
Basisboek journalistiek schrijven

Voor krant, tijdschrift en web

Henk Asbreuk
Addie de Moor

Tweede druk



Noordhoff Uitgevers

Basisboek journalistiek schrijven

voor krant, tijdschrift en web

**Henk Asbreuk
Addie de Moor**

Tweede, herziene druk

Noordhoff Uitgevers Groningen/Houten

Ontwerp omslag: Rocket Industries, Groningen

Omslagillustratie: Henk Asbreuk

Eventuele op- en aanmerkingen over deze of andere uitgaven kunt u richten aan:
Noordhoff Uitgevers bv, Afdeling Hoger Onderwijs, Antwoordnummer 13, 9700 VB
Groningen, e-mail: info@noordhoff.nl

Met betrekking tot sommige teksten en/of illustratiemateriaal is het de uitgever, ondanks zorgvuldige inspanningen daartoe, niet gelukt eventuele rechthebbende(n) te achterhalen. Mocht u van mening zijn (auteurs)rechten te kunnen doen gelden op teksten en/of illustratiemateriaal in deze uitgave dan verzoeken wij u contact op te nemen met de uitgever.

Deze uitgave is gedrukt op FSC-papier.

0 / 13

© 2013 Noordhoff Uitgevers bv Groningen/Houten, The Netherlands.

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet van 1912 gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden veelevoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever. Voor zover het maken van reprografische veelevoudigingen uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16h Auteurswet 1912 dient men de daarvoor verschuldigde vergoedingen te voldoen aan Stichting Reprorecht (postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.reprorecht.nl). Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16 Auteurswet 1912) kan men zich wenden tot Stichting PRO (Stichting Publicatie- en Reproductierechten Organisatie, postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.stichting-pro.nl).

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise, without the prior written permission of the publisher.

ISBN (ebook) 978-90-01-84782-1

ISBN 978-90-01-81344-4

NUR 813

Woord vooraf bij de tweede druk

In het voorwoord bij de eerste druk van dit *Basisboek journalistiek schrijven* staat: 'Dit boek biedt de lezer alle schrijftechnieken die nodig zijn om elk journalistiek verhaal te kunnen schrijven voor krant, tijdschrift of web. Niet meer, maar ook niet minder.'

We schreven dat omdat we bij onze schrijftrainingen aan studenten journalistiek en op kranten- en tijdschriftredacties een boek misten dat we konden gebruiken voor alle aspecten van het schrijven, vanaf het eerste idee tot en met de eindredactie. Dat het boek voorzag in een behoefte is de afgelopen jaren gebleken. Het is en wordt in het hbo, op de universiteit, bij particuliere opleidingen en individueel veelvuldig gebruikt. In Nederland en Vlaanderen.

'Wie met dit boek niet leert schrijven, leert het nooit', schreef een recensent toen het uitkwam. Mooi. Maar dezelfde recensent schreef ook: 'Wel is het jammer dat de auteurs soms hun eigen schrijfadvisen niet volgen'. Hij doelde op het feit dat de uitleg hier en daar te uitvoerig was.

Die kritiek hebben we ter harte genomen. Deze tweede druk is op een aantal punten vernieuwd: de uitleg is bondiger, de lijn is strakker en het aantal pagina's is verminderd. Bovendien zijn de meeste voorbeelden geactualiseerd, zijn nieuwe inzichten verwerkt en staat er een nieuw hoofdstuk in over 'kort schrijven'. Het resultaat is het complete, praktische en inspirerende boek dat ons voor ogen staat.

Schrijven voor publieksmedia heeft alles in zich wat schrijven zo boeiend maakt. Je duikt in een onderwerp, stelt vragen, scherpt je geest, verdiept je in je lezerspubliek, bouwt aan een verhaal, zoekt een stijl die bij je lezers past en overkomt. In een dagblad, een tijdschrift of magazine of op het web. Dit *Basisboek journalistiek schrijven* laat zien hoe je dat kunt leren.

Amsterdam / Leiden, voorjaar 2013
Henk Asbreuk
Addie de Moor

Inhoud

Inleiding 9

1 **Het schrijfproces** 13

Oriëntatie en voorbereiding

- 1.1 Aanpak van een achtergrondverhaal 14
 - 1.2 Wat is een achtergrondverhaal? 15
 - 1.3 Structuur van een achtergrondverhaal 19
 - 1.4 Schrijven in fasen 24
 - 1.5 Oriëntatiefase 25
 - 1.6 Voorbereidingsfase 42
 - 1.7 Invalshoek 50
- [Opdrachten 54](#)

2 **Het verhaal opschrijven: de schrijffase** 61

Structuur, samenhang en blikvangers

- 2.1 Hoe gebruik je een tekstschema? 62
 - 2.2 Basisprincipes van het schrijven 63
 - 2.3 De lead: brug en basisuitspraak 68
 - 2.4 De intro is geen lead 78
 - 2.5 De alinea: kernzin en specificatie 81
 - 2.6 Eenheid en lengte van de alinea 88
 - 2.7 Samenhang binnen en tussen alinea's 92
 - 2.8 Het slot: de afrondende handdruk 96
 - 2.9 Blikvangers 98
- [Opdrachten 104](#)

3 **Een journalistieke stijl hanteren** 115

Begrijpelijk, aantrekkelijk en bondig schrijven

- 3.1 Belang van de taal 116
 - 3.2 Concreet en specifiek schrijven 118
 - 3.3 Begrijpelijk schrijven 132
 - 3.4 Bondig en met vaart schrijven 151
- [Opdrachten 161](#)

4 Kort schrijven 173

Nieuwsbericht, webtekst en samengestelde producties

- 4.1 Schrijven voor zappende lezers 174
- 4.2 Overleeft de papieren krant? 175
- 4.3 Nieuwsberichten 176
- 4.4 Webteksten 181
- 4.5 Samengestelde producties 185
- 4.6 Compact schrijven 190
Opdrachten 192

5 Verhaaltechnieken in de journalistiek 197

Sfeerverhaal, reportage, interviewverhaal

- 5.1 De drie dragers van een verhaal 198
- 5.2 Beschrijven: laten zien, horen, ruiken, proeven en voelen 204
- 5.3 Plaats van de beschrijver: ruimtelijk perspectief 215
- 5.4 Mensen in het verhaal 217
- 5.5 Spannende verhaaltechnieken 230
- 5.6 Het interview als genre 244
Opdrachten 259

6 Populariseren 275

Moeilijke en taaie materie vertalen

- 6.1 Zes valkuilen 276
- 6.2 De bron beoordelen 279
- 6.3 Een moeilijke tekst aanpakken 284
- 6.4 Populariseringstechnieken 286
Opdrachten 307

7 Opiniërende genres 315

Overtuigen met en zonder argumenten

- 7.1 Een standpunt innemen 316
- 7.2 Kwaliteit van argumenten 320
- 7.3 Analyse en commentaar 328
- 7.4 Opinieverhaal 336
- 7.5 Recensie 341
- 7.6 Column 347
Opdrachten 353

8 Eindredactie 365

Durven ingrijpen

- 8.1 Eindredactionele taken 366
- 8.2 Verticale leesroute: blikvangers 369
- 8.3 Op lengte brengen 385
- 8.4 De laatste correcties 387
- 8.5 Checklists voor de meest voorkomende genres 392
[Opdrachten](#) 398

Bijlage 1 Korte beschrijving genres 406

Bijlage 2 Bronnen, soorten en betrouwbaarheid 411

Bijlage 3 Interviewtips 415

Geraadpleegde literatuur 417

Over de auteurs 420

Illustratieverantwoording 421

Register 422

Inleiding

In alle jaren dat we schrijfcursussen gaven aan studenten journalistiek was er eigenlijk niet één boek dat we konden gebruiken voor alle aspecten van het schrijven. Genoeg boeken gaan over schrijven, maar geen van die boeken is voldoende toegespitst op het hele proces van journalistieke teksten maken. Bovendien richten veel schrijfboeken zich op helder communiceren, overtuigend of wetenschappelijk schrijven, maar journalistiek schrijven is toch net weer iets anders.

Schrijvende journalisten werken in een branche waarin veranderingen aan de orde van de dag zijn. Genres zijn vloeibaarder geworden, stukken moeten korter en er wordt, met minder mensen, veel meer geproduceerd dan pakweg tien jaar geleden. Ook de aard van de journalistieke bijdragen is veranderd. Lezers halen tegenwoordig hun informatie via internet overal vandaan. Voor de duiding daarvan hebben lezers echter journalisten nodig. Daarom verschuift de taak van de journalist meer naar checken, uitzoeken, duiden en context geven.

Bovendien strijden printmedia en digitale media om de aandacht van de lezers, die steeds meer ook kijkers worden. Daarom moeten die media de presentatie van hun informatie scherper afbakenen. Printmedia moeten meer populariseren, gemiddeld kortere stukken bieden en de presentatie aantrekkelijker maken met meer beeld, infographics en kaders. Ook richten journalisten zich meer op vragen die leven onder hun publiek.

Dat betekent niet dat alle traditionele genres overboord kunnen. Ook in de kranten en tijdschriften van nu kun je nog steeds een lange reportage lezen of een gedegen opiniestuk. En de basis van een goed journalistiek verhaal is nog steeds hetzelfde: je bakent het af, er is een centrale vraag of basisuitspraak, die onderbouw je met mondelinge en schriftelijke bronnen en je schrijft het goed gestructureerd, begrijpelijk en aantrekkelijk op.

De hoofdstukken 1 tot en met 4 van dit *Basisboek journalistiek schrijven* is basisstof.

In het eerste hoofdstuk behandelen we hoe je een goed achtergrondverhaal kunt schrijven. We laten zien hoe je een geschikt onderwerp vindt en hoe je stap voor stap komt tot een helder verhaal dat interessant is voor de lezer. Belangrijk daarbij is het proces van voorbereiding en de afbakening van het onderwerp. Dat leer je aan de hand van een korte uitleg, voorbeelden uit de praktijk en praktische oefeningen.

In hoofdstuk 2 leer je de technieken voor een goede structuur van een verhaal en manieren om het aantrekkelijk te presenteren.

Hoofdstuk 3 gaat geheel over stijl: je leert alle technieken om begrijpelijk en aantrekkelijk te schrijven.

In hoofdstuk 4 lees je hoe je je verhalen en berichten kort houdt. 'Kort en compact schrijven' wordt in de huidige journalistieke praktijk steeds belangrijker. We laten zien welke eisen dat stelt aan webschrijven, het schrijven van nieuwsberichten en van korte stukken in samengestelde producties. Hoewel dit boek ook als naslagwerk te gebruiken is, passen de basishoofdstukken goed in een werkcollege waarin je stap voor stap leert een publicabel verhaal te maken.

In de tweede helft van het boek kijken we naar vaardigheden, die door de nieuwe eisen aan journalistieke schrijfproducten steeds belangrijker worden. Deze vaardigheden koppelen we aan de bijbehorende genres.

In hoofdstuk 5 behandelen we verhalende technieken als beschrijven en compositie, nodig voor de meer verhalende journalistieke genres, zoals het sfeerverhaal of de reportage. Ook komt daar 'het interview als genre' aan bod.

Hoofdstuk 6 gaat over populariserend schrijven. We laten vooral zien hoe je de berichtgeving over beleid en wetenschap, zowel in nieuwsberichten als in achtergrondverhalen, informatief en aantrekkelijk kunt houden.

In hoofdstuk 7 kun je zien wat er nodig is om opiniërende genres als opinieverhaal, recensie of column te kunnen schrijven. Je leert effectief argumenteren en je krijgt stijlaanwijzingen daarvoor. Opiniërend schrijven komt tegemoet aan de wens tot meer duiding.

In hoofdstuk 8 ten slotte komen alle aspecten bij elkaar in de laatste fase van het schrijfproces, de eindredactie. Daar kijken we naar de tekst als geheel. Hoe zorgen alle tekstonderdelen er samen voor dat de lezer geboeid blijft? Het gaat daarbij over leesroutes, genregebonden koppen, 'blikvangers', stijl en schrappen. Deze stof is te gebruiken als een aparte cursus Eindredactie. Het *Basisboek journalistiek schrijven* eindigt met een praktische checklist voor alle journalistieke genres.

Aan het eind van elk hoofdstuk staan vragen en opdrachten. Het gaat daarin om verwerking en om praktische toepassing van de stof. De voorbeelden die we daarbij geven komen, net als die in de rest van het boek, allemaal uit de journalistieke praktijk. De antwoorden voor studenten en suggesties voor docenten zijn te vinden op de website bij dit boek (www.bbjournalistiekschrijven.noordhoff.nl). Op die website vind je ook de volledige versie van de langere verhalen die niet integraal zijn opgenomen, achtergrondinformatie bij de hoofdstukken en verwijzing naar actuele discussies over het vakgebied van journalistiek schrijven. In de marge wordt met het webicoontje aangegeven dat je nadere informatie op de website kunt vinden.





1

Het schrijfproces

Oriëntatie en voorbereiding

- 1.1 Aanpak van een achtergrondverhaal
- 1.2 Wat is een achtergrondverhaal?
- 1.3 Structuur van een achtergrondverhaal
- 1.4 Schrijven in fasen
- 1.5 Oriëntatiefase
- 1.6 Voorbereidingsfase
- 1.7 Invalshoek

Een journalistiek verhaal begint met een idee. Meestal ligt dat in de actualiteit voor het oprapen, maar soms moet een journalist dieper spitten om op een geschikt verhaalidee te komen. Een goed idee is goud, zeggen journalisten wel eens. Maar een idee is nog geen verhaal. Daar is werk voor nodig, denkwerk en creatief werk. Een journalistiek verhaal is het resultaat van een proces dat bestaat uit oriëntatie, voorbereiding, schrijven en herschrijven.

Dit eerste hoofdstuk behandelt de eerste twee fasen van dit schrijfproces: de oriëntatiefase en de voorbereidingsfase. Deze fasen leren je hoe je van een eerste idee tot een concrete verhaalopzet komt. Onderwerp, lezer, doel, genre en een praktische zaak als haalbaarheid bepalen naar welke informatie je op zoek gaat voor je verhaal, wat je daarvan gebruikt en hoe je het opschrijft. Omdat je in dit hoofdstuk leert hoe je een achtergrondverhaal schrijft, beginnen we met uitleg over wat daaronder in de journalistiek wordt verstaan. We leggen de nadruk op de structuur en de lezersgerichtheid ervan.

1.1 Aanpak van een achtergrondverhaal

Genres

Dit boek biedt je de kennis en technieken voor het schrijven van alle journalistieke genres. Met schrijven bedoelen we niet alleen het formuleren van de tekst, maar het hele proces van idee tot en met eindredactie. Een tekst kan verschillende vormen hebben (genres), maar het schrijfproces verloopt steeds ongeveer hetzelfde.

Het volgende citaat laat zien hoe een journalist van *de Volkskrant* het schrijfproces van een achtergrondverhaal in de praktijk aanpakte. De aanleiding is een nieuwe versie van het populaire computerspel *De Sims*. Hij beschrijft hoe het idee voor het onderwerp ontstaat, waarom hij over dit onderwerp wil schrijven, wie hij als lezer voor ogen heeft en naar welke soort informatie hij op zoek gaat:

'Ja, waarom wilde ik er iets over schrijven? Ik wist dat de tweede versie eraan zat te komen en ik liep al met het idee rond. De eerste versie was 's werelds best verkochte computerspel de afgelopen jaren. Tientallen miljoenen gingen er over de toonbank, meer dan menig boek dat de Nobelprijs won.

Het is een leuk spel, met allerlei lagen, ontleend aan films en boeken. Niet alleen kinderen maar ook volwassenen zijn soms uren bezig hun Sims-gezinnetje op orde te houden. Dat alles maakt het gewoon interessant er een verhaal over te schrijven. Het is een opvallend cultureel fenomeen.

Ik wilde het verhaal zo schrijven dat ook iemand die niets met computerspellen heeft, geprikkeld wordt en denkt: goh, ik wist niet dat achter een doosje uit de speelgoedwinkel zo'n verhaal zit. Dat vind ik het mooie van de journalistiek. Je kijkt nog eens beter naar wat zo vanzelfsprekend lijkt, en gaat op zoek naar het verhaal erachter. Ik heb het idee ingebracht op de mediaredactie en dat kennelijk enthousiast genoeg gedaan. Of er was een gat; de krant komt meestal chaotischer tot stand dan je denkt.

Ik kreeg echter weinig tijd en maar zo'n 150 regels. Ik moest snel mijn idee concreet maken. De lezer had ik dus al voor ogen: iemand die wel eens een spotje over het spel heeft gezien, maar er verder niets van weet. Er moest daarom wel uitleg in, maar niet al te diepgaand. Het moest een luchtig verhaal worden.

Een handige manier is dan dat je gebruikers opspoort en ze hun verhaal laat vertellen. Ik vond ze via internet: er bestond een Sims-startpagina en ik vond ook een website van iemand die Sims-interieurs ruilde. Ook zocht ik contact met Electronic Arts, de uitgever. En ik heb zelf al een aardige bagage aan kennis in huis; ik schrijf al een paar jaar over dit soort onderwerpen. Al die informatie zuig je in een paar dagen op.

Ondertussen denk je verder over wat er wel en niet in moet. Bij een luchtig verhaal als dit heb ik daar globaal al wel een beeld bij. Ook de vorm zit al in m'n hoofd. Het materiaal dat je binnenkrijgt, bepaalt uiteindelijk hoe je verhaal eruit gaat zien. Ik had wel stof voor vier verhalen; je kunt er op zoveel manieren over schrijven.

En wat ik tijdens de rit meestal bedenk, is een prikkelende opening. Het materiaal brengt je meestal wel op het spoor daarvoor. Bij een goede voorbereiding zit de rest van het verhaal eigenlijk al in je hoofd. Het schrijven zelf gaat dan snel; dit verhaal heb ik twee uur voor de deadline opgetikt.'

(Bron: uit een interview van de auteurs met Peter van Ammelrooy)

Het hele interview en het betreffende achtergrondverhaal, 'Een levenstrainer voor yuppen', staan op de website bij dit boek.



In dit citaat passeren in een notendop alle onderdelen van de eerste twee fasen van het schrijfproces de revue. De journalist oriënteert zich op het *onderwerp*, denkt na over de *lezer*, en geeft aan wat het *doel* van het verhaal is en gaat na of dat *haalbaar* is. Verder bedenkt hij naar *welke informatie* hij zoek gaat. Door deze oriëntatie en voorbereiding kan hij het verhaal gemakkelijker en sneller opschrijven. In dit hoofdstuk leer je hoe je die oriëntatie en voorbereiding goed aanpakt. Je legt er de basis mee voor een goede tekst. Bovendien voorkom je geworstel in de schrijffase. We richten ons eerst op het schrijfproces van een achtergrondverhaal. De aanpak daarvoor staat model voor die van andere journalistieke genres, die later aan de orde komen.

Fasen van het
schrijfproces

1

1.2 Wat is een achtergrondverhaal?

Om een achtergrondverhaal te kunnen schrijven, moet je weten wat eronder wordt verstaan. Dat kunnen we het beste duidelijk maken door het te vergelijken met een nieuwsbericht, het kortste en oudste journalistieke genre. Beide gaan over hetzelfde nieuwsfeit: het verbod op de drug qat. Het nieuwsbericht geeft sec het belangrijkste nieuws over deze zaak: zie voorbeeld 1.1.

VOORBEELD 1.1 HET NIEUWSBERICHT

NOS.NL, 9 JANUARI 2012

Kabinet kondigt verbod qat aan

Het kabinet heeft in een brief aan de Tweede Kamer een verbod aangekondigd op de drug qat. Door op blaadjes van de qatplant te kauwen worden honger en vermoeidheid bestreden. Dat kan leiden tot een verslaving en schade aan de gezondheid.

Bovendien leidt de handel volgens het kabinet tot overlast. Uit onderzoek

van het Trimbos-instituut blijkt dat qat bij zo'n 10 procent van de gebruikers tot problemen leidt.

Qat wordt veel gebruikt door Somaliërs. De Tweede Kamer vroeg eerder al om een verbod op qat. In veel andere Europese landen is zo'n verbod er al langer.

Het achtergrondverhaal naar aanleiding van dit bericht geeft een kijkje achter de schermen van dit nieuwsfeit, zoals in voorbeeld 1.2.

VOORBEELD 1.2 HET ACHTERGRONDVERHAAL

NRC HANDELSBLAD, 11 JANUARI 2012

Wanneer je qat kauwt, kun je niet werken



Abdi Yusuf, de imam van de Somalische moskee in Rotterdam-Zuid, zag het pas nog op straat: een Somalische man kauwde qat. Een Nederlandse vrouw liep langs. Ze keek. Ze keek nog eens. Toen liep ze naar de man en gaf hem een munt van twee euro. 'Koop maar een brood,' zei ze. Hij wil maar zeggen: jullie kennen dat spul niet. De een denkt dat alleen heel arme Somaliërs op blaadjes kauwen, omdat ze geen geld hebben voor eten. Anderen vinden het folklore. Maar: qat kauwen heeft niets moois.

Qat is een harddrug, vindt de imam. Het hoort qua effect thuis in het rijtje van heroïne en cocaïne. 'Een qatverslaafde denkt niet meer aan zijn vrouw, niet meer aan zijn kinderen, niet meer aan zijn werk. Hij denkt alleen maar aan het spul dat hij moet hebben.'

Minister Leers (Integratie, CDA) is het met Abdi Yusuf eens en kondigde gisteren een verbod op qat aan. Uit onderzoek door het Trimbos-instituut onder een groep Somaliërs in Nederland bleek 11 procent problematisch qatgebruik.

De Uithoornse burgemeester Oudshoorn is er wel blij mee. Hij is het zat 'de qat-stad' van Europa te worden genoemd. Viermaal per week komen Somaliërs uit heel Nederland en omliggende landen naar Uithoorn. Daar wordt de vers uit Afrika aangevoerde qat op een industrieterrein verhandeld. In 2010 ging dat volgens het Trimbos-instituut om ongeveer 850.000 kilo. Oudshoorn: 'Daar zijn we natuurlijk niet blij mee. Als je bezig bent je gemeente en industrieterrein te ontwikkelen, dan wil je daar niet vier keer per week een heel grote groep mensen, die zich niet altijd netjes gedragen.'

Dat Uithoorn draaischijf is van de qathandel, noemt de burgemeester 'botte pech'. Er wonen weinig Somaliërs, maar het ligt dicht bij Schiphol. En dat telt, want qat moet snel worden verhandeld. Vers is belangrijk, vertellen ook drie Somalische jongens in een supermarkt tegenover de moskee. Van oude qat kan je ziek worden. Je krijgt last van je lever en je nieren. En kauwen zij wel eens qat? 'Nee', roepen ze in koor. Mijn

'Een qatverslaafde denkt niet aan vrouw, kinderen of werk.'

ker. Dat is slecht voor de integratie, vindt Leers. In de meeste Europese landen is de drug verboden. Alleen in Nederland en Groot-Brittannië niet. Het Trimbos-instituut ziet overigens niet veel voordelen in het verbod.

vrienden studeren en ik werk in de haven, zegt Mohamed Ali, de spraakzaamste van de drie. 'Dat is het bewijs. Als je qat kauwt, dan kan dat niet.'

Qat kauw je niet in je eentje op je slaapkamer, vertellen de jongens.

Qat kauwen is een sociale bezigheid, dat doe je met vrienden in een qathuis. Te vergelijken met een coffeshop. Het kauwen gebeurt bij voorkeur's nachts. Kennen zij misschien een qathuis? 'Nee joh, wat denk je wel.' Volgens imam Abdi Yusuf zijn er zeker vier of vijf qathuizen op Zuid. Het zijn gewone huizen. Daar wordt de qat gebruikt en verhandeld. Vaak woont het gezin van de handelaar er ook. Dat baart de imam zorgen.

Ook in Somalië wordt qat gebruikt, zegt de imam. Maar onmatig gebruik ziet hij vooral in Nederland. Bij mannen, en soms ook vrouwen, die zich ontheemd voelen, de taal niet spreken en geen werk hebben. 'Die zoeken de veiligheid van de eigen gemeenschap.'

De Somalische moskee is een onopvallend wit gebouw. Vijf keer per dag, als het tijd is voor het

gebed, komen van alle kanten mannen aangewandeld en stroomt het pleintje voor de moskee vol. Verreweg de meesten zijn van Somalische afkomst, maar er zijn ook Marokkanen en Turkse moslims. Aan de vrouwenkant is het rustig. Slechts vier vrouwen knielen op het tapijt.

Een van hen is Fadumo Yousef uit Hellevoetsluis. Een kleine Somalische vrouw met een lange bruine hoofddoek. Ze heeft van het verbod gehoord en is helemaal voor. Gezinnen gaan kapot aan het qatkauwen. De vrouwen staan er alleen voor. Zijzelf is streng anti-qat. Als bezoek de blaadjes tevoorschijn haalt, grijpt ze meteen in. Ze wil niet dat haar kinderen ermee in aanraking komen. Dat is gelukt. Haar twee oudste zonen studeren fiscale economie en geneeskunde in Rotterdam. Haar dochter zit in 5 havo. Ze lacht trots.

We leggen nu eerst het nieuwsbericht naast het achtergrondverhaal om de verschillen en overeenkomsten te zien. Daarna verdiepen we ons kort in het schrijven voor een groot publiek.

1.2.1 Nieuwsbericht versus achtergrondverhaal

Als je het nieuwsbericht naast het achtergrondverhaal legt, zie je al snel dat ze elk een specifiek *doel* hebben. Het nieuwsbericht vermeldt neutraal de belangrijkste informatie over een nieuwswaardige gebeurtenis. Het gaat kort en bondig in op de belangrijkste vragen die de lezer kan hebben. Het zijn de voor de hand liggende vragen die je stelt als iemand je iets vertelt wat hem of haar is overkomen, zoals:

- *Wat* is er gebeurd?
- *Wie* waren erbij betrokken?
- *Waar* is het gebeurd?
- *Wanneer* is het gebeurd?
- *Waarom* is het gebeurd?
- *Hoe* is het gebeurd?

Deze vragen staan bekend als de 'vijf W's en de H'.

Een nieuwsbericht brengt dus het nieuws. Een achtergrondverhaal echter gaat nader in op dat nieuws. Het behandelt het *hoe* en *waarom* van de gebeurtenis. Het geeft de lezers informatie waarmee zij dat nieuws kunnen duiden. Het biedt overzicht en inzicht door relevante bronnen aan het woord te laten (in dit geval autoriteiten, insiders en vrouwen van de gebruikers) en achtergrondinformatie te geven.

Nieuwsbericht

Vijf W's en H

Achtergrondverhaal

Verder dan het nieuws

Een achtergrondverhaal gaat dus verder dan het nieuws, het biedt achtergronden. De journalist laat bijvoorbeeld verbanden zien, verklaart hoe iets kon gebeuren of plaatst een zaak in historisch perspectief. Hij verwerkt daarbij ook meningen en commentaren van betrokkenen en deskundigen: in een achtergrondverhaal komen minimaal twee ter zake doende bronnen aan het woord.

Nieuws gaat snel, een nieuwsbericht is de volgende dag, of zelfs al enkele uren later, verouderd. Maar het schrijven van een achtergrondverhaal kost tijd. Ze staan daarom pas meestal een of meerdere dagen na het nieuwsfeit in de krant. Niet alleen in dagbladen vind je achtergrondverhalen, ze staan ook in opinie- en publieksbladen en ze zijn te vinden op internet.

Een achtergrondverhaal:

- heeft een aanleiding
- gaat over een nieuwswaardige of interessante gebeurtenis
- geeft inzicht in de achterliggende context daarvan
- helpt de lezer bij de interpretatie van die gebeurtenis
- geeft niet de mening van de journalist weer
- bevat minimaal twee gesproken en ter zake doende bronnen
- is gebaseerd op een degelijke research

Er is inmiddels een aantal belangrijke journalistieke begrippen de revue gepasseerd: genre (nieuwsbericht en achtergrondverhaal), doel, lezer, aanleiding, nieuws, research, context, mening. We behandelen ze verderop in het boek uitgebreider, evenals andere centrale begrippen van journalistiek schrijven. Zo zullen we in hoofdstuk 4 nog uitleggen wat in de journalistiek onder 'nieuws' wordt verstaan en hoe je een nieuwsbericht schrijft. Nu gaat het om het leren schrijven van een goed achtergrondverhaal.

In tabel 1.1 hebben we een aantal verschillen tussen het nieuwsbericht en het achtergrondverhaal naast elkaar gezet.

TABEL 1.1 Verschillen tussen het nieuwsbericht en het achtergrondverhaal

Nieuwsbericht	Achtergrondverhaal
Geeft nieuws	Geeft achtergrondinformatie
Kort (80 tot 150 woorden)	Langer (450 tot 750 woorden)
Vast stramien voor volgorde van informatie	Volgorde van informatie ligt niet vast
Geen afgerond verhaal	Afgerond verhaal
Zakelijk en bondig taalgebruik	Meer verhalend taalgebruik
Neutrale en feitelijke woordkeus	Woordkeus is vrijer

Omdat hun doel verschilt, stellen de twee genres ook verschillende eisen aan de structuur en het taalgebruik. Je ziet dat alleen al aan hoe de kop is geformuleerd. Of kijk naar de opbouw, de structuur. In het qatnieuwsbericht is de volgorde: wie? wat? waar? hoe? waarom? Het achtergrondverhaal erover introduceert eerst het onderwerp op een manier die de interesse wekt, het ontwikkelt dat onderwerp vervolgens stapsgewijs en rondt af met een pakkend slot.

Maar nieuwsbericht en achtergrondverhaal kennen ook overeenkomsten. Het zijn beide informatieve genres; de journalist laat zijn mening erbuiten. Een nieuwsbericht informeert de lezer over het nieuws. Een achtergrondverhaal dient ervoor om de lezer te helpen zijn mening te vormen, niet om een mening te verkondigen. Daarvoor zijn andere journalistieke genres, zoals het opinieverhaal, de recensie of het commentaar.

**Eigen mening
erbuiten**

Wat wel mag, is de mening weergeven van een bron als die mening onderdeel van het nieuws is. Een voorbeeld: een bekend politicus bekritiseert de koningin omdat ze een sjaal over haar hoed draagt als ze een moskee bezoekt. Ze antwoordt op die kritiek: 'Dat is echt onzin.' Dan neem je dat citaat uiteraard letterlijk op in je nieuwsbericht of achtergrondverhaal erover. Mooier kun je het niet hebben. Maar je mag als journalist niet schrijven dat ze dat terecht zei. Hoewel je dat misschien wel denkt.

**Wel mening
van bron**

1.2.2 Schrijven voor een groot publiek

Het achtergrondverhaal blijft dus bij de feiten. Maar het genre biedt je wel de mogelijkheid om publieksgericht te schrijven. Journalistiek schrijven is schrijven voor een groot publiek; journalisten werken voor massamedia. Dat vereist een andere manier van schrijven dan bijvoorbeeld het schrijven van een scriptie, een beleidstekst of een wetenschappelijk artikel.

**Journalistiek
schrijven**

Omdat je schrijft voor een groot publiek, moet je veel meer rekening houden met de lezer.

Dagbladen en tijdschriften zijn de laatste vijftien jaar enorm veranderd. De lezer is steeds centraler komen te staan. Dat kun je bijvoorbeeld zien aan de onderwerpskeuze (invalshoeken die de lezer interesseren), de inbreng van de lezer (opiniepagina's, speciale lezersweblogs), de opmaak (meer beeld ten opzichte van tekst, meer infographics), de overgang naar het tabloïdformaat en aan de schrijfstijl.

Door de opkomst van de sociale media en nieuwsmedia op internet moet de traditionele geschreven pers veel meer doen om de lezer binnenboord te houden. Naast een inhoud die de lezer interesseert, zijn leesgemak en leesplezier belangrijke pijlers van een journalistieke tekst.

Als je een achtergrondverhaal wilt schrijven, stel jezelf dan de vraag: 'So what?'. Waarom zou de lezer dit verhaal willen lezen? Wat maakt het interessant? Is het aantrekkelijk? Hoe zorg ik ervoor dat die lezer niet na de eerst twee regels 'wegzapt'? Dat bereik je door een publieksgerichte aanpak van je verhaal. Een publieksgerichte tekst kenmerkt zich door:

So what?

- een onderwerp dat interessant is voor het lezerspubliek
- een invalshoek die de lezer boeit
- een structuur die helder is
- een stijl die begrijpelijk en aantrekkelijk is

**Publieks-
gerichte tekst**

1.3 Structuur van een achtergrondverhaal

Net als het *NRC Handelsblad* plaatste ook *de Volkskrant* een achtergrondverhaal naar aanleiding van het qatverbod. De invalshoek was niet het qatprobleem in Uithoorn maar in Jemen, het land dat de meeste gebruikers telt. De buitenlandcorrespondent van *de Volkskrant* schrijft in begrijpelijke taal, geeft voorbeelden en achtergrondinformatie. De omvang is niet al te groot,

511 woorden. Maar bovenal: de tekst heeft een heldere structuur. Dat maakt dat hij makkelijk te volgen is. We bekijken die structuur nader aan de hand van voorbeeld 1.3.



VOORBEELD 1.3 HELDERE STRUCTUUR

DE VOLKSKRANT, 13 JANUARI 2012

Nederland verbiedt qat; in Jemen organiseren activisten een ‘dag zonder’

‘Het probleem met qat is sociaal.’

Terwijl de Nederlandse regering dinsdag een verbod op qat afkondigde vanwege een paar duizend gebruikers, probeerden activisten in Jemen donderdag hun landgenoten over te halen gedurende één dag van het stimulerende middel af te blijven. Dat is een lastige opgave in een land waar de plant al eeuwenlang het straatbeeld bepaalt.

In de Hoorn van Afrika en de Arabische Wereld wordt sinds duizenden jaren op qatbladeren gekauwd. De werkzame stof cathinone die daarbij vrijkomt, geeft een mild euforische stemming. Gebruikers krijgen zin om te kletsen en consumeren daarom graag in groepsverband. Na zo'n vijf uur kauwen, slaat de stemming om en treedt een rusteloos, geïrriteerd of melancholisch gevoel op.

Nergens ter wereld wordt zoveel qat geconsumeerd als in Jemen. De plant is er legaal en het gebruik vervult een belangrijke sociale functie. Om een uur of drie 's middags snellen de Jemenieten naar de markt om de hand te leggen op een bos verse qat. Want hoe verser de blaadjes, hoe sterker het effect.

De Wereld Gezondheidsorganisatie (WHO) schat dat het qatgebruik hoog is. 90 Procent van de mannen, de helft van de vrouwen en één op

de vijf kinderen onder de twaalf jaar gebruiken dagelijks qat. Boeren, bouwvakkers, advocaten en politici: qat kauwen gebeurt in alle lagen van de bevolking.

Maar de negatieve effecten op de gezondheid zijn te verwaarlozen.

‘Het probleem is vooral sociaal en economisch van aard,’ zegt Hind Aleryani, initiatiefneemster van de ‘dag zonder qat.’ In Jemen, waar bijna de helft van de bevolking onder de armoedegrens leeft, besteedt een gemiddeld gezin meer geld aan qat dan aan voedsel. ‘Het gebruik heeft een desastreus effect op het land en haar inwoners,’ zegt Aleryani. ‘In plaats van te werken, is iedereen alleen maar bezig met qat. Het ontwricht het gezinsleven en heeft een negatieve invloed op de productiviteit.’

Twee derde van de landbouwgrond in Jemen wordt gebruikt om qat te produceren. Dat is niet zo vreemd, de productie van de plant is eenvoudig en levert veel meer geld op dan het verbouwen van koffie of fruit.

De qatproductie is een stabiele inkomstenbron voor Jemenitische boeren, maar heeft ook een keerzijde. Naar schatting 30 procent van het toch al schaarse water gaat op aan de qatvelden. De situatie is zo zorgwekkend dat deskundigen verwach-

ten dat Jemen het eerste land ter wereld zonder water zal zijn.

Het vertrek van president Abdullah Saleh heeft Jemenitische activisten hoop gegeven dat de tijd rijp is voor verandering. Aleryani pleit niet voor een verbod op qat, maar voor een culturomslag. 'Mensen moeten ophouden te denken dat er zonder qat geen sociaal leven mogelijk is.'

Aleryani plaatste een oproep voor de qatloze dag op Twitter en

haar campagne werd opgepikt door kranten en de televisie. Op de centrale pleinen in Sanaa en Taiz kwamen gisteren sympathisanten van de campagne bijeen, met toespraken en muziek. Tot teleurstelling van Aleryani waren er ook veel mensen die qat kauwend naar het evenement kwamen. Toch is ze tevreden: 'De actie was vooral symbolisch, het debat is nu opengesteld.'

Het verhaal in voorbeeld 1.3 is gemakkelijk samen te vatten. De schrijver formuleert de belangrijkste uitspraken steeds in de eerste – cursieve – zinnen van de alinea. Door die achter elkaar te zetten, ontstaat de hoofdlijn van de tekst:

In de Hoorn van Afrika en de Arabische Wereld wordt sinds duizenden jaren op qatbladeren gekauwd. Nergens ter wereld wordt zoveel qat geconsumeerd als in Jemen. Gezondheidsorganisatie (WHO) schat dat het qatgebruik hoog is. Maar de negatieve effecten op de gezondheid zijn te verwaarlozen. 'Het probleem is vooral sociaal en economisch van aard', zegt Hind Aleryani, initiatiefneemster van de 'dag zonder qat'. Twee derde van de landbouwgrond in Jemen wordt gebruikt om qat te produceren. De qatproductie is een stabiele inkomstenbron voor Jemenitische boeren, maar heeft ook een keerzijde. Het vertrek van president Abdullah Saleh heeft Jemenitische activisten hoop gegeven dat de tijd rijp is voor verandering. Aleryani plaatste een oproep voor de qatloze dag op Twitter en haar campagne werd opgepikt door kranten en de televisie.

De cursieve zinnen in voorbeeld 1.3 hebben een belangrijke functie: ze geven de kern van de alinea aan, daarom heten ze kernzinnen. In dit verhaal staan ze allemaal aan het begin van de alinea. Dat is niet toevallig, want die plek trekt de meeste aandacht. Maar ze kunnen ook aan het eind van de alinea staan of in het midden (zie hoofdstuk 2). Elke goed geschreven tekst kent alinea's met bondig geschreven en duidelijk herkenbare kernzinnen. We kijken in deze paragraaf naar de balans in de tekst, de begin- en de slotalinea en het structuurschema.

1.3.1 Balans in de tekst

Zijn de andere zinnen dan minder belangrijk? Dat kun je zo niet zeggen. Ze geven weliswaar niet de kern van het verhaal of de algemene lijn weer, maar vervullen wel een andere functie: ze lichten de kernzinnen toe. We noemen dat 'specificatie'. Zonder die specificatie blijven de kernzinnen 'in de lucht hangen'.

Kernzinnen

Specificatie

Kijk maar eens naar de samenvatting van het qatverhaal op basis van de kernzinnen. Die is te begrijpen, maar wel in heel algemene zin. Je kunt je erbij afvragen: 'Klopt dit allemaal wel? Hoe zit dat met die sociale functie? Wat houdt die keerzijde in? Waarom wordt in Jemen twee derde van de landbouwgrond voor qatteelt gebruikt?' Bij elke kernzin kun je vragen stellen. De toelichtende informatie erbij geeft antwoord op die vragen. Dat kan bijvoorbeeld zijn in de vorm van kennis (cijfers), beeld (beschrijving) of verklaring (uitleg). Zo krijgt de lezer niet alleen een algemeen maar ook een meer ingekleurd beeld. Hoe hoger de kwaliteit van kernzinnen en specificatie *samen*, hoe beter de tekst. Bovendien maken kernzinnen en specificatie de tekst goed scanbaar voor de lezer. In hoofdstuk 2 (over de schrijffase) leer je hoe je goede alinea's schrijft.

1.3.2 Begin- en slotalinea

Lead

De eerste alinea van het verhaal in voorbeeld 1.3 – de lead in journalistieke termen – hebben we tot nu toe overgeslagen omdat dat een speciale alinea is. Ook deze alinea kent twee delen: een inleidende zin die de aanleiding en context van het verhaal schetst en een zin die het onderwerp, het hoofdthema ervan aangeeft: zie voorbeeld 1.4.

Hoofdthema

VOORBEELD 1.4 LEAD ACHTERGRONDVERHAAL

Terwijl de Nederlandse regering dinsdag een verbod op qat afkondigde vanwege een paar duizend gebruikers, probeerden activisten in Jemen donderdag hun landgenoten over te halen gedurende één dag van het stimulerende middel af te blijven. *Dat is een lastige opgave in een land waar de plant al eeuwenlang het straatbeeld bepaalt.*

De eerste zin van de lead in voorbeeld 1.4 leidt de tweede in. Die tweede zin is algemener dan de eerste: hij omvat het *hele verhaal*. Dit is wat een goede lead moet doen: het hoofdthema introduceren en dat in één zin kernachtig omschrijven.

Basisuitspraak

De algemene zin van de eerste alinea noemen we de basisuitspraak. Die zin is nog weer algemener dan de kernzinnen van de alinea's die volgen. Kernzinnen overkoepelen een alinea, de basisuitspraak overkoepelt het hele verhaal. Vergelijk:

- [1] 'Dat (= een qatverbod van één dag in Jemen) is een lastige opgave in een land waar de plant al eeuwenlang het straatbeeld bepaalt.' (basisuitspraak)

met:

- [2] 'Nergens ter wereld wordt zoveel qat geconsumeerd als in Jemen.' (kernzin alinea 2)

Uitspraak [1] is algemener – je kunt ook zeggen 'breder' – dan de tweede. Om die waar te maken, heb je een heel verhaal nodig. De uitspraak [2] kan in één alinea worden toegelicht.

De formulering van basisuitspraak en kernzinnen volgt een strakke inhoudelijke regel: zij moet het onderwerp benoemen en een uitspraak doen over dat onderwerp. Je ziet dat in de formulering van basisuitspraak en kernzinnen in het achtergrondverhaal van voorbeeld 1.4. Dat betekent kernachtig het onderwerp benoemen en aangeven wat je daarover te melden hebt. De basisuitspraak moet de lezer in één oogopslag laten zien waarover het verhaal zal gaan.

De basisuitspraak staat meestal aan het eind van de lead. Het stukje tekst ervoor leidt de basisuitspraak in. Dat kan op veel manieren. In dit verhaal is die inleiding een zakelijke vermelding van context en aanleiding. Maar het kan in een achtergrondverhaal ook veel speelser. De functie van de lead is om interesse te wekken en de lezer op het juiste spoor te zetten. Inleiding en basisuitspraak werken daarbij samen.

Ook het slot is een speciale alinea. Daarmee rond je een verhaal af. Dat kan door expliciet terug te komen op de basisuitspraak. Maar ook bij het slot kan het op andere manieren. Deze tekst eindigt bijvoorbeeld met een afsluitend citaat van de initiatiefneemster (zie voorbeeld 1.3).

**Formulering
van basis-
uitspraak**

Slotalinea

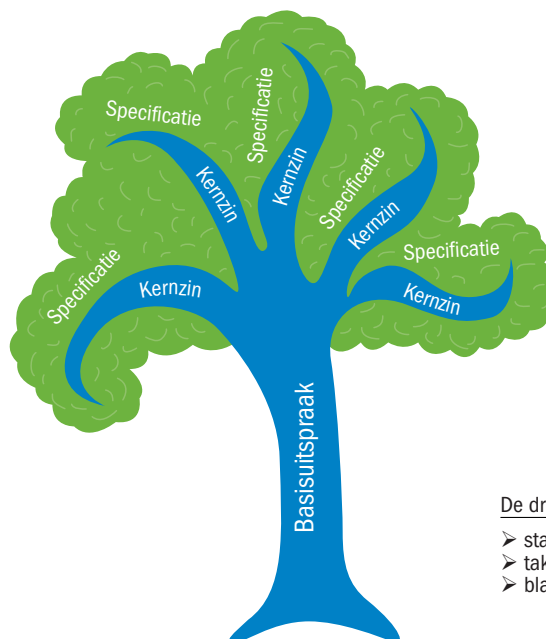
1.3.3 Structuurschema: de drie tekstniveaus

De structuur van een achtergrondverhaal kun je in één oogopslag zien in figuur 1.1: de structuurboom. We geven vooraf de toelichting hierbij.

Toelichting

De basisuitspraak overkoepelt het hele stuk. Het is de paraplu van het hele verhaal, net zoals de kernzinnen de paraplu van de alinea zijn. Je kunt je dit structuurprincipe ook als een boom voorstellen: de stam is de basisuitspraak, de takken zijn de kernzinnen en de bladeren de specificatie daarbij.

FIGUUR 1.1 De structuurboom



De drie structuurniveaus van een tekst

- stam: eerste niveau (basisuitspraak) → lead
- takken: tweede niveau (kernzinnen) → alinea's
- bladeren: derde niveau (specificatie) → alinea's

De drie tekst-niveaus

De basisuitspraak drukt het meest algemene niveau van een tekst uit. We noemen dit daarom het *eerste niveau*. De kernzinnen vormen het *tweede niveau* van een tekst en de specificatie daarbij het *derde niveau*. Het resultaat van het schrijfproces moet dus een tekst opleveren met een basisuitspraak, kernzinnen en specificatie die met elkaar in balans zijn en duidelijk te herkennen. Samen bepalen ze de kwaliteit van een verhaal.

1.4 Schrijven in fasen

Schrijfproces

In dit hoofdstuk, waarin het gaat om het *schrijfproces* (oriëntatie en voorbereiding), hebben we het tot nu toe voornamelijk gehad over de eisen die het *product* (het geschreven achtergrondverhaal) stelt. Dat lijkt paradoxaal. Maar we kunnen niet anders: om het hele schrijfproces te leren, moet je vooraf al enige kennis hebben van het product dat dat moet opleveren. Anders weet je niet waaraan je begint. Nu je weet hoe een achtergrondverhaal eruit moet zien en wat de belangrijke punten daarbij zijn, gaan we kijken hoe je daar kunt komen. We gaan naar het begin: hoe pak je het schrijfkarwei van een achtergrondverhaal systematisch aan? Wat komt daarbij kijken? Hoofdstuk 2 gaat dan weer verder over het product: daar leer je de gangbare schrijf- en structuurtechnieken voor alle onderdelen van het achtergrondverhaal.

Stel, je hebt misschien de inhoudsopgave al bekeken of het boek doorgebladerd. Ha, denk je, ik weet nu ook al hoe een achtergrondverhaal eruit moet zien. En verderop in het boek staan ook andere genres als sfeerverhaal, reportage en recensie, met praktische tips over stijl, creatieve schrijftechnieken en genrekenmerken. Ik ga meteen aan de slag.

Trial-and-error

Er is niks tegen de manier van trial-and-error om te ontdekken hoe iets het beste kan. Ook niet bij journalistiek schrijven. Als je uiteindelijk zigzaggend door dit boek je weg vindt, is dat misschien de manier die bij je past.

Maar wij vinden dat er veel te zeggen valt voor een vaste aanpak om het schrijfproces onder de knie te krijgen. Voor je je vingers op het toetsenbord zet, zul je een aantal fasen moeten doorlopen. Het klinkt misschien tegenstrijdig, maar een voorbereiding volgens een vast stramien komt je creativiteit ten goede. En er is nog een ander argument: de tijd die je in een gedegen voorbereiding investeert, verdien je dubbel en dwars terug.

Jongleren met vijf ballen

Schrijven is als jongleren met vijf ballen. Het vereist veel technieken die je tegelijkertijd moet toepassen. Om die te leren is in de praktijk een methode ontstaan waarbij het schrijfproces wordt onderverdeeld in verschillende fasen. Elke fase kent haar eigen technieken en vaardigheden. We onderscheiden vier fasen:

Schrijffasen

- 1 de **oriëntatiefase**: op een idee komen en dat scherpstellen
- 2 de **voorbereidingsfase**: informatie verzamelen en selecteren, en tekst-schema maken
- 3 de **schrijffase**: de 'pen op papier' zetten
- 4 de **redactiefase**: herstelwerkzaamheden uitvoeren

Deze vier schrijffasen vormen een model voor hoe je stapsgewijs aan een verhaal werkt. Het is een logische volgorde: eerst oriënteer je je op het

onderwerp, dan neem je concrete voorbereidende stappen, vervolgens ga je de eerste versie van je verhaal optikken en ten slotte kijk je het nog na en maak je de definitieve versie.

Maar in de praktijk volgt het schrijfproces echter niet strikt deze logische lijn. Je kunt bijvoorbeeld in je hoofd al bezig zijn met pakkende zinnen voor een verhaal terwijl je je nog aan het oriënteren bent op het onderwerp. Of je hoort een uitspraak van een bron en denkt: dat is een prachtige kop! Maar zeker om schrijven te leren, is het goed om het schrijfproces via de schrijffasen systematisch aan te pakken. Ook ervaren journalisten zijn zo begonnen en passen ze nog steeds toe. Zeker als het gaat om een langer verhaal. De een doet dat meer intuïtief, op basis van zijn ervaring, de ander systematischer door middel van aantekeningen op papier.

De schrijffasen dienen ook als diagnosemiddel. Ze helpen je om erachter te komen waar je zwakke plek zit. Doe je te lang over het schrijven van het stuk zelf? Dan is er waarschijnlijk iets mis in de voorbereiding. Heb je niet de juiste informatie verzameld? Dan was het misschien niet duidelijk wat je met het verhaal wilde. Vertoont je stuk geen duidelijke lijn? Grote kans dat je het onderwerp niet goed hebt afgebakend. En staan er nog spelfouten in? Dan is er iets mis met de eindredactie.

Schrijven is leuk, maar ook complex. Door het schrijfkarwei in fasen op te splitsen, leer je die stap voor stap. Naarmate je ervaring groeit, zul je merken dat de aanpak van een verhaal steeds meer vanzelf gaat. Je volgt de schrijffasen niet meer zo lineair, maar je kunt ermee spelen. Je zult steeds sneller tot een verhaalopzet komen en ook het 'optikken' gaat je gemakkelijker af.

**Diagnose-
middel**

1

1.5 Oriëntatiefase

Elk verhaal begint met een idee: je vormt een eerste beeld van het karwei waarvoor je staat. Het is als met het maken van een tegelmozaïek: je hebt een idee wat je wilt maken, het patroon kun je al vaag op je netvlies projecteren. Bepaalde kleuren zie je al voor je. Geen blauw, wel geel en rood. Mat of glanzend? Hoe groot? Je hebt zelfs al een paar stukjes verzameld. Je maakt een schets van het patroon, maar die is nog te grof. Misschien zijn er wel mooiere stukjes te vinden en verandert daardoor je patroon. Kortom: je bent bezig met een creatief en tegelijkertijd technisch proces. Je maakt van een idee een product. Bij het schrijven van een journalistiek verhaal gaat het niet anders.

In de eerste fase van het schrijfproces, de *oriëntatiefase*, probeer je het eerste verhaalidee scherp te stellen. Ideeën voor een journalistiek verhaal kunnen op elk moment en op elke plaats ontstaan. 'Schrijven doe je op de fiets', zei een student ooit. Je eigen ervaringen, een bericht dat je leest, gesprekken die je opvangt in de kroeg of waar dan ook, discussieprogramma's op radio en tv, internetforums, evenementen, persconferenties, boeken, een wetenschappelijke ontdekking, zoekmachines, Facebook, Twitter, YouTube, kortom alles wat een verhaal in zich kan hebben, is bron voor een verhaalidee. Een idee dat vanuit de blauwe lucht je hoofd indaalt, is zeldzaam. Een journalist is altijd alert en actief op zoek. Veel ideeën doe je op

**Schrijven doe
je op de fiets**

Verhaalidee

als je ze het minst verwacht. Leg invallen, observaties, flarden, woorden en zinnen vast in woord en beeld. Ooit kun je het gebruiken.

Denken in een mogelijk journalistiek verhaal heeft altijd te maken met een inschatting van de vraag: is het te publiceren? Aan die vraag zit een inhoudelijke en een praktische kant. Inhoudelijk gaat het om vragen als: waar ga ik het over hebben? Wat wil ik met mijn verhaal? In welke vorm giet ik het? Voor wie schrijf ik? De praktische kant betreft de vraag: is het haalbaar wat ik in mijn hoofd heb? Dit kan samengevat worden in de 'vijf vragen':

- 1 Hoe kom ik tot een onderwerp?
- 2 Wie is mijn lezer?
- 3 Met welk doel schrijf ik mijn verhaal?
- 4 Welk genre gebruik ik?
- 5 Hoeveel tijd heb ik en hoe lang mag het zijn?

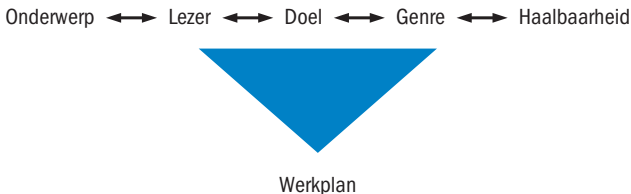
Vijf vragen

Publicabel idee

Of een eerste idee ook een haalbaar en publicabel idee is, kun je pas vaststellen als je deze vragen specifiek invult. De vijf vragen hangen samen. Als je niets weet van de lezers voor wie je schrijft, kun je een idee moeilijk concreet maken. Bijvoorbeeld: hoe moet je voorbeelden kiezen die de lezer aanspreken of bepalen of de tekst interessant genoeg is? En hoe kun je een tekst op tijd afkrijgen als je geen goede planning maakt? De vijf vragen (subparagraaf 1.5.1 tot en met 1.5.5) leveren samen een plan op hoe je het verhaal gaat aanpakken: het werkplan. In subparagraaf 1.5.6 staat een voorbeeld van zo'n werkplan (voorbeeld 1.8). In figuur 1.2 is het voorgaande schematisch weergegeven.

Werkplan

FIGUUR 1.2 De vijf vragen leiden tot een werkplan



1.5.1 Vraag 1: hoe kom je op een onderwerp?

'Hoe kom je op een onderwerp?' is een vraag die bij een journalist altijd hoog op de agenda staat. Minder urgent als het nieuws zich vanzelf aandient, urgenter als er sprake is van 'komkommertijd'. Redacties besteden dan veel aandacht aan deze vraag. Voor freelancejournalisten is deze vraag elke dag urgent: zij leven van hun onderwerpen. De vraag hoe je op een geschikt onderwerp komt, roept de volgende vragen op:

- Wanneer is een onderwerp geschikt?
- Waar vind je een onderwerp?
- Hoe kom je zelf op een verhaalde?

Wanneer is een onderwerp geschikt?

Niet elk onderwerp is geschikt voor een journalistiek verhaal. Er moet een aanleiding zijn om erover te schrijven. Achtergrondverhalen hebben meestal een nieuwsfeit als aanleiding. Maar zo duidelijk hoeft de aanleiding niet altijd te zijn. Sommige gebeurtenissen komen niet in het nieuws, maar zijn

Komkommertijd

Aanleiding

toch belangwekkend of interessant genoeg om over te schrijven. Er zijn 'tijdloze' onderwerpen, zoals gezondheidszorg of criminaliteit, die periodiek in de media opduiken. Een verhaal kan ook ontstaan via een tip van een lezer. Of een onderwerp geschikt is om te publiceren, hangt ook af van het medium (en daarmee van de lezers). Een informatief verhaal over qatgebruik in Jemen is bijvoorbeeld voor Volkskrant-lezers interessanter dan voor Telegraaf-lezers. En een specifiek regionaal onderwerp als sluiting van een streekziekenhuis zal niet snel de landelijke pers halen.

Algemeen kun je zeggen dat een onderwerp pas een journalistiek onderwerp is als dat één of meer van de volgende kenmerken omvat:

- Het heeft een aanleiding in het nieuws.
- Het heeft een hoog human-interestgehalte.
- Het is van maatschappelijk belang.
- Het is interessant voor de doelgroep van het medium.

Journalisten hebben een neus voor journalistieke onderwerpen. Ze zien al snel of er ergens 'een verhaal inzit'. Over veel onderwerpen schreven ze al eerder; ze kunnen putten uit hun persoonlijke archief. Vaak zien ze ook al meteen de geschikte vorm, het geschikte genre voor zich. De oriëntatie gaat hun dan vlug af.

Waar vind je een onderwerp?

Er zijn verschillende manieren om aan een onderwerp te komen. Kranten hebben een eigen netwerk van nationale en internationale correspondenten die onderwerpen aandragen. Ze beschikken ook over uitgebreide archieven. Op redactievergaderingen worden ideeën uitgewisseld. Ook de lezer draagt informatie aan, soms via speciale lezersweblogs. Verder zijn er de persbureaus, zoals het ANP, GPD en Novum, die nieuws leveren en bewerken. Persberichten van bedrijven, organisaties of overheid overstroomden de mailboxes van bladen en kranten. Voorlichters of persconferenties vormen ook een bron voor meer dan een simpel nieuwsbericht. Databanken bieden bijna alle informatie over een onderwerp.

En het internet is als informatiebron niet meer weg te denken. Zoekmachines, discussiegroepen, Wikipedia, weblogs en sociale media (met name Twitter, Facebook en LinkedIn) leveren gigantisch veel nieuws en informatie die voor de lezer interessant kan zijn. Er zijn journalistieke weblogs die door kranten worden gerund, maar soms ook door één of meerdere freelancejournalisten. Er zijn sites voor 'burgerjournalisten'. Verder zijn er talloze blogs over maatschappelijke onderwerpen, van actiegroepen, deskundigen of organisaties. Er is, kortom, digitaal eindeloos veel informatie te vinden. Maar de belangrijkste vraag die een journalist daarbij moet stellen is: 'Wat is die informatie waard?'

**Journalistiek
onderwerp**

**Wat is die
informatie
waard?**

Elke journalist heeft bovendien zijn eigen netwerk. Met name journalisten van regionale of lokale media (huis-aan-huisbladen bijvoorbeeld) zijn in hun informatievoorziening sterk afhankelijk van de tips uit het netwerk dat ze hebben opgebouwd.

In bijlage 2 lees je meer over de soorten nieuws- en informatiebronnen die er bestaan en de betrouwbaarheid daarvan.

En natuurlijk ligt het nieuws ook gewoon 'op straat' en 'bij de mensen zelf'. Een redacteur van een huis-aan-huisblad vertelde in een gastles dat zij

regelmatig tussen de wachtenden in het postkantoor ging staan of het buurtcafé bezocht. Redacteuren van het *Haarlems Dagblad* trokken met een bus de wijken in om te weten te komen wat er onder de bewoners leefde. Redacteuren van *Dagblad De Limburger* houden een wijkspreekuur. De *Twentsche Courant Tubantia* en *UtrechtTV* zijn succesvol met hun speciale weblogs voor lezers, het *Dagblad van het Noorden* organiseert lezersdagen en de lezers van het *Leidsch Dagblad* konden tijdens een open dag de voorpagina maken.

Een journalistiek verhaal maken van de onuitputtelijke golf aan informatie die de redactielokalen binnenrolt. Dat is de dagelijkse opdracht van de journalist. Door ervaring leer je snel in te schatten of iets belangrijk genoeg is voor een achtergrondverhaal of een ander genre. Een bericht over het verbod van qat? Dan een achtergrondverhaal over Uithoorn, de bakermat van qat in Nederland. Soms heb je tijd om een idee wat rustiger uit te werken. Soms ook moet je zelf een idee ontwikkelen. Dat zie je bijvoorbeeld in het citaat van de journalist aan het begin van dit hoofdstuk (paragraaf 1.1) gebeuren.

Hoe kom je zelf op een verhaalidee?

Methoden voor een verhaal-idee

Er bestaan manieren die je kunnen helpen om op een verhaalidee te komen. Sommige doen een beroep op je denkvermogen, andere spreken je creativiteit aan. Je kunt op geschikte onderwerpen komen door:

- 1 een aanleiding
- 2 mindmappen
- 3 opmerkzaamheid en verbeeldingskracht

Ad 1 Aanleiding

Een bericht, nieuwsverhaal of interview in een krant of een tijdschrift of op internet kan de redacteur een bruikbaar idee opleveren voor een journalistiek verhaal of soms zelfs een journalistiek boek. Een beroemd voorbeeld is *In Cold Blood* van Truman Capote (zie voorbeeld 1.5).

VOORBEELD 1.5 BERICHT ALS AANLEIDING

De Amerikaanse journalist Truman Capote kwam op het onderwerp voor zijn boek *In Cold Blood* door een kort bericht uit de *New York Times* van november 1959:

‘Een rijke verbouwer van koren, zijn vrouw en twee jonge kinderen werden vandaag doodgeschoten in hun huis gevonden. Ze waren omgebracht door geweervuur van nabij, nadat ze gebonden en gekneveld waren.’

Capote gaat naar de begrafenis van de slachtoffers, verzamelt vijf jaar lang gegevens, praat indringend met een van de daders en volgt de moordzaak zelfs tot na hun terechtstelling. Het resultaat is zijn boek, dat in 1965 uitkwam. Qua vorm een thriller, qua inhoud een nauwgezet journalistiek verhaal. De aanpak van Capote, waarbij gebruik werd gemaakt van literaire technieken als dialogen, beschrijving van scènes en gebruik van alledaagse details, werd in de jaren zestig en zeventig van de vorige eeuw bekend onder de naam *new journalism*. Het ontstaansproces van het boek is twee keer verfilmd: Capote (2005) en *Infamous* (2006).

Er zijn ook prachtige Nederlandse voorbeelden van journalistieke boeken, zoals *Hier gebeurt nooit iets* van Ton van Dijk (1995), *De Broncode* van Eric Smit (2004), *We hielden van Oranje* van Auke Kok (2008) of *De prooi* van Jeroen Smit (2011).

Niet alleen een bericht kan aanleiding zijn voor een bijzonder verhaal. Ook in een tip of een wetenschappelijk rapport kan iets verborgen liggen. Maak er een gewoonte van nieuws, gebeurtenissen en publicaties te volgen. Kan het verder worden uitgediept? Hoe heeft zich dit afgespeeld? Is het waar? Zit er een interessante onderbelichte kant aan? Ontwikkel een eigen interessegebied. Bouw een informatienetwerk op, houd de media bij, bezoek persconferenties, lees nota's en rapporten en houd ogen en oren open. Kortom: ontwikkel een journalistieke blik.

Journalistieke blik

Ad 2 Mindmappen

In 'komkommertijd' willen redacties nog wel eens brainstormen over 'tijdloze' onderwerpen. Of een redactiechef kan je zomaar bellen met de vraag 'of je nog een idee hebt voor een verhaal'. En als freelancer kun je een opdracht krijgen om over een bepaald thema een verhaal te schrijven. Hoe kom je dan op een concreet idee? Mindmappen kan hulp bieden. Mindmappen is een creatieve inventarisatiemethode waarmee je alle kanten van een onderwerp verkent en omzet in een grafisch of visueel schema. Je kunt zo de deelt thema's van het onderwerp en de verbanden ertussen in één oogopslag zien.

Creatieve inventarisatiemethode

Het gaat zo: je schrijft een woord dat je wilt verkennen op. Zorg ervoor dat je eromheen genoeg ruimte hebt. Je noteert vervolgens rond dit centrale woord alle invallen die bij je opkomen. Het gaat hierbij om alle associaties die je hebt. Noteer die invallen met één woord of met een korte omschrijving. Houd steeds ruimte, zodat je ook bij die woorden associaties kunt toevoegen.

Je maakt zo een zichtbare kaart (map) van wat je geest (mind) herbergt aan – logische en minder logische – invallen. De verbanden tussen de woorden geef je aan door pijlen. Bij die pijlen kun je de aard van de relatie aangeven. Je kunt ook vertakkingen markeren die met elkaar samenhangen. Bijvoorbeeld door er een cirkel omheen te trekken of door ze eenzelfde kleur of dezelfde vorm te geven. Zo maak je het web van verwante woorden en de relaties ertussen zichtbaar. Vervolgens kies je een interessant of onderbelicht deel ervan om verder uit te werken. In figuur 1.3 staat een visueel schema van het woord 'vandalisme'.

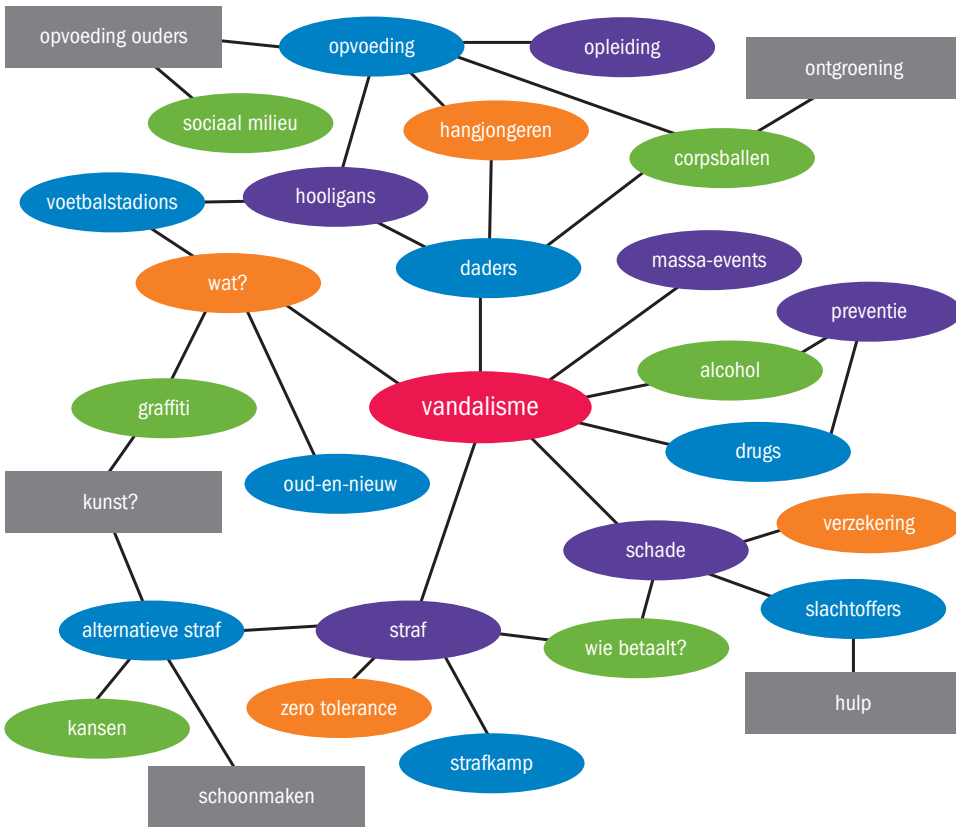
Visueel schema

Je zou op basis van het schema in figuur 1.3 kunnen kiezen voor een onderwerp dat gaat over de relatie tussen graffiti, kunst en vandalisme: wanneer is graffiti kunst, wanneer vandalisme? Of je kunt schrijven over welk soort straf het probleem het beste oplost. Of over een verrassende benadering: een plek waar vandalisme is toegestaan. Het doel van mindmappen is dus om op een journalistiek interessante kant van algemene onderwerpen te komen. Omdat het hier gaat om dwarsverbanden tussen de woorden (begrippen) heet deze manier ook wel *lateraal* mindmappen.

Lateraal mindmappen

Er bestaan inmiddels talloze mindmapapplicaties. Google heeft er een, maar op de Mindmap.startpagina bijvoorbeeld vind je er nog tientallen meer.

FIGUUR 1.3 Visueel schema van vandalisme



Informatie als beeld

Een visueel schema toont de informatie als beeld en niet als lineaire tekst. Je ziet meteen het geheel zoals dat ook in je hoofd zit. Verder zie je ook meteen de structuur in die informatie en de witte plekken daarin. Bovendien kun je gemakkelijk naar alle kanten uitbreiden, terwijl het geheel overzichtelijk blijft. Een lijst met trefwoorden biedt veel minder mogelijkheden.

Het centrale woord bij mindmappen hoeft overigens niet per se een algemeen onderwerp te betreffen, het kan ook gaan om een concreet begrip. 'Ligfiets' bijvoorbeeld of 'camping'. Ook een vraag, bijvoorbeeld: 'Hoe schrijven we dit jaar over Valentijnsdag?', kan via mindmappen verkend worden. Dat gebeurt regelmatig, met name op redacties van regionale kranten en publicatiebladen.

Mindmappen kan ook meer gestructureerd. Je benoemt eerst de verbanden en zoekt dan naar woorden die daarbij horen. Bijvoorbeeld bij het thema vandalisme: wat? (vernieling, molestatie), oorzaken? (drugs, drank, verveling), gevolgen? (slachtoffer, schade), oplossing? (beleid, dader betaalt, jeugdprojecten). Deze manier van mindmapping doet meer een beroep op het systematisch denken en wordt daarom ook wel *systematisch* mindmappen genoemd. In paragraaf 1.6 komen we terug op deze meer systematische manier om een onderwerp in kaart te brengen.

Systematisch mindmappen

Ad 3 Opmerkzaamheid en verbeeldingskracht

Stel: je eet in een restaurant en de bediening bederft je eetplezier. Het personeel let niet op, weet weinig van de kaart, geeft jou de schuld als je een verkeerd gerecht krijgt voorgeschoteld en laat je lang op de rekening wachten. Vervelend. Als klant kom je niet meer terug. Als journalist zou je er misschien het begin van een verhaal in kunnen zien. Zou het zo kunnen zijn dat in het observak een begrip als hoffelijkheid aan het verdwijnen is? En zo ja, hoe komt dat dan? Is dit een trend in Nederland? Hoe wordt een ober eigenlijk opgeleid? Zou het komen doordat er veel studenten zonder een horecaopleiding in restaurants werken? Hoe denken die over hun klanten? Is het een idee een verhaal te schrijven over de service in de horeca en dat vanuit het perspectief van een student en van een opgeleide ober? Een verhaal is geboren, door opmerkzaamheid.

Opmerkzaamheid

‘Geen sex in de paskamers’

Een studente journalistiek liep stage bij het *AD/Utrechts Nieuwsblad*. In haar schaarse vrije tijd kocht ze een spijkerbroek bij een bekende kledingzaak in Utrecht. Naast de pashokjes hing een bordje waarop stond: ‘Geen sex in de paskamers’. De stagiaire vroeg zich af waarom dat bordje er hing. Ze vroeg de chef naar de reden. Die vertelde dat het regelmatig voorkwam dat een stelletje een vluiggertje maakte in een pashok. ‘Hé’, dacht ze, ‘misschien zit er wel een

verhaal in.’ Ze ging rondvragen bij andere kledingzaken. En ja hoor, daar bleek het fenomeen ook voor te komen: één op de vijf medewerkers van kledingzaken had het wel eens bij de hand gehad. Haar verhaal, ‘Paskamersex’, verscheen in *AD/Utrechts Nieuwsblad* en een aantal media nam het over. Zo stond het onderwerp in *Het Parool*, en besteedde SBS6 er aandacht aan. Opmerkzaamheid, ook in je vrije tijd, loont dus.

Ook verbeeldingskracht is een belangrijk instrument voor de huidige journalist. Nieuws is allang niet meer het monopolie van kranten. Sinds de opkomst van de digitale media geldt dat nog meer. Daarom moeten kranten zich vernieuwen om lezers aan zich te binden. Dat doen ze door meer achtergrond en verdieping, maar ook door meer ‘infotainment’ te bieden. Traditioneel kent de journalistiek het onderscheid tussen ‘hard nieuws’ en ‘zacht nieuws’. Hard gaat over belangrijke nieuwsfeiten, zacht over wat de lezer kan interesseren. Het zijn human-interestverhalen zoals de orka die terug moet naar haar leefgebied of de dokter die verslaafd is geraakt aan medicijnen. Het is nieuws dat de lezer gemakkelijk kan consumeren, het accent ligt op amusement.

Verbeeldingskracht

Hard en zacht nieuws

Dagbladen doen hiermee wat de corebusiness is van publieksbladen: de lezer verleiden, amuseren en een goed gevoel geven. Veel van dit soort verhalen kun je zo doorvertellen. Een verhaal schrijven dat de lezer graag wil lezen, vraagt niet alleen om deskundigheid maar ook om creativiteit en verbeeldingskracht. Neem alleen de koppen maar:

[1] *Pauper Point Presentatie* (over de rampzaligheid van powerpoint-presentaties)

- [2] *Smeltende Geloofwaardigheid* (over fouten in een rapport over smelten van de ijskap)
- [3] *Als het aan de kat lag, kocht ze Prozac* (over antidepressiva met vleessmaak voor huisdieren)
- [4] *De McDonalds van de GGZ* (over commerciële bureaus voor geestelijke gezondheidszorg)

Maar verbeeldingskracht gaat verder dan creatieve koppen schrijven. Door je verbeelding te laten werken kun je een onderwerp een verrassend perspectief geven. Brendan Hennessy, Brits journalist en schrijfdocent, zegt in zijn boek *Writing Feature Articles* hierover:

‘Bij journalistieke verbeeldingskracht zetelt de originaliteit van een verhaal in hoe je een onderwerp benadert, welke invalshoek je kiest, een persoonlijke stijl, een inhoud die niet voor de hand ligt, een verrassende opbouw en oorspronkelijke, niet afgesleten bronnen.’

Vraagformules

Als je je verbeeldingskracht aanspreekt, verken je op een creatieve manier het onderwerp. Een truc hiervoor is om speciale vraagformules op een onderwerp los te laten. Op redacties gebeurt dit regelmatig. Vragen als: wat wordt dé trend van volgend jaar, wie zijn de ouders achter de ster, kun je overleven met twee euro per dag, wat is de ergste belediging ooit? Er zijn veel van dit soort formules.

Ook verrassend kan het zijn om ogenschijnlijk tegengestelde onderwerpen te combineren: ongelukkige psychiaters, criminele rechters, seksverslaafde nonnen, succesvolle vergissingen. Niet elke inval zal geschikt zijn, maar het gaat erom dat zulke formules je op ideeën kunnen brengen. En zonder idee ontstaat geen verhaal.

1.5.2 Vraag 2: wie is mijn lezer?

Met verbeeldingskracht zijn we al dicht in de buurt van de tweede oriënterende vraag: *wie is mijn lezer?*

‘Niet de krant, maar de klant is koning’, was de kop boven een interview met twee redacteuren van respectievelijk *de Volkskrant* en het *NRC Handelsblad*. Zij schreven het boek: *De krant moet kiezen. De toekomst van de kwaliteitsjournalistiek*. Hierin geven ze aan welke nieuwe weg kwaliteitskranten moeten inslaan. De gloriejaren van de dagbladen zijn voorbij. Nieuws is er door internet, radio en tv altijd en overal, en bovendien kosteloos verkrijgbaar via gratis kranten. Lezers worden kritischer en hebben minder tijd. Hun leesgedrag is vluchtiger geworden. ‘Iedere afgestudeerde van hbo of universiteit was een abonnee voor *de Volkskrant* of *NRC*. Die gouden tijd is voorbij’ (bron: *de Volkskrant*, 10 november 2008).

Elk massamedium kent zijn doelgroep. Journalisten moeten weten wie hun lezer is. Een journalist die vast verbonden is aan een medium, zal zich dat niet steeds afvragen; hij kent het lezersprofiel en de bladformule. Maar freelancers, ongeveer 50% van het totale aantal journalisten, werken vaak voor meerdere bladen. Zij zullen zich elke keer opnieuw een beeld van de lezer moeten vormen. En dat betekent meer dan weten alleen.

Inleven in de lezers

Met name bladenmakers gaan ver in het inleven in de lezers voor wie ze schrijven. Zo schrijft Rob van Vuure, sinds tijden officieus ‘bladendokter’,

over het verschil tussen de speen van de lezers van *Ouders van Nu* en die van het blad *Kinderen*:

‘De Ouders van Nu-speen is effen, geen motiefjes. De Kinderen-speen is kleurig, het liefst een bloemetjesmotief. En de voetbalvrienden van de vader gaven een speen met “I love papa”. Dat zal de papa van de Ouders van Nu-zuigeling niet overkomen. De Kinderen-speen wordt met een koordje aan de wandelwagen vastgemaakt, want moeder is praktisch ingesteld en een speen die steeds valt is maar niets. Natuurlijk heeft het koordje een motiefje. Het Ouders van Nu-koordje is beschaafd van kleur, als er al van een koordje sprake is. De Ouders van Nu-ouder is vaak de speen kwijt. De Kinderen-ouder laat niets aan het toeval over, de speen is al in huis voordat de baby geboren is! De Ouders van Nu-moeder zegt: mijn wereld plús mijn kind. De Kinderen-moeder zegt: mijn wereld ís mijn kind.’

(Bron: *Rotondevrouwen Padvindermannen*, 2003)

Van Vurens credo samengevat: bladen maken is een contactsport. Alles draait om de ijkpersoon: het prototype van de lezer voor wie je schrijft. Redacteuren moeten zich totaal kunnen inleven in die ijkpersoon: wat denkt, voelt, vindt, doet die bij het onderwerp waarover je schrijft? Het is voor een redacteur niet: ‘ik vind dit interessant’, maar: ‘vindt de lezer dit interessant?’. Bladen maken is eigenlijk: iets brengen waarvan de lezers niet weten dat ze het leuk vinden!

Ijkpersoon

Maar ongeveer twee derde van de publieksbladen heeft het strakke ijkpersoonconcept inmiddels losgelaten. *Margriet* bijvoorbeeld vindt haar vroegere ijkpersoon (genaamd Ellen, het prototype van de Margriet-lezeres) nu te kunstmatig. Maar uitgangspunt blijft wel dat de redacteuren moet denken en voelen als de lezer.

Geen vibrator bij *Flair*

Flair is: ‘Een tijdschrift voor vrouwen van 24 tot 40 jaar, die hebben besloten dat ze kinderen willen of ze al hebben, maar die ook tijd en aandacht voor zichzelf willen. Vrouwen die voor keuzes staan als het gaat om man, kind of werk. Vrouwen ook, die niet strijdbaar genoeg zijn voor *Opzij* en al te veel gesetteld voor *Viva*. Kijk alleen al naar de vormgeving. *Viva* heeft harde kleuren en veel zwart-wit in de kolommen. *Flair* kiest voor een ronde letter en veel pastelkleuren.’

En ook de onderwerpen lopen uiteen: ‘*Viva* is beroemd door de jaarlijkse vibrator-aanbieding, terwijl *Flair* de controverse niet zo snel zal opzoeken. Al biedt het eerste Nederlandse nummer ook

seks: geen vibrator, wel, aangepast op de doelgroep, een enquête over seks na de bevalling: “Nog maar 1 keer per maand?”’ (voormalig *Flair*-hoofdredacteur Tineke Verhoeven in *Trouw*).

Publieksbladen zoeken steeds meer naar een ‘eigen persoonlijkheid’, een eigen identiteit. Ze willen de lezer een herkenbaar houvast bieden. Bij *Flair* is dat bijvoorbeeld: saamhorigheid, het creëren van een ‘wij-gevoel’ voor de *Flair*-vrouw (die graag thuisblijft). Daarentegen heeft *Linda* een ietwat rebelse uitstraling, met covertitels als ‘Vloeken mag’ en ‘Klote bikini’. De *Playboy* meet zich de identiteit van de ‘verleider’ aan. Daarbij gaat het er niet om of alle *Playboy*-lezers

ook verleiders zijn, of Linda-lezers rebels. Het gaat erom dat ze dat in hun hoofd kunnen zijn. Vanuit hun lekkere luie stoel.

Net zoals in de reclame, kunnen ze zo in hun fantasie compenseren wat er in de praktijk meestal niet gebeurt.

1

Doelgroepdenken

In het doelgroepdenken gaan publiekstijdschriften verder dan kranten. Maar ook kranten zijn voortdurend bezig met hun identiteit. Redacties willen weten of ze aansluiten bij wat hun lezer weet, vindt of wil. Kunnen de lezers zich nog voldoende herkennen in de onderwerpskeuze? Prikkelen we ze nog voldoende? Schrijven we aantrekkelijk genoeg? Voldoet de opmaak nog? Kortom: voldoet onze bladformule nog aan de verwachtingen van de lezer en hoe kunnen we nieuwe lezers trekken? Niet alleen voor de inhoud en de stijl is dat van belang, maar kranten doen dat zeker ook voor de adverteerders. 'Maar ik ben toch geen slaafje van de lezer?' vroeg een student journalistiek zich ooit hardop af. Nee, zeker niet. Een eigen geluid begint bij de deskundigheid en originaliteit van de journalist. Je kunt alleen maar iets schrijven als je iets te melden hebt. En identiteit bestaat alleen bij de gratie van originaliteit.

Lezersprofiel

Een onderwerp moet echter ook aankomen bij de lezer, qua keuze, qua invalshoek, qua schrijfstijl. En daarvoor moet je de lezer kennen. Om het beeld van hun lezerspubliek scherp te stellen, hebben journalistieke en publieksmedia een lezersprofiel. Dat profiel helpt hen bij het antwoord op vragen als: wat weten mijn lezers over het onderwerp? Welke verwachtingen hebben ze bij mijn verhaal? Hoe kan ik hen raken? Welke beweringen en standpunten kunnen hun goedkeuring wegdragen? Waaraan kunnen ze zich ergeren? Moet ik daar rekening mee houden? Het zijn vragen die gaan over wat je lezer weet, wil, vindt en voelt. Zonder een duidelijk beeld daarover schrijf je geen goed verhaal.

Lezersprofiel

- *Persoonlijke kenmerken:* leeftijd, geslacht, alleenstaand, samenwonend, gehuwd, kinderen.
- *Culturele achtergrond:* nationaliteit, (sub)cultuur, religie.
- *Sociale en economische situatie:* inkomen, beroep, opleiding, werktijd, vrije tijd.
- *Woonsituatie:* stad, platteland, streek, buurt, huurwoning, koopwoning.
- *Interesses:* alles wat met (vrije)tijdsbesteding heeft te maken, zoals: politiek geïnteresseerd, hobby's, sport, kunst en cultuur, maatschappelijke betrokkenheid, plaatselijk, regionaal, landelijk of internationaal georiënteerd, lidmaatschap van verenigingen of partijen, vrijwilligerswerk, vakantiepatroon en eetcultuur.
- *Opvattingen:* normen en waarden, verwachtingen over relaties of carrière.
- *Mediagedrag:* lees-, kijk-, luistergedrag, gebruik van digitale media.

1.5.3 Vraag 3: met welk doel schrijf ik mijn verhaal?

Naast onderwerp en lezer is het ook nodig om het *schrijfdoel* duidelijk voor ogen te hebben. Als je niet weet wat je met je verhaal wilt bereiken, wordt het

lastig om een idee om te zetten in een concrete verhaalopzet. In de journalistiek zijn traditioneel de twee belangrijkste schrijfdoelen: informeren en opiniëren. Overeenkomstig laten de journalistieke genres zich grofweg indelen in informerende genres (nieuws, achtergrond, analyse) en opiniërende genres (opinie, commentaar). Dit onderscheid blijft de basis, maar voor de huidige praktijk is deze tweedeling te grof.

Opiniërende
genres
Informerende
genres

1

In het boek *De krant was koning* onderscheidt Leon de Wolff, oud-journalist en media-adviseur, zeven doelen of 'zoals hij het noemt' zeven functies van een tekst. Journalistieke teksten kunnen:

Functies van
een tekst

- 1 feiten geven (informeren over feiten en gebeurtenissen)
- 2 overzicht geven (feiten in een context plaatsen)
- 3 inzicht bieden (antwoorden op de vraag waarom de feiten zich voordoen)
- 4 oordeel geven (oordelen over een onderwerp)
- 5 advies geven (oplossingen aandragen voor problemen)
- 6 emotie bieden (zorgen voor emotionele betrokkenheid bij een onderwerp)
- 7 vermaak brengen (een onderwerp amusant behandelen)

Denken in de functies van een tekst betekent dat je denkt vanuit de lezer. Je vraagt je af: welk soort tekst zouden de lezers over dit onderwerp willen lezen? Welke functie vervult hij? Het antwoord levert meteen ook het schrijfdoel op. In de praktijk zie je dat een journalistieke tekst vaak meerdere doelen tegelijk heeft. Zo kan een achtergrondverhaal overzicht bieden maar ook gericht zijn op de emotie van de lezer, bijvoorbeeld vermaak of betrokkenheid. Je zou dit een 'secundair doel' kunnen noemen.

Secundair doel

Of je een verhaal met meer dan één doel schrijft, hangt van een paar zaken af. Op de eerste plaats hangt het af van het onderwerp. Over een nieuw computerspel kan goed een stuk worden geschreven dat zowel inzicht biedt als amusant is. Bij een onderwerp over euthanasie ligt dat niet zo voor de hand. Ook maakt het uit wat er al eerder over een onderwerp geschreven is. Als al een aantal serieuze stukken over een onderwerp zijn verschenen, dan kan een redactie besluiten daar wat lucht in te brengen. En ten slotte zijn er altijd weer de lezers: waarom zouden die jouw verhaal eigenlijk lezen? Wat voeg je voor hen toe aan wat er al over het onderwerp is geschreven? Op welke manier schrijf je erover?

Je kunt dus afhankelijk van onderwerp en lezer één of twee doelen kiezen voor je verhaal. Maar niet meer: veel doelen tegelijk maakt het onduidelijk en richtingloos. Het wordt dan een soort 'kerstboomverhaal': steeds meer ballen aan één boom. Als je een onderwerp vanuit meer doelen wilt belichten, kun je beter kiezen voor meer verhalen erover of voor samengestelde producties (zie hoofdstuk 5). Probeer dus vooraf te formuleren wat je precies met je verhaal wilt en waarom. Zonder zo'n anticipatie kun je geen goed verhaal schrijven. Als je eenmaal het doel hebt bepaald, ligt het genre voor de hand.

Kerstboom-
verhaal

1.5.4 Vraag 4: in welk genre schrijf ik?

De term 'verhaal' is al vaak gevallen. Journalisten gebruiken hem vaak als verzamelterm voor verschillende journalistieke genres. Als journalisten zeggen dat ze met een verhaal bezig zijn, kan dat bijvoorbeeld slaan op een achtergrondverhaal, maar ook op een reportage, een sfeerverhaal of een interviewverhaal.

Verhaal

Journalistiek genre

Een journalistiek genre is een vorm waarin een bepaald soort informatie, met een bepaald doel geschreven, het beste past. De klassieke journalistieke genres hebben zich in de historie uitgekristalliseerd. Soms past een vorm niet precies en zoekt de journalist een tussenvorm of een nieuwe vorm. Genres ontwikkelen zich voortdurend.

Houvast genres

Ondanks die voortdurende ontwikkeling, biedt de genre-indeling een goed houvast. Elk journalistiek genre kent specifieke regels. Wat de journalist wil met zijn verhaal, zijn doel, past in het ene genre beter dan in het andere. Wil hij de lezer kort informeren over een nieuwsfeit, dan maakt hij een nieuwsbericht, wil hij feitelijk verslag doen van een gebeurtenis, dan maakt hij een nieuwsverslag en wil hij de lezer meer deelgenoot maken van de gebeurtenis, dan giet hij die in een sfeerverslag of een kleine reportage. En voor journalistieke meningen dienen bijvoorbeeld het opinieverhaal, de recensie of de column. Door de indeling in genres kunnen journalisten snel onderling communiceren over de aanpak van een bepaald onderwerp.

Variatie

Bovendien kent de indeling in genres nog andere voordelen. Zij geeft variatie in krant en tijdschrift. Bovendien herkennen de lezers met wat voor soort verhalen ze te maken hebben. Ze kunnen dus gemakkelijker 'door de krant zappen', bijvoorbeeld de zwaardere kost op de opiniepagina voor later bewaren en eerst het achtergrondverhaal lezen bij een gebeurtenis die hen interesseert. Kranten en tijdschriften houden daar rekening mee in hun opmaak.

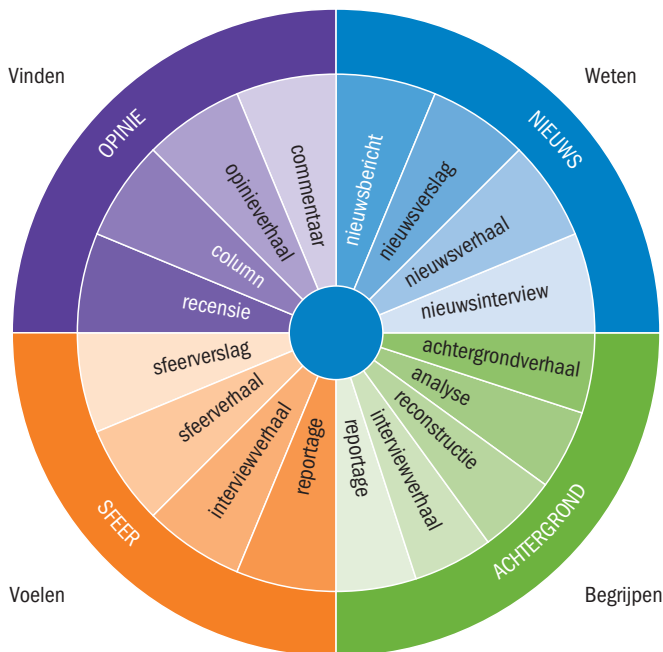
Journalistieke basisgenres

Naast het achtergrondverhaal bestaan de volgende journalistieke basisgenres:

- nieuwsbericht
- nieuwsverslag
- nieuwsverhaal
- nieuwsinterview
- analyse
- reconstructie
- interviewverhaal
- reportage
- sfeerverslag
- sfeerverhaal
- column
- recensie
- opinieverhaal
- commentaar

In figuur 1.4 zijn deze basisgenres zo geplaatst dat duidelijk is onder welke indeling het genre valt en welk doel het dient. Een beschrijving van deze genres staat in bijlage 1 achter in het boek.

FIGUUR 1.4 De journalistieke genrecirkel



1.5.5 Vraag 5: is mijn idee haalbaar?

Vier van de vijf vragen waarover je aan het begin van het schrijfproces duidelijkheid moet hebben, zijn de revue gepasseerd. De laatste vraag die je moet stellen is een praktische: is het idee haalbaar? Op haalbaarheid zijn de mooiste ideeën gesneuveld. Hoe omvangrijk wordt mijn verhaal (lengte)? En hoeveel tijd heb ik om het verhaal voor te bereiden, te schrijven en na te zien? Het antwoord op die vragen bepaalt of je idee ook realiseerbaar is.

Haalbaarheid

Tijd

Als journalist word je geacht het hele schrijfproces te beheersen: onderhandelen met je opdrachtgever, ideeën ontwikkelen, die omzetten in een haalbare verhaalopzet, afspraken maken, interviews houden, research plegen, je onderwerp afbakenen, een bouwplan maken voor je verhaal, een goede verhaalvorm vinden en ten slotte het verhaal schrijven en herschrijven. Dit proces kost tijd, zeker als je nog niet zoveel ervaring hebt. Maar ook de ervaren journalist moet plannen. Niet zozeer voor de dagelijkse korte producties, maar wel voor langere of complexere verhalen. Als je het schrijfproces niet resultaatgericht aanpakt, loop je de kans dat de deadline je overvalt.

Een journalistiek verhaal moet je daarom ook heel praktisch benaderen: is wat ik wil haalbaar binnen de gestelde tijd? Zijn de bronnen op zo'n korte termijn te benaderen? Kost het niet te veel tijd om zo diep in het onderwerp te graven? Is het antwoord 'nee', begin er dan niet aan en zet het idee op je reservelijst. Misschien heb je er later nog iets aan.

Praktische benadering

Soms moet extreem veel informatie in relatief zeer korte tijd worden verwerkt. Dat kan alleen maar als een redacteur veel ervaring heeft, goed kan samenwerken met zijn redactie, goed kan plannen en onder grote tijdsdruk kan werken (zie voorbeeld 1.6).

VOORBEELD 1.6 WERKEN ONDER TIJDSDRUK

Een reporter van de *Los Angeles Times*, Matt Lait, doet onder de kop 'How I wrote the story' verslag over hoe hij samen met een paar collega's erin slaagde om binnen vijf uur een 9.000 pagina's tellend onderzoeksrapport met daarin documenten en verklaringen van meer dan 100 getuigen te verwerken in een nieuwsverhaal. Lait volgde de financiële chaos van het gouvernement van Orange County, veroorzaakt door miljardenverliezen bij miserabele investeringen. Hij vermoedt fraude. Om dit te bewijzen en daarna snel te publiceren, heeft Lait het rapport nodig voordat het officieel naar buiten wordt gebracht. Hij zegt hierover:

'Het is 6 uur p.m. op 27 december en ik besluit om nog een laatste telefoontje te plegen om te zien of ik een kopie van het transcript van de Orange County-zaak in handen kan krijgen, voordat het de volgende week officieel vrijgegeven wordt. Na een dag van weigeringen van dit potentiële lekkers, ben ik niet hoopvol gestemd. Maar ik blijf toch mazzel te hebben en krijg ze. De 9.000 pagina's, allemaal. Mijn eerste reactie is blijdschap. Dan schrik. Vergeet het eten. En: haal hulp!'

(Bron: www.newsthinking.com)

Laits gedegen onthullingen slaan in als een bom. Zo blijkt bijvoorbeeld dat de financieel directeur zich liet adviseren door een astroloog en dat een accountant zich niets meer herinnert van een miljardenlening door de provincie. *How I wrote the story* vertelt hoe dicht falen en slagen in zo'n hogedrukpan van weinig tijd en veel informatie bij elkaar liggen. Vaak dacht hij tijdens het proces dat het niet zou lukken om binnen een dag tot een verantwoord nieuwsverhaal te komen. Maar het lukte toch.

Tijdsdruk

In voorbeeld 1.6 moet onder grote tijdsdruk extreem veel informatie omgezet worden in een publicabel verhaal. Zo'n tijdsdruk is ongewoon, maar komt toch regelmatig voor. Bij een ramp bijvoorbeeld of een kabinetscrisis. Redacties draaien dan op volle toeren. Er moet snel informatie verzameld, geselecteerd en opgeschreven worden. En worden samengewerkt. Maar ook als je meer tijd hebt om een stuk te produceren kun je tegen de deadline aanlopen. Alleen heb je dan meer tijd om te plannen.

Planning

Een planning stelt je in staat om op een gedoseerde manier binnen de deadline te werken. Je schat in hoeveel tijd elke fase van het schrijfproces gaat kosten. Eerst inventariseer je alle activiteiten, daarna geef je bij elke activiteit aan hoeveel tijd die kost. Uiteraard hangt de benodigde tijd af van je ervaring. Maar ook de moeilijkheid of onbekendheid van het onderwerp en de bereikbaarheid van je bronnen bepalen hoelang je over een fase doet. Met zo'n planning kun je zien over welke activiteiten je te lang doet. Sommigen vinden zo'n planning onzin, anderen vinden het een handig hulpmiddel. Voor de laatste groep volgt in voorbeeld 1.7 een planningschema van een kort achtergrondverhaal.

VOORBEELD 1.7 PLANNINGSHEMA ACHTERGRONDVERHAAL

- Oriëntatie:
 - opdracht duidelijk? medium, lezer, onderwerp, doel, lengte, deadline: 0,5 uur
 - ideeën ontwikkelen en voorlopig onderwerp bepalen: 1 uur
- Voorbereiding:
 - gesproken bronnen, opzoeken contactgegevens: 0,5 uur
 - afspraken maken: 0,5 uur
 - telefonische interviews, per geïnterviewde: 0,5 uur
 - interviews, per geïnterviewde: 1,5 uur
 - geschreven bronnen (artikelen, boeken, internet): 6 uur
 - secundaire bronnen (archieven, nota's, beleidsplannen enzovoort): 3 uur
 - verwerking informatie primaire en secundaire bronnen: 3 uur
 - volgens plan opzet maken: 1 uur
 - improviseren: terugkomen op eerder vraaggesprek, aanvullende informatie verzamelen, onderwerp bijstellen: 1,5 uur
- Schrijven (2 uur) en herschrijven (eigen eindredactie): 0,5 uur
- Bijkomende afspraken, foto's, copyright, autorisatie: 0,5 uur

In voorbeeld 1.7 komt de benodigde tijd op totaal 22 uur, bijna 3 werkdagen. Dat is aan de lange kant, want in de praktijk zal een achtergrondverhaal meestal een dag na dat nieuws in de krant komen. Er is dan minder tijd voor een uitvoerige research. Bovendien zijn journalisten vaak met meerdere verhalen tegelijk bezig, bijvoorbeeld een nieuwsbericht voor de volgende dag, een kort achtergrondverhaal voor over twee dagen en een langer verhaal dat een week later af moet.

Lengte

Naast tijd is de lengte van je verhaal een belangrijke randvoorwaarde voor haalbaarheid. Algemeen geldt: hoe langer een verhaal, hoe meer tijd het kost. Dat klinkt logisch; je hebt immers meer tijd nodig om te schrijven, maar zult ook meer tijd aan oriëntatie en voorbereiding hebben besteed. Lange verhalen van zo'n 2.400 woorden worden er bijna niet meer geschreven. De meeste kranten zijn overgegaan op tabloidformaat en het leesgedrag is veranderd. 'Kort schrijven' is voor de meeste verhalen het devies. Telde een achtergrondverhaal zo'n vijf jaar geleden nog 750 tot 950 woorden, nu is dat zo'n 450 tot 750, met uitschieters naar 250. Zo kort, dat je het nauwelijks meer een achtergrondverhaal kunt noemen.

Maar een goede korte tekst schrijven, is best moeilijk en kost dus tijd. Elk onderdeel van het schrijfproces luistert nauw. Je moet snel de hoofdlijn van je verhaal te pakken hebben, de inhoud moet de essentie bevatten en de stijl moet bondig zijn.

Kort schrijven**1.5.6 Het werkplan: het eindproduct van de oriëntatiefase**

De antwoorden op 'de vijf vragen' leveren je een duidelijk beeld op van het verhaal dat je gaat schrijven. Je idee is geconcretiseerd. Dat proces kan soms snel gaan, bijvoorbeeld als je al thuis bent in het onderwerp en weet wie je lezer is. Soms heb je meer tijd nodig om je te oriënteren. Je antwoorden kun je vastleggen in een 'werkplan'. Een werkplan is dus het

Werkplan

resultaat van de oriëntatiefase. Het is het kompas waarmee je gericht aan de slag kunt.

In het werkplan worden de vijf vragen geconcretiseerd in de volgende punten:

- het medium
- het lezersprofiel
- het schrijfdoeel en het genre
- het hoofdthema en de centrale vraag
- waarom het verhaal de lezer zal interesseren
- de schriftelijke en mondelinge bronnen

Voorbeeld 1.8 is een voorbeeld van zo'n werkplan, geschreven door een studente journalistiek. Het achtergrondverhaal dat ze wil schrijven, gaat over de daklozenopvang in Rotterdam.

VOORBEELD 1.8 WERKPLAN ACHTERGRONDVERHAAL

Medium

Ik schrijf dit achtergrondverhaal voor het AD Rotterdams Dagblad. Het AD verschijnt in heel Nederland en heeft verschillende regionale uitgaven, waar het AD Rotterdams Dagblad er een van is. De verschillende uitgaven publiceren veel dezelfde artikelen, maar vullen dit aan met specifiekere regionaal nieuws. Het AD is onderdeel van uitgever PCM en valt onder De Persgroep. Het dagblad is de tweede betaalde krant van Nederland met een oplage van ruim 443.500 per dag. Volgens de website van De Persgroep ligt de redactionele focus van AD Rotterdams Dagblad op werk en inkomen, wonen, verkeer en veiligheid en cultuur. Ook besteden ze veel aandacht aan de drie pijlers van de stad: Rotterdam Wereldhaven, Rotterdam Sportstad en Rotterdam Wereldstad.

Lezersprofiel

De doelgroep van het AD Rotterdams Dagblad bestaat uit inwoners van de regio Rotterdam. De gemiddelde lezer van deze krant is dan ook geïnteresseerd in berichten uit eigen regio. Doordat er in de krant ook grotere, uitgebreidere verhalen staan, ga ik ervan uit dat de doelgroep niet per se snel op de hoogte gebracht moet worden van alleen de nieuwsheadlines (zoals bij de gratis kranten Metro en Splts), maar ook tijd heeft voor meer diepgang. Volgens de website van De Persgroep zijn de lezers van AD Rotterdams Dagblad middelbaar tot hoogopgeleid. Rond de 70% van de lezers woont en werkt in de regio Rotterdam. De gemiddelde lezer van de krant heeft een marketing- en salesfunctie of is werkzaam in de techniek of de financiële administratie.

Hoofdthema en centrale vraag

Mijn achtergrondverhaal gaat over de daklozenopvang in Rotterdam en schrijf ik naar aanleiding van een kort bericht dat ik in het AD en in Metro heb gelezen. Hierin stond dat daklozen die een plek willen in opvangcentrum Havenzicht moeten bingoën om die slaappleaats te bemachtigen, bij wijze van eerlijke loting. Volgens het opvangcentrum is er een beddentekort door sluiting van andere centra in de buurt. Volgens het GGD zouden er in Rotterdam genoeg plaatsen beschikbaar zijn.

Na het lezen van dit korte berichtje vroeg ik me een aantal dingen af. Ik ben erg benieuwd naar het onderliggende verhaal. Hoe is het gesteld met de daklozenopvang in de stad? Is er nog wel genoeg plaats? Zijn er de laatste jaren meer daklozen bijgekomen? Hoe kan het dat centra hun deuren moeten sluiten? Heeft dat met bezuinigingen te maken? Wat heeft dit voor gevolgen voor de daklozen?

De *centrale vraag* van mijn artikel is daarom: hoe is het gesteld met de daklozenopvang in Rotterdam? De hiervoor genoemde aspecten zoals een eventuele toename in het aantal daklozen, sluiting van centra en financiële factoren komen in het artikel ook aan bod. De situatie van opvangcentrum Havenzicht wil ik in het artikel noemen en als voorbeeld gebruiken; is dit een uitzondering of gaat het bij meer opvangcentra er zo aan toe?

Waarom moet de lezer dit lezen?

Ik denk dat veel mensen die dit korte berichtje hebben gelezen zich afvragen hoe het precies zit. Bingoën om een slaapplek klinkt natuurlijk heel erg vreemd, het is naar mijn mening iets wat je aan het denken zet. Gaat het bij meer opvangcentra er zo aan toe? Ik denk dat veel mensen benieuwd zullen zijn naar het achterliggende verhaal. Doordat het over de situatie in de stad van de lezer gaat, spreekt het hem of haar ook meer aan. Wellicht kent de lezer dit opvangcentrum of misschien staat het in zijn of haar eigen buurt.

Bronnen

De bronnen die ik voor dit artikel wil raadplegen, zijn een medewerker van het CVD in Rotterdam en iemand van de GGD. Het CVD (Centrum voor Dienstverlening) is een Rotterdamse organisatie die inwoners helpt en ondersteunt door middel van maatschappelijk dienstverlening, daklozenopvang, crisisinterventie en jongerenbegeleiding. Deze organisatie beheert nachtopvang Havenzicht. Het GGD Rotterdam heeft informatie over gezondheidszorg in de regio en werd in het korte krantenbericht genoemd als instantie die meer weet over het aantal opvangcentra voor daklozen. Ik denk dat deze twee bronnen me een eind op weg kunnen helpen met informatie over de huidige situatie.

Daarnaast wil ik ook Centraal Onthaal benaderen. Dat is volgens de website van het GGD een 'loket' dat alle opvang en begeleiding van daklozen coördineert. Het is een soort overkoepelende organisatie waar GGZ-instellingen, GGD en instellingen voor maatschappelijke opvang samenwerken. Wellicht kunnen zij me ook aan interessante informatie voor mijn artikel helpen. Ik richt me in het achtergrondverhaal specifiek op de situatie in Rotterdam, dus ik wil ook de gemeente benaderen voor een reactie. Tijdens het schrijven kan ik nog andere interessante bronnen tegenkomen. Gegevens over het aantal daklozen of voorbeelden van de landelijke situatie wat betreft daklozenopvang, hoop ik via het CBS te vinden; dat is dan ook mijn schriftelijke bron.

We zullen verderop in dit hoofdstuk, in subparagraaf 1.6.4, het verhaal volgen dat op dit werkplan is gebaseerd. We zien dan ook dat in de praktijk zo'n werkplan wel eens bijgesteld moet worden.

In voorbeeld 1.8 is er sprake van een uitgebreid werkplan. Het hoeft niet altijd zo uitgewerkt te zijn. Als dat voor jezelf duidelijk is, kun je de items met steekwoorden invullen. Maar als je bijvoorbeeld als stagiair je redactiechef moet informeren wat je gaat doen en waarom, dan moet je dit in het werkplan uitgebreider aangeven.

1.6 Voorbereidingsfase

Research

Het werkplan is het sluitstuk van de oriëntatiefase. Nu begint de praktische voorbereiding: je gaat informatie verzamelen bij schriftelijke en mondelinge bronnen. Deze 'research' moet je in staat stellen een gedegen achtergrondverhaal te schrijven. Het eerste doel van deze fase is om *zelf* het onderwerp in de vingers te krijgen. Pas als je zelf alles van een onderwerp begrijpt, kun je het begrijpelijk opschrijven.

Hoever je gaat met het verzamelen van informatie hangt af van:

- wat je wilt met je verhaal
- de complexiteit van het onderwerp
- je ervaring
- de beschikbaarheid van je bronnen

Schrijf je bijvoorbeeld een luchtig stukje over de plaatselijke fitnessstest voor 50+'ers, dan praat je met de organisator, je houdt wat korte interviews met de deelnemers, snuift de sfeer op en kijkt nog eens in het archief wat er eerder over geschreven is. Je bent dan klaar voor je verhaal en het zal zich gemakkelijk laten schrijven.

Maar als je een achtergrondverhaal moet maken over bijvoorbeeld de regionale gevolgen van de jeugdwerkloosheid, dan moet je research grondiger en uitvoeriger zijn. Naarmate je meer ervaring hebt, zul je beter de tijd en omvang van je research kunnen inschatten.

VOS

De voorbereidingsfase bestaat uit drie stappen, afgekort als VOS:

- 1 verzamelen: het onderwerp in kaart brengen
- 2 ordenen: overzicht van het onderwerp krijgen
- 3 selecteren: een interessant deel van het onderwerp kiezen

In grote lijnen werk je in deze volgorde. Maar net als bij de vijf oriëntatievragen (paragraaf 1.5), zet je soms een stap terug of sla je er een over. Als bijvoorbeeld bij het ordenen blijkt dat er op een bepaald onderdeel nog informatie ontbreekt, ga je daar alsnog naar op zoek. Of je noteert alvast een citaat dat je straks zeker gaat gebruiken.

Nadat we deze stappen hebben besproken, komen we weer uit bij het werkplan voor het achtergrondverhaal over daklozenopvang in Rotterdam.

1.6.1 Verzamelen

Als je je stort op een onderwerp, dan loop je al gauw de kans te verdwijnen onder een hoge informatieberg. Zomaar trefwoorden intikken bij zoekmachines? Vergeet het maar, het levert te veel informatie op. Meer informatie betekent niet: betere informatie. Hoe pak je het handig aan? Ook hier geldt weer: ervaring is de beste leermeester. Gaandeweg zul je goede van slechte bronnen kunnen onderscheiden, bereikbare van onbereikbare, moeilijke van toegankelijke. Je zult door vallen en opstaan je vragen beter leren stellen, handige zoekmethodes ontdekken en een informatienetwerk ontwikkelen.

Gericht werken

De basis blijft echter altijd: ga gericht te werk. Zeker in het begin geldt: hoe specifieker je werkplan, hoe gericht je op zoek kunt naar informatie. Onderwerp, lezer, doel, genre, bronnen en haalbaarheid moeten duidelijk zijn. Dat is een voorwaarde om de juiste vragen te stellen. Vergelijk het met de weg zoeken in een bekende en een onbekende stad: in de eerste gaat dat gemakkelijker.

Wat zijn de richtingaanwijzers op die weg? Op de eerste plaats moet je vooraf de vraag stellen: wat wil ik te weten komen? Die vraag heeft te maken met je doel. Relevant is dan de informatie die aan dat doel beantwoordt. Is het doel bijvoorbeeld: ik wil een verhaal schrijven over de fysieke gevolgen van comazuipen bij jongeren, dan weet je dat een relaas over hogere belasting op alcohol minder relevant is dan de uitkomsten van een gezondheidsonderzoek bij deze jongeren. Met andere woorden: het doel stelt je in staat gericht op zoek te gaan naar bronnen. En ook om gericht vragen te stellen en door te vragen als je niet de informatie krijgt die je wilt.

Maar tegelijk moet je ervoor uitkijken je uitsluitend op je doel te focussen. 'Tunnelzoeken' kan ertoe leiden dat je schrijft vanuit een te beperkt zicht op het onderwerp, of dat je interessante kanten van het onderwerp mist. Daarom is het goed om naast informatie die direct gerelateerd is aan je doel ook de andere kanten van het onderwerp in kaart te brengen. Gericht te werk gaan betekent dus ook: systematisch te werk gaan. Dat kun je bij de meeste onderwerpen doen door de formule '5W's+H' toe te passen. Het onderwerp 'fysieke gevolgen van comazuipen bij jongeren' breng je bijvoorbeeld in kaart met de vragen: wat is (precies) het probleem? Hoe groot is dat probleem? Wie (welke groepen) hebben er het meest mee te maken? Wat zijn de oorzaken? Wat zijn de gevolgen? Wanneer speelt het vooral en waar? Waarom? Als je de antwoorden op deze vragen bij betrouwbare bronnen hebt verzameld, dan heb je het onderwerp grotendeels in kaart.

5W's+H

Verder zijn er slimme zoekmethodes die gericht resultaat opleveren. Een paar voorbeelden:

Slimme zoekmethodes

- Trefwoorden slim combineren. Krijg je bijvoorbeeld een freelanceopdracht om iets over vandalisme te schrijven en je wilt dat doen over zinnige alternatieve straffen voor hooligans, dan typ je niet in 'vandalisme', maar 'vandalisme, hooligans, straf'. In plaats van duizenden hits krijg je er nu 'maar' een paar honderd.
- Slim zoeken met behulp van speciale programma's.
- Deskundigen raadplegen. Zij kunnen snel de informatie aandragen die je nodig hebt of je op het juiste spoor zetten.

Aan de ene kant moet je er in deze voorbereidingsfase dus voor zorgen dat je in je zoektocht naar informatie niet kopje-onder gaat, aan de andere kant moet je geen essentiële informatie missen. En dat is best lastig. Houd het doel in de gaten: zelf overzicht hebben en inzicht krijgen.

Meer informatie over soorten bronnen, zoekmethoden en interviewtips kun je lezen in bijlage 2 en bijlage 3.

1.6.2 Ordenen

Ook al heb je gericht en systematisch informatie verzameld, toch kun je gemakkelijk het verband ertussen kwijtraken. Als je al je aantekeningen, genoteerde citaten, uitdraaien en samenvattingen van rapporten willekeurig rond je computer op je bureau legt, dan heb je al gauw geen plek meer en bovendien een redelijke chaos gecreëerd.

Een anekdote uit de oude doos schetst een ander – onvermoed – risico. Je zou kunnen zeggen dat zo'n dertig jaar geleden de gemiddelde journalist wat chaotischer was dan de huidige.

Chaotisch

Een bekend onderzoeksjournalist zat aan zijn bureau. Het was mooi weer, het raam stond open. Hij zat midden in een verhaal over een corrupte lokale aannemer. Hij had harde informatie los gekregen over frauduleuze handelingen, en zachte over de leefwijze van de man. Z'n bureau lag bezaaid met papiertjes. Hier had hij dit genoteerd, daar dat. Kriskras door, op en over elkaar. Zo werkte hij altijd. Hij wist wel zo ongeveer waar wat lag, en in z'n hoofd had hij al wel het verhaal dat hij wilde vertellen, gevoed door de nog verse indrukken van zijn research. Achter zijn typemachine kreeg dat verhaal dan woorden: *'Aannemer Vos begint al voor zichzelf toen hij net van de ambachtsschool was. Het eerste huis dat hij bouwt, staat aan de ... (papiertje adres) en is een ... (aantekeningen beschrijving huis). Ook dan al laat de jonge aannemer zijn*

harde kant zien. Zijn oud-schoolgenoot ... (naam op papiertje), een metselaar met wie hij samen het huis bouwde, betaalt hij veel minder dan afgesproken was ... (aantekeningen interview). Dat patroon herhaalt zich. In 1980 ... (aantekeningen staking bij Vos) ...'

Zo ongeveer werkte de journalist. De ordening zat min of meer in z'n volle hoofd, de informatie viste hij meestal feilloos op uit de informatieberg op zijn bureau. Het leverde prachtige verhalen op. Maar deze keer ging het mis. Zijn vrouw deed de deur open om hem een kopje koffie te brengen. Een hevige tochtvlaag transformeerde zijn informatieberg tot een wolk van papier, die via het raam langzaam uitdwarrelde tot wijd in de omtrek.

Dertig jaar geleden bestonden er ook al mapjes, dus dat was misschien wat handiger geweest. En nog handiger is het als er een stickertje op het mapje is geplakt waarop staat wat erin zit. Ordening kan nu natuurlijk ook digitaal.

Ordenen

Voor elke ordeningsmanier geldt: op basis van welk principe orden je het materiaal? Ordenen betekent: je materiaal onderverdelen in subcategorieën. De kopjes van die onderverdeling hangen af van wat je met je verhaal wilt en van het soort onderwerp. Bij een historisch verhaal kun je de indeling *verleden, heden* en eventueel *toekomst* gebruiken. Bij nieuws vormen de 'vijf W's en de H' de standaardindeling. Bij een probleem, bijvoorbeeld jeugdwerkloosheid, denk je al gauw aan een indeling in *oorzaak, gevolg* en *oplossing*. Hierna volgt een aantal ordeningsvragen naar soorten onderwerp.

Ordeningsvragen

Probleemvragen

Wat is het probleem precies?
 Wat is de aanleiding?
 Waarom is het een probleem?
 Hoe groot is het probleem?
 Wat zijn de gevolgen?
 Wat is de oplossing?

Evaluatievragen

Wat wordt beoordeeld?
 Wat is het oordeel?
 Wat is er positief aan?
 Wat negatief?

Onderzoeksvragen

Wat is er onderzocht?
 Waarom?
 Wie deed het onderzoek?
 Hoe is het onderzocht?
 Wat zijn de conclusies?
 Wat is het nut ervan?

Maatregelvragen

Wat houdt de maatregel precies in?
 Waarom is hij nodig?
 Hoe wordt hij uitgevoerd?
 Wat zijn de gevolgen?

Trendvragen

Wat houdt de trend in?
 Waarom is het een trend?
 Waar is het een trend?
 Bij wie is het een trend?
 Hoe wordt de trend beoordeeld?

Conflictvragen

Wat is het conflict?
 Wie zijn erbij betrokken?
 Wat zijn de partijen bij het conflict?
 Wat zijn hun standpunten?
 Welke belangen hebben ze?
 Wat is de oplossing?

1.6.3 Selecteren

Als je het onderwerp overziet, kun je gemakkelijker die informatie selecteren die voor de lezer bestemd is. Richtlijn is het werkplan: wat voor soort verhaal wil je schrijven en met welk doel? Op basis hiervan kies je het materiaal. Maar dat is niet het enige. Het verzamelde materiaal zelf kan je een kant opduwen. Misschien een kant die je van tevoren helemaal niet had kunnen bedenken. Zo kan in een interview belangrijke nieuwswaardige informatie naar voren komen. Je oorspronkelijke idee verandert dan. Soms ook krijg je onvoldoende relevante informatie boven tafel of wil een bron niets zeggen. Dat zien we straks in het verhaal over de daklozen in Rotterdam (subparagraaf 1.6.4). Ook dan verander je de opzet van je verhaal, met andere woorden: je maakt dan een andere selectie.

De afbakening van het onderwerp stelt je dus in staat een lezersgerichte selectie uit de verzamelde informatie te maken. Bovendien kun je bepalen in welke volgorde je die informatie presenteert. Dit kun je vastleggen in een opzet voor je tekst. Zo'n opzet noemen we een tekstschema. Een tekstschema is dus een soort reisgids voor je verhaal. Zo kun je voordat je de tekst 'intikt' al zien dat de structuur ervan goed in elkaar zit. Dit voorwerk is nodig; een slecht gestructureerde tekst is negen van de tien keer het gevolg van een ongestructureerde voorbereiding. Het is maar weinig schrijvers gegeven om vanuit het niets tot een heldere structuur te komen.

Tekstschema

Een tekstschema maakt ook het schrijven zelf lichter, ook al roept schematisch werken vaak weerstand op. Maar als je het gebruikt als hulpmiddel om niet uit de bocht te vliegen (bijvoorbeeld om hoofd- en bijzaken niet door elkaar te halen) dan kun je alle creativiteit in het formuleren leggen. We gaan in subparagraaf 1.6.4 dit proces volgen aan de hand van het werkplan over de daklozenopvang in Rotterdam (voorbeeld 1.8).

1.6.4 Van werkplan tot achtergrondverhaal: het verhaal van Laura

Het werkplan over de Rotterdamse daklozen had als centrale vraag: Hoe is het gesteld met de daklozenopvang in Rotterdam? Aanleiding was een bericht in *Metro* dat een groep daklozen had moeten bingooën om in aanmerking te komen voor opvang. De student, we noemen haar Laura, wilde voor

haar research vier gesproken bronnen en één schriftelijke bron raadplegen, en daarbij nog wat achtergrondinformatie.

Verzamelen

Laura begint met het bekijken van websites van de instanties en het lezen van eerder verschenen artikelen. Vervolgens probeert ze een afspraak te maken met het Centrum voor Dienstverlening (CVD) dat verantwoordelijk is voor de opvang. Deze instantie wil niets kwijt. Ook de leiding van de betreffende nachtopvang 'Havenplaats' houdt haar mond stijf dicht. De GGD-woordvoerder geeft wel informatie: er is in Rotterdam geen tekort aan slaapplaatsen, maar bij 'één van de nachtopvangcentra' zijn er wel problemen met de opvang van illegalen.

Laura heeft nu nog maar één van haar voorgenomen bronnen te pakken. Daarom probeert ze het via een andere weg: de Pauluskerk, een van de weinige instanties die illegalen opvangt. De dominee daar bevestigt de informatie van de GGD, maar volgens hem is het illegalenprobleem groter dan de GGD denkt. De 'G4' (de vier grote gemeenten) hebben het aan de kaak gesteld bij de minister, maar nog geen reactie gehad. Volgens de dominee ontstaat er bij strenge vorst een noodsituatie en moet er snel geld bijkomen. De GGD-woordvoerder relativeert dat: er hoefden het afgelopen jaar nog geen bedden bij. Wel zegt ze dat er drie miljoen bezuinigd moet worden en dat 'alles onder druk staat'. Het 'Plan van Aanpak Maatschappelijke Opvang' wordt bijvoorbeeld moeilijker realiseerbaar door de sluiting van het dagopvangcentrum Couwenberg.

Vervolgens leest Laura het 'Plan van Aanpak Maatschappelijke Opvang' van de G4, en de recente 'Monitor' daarvan door het Trimbos-instituut. En ze haalt gegevens uit 'Dakloos Nederland', een rapport van het CBS. Daarin staat veel informatie. Bijvoorbeeld dat 6% van de vrijgelaten gevangenen dakloos wordt, 80% van de daklozen man is en 45% daarvan 'westers allochtoon'. Ze ziet ook tegenstrijdigheden. Het Trimbos-instituut heeft het over ongeveer 13.000 daklozen, het CBS over 18.000 (1 op de 17.000 Nederlanders). Maar ze leest niet alles. Ze zoekt gericht naar de meest relevante informatie, anders kost het te veel tijd.

De informatie uit het rapport is bovendien soms best moeilijk te begrijpen. Als Laura in het CBS-rapport kijkt naar de opzet van het onderzoek, leest ze:

'Het 95%-betrouwbaarheidsinterval is berekend met de zogeheten parametrische bootstrap en loopt van 15.601 tot 21.225 daklozen. Bij de parametrische bootstrap worden steeds nieuwe steekproeven getrokken op basis van de geschatte populatieverdeling, waarbij de berekening van datgene waarin men geïnteresseerd is steeds opnieuw wordt uitgevoerd. Na een x aantal (bijvoorbeeld duizend) trekkingen worden de waarden gerangschikt. Bij trekkingen markeren waarden 25/26 en 975/976 het 95%-betrouwbaarheidsinterval.'

Deze informatie laat ze maar voor wat het is. Ze mag ervan uitgaan dat het CBS betrouwbaar is, dus dat de resultaten kloppen. En dit kan ze toch niet gebruiken.

Ordenen

Laura heeft inmiddels veel informatie verzameld. Maar zit ze op het juiste spoor? Ze gaat terug naar haar werkplan: wat wilde ze met haar verhaal?

Haar voorlopige centrale vraag was: hoe is het gesteld met de daklozenopvang in de stad? Subvragen zijn: is er nog genoeg plaats? Zijn er meer daklozen dan officieel bekend zijn? Hoe kan het dat centra hun deuren moeten sluiten? Welke gevolgen heeft dat voor daklozen? Ze denkt dat ze over alle vragen wel de nodige informatie heeft, maar ze is het overzicht een beetje kwijt. Ze gebruikt de algemene basisvragen waarmee ze de informatie verzamelde opnieuw, maar nu om haar materiaal te ordenen. Ze rangschikt al haar informatie, de quotes uit interviews, aantekeningen, samenvattingen, tabellen enzovoort, onder de zogenoemde 'probleemvragen' (zie subparagraaf 1.6.2 onder het kopje 'Orderingsvragen'). Dat levert het volgende werkschema op.

Centrale vraag**Basisvragen****Probleemvragen**

1

Werkschema daklozenverhaal

Wat is het probleem?

Daklozen moeten bingoën om een slaapplek (Havenzicht wil niets hierover zeggen, GGD). Voor opvang moet je een speciaal Rotterdams identiteitsbewijs hebben, een x aantal daklozen heeft dat niet omdat ze illegaal zijn (GGD). Zij slapen buiten bij strenge vorst (Pauluskerk, GGD).

Hoe groot is het probleem?

Dat is onduidelijk. Volgens de GGD is er normaal gesproken geen capaciteitstekort en worden er 'bij calamiteiten' noodbedden geplaatst. 'Maar dat is dit jaar nog niet nodig geweest.' Echter: sinds de sluiting van de opvang aan de Smirnowweg begon het bingoën bij Havenzicht en kreeg de Pauluskerk het druk. Het betreft ongeveer 40 illegalen, meest uitgeprocedeerde asielzoekers (dominee Pauluskerk). Klopt dit? En zijn daklozen zonder 'pasje' ook allemaal illegaal? Ook het CBS en het Trimbos-instituut geven geen uitsluitsel.

Waarom is het een probleem?

Directe oorzaak is het sluiten van de opvang aan de Smirnowweg, daar werd deze groep gedoogd. Daardoor ontstaat er een acuut capaciteitsprobleem voor een specifieke groep daklozen. Ook de sluiting van opvang Couwenburg heeft indirect invloed. Achterliggend probleem is dat het rijk zijn zaken niet op orde heeft als het gaat om uitgeprocedeerde asielzoekers (dominee Pauluskerk). De minister reageert niet op de oproep van de G4 om het probleem op te lossen (GGD). Verder moet er drie miljoen bezuinigd worden (GGD).

Waar speelt het probleem zich af?

In Rotterdam, in nachtopvang Havenzicht en de Pauluskerk met name. Ook elders in de grote steden, maar dit is een Rotterdams verhaal.

Wat zijn de gevolgen?

Slapende daklozen in de vrieskou. Fysieke en psychische gevolgen door onzekerheid over slaapplek. Opvangcentra die vol zitten. Onorthodoxe methoden om een plek te krijgen. Eén van de doelstellingen uit het plan van aanpak van de G4 (geen slapende daklozen 's nachts op straat) komt in de praktijk in de knel.

Wat zijn de oplossingen?

Dat is een moeilijk verhaal. Het probleem bestaat in de praktijk, maar op papier niet. De gemeenten mogen wettelijk niets voor de probleemgroep doen. De minister reageert niet. De Pauluskerk biedt noodhulp. Als het gaat om de opvang van 'officiële' daklozen lijken volgens de monitoring en de GGD de maatregelen uit het langetermijnplan van de G4 te werken.

Deze ordening biedt een handig overzicht. Zij scheidt rust in de grote hoeveelheid informatie. Ze laat ook zien waar de research eventueel tot een andere weg heeft geleid dan die in het werkplan is uitgestippeld. Ook wordt duidelijk waar nog onvoldoende antwoord op vragen is verkregen. Het is dus een bruikbaar schema om al het voorwerk in kaart te brengen en inzicht te krijgen in wat er eventueel nog mist. Afhankelijk van het belang ervan en de tijd die je nog hebt, kun je dan alsnog op zoek gaan naar aanvullende informatie. Dit overzichtsschema heeft dus voor jezelf de functie van een werkschema.

Werkschema

Algemene basisvragen

De inschatting of de informatie voldoende is voor je verhaal of dat je er nog meer research in moet steken, is cruciaal. De ordeningsvragen zijn algemene basisvragen. Naar aanleiding van de informatie die je krijgt, kun je verdere vragen stellen. De waaromvraag wordt dan: waarom precies in dit geval? Of: waarom zegt u dat x de oorzaak is, terwijl mijn andere bron zegt dat het juist door y komt? Je moet dus doorvragen. Hoe meer je op de hoogte bent, hoe beter je kunt doorvragen en hoe specifieker je verhaal wordt. Dat is de kunst van een goede journalist. Aan de andere kant: je kunt ook te ver gaan en je doel voorbijschieten. Een goede inschatting is dus cruciaal.

Doorvragen

Laura vindt het genoeg zo. Haar centrale vraag is grotendeels beantwoord, ze heeft informatie over waarom er acuut een probleem is met de opvang en ook van de achterliggende oorzaak ervan. Wel kan haar verhaal niet helemaal volgens haar werkplan verlopen, omdat een hoofdrolspeler, het centrum Havenzicht, niet wil meewerken. Jammer, denkt ze, maar ik heb genoeg voor een verhaal. Het probleem zelf heeft zich ook onverwacht toegespitst: het gaat om daklozen die geen geldig pasje hebben, meest illegalen. Haar onderwerp wordt dus nauwer afgebakend.

Selecteren

Een werkschema is een hulpmiddel voor de schrijver zelf. Het is nog niet voor de lezer bestemd. Het bevat alle geordende informatie die nodig is om zelf het onderwerp in de vingers te krijgen. Laura zou al die kopjes wel kunnen uitschrijven tot een verhaal, maar dat zou dan veel te algemeen worden en dus niet aantrekkelijk om te lezen.

Vertaalslag Tekstschema

Om de vertaalslag te maken van ordening voor jezelf naar een interessant verhaal voor de lezer is nog een stap nodig: het tekstschema. Hierin legt Laura vast hoe ze het onderwerp afbakent, welke informatie ze daarbij nodig heeft en in welke volgorde ze de informatie presenteert. Dat levert het volgende tekstschema op.

Tekstschema achtergrondverhaal opvang daklozen Rotterdam

Lead

Hoofdthema: het opvangen van daklozen in Rotterdam.

1^e niveau

Centrale vraag: hoe is het gesteld met de daklozenopvang in Rotterdam?

Basisuitspraak: opvangvoorzieningen worden schaars; voor illegalen is er geen plek.

Inleiding: bingoen bij Havenzicht om een opvangplek.

- 2^e niveau *Subthema 1: wordt er in Rotterdam vaker geloot om een slaapplek? Ja, maar alleen om voorkeursplek te krijgen, Havenzicht is uitzondering.*
- 3^e niveau
- Weergave situatie in Rotterdam (GGD-citaat).
 - Weergave situatie bij Havenzicht (GGD en zeroreactie Havenzicht en CVB).
- 2^e niveau *Subthema 2: waarom wordt een belangrijke nachtopvangcentrum gesloten? Sluiting was gepland in plan van aanpak.*
- 3^e niveau
- Feiten en cijfers over het Plan van Aanpak Maatschappelijke Opvang en aantal daklozen dat geen plek vindt (aantekeningen plan en informatie GGD).
- 2^e niveau *Subthema 3: hoe werkt het systeem van de nachtopvang? Alleen met een 'Centraal Onthaal pasje' kom je de opvang in.*
- 3^e niveau
- Beschrijving van identiteitssysteem opvang. Illegalen vallen buiten de boot (GGD, gemeentesite Rotterdam)
- 2^e niveau *Subthema 4: welke gevolgen heeft de sluiting voor daklozen zonder plek? De enige gemeentelijke zorg valt weg.*
- 3^e niveau
- Hier komt het verhaal van de Pauluskerk. Wat doet het met mensen als ze geen slaapplek hebben? Wat doet de Pauluskerk eraan? (2 alinea's).
- 2^e niveau *Subthema 5: hoe reageert de politiek? Gemeente mag wettelijk niets doen. Minister reageert niet.*
- 3^e niveau
- Illegalen vallen onder verantwoordelijkheid van het Rijk. Dat heeft zaken niet op orde. G4 kloppen vergeefs aan bij minister. Probleem blijft (GGD, Pauluskerk).
- 2^e niveau *Subthema 6: wat is het toekomstbeeld voor daklozen in Rotterdam? Plan G4 door bezuinigingen onder druk. Probleem illegalen onoplosbaar.*
- 3^e niveau
- Nu genoeg plaatsen maar extra bezuinigingen maken geplande aanpak van het daklozenprobleem moeilijker (GGD). Aan het slot komt de basisuitspraak terug. Na het lezen van het achtergrondverhaal is de centrale vraag voor de lezer beantwoord (2 of 3 alinea's).

Voorgaand tekstschema staat garant voor een helder gestructureerd verhaal. Inhoudelijk ziet het er ook goed uit. Ook beantwoordt het aan eisen van het achtergrondverhaal: meerdere bronnen en geen eigen mening. Hoe het verhaal wordt opgeschreven, komt nog. Je ziet al wel dat de centrale vraag een antwoord heeft gekregen: de basisuitspraak. Dat geldt ook voor de vraagvorm waarin de subthema's oorspronkelijk waren gesteld. Onder die vragen staat nu de inhoud van de kernzinnen. De formulering van de inhoud van basisuitspraak, kernzinnen en specificatie moet nog gebeuren. Maar in ieder geval weet je waarover die moet gaan. Zo heb je alle ruimte om tot een goede formulering te komen.

**Helder
gestructureerd
verhaal**

In de praktijk werkt niet iedere journalist met een volledig ingevuld tekstschema. Sommigen maken slechts een ruwe opzet. Anderen hebben alles in hun hoofd zitten, maken korte notities van de belangrijke subthema's en storten zich op het schrijven. Maar er zijn er ook die vooraf een strak ingevuld

schema maken waarmee ze hun verhaal al bijna geschreven hebben. De ene categorie schrijvers heeft dus op papier of in het hoofd slechts een globale structuur die al schrijvend een definitieve vorm krijgt, bij de andere ligt het gestructureerde verhaal al grotendeels vast. Een onervaren schrijver kan beter een werk- en een tekstschema maken om het schrijven onder de knie te krijgen. Zoek daarbij naar de balans. Het verhaal van Laura is een voorbeeld van hoe dat proces kan verlopen. De tekst die haar schrijffproces opleverde, staat op de website bij dit boek.



1.7 Invalshoek

Eerder in dit hoofdstuk viel de term ‘invalshoek’ (subparagraaf 1.2.2). Binnen de journalistiek wordt deze term vaak gebruikt, maar nogal verschillend geïnterpreteerd. Het *Basisboek Journalistiek* (Kussendrager & Van der Lugt, 2007) bijvoorbeeld stelt de invalshoek gelijk aan de afbakening van het onderwerp. Het boek geeft daar de volgende illustratie bij:

‘Als een straaljager neerstort in een woonwijk kan een journalist daar als follow-up verschillende verhalen over schrijven. De een schrijft over de kosten van de ramp, een ander over de kwaliteit van het defensiemateriaal en een derde over de technische aspecten van gevechtsvliegtuigen. De keuze voor een van deze drie verschillende invalshoeken leveren drie verschillende verhalen op.’

Invalshoek betekent hier: een bepaalde kant van het onderwerp. Je kunt zo over een onderwerp verschillende verhalen schrijven. Bladenmaker Van Vuure schreef ooit een boekje met als titel *100 Invalshoeken om over boerenkool te schrijven*. Dat gaat zo: Driesterrenkoks en hun boerenkool, Zo eten buitenlanders boerenkool, Boerenkool en toetjes, enzovoort, tot 100.

Afbakening van een onderwerp

Invalshoek in deze betekenis is dus een inhoudelijke selectie, een inhoudelijke afbakening van een onderwerp.

Menselijke, institutionele of maatschappelijke invalshoek?

Mediadeskundige Leon de Wolff hield eens een representatief onderzoek naar het leesgedrag van 2.000 mensen. Daarin werd hen onder meer gevraagd of ze een voorkeur hadden voor een bepaalde afbakening, een bepaalde kant van waaruit een onderwerp wordt belicht. Zie het volgende citaat:

‘Wilden ze een onderwerp liever vanuit de mens belicht zien (“Inbraak bezorgt Arie slapeloze nachten”), vanuit de

instituten (“Gemeente wil meer politie op straat”) of vanuit een maatschappelijke invalshoek (“Inbrekers vaker actief op het platteland”)? Mannen en vrouwen gaven nagenoeg dezelfde voorkeur aan: 15 (m) tot 16 (v) procent wilde een mensgerichte invalshoek, 51 (v) tot 52 (m) procent een institutionele en 34 procent had het liefst maatschappelijke verhalen.’

(Bron: www.intermediair.nl)

Een andere voorbeeld van inhoudelijke afbakening is de regionale invalshoek. Regionale kranten doen dat vaak. Bij landelijk nieuws zullen ze voor hun follow up bijna altijd kiezen voor een regionale benadering. Dit heet regionaliseren. Is bijvoorbeeld het landelijk nieuws dat de regering is gevallen, dan zullen ze schrijven over welke regionale parlementariërs hun baan kwijt zijn.

In al deze gevallen slaat de term invalshoek op de keuze in de afbakening van het onderwerp. Maar het begrip omvat meer. Je spreekt ook van invalshoek als een verhaal vanuit een bepaald perspectief verteld wordt. In het daklozenverhaal zijn vooral hulpverleners aan het woord. Je kunt dan zeggen dat het vanuit die invalshoek is geschreven. Dat zou ook vanuit het perspectief van de autoriteiten kunnen, zoals maar al te vaak gebeurt. Of vanuit het perspectief van de daklozen zelf. Deze drie verschillende vertelperspectieven leveren drie verschillende soorten verhalen op.

Invalshoek als afbakening van een bepaald deel van het onderwerp is een inhoudelijke keus: je presenteert dit deel en een ander deel niet. Bij een invalshoekkeuze op basis van vertelperspectief hoeft dit niet zo te zijn: als je bijvoorbeeld schrijft over het krakkemikkige onderhoud van het defensiematerieel, kun je dat doen door onderhoudsmonteurs als hoofdbron aan het woord te laten, of een defensiespecialist. Belangrijk daarbij is wel dat je hoor en wederhoor pleegt: één bron is geen bron. Een onderwerp presenteren vanuit een bepaald perspectief, bijvoorbeeld een bepaalde bron, is dus niet zozeer een inhoudelijke selectie, maar een manier van presenteren, een verhaaltechniek.

De term invalshoek betreft dus de manier van presenteren en de afbakening van het onderwerp, vorm en inhoud dus, een oeroude schrijftweeling. Als je een onderwerp afbakt, of met andere woorden de centrale vraag vaststelt, dan maak je een keuze om een specifiek deel van de *inhoud* aan je lezer te presenteren. Als je een speciale schrijf- of verhaaltechniek gebruikt om die inhoud te presenteren, maak je ook een keuze, maar die ligt meer op het gebied van de *vorm* van je verhaal. Op beide gevallen is de term 'invalshoek' van toepassing. Meestal gaat het alleen om een inhoudelijke afbakening, maar soms komen beide soorten invalshoek tegelijk voor.

In voorbeeld 1.9 is er zowel sprake van een inhoudelijke afbakening als van een bijzonder verhaalperspectief. In *de Volkskrant* verscheen – rond kerstmis – een verhaal in vier delen over de varkensindustrie. Het beschrijft de weg die twee varkentjes volgen van pril babyvarken tot en met gerecht in toprestaurant 'De Librije'. Het ene varkentje is biologisch grootgebracht, het andere in een megastal. Inhoudelijk brengt de journalist alle relevante informatie over deze 'varkenscyclus': het mestprobleem, de leefomstandigheden, de opbrengsten enzovoort. Maar hij presenteert die op een verrassende manier, namelijk vanuit het perspectief van de twee varkentjes. De bronnen (bijvoorbeeld de varkenshouders, de opkopers, de slachter en de deskundigen) en de achtergrondinformatie krijgen een plek tussen de wederwaardigheden van het biologische varkentje Ada en het 'reguliere' varkentje Eva. De passage in voorbeeld 1.9 gaat over de weg naar hun dood. De kop van het verhaal luidt: 'Een laatste verbaasde blik'.

**Regionale
invalshoek**

Regionaliseren



**Vertel-
perspectief**

**Hoor en
wederhoor**

**Vorm en
inhoud**

VOORBEELD 1.9 BIJZONDERE INVALSHOEK

DE VOLKSKRANT, 13 DECEMBER 2008

De slagboom staat open als we het terrein oprijden. Chauffeur Gerrit van de Vegt rijdt de truck naar de achterkant van de varkensstal tot net vóór de rode streep, die aangeeft hoever hij mag komen. Over het hek hangt een schone overal voor hem klaar. Eronder staat een stel groene laarzen. (...) Eva stapt als allerlaatste op de vrachtwagen. Er zitten 120 varkens in, verdeeld over drie verdiepingen. Urine druipt van de wagen. Onderweg halen we de oplegger met biologische varkens op. We zijn nu geladen met 197 varkens, goed voor ruim 20 duizend kilo. Wijthmen, Raalte, Holten, Lochem schuiven in het donker voorbij. Klokslag vijf uur, precies op schema, zijn we bij de slachterij in Groenlo.

Gerrit rijdt de vrachtwagen achteruit in een dok. Als de klep opengaat, steken de varkens hun snuit in de lucht en snuiven achterdochtig de nieuwe lucht op. Onder enige aandrang hobbelen ze via een hellingbaan naar beneden. In betonnen hokken krijgen ze twee uur de tijd om bij te komen. Anders krijgen ze stress en wordt het vlees te zuur. Ada en Eva zitten ieder apart.

De slachterij in Groenlo is eigendom van Vion, dat 60 procent van de slachtmarkt in Nederland beheert. Hier worden elke dag vierduizend varkens geslacht waaronder twee- tot driehonderd biologische. Biologische slachterij de Groene Weg is sinds 2004 onderdeel van Vion. Om de twee soorten goed gescheiden te houden worden de 'eco's', zoals directeur Tom Kolkman ze noemt, het eerst geslacht.

Om zeven uur komt de slachtlijn ratelend tot leven. De varkens worden een voor een in een lichtjes omhoog lopende ijzeren tunnel gedreven. Aan

het eind tilt een rubber band ze bij de borst op. In dezelfde beweging worden elektroden op hun hoofd en lijf gedrukt. Een stroomstoot flitst door het lijf, waarna de varkens verdoofd op hun zij op een lopende band tuimelen.

Daar staat de slachter klaar. Hij heeft een zwarte voorschoot voor en een groen mutsje op zijn hoofd. Naast hem staat een bakje met messen. Als een varken langskomt, steekt hij het dier een mes in de hals. Het is een kort, bijna sierlijk gebaar waar ogenschijnlijk nauwelijks kracht aan te pas komt. Donker bloed gutst uit de halssnede in een goot.

Ada is het laatste biologische varken. Ze kijkt nog één keer met verbaasde blik de wereld in voordat de stroomstoot het licht in haar ogen dooft. Meteen na haar komt Eva, als eerste van de reguliere varkens. Ze heeft niet eens tijd om te knipogen. Terwijl het leven uit haar stroomt, spartelt ze nog even na op de band. Het zijn stuiptrekkingen, ze is al dood.

Wat erna komt, is lopendebandwerk. Een automatische cirkelzaag snijdt de buikwand open, mannen en vrouwen in witte jassen verwijderen de longen en andere organen. Nadat ze zijn gewogen (Ada weegt 99,9 kilo, Eva 103,5) wordt met een prikker het vetgehalte gemeten om de kwaliteit te bepalen. Hoe minder vet, hoe hoger de prijs.

Ten slotte hangen Ada en Eva doormidden gesneden gezusterlijk naast elkaar in de koelcel. Twee roomkleurige karkassen waar de ziel uit is. Het varken is vlees geworden. Zozeer als ze verschilden tijdens hun leven, zo sterk lijken ze op elkaar in de dood. Ada is alleen herkenbaar aan haar langere staart, waar de krul nu uit is.

Dit fragment komt niet uit een achtergrondverhaal, maar uit een lange reportage. Daarin heeft de journalist meer ruimte en is hij vrijer om verhalende schrijftechnieken toe te passen. Ook schemert in zijn beschrijvingen af en toe zijn mening door. Dat kan in een achtergrondverhaal niet. Maar het fragment laat wel duidelijk de tweede betekenis van de term invalshoek zien. Het verhaal verteld vanuit het perspectief van de twee varkentjes is een keuze voor een bepaalde manier van presenteren, een vormkeuze, en geen keuze die de inhoud afbakent. Die inhoud, de mechanismes die de 'varkenscyclus' kenmerken (zoals de hoofdrolspelers, de winsten, de megaslachterijen, het vervoer, het milieu en de kopers) wordt binnen deze vorm gepresenteerd. De journalist heeft met de keuze voor deze vorm de leesbaarheid van zijn verhaal willen vergroten.

De schrijftechniek van de reportage komt aan de orde in hoofdstuk 4. In een achtergrondverhaal betekent 'invalshoek' een inhoudelijke afbakening van het onderwerp vanuit de centrale vraag en de keuze van gesproken bronnen. Je kunt alle betrokkenen aan het woord laten (algemene invalshoek) of een specifieke groep. Dit laatste is bijvoorbeeld het geval in het achtergrondverhaal 'Wanneer je qat kauwt, kun je niet werken' in paragraaf 1.2 (voorbeeld 1.2). Bij zo'n specifieke invalshoek is het wel nodig dat je hoor en wederhoor pleegt.

**Algemene
invalshoek**

**Specifieke
invalshoek**

Opdrachten

1

Opdrachten bij paragraaf 1.3

- 1.1** Selecteer uit krant of tijdschrift een achtergrondverhaal dat geschreven is naar aanleiding van het nieuws en beantwoord daarover de volgende vragen. Licht de antwoorden toe.
- a** Welk nieuwsfeit vormt de aanleiding?
 - b** Is het duidelijk waar het verhaal precies over gaat? Zo ja, formuleer dat in één zin. Zo nee: waarom niet?
 - c** Welke achtergrondinformatie krijg je over dat nieuwsfeit?
 - d** Begrijp je door die informatie het nieuws beter? Waarom wel / niet?
 - e** Vind je de informatie belangrijk genoeg voor een achtergrondverhaal?
 - f** Vind je de informatie interessant?
 - g** Kun je de presentatie van die informatie gemakkelijk volgen?
 - h** Is het verhaal duidelijk geschreven?
 - i** Is het verhaal aantrekkelijk geschreven?
- 1.2** Het volgende achtergrondverhaal (naar: *Metro*, 15 juni 2012) heeft een duidelijke structuur.
- a** Markeer de basisuitspraak en de kernzinnen en maak op basis daarvan een samenvatting.
 - b** Wat zou de aanleiding zijn geweest voor dit verhaal?

METRO, 15 JUNI 2012

Voor de tas van Aldi hoeft niemand zich te schamen

Een Aldi en een Albert Heijn, samen op een plein. Wie in de buurt woont van het Poldermeesterplein in Aalsmeer boft, vindt Maaïke Stam (32), moeder van drie kinderen. 'Bij Albert Heijn haal ik brood, melk en verse groenten, bij de Aldi snoep, pasta en al het diepvries- en blikspul. Scheelt een hoop hoor, zeker als je een gezin hebt.' Zuinigheid is niet iets waarvoor je je hoeft te schamen, net zo min als voor shoppen in de 'voorraadschuur' Aldi.

Elk jaar opnieuw stijgt de omzet in de supermarktbranche. In 2011 zetten de supermarkten 2,7 procent meer om dan in 2010, zo blijkt uit de jaarcijfers van het Centraal Bureau Levensmiddelenhandel (CBL). Voor komend jaar verwacht de branchevereniging voor de supermarkten een omzetsijging van 2 à 3 procent.

Achter die groei zit een economische logica: consumenten besparen op vakanties en dinertjes buiten de deur. Aldus economie-



docent Kees (53), die in de Aalsmeerse Aldi 1,70 euro komt uitgeven voor een zoutarm brood. 'Dan hou je geld over om het thuis wat aangener te hebben. Voor één keer niet uit eten gaan, heb je een kar vol met boodschappen.'

Wel is 60% van de klanten beter gaan letten op aanbiedingen. Dat blijkt uit onderzoek van EFMI Business School. Ook Esther Straathof (45) doet bekeken boodschappen. Anders zouden haar kinderen van 15 en 17 haar zowat failliet eten. In haar armen heeft ze de Aldi-boodschappen opgestapeld: koek, crackers, limonade, sap. 'De AH vond ik altijd te duur.'

Ook kiest 48% vaker voor een huismerk, blijkt uit hetzelfde onderzoek. Zo ook Ester Straathof: 'A-merken vind ik meestal zonde van het geld.' Dus loopt ze de schappen af met bakmargarine (Bratella), vloeibare margarine

(Butella), dieetmargarine (Dieetella) en chips van het merk Pirato. Straks gaat ze nog naar de Hoogvliet voor melk en brood. 'Ik shop zogezegd bij verschillende supermarkten.'

Shopperen in supermarkten is ook een trend. De meeste consumenten kunnen zoals Straathof in hun omgeving kiezen uit verschillende supermarkten. Prijs, aanbod van verse spullen, het assortiment en de houding van het personeel bepalen de keuze.

De schaamte om te worden gezien bij de Aldi speelt allang niet meer bij de 'nieuwe shopper'. Maaïke Stam: 'Voor mijn moeder speelt dat nog wel. Die wil niet met een Aldi-tas gezien worden. Maar ook zij doet een deel van haar boodschappen hier.'

Economiedocent Kees weet het zeker: 'Voor die Aldi-tas schaamt niemand zich meer.'

Opdrachten bij paragraaf 1.5

- 1.3** De volgende krantenberichten (A en B) kunnen aanleiding zijn voor een achtergrondverhaal. Bedenk naar aanleiding ervan voor elk bericht een onderwerp. Waar zou het over kunnen gaan? Hoe zou je dat idee verder kunnen uitwerken?
- Hulpmiddel:
- 1 Dit bericht brengt me op een idee om een achtergrondverhaal te schrijven over ... (antwoord zo specifiek mogelijk; dus bijvoorbeeld niet: 'over comazuipen', maar: 'over de kosten van comazuipen voor de gezondheidszorg').
 - 2 Ik zou dit idee als volgt verder kunnen uitwerken: ... (zo specifiek mogelijk antwoorden).

Bericht A

METRO, 13 MAART 2012

Meisje (15) na drank laveloos op wc school

Een 15-jarig meisje is gisterochtend laveloos aangetroffen op een wc in een school in Leidschendam-Voorburg. Ze was dronken en verkeerde in coma. Het meisje is

overgebracht naar een ziekenhuis in Delft en haar toestand is zorgelijk. De politie wilde niet zeggen wat er precies is gebeurd.

DE PERS, 18 DECEMBER 2008

Minder drank door internet

Sites die tips geven over hoe je je alcohol-gebruik binnen de perken houdt, zijn succesvol. Dat blijkt uit een proefschrift van Heleen Riper van het Trimbos-instituut. Sites als Watdrinkij.nl en Alcoholinfo.nl

bereiken mensen die uit schaamte niet naar hulpverleners willen stappen. Zo'n 10 procent van de Nederlanders is (een lichte) probleemdrinker.

1.4 Selecteer uit een dagblad een kort bericht dat aanleiding kan zijn voor een achtergrondverhaal. Waarover zou het verhaal kunnen gaan?

1.5 *Opmerking vooraf*

Opracht **1.5** maakt deel uit van een serie opdrachten die leiden tot het schrijven van een kort achtergrondverhaal. Daarvoor is een aantal stappen nodig. Steeds nadat we een deel van de betreffende stof hebben besproken, volgt een opdracht waarmee je de volgende stap zet.

We stellen voor een breed onderwerp te verkennen en dat via lateraal of systematisch mindmappen of met een bericht als aanleiding in kaart te brengen. We noemen hier het onderwerp 'werkloosheid', maar dat kan natuurlijk ook een ander onderwerp zijn. Elk onderwerp heeft zijn interessante, publicabele kanten.

De serie opdrachten geeft je de keuze om óf stapsgewijs aan een achtergrondverhaal te werken op basis van de stof die dan aan de orde is, óf om ze als geheel te doorlopen nadat je de hele stof tot je genomen hebt. Een tussenvorm kan natuurlijk ook.

De 'serie achtergrondverhaal schrijven' bestaat uit:

- hoofdstuk 1: opdrachten **1.5**, **1.9**, **1.11**, **1.12**, **1.14** en **1.15**
- hoofdstuk 2: opdrachten **2.1** en **2.23**.

- a** Stel, het aantal werklozen in Nederland is nog nooit zo hoog geweest als in dit jaar. Een tijdschrift wil daar aandacht aan besteden. Je krijgt als freelancer de opdracht een achtergrondverhaal te schrijven over het brede onderwerp 'werkloosheid'. Probeer tot een interessant deelonderwerp te komen door middel van *lateraal mindmappen*.
- b** Probeer hetzelfde te doen met behulp van *systematisch mindmappen*. Leidt dit tot een ander onderwerp dan bij lateraal mindmappen? Welke methode vind je het gemakkelijkst?
Breng door middel van een visueel schema het onderwerp in kaart. Kies een onderwerp uit dat je geschikt (interessant, haalbaar) lijkt om een kort achtergrondverhaal over te schrijven. Bedenk dat bijvoorbeeld ook deelonderwerpen als 'jeugdwerkloosheid' of 'schoolverlaters' nog altijd te algemeen zijn voor een kort achtergrondverhaal. Je moet je visuele schema dan verder uitwerken.
- c** Selecteer uit een krant, een tijdschrift of van internet een bericht gerelateerd aan werkloosheid dat interessant is voor een kort achtergrondverhaal. Wat zou je ervan willen uitwerken in een follow-up? Motiveer je antwoord.

Deze opdracht wordt vervolgd in opdracht **1.9**.

- 1.6** Hier volgt een korte beschrijving van het lezersprofiel van een weekblad. We noemen het X. Voor welk tijdschrift staat X?

X richt zich op mannen en vrouwen tussen 18 en 40 jaar. Het tijdschrift wordt gelezen door mensen die geïnteresseerd zijn in de wereld om hen heen en die deelnemen aan het maatschappelijk verkeer, zonder dat ze uitgesproken trendsetter zijn. Ze hebben sterke belangstelling voor nieuws, sport, popmuziek en film. Ze geven makkelijker geld uit dan de gemiddelde Nederlander, bijvoorbeeld aan kleding en vrijetijdsbesteding. Ze houden van uitgaan en gezelligheid. Desondanks maken ze zich ook zorgen over bepaalde ontwikkelingen in de samenleving. Ze hebben geen uitgesproken oordeel, maar vinden zich wel sociaal voelend. Ze zijn open, nieuwsgierig en geïnteresseerd in nieuwe producten en ontwikkelingen. X is voor mannen én vrouwen voor wie het traditionele opinieblad allang geen optie meer is.

Onthullende reportages, boeiende achtergrondverhalen, vooruitstrevende fotografie en scherpe columns zijn al jaren de pijlers van het tijdschrift. De tone of voice is onafhankelijk, onorthodox, origineel, opvallend.

- 1.7**
- a** Blader een aflevering van het tijdschrift *Margriet* door. Kijk bijvoorbeeld naar de onderwerpen, het taalgebruik, de rubrieken, de foto's, de vormgeving, de keuze van geïnterviewden, de tips en de adviezen. Stel vervolgens het lezersprofiel op voor *Margriet*.
 - b** Vergelijk jouw lezersprofiel met de gegevens die de uitgever (Sanoma) over dat profiel (doelgroep) geeft. Ga op de Sanoma-site eerst naar 'Adverteerders', klik daar 'Onze media' aan en vul bij 'alles weten over' de naam van het blad in. Kloppen de gegevens met wat je verwachtte? Waar liggen de verschillen / overeenkomsten?
 - c** Vergelijk ook het *Margriet*-profiel met dat van *Libelle* (ook Sanoma). Wat zijn de verschillen?
- 1.8**
- a** Maak een lezersprofiel van een regionale krant die jij kent.
 - b** Maak een lezersprofiel van een tijdschrift dat jij kent.
- 1.9** Opdracht **1.5** liet je lateraal of systematisch mindmappen over het algemene onderwerp 'werkloosheid'. Ook kon je een bericht als uitgangspunt nemen.
- a** Bedenk nu een mogelijk verhaal over het deelonderwerp (afbakening) dat je koos. Wat is je verhaalidee erbij? Lijkt het je geschikt voor een kort achtergrondverhaal? Waarom? Waarom zou de lezer je verhaal willen lezen?
 - b** Als je geen of een onbevredigend antwoord vindt op deze vragen, kies dan een ander deelonderwerp waarbij dat wel het geval is.

Vervolg in opdracht **1.11**.

- 1.10** Google op: Nixon Watergate. Bekijk op de eerste twee pagina's van welke bronnen informatie over dit onderwerp afkomstig is. Kies er een paar en vergelijk de informatie.
- 1.11** Schrijf een *werkplan* van het achtergrondverhaal dat je gaat schrijven over het onderwerp dat je hebt voorbereid (opdracht **1.5** en **1.9**). Je kunt kiezen voor een uitgebreid werkplan (zoals voorbeeld 1.8), maar het mag korter.

Het plan moet je wel een concreet beeld geven bij elk onderdeel ervan: je moet de aanpak voor ogen zien en het moet een ander (je redactiechef, je docent, je medestudent) inzicht geven in wat je van plan bent en hoe je dat wilt doen.

Vervolg in opdracht **1.12**.

- 1.12** Lees de informatie uit bijlage 2: Bronnen, soorten en betrouwbaarheid.
- a** Beantwoord naar aanleiding van je werkplan zo specifiek mogelijk de vraag: welke informatie heb ik nodig om het verhaal over jeugdwerkloosheid te kunnen schrijven? De volgende deelvragen zijn een hulpmiddel:
- 1 Wat weet ik zelf al van het onderwerp af?
 - 2 Welke schriftelijke bronnen – landelijk en regionaal – zijn mogelijk relevant? Welke informatie verwacht ik van welke bron?
 - 3 Welke mondelinge bronnen zouden me verder kunnen helpen? Wat wil ik van hen te weten komen? Kan ik die informatie ook op een andere manier krijgen?
- b** Stel vervolgens voor elke bron een lijstje met vragen op en maak een reële tijdsplanning.
- c** Ga aan de slag met informatie verzamelen.

Vervolg in opdracht **1.14**.

Opdrachten bij paragraaf 1.6

- 1.13** Geef aan welk type vraagstructuur ten grondslag ligt aan het volgende verhaal. Welke delen van het verhaal horen bij welke vragen ervan?

AD/UN, 31 AUGUSTUS 2006

Wie wil er straks nog lesgeven?

Vooral docenten economie, wiskunde, natuurkunde en Duits met uitsterven bedreigd

DEN HAAG - Leerlingen op veel middelbare scholen zullen vanaf volgend jaar al steeds vaker les krijgen van onbevoegde docenten. Ook krijgen ze vaker gedwongen een tussenuur. Onderwijsbonden AOb en CNV waarschuwen voor een 'rampzalig lerarentekort'. Vooral de vakken economie, wiskunde, natuurkunde en Duits dreigen op termijn vrijwel zonder leerkrachten te komen. Voorzitter Marleen Barth (CNV): 'We hebben het over een historisch tekort: zoiets hebben we hier nog nooit meegemaakt.'

Het tekort ontstaat omdat het docentekorps ernstig vergrijsd is. Ongeveer een kwart van de docenten is tussen de 55 en 65 jaar, zo'n 20.000 mensen. Zij gaan de komende jaren massaal met prepensioen en pensioen. Er staan bij lange na niet genoeg mensen klaar om dit gat op te vullen. Volgens het ministerie van Onderwijs loopt het aantal vacatures in 2010 mogelijk op tot 3.000 voltijdbanen (fte), op een totaal van 62.000 fte. Volgens de bonden is die schatting veel te positief.

Lerarenopleidingen stomen niet genoeg nieuwe docenten klaar en weinig mensen van buitenaf kiezen voor het onderwijs. Bovendien blijken meer leraren te vertrekken als

de economie beter draait. 'Niet iedereen in de opleiding stroomt ook door naar het onderwijs,' zegt voorzitter Pieter Hetteema van Schoolmanagers VO. 'Als een ander beroep aantrekkelijker is, zullen ze daar sneller voor kiezen.'

Daarom moeten snel maatregelen worden genomen om het vak weer populairder te maken. Dat kan volgens de bonden onder meer door de salarissen van ervaren docenten te verhogen. AOb-bestuurder Martin Knoop: 'Met de startsalaries is weinig mis, maar daarna blijft een leraar jaren op ongeveer hetzelfde niveau hangen.'

Ook moeten leraren zich verder kunnen ontplooiën door bijscholing en cursussen en moeten ze minder regels opgelegd krijgen. Knoop: 'Het vak moet gewoon weer leuk worden. Een leraar moet zijn creativiteit kwijt kunnen.' Bovendien moet de werkomgeving een stuk beter. 'Op de meeste scholen wil je niet eens naar de wc, zo vies is het er.'

De AOb is woedend dat er de laatste jaren nauwelijks aandacht

voor het dreigende tekort is geweest. Knoop: 'We zagen het al vanaf 1985 aankomen, maar ministers hebben het steeds gebagateliseerd.' Barth (CNV): 'Er was in Den Haag vooral oog voor andere problemen als integratie en terrorisme.'

Op het Zernike College in Haren probeert rector Dirk Dijkstra oudere docenten langer aan zich te binden. Zo'n twintig procent van de docenten is 55 jaar of ouder. 'We proberen een aantal maatregelen te treffen om het aantrekkelijker te maken langer te blijven werken. Bijvoorbeeld door sommige taken te laten overnemen door leraren in opleiding.' Dat het vak met een groot imago probleem blijft kampen, werd in Haren onlangs weer pijnlijk duidelijk. Van de 160 havisten die afgelopen schooljaar voor het eindexamen slaagden, koos niet een voor de lerarenopleiding. 'Dat is een somber beeld. We slagen er niet in om de generatie die we zelf afleveren enthousiast te maken voor ons beroep.'



- 1.14 a** Orden de informatie die je over het onderwerp uit je werkplan tot nu toe hebt verzameld volgens een 'vaste vraagstructuur' of een ander logisch ordeningsprincipe dat bij dat onderwerp past.
- b** Beoordeel of deze ordening je voldoende overzicht geeft over alle kanten van je onderwerp.
- c** Stel jezelf de vragen: ontbreekt er informatie? en: is de informatie niet te eenzijdig?
- d** Vul eventueel ontbrekende informatie aan door nadere research. Vervolg in opdracht **1.15**.

1.15 Schrijf het tekstschema voor je achtergrondverhaal.

Opdracht bij paragraaf 1.7

- 1.16** Selecteer uit krant, tijdschrift of web een achtergrondverhaal met een duidelijke invalshoek. Geef aan welk effect die invalshoek heeft op hoe het verhaal overkomt.

