interviews zijn allemaal opgenomen met een voice-recorder en letterlijk getranscribeerd. Tijdens de interviews zijn notities gemaakt van onderwerpen die opvielen

naar aanleiding van de *sensitizing concepts* of thema's die herhaaldelijk naar voren kwamen. Deze *memo's* helpen bij het beginstadium van de categorisering van de data (Burnard, 1991).

### 3.2 Data analyse

Voor de analyse van de transcripten werd thematische analyse gebruikt. Thematische analyse is een methode om patronen van thema's te identificeren en te analyseren binnen data (Braun & Clarke, 2006). Omdat dit een zeer flexibele methode is om data te analyseren is er veel ruimte voor het verkennen van nieuwe concepten en deze methode bij uitstek geschikt voor exploratief onderzoek. Het doel van de analyse is om een theorie te ontwikkelen die gegrond is in de verzamelde data.

Het coderen en analyseren van de data werd gestructureerd naar aanleiding van het stappenplan van Burnard (1991). Tijdens het afnemen van de interviews werden er *memo's* gemaakt om opvallende, overkoepelende thema's te categoriseren. De *sensitizing concepts* waar eerder onderzoek naar is gedaan, helpen bij het identificeren van terugkerende en herkenbare concepten, waardoor de categorisering beter verloopt (Bryman, 2008). Tijdens het doornemen van de bestaande theorie werden de volgende *sensitizing concepts* geïdentificeerd:

- Objectiviteit: de journalist is niet aanwezig in het stuk, niet geschreven vanuit eerste persoon-enkelvoud, slechts feitelijke informatie
- Betrokkenheid: de journalist schrijft vanuit persoonlijke interesse, draagt persoonlijke ervaringen aan als kennisbron, schrijft vanuit eerste persoon-enkelvoud.
- Activisme: de journalist stimuleert de lezer om bepaalde actie te ondernemen, om een verandering te bewerkstelligen
- Constructivisme: de journalist schrijft stukken met een sociale relevantie vanuit een positieve insteek, draagt mogelijke oplossingen aan voor bepaalde problemen, doet verslag over inspirerende mensen in moeilijke tijden, en is toekomstgericht.
- Community: de journalist betreft lezers bij stukken door discussies te faciliteren en oproepen te plaatsen om van elkaars kennis te profiteren.

Na het afnemen werden alle interviews letterlijk getranscribeerd, waarbij opnieuw *memo's* werden geschreven. Deze eerste stap diende als beginstadium van de categorisering van de data. De tweede stap betekende het opnieuw doorlezen van alle transcripten, waarbij algemene thema's werden geïdentificeerd om een concreter idee te krijgen van mogelijke categorisering van de data. De derde stap was het zogenaamde *open coderen*. Het doel hierbij was om alle relevante informatie te markeren en in te delen in categorieën. In stap vier werden

de categorieën opnieuw doorgenomen. Waar mogelijk werden vergelijkbare categorieën samengevoegd en onderverdeeld in een logische hiërarchie van categorieën en subcategorieën. Bij stap vijf werd de lijst met categorieën en subcategorieën opnieuw doorgenomen met het doel zo weinig mogelijk verschillende categorieën over te houden. Bij stap zes werd een sample van de transcripten door een tweede codeur opgedeeld in categorieën zonder het te zien krijgen van de categorieën van de onderzoeker. De twee lijsten werden met elkaar vergeleken en waar nodig werden aanpassingen gedaan ter verduidelijking. Deze stap is relevant vanwege de betrouwbaarheid. De onderzoeker was ondergedompeld in de data, waardoor het risico van een tunnelvisie ontstaat. Door een onafhankelijke codeur in te schakelen werd dit risico verminderd en de betrouwbaarheid verhoogd. Bij stap zeven was de uiteindelijke lijst met thema's vastgesteld. De transcripten werden opnieuw doorgenomen om de volledigheid van de categorieën te testen. Daarna, stap acht, werden de transcripten gecodeerd aan de hand van de categorie-lijst met behulp van verschillende kleurcodes. Deze stap zorgt ervoor dat alle relevante informatie gebruikt werd voor analyse. In stap negen werden alle codes digitaal uitgeknipt en gesorteerd per categorie.

Ter samenvatting zijn de categorieën weergegeven in een codeboom (zie appendix B). De uiteindelijke categorieën worden uitgelegd in het hoofdstuk Resultaten. Ter illustratie is gebruik gemaakt van citaten uit de interviewtranscripten. Alle respondenten hebben mondeling en/of schriftelijk via een formulier toestemming gegeven om met naam geciteerd te worden in dit onderzoek. Deze citaten in het resultatenhoofdstuk zijn geherformuleerd tot volzinnen ter bevordering van de begrijpelijkheid. De paginanummers van de citaten verwijzen naar appendix C, waar de complete (letterlijke) transcripten te vinden zijn. De citaten zijn in appendix C gemarkeerd.

### **3.3 Betrouwbaarheid**

Na acht interviews trad verzadiging van de data op. Om de betrouwbaarheid van de data-analyse te verhogen zijn nog twee extra interviews toegevoegd. Hierdoor werd de categorisering van de data nogmaals getest. Hieruit bleek dat de codeboom voldoende aansloot bij de relevante data uit de interviews.

Bij kwalitatieve, thematische inhoudsanalyse is de rol van de onderzoeker belangrijk. Het coderen van transcripten blijft namelijk subjectief. Het is daarom belangrijk zo transparant en systematisch mogelijk te werken (Schreier, 2012) om de betrouwbaarheid zo hoog mogelijk te houden. Om systematisch te werk te gaan is bij de data-analyse vastgehouden aan het stappenplan van Burnard (1991). Het inschakelen van een tweede

codeur werd gedaan om de betrouwbaarheid van het onderzoek te verhogen. Deze stelde, zonder het zien van de categorieën van de onderzoeker, zelf een lijst met categorieën op gebaseerd op een sample van de transcripten. De twee lijsten werden met elkaar vergeleken, besproken en waar nodig aangepast om de persoonlijke invloed van de onderzoeker op het onderzoek in te perken (Boeije, 2010).

## 4. Resultaten

In het volgende hoofdstuk worden de resultaten van de kwalitatieve inhoudsanalyse uiteengezet.

### 4.1 De Correspondent

De volgende kenmerken van De Correspondent kwamen herhaaldelijk naar voren tijdens de interviews. De journalisten krijgen alle vrijheid bij De Correspondent om hun werk in te vullen hoe ze maar willen. Ook vinden ze dat De Correspondent een nichepubliek bedient en nog geen medium is voor de massa. Binnen De Correspondent wordt veel gesproken over het soort journalistiek dat bedreven wordt, en deze vorm van journalistiek is voor de journalisten belangrijker dan populariteit of traditionele nieuwswaarden.

#### 4.3.1 Vrijheid

Onderwerpkeuze, stijl, nieuwe technologieën en het gebruik van beeld: journalisten van De Correspondent benadrukken dat ze alle vrijheid krijgen. Dit is zowel één van de redenen om voor De Correspondent te schrijven, zowel als een lastig punt omdat die vrijheid ook een oneindigheid aan mogelijkheden met zich mee brengt. “Het is heel fijn,” zegt Nina Polak over deze vrijheid. “En ook wel eens een beetje moeilijk hoor, want als je alle vrijheid hebt, nou ja dat ken je wel, dan is het soms echt heel moeilijk” (Appendix C, p. 28). Lynn Berger noemt deze vrijheid als één van de redenen waarom ze voor De Correspondent werkt: “de vrijheid om te schrijven over onderwerpen waarvan je denkt dat ze belangrijk zijn, ongeacht of ze in het nieuws zijn, überhaupt de vrijheid om de soort stukken te schrijven die ik schrijf” (p. 168). Arjen van Veelen zegt hetzelfde over toen hij werd aangenomen bij De Correspondent: “Ja die zeiden van joh, hier heb je een fte, vul zelf maar in wat je gaat doen, je hoeft niet te komen naar de redactie, je bent eigenlijk gewoon freelancer maar wel met een pensioen en een kerstpakket”(p. 144). De journalisten hebben steun aan de eindredactie en werken waar mogelijk samen in groepen om te sparren over stukken en onderwerpen, maar opereren voornamelijk autonoom.

#### 4.1.2 Publieksbubbel

Omdat De Correspondent strenge richtlijnen heeft wat betreft privacy, kunnen de lezers van het medium niet precies in kaart gebracht worden. Nina Polak vergelijkt haar werk voor De Correspondent met haar stukken voor de Groene Amsterdammer:

De Groene heeft, nou ik denk een oplage van 20.000. Zoiets, misschien 10.000 abonnees. En daarvan weten we wie ze zijn. Dat is een hele vaste groep, een hele trouwe groep mensen waarvan een deel in Amsterdam woont en je weet tegen wie je

het hebt. Daar schreef ik over cultuur, dat had een vaste plek in dat blad. Dus dat is een hele gekaderde manier van werken en ik weet, daar ontwikkel je een toon en dat is een beetje hetzelfde. De Correspondent is veel variabel. Dus ik vind dat wel moeilijk, omdat ik niet precies weet tegen wie ik het heb. Ik heb wel een soort vaag idee dat het net wat toegankelijker moet zijn omdat het online is, dat het allemaal net wat makkelijk moet, net wat meer hapklare brokken en minder intellectueel. [...] Er heerst hier wel een cultuur van stukken schrijven voor wat we dan noemen ‘de moeder van Rutger’. (p. 27)

Hier benadrukt Polak dat het belangrijk is toegankelijk te schrijven, omdat De Correspondent een breed publiek wil aantrekken. Hoewel door meerdere journalisten wordt benadrukt dat er niet veel informatie is over Correspondent-lezers, weet bijna iedere respondent goed wat het imago is. Meerdere journalisten denken dat hun publiek voornamelijk hoogopgeleid, wit en links is. “Grachtengordel” en “intellectueel”, wordt het publiek herhaaldelijk genoemd (p. 33, 135, 157). De journalisten benadrukken dat er vaak sprake is van “*preaching to the choir*” (p. 47), dat hun stukken gelezen worden door lezers “die er zelf al zo over dachten” (p. 175).

Zag ik al uit die gegevens van wie mijn verhalen lezen of wat ik over het algemeen voor reacties krijg, want wat je toch vaak merkt is toch eigenlijk: tegenstanders die sluiten je buiten, die hebben zoiets van ah, je bent radicaal en ik wil niks met je te maken hebben, ik neem je niet serieus [...] En mensen die het al met je eens zijn, die komen naar je toe om te zeggen hee goed gedaan man, dankjewel, tof, weet je wel. Dus daardoor groeit het allemaal uit elkaar. Ik denk dat ik, gedeeltelijk, aan het *preachen ben to the choir*, maar wat ik zeg, *the choir* durft niet te zingen. (p. 55)

Voor de respondenten is het de uitdaging lezers te bereiken die buiten hun ‘bubbel’ vallen, bijvoorbeeld met behulp van sociale media. Ook daarom is het belangrijk toegankelijk te schrijven, niet te veel intellectuele kennis te veronderstellen en niet te veel lange stukken te publiceren. Om de doelgroep van De Correspondent uit te breiden, moeten de stukken voor iedereen leesbaar zijn. De journalisten zijn niet unaniem over de vraag of De Correspondent de potentie heeft om een groter publiek te bedienen.

...ik weet niet of dat gaat lukken. Het is denk ik toch nog een heel elitair ding. Ja, het is toch nog een heel gekleurd ding. Dat willen we niet en dat wil de Groene ook niet, maar is het is een links ding en activistisch misschien ook wel. (p. 33)

Op dit moment bedient De Correspondent nog een nichepubliek. Een aantal journalisten vindt het prima dat De Correspondent een nichepubliek bedient, anderen spreken de wens uit een

diverser publiek te bereiken in de toekomst door meer verschillende en met name botsende visies te vertolken.

#### 4.1.2 Expliciet in Journalistieke Vorm

De respondenten stellen dat er bij De Correspondent uitgebreid wordt gesproken over de soort journalistiek die ze willen bedrijven. “We willen ook een beetje de constructieve journalistiek aanhouden”, stelt Lennart Hofman (p. 8). Hij stelt dit tegenover hoe kranten werken:

Ja ik denk dat er kranten zijn die werken op een bepaalde manier en daar is ook wel wat voor te zeggen, maar ze zijn zich er niet altijd van bewust dat het een bepaalde manier is, en daardoor mis je wel een heel groot deel van de realiteit die je probeert te omschrijven. (p. 7)

Door veel te reflecteren, zowel in de geschreven stukken als in vergaderingen en heidagen, zijn de journalisten van De Correspondent veel bezig met hun eigen werkwijze. De constructieve journalistiek is een vorm die deze journalisten voor een groot deel aanhouden, en waar dus veel over gesproken wordt. De Correspondent heeft ook een manifest gepubliceerd, waarin de werkwijze van de journalisten wordt beschreven. Journalisten refereren herhaaldelijk naar dit manifest, wat aanduidt dat de respondenten deze pijlers daadwerkelijk als richtlijnen zien.

#### 4.1.3 Kwaliteit boven Traditionele Nieuwswaarden

De journalisten van De Correspondent laten traditionele en commerciële nieuwswaarden los en schrijven stukken die ze zelf relevant en kwalitatief goed vinden. Zo moeten stukken wel een bepaalde urgentie hebben, maar hoeven ze geen ‘nieuws’ te zijn, op de manier waarop traditionele media dit definiëren.

Meerdere journalisten benadrukken hierbij dat ze de vrijheid krijgen om genuanceerd te schrijven, terwijl ze voelen dat traditionele stukken zwart-wit moeten zijn. De respondenten merken dat ongenueanceerde stukken beter aanslaan. “Als je laat zien dat iets allemaal nuances en grijs tinten heeft, dat is meestal minder lekker deelbaar dan wanneer je een heel heftige opinie hebt” (p. 40). Toch is deze ‘deelbaarheid’ niet zo belangrijk voor deze Correspondenten. Ze letten dan ook niet veel op lees- en deeltijds:

Ik wil graag dat ze goed gelezen worden. Maar ik vind dat soort cijfers heel lastig te interpreteren. Als een stuk veel gelezen wordt, wil dat niet per se zeggen dat dat het beste stuk is. En ik ben bang dat ik toch mezelf te veel zou laten sturen, als ik merk: elke keer als ik over baby’s schrijf dan wordt het heel goed gelezen, dan ga ik nu alleen nog maar over baby’s schrijven, maar dat wil ik voorkomen. [...] Omdat ik

denk dat je dan dus inderdaad gewoon een publicatie vol met kattenplaatjes krijgt. (p. 169)

Kwaliteit van stukken is dus het belangrijkste, zoals ook Hofman benadrukt: “Er wordt zelfs bij gezegd bij mij: als het niet wordt gedeeld dan maakt het niks uit want we willen dit soort journalistiek” (p. 15).

Door zelf opnieuw te definiëren wat nieuws inhoudt, laten de journalisten ook traditionele nieuwswaarden los. Met name het tempo waarmee traditioneel nieuws gebracht moet worden ligt bij De Correspondent lager omdat zij niet verslag doen over vandaag en gisteren, maar over grote ontwikkelingen over langere periodes. “...wij zijn geen krant die het dagelijkse nieuws brengt, maar wij proberen juist achtergronden te brengen en structuren bloot te leggen, dus wij hebben ook een andere rol,” stelt Vanheste (p. 39). Er is daarom bij journalisten van De Correspondent weinig sprake van haast en tijdsdruk.

## **4.2 De Persoonlijke Reisleider**

De Persoonlijke Reisleider is een rol die duidelijk naar voren komt uit de werkbeschrijvingen van de respondenten. De journalisten zien hun werk als een zoektocht waarbij hun vertrekpunt een onderwerp is waarin ze persoonlijk zijn geïnteresseerd. Vervolgens nemen ze de lezer mee in hun persoonlijke ontwikkeling terwijl ze zich verdiepen in het onderwerp met als doel om hun eigen wereldbeeld, tegelijk met het wereldbeeld van hun lezers, completer te maken. De journalisten gebruiken hiervoor een persoonlijke, expliciet subjectieve en transparante stijl. De journalisten werken op projectbasis waardoor ze de kans krijgen zich voor een langere tijd te verdiepen in een bepaald onderwerp.

### **4.2.1 Subjectiviteit**

Bij De Correspondent gaat het niet slechts om de journalistieke stukken, maar ook om wie de stukken schrijft. De journalisten verwerpen het idee van objectieve journalistiek en daarvoor in de plaats bedrijven zij expliciet subjectieve, betrokken en transparante journalistiek. Tomas Vanheste legt uit:

Het idee van De Correspondent is juist betrokken journalistiek waar we allemaal onze eigen invalshoek hebben. Juist door je eigen betrokkenheid te laten zien geef je de lezer ook de kans om er anders over te denken, terwijl als je het verstopt, wat eigenlijk je aannames zijn en je voordoet alsof je objectief bent, dat is eigenlijk nog veel partijdiger dan als je je partijdigheid zichtbaar maakt. (p. 35)

Deze subjectieve, betrokken en vervolgens vrij persoonlijke journalistiek uit zich in verschillende aspecten. Leden kiezen bijvoorbeeld, vergelijkbaar met sociale media, welke

Correspondenten ze volgen (en dus voorbij zien komen in hun *feed*), elke Correspondent heeft een persoonlijke avatar boven zijn stukken en de meeste stukken zijn geschreven vanuit eerste persoon-enkelvoud. Nina Polak:

Dat vond ik eerst verschrikkelijk. Ik vind het ook nog steeds verschrikkelijk dat mijn hoofd boven mijn stukken staat, dat gaat maar niet over. Maar ja, het is ook wel een soort hypocrisie, dat ik dat verschrikkelijk vind, want uiteindelijk is het allemaal vrij subjectief, dat zie ik ook wel [...] Maar ik vind dat je heel erg de grens moet bewaken tussen jezelf als een soort voorbeeld geven, want dat vind ik legitiem, en exhibitionisme [...] Het moet wel allemaal wel in dienst staan van de strekking. (p. 31)

Hoewel niet alle journalisten zich even comfortabel voelen deze persoonlijke aanpak, zien ze er het nut wel van in. Het heeft meerdere voordelen: ten eerste zet de journalist zichzelf neer als een journalistiek merk. Lezers lezen niet zozeer De Correspondent, maar ze volgen een journalist. Ze lezen Polak, Bohlmeijer of Van Veelen:

Het idee daarachter is wel goed, want je geeft iemand vrijheid om z'n eigen obsessies te volgen en je zegt niet: jij bent redacteur economie, maar je bent een schrijver of beeldmaker en je gaat vervolgens gewoon je gang en dat trekt mij aan omdat ik zelf veel liever zo werk, met alle ruimte en alle tijd om eigenlijk je eigen interesses te volgen. (p. 152)

Door het gebruik van een eigen schrijfstijl en verteltechnieken leren de lezers de aanpak van de journalisten kennen. Als ze deze aanpak fijn vinden, kan dit een motivatie zijn om de stukken van deze journalisten te lezen, ook als het onderwerp niet bij voorbaat interessant lijkt te zijn:

Dat is natuurlijk toch een van de problemen van De Correspondent. Als we niet nieuws brengen, want dat is de uitzondering, maar juist wat zich iedere dag afspeelt, dan mis je dus een ankertje in de actualiteit. Ja, dat is toch voor een journalistiek altijd lastig [...] om de urgentie duidelijk te maken. Nou, dat geldt voor dat soort gesprekken ook, iemand die niet in het nieuws is, niet beroemd, niet een soort preliminaire nieuwsgierigheid wekt, dan moet dat helemaal uit het gesprek zelf voortkomen. [...] En dat is dus lastiger om mensen te bereiken, maar dat ik hoop dan dat, als ze mij eenmaal hebben leren kennen, dat het dan meer om mijn benadering van mensen gaat, mijn stijl van interviewen, waardoor je weet dat je toch ook weer iets zult meekrijgen. (p. 126)

De keuze van De Correspondent om niet alleen onderwerpen aan te snijden die actueel zijn zorgt ervoor dat de stukken een andere factor nodig hebben die lezers naar het stuk toe trekt.

Het journalistieke merk (de journalist met zijn eigen stijl, aanpak, onderwerpen) kan een aantrekkingskracht zijn. Dick Wittenberg vergelijkt de functie van journalisten van De Correspondent met het werk van reisjournaliste Floortje Dessing (p. 114). Kijkers van haar programma's volgen haar en interesseren zich in de reizen die zij maakt, niet omdat er een preliminaire interesse is voor de inhoud, maar vanwege haar persoonlijkheid, vanwege het journalistieke merk Floortje Dessing. Dit merk is voor lezers een impuls om stukken te lezen die in eerste instantie geen traditionele nieuwswaarde (zoals actualiteit) lijken te bevatten.

Een bijkomend voordeel van de subjectieve aanpak van deze journalisten is dat er ruimte is om uit persoonlijke ervaringen te putten, wat zeer bruikbaar en waardevol kan zijn voor journalistiek. Roes vertelt:

Je persoonlijke ervaring als journalist, je subjectieve ervaring binnen het verhaal kan juist heel relevant zijn. Misschien kan je een achtbaan wel het beste omschrijven door in die achtbaan te gaan zitten en te omschrijven wat je voelt. Dat is uiteindelijk toch een beetje waar het om gaat. (p. 43)

Bij De Correspondent krijgt hij de ruimte om vanuit zijn eigen expertise te schrijven over een onderwerp waar hij veel mee in aanraking is gekomen, waardoor hij schrijft met een grote betrokkenheid. Daardoor gaat hij dieper in op onderwerpen, omdat er sprake is van oprechte nieuwsgierigheid.

Wat dat betreft was het hele jaar ook een soort zoektocht naar mezelf.

Drugsproblematiek speelt bij iedereen, overal. Iedereen kent wel iemand waar ergens iets aan de hand is. En bij ons thuis, nou mijn moeder heeft een probleem met alcohol, mijn oudste broer heeft een cannabispsychose gehad, die heeft drie, vier jaar in klinieken gezeten, psychotisch geweest en dat allemaal. Mijn beste vriend had een verslaving aan wiet en ik heb zelf van alles een keer gebruikt. Dus ik ken al die problematieken gewoon. (p. 53)

De betrokkenheid die hij voelt bij het onderwerp, in combinatie met de werkvorm van langere projecten en lage tijdsdruk, stimuleert Roes om diep in het onderwerp te duiken met een eindeloze nieuwsgierigheid voor hoe de drugsproblematiek in elkaar zit. Een egoïstisch vertrekpunt kan dus voor betere kwaliteit van nieuws zorgen.

#### 4.2.2 Transparantie

Het gebruik van subjectiviteit brengt een voorwaarde met zich mee: journalisten vinden dat ze zo transparant mogelijk moeten zijn over de manier waarop ze tot bepaalde inzichten komen. Zodra subjectiviteit erkent wordt, is de journalist al op de goede weg volgens Roes:

Daarom vind ik De Correspondent dus ook zo goed, die erkenning van: we zijn allemaal gewoon maar mensen met bagage die zo goed en kwaad als het kan voor u, de lezer, proberen om een coherent verhaal te construeren. Dat is de eerste stap. Dat je dus erkent dat je als het ware niet feilloos bent, maar dat je als persoon met allemaal van die dingen komt. (p. 54)

De combinatie van betrokkenheid en transparantie is voor veel journalisten een belangrijke reden om voor De Correspondent te werken:

Dat vind ik ook heel goed aan De Correspondent, we kunnen ons kwetsbaar opstellen. Van: nou, we twijfelen, of dit ligt heel genuanceerd, of ik weet het nog niet, help me. Want dat is natuurlijk ook het idee, dat we mensen heel erg meenemen in ons proces en dat je vanaf het begin zegt: nou ik wil dingen weten van de Wereldbank, dat ken ik nu nog helemaal niet, wie kan me helpen? Weet je wel. (p. 68)

Journalisten zien hun werk dus als een persoonlijke zoektocht naar informatie en persoonlijke ontwikkeling waarin ze hun lezers meenemen in hun leerproces. De acceptatie van subjectiviteit betekent voor de journalisten ook de acceptatie van stellingname. “Dat is wel het leuke aan De Correspondent,” zegt Bart de Koning. “Je wordt ook geacht om stelling te nemen. Dat geouwehoer van neutraal en objectief... Zolang je maar gewoon expliciet bent over waar je voor staat dan is er niks aan de hand” (p. 86). Hij benadrukt dat dit ook relevant is voor de lezers, omdat het loslaten van objectiviteit een kritischere stance mogelijk maakt. Als politici onzin verkopen hoef je die informatie niet door te geven aan lezers onder het mom van ‘neutrale journalistiek’:

Dat heb je ook heel lang in Amerika gezien met Trump en je hebt het ook in Engeland gezien voor de Brexit, dat je ieder voorstel van de andere kant, ook al is het totaal krankzinnig, evenveel aandacht moet geven als je objectief wil blijven. Terwijl, als je gewoon zegt: ja maar hij liegt dat ie barst, dit is zulke lulkoek, dit gaan we niet afdrucken, dat is ook voor je lezers beter. (p. 86)

Thijs Roes noemt dit “sniff out bullshit wherever you can” (p. 58) en noemt dit ook als een van zijn taken als journalist: “Dat is dus volgens mi mijn taak, om dus inderdaad zin van onzin te scheiden en dat naar mensen toe te brengen”. Zo lang hij transparant is over de keuzes die hij maakt, kan hij de relevante informatie van de irrelevante informatie scheiden en mag hij hier een oordeel aan vastknopen.

#### 4.2.3 De Wereld Begrijpen

Het doel van deze persoonlijke zoektocht is om de wereld beter te begrijpen, waarbij het wereldbeeld van de journalist zowel als de lezer verbreed wordt. Dit staat in contrast tot

traditionele media. Thijs Roes vertelt dat hij een stuk wilde schrijven over een bijzondere drugsdealer, wat de Volkskrant niet wilde publiceren omdat het te controversieel was.

Traditionele media, volgens Roes, voeden de mensen wat ze al weten en wat ze willen horen.

Ik sprak een jongen van de Telegraaf en ik had een beetje een discussie met hem hierover en ik zei: je wil toch juist je lezers juist verrassen en iets nieuws laten zien? En hij zei: nee je wil ze toch gewoon voeren wat ze willen? [...] Nou ja, ik weet niet wat voor verschil in inzicht dat precies is. Maar zo zit ik gewoon niet in elkaar. Dus als je inderdaad aan een soort infuus wil liggen van informatie, dat je precies hoort wat je al weet, nou dat doen media over het algemeen denk ik. (p. 50)

Roes stelt dat zijn doel is om lezers de wereld een stukje beter te laten begrijpen door het bieden van context en duiding en het brengen van verhalen die andere media niet publiceren. Het nieuwsprogramma waar hij voorheen voor werkte noemt hij “entertainment voor de mensen die ’s avonds om half 8 niks te doen hebben, maar [dat] niet echt helpt, niet fundamenteel helpt om de wereld beter te begrijpen” (p. 60). Hij noemt het met *dopamine-releasers*: lezers zijn verslaafd aan een continue stroom aan informatie en updates die niet bijdragen aan het creëren van een realistisch wereldbeeld. Bohlmeijer sluit zich hierbij aan:

Ik word ook helemaal gek van het soort journalistiek dat gaat over de schandaaltjes en de conflictjes en de hypes waarbij journalisten alleen maar achter elkaar aanrennen.

Die niet gaan over wat er werkelijk aan de hand is, op de lange termijn. (p. 131)

Met name de traditionele nieuwswaarde *actualiteit* wordt verworpen door deze journalisten. Ze proberen zich te verdiepen in onderwerpen zodat ze bepaalde systemen in de samenleving kunnen blootleggen. Dit kan alleen door voor een langere periode onderzoek te doen naar onderwerpen. Traditionele media publiceren geïsoleerde artikelen van kortstondige relevantie waardoor het voor lezers moeilijk is om het grotere plaatje te zien. Sanne Blauw wil haar lezers “de wereld wat beter te laten begrijpen” door “een abstracte wereld concreter [te] maken” (p. 77). Ze noemt statisticus Hans Rosling als haar voorbeeld:

Die zei ook: media laten je maar een heel klein stukje van de werkelijkheid zien. Hij werkte dus veel met cijfers en de cijfers zeggen: er is steeds minder armoede, steeds minder kindsterfte, nou allerlei dingen. Dus volgens mij is het de taak als journalist om de hele wereld te begrijpen en niet alleen het kleine stukje waar orkanen zijn en waar oorlogen zijn [...] Gewoon de hele wereld en daar zijn nieuwsmidia niet altijd even goed op toegerust denk ik. (p. 78)

Door het werken op projectbasis is er bij De Correspondent ruimte voor de ‘grote vragen’, één van de redenen voor Sanne Blauw, van origine wetenschapper, om voor De Correspondent te werken:

Een wetenschappelijk onderzoek is toch vaak heel erg afgebakend, klein. Ik deed bijvoorbeeld onderzoek naar geluk. Dan wilden we in Bolivia kijken hoe geluk dan afhangt van de mensen om je heen. Nou, dat gaat dan om een hele specifieke groep, over één heel specifiek onderdeel van geluk. En daarin ga ik nog niet eens in op de discussie van: is geluk wel meetbaar, waarom willen we dan eigenlijk meten? Wat is geluk eigenlijk? En ik merkte toch vaak dat ik dan iets te breed geïnteresseerd ben, ik ben gewoon niet zo specialistisch dat ik dat dan leuk vind. En dan ga ik liever aan de slag met de grote artikelen over: wat is geluk eigenlijk en wat gebeurt er nu allemaal? Wie zijn er hiermee bezig? Wat zegt het onderzoek tot nu toe? Dus voor mij zit het gewoon net tussen wetenschap en journalistiek in, zodat ik gewoon lekker ergens in kan duiken en ook een andere vormen kan gebruiken, andere vragen kan stellen. (p. 67)

Omdat er ruimte is voor deze grote vragen, kunnen journalisten veel dieper in gaan op hun onderwerpen waardoor ze hun lezers mee kunnen nemen in een langduriger, preciezer en dus completer proces van kennisvergaring en meningsvorming. Onderwerpen vallen dus ook niet per se binnen traditionele journalistieke *beats*. De Correspondent neemt namelijk andere journalistieke *beats* aan dan traditionele kranten, waardoor journalisten de mogelijkheid krijgen interdisciplinaire stukken te schrijven. Ook samenwerkingen met andere journalisten zorgen ervoor dat de behandelde onderwerpen van De Correspondent specialisme-grenzen overschrijden. Omdat er niet wordt verwacht dat onderwerpen binnen één hokje passen, is het mogelijk grotere, bredere vragen te stellen en onderwerpen vanuit verschillende invalshoeken te belichten. Zo werken de journalisten aan verbreding van hun wereldbeeld en nemen hun lezers mee in dit proces. Lennart Hofman legt uit:

Wij hebben natuurlijk onze tuinen, onze specialismes noemen we dat. Dus ik schrijf over vergeten oorlogen, iemand anders schrijft over klimaat. Jelmer bijvoorbeeld, die weet heel veel over klimaat en ik weet heel veel over conflicten, maar dat hangt natuurlijk ook weer samen. Dus als wij dan samen kijken hoe onze onderwerpen samenhangen dan kunnen wij misschien een ander licht op ons onderwerp schijnen en die kruisbestuiving wordt heel erg gewaardeerd. Zodat je niet in je eigen bubbeltje blijft leven waar het alleen maar over conflicten gaat. (p. 17)

Lex Bohlmeijer stelt ook dat zijn doel is om voorbij de waan van de dag te zoeken naar verhalen die een beter wereldbeeld van lezers bewerkstelligen:

Ik wil eigenlijk, en dat is helemaal in de filosofie, in de geest van het denken van De Correspondent, afgezien van dat je wil beschrijven wat er nou écht aan de hand is, in plaats van de conflicten en de schandalen die dan even een dag een hype vormen en die iedereen de volgende dag alweer vergeten is, zijn er allemaal dingen die gebeuren en die ons allemaal raken en die écht van belang zijn, voorbij de waan van de dag. Nou, daar wil ik een rol in spelen, bijvoorbeeld over moslims, om maar eens een voorbeeld te noemen. Daar is een heel ander beeld mogelijk. Dat is er journalistiek aan denk ik. (p. 127)

De rol van de journalist is dus niet het zo snel mogelijk brengen van informatie, maar het zoeken naar puzzelstukjes die samen een completer en breder wereldbeeld vormen dan het beeld dat traditionele media scheppen.

### 4.3 De Experimenterende Journalist

Journalisten bij De Correspondent krijgen alle vrijheid om zich te ontwikkelen en te experimenteren qua stijl, onderwerpkeuze, en vertelmannieren. Door geijkte onderwerpen op nieuwe manieren te belichten of onbekende onderwerpen naar voren te brengen proberen zij unieke verhalen te schrijven die niet bij andere media gepubliceerd worden. Van de *copy-paste*-cultuur die geïdentificeerd werd in de traditionele verslaggeving is bij De Correspondent geen sprake. Journalisten van De Correspondent zijn gericht op innovatie. Constant zoeken zij naar betere manieren om hun verhalen te vertellen of te laten zien en hebben zij ideeën over de toekomst van het medium. De juiste vorm vinden om bepaalde boodschappen over te brengen wordt voor deze journalisten een doel op zich.

#### 4.3.1 Stijlontwikkeling

Voor Nina Polak is de juiste vorm voor haar stukken vinden een belangrijk doel:

Mijn persoonlijke doel is wel echt om te kijken hoe je zo goed mogelijk en zo nieuw mogelijk over dit soort dingen kan schrijven. Het zijn onderwerpen waar veel over geschreven wordt, waar veel journalistiek ook over gaat, maar ik wil wel echt steeds over al die dingen echt wat anders zeggen [...] daar is wel ruimte voor bij De Correspondent en ik denk op niet zoveel andere plekken. (p. 29)

Een duidelijk voorbeeld van nieuwe manieren om verhalen te vertellen is het stuk van Dick Wittenberg over een bejaardentehuis in het plaatsje De Kalb, Verenigde Staten.

Uiteindelijk heb ik daar een verhaal over geschreven voor De Correspondent en ik had het idee: ik kan alleen maar vertellen hoe het leven in dit bejaardenhuis is, niet door één of twee personen aan het woord te laten, maar ik doe het in de wij-vorm, en dit is een soort Grieks koor en ik laat ze allemaal zingen en een keer komt de ene stem er wat sterker uit en dan komt er weer een andere uit. Die wij-vorm had het bij de krant nooit gehaald. Bij De Correspondent verbaast het me misschien ook nog dat er niemand bezwaar tegen heeft gemaakt. Volgens mij was het een hartstikke goede poging en was het de beste vorm voor dit onderwerp (p. 117).

Dit is een voorbeeld van waarom deze journalisten herhaaldelijk stellen dat De Correspondent zich op de flanken van de journalistiek bevindt: het is geen *hardcore* journalistiek, maar neigt soms sterk naar literatuur. De journalisten krijgen alle vrijheid om te experimenteren met, zoals in dit voorbeeld, stijlen en manieren van verhalen vertellen om uit te vinden op welke manier deze het beste over komen.

#### 4.3.2 Nieuwe technologieën

Thijs Roes, van origine filmmaker, vindt dat De Correspondent nog veel meer kan doen wat betreft deze vertelvormen.

Ik heb het idee dat er nog veel meer mogelijk is, dus eigenlijk van die hele innovatieve projecten, veel met beeld doen en een hele andere manier van kijken. Een grafiekje zegt veel meer dan duizend woorden [...] Ik denk dat De Correspondent gewoon nog bestaat uit mensen die komen uit de krantenwereld, en dus heel erg tekst-based zijn en dat ben ik eigenlijk niet. (p. 63)

Omdat De Correspondent alleen een digitaal medium is liggen alle mogelijkheden open en de journalisten willen graag meer experimenteren met (nieuwe) technologieën waarmee zij hun verhalen kunnen vertellen. Zo maken een aantal journalisten al gebruik van de podcast, met name Lex Bohlmeijer, van origine radiomaker. Hij voert gesprekken die via het medium beluisterd kunnen worden. Het gebruik maken van audio heeft volgens hem een bijzonder voordeel:

Ik ga volgende week praten met Bert Keizer, dat is echt iemand die prachtig spreekt over de dood en als ouderengeneeskundige daar veel mee te maken heeft, omdat ik vind dat we er juist wel heel veel mee bezig moeten zijn, er veel over moeten praten, en al is het onhandig en al maakt het bang of is het kwetsbaar. Ja, dat zie ik ook een beetje als mijn taak omdat ik die vorm heb, van het gesprek en audio, dus je komt door de stem, de menselijke stem, heel dicht bij de ziel of de emotie. Dus dat is ook echt wel een beetje mijn onderwerp. Niet altijd, maar ik vind een gesprek het mooist als dat

er ook inzit [...] Dit is wel waarom ik audio gebruik, dat is de ideale vorm daarvoor. Dat is voelbaar, dat leg je niet uit, maar je voelt het. En het creëert betrokkenheid bij mensen. (p. 128)

De vorm van audio voegt een dimensie toe aan Bohlmeijer's gesprekken. Het roept een bepaalde emotie, een bepaald begrip op wat niet met woorden op papier gezet kan worden. Ook werkt hij af en toe samen met andere journalisten om hun verhalen te publiceren als podcasts. Samenwerkingen is iets waar veel journalisten graag meer van willen zien om deze technieken van verhalen vertellen verder te ontwikkelen:

Stel, je hebt iemand die waanzinnig goed is in datajournalistiek, die koppel je aan iemand die een hele goeie pen heeft en dat koppel je aan een video ofzo, dan maak je samen een verhaal en je maakt er een videotje van en je maakt er een goed geschreven verhaal van en je hebt keiharde cijfers, dan je hoeft niet alles zelf te doen, je bent ook niet overal goed in. [...] En voor heel veel mensen is dat een opluchting, dat je het niet allemaal in je eentje hoeft te doen. Journalistiek is nog best wel een verzameling van eenlingen die ieder voor zich schrijven. Dat [samenwerken] gaan ze bij De Correspondent veel meer doen (p. 145)

Door deze samenwerkingen willen journalisten toe naar manieren van verhalen vertellen waarin verschillende technologieën, stijlen en disciplines elkaar aanvullen.

#### **4.4 De Gespreksleider**

Journalisten van De Correspondent zien zichzelf als gespreksleiders. Ze krijgen veel reacties op hun stukken, zowel op het medium zelf in de vorm van *comments* als persoonlijke e-mails. Hoewel een aantal journalisten zegt niet veel te doen met publieksinteractie reageren zij allen op de reacties die ze krijgen. Een aantal plaatsen oproepen, waarbij leden de mogelijkheid krijgen onderwerpen aan te dragen, eigen verhalen in te sturen en kennis te delen met de Correspondent in kwestie. Niet alle journalisten zijn overtuigd van het nut van publieksinteractie voor hun eigen onderwerpen, maar ze beamen allen dit belang voor andere journalisten en het doel van het medium zelf. Ook zeggen benadrukken ze allen dat ze zich willen ontwikkelen in de interactie met leden en vindt een aantal journalisten dat dit aspect vanuit het medium zelf belangrijker moet worden, waardoor een gemeenschap wordt gecreëerd gebaseerd op het delen van kennis en ervaring.

##### **4.4.1 Reageren**

Voor veel journalisten van De Correspondent is het de bedoeling dat er een gesprek ontstaat tussen de journalist en zijn publiek. Vanheste stelt: "het is tweerichtingsverkeer en niet alleen

van de journalist naar het publiek toe”(p. 37). Ook Thijs Roes benadrukt dat hij met name door dit tweerichtingsverkeer een gesprek kan aangaan met burgers en dat dit bij De Correspondent ook verwacht wordt.

Rob zegt ook elke keer: je bent een discussieleider, je wilt een discussie leiden dus als een deel van de zaal z’n mond houdt, dan zeg je: kom! Of als iemand een heel interessant iets heeft voor die discussie, maar ze worden overschreeuwd door iemand anders dan vind ik het dus niet raar om te zeggen van, kom maar, praat maar. Dus ik ga wel vaak terug naar wat me bij de Correspondent verteld is, dat je dus een discussieleider bent. Dat zou ik doen als ik op een podium sta, en mensen kijken naar je, maar je kan niet je mening doorduwen, maar je kan wel dingen eruit lichten en vertellen waar je mee bezig bent. (p. 47)

De journalist haalt op deze manier ongehoorde stemmen naar boven, waardoor nieuwe informatie gedeeld kan worden. Ook laat de journalist zich sturen door zijn lezers. Tomas Vanheste vertelt hoe hij zich wel eens laat beïnvloeden door reacties van leden:

Een tijdje geleden schreef ik een wat somber getoonzette notitie over een Europese top waar veel onenigheid was en daar had iemand een commentaar onder gezet met de strekking: we moeten ook eens opschrijven wat er allemaal voor moois van die Europese Unie is gekomen, met dit soort negatieve verhalen schieten we niks op. Ben ik het niet helemaal mee eens want kritiek is ook zinvol, maar die reactie was voor mij een soort druk om een stuk te maken ter gelegenheid van 60 jaar Europese Unie over wat voor moois dat project allemaal heeft gebracht. En zo heb je voortdurend interactie met lezers die bekritisieren, die suggesties doen, die meedenken. En dat past helemaal binnen het model van De Correspondent. (p. 35)

De Correspondent heeft volgens de journalisten zeer kritische lezers, wat de journalisten stimuleert om secuur te werk te gaan. Sanne Blauw zegt: “het houdt ons ook heel scherp want als ik een fout maak of als ik iets zeg wat ik niet onderbouw, dan word ik echt op het matje geroepen [door lezers]”(p. 72). Een andere manier van interactie die Blauw graag gebruikt is de persoonlijke nieuwsbrief. Sanne Blauw:

Ik heb bijvoorbeeld een persoonlijke nieuwsbrief die ik elke week schrijf en dat vind ik gewoon heel tof, dat is ook een hele fijne manier om te vertellen over je werk [...] Ik krijg daar ook weer persoonlijke reacties op terug, want het is natuurlijk ook, als je gewoon laat zien van: ik ben gewoon een persoon, dan krijg je ook heel ander contact met je lezers en dat is voor ons heel belangrijk. Het hele idee is ook dat we het zeker niet in ons eentje kunnen doen maar dat we de experts om ons heen nodig hebben om ons te helpen. (p. 69)

Bohlmeijer stelt deze interactie als een verplichting voor journalisten. “Je hebt een openbare functie dus je bent je moet bereid zijn om dat wat het oproept aan reacties tot je te nemen” (p. 133).

#### 4.4.2 Afhankelijk van Correspondent en Stuk

Journalisten zijn het erover eens dat publieksinteractie bij de één relevanter is en beter werkt dan bij de ander, afhankelijk van het onderwerp en het doel van het geschreven stuk. Nina Polak legt uit:

Ik ben voor mijn doel niet overtuigd van de zin van publieksinteractie. Voor anderen wel hoor. [...] [Maar] essays online, [...] die zijn gemaakt om te lezen en niet om een boodschap uit te dragen ofzo. (p. 30)

Meerdere journalisten beamen dit punt. Wanneer zij stukken schrijven in de vorm van essays, voelen zij dat interactie minder belangrijk is omdat het doel van deze stukken niet geheel duidelijk is. Voor Thijs Roes zijn lezersreacties van minder belang vanwege de jonge aard van zijn onderwerp:

Ik ben met zo’n nieuw onderwerp bezig, dat bij al die reacties die ik krijg, er maar één of twee echt iets toevoegen aan het verhaal. Veel zijn er toch wel van: oh leuk, interessant, dankjewel. (p. 46)

Waardevolle reacties ontbreken dus onder sommige stukken. Een probleem waar ook Bart de Koning tegen aanloopt. Hij schrijft over de politie als organisatie, en volgens hem reageren politiemensen niet graag kritisch onder hun eigen naam op het internet. Vanwege verschillende redenen lukt de lezersinteractie niet bij iedereen en onder elk stuk.

#### 4.4.3 Samenwerkende Gemeenschap

Het doel van het medium is uiteindelijk om een gemeenschap van leden tot stand te brengen waarbij iedereen zijn expertise meeneemt en kan bijdragen aan discussies.

Uiteindelijk wil Rob een soort gemeenschap hebben van verstandige mensen die samen verstandig beleid maken, verstandige ideeën verzinnen en dat dan ook presenteren. Het is niet alleen maar vanaf de zijlijn roepen dat het allemaal anders moet. (p. 96)

Samenwerken met leden doen journalisten al. Voor sommige verhalen worden lezers opgeroepen om hun eigen ervaringen te delen, of om op pad te gaan om mee te helpen met het verzamelen van informatie, zoals bij de projecten van Dick Wittenberg.

Dat is ook de kracht, denk ik, van De Correspondent. Dat je er leden bij kunt betrekken die bereid zijn om op pad te gaan, of die heel veel kennis hebben, of die een

netwerk hebben. Het bijzondere aan Nieuw in Nederland is dat er honderden leden van De Correspondent bij betrokken zijn geraakt. Zij hebben materiaal hebben aangeleverd en dat beviel mij zo goed dat ik bij een nieuw project, Alledaagse Helden, ook zoveel mogelijk probeer samen te werken met de leden. (p. 109)

Door te putten uit de ervaring die leden van deze gemeenschap hebben, komen journalisten ook aan informatie die ze anders wellicht niet hadden gevonden.

Kijk, die scoop waar we het net over hadden. Jelmer is aan die video gekomen door zijn lezers, die hebben heel veel ingebracht. Hij heeft heel lang over Shell geschreven op een manier die betrouwbaar was, waardoor hij een vast publiek van experts aan zich heeft gebonden. Die zijn naar hem toegekomen met die informatie, omdat ze voelden dat ze gehoord zouden worden, dus dat is heel zinvol. En heel mooi ook, heel goed. (p. 30)

Op deze manier komt er een samenwerking tussen journalist en lezer tot stand. Lezers leveren informatie aan (ook in de vorm van aanbevelingen van artikelen, boeken, het brengen van nieuwe inzichten en anekdotes) wat de journalist gebruikt voor zijn stukken. Deze interactie gaat vloeiend omdat het medium alleen digitaal is. Het samenwerken gaat snel, in tegenstelling tot de ouderwetse ingezonden brief voor de krant. Ook zijn de lezersreacties van hoge kwaliteit, wat volgens meerdere journalisten komt omdat leden geregistreerd zijn onder hun echte naam en niet anoniem kunnen *trollen*.

Veel journalisten benadrukken dat het medium nog niet zijn volle potentie heeft bereikt wat betreft het creëren van een gemeenschap, en dat dit in de toekomst een punt van ontwikkeling moet zijn. Ze geloven ook dat lezers het belangrijk vinden om deel uit te maken van deze gemeenschap: “dat je in gesprek kan gaan met de journalist zodat je onderdeel wordt van zo’n proces, dat je je betrokken voelt en dat het oplossingsgericht is. Dat wordt allemaal niet geboden door traditionele media,” stelt Lennart Hofman (p. 23). De leden van De Correspondent moeten volgens de journalisten dus een grotere rol krijgen in het nieuwsproductieproces.

Ik denk dat het betrekken van leden nog veel meer kan. Ik bedoel, we proberen echt om een platform te zijn, dus dat zou ook wel tof zijn als leden uiteindelijk ook zelf een profiel hebben en nog makkelijker met elkaar in gesprek gaan [...] dus nog veel interactiever eigenlijk. (p. 80)

Het platform is bezig met het uitbouwen van dit interactieve aspect. Er lopen al meerdere projecten waarbij een grote nadruk ligt op het samenwerken met leden. Dit is een belangrijke factor die De Correspondent een uniek medium maakt volgens de journalisten.

Je schrijft een stuk en je hebt onder je stuk 10 mensen die er nog veel meer vanaf weten dan jij. Trek ze voor nadat je ze gecheckt hebt en ga een keer met ze zitten. Thalia Verkade doet dat heel goed met de fiets file, allemaal mensen komen daar als vliegen op af, zo van: ik wil hier ook over meepraten. Ze betreft ze er allemaal bij en dat is volgens mij wat het uniek zou kunnen maken. (p. 160)

Vanuit de filosofie van De Correspondent zowel als de overtuigingen van journalisten zelf is dit een belangrijk punt waar nog meer aandacht aan geschonken moet worden in de toekomst.

Daar wordt nu ook heel erg op ingezet, want we geloven ook dat dat heel belangrijk is en dat daar heel veel te winnen valt. Ik geloof wel dat mensen graag weer onderdeel willen zijn van een groep die zich voor een groter ideaal inzet, wat dan het beter maken van de wereld is. Dat past wel bij De Correspondent denk ik. (p. 23)

#### **4.5 De Toekomstgerichte Journalist**

Hoewel er herhaaldelijk wordt benadrukt dat elke journalist zijn eigen stijl en technieken heeft, wordt er vaak gesproken over de taak van het aandragen van mogelijke oplossingen voor problemen of het schetsen van toekomstbeelden. Journalisten van De Correspondent vinden het belangrijk om inspirerende verhalen te vertellen waar lessen uit getrokken kunnen worden, om toekomstbeelden te schetsen en om, in sommige gevallen, zelf actie te ondernemen.

##### **4.5.1 De Oplossingsgerichte Schrijver**

Lennart Hofman ziet het als zijn taak om, naast het plaatsen van conflicten in een duidelijke context, lezers andere verhalen aan te bieden dan de stereotype conflictverslagen met een blik op de toekomst.

Dat je kijkt naar wat er mis gaat, maar dat je ook kijkt naar wat er nou eigenlijk goed gaat. En kunnen we een oplossing bedenken voor het probleem waar je over schrijft? [...] Beetje licht aan het eind van de tunnel zeg maar. (p. 8)

Lennart uit dit in zijn werk door verhalen te schrijven over sterke mensen in oorlogsgebieden. Op deze manier vertelt hij verhalen die niet zozeer in andere media voorkomen en die daardoor het wereldbeeld van zijn lezers verbreden.

[Mensen] die ondanks de ellende toch nog in staat zijn om er het beste van te maken [...] of dat ze dingen doen die vrij indrukwekkend zijn die mensen eigenlijk niet weten en daarmee breek je ook een beetje die stereotypen af van zielige Afrikanen. (p. 9)

Daardoor geeft hij zijn lezers hoop, in plaats van negatieve informatie op ze af te sturen en dan zijn handen er vanaf te trekken. Hij wil zich in de toekomst meer richten op het probleem

van radicalisering en gaat hij op zoek naar mogelijke oplossingen hiervan. Door te kijken hoe het probleem in andere landen wordt aangepakt kunnen we in Nederland leren van anderen. Door toekomstgericht te werken en positieve verhalen te zoeken, kunnen lezers lessen trekken. Dit past volgens Arjen van Veelen in de filosofie van De Correspondent:

Ik heb daar wel over nagedacht, ook beïnvloed door de correspondentfilosofie. Als je puur voor jezelf iets doet, dan kan je beter literatuur gaan schrijven. Ik vind wel dat de lezer, of de leden in dit geval, er iets aan moeten hebben. En dat maakt het ook makkelijker in een zekere zin omdat je een concreet doel hebt dus ik dacht: ik kan een serie stukken maken waarin ik steeds naar mensen op zoek ga en mensen interview vanuit verschillende achtergronden om een soort conclusie te trekken: als je een zinvol leven wil hebben dan moet je dit doen. Gewoon lessen. Levenslessen. (p. 149)

De journalisten van De Correspondent zien het als hun taak om stukken te schrijven waardoor lezers iets leren, wat ze helpt om de wereld beter te maken. Enerzijds beogen ze het bewerkstelligen van persoonlijke ontwikkeling, anderzijds kan het ook invloed hebben op grotere organisaties:

Ik vind het belangrijk dat [...] het in ieder geval op papier staat, zodat de mensen die bij hulporganisaties werken, politici, dat die in ieder geval weten dat dit speelt, en dat ze het kunnen gebruiken als ze beleid maken. (p. 6)

De journalisten vinden dat ze vanuit hun expertise suggesties mogen doen tot het veranderen van bepaalde situaties. Hieronder verstaan ze het schetsen van toekomstscenario's en het bedenken van oplossingen voor bepaalde problemen. Tomas Vanheste zegt over deze toekomstgerichte journalistiek het volgende:

Je bent geen politicus, je bent geen actievoerder, het is niet de bedoeling dat je een partijprogramma gaat schrijven, maar ik denk wel dat een journalist die zich heel systematisch en langdurig met een bepaald onderwerp bezighoudt en dus een bepaalde kennis ontwikkelt, dat je vanuit die kennis dan ook kan proberen om oplossingen of mogelijke toekomstbeelden aan te dragen. En dat is niet verboden om als journalist te doen, sterker nog: je kunt de lezer kunt prikkelen en bij je verhaal betrekken en perspectieven bieden. (p. 37)

Het toekomstgerichte schrijven is een expliciet doel van journalisten van De Correspondent. Ze proberen niet alleen negatieve, maar ook positieve ontwikkelingen te beschrijven.

Wij helpen om echt dat wat er speelt als probleem, maar ook als goede ontwikkeling in kaart te brengen en na te denken over hoe dat nog verder geholpen kan worden. Dat vind ik ook eigenlijk heel erg inspirerend. Het is ook constructief. Het is niet alleen

maar: er gaat hier iets mis, nee. Maar ook: zullen we bouwen? Aan betere oplossingen.  
(p. 131)

Lynn Berger probeert lezers stil te laten staan bij dingen die vanzelfsprekend lijken met het doel lezers te inspireren om na te denken over andere mogelijke scenario's: "Ik denk dat als je dat bij een ding doet, dat je dan ook zo'n bril op kan zetten en dat je gewoon helemaal zo naar de wereld en naar de werkelijkheid gaat kijken van, kan het ook anders?" (p. 164). Deze vraag, "kan het ook anders", laat de wens zien om situaties te veranderen. Journalisten zien het als hun taak om lezers hoop te geven en te inspireren. Door oplossingsgericht te schrijven kunnen journalisten invloed hebben op hun lezers, van het aanzetten tot kritisch nadenken tot daadwerkelijke actie ondernemen. Thijs Roes vertelt dat zijn stukken over het drugsbeleid van de toekomst veel worden gelezen binnen de verslavingszorg. Deze mensen, die drie jaar geleden niet durfden te spreken over de mogelijkheid van het legaliseren van drugs, ondernemen na zijn serie van De Correspondent actie door een brief naar de Eerste Kamer te sturen waarin ze zich uitspreken vóór legalisering.

Ik hoop dat ik op zulk soort momenten dan toch invloed heb gehad. Ja, Vera Bergkamp heeft daar natuurlijk heel veel aan gedaan, en de advocaten die heel veel rechtszaken hebben gedaan die hebben er heel veel aan gedaan. Maar ik denk dat, binnen wat ik kan bereiken, ik op zulk soort momenten toch de functie heb volmaakt die ik voor mezelf had gezien. (p. 47)

Zelf zet hij zijn publiek niet direct aan tot actie, maar door oplossingen te opperen en mogelijke scenario's te schetsen geeft hij zijn lezers moed om zelf aan het werk te gaan om deze oplossingen te bereiken. Dick Wittenberg stelt:

[Mijn doel is om] mensen in beweging of in gesprek te brengen. [...] Ja om [mensen] te bewegen of in elk geval de kans geven om te bewegen [...] Je kunt ook informatie aanreiken zodat mensen het idee hebben: ik kan er wat mee, of daar moet ik iets aan doen. Ja, ik vind het belangrijk om mensen met verhalen de kans geven om iets te doen, om zich niet machteloos te voelen. Eigenlijk lijkt dat mij het grote effect van heel veel nieuws, dat mensen door dat bombardement helemaal dizzy achteroverslaan en denken: er is geen beginnen aan, ik kan hier absoluut niks aan doen. (p. 118)

Traditionele media richten zich vaak alleen op negatieve situaties zonder lezers de inzichten te bieden dat een betere toekomst mogelijk is. De Correspondent richt zich juist op het bieden van hoopvolle toekomstbeelden, waardoor lezers zich in staat voelen om situaties te beïnvloeden. In sommige gevallen gaan de journalisten van De Correspondent nog een stap verder, door zelf actie te ondernemen.

#### 4.5.2 De Oplossingsgerichte Activist

Een aantal journalisten ziet het als hun taak een stap verder te gaan dan oplossingen beschrijven, door actief te proberen een situatie te veranderen. Sanne Blauw noemt als voorbeeld de Privacy-week die De Correspondent hield naar aanleiding van het boek *Je hebt wél iets te verbergen* van Maurits Martijn en Dimitri Tokmetzis:

Als je het gewoon goed onderbouwt, met goede voorbeelden en uitleg over het probleem, net zoals met het boek van Maurits en Dimitri *Je hebt wel iets te verbergen* [...] Dat vind ik een heel goed voorbeeld, die hebben ontzettend veel onderzoek gedaan die weten heel goed hoe het probleem in elkaar zit [...] En dan zeggen ze van: oké we gaan jullie nu ook helpen om dit beter te doen. [...] Dus ik vind dat je, als je op een gegeven moment echt veel weet van een onderwerp, dan kan je ook gewoon zo'n houding aannemen omdat je dan op basis van je expertise zo'n uitspraak ook wel kan doen. (p. 76)

Meningen geven en een stap verder gaan door campagnes te ondernemen kan dus een taak zijn van journalisten die tegen een probleem aanlopen wat ze kunnen oplossen. “Het is sowieso wel een grotere verantwoordelijkheid volgens mij, maar ook wel eentje waar de journalistiek wel voor gemaakt is,” zegt Blauw. “Dus de macht controleren, maar het is soms ook wel systemen veranderen” (p. 76).

Bart de Koning, die voor zijn serie bij De Correspondent meeloopt bij de politie, krijgt ook de mogelijkheid om wat invloed uit te oefenen vanuit zijn expertise:

Het leuke aan de Correspondent is dat je daar dus heel erg constructief mee bezig kan zijn. Dan kom je ook op politiecongressen en dan hou je praatjes en dan ga je twee dagen op de hei zitten en praten over de verbetering van opsporing en dat vind ik heel leuk want alleen maar dat zeiken vanaf de zijlijn, dat is niet goed. (p. 88)

Correspondent Jesse Frederik, die naar aanleiding van zijn serie over de Nederlandse schuldenproblematiek de campagne Schuldvrij! startte, wordt vaak genoemd als voorbeeld van activistische journalistiek binnen De Correspondent. Hoewel lang niet alle journalisten even activistisch zijn als hij, staan ze allen achter zijn aanpak. Lex Bohlmeijer zegt hierover: “Ik denk dat wij inmiddels in zo'n onrechtvaardigde samenleving leven [...] dat we als uitvloeisel uit onze blik als journalisten op de werkelijkheid zover kunnen gaan dat we mee doen aan actie daarin” (p. 134).

Journalisten van De Correspondent krijgen de vrijheid en de tijd om zich voor een langere tijd te verdiepen in bepaalde problematieken, waardoor zij een expertise opbouwen

over hun onderwerp. Ze zoeken kwesties tot in de puntjes uit, waardoor ze de dynamieken van de problematiek kunnen blootleggen, wat mogelijk leidt tot het vinden van oplossingen. Alle respondenten benadrukten dat het belangrijk is deze mogelijke oplossingen aan te dragen. Sommigen, zoals Jesse Frederik, Dimitri Tokmetzis en Rutger Bregman, proberen actief beleid en gedrag te beïnvloeden zodat de oplossingen uitgevoerd worden. Deze zogenaamde activistische journalist is een rol die nog niet alle Correspondenten aannemen, maar waar velen wel naartoe willen werken of de journalisten steunen die deze rol wel aannemen.

#### **4.6 Conclusie**

In dit onderzoek zijn een aantal terugkerende thema's geïdentificeerd. De Correspondent, als medium, geeft alle vrijheid aan haar werknemers om hun werk op hun eigen manier in te vullen. De Correspondent bedient een nichepubliek, wat geïdentificeerd wordt als links, hoogopgeleid en blank. Door zich te ontwikkelen qua toegankelijkheid kan De Correspondent haar doelgroep uitbreiden. De Correspondent is expliciet in de vorm van journalistiek die bedreven wordt. Met name over constructieve journalistiek wordt vaak gesproken. Tot slot stelt De Correspondent journalistieke kwaliteit boven traditionele en commerciële nieuwswaarden. Deze kenmerken zijn voor verschillende journalisten redenen om voor De Correspondent te werken.

Daarnaast zijn er vier verschillende rollen geïdentificeerd. De Persoonlijke Reisleider neemt een persoonlijke interesse als vertrekpunt en neemt zijn lezers mee op in een mentaal ontwikkelingsproces, waarbij subjectiviteit en transparantie duidelijk naar voren komen in zijn stukken. De Experimenterende Journalist ziet het als zijn taak om de beste manier te vinden om een verhaal te vertellen, en krijgt alle vrijheid om gebruik te maken van nieuwe stijlen en technologieën. De Gespreksleider ziet het als zijn taak om te reageren op lezersreacties, hoewel het niveau, de frequentie en de waarde van de reacties sterk afhankelijk zijn van de Correspondent in kwestie en het soort artikel. Daarnaast is het voor de Gespreksleider belangrijk om een gemeenschap van lezers tot stand te brengen, waardoor lezers en journalisten met elkaar samenwerken en leden onderdeel worden van het journalistieke proces. Tot slot is er de Toekomstgerichte Journalist, die het als taak ziet om mogelijke toekomstbeelden te schetsen. Vanuit zijn expertise, probeert de Toekomstgerichte Journalist de wereld een stukje beter te maken. Dit doet hij door te schrijven over hoopvolle initiatieven, positieve ontwikkelingen en oplossingen voor situaties. Dit kan hij ook doen door zelf over de gaan op actie. Vanuit zijn expertise kan hij bijvoorbeeld campagnes starten om mensen in beweging te krijgen.

Deze rollen hebben alle net een andere focus: de Persoonlijke Reisleader gaat over inhoud en journalistieke stem, de Experimentele Journalist gaat over vorm en de ontwikkeling daarvan, de Gespreksleader gaat over samenwerkingen met publiek, over het leven van een stuk na de publicatie, en de Toekomstige Journalist gaat over de toon de journalist, en het doel: de wereld een betere plek maken.

Bij journalisten van De Correspondent komen deze vier rollen alle vier in verschillende mate voor. Ze bestaan naast elkaar, komen met elkaar in aanraking en beïnvloeden elkaar. Voor elke journalist is een ander aspect belangrijk, en elke journalist heeft zijn eigen beweegredenen om een bepaalde rol op een bepaald moment aan te nemen.

## 5. Conclusie

De aanleiding van dit onderzoek was de volgende vraag:

*Wat zijn de rolpercepties van journalisten van het born digital platform De Correspondent en hoe verhouden deze rolpercepties zich tot traditionele journalistieke rollen?*

Om deze vraag te beantwoorden is eerst gekeken naar voorgaand onderzoek over traditionele journalistieke rollen en rolpercepties. Daarna zijn tien journalisten die werken voor het platform De Correspondent geïnterviewd over hun werk. Deze interviews zijn geanalyseerd met behulp van kwalitatieve inhoudsanalyse, waaruit vijf kernthema's zijn voortgekomen. Aan de hand van deze thema's kunnen de volgende deelvragen worden beantwoord:

1. Om welke redenen hebben journalisten ervoor gekozen om voor De Correspondent te werken?
2. Wat zien deze journalisten als de belangrijkste verschillen tussen De Correspondent en de traditionele media?
3. Hoe omschrijven journalisten van De Correspondent hun eigen kerntaken?
4. Op wat voor manier (genres, onderwerpen, brongebruik, in feiten en opinie) geven journalisten van De Correspondent binnen hun platform invulling aan deze kerntaken?

In dit hoofdstuk worden de deelvragen één voor één beantwoord. Daarna volgt een conclusie op de onderzoeksvraag.

### 5.1 Redenen om voor De Correspondent te Werken

Journalisten vinden dat werken voor De Correspondent meerdere voordelen heeft. Ten eerste is er de vrijheid die ze krijgen. Journalisten mogen voor een groot deel zelf bepalen wat voor onderwerpen ze aanpakken. Daarnaast hebben ze weinig tijdsdruk, omdat ze over een langere periode meerdere stukken publiceren over een bepaald onderwerp. Ook qua stijl krijgen ze veel ruimte om te experimenteren. Zowel het uitproberen van verschillende schrijfstijlen, als het gebruiken van beeld en geluid is mogelijk, het medium staat overal voor open. Het persoonlijke aspect van het medium, wat betekent dat het gezicht van de journalist boven zijn stukken staat en er wordt geschreven vanuit eerste persoon-enkelvoud, vindt niet iedereen prettig. Toch zijn de meesten er van overtuigd dat dit bijdraagt aan het unieke karakter van De Correspondent. Ook is het prettig voor lezers. Vanwege de persoonlijkheid van het medium is de drempel bijvoorbeeld lager om contact op te nemen met de journalisten. Hierdoor wordt het interactieve aspect van het medium gestimuleerd.

Wat betreft de interactie van De Correspondent is er geen unaniem enthousiasme. De meeste journalisten vinden het waardevol, en vinden dat interactie een verplichting is voor journalisten. Anderen zijn minder overtuigd van het nut van interactie voor hun eigen stukken. Sommige artikelen zijn slechts geschreven om over na te denken, en minder om over in discussie te gaan. Toch stellen alle journalisten dat dit een positief aspect is van De Correspondent, is het niet nuttig voor hun eigen stukken dan is het wel waardevol voor een ander.

Een laatste belangrijke factor om voor De Correspondent te werken is het loslaten van objectiviteit. Alle journalisten benadrukken dat traditionele media, die zich nog steeds voordoen als objectieve media, “liegen” (Appendix C, p. 132) door te doen alsof ze waarheden spreken. Objectiviteit bestaat niet, daar zijn de journalisten van De Correspondent het over eens. Dat De Correspondent dit principe overboord gooit en transparant, expliciet subjectief is, is voor alle journalisten een belangrijke reden om zich aan te sluiten bij De Correspondent. Zij vinden dat transparante subjectiviteit bijdraagt aan hun geloofwaardigheid, meer dan objectiviteit zou kunnen doen.

## **5.2 Verschillen met Traditionele Media**

Voorgaande onderzoeken identificeerden de volgende kernwaardes in traditionele media: journalistiek is een publieke missie en draagt daarom een publieke verantwoordelijkheid. Daarom moet je als journalist ethisch handelen. De journalist moet autonoom zijn. De journalist moet objectief en neutraal zijn, en is daardoor geloofwaardig. Journalistiek moet direct zijn. Deze waardes komen tot uiting door een passieve stem te gebruiken in journalistieke stukken, door kritisch te zijn op machtsinstanties en niet te marktgeoriënteerd te werk gaan. Op sommige vlakken verschillen de kernwaardes van journalisten van De Correspondent en op andere vlakken vallen deze samen met traditionele kernwaardes.

Journalisten van De Correspondent zien hun taak ook als een publieke missie en dragen eveneens een publieke verantwoordelijkheid. Daardoor willen ook zij ethisch handelen. Deze basisprincipes zijn gelijk aan traditionele kernwaardes. In eerste instantie handelen de journalisten vanuit gelijke principes. Dit komt alleen op een andere manier tot uiting. In plaats van objectiviteit te gebruiken als geloofwaardige strategie, passen zij expliciete subjectiviteit en transparantie toe. Door transparant te zijn, leggen zij verantwoording af voor de keuzes die zij maken tijdens het journalistieke productieproces. Omdat ze een publieke missie vervullen en expertise hebben in bepaalde onderwerpen, zien zij het als hun verantwoordelijkheid om te stelling te nemen. Neutraliteit helpt in hun beleving

niet tot het verbeteren van de wereld. Als journalistiek een publieke missie is, moet het bijdragen aan de verbetering van de situatie van het publiek. De doelstelling van De Correspondent verschilt dus van de doelstelling van traditionele media. Waar traditionele media stoppen bij informeren, gaan journalisten van De Correspondent een stap verder door denkpatronen te laten zien en hier open over te zijn. Daardoor kunnen zij stelling nemen in hun stukken, en mogelijke oplossingen voor problemen aandragen. Het grootste verschil in effect is hoe ze de lezer achter laten: volgens de journalisten van De Correspondent bereikten traditionele media slechts een gevoel van verslagenheid bij lezers. Zij, daarentegen, bieden de lezers hoop, inspiratie, en handvaten om zelf actie te ondernemen.

### **5.3 Kerntaken**

Eén van de belangrijkste drijfveren voor journalisten van De Correspondent is persoonlijke interesse. De journalisten zien het dan als hun belangrijkste taak om, vanuit persoonlijke interesse zowel als publiek belang, nieuwsgierig te zijn. Door oneindig nieuwsgierig te zijn, verdiepen zij zich langere tijd in een onderwerp en kunnen zij de lezers meenemen in hun bevindingen. Ze zien het als hun taak om de lezer aan de hand te nemen en hun als Persoonlijke Reisleader een mentale ontwikkeling door te laten maken.

Daarnaast ziet de Oplossingsgerichte Journalist het als zijn taak om oplossingen voor problemen aan te dragen vanuit zijn expertise. Door constructief te werk te gaan geeft de journalist zijn lezers een gevoel van hoop en inspiratie, wat hij ook als een van zijn taken opvat.

Tot slot is het de taak van de journalist om een Gespreksleader te zijn voor zijn lezers. Zowel onderlinge discussie moet worden aangestuurd en gestimuleerd, maar ook discussies tussen de leden en journalisten worden als cruciaal onderdeel van De Correspondent gezien. Samen maken zij een gemeenschap op die kennis kunnen produceren waar journalisten alleen nooit bij zouden komen.

Al deze taken staan in dienst van een ultiem doel van de journalisten van De Correspondent: ze zien het als hun taak om de wereld beter te maken. Dit doen ze enerzijds door lezers mentaal te stimuleren, en anderzijds door actief invloed uit te oefenen. Bij de ene journalist komt dit meer tot uiting dan bij de andere. De één neemt vaker de rol van Oplossingsgerichte Activist aan dan de andere. Toch zijn ze allemaal constructief bezig met het verbeteren van de wereld.

## 5.4 Hoe de Taken tot Uiting Komen

De journalisten van De Correspondent zien het als hun taak om de wereld beter te maken. Dit komt tot uiting in de onderwerpkeuze. Deze journalisten schrijven niet over gebeurtenissen en onderwerpen die kortstondig relevant zijn, omdat ze actueel zijn. Ze schrijven over onderwerpen die helpen om de wereld beter te begrijpen. Ze proberen om verhalen te vertellen die andere inzichten brengen, door andere mensen te spreken, door stereotypes te verwerpen en door naar positieve in plaats van negatieve ontwikkelingen te kijken.

Ook benadrukken de journalisten dat, hoewel ze autonoom zijn, de waarde zien van samenwerken met lezers. Journalisten moeten gebruik maken van de expertise van hun lezers. Samen weten en begrijpen zij meer dan alleen. Ook deze instelling is gericht op kennisproductie in dienst van de toekomst. Alleen door het begrijpen van ontwikkelingen en het ontleden van systemen kan er iets veranderd worden aan problematische situaties. Hoewel verschillende kernwaarden van journalisten van De Correspondent overeenkomen met traditionele kernwaarden en manieren waarop deze tot uiting komen, is er een fundamenteel verschil tussen De Correspondent en traditionele media. Journalisten van De Correspondent schrijven met ontwikkeling, vooruitgang en verbetering van de wereld in hun achterhoofd. Dit komt niet altijd direct tot uiting, maar de keuzes die zij maken dragen hier constant aan bij. Traditionele media zijn gericht op het informeren van lezers, waarbij er constante aandacht is voor negativiteit, stereotypes en simplificatie. Dit draagt minder bij aan het verbreden van het wereldbeeld van lezers. Waar traditionele media lezers geïnformeerd houden, pakt De Correspondent de draad op om de lijntjes te verbinden en het wereldbeeld completer te maken, met een focus op de toekomst.

## 5.5 De Correspondent versus Traditionele Media: Rolpercepties

In dit onderzoek worden journalistieke rollen beschouwd op drie schalen: *interventionism*, *power distance* en *market orientation* (Donsbach & Patterson, 2004; Hanitzsch, 2007; Mellado, 2015). Journalistieke rollen bestaan naast elkaar, komen met elkaar in aanraking en worden beïnvloed door verschillende aspecten tijdens het nieuwsproductieproces (Deuze, 2004; Reese & Shoemaker, 2016; Zhu et al., 1997), maar er bestaan sterke *normative ideas* over hoe een ideaaltypische journalist traditioneel gezien zou moeten handelen (Dahlgren, 2016; Hanitzsch & Vos, 2017). Op de schaal van *interventionism* (*the passive-active dimension* van Donsbach & Patterson, 2004) bevindt de traditionele journalist zich aan de kant van de *gatekeeper*. De journalist ziet zichzelf als neutraal, objectief doorgeefluik van belangrijke informatie. De journalisten van De Correspondent bevinden zich aan de andere kant van het spectrum: dichtbij de *advocate*. Deze journalisten zien zichzelf namelijk niet als

neutraal, maar zien het als hun taak om stelling te nemen op basis van hun expertise. Naast de mogelijkheid om stelling te nemen, richten de journalisten zich op de toekomst, met mogelijke aanzet tot actie als gevolg. Deze rol, de Oplossingsgerichte Activist, schiet de *advocate* voorbij op het spectrum van *interventionism*. De journalist is namelijk niet meer alleen sterk aanwezig in zijn stukken (deze persoonlijke aanwezigheid komt sterk naar voren in de rol van de Persoonlijke Reisleider), maar stapt vanuit de journalistiek de echte wereld in om situaties te verbeteren.

Op de schaal van *power distance* bevinden de journalisten van De Correspondent zich dichtbij de traditionele rol van de *waakhond* (Bardoel & Wijfjes, 2015; Deuze, 2002). De journalisten van De Correspondent werken vanuit het doel om hun lezers de wereld beter te laten begrijpen. Om dit te kunnen doen, onderzoeken ze hoe machtsstructuren in elkaar zitten, en uiten ze, wanneer nodig, kritiek op deze systemen. Vanuit de filosofie van De Correspondent blijft het hier echter niet bij, bekritisieren is één deel, oplossingen voor deze problematieken zoeken is deel twee van de missie.

Het derde aspect, *market orientation*, is laag bij journalisten van De Correspondent. Herhaaldelijk wordt benadrukt dat de vorm van journalistiek die de journalisten bedrijven, en de onderwerpen die ze aandoen, belangrijker zijn dan de populariteit van hun stukken. Commerciële belangen lijken voor de journalisten geen rol te spelen, waardoor kwaliteit belangrijk is. Daardoor kunnen ze werken vanuit een publiek belang.

In het theoretische deel van dit onderzoek zijn een aantal traditionele journalistieke kernwaardes geïdentificeerd waar journalisten deze rolopvattingen op baseren (Dahlgren, 2016). Ten eerste, werken vanuit het publieke belang, ten tweede, ethisch handelen, Ten derde, autonomie behouden, ten vierde, objectief werken en tot slot actueel publiceren (Deuze, 2002; Hermans et al., 2011). De journalisten van De Correspondent houden vanuit hun filosofie een aantal van deze kernwaardes aan. Ook journalisten van De Correspondent werken vanuit een publiek belang. Ze zien het als hun taak om de wereld duidelijker te maken voor hun lezers, en kiezen daar hun onderwerpen op uit. Toch lijkt dit niet de belangrijkste drijfveer te zijn voor de journalisten: persoonlijke interesse blijkt uit de data de belangrijkste drijfveer te zijn. Bij De Correspondent is er ruimte voor deze persoonlijke interesse, omdat er zoveel sprake is van vrijheid en autonomie: de journalisten mogen volledig hun eigen gang gaan.

De kernwaarde objectiviteit wordt door de journalisten van De Correspondent, in de lijn van de betrokken journalistiek (Harbers, 2014; Wijnberg, 2013b) en de constructieve journalistiek (Gyldensted, 2015), verworpen. In plaats daarvan zien ze transparantie als een

belangrijke strategie om toch eerlijk en verantwoordelijk te werk te gaan. De erkenning van hun subjectiviteit is de eerste stap die ze nemen. Vervolgens trachten ze zo open mogelijk te zijn over waar hun informatie vandaan komt en waar hun ideeën vandaan komen.

Tot slot ziet de traditionele journalist het als zijn taak zo actueel mogelijk te werken. De opzet van De Correspondent is hier niet op ingericht. “Voorbij de waan van de dag” (“Manifest”, z.d.), is de slogan van het medium, en de journalisten sluiten zich hier bij aan. Ze publiceren niet over actuele gebeurtenissen, maar duiken in een dieper onderzoek over structuren, systemen en onderliggende tendensen, waardoor ze een *slow-news* medium zijn. Toch benadrukken meerdere journalisten dat de behandelde onderwerpen een bepaald ankertje in de actualiteit moeten hebben. Er moet een bepaalde urgentie zijn om stukken te publiceren, maar van hoge tijdsdruk is bij de journalisten van De Correspondent geen sprake.

De Correspondent haalt, naast de betrokken journalistiek en de constructieve journalistiek, ook inspiratie uit de civiele journalistiek. De journalisten nemen de rol aan van Gespreksleider: ze gaan in gesprek met lezers, maar ook vragen ze om mee te werken aan hun projecten. Het participatieve aspect van De Correspondent is gebaseerd op *crowdsourcing*: de journalisten zien het als hun taak om samen te werken met de experts om hun heen. Samen kunnen zij namelijk een veel completer beeld schetsen van de werkelijkheid, en betere perspectieven bieden voor de toekomst. Deze rol van de Gespreksleider overlapt met de zogenaamde *community manager* (Bakker, 2014; Meijer & Arendsen, 2010). Het tot stand brengen van een gemeenschap gebaseerd op kennisdeling is een van de doelen van journalisten van De Correspondent.

Door aspecten van traditionele journalistiek, betrokken journalistiek, civiele journalistiek en constructieve journalistiek te combineren creëren journalisten van De Correspondent samen een uniek platform. Op een aantal vlakken overlappen de kernwaarden, rollen en taken van traditionele journalisten en die van De Correspondent, op andere vlakken zijn ze compleet verschillend. Een belangrijk resultaat uit de data is dan ook dat De Correspondent expliciet is in haar journalistieke vorm. De oprichters hebben een manifest geschreven waar de journalisten, voor het merendeel, achter staan. Door te blijven reflecteren en communiceren over de rol van journalistiek in de samenleving is De Correspondent een bewust medium dat zich in zet voor én met haar lezers.

## 6. Discussie

De Correspondent is een journalistiek medium dat hard groeit in een tijd waarin journalistieke media het moeilijk hebben. Het medium heeft een manier gevonden om zich af te scheiden van andere media. De persoonlijke, betrokken vorm van journalistiek slaat aan ondanks de stijgende desinteresse voor nieuws. De Correspondent bedient echter nog steeds een nichepubliek, en het succes wat het medium boekt kan te maken hebben met de linkse, hoogopgeleide bubbel waarin het zich begeeft. Toch is de vorm van journalistiek, geïnspireerd door de constructieve journalistiek, een waardevolle toevoeging aan het journalistieke landschap. Meningen over hoe subjectief en hoe actief journalistiek mag zijn lopen sterk uiteen. Met hun campagnes zoals Privacy-week (Tokmetzis & Martijn, 2017), Ik Stap Over Van Bank (Bregman, 2015) en Schuldvrij! (Frederik, 2018) boeken de journalisten van De Correspondent daadwerkelijk vooruitgang en zijn ze actief bezig met het veranderen van de wereld. In Gyldensted's woorden, ze zijn "*from mirrors, to movers*" gegaan (2015).

In dit onderzoek is alleen gekeken naar de meningen van journalisten van De Correspondent. Hoewel duidelijk geconcludeerd kan worden dat journalisten bij De Correspondent anders te werk gaan en andere doelen en motieven hebben, kan niet met zekerheid gesteld worden hoe journalisten die voor traditionele media werken hier over denken. Traditionele media zijn instituten die al lang bestaan, en moeizaam veranderen. Journalisten van De Correspondent benadrukten in de interviews dat ook sommige journalisten die voor traditionele media werken achter de werkwijze van De Correspondent staan, maar dat andere media hier simpelweg nog niet voor open staan.

Omdat er alleen gebruik is gemaakt van interviews in dit onderzoek, blijft de daadwerkelijke inhoud van De Correspondent achter. Belangrijk om te onthouden is het verschil tussen de *normative ideas*, wat de journalist zou moeten doen, zijn *cognitive orientations*, wat hij wil doen, *professional practice*, wat hij echt doet, en *narrated performance*, wat hij zegt te doen (Hanitzsch & Vos, 2017). De verzamelde data vallen binnen de *narrated performance*, maar de praktische uitwerking kan afwijken. Een interessante toevoeging aan dit onderzoek zou een kwalitatieve inhoudsanalyse van Correspondent-artikelen zijn. Dit zou meer diepgang kunnen bieden wat betreft de manier waarop de kernwaardes van journalisten van De Correspondent tot uiting komen in hun werk.

## 7. Literatuurlijst

- Atton, C. (2013). Separate, supplementary or seamless? Alternative news and professional journalism. In C. Peters & M. Broersma (Red.), *Rethinking Journalism. Trust and participation in a transformed news landscape* (pp. 131-159). London: Routledge.
- Bakker, P. (2016a, 22 juni). Het profiel van de krantenlezer: Sekse, leeftijd en welstand. *Stimuleringsfonds voor de Journalistiek*. Verkregen van <https://www.svdj.nl/de-stand-van-de-nieuwsmedia/het-profiel-van-de-krantenlezer-sexe-leeftijd-en-welstand/>.
- Bakker, P. (2016b, 9 november). Kansen voor ‘publieksgerichte journalistiek’? *De Nieuwe Reporter*. Verkregen van <http://www.denieuwereporter.nl/2016/11/kansen-voor-publieksgerichte-journalistiek/>
- Bardoel, J., & Wijfjes, H. (2015). Journalistieke cultuur in Nederland. Een professie tussen traditie en toekomst. In J. Bardoel & H. Wijfjes (Red.), *Journalistieke cultuur in Nederland* (pp. 11-29). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Beckett, C., & Deuze, M. (2016). On the role of emotion in the future of journalism. *Social Media + Society*, 1-6. DOI: 10.1177/205630511666.
- Benson, R. (2006). News media as a “journalistic field”: What Bourdieu adds to new institutionalism, and vice versa. *Political Communication*, 2, 187-202. DOI: 10.1080/1058460060062980
- Boeije, H. (2010). *Analysis in qualitative research*. Los Angeles: Sage.
- Brants, K. (2013). Trust, cynicism, and responsiveness. The uneasy situation of journalism in democracy. In C. Peters & M.J. Broersma (Red.), *Rethinking journalism: Trust and participation in a transformed news landscape* (pp. 15-27). London: Routledge.
- Braun, V., & Clarke, V. (2008). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 2, 77-101. <http://dx.doi.org/10.1191/1478088706qp0630a>.
- Bregman, R. (2015, 29 april). Update: hoe is de Ik Stap Over Van Bank Week verlopen? *De Correspondent*. Verkregen van <https://decorrespondent.nl/2768/update-hoe-is-de-ik-stap-over-van-bank-week-verlopen/770790632832-97789a06>
- Broersma, M. (2015). Objectiviteit als professionele strategie. In J. Bardoel & H. Wijfjes (Red.), *Journalistieke cultuur in Nederland* (pp. 163-182). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Bryman, A. (2008). *Social research methods*. Oxford: Oxford University Press.
- Burnard, P. (1991). A method of analysing interview transcripts in qualitative research. *Nurse Education Today*, 11, 461-466. [http://dx.doi.org/10.1016/0260-6917\(91\)90009-Y](http://dx.doi.org/10.1016/0260-6917(91)90009-Y).

- Costera Meijer, I., & Groot Kormelink, T. (2014). Checking, sharing, clicking and linking. *Digital Journalism*, 5, 664-679. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.937149>
- Curry, A. L., & Hammonds, K. H. (2014). *The power of solutions journalism*. Solutions Journalism Network and Engaging News Project. Verkregen van [https://mediaengagement.org/wp-content/uploads/2014/06/ENP\\_SJN-report.pdf](https://mediaengagement.org/wp-content/uploads/2014/06/ENP_SJN-report.pdf)
- Dahlgren, P. (2016). Professional and citizen journalism: Tensions and complements. In J. C. Alexander, E. Butler Breese & M. Luengo (Red.), *The Crisis of Journalism Reconsidered* (pp. 247-263). Cambridge: Cambridge UP.
- Dahmen, N. S. (2016). Images of Resilience: The case for visual restorative narrative. *Visual Communication Quarterly*, 2, 93-107. <https://doi.org/10.1080/15551393.2016.1190620>
- Davies, N. (2008). *Flat Earth News*. London: Vintage Publishing.
- DENK [DENK TV]. (2016, 22 juni). *De media willen niet dat je dit weet... Trap er niet in!-DENK TV* [YouTube]. Verkregen van [https://www.youtube.com/watch?v=3BPgK\\_Bzio4](https://www.youtube.com/watch?v=3BPgK_Bzio4).
- Deuze, M. (2002). *Journalists in the Netherlands*. Proefschrift Universiteit van Amsterdam. Verkregen van <http://hdl.handle.net/11245/1.208417>.
- Deuze, M. (2004). *Wat is Journalistiek?* Amsterdam: Het Spinhuis.
- Deuze, M. (2005). What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism*, 4, 442-464. DOI: 10.1177/1464884905056815.
- Domingo, D., Quandt, T., Heinonen, A., Paulussen, S., Singer, J. B., & Vujnovic, M. (2008). Participatory journalism practices in the media and beyond: An international comparative study of initiatives in online newspapers. *Journalism Practice*, 2, 326-343. DOI: 10.1080/1751278080228106.
- Donsbach, W., & Klett, B. (1993). Subjective objectivity. How journalists in four countries define a key term of their profession. *International Communication Gazette*, 51, 53-83.
- Donsbach, W., & Patterson, T.E. (2004). Political News Journalists: Partisanship, professionalism and political roles in five countries. In F. Esser & B. Pfetsch (Red.), *Comparing political communication: Theories, cases and challenges*. Cambridge: Cambridge UP. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511606991>
- Drok, N. (2015). Terug naar het publiek. Civiele journalistiek in de netwerksamenleving. In J. Bardoel & H. Wijfjes (Red.), *Journalistieke cultuur in Nederland* (pp. 255-269). Amsterdam: Amsterdam University Press.

- Forgeard, M. J. C., Jayawickreme, E., Kern, M. L., & Seliman, M. E. P. (2011). Doing the right thing: Measuring wellbeing for public policy. *International Journal of Wellbeing*, 1, 79-106. DOI: 10.5502/ijw.v1i1.15
- Frederik, J. (2017, 16 oktober). Onderteken dit manifest en maak Nederland #Schuldvrij!. *De Correspondent*. Verkregen van <https://decorrespondent.nl/7407/onderteken-dit-manifest-en-maak-nederland-schuldvrij/2062588951368-13797325>
- Frederik, J. (2018, 23 mei). Zelfs de VVD-staatssecretaris begint te schuiven: onze campagne om de schuldenindustrie te veranderen slaat aan. *De Correspondent*. Verkregen van <https://decorrespondent.nl/8296/zelfs-de-vvd-staatssecretaris-begint-te-schuiven-onze-campagne-om-de-schuldenindustrie-te-veranderen-slaat-aan/2310144179904-2d10e67c>
- Gautier, T. (2017, 21 november). Het antwoord op de ‘crisis in de journalistiek’ is: distributed journalism. *De Nieuwe Reporter*. Verkregen van <http://www.denieuwereporter.nl/2017/11/het-antwoord-op-de-crisis-in-de-journalistiek-is-distributed-journalism/>.
- Groenhart, H. (2015). Transparante journalistiek. Verantwoording als antwoord op de vertrouwenscrisis. In J. Bardoel & H. Wijfjes (Red.), *Journalistieke cultuur in Nederland* (pp. 271-287). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Gyldensted, C. (2011). Innovating news journalism through positive psychology. Proefschrift University of Pennsylvania.
- Gyldensted, C. (2015). *From mirrors to movers. Five elements of positive psychology in constructive journalism*. Loveland, CO: Group Publishers.
- Hanitzsch, T. (2007). Deconstructing journalism culture: Toward a universal theory. *Communication Theory*, 17, 367-385. DOI:10.1111/j.1468-2885.2007.00303.x
- Hanitzsch, T. (2010). Journalists as peacekeeping force? Peace journalism and mass communications theory. *Journalism Studies*, 4, 483-495. <http://dx.doi.org/10.1080/14616700412331296419>.
- Hanitzsch, T., Hanusch, F., Mellado, C., Anikina, M., Berganza, R., Cangoz, I.,... Yuen, E. K. W. (2011). Mapping journalism cultures across nations: A comparative study of 18 countries. *Journalism Studies*, 3, 273-293. DOI: 10.1080/1461670X.2010.51250
- Hanitzsch, T., & Mellado, C. (2011). What shapes the news around the world? How journalists in eighteen countries perceive influences on their work. *The International Journal of Press/Politics*, 1-23. DOI: 10.1177/1940161211407334.

- Hanitzsch, T., & Vos, T. P. (2017). Journalistic roles and the struggle over institutional identity: The discursive constitution of journalism. *Communication Theory*, 27, 115-135. <https://doi.org/10.1111/comt.12112>
- Hanusch, F. (2008). Mapping Australian journalism culture: Results from a survey of journalists' role perceptions. *Australian Journalism Review*, 2, 97-109. Verkregen van <http://eprints.qut.edu.au/68822/>
- Harbers, F. (2014). *Between personal experience and detached information: The development of reporting and the reportage in Great Britain, the Netherlands and France, 1880-2005*. Proefschrift Universiteit Groningen.
- Harbers, F. (2015). De revanche van de subjectieve ervaring: Personlaiserung in de geschreven journalistiek. In J. Bardoel & H. Wijfjes (Red.), *Journalistieke cultuur in Nederland* (pp. 123-142). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Hermans, L., Vergeer, M., & Pleijter, A. (2011). *Nederlandse journalisten in 2010: Onderzoek naar de kenmerken van de beroepsgroep, professionele opvattingen en het gebruik van digitale media in het journalistieke werk*. Nijmegen: Radboud Universiteit.
- Hermans, L. (2016, 8 november). *Worlds of journalism country report: Journalists in the Netherlands*. Verkregen van [https://epub.ub.uni-muenchen.de/30118/1/Country\\_report\\_Netherlands.pdf](https://epub.ub.uni-muenchen.de/30118/1/Country_report_Netherlands.pdf).
- Höijer, B. (2004). The discourse of global compassion: The audience and media reporting of human suffering. *Media, Culture & Society*, 4, 513-531. DOI: 10.1177/0163443704044215
- Huisman, C. (2017, 16 oktober). Journalisten worden actievoerders: Manifest tegen de schuldenindustrie. *De Volkskrant*. Verkregen van [https://s.vk.nl/saf8a-a4521914/?\\_sp=ea20ec8c-94ba-423c-895e-b230b8b88050.1520853360026](https://s.vk.nl/saf8a-a4521914/?_sp=ea20ec8c-94ba-423c-895e-b230b8b88050.1520853360026)
- Janowitz, M. (1975). Professional Models in Journalism: The Gatekeeper and the Advocate. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 4, 618-626. <https://doi.org/10.1177/107769907505200402>
- Kempf, W. (2007). Peace journalism: A tightrope walk between advocacy journalism and constructive conflict coverage. *Conflict & Communication*, 2. Verkregen van: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:bsz:352-opus-122959>
- Kern, M. L., Waters, L. E., Adler, A., & White, M. A. (2015). A multidimensional approach to measuring wellbeing in students: Application of the PERMA framework. *The*

- Journal of Positive Psychology*, 3, 262-271.  
<https://doi.org/10.1080/17439760.2014.93696>
- Kester, B. (2008). Working at the end of the assembly line: A conversation with Joris Luyendijk about the impossibility of doing Western-style journalism in Arab countries. *Press/Politics*, 4, 500-506. DOI: DOI: 10.1177/1940161208323537
- Klok, P. (2018, 16 februari). Waarom de Volkskrant een opiniestuk van Geert Wilders plaatst. *De Volkskrant*. Verkregen van <https://www.volkskrant.nl/media/waarom-de-volkskrant-een-opiniestuk-van-geert-wilders-plaatst~a4569943/>
- Kurpius, D. (2002). Sources and civic journalism: Changing patterns of reporting? *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 4, 853-866. Verkregen van <https://search.proquest.com/docview/216922249?accountid=13598>
- Kvale, S. (2007). *Doing Interviews*. London: Sage.
- Leers, K. (2017, 1 maart). Alle politici zijn jaloers op Wilders' abonnement op media-aandacht. *De Volkskrant*. Verkregen van <https://www.volkskrant.nl/binnenland/alle-politici-zijn-jaloers-op-wilders-abonnement-op-media-aandacht~a4468395/>
- Luyendijk, J. (2006). *Het zijn net mensen*. Amsterdam: Podium.
- Luyendijk, J. (2010). Beyond orientalism. *International Communication Gazette*, 1, 9-20. DOI: 10.1177/17480485093503
- Manifest. (z.d.) Verkregen 16 juni 2018, van [decorrespondent.nl](http://decorrespondent.nl), <https://decorrespondent.nl/manifest>
- Matheson, D. (2004). Weblogs and the epistemology of the news: Some trends in online journalism. *New Media & Society*, 4, 443-468.  
<https://doi.org/10.1177/146144804044329>.
- McIntyre, K. (2017). Solutions journalism: The effects of including solution information in news stories about social problems. *Journalism Practice*. DOI: 10.1080/17512786.2017.1409647
- McIntyre, K., & Gyldensted, C. (2017). Constructive journalism: Applying positive psychology techniques to news production. *The Journal of Media Innovations*, 2, 20-34. <http://dx.doi.org/10.5617/jomi.v4i2.2403>
- Meijer, I. C., & Arendsen, J. (2010, 30 juli). Succesvolle participatieve journalistiek: Faciliteren in plaats van reguleren. *De Nieuwe Reporter*. Verkregen van: <http://www.denieuwereporter.nl/2010/07/succesvolle-participatieve-journalistiek-faciliteren-in-plaats-van-reguleren/>

- Mellado, C. (2015). Professional Roles in News Content. *Journalism Studies*, 4, 596-614.  
DOI: 10.1080/1461670X.2014.922276
- Mitchelstein, E. & Boczkowski, P. J. (2009). Between tradition and change. A review of recent research on online news production. *Journalism*, 5, 562-586.  
<https://doi.org/10.1177/1464884909106533>.
- Moeller, S. D. (1999). Compassion Fatigue. In *Compassion Fatigue: How the media sell disease, famine, war and death* (Chapter One). Verkregen van  
[http://www.savan.nl/data/IntroductiontoCompassion-fatigue\\_Moeller.pdf](http://www.savan.nl/data/IntroductiontoCompassion-fatigue_Moeller.pdf)
- Modderkolk, H., & Hendrickx, F. (2017, 3 maart). Hoe Wilders de media bespeelt. *De Volkskrant*. Verkregen van <https://www.volkskrant.nl/binnenland/hoewilders-de-media-bespeelt~a4469630/>
- Mommers, J. (2015, 16 november). Wat vinden jullie goede klimaatjournalistiek? *De Correspondent*. Verkregen van <https://decorrespondent.nl/3631/wat-vinden-jullie-goede-klimaatjournalistiek/1011105775944-b295c302>
- NRC stijlboek. Verkregen 13 maart, 2018, van NRC.nl, <https://apps.nrc.nl/stijlboek/>
- Nederlandse Vereniging van Journalisten. (2008). Code voor de Journalistiek.  
<https://www.nvj.nl/ethiek/ethiek/code-journalistiek-nederlands-genootschap-hoofredacteuren-2008>
- Phillips, A. (2010). Transparency and the new ethics of journalism. *Journalism Practice*, 3, 373-382. DOI: 10.1080/1751278100364297
- Picard, R. G. (2004). Commercialism and newspaper quality. *Newspaper Research Journal*, 1, 54-65. <https://doi.org/10.1177/073953290402500105>
- Poell, Th., & Dijck, J. van (2015). Democratisering van het nieuws? Sociale media en de onafhankelijkheid van de journalistiek. In J. Bardoel & H. Wijfjes (Red.), *Journalistieke cultuur in Nederland* (pp. 343-359). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Raad voor de Journalistiek. (2015). Leidraad van de Raad voor de Journalistiek. Verkregen van <https://www.rvdj.nl/leidraad>
- Reese, S. D., & Shoemaker, P. J. (1991). *Mediating the message: Theories of influence on mass media content*. New York: Longman.
- Reese, S. D., & Shoemaker, P. J. (2016). Media sociology and the hierarchy of influences model: A levels-of-analysis perspective on the networked public sphere. *Mass Communication and Society*, 19, 389-410. DOI 10.1080/15205436.2016.1174268

- Rijssemus, T. S. G. (2014). Het journalistieke weten: Over de objectiviteit van betrokken journalistiek. Proefschrift Universiteit Utrecht.
- Rolland, A. (2006). Commercial news criteria and investigative journalism. *Journalism Studies*, 6, 940-963. <https://doi.org/10.1080/14616700600980>
- Schreier, M. (2012). *Qualitative content analysis in practice*. London: Sage.
- Schudson, M. (2001). The objectivity norm in American journalism. *Journalism* 2, 149-170.
- Schultz, I. (2007). The journalistic gut feeling: Journalistic doxa, news habitus and orthodox news values. *Journalism Practice*, 1, 190-207. DOI: 10.1080/17512780701275507
- Starkenburg, J. (2009, 3 juni). Co-creation bij 3VOOR12: Meer dan 200 filmpjes. *Emerce*. Verkregen van <https://www.emerce.nl/nieuws/co-creation-bij-3voor12-meer-dan-200-filmpjes>
- Strömbäck, J. (2008). Four phases of mediatization: An analysis of the mediatization of politics. *The International Journal of Press/Politics*, 13, 228-246. DOI: 10.1177/1940161208319097
- Tokmetzis, D., & Martijn, M. (2017, 9 januari). Deze week verbeteren wij iedere dag onze privacy. Doe je mee? #privacyweek. *De Correspondent*. Verkregen van <https://decorrespondent.nl/5962/deze-week-verbeteren-wij-iedere-dag-onze-privacy-doe-je-mee-privacyweek/1660207280688-525640b2>
- Tuchman, G. (1979). Women's depiction by the Mass Media. *Signs*, 3, 528-542. : <http://www.jstor.org/stable/3173399>
- Van Eijk, D. (2006, 7 juli). Waarom een goede definitie van journalistiek belangrijk is. *De Nieuwe Reporter*. Verkregen van <http://www.denieuwereporter.nl/2006/07/waarom-een-goede-definitie-van-journalistiek-belangrijk-is/>.
- Van Leuven, S., Deprez, A., & Raeymaeckers, K. (2015). Het journalistieke brongebruik in tijden van churnalism en Twitter: Een surveyonderzoek bij Vlaamse beroepsjournalisten (2008-2013). *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 1, 64-83.
- Van Steenberghe, E. (2017, 7 februari). Het gaat toch altijd over Geert Wilders. *NRC.nl*. Verkregen van <https://www.nrc.nl/nieuws/2017/02/07/het-gaat-toch-altijd-over-geert-wilders-6577361-a1544903>
- Van Veelen, A. (2016, 24 juli). Er groeit een perfecte storm in Amerika. Vaar maar mee de Missouri af. *De Correspondent*. Verkregen van <https://decorrespondent.nl/7777/stondpunten-hierover-veranderden-correspondenten-van-mening-in-2017/2165620936248-c00ccfdd>

- Van Veelen, A. (2017, 2 maart). Kunnen we kappen met PVV-stemmers snappen? *De Correspondent*. Verkregen van <https://decorrespondent.nl/6297/kunnen-we-kappen-met-pvv-stemmers-snappen/1753492996728-be1bbbfa>
- Van Vree, F., & Azough, R. (2015). Beroep: Journalist. Beeldvorming, professionalisering en ethiek. In J. Bardoel & H. Wijfjes (Red.), *Journalistieke cultuur in Nederland* (pp. 33-52). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Vos, T. P., & Craft, S. (2017). The discursive construction of journalistic transparency. *Journalism Studies*, 12, 1505-1522. DOI: 10.1080/1461670X.2015.1135754
- Vu, H. T. (2014). The online audience as gatekeeper: The influence of reader metrics on news editorial selection. *Journalism*, 8, 1094-1110. DOI: 10.1177/146488491350425
- Wijnberg, R. (2013a, 13 april). Waarom een verhaal niet zonder verteller kan. *De Correspondent*. Verkregen van <http://blog.decorrespondent.nl/post/47858813554/waarom-een-verhaal-niet-zonder-verteller-kan>.
- Wijnberg, R. (2013b). *De nieuwsfabriek. Hoe media ons wereldbeeld vervormen*. Amsterdam: Bezige Bij.
- Wijnberg, R. (2016, 20 juni). Gaan jullie internationaal? (en nog drie vragen die jullie stelden over De Correspondent). *De Correspondent*. Verkregen van <https://decorrespondent.nl/4753/gaan-jullie-internationaal-en-nog-drie-vragen-die-jullie-stelden-over-de-correspondent/1323543308472-e70dd78a>
- Wijnberg, R. (2017a, 1 februari). Zo verslaan we Donald Trumps aanval op de democratie. *De Correspondent*. Verkregen van <https://decorrespondent.nl/6103/zo-verslaan-we-donald-trumps-aanval-op-de-democratie/1699470820872-6ce0a61a>
- Wijnberg, R. (2017b, 20 oktober). Waarom alle journalistiek een vorm van activisme is (ook al bevestigt het vaak juist de status quo). *De Correspondent*. Verkregen van <https://decorrespondent.nl/7498/waarom-alle-journalistiek-een-vorm-van-activisme-is-ook-al-bevestigt-het-vaak-juist-de-status-quo/2087929250352-d2188f91>
- Wijnberg, R. (2017c, 30 december). Stondpunten: Hierover veranderden correspondenten van mening in 2017. *De Correspondent*. Verkregen van <https://decorrespondent.nl/7777/stondpunten-hierover-veranderden-correspondenten-van-mening-in-2017/2165620936248-c00ccfdd>
- Wijnberg, R. (2018, 14 mei). We hebben 1,8 miljoen dollar opgehaald om leden te werven

- voor The Correspondent. *De Correspondent*. Verkregen van <https://decorrespondent.nl/8233/we-hebben-1-8-miljoen-dollar-opgehaald-om-leden-te-werven-voor-the-correspondent/2292600895992-9d33de89>
- Willemars, M. (2014). *Journalisten, publiek debat en democratie. Nieuwe rollen voor journalisten in maatschappelijke en politieke discussies*. Proefschrift Radboud Universiteit Nijmegen.
- Zonderop, Y. (2012, 21 november). Marcel Broersma over media en waarheid: ‘De journalistiek is haar monopolie kwijt’. *De Groene Amsterdammer*. Verkregen van <https://www.groene.nl/artikel/de-journalistiek-is-haar-monopolie-kwijt>
- Zhu, J. H., Weaver, D., Lo, V.H., Chen, C., & Wu, W. (1997). Individual, organizational, and societal influences on media role perceptions: A comparative study of journalists in China, Taiwan, and the United States. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 74, 84-96. <https://doi.org/10.1177/107769909707400107>

## Appendix A: Topiclijst

Tabel A: Topiclijst

| Categorie        | Vraag                                                                                   | Uitleg                                                                                                                                                                                                                                              | Deelvraag                                                                                                                                                                                                                                                |
|------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| De Correspondent | Kun je wat vertellen over je carrière tot nu toe?                                       | Introducerende vraag                                                                                                                                                                                                                                | 1. Om welke redenen hebben journalisten ervoor gekozen om voor De Correspondent te werken?<br><br>2. Wat zien deze journalisten als de belangrijkste verschillen tussen De Correspondent en de traditionele media?                                       |
|                  | Hoe ben je bij De Correspondent terechtgekomen?                                         | Introducerende vraag                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                          |
|                  | Waarom werk je voor De Correspondent?                                                   | Identificeert de kernwaardes van De Correspondent als medium                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                          |
|                  | Hoe zou je De Correspondent als medium omschrijven?                                     | Identificeert de kernwaardes van De Correspondent als medium                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                          |
|                  | Schrijf je voor De Correspondent andere stukken dan voor andere media?                  | Brengt de kernwaardes van het medium naar de praktijk                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                          |
|                  | Hoe vrij ben je bij De Correspondent?                                                   | Hoe groot is de rol van de journalist versus de 'regels' van de journalistiek                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                          |
|                  | Kun je iets vertellen over de filosofie van De Correspondent? En wat jij daarvan vindt? | Stokpaardjes van De Correspondent identificeren: waar scoren ze op <i>interventionism</i> , <i>power distance</i> , <i>market orientation</i> . Is er sprake van <i>participatieve</i> , <i>betrokken</i> en/of <i>constructieve</i> journalistiek? |                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Persoonlijk Werk | Hoe omschrijf jij je werk als journalist?                                               | Persoonlijke kernwaardes identificeren en hoe deze tot uiting komen                                                                                                                                                                                 | 3. Hoe omschrijven journalisten van De Correspondent hun eigen kerntaken?<br><br>4. Op wat voor manier (genres, onderwerpen, brongebruik, in feiten en opinie) geven journalisten van De Correspondent binnen hun platform invulling aan deze kerntaken? |
|                  | Wat is jouw doel als je een stuk schrijft?                                              | Beoogde effect identificeren, de <i>passive-active dimension</i> .                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                          |
|                  | Denk je dat je iets kan veranderen aan een situatie door erover te schrijven?           | <i>Passive-active dimension</i> . <i>Constructieve journalistiek</i> : ben je een <i>mirror of mover</i> ? Zijn oplossingen/veranderingen onderdeel van 'nieuws'?                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                          |
|                  | Mag dat een taak zijn van journalisten?                                                 | Persoonlijke perceptie van journalistieke rollen: mogen journalisten activisten worden?                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                          |

|                         |                                                                                    |                                                                                     |                                                                                                                  |
|-------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                         | Hoe kom je aan inspiratie voor verhalen?                                           | Nieuwswaarden identificeren                                                         |                                                                                                                  |
|                         | Weet je wie jouw publiek is? Houd je daar rekening mee?                            | <i>Market orientation</i>                                                           |                                                                                                                  |
|                         | De Correspondent is alleen digitaal. Hoe beïnvloedt dat jouw werk?                 | Invloed van digitalisering. Hoe belangrijk is dat voor de inhoud van journalistiek. |                                                                                                                  |
|                         | Wat zijn belangrijke skills voor jonge journalisten?                               | Journalistieke rollen identificeren                                                 |                                                                                                                  |
|                         | Wat doe je qua interactie met je lezers?                                           | <i>Participatieve journalistiek, co-creation, crowdsourcing</i>                     |                                                                                                                  |
| Journalistieke Toekomst | Is De Correspondent concurrentie voor bv. Kranten?                                 | Plaats van De Correspondent in journalistieke landschap bepalen                     | 2. Wat zien deze journalisten als de belangrijkste verschillen tussen De Correspondent en de traditionele media? |
|                         | Hoe zie jij de toekomst van De Correspondent?                                      | Ontwikkelingen identificeren                                                        |                                                                                                                  |
|                         | Denk je dat traditionele media richting de stijl van De Correspondent gaan/moeten? | Ontwikkelingen identificeren                                                        |                                                                                                                  |
|                         | Hoe zie jij de toekomst van de journalistiek?                                      | Ontwikkelingen identificeren                                                        |                                                                                                                  |
| Afsluiting              | Wil je nog iets toevoegen?                                                         | Afsluitende vraag                                                                   |                                                                                                                  |

## **Appendix B: Codeboom**

### **De Correspondent**

- Vrijheid
- Publieksbubbel
- Expliciet in Journalistieke Vorm
- Kwaliteit boven Traditionele Nieuwswaarden

### **De Persoonlijke Reisleider**

- Subjectiviteit
- Transparantie
- De Wereld Begrijpen

### **De Experimenterende Journalist**

- Stijlontwikkeling
- Nieuwe Technologieën

### **De Gespreksleider**

- Reageren
- Afhankelijk van Correspondent en Stuk
- Samenwerkende Gemeenschap

### **De Toekomstgerichte Journalist**

- De Oplossingsgerichte Schrijver
- De Oplossingsgerichte Activist