

IEDEREEN JOURNALIST

VOOR GEBRUIKERS VAN SOCIALE MEDIA,
JOURNALISTEN EN ASPIRANT-JOURNALISTEN

ROELAND
SCHWEITZER



WILLEM
WANSINK

Uitgever - Schworks, woord en beeld
Overstraat 5, 3958 BR Amerongen (0343 452844)

© 2016 Willem Wansink/Roeland Schweitzer

Vormgeving - Mechteld Ballintijn (Op de millimeter)

Fotografie - Hans Hordijk

Tekstredactie - Ellen Segeren

Distributie - De Vrije Uitgevers, Amersfoort

ISBN 978-90-818449-2-5

NUR code: 813

'Iedereen journalist' is ook verkrijgbaar als e-book

Reproductie, in welke vorm dan ook, is uitsluitend toegestaan na voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever, Schworks woord en beeld.

Met dank aan Nico Kussendrager, Katri Schweitzer en Michèle de Waard

De voor dit boek gebruikte bronnen kunt u vinden op www.speechen.nl/iedereenjournalistbronnen

Papier - Biotop

Fonts - Calluna & Meta

IEDEREEN JOURNALIST

VOOR GEBRUIKERS VAN SOCIALE MEDIA,
JOURNALISTEN EN ASPIRANT-JOURNALISTEN

INCLUSIEF ELF BASISVOORWAARDEN VOOR DE BONAFIDE JOURNALIST

ROELAND SCHWEITZER & WILLEM WANSINK

INHOUD

Inleiding - 3

#HOOFDSTUK1

Het mobieltje - 5

#HOOFDSTUK2

Krimpene oplagen, dalende kijkcijfers - 33

#HOOFDSTUK3

Is de journalistiek failliet? - 43

#HOOFDSTUK4

De Panama Papers - 65

Elf basisvoorwaarden voor de journalist - 85

De auteurs - 91



#IEDEREENJOURNALIST

INLEIDING

Iedereen die een smartphone heeft, stuurt informatie de wereld rond. Iedereen die dat doet, is in principe journalist. Beter gezegd: een amateur-journalist. Een aspirant, een kandidaat. Een ANWÄRTER, zegt de Duitser dan: iemand kan het worden, in ieder geval iemand die de middelen heeft.

Maar ook de auto-didact die journalistiek wil bedrijven, dient aan een aantal voorwaarden te voldoen. Neem de uitgangspunten afstandelijkheid, betrouwbaarheid en onafhankelijkheid. Noem dit het



iedereenJournalist @iedereenjournalist

Is iedereen die een smartphone heeft, ook journalist? #iedereen-journalist



basispakket journalistiek. De primaire verantwoordelijkheid van de journalist.

Helaas wordt er aan deze principes geknaagd, doordat de journalistiek sinds de jaren zeventig van de vorige eeuw zakelijker en minder vrij is geworden. Uitgevers, hoofdredacties en redacties zuchten onder almaar dalende inkomsten en teruglopende abonnee-aantallen.

Soms wil een journalist ook te graag scoren. Dan wordt een overtrokken verhaal niet goed gecheckt, te snel afgedrukt of uitge-

zonden. Hype-journalistiek waarmee de reputatie van de media wordt ondermijnd en de betrouwbaarheid wordt aangetast.

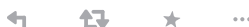
Burgers bepalen bovendien zelf wat zij belangrijk vinden. Daarvoor hebben ze toch de mobiele telefoon?

Amerongen, Den Haag, 1 september 2016



IedereenJournalist @iedereenjournalist

Afstandelijkheid, betrouwbaarheid en onafhankelijkheid: dat is het basispakket journalistiek. [#iedereenjournalist](#)





HET MOBIELTJE

Bijna iedereen heeft tegenwoordig een uniek apparaat op zak. Een sensationeel hulpmiddel. Een verlengstuk van het brein, een machtig instrument dat piept, trilt en verbindt. Het ontvangt, zendt, appt en googelt.

Dat apparaat is de mobiele 'TELEFOON.' Het mobieltje. Het zoekt, wekt, registreert en slaat op.

Heel toepasselijk noemen Amerikanen dit vernuftige toestel een SMARTPHONE. Want de HANDY, zoals de Duitsers zeggen, kan duizend keer meer dan alleen bellen. Bellen doet er steeds minder toe, zelfs via Skype dat niets kost. Iedereen is druk bezig apps te openen en te sluiten, met luisteren, lezen, bloggen en met liken. Ook waar het gevaarlijk en ongewenst is: op de fiets, in de

auto, tijdens een vergadering of een chic diner. Zelfs menige vrijpartij wordt verstoord door een piepje.

Foto's, filmpjes, tekst, beeld, geluid, muziek: de smartphone opent de sluizen naar de wereld. Binnen een paar seconden kun je een krant uit New Delhi of zelfs de **Anchorage Daily News** lezen. Archieven, bankrekeningen, dossiers bij allerlei instanties, digitale kaarten, medische gegevens: alle wenselijke en onwenselijke data worden be-

waard in cyberspace.

Met het mobieltje kan iedereen er 24 uur per dag bij. Voor de spelverslaafden is er Pokémon Go

van Nintendo, volgens **NRC Handelsblad** de grootste mobiele game ooit, waarbij de deelnemers op virtuele beestjes jagen. De zomerhit van 2016.

Tot zover de ontvanger. Nu de zender. Want iedereen is zijn eigen fotograaf geworden. Iedereen cameraman. Iedereen auteur, columnist, uitgever. Een boek schrijven en verspreiden? Geen enkel probleem. Zodra je maar genoeg elektronische volgers, dus digitale vrienden hebt.

Het private is allang publiek, elke puber stuurt selfies rond en ook volwassenen weten er raad mee. Want als narcisme, de obsessie voor de eigen persoonlijkheid, dé manier is om je digitaal te uiten, dan wordt alles zelf-expressie. Er bestaat immers vrijheid van meningsuiting.



IedereenJournalist @iedereenjournalist

Foto's, filmpjes, tekst, beeld, geluid, muziek: de smartphone opent de sluizen naar de wereld. [#iedereenjournalist](#)



Wereldwijd heeft de helft van alle volwassenen inmiddels een smartphone, in totaal zijn er meer dan 2 miljard stuks verkocht. Mobieltjes, pc's, laptops, tablets: al die praktische apparaten heten **DEVICES**. Dertig jaar geleden waren ze onbekend. Nu kan bijna niemand meer zonder. Elke minuut worden er meer dan 300 uur aan filmpjes toegevoegd aan YouTube. Facebook telt wereldwijd pakweg 2 miljard gebruikers, meer dan een kwart van de wereldbevolking. Er zijn zelfs meer aangesloten mobiele apparaten in omloop dan er mensen op aarde wonen.



IedereenJournalist @iedereenjournalist

Iedereen fotograaf. Iedereen cameraman. Iedereen verslaggever, auteur, columnist, uitgever. #iedereenjournalist



NEDERLAND

Van de Nederlanders logt 40 procent dagelijks in bij Facebook, de wereldomspannende datahandelaar. Nederland loopt sowieso voorop bij het gebruik van internet. Tenslotte zijn hier de meeste landdomeinnamen per hoofd van de bevolking vastgelegd. In 1986 werd de eerste .NL-domeinnaam geregistreerd. Tien jaar later waren het er 10.000, nu meer dan 3 miljoen.

Tallose Nederlanders loggen dus elke dag in, van 's ochtends vroeg tot 's avonds laat. Maar dit geldt niet voor de oudere inwoners. De helft van de Nederlandse 75-plussers, zo blijkt, heeft geen internetaansluiting.

Een half miljoen mensen: niet niks. Nog een paar cijfers. Van alle Nederlanders tussen de 12 en 80 jaar heeft 80 procent een smartphone; bij 75-plussers is dat slechts 13 procent. Een op de negen Nederlanders tussen de 16 en 65 jaar is bovendien laaggeletterd. Dat zijn 1,3 miljoen mensen. Inclusief 65-plussers gaat het al gauw om 2,5 miljoen digibeten, aldus de Algemene Rekenkamer in Den Haag.

Tel uit je winst. Zonder een attente dochter, zoon of buurman zijn deze ouderen nergens, want alle Nederlandse overheden communiceren in toenemende mate digitaal. Klakkeloos wordt ervan uitgegaan dat elke klant die contact heeft met een gemeente zijn DigiD en Burgerservicenummer paraat heeft. Is dat zo? Probeer eens voor een 88-jarige hoogopgeleide Nederlander een gehandicaptenpasje te regelen bij de gemeente. En ervaar zelf wat het verkeer op de digitale snelweg tweeweg brengt bij een oudere digibeet.

Intussen is de wereld onomstotelijk beland in het tijdperk van de smartphone-revolutie. Een expansieve en zichzelf versnellende omwenteling. *“Fahren, fahren, fahren auf der Autobahn,”* zong de Duitse Krautrockband Kraftwerk in 1974. Destijds was de auto hét symbool van absolute vrijheid. Het rijbewijs halen betekende de sprong naar volwassenheid. Uit het ouderlijk nest en met de raampjes open de onbegrensde toekomst tegemoet.

ULTIEME VRIJHEID

In het tweede decennium van de eenentwintigste eeuw biedt de mobiele telefoon de illusie van ultieme vrijheid: het voorrecht van voortdurende onafhankelijkheid. Paradoxaal genoeg is bijna iedereen tegelijkertijd verslaafd aan dat 'DING'. Die vrijheid is dus zeer beperkt. Voeg daar de keerzijde aan toe van de permanente bereikbaarheid en traceerbaarheid. Onthoud verder dat iedereen op elk moment kan worden gehackt. Zelfs oprichter Mark Zuckerberg van Facebook is dat overkomen.

Kennis is macht: dankzij Google, Yahoo en Wikipedia ligt de wereld wel degelijk aan je voeten. Een droom die uitkomt. Met zich snel ontwikkelende sociale media als Facebook, Pinterest, LinkedIn of Twitter kan iedereen jou volgen en je gepassioneerd meeslepen in elk willekeurig dispuut. Via Instagram houdt jij jouw eigen reputatie hoog. Je hoort erbij, je kunt vrienden laten zien wat de laatste trends in glamourland zijn, wie over de nieuwste game beschikt, of wie de grappigste selfie van de skivakantie heeft gemaakt. Met Snapchat kun je de boel weer een beetje afschotten.



IedereenJournalist @iedereenjournalist

De smartphone-revolutie biedt iedereen de illusie van ultieme vrijheid: het voorrecht van voortdurende onafhankelijkheid.

[#iedereenjournalist](#)



Iedereen zijn eigen cocon of bubbel. Je krijgt terug wat je zelf leuk vindt. Zonder probleem deel je via YouTube net dat ene grappige filmpje van een stel Italiaanse geiten die een bijna loodrechte damwand opklimmen. Door jou persoonlijk opgenomen en onmiddellijk wereldwijd verspreid middels het digitale projectiescherm. Via Spotify kun je je muzikale voorkeuren delen.

Of je gebruikt Periscope, de livestreamingdienst van Twitter om jouw eigen unieke volgers live een razend gewaagd experiment te laten meebeleven. De eigen bioscoop voor alle ego-documenten moet tenslotte niet alleen 'LEUK' zijn, maar vooral spannend. Hoe extremer hoe beter, lijkt de trend. Bovenop een trein je leven wagen is wel het minste. Treinsurfen: voor je het weet, haal je er het **NOS-Journaal** mee.

KEUZESTRESS

Multitasking klinkt uitdagend. De smartphone is immers alles tegelijk. Waar je ook bent, met dat mobiel-tje hoeft niemand bang te zijn te verdwalen in het oerwoud van de globalisering. Of juist wel? De keerzijde van de permanente beschikbaarheid is het aanhoudende informatiebombardement. Met als resultaat kennisstress en sociale ontwrichting – wie kent dat niet?

Iedere bezitter van een smartphone verkeert in een permanente livestream. De Duitsers noemen dit: “*Die Qual der Wahl.*” In zijn luchtige boek *Leven zonder smartphonestress* wijst Alexander Markowetz op de

psychosociale gevolgen van de zucht naar constante verbinding. Markowetz is hoogleraar informatica aan de Universiteit van Bonn. Hij introduceert het begrip HOMO DIGITALIS en waarschuwt voor de digitale burn-out. Concentratieverlies, aandachtsstoornis, uitstelgedrag, afnemende leesvaardigheid, verminderd inzicht. Het hoort er allemaal bij, constateert hij op basis van onderzoek.

Een dag zonder mobieltje is al een gewaarwording. Van zo'n verslaving is het moeilijk afkicken. Probeer het maar. En win zeeën van tijd.

En toch, de smartphone blijft een geweldige uitvinding: typemachine, camera, recorder, zender, ontvanger, razendsnelle berichtenservice – denk aan e-mail, WhatsApp, sms of Messenger. Bovendien is het een onvoorstelbaar goede zoekmachine. Overal en te allen tijde kan informatie worden verzameld die per direct wenselijk is. Daarmee kan iedereen zijn of haar eigen particuliere nieuwsstroom opwekken.

Zelfs de militaire coup poging in Turkije op 15 juli 2016, die via de sociale media razendsnel de wereld rondging, kon midden in de nacht worden bezworen doordat president Recep Tayyip Erdoğan vanaf zijn



IedereenJournalist @iedereenjournalist

De keerzijde van de permanente beschikbaarheid is het aanhoudende informatiebombarde-
ment. Resultaat: kennisstress.

[#iedereenjournalist](#)



vakantieadres zijn aanhangers opriep de straat op te gaan. Hij deed dat live bij **CNN Türk**, via een FaceTime-app en een door een studiopresentatrice omhooggehouden iPhone van Apple. Een legendarische toespraak, een historische coup en de eerste die mede dankzij social media – op afstand, dus digitaal – in de kiem werd gesmoord.

BELLINGCAT

Christiaan Triebert van het journalistieke onderzoekscollectief Bellingcat analyseerde de berichten in de WhatsApp-groep van de Turkse coupplagers. Hij koppelde hun hele conversatie (tijdlijn) aan andere informatiebronnen die over de coup beschikbaar waren, zoals foto's en filmpjes. Daarmee is een exacte analyse ontstaan over wat er wanneer precies is gebeurd. Triebert heeft er gedurende een paar dagen in een gehuurd appartement in Maleisië aan gewerkt waar hij voor onbepaalde tijd woont om zijn scriptie te schrijven. Desgevraagd wijst hij erop dat iedereen via Twitter snel op de hoogte is, maar dat het ontzettend belangrijk is *“om berichten te verifiëren (zoals met WhatsAppjes).”* Zo kan het dus ook: volhardende research anno 2016.



IedereenJournalist @iedereenjournalist

Twitter wint het op [#gevoel](#) en met [#trendingtopics](#) waarmee het publieke sentiment in [#real-time](#) wordt gemeten. [#iedereenjournalist](#) [#Twitter](#)



Is iedereen daarmee verslaggever, iedereen vanzelf journalist? Kan dat zomaar en geldt dat ook voor een dictator als Erdoğan die talloze journalisten naar de gevangenis heeft verbannen? Natuurlijk niet. Eén ding werd door de Turkse coup opnieuw duidelijk: qua snelheid legt de traditionele nieuws-



journalistiek het op tv af tegen Twitter. Zelfs een achtergrondprogramma als **Nieuwsuur** brengt niets meer dan wat de bezitter van een smartphone allang weet. Twitter wint het op gevoel en met TRENDING TOPICS waarmee het publieke sentiment in realtime wordt gemeten.

Maar wat betrouwbaarheid betreft verliest Twitter het van de serieuze journalistiek. Sociale media zijn spannende eerstelijns geruchtenmachines, ze lopen voorop met BREAKING NEWS, onthutsende videobeelden, tegenstrijdige, verwarrende brokjes informatie en sociale actie (*“Je suis Charlie”*). De serieuze journalistiek is trager – omdat er meer tijd nodig is voordat het evenwichtige verhaal staat. Maar dat biedt, vervolgens, vrijwel altijd meer verdieping, inzicht, samenhang en duiding. Dus een kader: wat is er werkelijk aan de hand en hoe moet dat worden gezien?

Iedereen verslaggever, daarover valt nog te praten. Wie ter plekke is en laat zien wat er op straat of in de lucht gebeurt, doet aan een vorm van verslaglegging. Niets op tegen. Maar niet iedereen met een smartphone is meteen journalist. Daarvoor moet die persoon aan een reeks voorwaarden voldoen. Het verschil is in essentie: je doet maar wat – of je weet wat je doet.

De aspirant-journalist, of burgerjournalist, bevindt zich in de frontlinie, waar soms ook de journalist of correspondent zich bevindt. Maar de echte journalist kan en doet meer: die beoefent een vak en pretendeert te weten wat hij of zij doet, waarom, voor welk publiek en in welke vorm. Die levert context en achtergronden. Bovendien houdt de journalist zich, in principe, verre van staatspropaganda en politieke manipulatie. Iemand als Erdoğan is dus geen journalist, al gebruikt hij een iPhone.

CENSUUR

Ja, er bestaat een nagenoeg ongecensureerde, gedemocratiseerde, individuele output. Die bevindt zich onder de knop 'ZEND'.

Iedereen die over een smartphone beschikt, kan in heel veel landen op sociale media in alle toonaarden ongecensureerd informatie verspreiden. Daardoor lijkt bijvoorbeeld Twitter soms een open riool. Enkele excessen worden inmiddels aangepakt. Denk aan openlijk racisme, oplichting, wraakporno en opruiing.

Censuur betekent dat de vrijheid van meningsuiting wordt beperkt en dat overheden vormen van toezicht uitoefenen

op allerlei uitingen in kranten, tijdschriften, op radio en tv. Er bestaat censuur vóór publicatie (deels zelfcensuur) en censuur ná publicatie.

Neem de Duitse komiek Jan Böhmermann. Die leest begin 2016 op tv een bewust beledigend gedicht voor over de Turkse president Erdogan, waarna hij vol wordt getroffen door de Turkse hoon. Censuur van buitenaf: Böhmermann wordt bedreigd en moet onderduiken.

Maar ook acteurs, cabaretiers, filmers en muzikanten als de meiden van de Russische relgroep Pussy Riot blijven niet verschoond van staatscensuur. Sterker: de lange arm van een land als China reikt op sociale media heel ver. Egypte, om over Saoedi Arabië te zwijgen, weet sociale media effectief te beknotten. Daardoor komen de vrijheid van meningsuiting en de betrouwbaarheid van informatie verder onder druk te staan.

Nederland kent formeel geen censuur.

VRIJHEID VAN MENINGSUITING

Als alles vloeibaar wordt, als iedereen constant over alles met willekeurig welke anderen kan praten, zenden en veroordelen, dan is het pandemonium niet meer te overzien. Dan dient zich een overkill aan informatie aan, een absolute informatie-overload. Het is niet meer te behappen.

Dus moeten er soms 'GRENZEN' worden gesteld. Ethische en praktische grenzen, wel te verstaan. Want regels horen erbij. Tenslotte is de vrijheid van meningsuiting geen vrijbrief om je ongeremd en luidkeels te bedienen

van de virtuele megafoon. Zo maakt WhatsApp digitaal overleg mogelijk met een geselecteerde groep vrienden, familie of een organisatie die je aanspreekt. Dat geldt ook voor Twitter.

Bovendien kunnen gebruikers hun activiteiten op Facebook en Twitter afsluiten voor personen die ze oninteressant vinden of willen mijden – maar weer niet voor commer-

cials. Wie echt niet wil worden lastiggevalen door allerlei ergerlijke boodschappen van vreemden kan, in

noodgevallen, vanzelfsprekend altijd 'DAT DING' uitzetten, al doen slechts weinig mensen dat. Achteraf kan de rechter bepalen wat al dan niet oirbaar was. Maar dat is pas achteraf. Dit is het kenmerk van een democratie.



IedereenJournalist @iedereenjournalist

De vrijheid van meningsuiting is geen vrijbrief om je ongeremd te bedienen van de virtuele megafoon. #iedereenjournalist



MANIPULEREN

Mensen en partijen doen zich graag beter voor dan ze zijn. Ze plaatsen informatie in een door hen gewenst gunstig kader (frame). Lees eens een handvol profielen op LinkedIn.

Het spel wordt complexer als er, ondersteund door een voorlichter of speciaal ingehuurde spindoctor, een fraaie dan wel gemene eigen draai aan het verhaal wordt gegeven (spin).

Tegenstanders zetten daar hun eigen beeld tegenover. Dat heet reframen.

Voorbeeld: marktwerking in de zorg. De voorstanders gebruiken dit begrip om de kosten te beteugelen en de burger wijs te maken dat hij keuzevrijheid had. Dat was het frame waar lobbyïsten en publicisten mee aan de gang zijn gegaan (de spin). Maar in de praktijk is er niet veel te kiezen, omdat er in de zorg geen echte markt bestaat.

Onder leiding van de SP roepen tegenstanders dat marktwerking de kosten voor de zorg heeft opgejaagd en de kleine man de klos is. Dit is de reframe. De tegenstanders willen terug naar het oude ziekenfondsmodel. Maar waar reageren zij op? Op een begrip, niet op de werkelijkheid. Want de zorg kent bijna geen markt.

Volgens het toonaangevende weekblad **The Economist** is de Gouden Eeuw van de vrije meningsuiting aangebroken. Tegelijkertijd wordt geconstateerd dat sociale media steeds vaker worden misbruikt voor zowel tomeloze populistische opwindning, beledigingen en intimidatie, als voor ongebreidelde censuur. Het vrije debat, de FREEDOM OF SPEECH, staat onder druk, dat vereist waakzaamheid, aldus het opinieblad voor de financiële en economische elite. In dit verband wijst **The Economist** erop dat sociale media steeds vaker worden benut om de eigen woede en



ledereenJournalist @ledereenjournalist

Op [#Twitter](#) is een onzinnige bewering geregeld populairder dan een afgewogen gedachte. [#iedereenjournalist](#)



ontevredenheid te etaleren en laatdunkend elke mening te verkondigen.

Dat klopt: voor miljoenen mensen blijkt de mobiele telefoon een ideale spreekbuis om andersdenkenden een standpunt op te dringen waar die niet op zitten te wachten. Op Twitter is een onzinnige bewering geregeld populairder dan een afgewogen gedachte. Argumenten leggen het er gauw af tegen feiten-vrije opwellingen uit de onderbuik. Zo



wordt debatteren een vilein wedstrijdje modder smijten in plaats van een slimme manier om – respectvol en belangstellend – van elkaar te willen leren. Diverse Bekende Nederlanders hebben het Twitternest inmiddels verlaten, ziek van de haatmails. De wal keert het schip.

DEMOCRATIE

Een stabiele democratie leeft van tegenspraak, dat is juist. Twitter en Facebook lijken daarentegen steeds meer op een marktplaats van meningen waarbij de eenzijdig gedefinieerde opbrengst uitsluitend wordt uitgedrukt in retweets en likes, want 'DISLIKES' bestaan niet, behalve op You Tube. Dit fenomeen is onderdeel van een groter populistisch geheel. Het is de wraak van

de boze burgers op de kosmopolitische elite, constateert columnist Ross Douthat van **The New York Times**.

DE GRONDWET

“Niemand heeft voorafgaand verlof nodig om door de drukpers gedachten of gevoelens te openbaren, behoudens ieders verantwoordelijkheid volgens de wet.”

Dit is het eerste lid van artikel 7 van de Nederlandse Grondwet. Toch gaat dit niet alleen over de drukpers. Daarom wordt er verderop verwezen naar andere media, lees alle media.

Er is wel een distributieprobleem. Als mensen een nee/nee-sticker op de brievenbus hebben geplakt, mogen er ongevraagd geen folders worden bezorgd. Hier staan de sociale media nog niet bij die ongevraagd de ene na de andere advertentie plaatsen. Reden om dit aan te passen. Of is dat het einde van de sociale media?

Artikel 7 van de Grondwet geeft verder aan dat het om een basisrecht gaat, zoals alle artikelen van de Grondwet basisrechten zijn die voor iedereen in Nederland gelden. Dat is belangrijk voor het rechtsgevoel van alle inwoners.

Uit een onderzoek van het ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties uit 2008 blijkt dat 94 procent van de mensen de Grondwet belangrijk vindt. Goed nieuws.

Maar, en dat is verontrustender, bijna niemand kent de Grondwet. Niemand beantwoordt de zes vragen goed die hierover in dat onderzoek worden gesteld. En 84 procent van de deelnemers erkent dat de kennis van de Grondwet beperkt is.

Dat is kwalijk voor de digitale journalist die iedereen zomaar opeens denkt te zijn.

De opkomst van sociale media heeft het dispuut op scherp gezet. Kiezers voelen zich in de steek gelaten door een 'ELITE' van zelfbenoemde wereldburgers.

Klagen over elke vorm van onrecht lijkt normaal te zijn geworden. Tegelijkertijd, ook dat mag worden opgemerkt,

roept menige gebeurtenis zoveel weerstand op dat zelfs de Nederlandse overheid onwelgevallige plannetjes na aanzwellende kritiek onmiddellijk schrap, zoals de bouw van fraaie villa's in het beschermde Zuid-Hollandse kustgebied bij Wassenaar.

Enerzijds gelden sociale media als een geslaagd voorbeeld van democratisering: iedereen die dat wil, kan zeggen wat hij wil. En zijn doel bereiken. Aan de andere kant worden sociale media beschouwd als een maatschappelijke splijtzwam. Dat komt doordat een deel van de voorheen

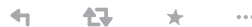
'ZWIJGENDE MEERDERHEID' de schreeuwendeminderheid is geworden. Geruststellend is dat slechts

één procent van de online-reaguurders zich luidruchtig in het digitale debat mengt, negen procent zich daarsoms mee bemoeit en 90 procent nog altijd alleen



IedereenJournalist @iedereenjournalist

De opkomst van sociale media heeft het dispuut op scherp gezet. #iedereenjournalist



IedereenJournalist @iedereenjournalist

Sociale media worden beschouwd als maatschappelijke splijtzwam. #iedereenjournalist



maar wil lezen. Aldus onderzoeksdirecteur Rasmus Kleis Nielsen van het Reuters Institute for the Study of Journalism in de **Süddeutsche Zeitung** van 30 augustus 2016.

Desondanks leveren de vrije artsenukeuze en het basisinkomen of ver-van-mijn-bed-thema's als het Oekraïne-referendum oeverloze 'DISCUSSIES' op tussen voor- en tegenstanders. Resultaat? Blikvernauwing, verdere polarisatie, krenking, verwarring en een groeiend onderling wantrouwen. Wil

iedereen dat klakkeloos accepteren? Zo ja, hoe? Zo nee, is het antwoord dan een 'BLOCK' of de particuliere



IedereenJournalist @iedereenjournalist

Eenmaal verbonden met internet, wordt het mobieltje een privékantoor. De lifeline naar de wereld. #iedereenjournalist



SOCIAL MEDIA DETOX, zoals dat in digitaal jargon heet? Een ander weerwoord op deze manier van 'COMMUNICEREN' heeft de samenleving nog niet gevonden. Daarmee blijft de verstrekking van serieuze informatie vooralsnog voorbehouden aan een kleine elitaire groep goed ingevoerde deskundigen.

Toch is de smartphone meer dan een speeltje of een bron van ergernis. Eenmaal verbonden met internet, wordt het mobieltje een privékantoor. De lifeline naar de wereld, of naar ieders naasten. Iedereen kan altijd en overal meedenken, meestemmen, zijn of haar mening geven en zich voor of tegen van alles en nog

wat uitspreken. Aan opvattingen geen gebrek in de westerse opiniocratieën. Omdat iedereen in principe prompt met ieder ander weet te communiceren, kan er zelfs worden beweerd dat de mobiele telefoon het ultieme democratische apparaat is. Of althans, dat zou het kunnen zijn. Mits de batterij niet is leeggelopen.

Het mobieltje versterkt dus de tegenstellingen, het trekt nieuwe grenzen op tussen hen die opgekropte ongenoegens kwijt willen en degenen die zich storen aan de digitale luidruchtigheid waarmee dit gebeurt. Tegelijkertijd blijkt hetzelfde wonderapparaat muren te kunnen slechten tussen jong en oud, rijk en arm, tussen sterke en zwakke mensen. Denk aan de miljoenen vluchtelingen die afgelopen jaren Europa binnenstroomden. Velen van hen hadden een smartphone om de juiste route te bepalen, om anderen via sms of een speciale app te informeren over de laatste grensblokkades en filmpjes op internet te plaatsen die van Washington tot Tokio de aandacht trokken.

De winnende World Press Photo uit 2013, bijvoorbeeld, was van John Stanmeyer. Hij fotografeerde vluchtelingen bij de kust van Djibouti die mobiele telefoons in de lucht staken om een signaal op te vangen vanuit Somalië. Uiteraard kan niet worden ontkend dat er op hetzelfde moment nieuwe vormen van segregatie ontstaan, doordat de mentale en fysieke distantiëring toeneemt in de landen waar veel migranten heen willen.

“Allen die zich in Nederland bevinden, worden in gelijke gevallen gelijk behandeld. Discriminatie wegens godsdienst, levensovertuiging, politieke gezindheid, ras, geslacht of op welke grond dan ook, is niet toegestaan.”

Dit staat in artikel 1 van de Grondwet. Natuurlijk is er meer over te zeggen, maar de tekst is in essentie duidelijk. In de volgende artikelen gaat het over Nederlanderschap, gelijke benoembaarheid, kiesrecht en petitierecht.

Artikel 6 behandelt de vrijheid van godsdienst. Artikel 8 en 9 gaan in op de vrijheid van vereniging en de vrijheid van betoging. Het risico op wanordelijkheden beperkt deze vrijheden wel weer.

Artikel 10 tot slot beschermt de privacy. Maar ook daar maken de Googles en Facebooks van deze wereld allang korte metten mee. Dat kan iedereen weten, want iedereen is er zelf bij als die dat ene vinkje bij de voorwaarden aanklikt, omdat je anders niet verder kunt.

Onze grondrechten beschermen ons dus beter dan de aangevinkte rechtsovereenkomst met Google of Facebook. Het recht op onaantastbaarheid van ieders lichaam blijft overigens van toepassing. Maar ook het briefgeheim (artikel 13) is digitaal verkwanseld.

VIRTUELE WERELDREIS

En toch begon het allemaal zoveel hoopvoller en vreedzamer. Rond 1995, in de periode dat internet de eerste vrij toegankelijke zoekmachines kreeg, gaf een van ons een cursus aan ouderen over de ongekende

mogelijkheden van internet. Op zijn verzoek noemden de cursisten de naam van een kunstenaar. Links en rechts sprokkelde hij op internet afbeeldingen van schilderijen of beelden van die kunstenaar bijeen. Hij stopte de plaatjes in een document en drukte ze af, uiteraard met bronvermelding. Een schilderij van Vincent van Gogh uit een museum in Australië, een uit Parijs, ander werk uit Vancouver, New York en Amsterdam. Door aan de prints toe te voegen waar de schilderijen daadwerkelijk hingen, begrepen de cursisten dat ze thuis, met internet, binnen een uur een grenzeloze virtuele wereldreis hadden gemaakt.

Met de mobiele telefoon op zak denkt iedereen het basisinstrumentarium van de journalist in handen te hebben. Dat is uniek. Maar daarmee is die persoon nog lang geen journalist. *“The Medium is the Message,”* mediafilosoof Marshall McLuhan zei het al bij de komst van televisie in de jaren zestig van de vorige eeuw. Voor de mobiele devices geldt dit nu net zo goed. Anno 2016 is de boodschap dat 2 miljard mensen in principe net als een journalist kunnen handelen. Daar kun je wel een vraag bij stellen. Want het kost nog altijd veel tijd en het is veel werk om goed te zoeken.



iedereenJournalist @iedereenjournalist

Met de mobiele telefoon op zak denkt iedereen het basisinstrumentarium van de journalist in handen te hebben.

[#iedereenjournalist](#)



Bovendien is het lastig als de juiste trefwoorden worden gemist. Nerds, hackers en gespecialiseerde onderzoeksjournalisten zijn daar goed in. Maar elke boze burger?

Omdat de huidige technologische informatierevolutie relatief nieuw is, valt de impact van een en ander nog niet goed te overzien. Wanneer iedereen alles over ieder ander kan beweren, is dat in elk geval branchevervaling. Het ondermijnt 'HET VAK,' het gaat ten koste van de betrouwbaarheid van informatie, luidt de kritiek. Disruptie, wordt er gezegd, dat verstoort de bestaande orde. Want wat doet al die desinformatie met iemand die opeens een SHITSTORM over zich heen krijgt met honderden haattweets vol ordinaire scheldkanonnades en doodsbedreigingen? Of dit tot volkomen andere reacties leidt dan wanneer een bestuurder valselijk wordt beschuldigd door een relbeluste krantenjournalist is een tweede.

Regelmatig mengen zich ook 'TROLLEN' in een discussie op twitter, al dan niet via allerlei SOCIAL BOTS. Zo'n 'CHATBOT' is software die is ontwikkeld om automatisch als een mens te communiceren. Het doel is een debat opzettelijk met valse informatie te verstoren. Volgens kenners is een vijfde van alle Twitter-accounts afkomstig uit trol-fabrieken waar betaalde medewerkers 24 uur per dag demagogische politieke propaganda bedrijven, meldt de **Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung**. Vaak bevinden die robotachtige digi-fabrieken zich

trouwens in Rusland. Ook datingsites waarmee je op zoek gaat naar een partner worden op deze manier gevuld.

IEDEREEN BEROEMD

Desondanks kan iedereen die iets te vertellen heeft op sociale media uit het niets een held worden. Een SOCIAL INFLUENCER. Iemand die ergens iets van afweet. Iemand met invloed, gezag en vertrouwen. Iemand met veel volgers, die zijn inhoudelijke UNIQUE SELLING POINT benut, in wie anderen zich herkennen, op wie ze reageren en met wie merken willen samenwerken. *“Iedereen op Instagram, iedereen beroemd,”* constateert **Het Parool** terecht. Neem ‘BEROEMDE’ jongeren die in een filmpje op YouTube een product uitpakken, waar vervolgens een miljoen andere jongeren naar kijken. Daarnaast krijgen BN’ers die niets te vertellen hebben vanzelf tienduizenden volgers, puur en alleen omdat ze beroemd zijn.

DE OMWENTELING

Disruptie, ontwrichting, is het buzzword waarmee de analoge wereld wordt ingeruild voor digitale verdienmodellen. De muziekwereld, de mediawereld, banken, de winkelstraat. Alles wordt geraakt en omgegooid.

Maar ontwrichtend? Auto’s ontwrichtend, wapens ontwrichtend? Waar blijft de eigen verantwoordelijkheid?

Rond 1450 vond Johannes Gutenberg uit Mainz de drukpers met loden letters uit. Zijn drukproces is 500 jaar gebruikt.

Zetterijen en drukpersen vereisten grote investeringen. Tegenwoordig is een smartphone zowel een miniaturdrukkerij als een bioscoop op zakformaat. Spotgoedkoop. Nieuwe techniek veegt de oude van het bord.

Clayton Christensen legt het goed uit in zijn boeken. Christensen is hoogleraar aan de Harvard Business School. Hij neemt waar dat gevestigde bedrijven steeds geavanceerdere en duurdere producten voor de top van de markt maken, omdat ze daar het meeste rendement zien. Dat deel van de markt is dus star.

Aan de onderkant van de markt daarentegen kunnen nieuwe spelers met nieuwe technieken opeens een nieuwe plek overerven. Neem Nokia dat de markt voor mobiele telefonie openbrak en zelf werd weggevaagd, omdat het te laat de slag naar de smartphones maakte. Of Airbnb dat de hotelbranche in de gevarenzone brengt.

Bij internet-ontwikkelingen geldt 'THE WINNER TAKES IT ALL'. Ga concurreren tegen Google, Microsoft of Facebook. Voor de oude media is het antwoord niet de digitalisering van het oude, maar iets nieuws. Daar zit het probleem. De makers van het oude kunnen het nieuwe onmogelijk vinden, omdat ze goed zijn en gespecialiseerd in denken vanuit het oude.

De nieuwe wereld is persoonlijk. Iedere journalist zijn eigen merk. Maar wel in een netwerk.

Voor de duidelijkheid. Er bestaat ONE-WAY-STREET communicatie. Dat betekent: alleen zenden. En TWO-WAY-STREET – zenden en ontvangen. Dus ook digitaal luisteren en reageren op wat anderen te melden hebben. De klassieke media, zoals kranten en televisie,

worden tegenwoordig 'OUDE MEDIA,' of mainstream-media genoemd. Zij communiceren voornamelijk in één richting, ook al kun je een ingezonden brief sturen of via een tweede scherm commentaar leveren. One way is de aard van het medium.

De circa 300.000 Nederlandstalige tweets over het **Eurovisiesongfestival 2016** gingen evenwel volledig buiten de zender om. Twitter was het podium, niet de AVROTROS. Ook dat is nieuw: de zender krijgt te maken met een significante stroom reacties en heeft daar geen controle over. Op deze manier ontstaan er nieuwe mengvormen van digitaal tweerichtingsverkeer, of zo je wilt, MORE CHANNEL COMMUNICATION. Directe communicatie: in een SPLIT SECOND beide kanten op. Snel reageren als toegevoegde waarde; tegelijkertijd ontvangen en zenden over hetzelfde onderwerp via verschillende kanalen. In feite lijkt elke activiteit op sociale media daarmee een vorm van journalistiek.

Vandaar: iedereen journalist. Want wie het instrumentarium heeft, kan elke vorm van actuele informatie met anderen delen. Toch blijft het de vraag of iedereen de potentie heeft om zelf als een massamedium te fungeren, zoals de Turkse president Erdoğan het deed. Niet



IedereenJournalist @iedereenjournalist

De smartphone is zowel miniatuurdruckerij als #bioscoop op zakformaat. Spotgoedkoop. Nieuwe techniek veegt oude van het bord. #iedereenjournalist



elk bericht van iedere willekeurige burger is relevant genoeg om wereldwijd te worden verspreid. Niet iedereen die over de digitale middelen van de journalist beschikt, is vanzelfsprekend een professionele publicist die een serieus vak beoefent. Waar deze professional precies aan moet voldoen, komt verderop aan bod.

GRATIS

Eerst even terug naar Marshall McLuhan en zijn klassieke uitspraak *“The medium is the message”*. Medium betekent bemiddelaar in informatie. Het echte nieuws van McLuhan was niet de inhoud van een tv-programma, maar de komst van het medium televisie. Internet is een veel groter mediumlandschap, van een geheel nieuwe dimensie. Het echte nieuwe van internet bestaat niet uit al die miljarden berichtjes op sociale media, maar uit het verschijnsel sociale media zelf. Die zijn zo groot geworden omdat ze ‘GRATIS’ zijn. De 2 miljard gebruikers van sociale media betalen niet voor het gebruik van de nieuwe sociale platforms. Alleen, gratis bestaat niet in deze wereld. Opslagcapaciteit kost geld, devices kosten geld, verbindingen kosten geld. En alles vereist elektriciteit, dus zoeken via bijvoorbeeld Google kost geld. Toch betaal je er niet voor.

Wie niets betaalt, moet accepteren dat er elk moment advertenties in beeld verschijnen. WhatsApp vormt een uitzondering. Het is reclamevrij en in Nederland iets groter dan Facebook. Bovendien is het een besloten

netwerk, in tegenstelling tot Facebook, Instagram, of LinkedIn. Wat is dan het verdienmodel? Een deel van de gebruikers betaalt 1 dollar of 1 euro per jaar. WhatsApp is trouwens eigendom van Facebook. Dus de data kunnen als advertentiefuik voor Facebook dienen. En de voorwaarden van levering kunnen zomaar worden gewijzigd. Dit is in augustus 2016 inderdaad gebeurd, tegen de belofte bij de overname van WhatsApp in.

Economen kennen vaak minder waarde toe aan een product dat gratis is. Daarmee is gratis informatie impliciet een bedreigende factor voor het criterium kwaliteit. Want diepgaand onderzochte achtergrondinformatie, zorgvuldig uitgewerkte artikelen: het kost tijd om die te maken. Als iedereen zich journalist waant, wordt dan de kwaliteit van de informatievoor-

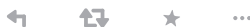
ziening bedreigd door de opkomst van sociale media? Een relevante vraag, want wie beheert de data, wie beslist wat er wel of niet door de beugel kan?

Persbureau Reuters ontdekte dat 62 procent van de deelnemers aan een representatief onderzoek niet wil betalen voor nieuws. Ja, betrouwbare artikelen van goede nieuwsleveranciers zijn erg belangrijk. Ja, daar wil ik meer van, maar nee, 62 procent heeft er geen



IedereenJournalist @iedereenjournalist

Persbureau #Reuters ontdekte dat 62 % van de deelnemers aan een representatief onderzoek niet wil betalen voor nieuws. #iedereenjournalist



cent voor over. Het is de zoveelste bijl aan de wortel van de traditionele journalistiek die via de geijkte kanalen wordt verspreid.

GLOBALE SUPERMACHTEN

Intussen ontpoppen Google, Facebook en Twitter, maar ook internetwinkel Amazon zich als machtige mediaorganisaties. Het zijn de nieuwe globale supermachten. Maar dan zonder een grondwet of een democratisch rechtsstelsel waarop consumenten, dus burgers, zich kunnen beroepen. Daarvoor waarschuwt de Britse historicus Timothy Garton Ash in zijn jongste boek *Free Speech. Ten Principles for a Connected World*.

Met behulp van allerlei ingewikkelde algoritmes tappen de übernationale virtuele platforms – onbetaald – de berichten van hun gebruikers af, waarna er trending topics van worden gemaakt. Aan die geselecteerde onderwerpen worden advertenties gekoppeld, een vorm van mediale sluikreclame die elke gebruiker beïnvloedt en het miljardenconcern Facebook veel geld oplevert. Over de illusie van vrije nieuwsgaring gesproken.

Let wel: als een staat, een bedrijf of een van de dominante internetgiganten alles weet wat je via internet doorgeeft, inclusief wat je vijf jaar geleden hebt verzonden, dan weten ze ook hoe jij denkt. Dan ben je minder vrij dan verondersteld. Wat stelt de vrijheid van meningsuiting dan nog voor?

Alle geheime diensten proberen met de datahandelaars te werken, goedschiks, betaald, dan wel kwaadschiks. En niet alleen om criminelen of potentiële terroristen op te sporen. Iedereen die sociale media gebruikt, heeft alle auteursrechten, het copyright op digitaal verspreide foto's en zijn of haar consumentenrechten weggegeven, zodra de voorwaarden van bijvoorbeeld Facebook zijn geaccepteerd. Of niet. Sterker: daar bestaat geen enkele democratische controle op.

Heb jij die voorwaarden ooit goed gelezen?



IedereenJournalist @iedereenjournalist

Iedereen die sociale media gebruikt, heeft alle auteursrechten en consumentenrechten om niet weggegeven.

[#iedereenjournalist](#)





KRIMPENDE OPLAGEN, DALENDE KIJKCIJFERS

Mensen kunnen slechts een beperkt aantal uren per dag achter hun devices bezig zijn. Je krijgt 'VIERKANTE' ogen, je moet andere dingen doen, de aandacht verslapt en niet iedereen wil perse als een nerd bekend staan. Dus de tijd op sociale media, al gamend, mailend en kijkend, gaat af van de consumptie van kostbare nieuwsmedia als kranten en journalistieke radio en tv.

In feite staan de klassieke media (kranten, tijdschriften, weekbladen en rtv) lijnrecht tegenover het disruptieve nieuwe mediageweld. En dat spel gaan ze verliezen. De oude mainstream-media worden vanzelf een zijstroompje, responsive media worden leidend. Ooit waren de gedrukte pers en rtv de centrale spelers in

de ontwikkeling van de gemeenschappelijke wereldbeschouwing en opinie. Tegenwoordig dalen de oplages en kijkcijfers almaar verder. En niet zo'n klein beetje ook. Gemiddeld gaat het over een krimp van 40 procent of meer sinds de hoogtijdagen, eind vorige eeuw.

Het weekblad **Vrij Nederland** had op zijn toppunt in 1978 een oplage van 120.000 exemplaren. Daar zijn er geen 20.000 meer

van over en bovendien is **VN** een maandblad geworden. **Elsevier**, de conservatief-liberale concurrent, beschikte in 2007 over een betaalde oplage van rond de 150.000 stuks. Eind 2015 is daarvan amper de helft over – nog altijd beduidend beter dan **VN**.

Bij de kranten is het beeld minstens even somber. De oplage van **De Telegraaf** is meer dan gehalveerd, van 900.000 gedrukte kranten in 2000 naar ruim 400.000 stuks. De oplages van **NRC** en de **Volkskrant** dalen ook maar relatief gezien iets minder snel. Het Amsterdamse **Parool** is gezakt van 80.000 exemplaren in 2000 naar 50.000 in 2016. Overigens wordt het bereik van deze bladen hoger ingeschat. Als vier mensen samen één krant lezen is de meelesfactor 4, en dat komt soms voor. Dan is het bereik vier keer zo groot als de oplage.



IedereenJournalist @iedereenjournalist

De oude mainstream-media worden vanzelf een zijstroompje, responsive media worden leidend. #iedereenjournalist



Wie in oude leggers van kranten neust, ziet dat in het begin van de twintigste eeuw een krant nauwelijks verhalen kent. Het is vooral een bonte verzameling korte, feitelijke berichtjes. *“De Bank of America brengt nieuwe staatsobligaties uit.”* *“In Rusland wordt een spoorweg aangelegd van Moskou naar Vladivostok”*.

Daarnaast bestonden er een paar geïllustreerde bladen. Verzuild, dat wil zeggen volgens geloof (katholiek, protestants) georganiseerd, of politiek van aard (liberaal, socialistisch, communistisch).

In de Tweede Wereldoorlog wordt de kiem gelegd van de onafhankelijke pers. Sommige kranten en tijdschriften die nu nog bestaan, zijn tijdens de bezetting begonnen. **Trouw**, **het Parool** en **Vrij Nederland** waren van oorsprong illegale verzetsbladen.

Ook communisten, socialisten en katholieken maakten verzetskranten. Deze publicaties werden met groot gevaar voor eigen leven gemaakt, gedrukt en verspreid. Het vereiste veel organisatie, geld, mensen en apparatuur om een krant te maken en in het hele land verspreid te krijgen.

Kranten werden toen nog in lood gezet (‘warm’) en gedrukt op flinke machines. Persen en papiervoorraden waren niet gemakkelijk te verbergen voor de Duitse bezetters. Er sneuvelden in totaal 777 mensen die bij deze verzetspers betrokken waren, waaronder meer dan de helft communisten.

Na de Tweede Wereldoorlog ontwikkelden de kranten zich snel. In 1973 werd 1,19 dagblad per huishouden gelezen. Dat is inderdaad meer dan één krant per huishouden en het was het hoogtepunt van de dagbladpers.

Uiteraard hebben alle kranten digitale versies. Tegenover tien vertrokken betalende abonnees staan dan vaak slechts vijf nieuwe digitale lezers die bovendien veel minder geld opleveren. Vooralsnog kunnen de print-media de neergang niet opvangen met online-uitgaven, weet **Het Financieele Dagblad**. Begrijpelijk dat de uitgevers van kranten, weekbladen en vakbladen naarstig op zoek zijn naar nieuwe commerciële exploitatievormen. Denk aan speciale uitgaven, boeken, congressen, exclusieve reizen en besloten bijeenkomsten voor geselecteerde groepen klanten.

Daarmee ligt de verdere vermenging van journalistiek, ontspanning en reclame op de loer. Drinkt u ook **NRC-wijn** en koopt u pretpark-tickets bij **De Telegraaf**? Uiteraard kan geen enkel medium overleven zonder aandacht voor grappige weetjes en sport, maar zodra verstrooiing en 'VERLEUKING' de hoofdmoot vormen van veronderstelde journalistieke activiteiten, is de balans zoek.

GESPONSORDE JOURNALISTIEK

Tegelijkertijd neemt de slim opgemaakte gesponsorde journalistiek een hoge vlucht. Minder oplettende lezers kan het verschil met een redactionele pagina makkelijk ontgaan, doordat veel 'COMMERCIELE BIJLAGEN' worden volgeschreven door pr-medewerkers en naar werk hunkerende freelance-journalisten. Deze bijlagen zijn geen onafhankelijke platforms, maar vergeleken

met de dagbladjournalistiek, waar de tarieven voor freelancers stevig zijn gedaald, betaalt zo'n commerciële klus tenminste goed.

Ook de kijkcijfers voor 'SERIEUZE' informatie op radio en tv dalen. Infotainment is wat de klok slaat. Neem het klassieke **NOS Journaal** om 8 uur 's avonds. Ooit was dit een Hoogmis waar het hele gezin naar keek. Tegenwoordig kijken er gemiddeld 2 miljoen mensen naar een gepopulariseerd **NOS Journaal** vol moord en doodslag of sport. In 1990 waren dat er 3,5 miljoen, maar toen bestonden er slechts drie publieke netten. Gevolg? De hoofdredactie kiest voor almaar meer menselijke verhalen en wil dat de 'MAN IN DE STRAAT' wordt opgezocht, opdat het 'VOLK' zijn stem kwijt kan.

KWALITEITSJOURNALISTIEK

Vanaf de Tweede Wereldoorlog wordt de journalistiek een serieus vak. In het kielzog van Amerikaanse en Britse bevrijdingstroepen trekken speciale soldaten als oorlogsverslaggever mee om zo onafhankelijk mogelijk bijvoorbeeld voor **The New York Times** te berichten over wat ze aantreffen op het Europese continent.

Daarmee wordt de kiem gelegd voor de onafhankelijke pers. Hiertoe horen de landelijke kranten **NRC Handelsblad**, **de Volkskrant** en **Trouw**. Deze bladen staan bekend als kwaliteitskranten, hoewel dat een vooringenomen begrip is, omdat iedere lezer een eigen opvatting heeft over wat werkelijk de beste journalistieke kwaliteit is. Bovendien valt er wel wat af te dingen op de selectie en het stijgende aanbod van verstrooiende artikelen.

Journalistiek signaleert, onderzoekt en informeert. Zo hoort het. Een journalist houdt de vinger aan de pols van de samenleving. En elke journalist wikt voordat hij tikt, al is dat lang niet altijd het geval, aangezien deadlines tot productie dwingen en iedereen op zijn eigen manier tot reflectie komt. Online-journalistiek houdt trouwens nooit op, daar bestaan geen 'DODE LIJNEN' meer.

Het aantal krantenabbonementen begon zo'n twintig jaar geleden fors te dalen, vooral in de steden. Oorzaak: een breder aanbod op tv door commerciële zenders als RTL en de komst van nieuwe regionale zenders. Lager opgeleiden kregen

bovendien minder geld te besteden, zodat zij prompt hun dure krant de deur uitdeden.

Kleinere oplagen, dalende kijkcijfers, voor de gevestigde media betekent dat minder inkomsten uit abonnementen. Maar ook minder geld uit advertenties die naar oplage en bereik worden betaald.

Er zijn uitzonderingen. Bladen als **LINDA**. en **Happinez** groeiden, **De Wereld Draait Door** is al tien jaar een kijkcijferkanon met Matthijs van Nieuwkerk, de razend-snelle, welbespraakte en goed betaalde presentator, als vast ankerpunt. Maar dit zijn geen nieuwsmedia in de klassieke zin. Infotainment en entertainment vormen



IedereenJournalist @iedereenjournalist

Publicist ben je, zodra je iets op #Twitter of #Facebook zet. Dus #journalist? Misschien wel. #iedereenjournalist



de hoofdmoot. Bovendien wegen ze niet op tegen de gigantische consumptie van 'GRATIS' sociale media.

Zelfs **Libelle** en **Margriet**, ooit pijlers onder de Nederlandse samenleving, het gezin en het huishouden, zijn niet meer wat ze zijn geweest. In 1970 had **Margriet** ruim 760.000 abonnees, anno 2015 werden nog 175.000 exemplaren verspreid. **Libelle** doet het beter, misschien dankzij de **Libelle** Zomerweek, al werd de oplage ook gehalveerd. De verwachte daling van het aantal leden bij de publieke omroepen valt mee: 3,8 miljoen was het, 3,5 miljoen is het. Blijkbaar willen veel mensen thuis nog altijd graag het vertrouwde programmablade ontvangen met een handzaam overzicht van het tv-aanbod.

Parallel aan de daling van het bereik van kranten, tijdschriften en tv-programma's daalt er nog veel meer. Het lidmaatschap van kerkgenootschappen, van politieke partijen en vakbonden bijvoorbeeld. Ruim 80 procent van de Nederlanders komt nooit of bijna nooit meer in de kerk. Dat blijkt uit het onderzoek *God in Nederland* uit 2016. Bijna een kwart van de ondervraagden noemt zichzelf atheïst.

Dat was in 2006 14 procent. Hoogleraar sociale psychologie Hans Boutellier ziet de ontkerkelijking als een van de meest



ledereenJournalist @ledereenjournalist

Liken & #retweeten op sociale media is een vrijblijvende vorm van verbinden vergeleken met #mantelzorg. #ledereenjournalist.



ingrijpende sociaal-culturele processen in de westerse samenleving.

En dan de politiek. In 1959 had de Katholieke Volks Partij 400.000 leden en de Partij van de Arbeid 150.000 leden. De VVD was met 30.000 een kleintje. Begin 2016 tellen alle politieke partijen samen 286.000 leden. De VVD is met ruim 28.000 leden behoorlijk stabiel gebleven, de PvdA en de Christelijke fusiepartij CDA hebben allebei rond de 50.000 betalende fans.

JOURNALISTEN ZIJN BETROKKEN

Wie een Facebook-account heeft, een Twitter-account, een blog, een videoblog (vlog), een website en uiteraard een mobiele telefoon is toegerust als journalist. Wie dat allemaal heeft, is dus in zekere zin journalist. Het pure feit dat je op internet publiceert, maakt je tot een publicist. Ben je hiermee ook een goede journalist?

Publicisten zijn er in duizend smaken. Alle non-fictievarianten zijn een vorm van journalistiek. Zelfs fictie, literatuur en poëzie komen ergens vandaan. Alles wat er via internet wordt gepubliceerd, is een vorm van verslaglegging van wat er in de samenleving speelt. De enorme toename van informatie maakt het voor klassieke, beroepsmatige journalisten moeilijk om zichtbaar te blijven, hoe waardevol hun kwaliteit ook is.

Intussen is het vak nog altijd niet zo goed beschermd als dat van jurist, dokter of ingenieur. Veel journalisten worden bovendien niet of nauwelijks betaald. Ze geloven in een ideaal. Ze zijn betrokken, ze keren zich tegen onrecht en willen de wereld verbeteren. Helaas worden ze soms ook cynisch.

INDIVIDUALISERING

Al deze ontwikkelingen zijn samen te vatten met het sleutelwoord individualisering. Toch is die individualisering relatief. Want nog steeds zijn acht op de tien Nederlanders van 15 jaar en ouder lid van een of meer verenigingen, inclusief sportclubs en natuur- en milieuorganisaties. Tweederde van hen is bovendien actief bij een club. Deze mensen verbinden zich ergens mee en willen iets voor anderen doen. Ook het fenomeen van liken en retweeten op internet is in essentie een vorm van verbinden, hoe vrijblijvend dat ook is vergeleken met het traditionele vrijwilligerswerk en mantelzorg.

De trend naar individualisering lijkt rechtstreeks gekoppeld te zijn aan de ontwikkeling van de welvaart. Meer welvaart leidt tot een grotere behoefte aan individuele en collectieve ruimte en tot een grotere actieradius voor verschillende activiteiten, aldus het Centraal Planbureau. Burgers worden mondiger, mondialer en mobieler. Burgers zijn bovendien hoger opgeleid. Inmiddels heeft een kwart van de bevolking een hbo- of een universitaire studie achter de rug.

Ook de 'GEWONE MAN' is aardig bijgepraat. Wel loopt de Randstad voor. Dat vergroot de voorsprong op de rest van Nederland, zoals onder meer kan worden geconcludeerd uit een studie van de demografen Jan Latten

en Marjolijn Das. Zij ontdekten bovendien dat plattelandsvrouwen die naar de Randstad trekken, daar veel meer verdienen dan de vrouwen die in een dorp blijven.

Individualisering is gekoppeld aan de toegenomen welvaart. Een kentering kan echter snel ontstaan, wanneer men zich in die welvaart bedreigd voelt. Dat is toenemend het geval. Economische crisis, terrorismedreiging, klimaatverandering, vluchtelingenproblematiek en inkomensongelijkheid vormen samen een giftig mengsel waardoor het sociaal vertrouwen afneemt, waaronder het vertrouwen in de rechtsstaat en het parlement. Een vlucht in nieuwe onderlinge verbanden is vervolgens snel gemaakt, denk aan de opkomst van de populistische partijen in Europa.



#HOOFDSTUK3 #IEDEREENJOURNALIST

IS DE JOURNALISTIEK FAILLIET?

De aanzet voor dit boek ligt in 2015. Een van ons gaf een presentatie voor managers, directeuren en bestuurders. Hoe ga je zinvol om met de pers? Hij legde beknopt uit hoe een journalist denkt, wat die wil en hoe iedereen zinvol met een journalist kan samenwerken.

Al snel ging het over meer. Wat is er in de afgelopen vijftig jaar met de journalistiek gebeurd? Wat is dat dan: journalistiek? Wat heb je eraan?



IedereenJournalist @iedereenjournalist

Kenmerken professionele [#journalist](#)? Talent, originaliteit, ambitie, [#kennis](#), inzicht, discipline, volharding, ervaring. [#iedereenjournalist](#)



Wat is 'VERANT-
WOORDE' journalis-
tiek, kun je ethische
of feitelijke criteria
hanteren en zo ja,
welke? Wie geen

slachtoffer wil worden van vooroordelen of een hetze,
dient zich optimaal voor te bereiden. En: zo word je de
regisseur van je eigen verhaal, een medevormgever die
zelfbewust, zonder bang te zijn, samenwerkt met de
interviewer.

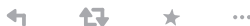
Iedereen journalist, het is een mooi idee. Daar is wel
iets voor nodig. Talent, originaliteit, ambitie, vaardig-
heden, kennis, inzicht, discipline, volharding, ervaring.
Niet slechts nieuwsgierigheid of sensatiezucht. Maar
diepgang, kwaliteit, distantie en communicatief vermo-
gen. En de kracht van de selectie. Een hele mond vol.



IedereenJournalist @iedereenjournalist

De #journalist informeert en
heeft een rol als waakhond.

#iedereenjournalist



NIEUWE VERDIENMODELLEN

De belangrijkste rol van de vrije pers is nieuws zo onafhanke-
lijk en betrouwbaar mogelijk te verslaan en maatschappelijke
ontwikkelingen te duiden. Doordat internet een totale revolutie
veroorzaakt, staat het verdienmodel achter de vrije pers op
losse schroeven. Van drones tot zelfrijdende auto's, van Face-
book tot het einde van het auteursrecht. Niemand weet wat er
nog komt.

Mensen vinden het moeilijk iets te bedenken of te aanvaarden
dat ze niet kennen. Voortbouwen op wat er al is, lijkt makke-
lijker. Auto's zagen er in het begin uit als postkoetsen. Domi-
nees verkondigden 'HEL EN VERDOEMENIS' bij de komst van de
stoomtrein.

Het nieuwe krijgt vaak vorm vanuit het oude. Dat geldt ook voor de meeste Nederlandse uitgevers. Toch is vernieuwing niet onmogelijk. Zie **De Correspondent** (“Een dagelijks medicijn tegen de waan van de dag”).

Wat is er verder ontstaan aan nieuwe ‘JOURNALISTIEKE’ kanalen? E-mail, persoonlijke internetsites, blogs, sociale media. Die lijken gratis, dat klinkt mooi. Maar alleen de zon komt voor niets op.

In alle nieuwe verdienmodellen die voor de journalistiek zijn ontwikkeld, is ‘content’ het kind van de rekening. De consument betaalt voor het medium. Niet voor de inhoud. Daarmee is **De Correspondent** vooralsnog het eerste volledig digitale achtergrondmedium van Nederland. De nieuwssites **nu.nl** of **Google Nieuws** zijn gewoon knip, plak- en jatwerk.

Voor een serieuze journalist horen begrippen als afstandelijkheid, onafhankelijkheid en betrouwbaarheid voorop te staan. Dat is althans de mening van Jan van Groesen. Hij is voormalig plaatsvervangend hoofdredacteur van persbureau ANP. Tegenwoordig is Van Groesen bestuursvoorzitter van de Stichting Media-ombudsman Nederland (MON) in Den Haag. Hij komt uit de buitenlandhoek en staat bekend als een pleitbezorger van hoge ethische standaarden in



IedereenJournalist @iedereenjournalist

Voor een serieuze [#journalist](#) horen afstandelijkheid, [#onafhankelijkheid](#) en [#betrouwbaarheid](#) voorop te staan. [#iedereenjournalist](#)



de journalistiek. Voor hem zijn historisch perspectief, context en duiding – de samenhang van ontwikkelingen – onontbeerlijk voor een journalist die gezag wil vergaren.

Bij de Mediaombudsman Nederland vindt de discussie plaats via het publiekelijk toegankelijke blog, maar ook in diepgravende betogen die via e-mail aan elkaar worden verstuurd. Nico Kussendrager, voormalig docent van de School

voor Journalistiek in Utrecht en medebestuurder van MON, gaat daarin een stap verder dan Van Groesen.

Kussendrager vat de voorwaarden om als journalist door het leven te gaan als volgt samen: *“Journalisten moeten informeren. En de journalistiek informeert niet alleen, maar controleert ook, heeft een rol als waakhond. Als er zaken fout gaan, ‘slaat de journalist aan’. Problemen bij de hogesnelheidstrein, misstanden in de rooms-katholieke kerk, torenhoge salarissen en bonussen komen aan het licht omdat wij journalisten erover publiceren.”*

Volgens Kussendrager, in een ver verleden buitenlandredacteur van **Trouw**, is ook ‘SOCIALISEREN’ een functie van de journalistiek. *“Als het goed is,”* stelt hij, *“staan journalisten midden in de samenleving, weten ze wat er*



IedereenJournalist @iedereenjournalist

Diepgang, kwaliteit en [#communicatief](#) vermogen. En de kracht van de selectie. Een [#journalist](#) heeft heel wat in huis.

[#iedereenjournalist](#)



speelt en wat mensen beweegt. Zodat ontwikkelingen als bijvoorbeeld de opkomst van LPF en PVV (en dus de sluimerende onvrede in delen van Nederland), de Arabische Lente en de daarop volgende Arabische Winter en een wereldwijde financiële crisis, niet als een donderslag bij heldere hemel komen.”



IedereenJournalist @iedereenjournalist

Socialiseren is een functie van de [#journalistiek](#), je voel-horens uitsteken, midden in de samenleving staan. [#iedereenjournalist](#)



DE STRAAT OP

Het klopt: een journalist hoort midden in de samenleving te staan. Daar bruist het leven en brandt het vuur van de verandering. Niet achter het bureau blijven zitten en de hele dag berichtjes tikken voor de krant of de website. Maar de straat opgaan. Want daar gebeurt het. Dit is een les die de hoofdredacties van de gevestigde media slechts bedenkelijk laat wilden trekken. Laat, dat wil zeggen: pas na de komeetachtige opkomst van Pim Fortuyn en diens dramatisch verlopen einde in 2002 kwamen de journalistieke beslissers erachter dat hun



IedereenJournalist @iedereenjournalist

Toegevoegde waarde – lees originaliteit en onderscheidend vermogen – horen bovenaan te staan. [#iedereenjournalist](#)



redacties geen idee hadden van wat er werkelijk in het land speelde. De onvrede onder honderdduizenden burgers, die door Fortuyn werd gesignaleerd, gekanaliseerd en gekapitaliseerd, was aan hen voorbij gegaan.

Veel journalisten woonden weliswaar in stedelijke volkswijken, maar met de onderstroom in de maatschappij hadden ze geen voeling. Daar was weinig nieuws te halen, bovendien zaten er amper abonnees. Indien een verslaggever al signaleerde dat zelfs

notabelen, 'NETTE BURGERS' als advocaten en notarissen, 'LUDIEK' maar vastberaden in verzet kwamen tegen een tramlijn door hun volkstuintjescomplex of de uitbreiding van een rangeerterrein in hun achtertuin, dan werd zo'n uitgediept trendverhaal met een parmantig gebaar door de hoofdredacteur als 'OPROEP TOT REVOLTE' naar de prullenmand verwezen.

Daar kwam de toenmalige politieke correctheid bij. Net als de politieke elite in Den Haag waren Nederlandse journalisten behept met sociaal-maatschappelijke taboes. Vooringenomen, ziende blind, horende doof. Oude witte mannen, tevreden hangend in een links cocon. Een journalistieke doodzonde die na 2002, even kwalijk, is gecompenseerd door een al te uitbundige aandacht voor de VOX POP.



IedereenJournalist @iedereenjournalist

De journalist die zijn werk serieus neemt speurt naar misstanden en bewaakt de grenzen van de #democratie. #iedereenjournalist



De journalisten die in dienst zijn van een krant, een weekblad of een rtv-zender, zijn niet de baas van het medium waarvoor ze werken. Het risico bestaat, dat de verpakking belangrijker wordt dan de inhoud. Einde verhaal, want slechts met een serieuze en betrouwbare inhoud die duidelijk iets toevoegt, maakt een journalist het verschil.

Toegevoegde waarde – lees originaliteit en onderscheidend vermogen – horen bovenaan te staan. Als alles op elkaar lijkt en inwisselbaar is, haakt de consument af.

Maar wie is dan de baas in de journalistiek? De ‘oude’ media (kranten, weekbladen, tijdschriften) zijn in handen van (inter) nationale bedrijven, beleggers, conglomeraten, oude families of nieuwe multimiljonairs.

Groootaandeelhouder Rupert Murdoch van het media-conglomerat News Corporation, bezit een reeks kranten en tv-zenders op drie continenten. Oprichter Jeff Bezos van internetwinkel Amazon.com bezit **The Washington Post**, de krant van de Watergate-onthullingen, die hij in 2013 voor 250 miljoen dollar kocht. HAL Investments is eigenaar van de FD Mediagroep (**Het Financieele Dagblad, BNR Nieuwsradio**).

Bij de mainstream-media wordt de inhoud overwegend geleverd door professionele journalisten. Zij hebben het vak geleerd, ze werken in een team, zij weten wat de effecten van communicatie zijn en ze krijgen kritisch commentaar te verduren van collegae, chefs en lezers.

Bij de nieuwe sociale media is dat anders. Daar wordt de meeste content geleverd door amateurs: miljoenen ‘GRATIS’ leveranciers, deskundig en betrouwbaar, of ondeskundig, fantast en bedrieger.

Opgewonden, vol emoties. Niet altijd consistent. Door de wol gevefde, ervaren, betrouwbare journalisten zijn hier in de minderheid.

Toch draait het in de journalistiek, en voor de consument, nog altijd om meer dan alleen het befaamde drieluik rellen, rampen, rotzooi. Of alleen om sport. De journalist die zijn werk serieus neemt, doet zo mogelijk ook aan tegels lichten. Die speurt naar misstanden en bewaakt de grenzen van de democratie. Dat leerden de studenten aan de Utrechtse journalistenopleiding in de jaren zeventig van de vorige eeuw al, waar de sportjournalisten-in-spe

werden verban-
nen naar een kaal
hok onder de trap.

En waar cultuur-
verslaggevers of

potentiële modejournalisten niet meetelden voor de belangrijkste opiniemakers die een overwegend marxistisch-leninistische dan wel een sociaaldemocratische voorkeur hadden.



IedereenJournalist @iedereenjournalist

Hoogmoed is de keerzijde van de journalist als waakhond.

[#iedereenjournalist](#)



WAAKHOND

Uiteraard valt er het een en ander af te dingen op de rol van de journalist als zelfbenoemde bewaker van de democratie. Want waarom moet elke topverslaggever die uitblinkt in fraai gestileerde sociale reportages

of onthullende persoonlijke interviews ook nog eens de macht bewaken en diepgravende analyses afscheiden?

Sietse van der Hoek, voormalig redacteur van de **Volkscrant**, ook hij is bestuurslid van MON, wijst op de keerzijde van de journalistieke be-

hoefte om de waakhond van de democratie te zijn: hoogmoed. Van der Hoek: *“Het getuigt niet alleen van hybride als journalistiek zich die functie wil toemeten maar, veel ernstiger, het ondermijnt ook de journalistieke onafhankelijkheid en daarmee haar betrouwbaarheid.”*

Hiermee keert Van der Hoek zich tegen de journalistiek als Vierde Macht in een democratische rechtsstaat, naast de wetgevende, de uitvoerende en de rechterlijke macht. Hij heeft een punt. Te veel bedillerigheid en bemoeizucht siert een journalist niet.

Maar hoe scherp, kritisch en onafhankelijk is die journalist dan nog? Is de oppasser soms een aanpasser geworden, een simplificator die zich uitsluitend wenst te voegen naar de nukken van het publiek?



ledereenJournalist @iedereenjournalist

Te veel bedillerigheid en bemoeizucht siert een [#journalist](#) niet. [#iedereenjournalist](#)



ledereenJournalist @iedereenjournalist

Zijn [#socialmedia](#) echt zoveel beter dan de 'neutrale' feitenmachines van de gevestigde [#journalistiek?](#) [#iedereenjournalist](#)



Iedereen journalist – het idee is aansprekend en het blijft een geweldig concept. Maar zijn de sociale media echt zoveel beter dan de ‘NEUTRALE’ feitenmachines van de gevestigde journalistiek? Welke rol speelt de amateur-journalist als jongeren objectief nieuws wantrouwen, omdat de mainstream-journalist ervan wordt verdacht relevante

gegevens achter te houden en misleidende informatie te verspreiden? Het YouTube-kanaal

Turk Rebel trok

tijdens de Democratische Conventie in juli 2016 meer kijkers dan de klassieke Amerikaanse tv-zenders.

In de digitale overtuigingsstrijd heeft het enerzijds-anderzijdsprincipe afgedaan en zijn aangescherpte meningen gevraagd. Waar emoties en hyperpersoonlijke interpretaties domineren, is nuance een hinderpaal. Want als de reactiesnelheid doorslaggevend is, doet het er minder toe of er eerst stapels documenten door de mentale zeef worden gehaald en gevalideerde data worden gereproduceerd, zoals de serieuze journalist betaamt. SLOW JOURNALISM VERSUS HIT AND RUN.

Gevolg: aanhoudende digitale ruis op de lijn. Hoe moet het dan? Waaraan dient iemand te voldoen die dat – onbeschermd – beroep van journalist daadwerkelijk uitoefent?



ledereenjournalist @iedereenjournalist

Waar emoties en hyperpersoonlijke interpretaties domineren, is nuance een hinderpaal.

#iedereenjournalist



De journalistiek wordt vaak gezien als de Vierde Macht in een democratische staat. Naast de wetgevende, uitvoerende en rechterlijke macht heeft de journalistiek een kritisch volgende en controlerende taak.

Maar zo is het niet begonnen. In de zeventiende eeuw, toen de eerste 'JOURNALISTIEKE' publicaties verschenen, ging het primair om informatie ten behoeve van de handel. Een vulkaanuitbarsting waardoor een haven onbereikbaar was, een grote aardbeving, een oorlog. Dat beïnvloedt de handel.

Daarnaast waren er vliegende tijdingen, libellen, vlugschriften en andere publicaties die verschenen na een veldslag of, bijvoorbeeld, voorafgaand aan de moord op de gebroeders De Witt in het rampjaar 1672. De gebroeders De Witt waren raadpensionaris Johan de Witt en zijn broer Cornelis, ruwaard van Putten.

Zij worden op 20 augustus van dat jaar voor de Haagse Gevangenschap, schuin tegenover het Binnenhof, door een menigte opgewonden burgers op straat gelyncht. Waarna hun lichamen uit elkaar worden gereten en de afgesneden geslachtsdelen worden opgekloven.

De brandstof voor deze politieke moorden is onvrede. Maar de drukpers, het medium, is de motor achter de rellen. Iedereen die dat wil en het kan betalen, spuit zijn mening in een haast onstuitbare reeks opruiende pamfletten. Vaak anonieme, korte dialogen waarin commentaar wordt gegeven op actuele gebeurtenissen en elke vorm van tirannie wordt gehekeld.

Ongeremd en ruig. Twitter avant la lettre.

Wij formuleren alvast enkele uitgangspunten. In het meest optimistische geval onderzoekt elke journalist alle ontvangen informatie onpartijdig, kritisch en respectvol maar met de nodige argwaan. Hij of zij beoordeelt de beschikbare gegevens serieus, naar eer en geweten, gebaseerd op zo betrouwbaar mogelijke bronnen. Een vaag gerucht, zelfs de lekkerste roddel volstaat niet, hoe sensationeel de informatie ook is en hoe hard internet er ook mee op de loop is gegaan. Hetzelfde geldt voor de insinuatie en de halve waarheid, de ergste verlokkingen in tijden van toenemende productiedruk en grensvervaging.

Dat klinkt allemaal prachtig: niemand gaat blindelings af op wat hij of zij hoort. Maar er zit iets hoogmoedigs bij. Alsof de ideale wereld binnen handbereik ligt, alsof iedereen kan meedoen, alsof iedereen snapt wat er gaande is, alsof iedereen weet wat er wordt bedoeld en alsof iedereen zelf de juiste afwegingen maakt. DREAM ON. Te hoog gegrepen. Zo ziet de praktijk er niet uit. Vooralsnog zijn al deze voorwaarden eerder fictie dan feit.



IedereenJournalist @iedereenjournalist

Tijd voor behoorlijke nieuwsgaring ontbreekt. Omdat [#Twitter](#) je vooruit snelt. [#iedereenjournalist](#)



IedereenJournalist @iedereenjournalist

In een grenzeloos onrustige wereld verdwijnen oude principes snel. Met alle gevolgen van dien. [#iedereenjournalist](#)



CONCURRENTIE

Wie ooit bij een krant, bij de tv of op de redactie van een weekblad heeft gewerkt, weet beter. De concurrentie is groot. De deadline knelt. Tijd om alles telkens uitgebreid te checken, ontbreekt. Twitter haalt je in, je hebt niets wezenlijks toe te voegen. Er is geen beeldmateriaal. Eigen nieuws kan zomaar onzin blijken te zijn. Wat doe je dan? Niet-gecheckt publiceren, omdat ook de concurrentie jouw bron kent? In een grenzeloos onrustige wereld verdwijnen oude principes snel. Met alle gevolgen van dien.

JOURNALISTIEK ALS BEROEP

Bijna 100 jaar geleden, in 1919, hield de Duitse econoom en socioloog Max Weber (1864-1920) in München een nog altijd actuele lezing over politiek als beroep. Weber stelt onder andere dat passie, ijver, gezond verstand, volharding en matiging tot de essentiële karaktereigenschappen van een politicus horen. Hij legt de nadruk op de moreel-ethische grondslag van politiek handelen. Grosso modo gelden voor journalisten dezelfde uitgangspunten.

Over journalisten is echter nog nooit zo'n internationaal befaamd betoog gepubliceerd. Dat komt deels, omdat het beroep van journalist anders in elkaar steekt. En omdat het vak een lage status heeft. Soms wordt een journalist wel politicus, zoals PvdA-premier Joop den Uyl (1919-1987) die eerder bij het weekblad **Vrij Nederland** werkte.

Andersom stapt een enkele politicus over naar de tv en wordt presentator en producent, zoals Femke Halsema, de voormalige

frontvrouw van GroenLinks. Haar partijgenoot Paul Rosenmöller deed al eerder hetzelfde.

In principe is de journalistiek een vak. Maar geen beschermd beroep. Iedereen mag zich journalist noemen. De journalistiek is bewust geen beschermd beroep, omdat er anders, zo wordt gevreesd, een nieuwe zichzelf beschermende elite ontstaat. Want als slechts een selecte groep mensen zich journalist mag noemen, dan kan de vrijheid van nieuwsgaring in gevaar komen. En daarmee de persvrijheid.

Maar wie is nou wel te vertrouwen en welke journalist niet? Misschien kun je in eerste instantie beter niemand geloven en telkens verder onderzoek doen. Check and double-check.

Daarom, voor de duidelijkheid, de voornaamste spelregels voor elke vorm van journalistiek die volgens ons verder gaat dan de aanzwellende geruchtenstroom of willekeurige verdachtmakingen.

In de eerste plaats gaat het om hoor- en wederhoor. Dit betekent dat je elke keer opnieuw moeite doet om met meerdere bronnen te praten voordat je iets publiceert. En dan: CHECK AND DOUBLE-CHECK. Eén bron is ten slotte geen bron.

Graaf dieper, haal de juiste feiten boven water. Maar laat, anderszijds, niet bij elk verhaal over



iedereenJournalist @iedereenjournalist

Een #journalist wil opvallen, scoren. Beroemd worden.

Daar heeft die veel voor over.

#iedereenjournalist



klimaatveranderingen verplicht ook de ontkenners aan het woord. Vervolgens: Denk zelf. ‘*Sapere aude,*’ durf te weten, zei de achttiende-eeuwse Duitse filosoof Immanuel Kant. En vergeet deze niet: “*houd vol.*” Dan blijf je onafhankelijk en verwerf je gezag. Of je daar rijk van wordt, is een tweede.

Niemand gaat dus ongecheckt aan de haal met de aantijgingen van één klagende klokkenluider die anoniem een blanco envelop vol eenzijdig gekleurde beweringen ter redactie laat bezorgen. Niemand publiceert een verhaal vol beschuldigingen zonder de persoon in kwestie weerwoord te gunnen. Niemand kleineert een ‘SLACHTOFFER’. Niemand trapt na. En iedereen onderbouwt zijn verhaal.

Iedereen probeert te doorgronden en te begrijpen welke informatie bijdraagt. Iedereen geeft die informatie daadwerkelijk door.

Iedereen werkt transparant, controleerbaar. Zonder via vele kleine nog net geloofwaardige stapjes een nieuwe werkelijkheid te willen scheppen.

Houd op. Was dat maar waar. Zo gaat het evenmin. Ook dit beeld is gefingeerd. Een journalist wil opvallen, naam maken, scoren, een scoop behalen, de opening



van het **Journal** halen, op de voorpagina van de krant staan. Beroemd worden. Daar heeft die veel voor over. Wie bij de leiding in de smaak valt, klimt snel omhoog.

Helaas zijn genoeg ambitieuze, jonge journalisten in die val getrapt door verhalen uit de duim te zuigen waarmee ze eervolle prijzen in de wacht wisten te slepen – totdat ze werden ontmaskerd. Want ook voor journalisten geldt: *“Al is de leugen nog zo snel, de waarheid achterhaalt haar wel.”* Inderdaad: de journalistiek is een veelzijdig vak.

Iedereen journalist. Het klinkt als het informatie-paradijs, de journalistieke en democratische hemel. De praktijk is weerbarstiger, zo blijkt. Maar vasthoudendheid blijft een aanbeveling.

CORRESPONDENTEN

Tot diep in de jaren zestig beschikken de kranten over een groot netwerk van vrijwel gratis correspondenten, bestaande uit schoolmeesters en schrijfvaardige zelfstandigen in dorpen en kleinere steden die in ruil voor een abonnement en vrije toegang tot lokale gebeurtenissen hun nieuwsberichten aan de buschauffeur meegeven.

Betaalde buitenlandse verslaggevers komen in Nederland pas in beeld zodra omroepen als de NOS en landelijke kranten in hun onderlinge concurrentie eigen mensen naar verre oorden sturen en soms samen vaste correspondentenposten openen. **Volkskrant**-correspondent Peter Brusse bijvoorbeeld, woont en werkt tot halverwege de jaren tachtig van de vorige eeuw ruim 20 jaar in Londen, waar vandaan hij eveneens voor de NOS bericht.

Sinds de komst van internet, rond de eeuwwisseling, staat de kostbare journalistiek onder druk. Redacties worden kleiner door aanhoudende bezuinigingen. Het belang van goedkopere en slecht verzekerde, dus kwetsbare freelance journalisten neemt toe. Gelukkig heeft de NOS nog altijd een aantal uitstekende correspondenten in dienst.

GENERATIEWISSELING

Wat nu? Beproefde waarden sneuvelen, ook in de journalistiek. Gaat het uitgangspunt “*All the News That’s Fit to Print*,” dat **The New York Times** hanteert, nog op? Of dat van Charles Prestwich Scott, decennia lang hoofdredacteur van de **Manchester Guardian** (nu **the Guardian**) wiens credo luidde: “*Comments are free, but facts are sacred*”?

Oude koek. Het naoorlogse wereldbeeld kantelt. De babyboomers maken plaats. Er voltrekt zich een onvermijdelijke generatie-wisseling. Ongezouten zienswijzen en gevoelens tellen meer dan de feiten. Wie maalt er nog om hoogdravende uitgangspunten? SO WHAT. Iedereen is toch journalist?

Ja, de journalistiek heeft het moeilijk. Ze verliest gezag, lezers, advertenties en inkomsten. Vrijwel overal



iedereenJournalist @iedereenjournalist

De #journalistiek heeft het moeilijk. Ze verliest gezag, lezers, advertenties, inkomsten. Overal regeert Koning Krimp. #iedereenjournalist



regeert Koning Krimp. Een enkeling speculeert zelfs over het faillissement van dat vak. Spindokters en voorlichters hebben numeriek het overwicht gekregen. Het tijdschrift **Binnenlands Bestuur** becijferde in 2010 dat er 150.000 voorlichters en aanverwanten rondlopen tegenover 15.000 journalisten. Tien keer zoveel mensen die de belangen van een of andere club behartigen dan er journo's zijn. In 2016 is deze verhouding vast niet verbeterd.

ONAFHANKELIJKHEID HELPT

Iedereen mag zich journalist noemen. Gevestigde beroeps-
genoten hebben daar soms moeite mee. Telkens duikt de ver-
leiding op om een journalistenregister aan te leggen; veel
landen kennen zo'n register. Maar wie laat je toe? Welke crite-
ria hanteer je? Mogen journalisten die kritisch schrijven, die
machthebbers beschuldigen van corruptie, machtsmisbruik of
nepotisme, deel uitmaken van de officieel erkende 'ELITE' van
journalisten? En vakgenoten die door een ministerie worden
ingehuurd, die de spreekbuis zijn van een miljonair of van een
duur horlogemerk? Branchevervaging heet dat dan.

Soms wordt gezegd dat een afgeronde opleiding tot journalist
een criterium is. Zo'n uitgangspunt is belangrijk, maar duizen-
den mensen uit allerlei beroepsgroepen zijn uitstekende jour-
nalisten, terwijl ze geen enkele journalistieke opleiding hebben
afgerond.

Voor een kritische pers is onafhankelijkheid cruciaal. Anders
is de journalist niet vrij om te schrijven wat hij of zij denkt dat
nodig is. Bewustwording van de eigen onafhankelijkheid dient
daarom de corebusiness te zijn van elke opleiding tot journalist.

Onafhankelijkheid in absolute zin bestaat overigens niet. Elke journalist moet ergens van leven en is altijd een kind van de eigen tijd en cultuur.

Maar is de journalistiek inderdaad bijna failliet? Deze brandende vraag wordt voortdurend en op allerlei plaatsen gesteld. In de **NRC** van 30 april 2016 schreven zowel columnist Bas Heijne als juridisch redacteur Folkert Jensma over de toenemende bedreiging van de journalistiek. De lezer van een krant, de consument, is een prooi geworden, beweert columnist Heijne. Een prooi aan wie spullen en meningen kunnen worden verkocht.

“Reclame zuigt zich als een vampier vast aan alles wat nog als autoriteit geldt,” stelt Heijne. Hiermee doelt hij op de toenemende vermenging van journalistiek en reclame. Het gezag, de autoriteit, wankelt op vele fronten, constateert hij terecht. Hij bedoelt: vrijwel niemand wordt meer op zijn woord geloofd.

Jensma, voormalig hoofdredacteur van de **NRC**, kijkt naar de internetgiganten zoals **Google News**: *“Auteursrecht blijkt te zwak om nieuwsuitgevers te beschermen tegen parasitaire verdienmodellen,”* schrijft hij. Ook al zo’n pittige uitspraak. Twee verschillende invalshoeken. En er zijn er meer. Al met al reden tot zorg.

Aan de andere kant is er gelukkig één ding waar Nederlanders zich weinig zorgen over hoeven te maken.

Nederland staat in de top als het gaat om de vrijheid van meningsuiting. De Scandinavische landen doen het slechts een fractie beter, Noord-Korea scoort het slechtst. Een megaspeler als China maakt het net zo bont en in circa tweederde van de wereld gaat de persvrijheid achteruit.

In 2016 werd een neergang van ruim 13 procent gemeten.

Persvrijheid en de hiermee verbonden vrijheid van meningsuiting zijn belangrijke verworvenheden. Een ander criterium is de mate waarin de pers bijdraagt aan een gezonde en stabiele democratische samenleving.



IedereenJournalist @iedereenjournalist

Onafhankelijkheid cruciaal voor kritische pers. Anders is journalist niet vrij te schrijven wat hij denkt dat nodig is. #iedereenjournalist



VRIJ BEROEP

Journalistiek is een vrij beroep. Iedereen mag zich journalist noemen. Dat geldt ook voor oplichters, fantasten en psychopaten. Zolang een groep serieuze journalisten eerdergenoemde uitgangspunten niet uit het oog verliest, is er geen man overboord. Maar vanzelfsprekend leidt dat over de hele linie niet tot betrouwbare en constructieve kwaliteit, zeker als je rekening houdt met de toenemende drang tot infotainment, hyperigheid en hetzerige berichtgeving.

Narcisme verkoopt – “*Ik communiceer, dus ik ben*”. De ijdelste columnist met de grootste mond en de scherpste pen poetst het eigen ego op en trekt de meeste aandacht – uitzonderingen daargelaten. Egomarketing, noemt psychiater Bram Bakker dit. Columns zijn bovendien goedkoop. Dat is dan vaak, snel en makkelijk scoren.

VRIJHEID VAN MENINGSUITING

Elk mens vindt vrijheid belangrijk. Vrijheid betekent in essentie dat je vrij bent van tirannie. Het gemis aan vrijheid in een dictatuur drukt zwaar. De enorme vrijheid in een democratie als de Nederlandse lijkt vanzelfsprekend. Hier is vrijheid een essentieel deel van de open samenleving. Een luxe.

Er wordt gezegd dat de vrijheid van de één ophoudt waar die van de ander begint. Dat klopt, want vrijheid mag nooit ten koste gaan van een ander: dan is er voor die ander minder vrijheid. Toch worden de vrijheid en de vrijheid van meningsuiting bijna overal ter wereld ingeperkt.

Wat wordt er dan precies bedoeld met vrijheid van meningsuiting? Mag iedereen altijd overal alles zeggen en beweren? Moet elke mening worden gedoogd in een Amsterdams praat-huis, tijdens een debat in de Tweede Kamer en digitaal op Twitter? Of zijn er grenzen aan de free speech?

Paul Teule, politiek econoom, filosoof en docent aan de Universiteit van Amsterdam, schreef er een boekje over: *Vrijheid voor gevorderden*. Volgens hem is een mening alles wat onder woorden kan worden gebracht: opvattingen, oordelen, gevoelens, wensen, enzovoorts. Een mening, schrijft hij, dient een minimum aan informatie te bevatten.

Daarmee zijn de grenzen van de vrijheid van meningsuiting ruim bepaald. Maar er zijn ook omgangsvormen en regels van fatsoen. Wie ongefundeerd van alles beweert en op sociale media rondbazuint, lapt algemeen geldende beschavingsregels aan zijn laars en heeft geen respect voor de menselijke waardigheid.

Er is een simpeler oplossing. Leg de verantwoordelijkheid bij jezelf. Durf te denken. En te kiezen. Vaar niet blind op impulsieve emoties. Betaal voor serieuze, betrouwbare en onafhankelijke journalistiek. In een krant, een weekblad, op tv, voor een digitaal blog of een diepgravend achtergrondartikel op een al dan niet gespecialiseerde website.

Blijf alert. Wees serieus geïnteresseerd. Durf dieper te graven. Ga op zoek naar de samenhang. Anders kan het met de serieuze meningsuiting en de vrije democratie weleens heel slecht aflopen.



#HOOFDSTUK4 #IEDEREENJOURNALIST

DE PANAMA PAPERS

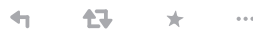
Succes vereist standvastigheid, onkreukbaarheid en veerkracht. Dat komt ook een journalist allemaal niet aanwaaien. Elke journalist die vooruit wil komen, moet net als de meeste andere mensen verdraaid hard werken voor de definitieve doorbraak plaatsvindt, de erkenning volgt en hij of zij aan de vergetelheid wordt ontrukkt.

Tegelijkertijd staan allerlei beproefde journalistieke principes onder druk, aangezien snel geschreven 'LEUKE' stukjes meer lezers trekken en blijere gezichten



IedereenJournalist @iedereenjournalist

Verdraaid hard werken tegenover snel geschreven, 'leuke' stukjes. #iedereenjournalist



oproepen dan goed gedocumenteerde beschouwingen. Betrouwbaarheid dreigt het af te leggen tegen slordig taalgebruik, eenzijdige beeldvorming, divertissement en bluf.

Ook het wantrouwen tegenover 'DE ELITE' neemt met de dag toe. Talloze burgers en populistische pseudo-journalisten hebben de indruk dat zij het zelf beter weter dan ieder ander, zeker dan de klassieke journalist die als een hielenlicker van de machthebbers wordt weggezet.

Politieke partijen, vakbonden, de rechterlijke macht, de kerk: zoals gezegd, op allerlei vlakken is het gezag tanende. Een deel van het 'VOLK' beschouwt gezagsdragers ronduit als

voetveeg. Top-down beleid ontmoet harde kritiek van onderaf (BOTTOM-UP). Verzet hangt in de lucht, niet alleen via de sociale media. Som-

mige burgers kiezen onbeschroomd voor hun gelijk en spelen voor eigen rechter. Na het stuntelige Oekraïne-referendum en de Britse voorkeur voor een Brexit neemt de roep om referenda toe.

Indirect wijst dit op het naderende bijna-faillissement van de representatieve democratie. Het parlementaire systeem bloedt, de middenpartijen zijn tanende, de versplintering neemt toe. Radicale geluiden, bewegingen



IedereenJournalist @iedereenjournalist

Succes vereist standvastigheid, onkreukbaarheid en veerkracht. Dat komt ook een [#journalist](#) allemaal niet aanwaaien.

[#iedereenjournalist](#)



en partijen krijgen meer aanhang. Luidt de naïeve willekeur van de democratie het einde in van de evenwichtige, stabiele en welvarende samenlevingen die sinds de Tweede

Wereldoorlog in het westen zijn opgebouwd? Komt het tot een openlijke revolte of, erger, tot een revolutie, met

alle gevolgen van dien? Wanneer slaat het neo-nationalistische sentiment om van verbaal intimiderend naar openlijk fysiek geweld? Zo ja, kan er iets aan worden gedaan?



IedereenJournalist @iedereenjournalist

Hoe kan de ontvanger tussen terabytes aan non-informatie de parels onderscheiden van de #bagger? #iedereenjournalist



TOTALE TRANSPARANTIE

Het nieuwe is moeilijk herkenbaar, ook op sociale media. Mensen vinden het lastig tijdig de invloed van ontwikkelingen in te zien en daaruit de consequenties te trekken. Wat betekent het dat enkele miljarden mensen massamedia gebruiken en doen alsof ze zelf journalist zijn?

Het probleem van de bedreigde diersoort journalist is oplosbaar door iedereen tot journalist te bombarderen. Iedereen is betrokken, iedereen draagt vrijelijk bij met verrijkende informatie. Het ideale democratische landschap. Zo is het dus niet.

Omdat iedereen die digitaal communiceert in principe over openbare podia beschikt en een wereldpubliek kan bereiken, gaan er terabytes aan slecht overwogen informatie de wereld in. IJdelheid, gemakzucht, jaloezie, cynisme en slordig denkwerk vullen onze devices. Voor de ontvanger is het een hele kunst

de parels te onderscheiden van de bagger. Temeer, omdat de meeste blogs geen hoofdredactie kennen, geen taalkundige eindredacteur of corrector.

Zowel de beschikbaarheid van informatie als de mogelijkheden om deze door te geven, zijn nog nooit zo groot geweest. Elke vorm van verondersteld nieuws kan meteen het web op. Dat moet winst opleveren. Met al die semi-journalisten erbij kan vermeend wangedrag direct wereldkundig worden gemaakt.

Diefstal, geweld, illegale activiteiten, achterkamertjespolitiek: verleden tijd. Alles wordt transparant. Nee, dit zal een illusie blijven, de gelovigen van het internet vergissen zich. Totale transparantie bestaat niet, evenmin als de ideale democratie. De achterkamertjes verplaatsen zich.

Hiervan valt te leren. Verhoog je eigen informatieniveau. Dan neemt je oordelend vermogen toe, net als je betrouwbaarheid en invloed.

CREATIEVE DESTRUCTIE

In onze ogen is er niets mis met verandering. Enige ontwrichting op zijn tijd is allerm minst verwerpe-lijk: een beetje uitdagen hoort erbij. Elke samenleving heeft vanzelfsprekend creativiteit, wendbaarheid en vernieuwing nodig; de status quo mag nooit tot verstar-ring leiden. Wat niet langer voldoet, dient successieve-lijk tegen het licht te worden gehouden en moet des-noods worden vervangen. Bovendien is een geleidelijke verbetering van de bestaande orde realistischer en goedkoper dan de afbraak van systemen en structuren die gedurende vele jaren zijn opgebouwd.

Vandaar dat wij ons kunnen vinden in het begrip 'CREATIEVE DESTRUCTIE,' waarmee de twintigste-eeuwse Oostenrijkse econoom Joseph Schumpeter (1883-1950) wereldberoemd werd. Creatieve destructie, aldus Schumpeter, is het principe van voortdurende vernieuwing waarbij nieuwe technieken oude, achterhaalde systemen overtuilig maken. Begrijpelijk:

aanpassing aan de veranderende werkelijkheid hoort bij het leven. Het past bij de overleving van de mensheid en het draagt bij aan de economische vooruitgang.

In de herfst van 1989, direct na de ineenstorting van het Oostblok, specifiek van de DDR, werd de theorie van Schumpeter van stal gehaald om te bewijzen dat de West-Duitse

kanselier Helmut Kohl gelijk had met zijn belofte dat er na de de-industrialisatie snel weer 'BLOEIENDE LANDSCHAPPEN' zouden ontstaan. Die

landschappen zijn er gekomen; daarvoor moesten de Duitse belastingbetalers jarenlang betalen.



IedereenJournalist @iedereenjournalist

Totale [#transparantie](#) bestaat niet, evenmin als de ideale [#democratie](#). De achterkamertjes verplaatsen zich. [#iedereenjournalist](#)



IedereenJournalist @iedereenjournalist

De wereldorde die sinds 1945 voor redelijk stabiele machtsverhoudingen heeft gezorgd, schudt op zijn grondvesten. [#iedereenjournalist](#)



Die solidariteitsheffing betalen die inmiddels is opgelopen tot meer dan 2.000 miljard euro.

Bijna 30 jaar later knaagt de rot aan de wortels van de

te snel uitgebreide Europese Unie. De wereldorde die sinds 1945 voor redelijk stabiele machtsverhoudingen heeft gezorgd, schudt op zijn grondvesten. De globale machtsbalans is verstoord, niet slechts op geopolitiek gebied. De economie rommelt, het toekomstperspectief is minder optimistisch dan verondersteld. De bomen groeien niet langer in de hemel.

Ook in het verwende Nederland is de arbeidsmarkt verstoord, terwijl de uitgaven voor sociale zekerheid in 2016 nog altijd een derde van de Rijksbegroting beslaan. Zonder onnodige schade te veroorzaken, wordt het lastig de welvaartsstaat overeind te

houden. Een nieuwe beeldenstorm is nog net niet in de maak. Toch kan dat zo gebeuren, omdat steeds meer ontevreden, vrijpostige burgers luidkeels staan te morren. Elke Beeldenstorm, denk aan die van 1566, heeft



ledereenJournalist @iedereenjournalist

Een nieuwe beeldenstorm is nog niet in de maak. Maar steeds meer ontevreden, vrijpostige burgers staan luidkeels te morren. #iedereenjournalist



ledereenJournalist @iedereenjournalist

Zodra je iets via sociale media verzendt, geef je informatie door. Je kunt verbanden leggen, deelt #kennis. #iedereenjournalist #socialmedia



repercussies die eeuwenlang doorwerken. Ook dat leert de geschiedenis.

OPLOSSING

Daarom is het hard nodig naar creatieve oplossingen te zoeken. Om met de deur in huis te vallen: de mogelijke oplossing ben jij. Jij, dat is iedereen die een smartphone of een laptop heeft. Jij bent een mogelijke oplossing, omdat je met je smartphone en je laptop in potentie een journalist bent.

WIE BEPAALT WAT RELEVANT IS?

Journalistiek is een containerbegrip. Op Twitter wordt een korte discussie gevoerd over de term. Het begint met: *“Journalistiek is het doorgeven van relevante informatie.”*

Maar welke informatie is relevant? Op deze vraag zijn duizend antwoorden mogelijk. Van veel gelezen, veel ‘GELIKED’, vaak gedeeld en verkocht tot: ‘INSPIREERT MENSEN.’ Een liberaal antwoord tegenover een antwoord waarin de zender de leiding neemt en zich verantwoordelijk voelt voor het effect van zijn bijdrage.

Na een paar stappen op Twitter staat er de volgende definitie: *“Journalistiek is het op een deskundige manier inzichtelijk maken van relevante informatie in een delicate balans tussen feiten en belangen.”*

Deze definitie oogt afstandelijk, ze lijkt op het vormgeven van een vragenformulier. Doorgeven is inmiddels veranderd in inzichtelijk maken van relevante informatie. Maar wie bepaalt wat relevant is? De journalist, de eigenaar van het medium of de lezer, de ontvanger, de koper?

Van Dale voegt er de factor 'REGELMATIG' aan toe. Journalistiek is het *“regelmatig verstrekken van inlichting en voorlichting omtrent het dagelijks gebeuren d.m.v. de pers.”* Grappig dat daar het woord voorlichting staat. Voorlichting gaat over sturing met een doel. Is alle journalistiek sturing met een doel?

Populair is de definitie: *“To comfort the afflicted and afflict the comfortable.”* Het helpen van de geteisterden en het lastig vallen van degenen die aan het pluche kleven. Deze omschrijving van de journalistiek komt uit 1902. Ze is bedoeld als satirische omschrijving van de pers. Pretentius, bovendien.

Zodra je iets via de sociale media verzendt, geef je informatie door. Je kunt verbanden leggen. Je deelt kennis. Je verspreidt iets wat anderen misschien nog niet weten. Daarmee beschik jij over het volledige instrumentarium van de journalist. Sterker: je hebt een veel betere en handiger gereedschapskist dan elke journalist uit de vorige eeuw. En die kist gebruik je al. Jij vergaart, je beoordeelt, je ordent, selecteert en verspreidt.

Maar, weet je dan ook hoe dat moet, wat daarvoor nodig is en aan welke voorwaarden je als echte journalist dient te voldoen?

KLOKKENLUIDER

In 2016 realiseerde de gevestigde journalistiek een indrukwekkend internationaal samenwerkingsproject rondom de Panama Papers. Er komen 11,5 miljoen documenten, e-mails, spreadsheets en andere bestanden vrij,

afkomstig van een financieel-juridisch adviesbureau in Panama: 2,6 terabyte aan informatie, vele malen meer dan Wikileaks. Een bron leverde de hele berg af bij de **Süddeutsche Zeitung** in München. Gevoelige informatie over belastingontwijking of -ontduiking door duizenden bedrijven, organisaties en personen.

Wie is de bron van de Panama Papers? Het gaat om een klokkenluider uit het kantoor dat de belastingconstructies organiseert, of om iemand die gebruik heeft gemaakt van een automatiseringslek bij het adviesbureau. Dat bureau gebruikte software die op

meerdere punten niet up-to-date was. De **Süddeutsche Zeitung** heeft deze bron grondig gecheckt, maar ze beschermt die bron ook. 400 journalisten in 82 landen hebben deze kluit aangepakt, met de **Süddeutsche** in de rol van regisseur.

Maandenlang werd de dataset doorgespit door het International Consortium of Investigative Journalists (ICIJ), een collectief van professionele onderzoeksjournalisten dat in 2013 is opgericht. Tijdens het onderzoek kwamen talloze namen tevoorschijn van mensen die al dan niet legaal hun miljoenen uit beeld van de fiscus probeerden te houden.



ledereenJournalist @ledereenjournalist

Geslaagde samenwerking
publicatie van [#Panamapapers](#)
maakt de taak van de [#journalistiek](#)
op wereldschaal
duidelijk. [#ledereenjournalist](#)



De premier van IJsland stapte op, bestuurders van de internationale voetbalbond FIFA bleken evenmin schoon, de Russische president Vladimir Poetin kwam erin voor, net als de vermaarde profvoetballer Lionel Messi en vele anderen. *“It has never been done before on this scale and it’s astonishing! It was the best cooperation ever,”* aldus Wolfgang Krach, hoofdredacteur van de **Süddeutsche Zeitung** en coördinator van het project.

De samenwerking rondom de publicatie van de Panama Papers is geweldig. Het maakt de taak van de journalistiek op wereldschaal duidelijk. Want noch de reguliere multinationals, noch de politici van deze wereld blijken te allen tijde in staat hun bedrijfsvoering integer te houden.

Het Watergate-schandaal in de Verenigde Staten is een duidelijk voor-

beeld. Het leidde ertoe dat de Amerikaanse president Richard Nixon in 1974 moest aftreden. De Republikein Nixon bleek rechtstreeks betrokken te zijn geweest bij inbraken in het partijkantoor van de Democratische partij. Daardoor beschikte hij over campagne-informatie waarmee hij zijn tegenstander kon verslaan.



IedereenJournalist @iedereenjournalist

Onafhankelijke #pers is nodig om de macht te controleren, zeker als die #macht ontspoor. #iedereenjournalist #media #politiek



Schrijven wat je denkt dat nodig is. Het is een zwaar criterium. Mag het ook zijn: schrijven wat je denkt dat de lezer leuk vindt, wat je zelf leuk vindt of wat het meeste geld oplevert?

Het is niet zo moeilijk om te schrijven wat het meeste oplevert. Hiervoor geldt het sleutelbegrip ‘NABIJHEID’. Ga midden tussen het geld zitten, meng je onder de rijksten der aarde en schrijf erover. Schrijf enthousiast en met respect over al die fantastische spullen van rijke mensen, huizen, transportmiddelen, horloges, sieraden, kleding. Rijkdom zal jou deel zijn. Want ook de rijken willen bevestigd worden.

Nabijheid is eveneens van belang voor de nieuwsaarde van informatie. Naast bijvoorbeeld schaal, impact of uniciteit. Als de buurman in Utrecht door een slang wordt gebeten, is dat interessant. Maar een slangenbeet in een Afrikaanse stad interesseert de Nederlander amper.

Het is een oude stelregel in de wereld van het nieuws: hoe dichterbij een boot met migranten kapseist, des te groter het bericht. Bommen in het nabije Brussel maken meer indruk dan bommen in het ver verwijdere en regelmatig onrustige Beiroet, hoe pijnlijk en gênant dat ook is.

Nabijheid geldt op persoonlijk vlak, met familie, burens, vrienden, collega’s. Nabijheid raakt ieders interesses. Voor iemand die intensief met voetbal bezig is, is informatie over voetbal meer waard dan voor een voetbalhater. Dat geldt ook voor jou als digitale journalist: voor deskundige voetbalverhalen zijn voetballiefhebbers nodig.

Nabijheid geldt uiteraard geografisch en demografisch, het geldt ook in de tijd. Actualiteit blijft altijd een criterium.

SJOEMELSOFTWARE

Het recente Volkswagen-schandaal met sjoemelsoftware bewijst eens te meer dat zelfs grote multinationals soms kiezen voor oplichterij. Dit schandaal is eveneens door journalisten onthuld. De Nederlandse geschiedenis kent de 'POLITIONELE ACTIES' in Indonesië, eind jaren veertig van de vorige eeuw. De term politionele actie is op zich al verhullend, het is een misleidend begrip voor oorlogsgeweld en massamoord op de naar onafhankelijkheid strevende Indonesische bevolking.

Framing avant la

lettre door de machthebbers van die tijd, onder leiding van de veelgeroemde PvdA-premier Willem Drees. Want politioneel wijst op politie en niet op oorlog. En nog steeds is niet precies duidelijk wie welke oorlogsmisdaden heeft begaan.

“Het eerste dat in een oorlog sneuvelt, is de waarheid.”

Het is een treurig en bekend gezegde. Nixon, de top van Volkswagen, Willem Drees: mensen gaan soms vals spelen om ten koste van alles hun doelen te halen, zo blijkt keer op keer. Verliezen is geen optie, het doel heiligt de middelen. Met als gevolg dat gestoorde en gekwetste ego's al te vaak medeplichtig zijn aan onderdrukking en oorlogen veroorzaken.



iedereenjournalist @iedereenjournalist

Serieuze #journalistiek vereist een sterk ontwikkeld verantwoordelijkheidsgevoel.

#iedereenjournalist



Er is moed voor nodig om hierover te schrijven. Want zodra grote ego's gefrustreerd raken, worden ze gevaarlijk en kunnen ze ongeremd om zich heen slaan. Hoed je dan als vertegenwoordiger van de media. Ieder jaar worden er zo'n 30 journalisten bewust vermoord; honderden journalisten zitten gevangen en worden gemarteld.

Er is dus een onafhankelijke pers nodig om de macht te controleren, zeker een macht die ontspoot. Maar is dat afdoende? Tenslotte gaat het moeizaam met die onafhankelijke pers. Niet alleen door de vermenging met commercie, maar ook doordat politieke regimes de persvrijheid onderdrukken, zoals in het Rusland van Poetin of het Turkije van Erdoğan.

Wie echt journalist wil spelen met zijn smartphone hoort dit soort zaken te weten. Want serieuze journalistiek vereist een sterk ontwikkeld verantwoordelijkheidsgevoel. Kennis over het reilen en zeilen van de journalistiek helpt dus. Wat is het, die journalistiek? Hoe werkt het? Waar komt het vandaan? Wat kun je ermee, maar ook: wat kun je er niet mee?

Daarom dit boek. Een boek voor alle aspirant-journalisten. Een boek voor iedereen, want tegenwoordig is iedereen journalist. In 2013 was er al een televisieprogramma met die titel. De conclusie van dat programma was dat de papieren krant verdwijnt; dat is een kwestie van tijd. Toch spelen de eigenaars van die kranten daar onvoldoende op in. Dat kunnen ze ook

nauwelijks, want de stap van papier naar digitaal leidt tot een totaal ander product.

DE SCHOOL VOOR DE JOURNALISTIEK

Tot 1966 kent Nederland geen journalistieke opleidingen. Dan begint in Utrecht de eerste hbo-opleiding, de School voor de Journalistiek, afgekort tot SvdJ. Een vervallen schoolgebouw, wat (oud-)journalisten als docent. De tijd van provo, de Vietnamoorlog, studentenopstanden, Rote Armee Fraktion, hippies en lossere wordende zeden.

Rond 1974 is het een kinderlijk laboratorium. De anarchie viert hoogtij nadat het bestuur is afgezet. Aan de Palmstraat in Utrecht leer je interviewen, oeverloos kletsen, een bandrecorder bedienen en nadenken over communicatie. Als je wilt, maak je er een krantje, een radio-uitzending of, heel primitief, een televisieprogramma.

Wij hebben deze opleiding in die periode gevolgd. Met een groep gelijkgezinden maakten we de schoolkrant, onder begeleiding van Dirk van der Spek, fotograaf en drukker. Experimenteel, creatief. Veel beeld, een enkel gedicht. Vormgeving, inhoud: alles moest anders en bleek ook anders te kunnen, hoewel niet altijd even leesbaar.

Een van onze mederedacteuren plaatste een weinig verhullend mannelijk geslachtsdeel op het omslag van de schoolkrant. Gelach en hoon was ons loon. Hoofdredacties en uitgevers van printmedia kregen de krant automatisch opgestuurd. Per kerende post kwamen diverse exemplaren van 'DAT VUNZIGE BLAADJE' terug.

Op de SvdJ stak je iets op over persvrijheid, de vrijheid van meningsuiting en kritische berichtgeving. En je leerde er

overleven. Wie daar tegen kon, zat op een van de beste leer- scholen voor de verwarde samenleving die inmiddels is ontstaan.

In 2016 zijn er zeven hbo-instellingen en vier universiteiten waar iemand tot journalist wordt opgeleid. Er komen er steeds meer bij: in 1966 werd het aantal journalisten in Nederland op 3.300 geschat, nu duikt het getal 18.000 op. Eenderde hiervan werkt als freelancer.

Kranten zijn begonnen met gratis digitale artikelen. Feitelijk is dat nog steeds een miskleun, want met gratis informatie kan het personeel niet worden betaald. En welke journalist wil er nou dat de adverteerders dag in dag uit de inhoud bepalen? Slechts één voor- beeld van dit soort georkestreerde infor- matievoorziening: Energiebedrijf Exxon spendeerde tiental- len miljoenen dollars aan advocaten, media en denktanks die de klimaatverandering ontkenden. Sommige collega's van kranten en weekbladen papegaaiden deze mis-infor- matie doodleuk na.

Iedereen die dat wil, kan online **nu.nl** lezen, misschien **de Correspondent**, de apps van kranten, de **NOS-app**, **Google Nieuws**, **The Post Online** en andere digitale nieuwsmedia. Maar voor hoelang?



Het nieuwe businessmodel waarmee deze media zich digitaal profileren, hapert. De inkomsten uit online-advertenties zijn een stuk lager dan de advertentietarieven op papier. Paywall, de digitale betaalmuur, is evenmin een oplossing. Het is geen bruikbaar alternatief voor het aloude abbonnementensysteem. Kort na het chaotisch verlopen Brexit-referendum haalde **The Financial Times** zijn paywall even weg, waarna er duizenden extra online abbonnementen werden verkocht. Zo kan het dus ook.

Vooralsnog willen weinig gebruikers de pakweg 350 euro per jaar betalen voor al die online-informatie, wat ongeveer evenveel is als het gemiddelde bedrag van een jaarabbonnement op een papieren krant. Maar als er echt groot nieuws is, wordt de overstap naar de betaalde papieren versie zonder enige schroom gemaakt.

BETROUWBAARHEID

Aan de krimp van de klassieke ('oude') media komt vooralsnog geen einde. Indertijd is de verkoop van koetsen ingestort door de komst van de auto. Door de auto ging de mens zich niet minder verplaatsen, integendeel. Maar door de instorting van de serieuze journalistiek staat de onafhankelijke berichtgeving en de brede duiding van nieuwsfeiten wél onder druk.

Nieuwe wegen worden slechts langzaam zichtbaar. Een ervan is, mogelijk, het concept 'IEDEREEN JOURNALIST'. Een fascinerende optie. Maar hoe betrouwbaar zijn al die would-be-journalisten? "Kijk, mijn heerlijke appeltaart plus foto." Ja, dat is een vorm van verslaggeving. Dikke kans dat het betrouwbare informatie is. Anders meldt zich vast een volger met snerend commentaar.

De meeste onbetrouwbare informatie komt per definitie uit landen die geen vrije pers kennen. En er zijn slechts 30 landen in de wereld waar de persvrijheid voldoende of goed is. De politiek gekleurde desinformatie van dictatoriale regimes is dus a priori niet in de haak. Goed om te weten. Ook de informatie van een willekeurige politieke partij is vaak slechts een deel van het verhaal ten behoeve van het eigen standpunt. Dat dient te worden getoetst en verdisconteerd.

Om stappen te maken, is een vooruitziende blik nodig. Dat vereist draagvlak. Instemming ontstaat door het kritische debat dat in een vrij land kan worden gevoerd. Dat debat hoort duidelijk en verifieerbaar te zijn, waarbij mensen bereid zijn hun eigen standpunt los te laten in ruil voor een betere koers. Anders wordt het oeverloos geklets en komt noodzakelijk handelen in het geding. Of erger, het debat escaleert tot een ordinaire oorlog.

Dit vraagt een hoge kwaliteit van het debat, bescheiden, respectvol en, vooruit, zelfs liefdevol.

KWALITEIT

Dat is de crux: de uitgever die consequent blijft investeren in kwaliteit, trekt uiteindelijk aan het langste eind. Die schept zijn eigen vraag, ook naar papier. De trend gaat in een andere richting, aangezien de journalistieke industrie heel wat minder geld over heeft voor het kostbare journalistieke handwerk dan in voorgaande jaren.

Wij weten dat nieuwsgierigheid loont. Net als onafhankelijkheid. Maar welke jonge journalisten mogen nog op kosten van hun baas, in vaste dienst en volledig

verzekerd, maand in maand uit reportages maken uit alle windstreken? Met het onvermijdelijke gevolg dat de diversiteit afneemt, de eigen stem verstomt, de originaliteit verdwijnt en de kwaliteit daalt.

Tenzij het lichtende voorbeeld van **The Financial Times** wordt gevolgd – op cruciale momenten

de paywall opheffen – of er echt andere, nieuwe wegen worden gevonden. Zoals het gecondenseerd openstellen van archieven, waardoor de consument in één klap een goed dossier te pakken heeft.

Ter illustratie: in 1980 had het **Utrechts Nieuwsblad** een eigen buitenlandredactie van vier redacteuren die zelf grote verhalen schreven en reportages maakten. Een paar jaar later werd de buitenlandredactie samengevoegd met de redactie binnenland. Sterker: de krant bestaat niet meer en is roemloos opgegaan in het **AD**. Ook het weekblad **Elsevier** telde ooit vier reizende vol-tijds buitenlandredacteuren, nu één plus een gepensioneerde senior die af en toe de burelen versterkt.



ledereenjournalist @ledereenjournalist

De [#uitgever](#) die consequent blijft investeren in [#kwaliteit](#), trekt uiteindelijk aan het langste eind. [#ledereenjournalist](#)



KAPITAALVERNIETIGING

Nog een staaltje kapitaalvernietiging: tot halverwege 1989 beschikte de NOS-tv zelfs over een eigen buitenlandprogramma, **Panoramiek**. Internationale

gezagsdragers kwamen er moeiteloos en exclusief aan het woord. Vlak voor de val van de Berlijnse Muur werd deze rubriek opgeheven, onder meer omdat het geld nodig was voor een derde tv-zender en de uitzendrechten van de Eredivisie (voetbal).

Een voorbeeld hoe het wél kan is Eliot Higgins met zijn onderzoekscollectief Bellingcat 'BY AND FOR CITIZEN INVESTIGATIVE JOURNALISTS'. Met enkele verwante geesten onderzocht Higgins via internet de aanslag, in de zomer van 2015, op de MH17 boven Oost-Oekraïne. Zijn spoorwerk leverde veel op over de herkomst van de Buk-raket, de plaats van de lancering en de bemanning. Maar zijn werk wordt ook in twijfel getrokken.

Onmiddellijk duikt een belangrijke journalistieke en wetenschappelijke vraag op. Is alles wat Bellingcat publiceert reproduceerbaar, dus controleerbaar? Check, check, double-check. Ingewikkeld, want belastend materiaal wordt uiteraard zo snel mogelijk verwijderd door degene die daardoor wordt bedreigd. En er is zeker sprake van een informatie-oorlog tussen Rusland en Oekraïne.

Wat is dan de vorm van journalistiek waar wij op inzetten?

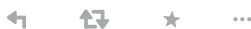
Ten eerste, journalistiek is een vak, een beroep dat zich onderscheidt van andere vormen van communicatie, zoals voorlichting en reclame. Dit onderscheid zit hem in de verificatie van informatie en de verantwoording hierover. Ten tweede, de journalistiek heeft

een maatschappelijke rol met bijbehorende verantwoordelijkheid. Ten derde, de journalistiek kent uiteenlopende functies en genres: van beschrijven en informeren tot analyseren en anticiperen, waarbij er een veelvoud aan vertelvormen bestaat om die informatie te verspreiden. Tenslotte. Print, radio, televisie of digitaal: het podium, oftewel het platform waar al die informatie wordt gepubliceerd, doet er steeds minder toe.



IedereenJournalist @iedereenjournalist

Journalistiek is een vak. Het onderscheidt zich door verificatie van informatie en verantwoording. #iedereenjournalist



Nee, niet iedereen is journalist, erkent Nico Kussen-dragers, de oud-docent van de School voor Journalistiek. En niet alle informatie is relevant, laat staan dat het journalistieke informatie is. Dat de traditionele journalistiek lang niet altijd aan de hier geformuleerde uitgangspunten en normen voldoet, is zonder meer waar. Des te meer reden om die principes te benadrukken.

Daarom zetten wij hier ook in op jou, de lezer. De nieuwe journalist die zelf de diepte ingaat. Die nadenkt en weet wat hij of zij wil. Die verder kijkt dan de eigen neus lang is, die bronnen respecteert en geen eenzijdige beschuldigingen de wereld instuurt.

Iemand die durft en doet. En die Bellingcat verslaat. Jij dus.



ELF BASIS- VOORWAARDEN VOOR DE JOURNALIST

Hoor en wederhoor (I)

Wie ergens van wordt beschuldigd, heeft het recht dat er naar hem of haar wordt geluisterd, voordat er wordt gepubliceerd. Hoor en wederhoor betekent dat zowel de ene partij als de tegenpartij worden gehoord. Gemakzucht is fnuikend. Toeter dus geen eenzijdig geconstrueerd verhaal rond. Maar onderzoek het zorgvuldig van alle kanten. Elk bericht, elke reportage heeft meerdere aspecten. Die komen bij voorkeur allemaal aan bod. De wereld en het leven zijn niet eenduidig, ook bij een scheiding zijn er altijd twee verhalen. Meerdere invalshoeken leiden tot genuanceerde berichten en

vertrouwen in de afzender. Wie bij herhaling voor één mening kiest, laadt de verdachtmaking op zich informatie te manipuleren.

Check and double-check (2)

Eén bron is geen bron. Wees dus niet te gauw overtuigd van het eigen gelijk. Durf te twijfelen. Blijf vragen en graven tot je de juiste gegevens hebt. Verifieer de echtheid van uiteenlopende beweringen. Eén verkeerd citaat, één ongecheckt feit en je hele verhaal wordt ongeloofwaardig. Als dit vaak gebeurt, tast het jouw reputatie aan. Dan keert de ontvanger zich van je af. Sta boven de stof, maak je verhaal pas rond als je de indruk hebt in een spreekwoordelijke helikopter te zitten. Vergelijk feiten en bronnen tot je publiceert.

Kijk om je heen (3)

Een journalist hoort midden in de samenleving te staan. Daar gebeurt het, daar wordt geleefd en vinden de veranderingen plaats. Blijf niet achter het bureau berichtjes tikken voor de website. Ga de straat op. Kijk en vergelijk zelf. Vergeet niet om veel en gericht te lezen. Daar word je wijzer van. Voor je het weet, ben je een specialist.

Luister (4)

Luisteren is alles. Het is het fundament van goede journalistiek, hier gaat het om. Een serieuze journalist kan allereerst goed luisteren. Jij kunt dat ook. Anders kun je het leren. Laat de geïnterviewde uitspreken. Maak de pauze tot bondgenoot, want dan gaat iemand praten. Wie goed luistert, hoort waar het over gaat. Die ontdekt wat een specifiek publiek nodig heeft. Wie relevante informatie verspreidt, levert een kostbare bijdrage die verder reikt dan het eigen territorium en de eigen voorkeuren.

Temper je emoties (5)

Gedrevenheid is een pre, betrokkenheid ook. Maar houd je gevoelens in toom. Laat je niet op sleeptouw nemen door één bron die je sympathiek vindt of door een onderwerp dat je in vuur en vlam zet. Neem op tijd afstand. Sociale media zijn vluchtig. Ze bieden een uitlaatklep voor onbeheerste emoties. Er wordt snel gescholden en geïntimideerd. Een serieuze journalist drijft niet alleen op gevoelens. Die benut zijn verstand en speurt naar context en perspectief.

Scheid feiten van fictie (6)

Wie zich écht journalist wil noemen, doet gedegen onderzoek. Die vraagt door, blijft spitten en scheidt feiten van fictie. Wat staat vast, wat is speculatief? Een betrouwbare journalist schuwt de persoonlijke noot niet, maar streeft ernaar het verhaal met argumenten te onderbouwen. Klaag niet over te veel uren.

Respecteer je bronnen, je lezers en je onderwerp (7)

Als je het over iemand hebt, doe dat dan zorgvuldig. Vanuit de simpele regel: wat gij niet wilt dat u geschiedt, doe dat ook een ander niet. Dit is een christelijk uitgangspunt, zeker, maar de oude Grieken hanteerden het ook al. De zeventiende-eeuwse moraalfilosoof Kant, die uitging van de menselijke rede, borduurde erop voort met zijn befaamde “*categorische imperatief*” Gedrag moet te verantwoorden zijn; in Kants ogen is liegen daarom immoreel. Een fraai uitgangspunt.

Maak het verhaal herkenbaar (8)

Kom met voorbeelden, illustraties, ervaringen en herkenbare verhalen uit de praktijk. Mijd abstracties. Wees zo concreet mogelijk. De consument moet het voor zich zien, anders gaat hij of zij fantaseren. Dik in. Schrijf duidelijk en eenvoudig. Praat op je vlog alsof je tegen je moeder of een favoriete persoon spreekt, maar verdraai nooit de waarheid. Zo neemt je krediet toe.

Wees dapper, oprecht, open en transparant (9)

Het motto van **The Financial Times** is “*without fear and without favour.*” Onbevreesd en onafhankelijk. Zo hoort het: wees niet bang. Laat zien waarop jouw verhaal is gebaseerd. Hoe kom jij aan jouw informatie? Duik niet weg achter anonieme informanten die er belang bij hebben dat jij iemand zwart maakt. Bescherm wel je bronnen. Trek tijd uit voor informele achtergrondgesprekken: off the record. Dan bouw je een waardevol netwerk op. Dat kan lastig zijn als je iets spannends te horen krijgt dat je niet citeerbaar aan de bron kunt toeschrijven. Schrijf je die informatie desondanks traceerbaar op, dan gaan er voor je het weet tientallen deuren voor je dicht. Dat is de wet van de vertrouwelijkheid.

Wie, wat, waar, wanneer, waarom, hoe en waartoe (10)

Dit zijn de basisvragen van de journalistiek. Een klassieker. Sterker, een evergreen. Wie digitaal zendt en bijvoorbeeld een blog heeft, dient zich er rekenschap van te geven dat deze vragen altijd moeten worden beantwoord. Wees dus nieuwsgierig en alert, maar houd je aan deze uitgangspunten. Vraag stug en doordacht door. Wil je de grotere verbanden begrijpen, verbeter dan je kennis. Lees, lees, lees. Zoek en vind het neusje van de zalm, het motief en het perspectief.

Kennis delen (II)

Een ervaren journalist beschikt niet alleen over een groot netwerk om zijn informatie te verkrijgen en te toetsen. Hij deelt ook zijn kennis. Journalistiek is doorgeven. Geef het stokje dus door aan jongere collega's. Dan wordt het een estafette. Het vak en de wereld zijn gebaat bij uitwisseling, overdacht en collegiale interactie. Ook met die twee miljard andere smartphone-gebruikers.

DE AUTEURS

Roeland Schweitzer

Trainer Roeland Schweitzer is schrijver en kunstenaar. Hij schreef en tekende *Nooit meer Verlegen* en publiceerde de geschiedenis van neon in Nederland. Schweitzer ontwikkelde het cursusboek *Presenteren is een feest*, hij maakte de dichtbundel *Steen op hout* en publiceerde de roman *Onderwatermuziek*. Na de School voor de journalistiek en een paar jaar kunstacademie werkte hij voor en in het bedrijfsleven en bij de rijksoverheid. In 2003 werd hij trainer.

www.speechen.nl @speechen

Willem Wansink

Zelfstandig mediacoach Willem Wansink is journalist en historicus. Hij schrijft historische essays voor **Hollands Maandblad**. Hij publiceerde *De burger de baas*, *De verborgen elite*, *In de geest van Lohman*, *Zoek het dichtbij*, *Alles is anders in de zorg* en *Zo is de zorg*. Wansink was verslaggever bij kranten, weekbladen en de NOS-tv (**Panoramiek**). Hij leidde de buitenlandredactie van **Elsevier**, was er politiek redacteur en correspondent in Bonn en Berlijn.

www.willemwansink.nl @willemwansink

IEDEREEN JOURNALIST

Iedereen speelt tegenwoordig ‘journalist’: het mobieltje is camera, toetsenbord, zoekmachine en archief in één. Daarover gaat *Iedereen journalist*.

De informatie die via sociale media zoals Twitter en Facebook op de burger afkomt, is ongecheckt en vaak vooringenomen.

Verdwijnt daardoor de klassieke journalistiek? Nee, die is harder nodig dan ooit. Want journalistiek is een vak.

Betrouwbare journalisten selecteren en plaatsen informatie in een context. Zij hebben spelregels en passen hoor- en wederhoor toe. Zo hoort het.



Roeland Schweitzer en Willem Wansink kennen elkaar van de School voor de Journalistiek in Utrecht. Samen geven zij mediatrainingen aan bestuurders, politici en andere burgers. *“Voor een levendige democratie zijn onafhankelijke informatie en toelichting onmisbaar”.*

Inclusief elf basisvoorwaarden voor de bonafide journalist.