



CONSTRUCTIEVE JOURNALISTIEK: EEN 'EERLIJKE' BLIK OP DE WERELD

Ervaringen met constructieve journalistiek in de
praktijk

Lize Hoffmanns
S1912623
11 februari 2019
Dhr. Koetsenruijter
Dhr. Van Hout

Samenvatting

Omroep West heeft onlangs onder 3000 van hun nieuwsconsumenten een survey verspreid om de waardering voor hun nieuwsvoorzieningen te meten (Ruigrok & Gagestein, 2017). Nu wil de omroep graag weten of het toevoegen van een constructieve journalistieke werkwijze, of elementen daarvan, effect heeft in termen van toegenomen waardering en/of betrokkenheid.

Constructieve journalistiek, zoals geformuleerd door Cathrine Gyldensted (2015) gaat over een nieuwe benadering van nieuws, op basis van positieve psychologie. Het zoeken van meerdere invalshoeken, mogelijkheden en perspectieven voor een verhaal staat centraal, net als een oplossings- en toekomstgerichte visie, waardoor het publiek de kans krijgt een positiever beeld van de wereld te vormen.

Uiteindelijk geeft deze scriptie antwoord op de volgende onderzoeksvraag:

Wat zien journalisten als de meest wenselijke manier om constructieve journalistiek toe te passen in de praktijk en waarom is dit volgens hen nodig?

Om antwoord te kunnen geven op deze onderzoeksvraag zijn negen interviews afgenomen bij journalisten die ervaring hebben met constructieve journalistiek. De journalisten in kwestie zijn werkzaam bij De Correspondent, Brandpunt+, NOS, NOS op 3, Trouw en NRC.

Met deelvragen en een topiclijst als leidraad werden de half gestructureerde interviews afgenomen, waarbij ook zogenaamde 'best practice'-artikelen van journalisten gebruikt werden. De artikelen hielpen antwoord te geven op vragen over ervaringen met constructieve journalistiek in de praktijk.

Met behulp van een literatuurstudie, waar gekeken is naar theorie over positieve psychologie (Seligman, 2011) reflexieve sociologie (Bourdieu, 1980) en nieuwswaarden (Galtung & Ruge, 1965; Harcup & O'Neill, 2017), zijn de antwoorden van de negen geïnterviewde journalisten gecodeerd en geanalyseerd.

Uit de geanalyseerde interviews blijkt dat er veel onduidelijkheid heerst over wat constructieve journalistiek überhaupt inhoudt. Het is volgens de geïnterviewde journalisten in ieder geval géén positieve journalistiek. Men moet constructieve journalistiek überhaupt niet te zien als een op zichzelf staande discipline of methode. Het is een 'aanvulling' of 'toevoeging'. Constructieve journalistiek is een 'invalshoek' vanuit waar de journalisten kunnen werken.

De geïnterviewde journalisten geven aan dat die invalshoek verschillende vormen kan hebben om een nieuwsproduct constructief te maken. Ze bieden in hun producties graag handvatten, oplossingen, perspectief en hoop aan. Ze hopen zo het publiek een groter inzicht in situaties te geven en perspectief, als middel tegen heersende gevoelens van bijvoorbeeld machteloosheid.

Volgens de geïnterviewde journalisten hebben journalisten die constructieve journalistiek bedrijven een aantal hoofdtaken, die veelal overeenkomen met vijf elementen die volgens Cathrine Gyldensted van belang zijn voor een constructieve journalist: een open blik hebben, kritisch blijven, het 'totaalplaatje' beschrijven, en handvatten bieden voor de toekomst. Bovendien moeten journalisten elkaar altijd vragen blijven stellen: is wat we doen in balans? Is er een oplossing?

Bij het bedrijven van constructieve journalistiek mag een journalist een activistische rol aannemen zolang hij of zij maar transparant is over de methode van werken.

Naast transparantie zijn ook de nieuwswaarden 'completer beeld', 'meer inzicht' en 'meer impact', 'probleem-oplossingsstructuur', 'structurele ontwikkelingen', 'relevantie' en 'herkenbaarheid' belangrijk voor het bepalen van de constructieve

nieuwswaardigheid van een item. Als een nieuwsitem deze waarden niet van zichzelf bevat, kan de journalist ervoor kiezen die zelf toe te voegen door bijvoorbeeld extra (constructieve) vragen te stellen.

Constructieve journalistiek is volgens de geïnterviewde journalisten bij uitstek geschikt voor regionale omroepen omdat zij zo publiek aan zichzelf en aan hun omgeving kunnen binden. Dat komt uiteindelijk kijk-, lees- en luistercijfers ten goede.

De vraag is nu of het uiteindelijke belang van journalisten bij het gebruiken van constructieve journalistiek ligt bij positieve economische getallen of bij de positieve, maatschappelijke invloed die constructieve journalistiek kan hebben. De conclusie zou kunnen zijn dat een commerciële omroep vooral aan constructieve journalistiek doet voor de toenemende kijkcijfers, maar een medium horend bij de publieke omroep heeft zich aan maatschappelijke taken te houden en voert constructieve journalistiek binnen die maatschappelijke taken uit.

Duidelijk is in ieder geval dat de constructieve journalistiek nog voorlichting behoeft om verdere (onterechte) vooroordelen en labels te voorkomen.

Inhoudsopgave

Samenvatting	1
Inleiding	5
1. Theoretisch kader	7
1.1. <i>Constructieve journalistiek</i>	7
1.1.1. Vijf constructieve elementen volgens Catherine Gyldensted	8
1.1.2. Positieve psychologie en explanatory styles	9
1.2. <i>Wat maakt nieuws?</i>	11
1.2.1. Nieuwswaardigheid	11
1.2.2. Nieuwswaarden	11
1.3. <i>Bourdieu's veldentheorie</i>	14
1.3.1. Het journalistieke veld	14
1.3.2. Het journalistieke doxa	15
1.3.3. Boundary work	15
1.4. <i>Subjectivisme versus activisme: de taken van een journalist</i>	17
1.5. <i>Samenvattend</i>	18
2. Onderzoeksmethoden	19
2.1. <i>Data</i>	19
2.1.1. Interviews	20
2.1.2. Best practice-artikelen	21
2.2. <i>Coderingsproces</i>	22
3. Analyse	24
3.1 <i>Sociologie</i>	24
3.1.1. Boundary work	24
3.1.2. Bourdieu's veldentheorie	28
3.1.3. Nieuwswaardigheid en nieuwswaarden	32
3.2 <i>Positieve psychologie</i>	35
3.2.1. Invalshoeken	35
3.2.2. Explanatory styles	35
3.3 <i>Journalistiek belang</i>	37
3.3.1. Economisch	37
3.3.2. Maatschappelijk	38
4 Conclusie	39
5 Discussie	42
6 Literatuurlijst	43
7 Bijlagen	46
7.1 <i>Interviews</i>	46
7.1.1. Brandpunt+, Liesbeth Staats en Jelle Broekroelofs	46
7.1.2. De Correspondent, Sanne Blauw	51
7.1.3. Trouw, Martijn Roessingh en Maaïke van Houten	54
7.1.4. NOS, Marcel Gelauff	61
7.1.5. NOS op 3, Melvin Captein	63
7.1.6. NOS op 3, Nick Felix	68
7.1.7. NRC, Stijn Bronzwaer	72
7.2 <i>Gecodeerde interviews</i>	76
7.2.1. Brandpunt+	76
7.2.2. De Correspondent	81
7.2.3. Trouw	85
7.2.4. NOS	91

7.2.5. NOS op 3	94
7.2.6. NRC	102
7.3. Codeerschema	107
7.1 <i>Best practice-artikelen</i>	108

Inleiding

Uit het Digital News Report van het Reuters Institute (2018) blijkt dat het wantrouwen in de Nederlandse media groot is. Hoewel 59 procent van de door Reuters' onderzochte populatie in Nederland in 2018 aangeeft wél vertrouwen te hebben in de media, is dat maar iets meer dan de helft van de totale hoeveelheid nieuwsgebruikers (Reuters, 2018, p. 90.). Veel Nederlandse nieuwsconsumenten twijfelen eraan of journalisten het verschil tussen feit en fabel wel kunnen onderscheiden. Er zwerft veel *fake news* over het internet en 27 procent van de Nederlandse ondervraagden geeft dan ook aan zich te hebben afgekeerd van nieuws. Dit komt door hun wantrouwen in het nieuws, maar ook door het negatieve effect van het nieuws op hun gemoedstoestand (Reuters Institute, 2017, p.40.). Wereldwijd geeft namelijk bijna de helft van de nieuwsconsumenten aan zich af te keren van het nieuws omdat ze er negatieve emoties aan overhoudt. Volgens verschillende onderzoeken herkennen consumenten zich bovendien niet in de negatieve beeldvorming van de wereld om hen heen en ontwikkelen op die manier depressieve gevoelens ten opzichte van het nieuws en de wereld (McIntyre, 2015; Patterson 2000; Potter & Ganz, 2000).

Constructieve journalistiek, zoals geformuleerd door Cathrine Gyldensted, auteur van *'From Mirrors to Movers. Five Elements of Positive psychology in Constructive Journalism'* (2015), gaat over een nieuwe benadering van nieuws, op basis van positieve psychologie. Het zoeken van meerdere invalshoeken, mogelijkheden en perspectieven voor een verhaal staat centraal, net als een oplossings- en toekomstgerichte visie, waardoor het publiek de kans krijgt een positiever beeld van de wereld te vormen. Gyldensted erkent de vele 'blindspots', zoals louter het slachtoffer centraal stellen, binnen de journalistiek en stelt dan ook dat constructieve journalistiek een manier is om die blindspots te onderzoeken en zo de journalistiek te 'versterken' (p.7). De wortels van constructieve journalistiek, in de vorm van het werk van Gyldensted en het door journalist Ulrik Haagerup opgezette Constructive Institute (2017), liggen in Denemarken. Haagerup's motto zoals te lezen op LinkedIn is dan ook 'Let's make journalism great again'. Het is opvallend dat de Deense cijfers over consumenten die zich afkeren van nieuws in verhouding erg laag zijn, te weten: 14 procent. Alleen Japanse nieuwsconsumenten keren zich minder af (zes procent). Het 'verbeteren' en 'versterken' van de journalistiek, zoals Haagerup en Gyldensted het formuleren, lijkt daar effect te hebben.

Er zijn Nederlandse nieuwsmedia die al gebruik maken van deze constructieve werkwijze. 'Brandpunt+', het jongere zusje van het tv-programma 'Brandpunt' dat per 1 januari 2019 stopt, en het online nieuwsplatform 'De Correspondent' zijn daar goede voorbeelden van. Zowel Brandpunt+ als De Correspondent streven ernaar voorbij het 'dagelijkse nieuws' te gaan, of 'de waan van de dag' (De Correspondent, z.j.). Zij willen het nieuws vollediger en meer diepgravend te brengen. Alle kanten worden belicht, niet slechts één kant. Kritische vragen worden gesteld, andere inzichten worden gegeven. Ze zoeken 'naar de plus' (Brandpunt, zoals geschreven door Pen, J. 2018).

Omroep West, met een eigen tv-, radio- en teletekstkanaal, mobiele applicatie en website, heeft onlangs onder 3000 van hun nieuwsconsumenten een survey verspreid om de waardering voor hun nieuwsvoorzieningen te meten (Ruigrok & Gagstein, 2017). Nu wil de omroep graag weten of het toevoegen van een constructieve journalistieke werkwijze, of elementen daarvan, effect heeft in termen van toegenomen waardering en/of betrokkenheid. De survey vond namelijk plaats vóór de invoering van constructieve elementen bij Omroep West. Er zou dus een vervolgsurvey verspreid kunnen worden onder het publiek van Omroep West om erachter te komen of de

waardering is toegenomen, afgenomen of hetzelfde is gebleven. Maar in deze scriptie wordt iets anders onderzocht.

Waar Omroep West nog zoekende is naar wat werkt en wat niet, hebben eerdergenoemde mediaplatformen al ervaring met constructieve journalistiek. De journalisten werkzaam bij deze platformen dienen daarom als 'ervaringsdeskundigen' in deze scriptie. Zij vertellen onder anderen wat zij beschouwen als constructieve journalistiek, hoe ze hun definitie van constructieve journalistiek toepassen in de praktijk en waarom het volgens hen van belang en van nut is om volgens die constructieve wijze journalistiek te bedrijven.

Juist omdat er discussie bestaat over het belang en nut van constructieve journalistiek, zowel extern als intern bij Omroep West, is niet alleen het (positief) psychologische effect op de nieuwsconsument interessant, maar ook het reflexief-sociologische effect van de (werk)omgeving op de journalisten zelf. Socioloog Bourdieu beschreef in 1980 al dat de keuze- en oordeelvorming van een individu namelijk altijd onder invloed is van 'de velden', de (professionele) *settings* met alle daarbij behorende normen en waarden, waar hij of zij zich in bevindt. De omgeving waar een journalist zich in bevindt is op die manier voor een deel bepalend voor zijn of haar visie op constructieve journalistiek.

De combinatie van de ervaringen van bovengenoemde journalisten en de verzamelde theorie over constructieve journalistiek, psychologie en sociologie moet een antwoord vormen op de volgende tweeledige onderzoeksvraag:

Wat zien journalisten als de meest wenselijke manier om constructieve journalistiek toe te passen in de praktijk en waarom is dit volgens hen nodig?

Ervaringen van verschillende journalisten met constructieve journalistiek, met wat volgens hen werkt en wat niet, en sociologische en psychologische theorieën die duiden waaróm dat zo is, kunnen ons en Omroep West meer inzicht bieden in de praktische toepassing van constructieve journalistiek.

1. Theoretisch kader

De theoretische informatie zoals in dit hoofdstuk geformuleerd vormt de basis voor de vragen aan de journalisten en voor de interpretatie en verklaring van hun antwoorden op die vragen.

De interviews werden afgenomen om de toepassing van constructieve journalistiek in beeld te brengen.

Om de antwoorden en ervaringen van journalisten te kunnen interpreteren en in context te kunnen plaatsen is het belangrijk om te weten dat constructieve journalistiek volgens Gyldensted stoelt op elementen van positieve psychologie (2015) en de idee dat menselijk gedrag en oordeelvorming altijd onder invloed zijn van de omgeving (Bourdieu, 1980).

De interviews worden dan ook geanalyseerd met behulp van theorie over positieve psychologie en reflexieve sociologie. Omdat journalisten antwoord geven op vragen in de interviews vanuit hun visie op 'wat nieuws is' en wat 'goede journalistiek is', moet worden begrepen hoe deze visies tot stand komen en welke hulpmiddelen in de praktijk worden toegepast om tot zo'n oordeel (nieuwswaarden en nieuwswaardigheid) te komen.

Allereerst valt in paragraaf 1.1 te lezen hoe constructieve journalistiek gedefinieerd wordt in deze scriptie. Welke elementen uit positieve psychologie op welke manier worden toegepast krijgt hier ook tekst en uitleg. Vervolgens geeft paragraaf 1.2 antwoord op de vraag 'Wanneer wordt een gebeurtenis 'nieuws'?' aan de hand van de begrippen 'newsworthiness' en 'news values'. De manier waarop constructieve journalistiek in de praktijk wordt ervaren en geïnterpreteerd door journalisten en waarom juist zó, wordt uitgelegd aan de hand van theorie over reflexieve sociologie van Bourdieu (1980) in paragraaf 1.3. Ten slotte verklaart paragraaf 1.4 waarom journalisten die constructieve journalistiek beoefenen niet objectief zijn en waarom dat géén doodzonde is.

1.1. Constructieve journalistiek

Volgens Cathrine Gyldensted maken journalisten continu gebruik van een specifieke negatieve vorm van framing: de zogenoemde 'negativity bias'. Journalisten hebben het vooroordeel en de aanname dat er in probleemsituaties altijd slachtoffers zijn en ze gaan ook op zoek naar die slachtoffers. Terwijl mensen die het zwaar hebben niet altijd slachtoffers zijn. Sterker nog, misschien máken journalisten door hun berichtgeving wel slachtoffers van hen. (Gyldensted, 2015, p.17). "Ik roep op tot het bewustzijn hiervan. Niet om zo nieuwsrapportage te verzwakken, maar om onze verstopte negativity bias en onze onbedoelde bijdrage aan het 'victimiseren' van onze onderwerpen te erkennen" (Gyldensted, 2015, p.26).

Bovendien heeft de traditionele journalistiek volgens Gyldensted last van 'blind spots' (2015, p. 8.) die beperkend werken, terwijl 'deze (constructieve) vorm van journalistiek verschillende mogelijkheden onderzoekt en zoekt naar verschillende invalshoeken om naar dilemma's te kijken, waarna het gerichter oplossingen kan formuleren.' (2015, p.7) Daarbij is het belangrijk te onthouden dat dit níet betekent dat men de problemen binnen de dilemma's negeert, of dat men uitsluitend naar de positieve kant van het verhaal kijkt. In tegendeel. Een journalist die constructieve journalistiek bedrijft bekijkt een situatie kritisch, van *alle* kanten.

Rob Wijnberg, oprichter en hoofdredacteur van De Correspondent verwoordt het in een interview met Gyldensted als volgt: "Constructieve journalistiek moet nieuwe inzichten opleveren – aha-momenten" (Gyldensted, 2017, p.35). Praktisch gezien betekent dat

onder anderen het aanstellen van een redacteur ‘vooruitgang’ en een redacteur ‘vindingrijkheid & vernieuwers’ (De Correspondent, z.j.).

Constructieve journalistiek wordt nogal eens verward met, of gezien als, positieve journalistiek. Die invulling van constructieve journalistiek is volgens Gyldensted onjuist. In samenwerking met PhD studente Karen McIntyre legt ze uit wat volgens hen het verschil tussen positieve journalistiek en constructieve journalistiek is (p.13, 2015). Volgens hen houden journalisten die constructieve journalistiek bedrijven in tegenstelling tot louter positieve journalistiek journalistieke nieuwswaarden (Galtung & Ruge, 1965., Harcup & O’Neill, 2017.) en het belang van het nieuws voor de samenleving in het oog.

Hoewel positief gebracht nieuws vaak meer publiek genereert, ontbreekt het bij positieve journalistiek vaak aan deze nieuwswaarden en gaat het hier niet heel erg om toegevoegde waarde voor de samenleving, of om de rol van de journalist voor deze samenleving (een waakhond, doorgeefluik, e.d.)(Kovach & Rosenstiel, 2014).

Bovenstaande informatie bevestigt de verschillende belangen genoemd door journalisten voor het toepassen van constructieve journalistiek. Veel journalisten zien constructieve journalistiek (onterecht) als positieve journalistiek. Wat wél bij constructieve journalistiek hoort en wat verklaart waarom journalisten veelvuldig hameren op het belang van ‘de hele werkelijkheid’ laten zien, van ‘transparant zijn’ en van ‘toekomst-, oplossings- of veranderingsgericht’ berichtgeven wordt duidelijk door onderstaande vijf constructieve elementen.

1.1.1. Vijf constructieve elementen volgens Catherine Gyldensted

Om te beginnen zijn er volgens Gyldensted (2015) vijf elementen waar een journalist mee kan werken als hij of zij constructieve journalistiek wil bedrijven.

- **Expand the mind** (Verruim je horizon): Kijk verder dan je gewend bent. Gebruik kennis vanuit de (positieve) psychologie en neurologie om je stukken constructiever te maken. Gyldensted stelt dat journalisten ‘find what they seek’: Als men altijd op zoek is naar een slachtoffer figuur, dan zal men die ook vinden. En zodoende gaan nieuwsverhalen vaak, zo niet altijd, over slachtoffers. ‘Kill your victims’ is dan ook het motto. Uiteraard niet letterlijk, maar maak *overlevers* van ze, in plaats van slachtoffers. In het kort: journalisten moeten uit hun comfortzone stappen. Zo zijn zij beter in staat het *hele* wereldplaatje te schetsen.
- **Storm the brain** (ga brainstormen): Een oproep om vruchtbare brainstormsessies te houden binnen de vergaderruimte. Wissel nieuwe ideeën uit, daag elkaar uit om van de conventionele ideeën af te stappen.
- **Change the question** (verander de vraagstelling): Vragen die gaan over leermomenten of toekomstplannen maken een verhaal constructief. Een probleem waar oplossingen voor zijn gevonden, die andere deuren openen, geeft het publiek hoop. Ook moeten autoriteiten op die manier qua antwoorden uit hun comfortzone stappen. Zo dwing je ze eerlijk en transparant te zijn, en hou je ze een spiegel voor.
- **Tell it right** (vertel het op de juiste manier): Dit gaat vooral over stijl. Hoe je een verhaal begint, maar vooral eindigt, kan van grote invloed zijn op de emotionele staat waarin je het publiek achterlaat.
- **Move the world** (beweeg de wereld): Denk na over de toekomst en dwing anderen na te denken over de toekomst. Dit kan door middel van vraagstelling, maar ook door het innemen van een toekomst-georiënteerde stelling. Als bronnen uit hun comfortzone gedwongen worden, geven zij eerder nieuws-misschien zelfs headline-waardige antwoorden.

Verder voegt Gyldensted nog toe dat het kan helpen om situaties niet als ‘problemen te zien’ maar als dilemma’s: Voor dilemma’s zijn immers meerdere eventuele uitkomsten en oplossingen. Misschien moet er een derde of zelfs vierde idee aangedragen worden om uit het dilemma te komen. Misschien stuit je door een mogelijke oplossing op een nieuw dilemma, maar ook dat dilemma heeft potentie nieuwe deuren te openen. Gyldensted noemt dit de ‘dilemma layers’. Deze andere benadering zorgt ervoor dat journalisten én publiek kritisch en constructief naar de wereld blijven kijken. Het is daarnaast ook een realistischere versie van de wereld om ons heen. Die bestaat immers vaker uit dilemma’s dan uit zwart-witte problemen.

De bovengenoemde vijf elementen worden toegepast op basis van onderzoeksgebieden die Gyldensted en McIntyre (2015) ‘positive psychology’, ‘neuroscience’ en ‘moral psychology’ noemen.

1.1.2. Positieve psychologie en explanatory styles

‘Positieve psychologie is de wetenschapstak die onderzoekt wat ervoor zorgt dat individuen en samenlevingen kunnen ‘floreren’ (Positive Psychology Centre, z.j.). Elementen uit positieve psychologie komen veelvuldig terug in de theorieën van Gyldensted, zoals de nadruk op toekomstgerichte ontwikkeling, groei en kansen in plaats van op fouten, mislukkingen en rampen. Het verklaart waarom veel geïnterviewde journalisten hun publiek handvatten willen bieden om ‘grip te krijgen op de wereld’ en waarom ze zich veelvuldig de vraag ‘hoe nu verder?’ stellen.

Bovendien, volgens Martin Seligman, een professor aan de Universiteit van Pennsylvania, zegt de manier waarop een individu situaties en ontwikkelingen om hem of haar heen aan zichzelf verklaart veel over hoe hij of zij de wereld ziet (Seligman, 2011).

Is de nieuwsconsument optimistisch of pessimistisch ingesteld? Dat heeft invloed op zijn of haar interne verklaring van het nieuws (Gyldensted, 2015, p.19). In andere woorden: *“Explanatory style is a positive or negative psychological attribute that indicates how people explain to themselves why they experience a particular event.”* (2011).

De ‘explanatory style’ van een pessimist zal vooral gericht zijn op verklaringen als ‘het gaat overal zo’, ‘dit ligt vast aan mij’ en ‘het gaat altijd fout’ terwijl de stijl van een optimist vooral ‘zo vaak gebeurt dit niet’, ‘dat is alleen op die plek zo’ en ‘nouja, pech deze keer’ zal denken.

Dit heeft volgens Bennett et al. (2002) te maken met drie factoren die de explanatory style definiëren.

- Internheid (‘internality’): ‘het ligt aan mij’ versus ‘het ligt aan iemand anders’.
- Stabiliteit: ‘dit komt nooit meer goed’ versus ‘dit is tijdelijk’.
- Globaliteit: ‘dit zal alles veranderen’ versus ‘dit heeft alleen invloed op deze specifieke situatie’.

Deze theorie over de explanatory style van een consument geldt volgens Gyldensted ook voor nieuwsmedia, hun berichten en de stijl waarin journalisten schrijven over of verslag doen van situaties. In veel nieuwsberichten wijzen bovenstaande factoren geformuleerd door Seligman en Bennet op een pessimistische explanatory style (2015). Gebeurtenissen in nieuwsberichten worden vaak ‘intern’, ‘stabiel’ en ‘globaal’ geformuleerd. Nieuwsconsumenten zijn geneigd ze daardoor op pessimistische wijze te analyseren. Dit verklaart hun overwegend negatieve houding ten opzichte van het nieuws en de wereld om hen heen. Deze pessimistische schrijf- en analysestijl kan namelijk bijdragen aan eventuele ontwikkeling van depressieve gevoelens (McIntyre, 2015; Patterson 2000; Potter & Ganz, 2000).

De manier waarop een journalist nieuws brengt, welke ‘stijl’ hij of zij gebruikt, is dus van groot belang binnen de constructieve journalistiek. Dat blijkt ook uit de bewuste keuzes die journalisten maken ten opzichte van stilistiek, inhoud en vraagstelling. Zij proberen nieuwsconsumenten positief gestemd en hoopvol achter te laten waardoor ze het nieuws op een positievere manier analyseren en zo meer geneigd zijn berichten van begin tot eind te lezen of überhaupt te lezen.

Om te bepalen waar constructieve journalistiek überhaupt op moet worden toegepast, moeten we echter ook weten wat nieuws is, wat nieuws ‘nieuws’ maakt, en wat nieuwsconsumenten belangrijk vinden in nieuws. Immers, als het niet aansluit bij hun behoeften wat betreft nieuwswaarden, dan zal de interesse in het item uitblijven. In de volgende paragraaf wordt besproken wat nieuws is en aan welke waarden een productie of bericht moet doen om die nieuwswaardigheid te geven.

1.2. Wat maakt nieuws?

Nieuws in de meest concrete zin van het woord is ‘bericht’ of ‘tijding’ (VanDale, z.j.). Het ‘journaal’ is ‘een tv-programma met het nieuws van de dag’. De vraag is nu: wat maakt ‘berichten’ ‘nieuws’, en wat maakt nieuws vervolgens belangrijk genoeg om ‘nieuws van de dag’ te zijn en op het journaal te verschijnen?

Volgens Galtung en Ruge (1965) bepalen ‘nieuwswaardigheid’ en ‘nieuwswaarden’ wat van een gewoon bericht een nieuwsbericht maakt. Journalisten passen beide begrippen in de praktijk toe bij zowel het selecteren van nieuws (zitten deze elementen er in?) als bij het produceren van nieuws (dit element moet toegevoegd worden).

1.2.1. Nieuwswaardigheid

Hoeveel nieuwswaardigheid een gebeurtenis of verhaal heeft hangt af van ‘nieuwswaarden’ of ‘news values’ (Galtung & Ruge, (1965); Harcup & O’Neill, 2017). Hoe meer nieuwswaarden er in een bericht of gebeurtenis zitten hoe hoger de nieuwswaardigheid van het bericht is. Nieuwswaarden die bijdragen aan de nieuwswaardigheid van een bericht zijn bijvoorbeeld ‘slecht nieuws’, ‘elite’ of ‘relevantie’ (Harcup & O’Neill, 2017). Belangrijk om op te merken is dus dat er een verschil is tussen ‘nieuwswaardigheid’ en ‘nieuwswaarden’. Een nieuwsbericht waar én slecht nieuws in zit, én elite én relevantie voor het publiek heeft een hogere nieuwswaardigheid dan wanneer alleen de nieuwswaarde ‘elite’ aanwezig is. Een gebeurtenis kan een bepaalde nieuwswaardigheid hebben, maar er kan ook nieuwswaardigheid aan een bericht tóegekend worden door te zorgen voor meer nieuwswaarden, zo blijkt uit de praktijk. Door als journalist in een nieuwsbericht over een wereldwijd probleem in te zoomen op hetzelfde probleem in een buurt, of regio, bijvoorbeeld. Zo zorgt hij of zij voor de nieuwswaarde ‘relevantie’. “Als je een geïsoleerd verhaal maakt over iets, ja dat raakt mensen niet. Dit onderwerp is iets wat op veel niveaus mensen wél raakt. Het gaat over maatschappelijke ontwikkelingen waar mensen allemaal een idee bij hebben” (Melvin Captein, NOS op 3, 2018).

1.2.2. Nieuwswaarden

Nieuwswaarden zijn de factoren die bepalen of een journalist een gebeurtenis als waardevol genoeg ziet om er nieuws van te maken. Of een gebeurtenis nieuwswaardigheid heeft (Harcup, 2014). Zoals hierboven beschreven kan een journalist er ook voor kiezen om een nieuwswaarde toe te voegen aan zijn of haar bericht en zo de nieuwswaardigheid van een gebeurtenis te vergroten.

Volgens Bednarek en Caple worden nieuwswaarden op verschillende vlakken binnen de journalistiek gebruikt. Zowel tijdens het produceren als tijdens het selecteren van het nieuws houden journalisten rekening met verschillende waarden. Tijdens het selecteren van nieuws gaat het volgens de onderzoekers om elke waarde die bepaalt of een verhaal gepubliceerd wordt of niet. Dit kunnen waarden zijn als ‘deadlines’ en ‘hiërarchische druk van buitenaf’, of ‘beschikbaarheid van de journalist’. Tijdens het schrijven van het nieuws letten journalisten op waarden als ‘helderheid’, ‘accuraatheid’ en ‘neutraliteit’. Het gaat hier meer om de productiestijl en normen en waarden. Ten slotte noemen Bednarek en Caple ook nog ‘news values’ als categorie. Hier gaat het om ‘nieuwswaardige’ waarden, in de meest letterlijke zin van het woord, als ‘nabijheid’, ‘negativiteit’ en ‘elite’. De waarden die van een gewone gebeurtenis een nieuwsgebeurtenis maken (2015, p4.).

Het eerste onderzoek over nieuwswaarden kwam van Galtung en Ruge (1965). Zij formuleerden twaalf waarden, gebaseerd op berichten over grote crises in Congo, Cuba en Cyprus in Noorse kranten.

Deze waarden werden lange tijd, en nog steeds, gezien als leidraad. Echter, door zich te richten op grote crisesberichten noemden Galtung en Ruge geen waarden die te maken hadden met kleine ‘dag-tot-dag’ gebeurtenissen (Tunstall, 1971). Dat feit, in combinatie met de journalistieke wereld die steeds sneller en steeds meer content moet produceren en zich dus niet langer slechts op grote crisisberichten kan focussen, maakt dat de twaalf waarden van Galtung en Ruge niet meer helemaal up-to-date zijn.

Harcup en O’Neill (2001) formuleerden daarom tien nieuwe waarden.

‘Frequentie’ en **‘eenduidigheid’** zijn uit de lijst verdwenen, omdat eenduidigheid en frequentie niet langer bepalen wanneer een gebeurtenis nieuwswaardig is, maar meer omschrijven hoe journalisten over deze gebeurtenis schrijven. Traditionele vormen van media zoals tv, krant en radio, kunnen de nieuwsfrequentie van online media simpelweg niet meer bijhouden. Zij richten zich dan ook steeds vaker op het ‘uitrekken’ van een specifiek event of incident over een langere periode. Als het wél gaat over een frequent voorkomend onderwerp, dan komt dat omdat de mediaplatformen daar frequent over berichten in plaats van andersom. Ook eenduidigheid wordt ‘kunstmatig’ door journalisten in stand gehouden, volgens Harcup en O’Neill. Er wordt net zolang gezocht naar een eenduidige invalshoek tot het onduidelijk onderwerp duidelijk is.

‘Entertainment’ is toegevoegd aan de lijst met nieuwswaarden omdat volgens Harcup en O’Neill het ‘elk medium ervan doordrongen is’. Ze halen hierbij uitspraken van media-professor Bob Franklin (1997) aan die stelt dat ‘journalisten zowel moeten entertainen als informeren’ en dat ‘de geschiedenis van de Britse pers vooral gaat over de verschuiving naar populaire, entertainende journalistiek’.

De oorspronkelijke waarden **‘betekenisvolheid’** en **‘het aanhalen van ‘elite’ naties’**, hebben Harcup en O’Neill samengevoegd in de waarde **‘relevantie’**, aangezien de betekenis van ‘elite natie’ verschilt per land en betekenisvolheid verschilt per mens. Relevantie kan ook gaan over minderheden, landen die niet tot de elite behoren maar wel binnen het relevante frame van dat moment horen.

‘Overeenstemming’ en **‘compositie’** (van gebruikte nieuwsonderwerpen binnen het nieuwsmedium) combineren Harcup en O’Neill met **‘het belang van de krant’**. Het feit dat het nieuws overeenstemt met de wensen of ideeën van de journalist heeft weinig te maken met de samenleving of de huidige culturele frames, en veel meer met de positie van het nieuwsmedium op dat moment. Ook de afweging om, in het kader van balans, een keer een positief verhaal te plaatsen over minderheden, is volgens Harcup en O’Neill vaak in dienst van de persoonlijke agenda van het medium.

‘Compositie’ past goed bij **‘continuïteit’**: Om binnen het nieuwsmedium de balans (compositie) te bewaren kan vervolgvorslaggeving (continuïteit) van een nieuwsgebeurtenis wenselijk zijn. Harcup en O’Neill kwamen daarom met de waarde **‘follow-up’**: het laatste nieuws over het eerdere onderwerp ‘zus en zo’.

Daarbij komt dat de waarde **‘het aanhalen van ‘elite’ personen’** te breed werd gevonden, want dat kunnen politici zijn maar ook realitysterren. De waarde is nu dan ook opgebroken in twee losse waarden: **‘de machthebbende elite’** en **‘beroemdheden’**.

Personalisering van het nieuws komt volgens Harcup en O’Neill nauwelijks voor, dus die waarde hebben ze weggelaten. Omdat **‘machthebbende elite’** en **‘beroemdheden’** al veel van de waarde ‘personalisering’ in nieuws dekt, maar niet specifiek **‘human interest’**-verhalen zijn, voegden zij die waarde nog toe.

Ten slotte zijn de waarden **‘drempel’** en **‘onverwachtsheid’** alleen qua verwoording veranderd: **‘gewicht’** en **‘verrassend’** zijn de nieuwe waarden.

Sinds 2001 is er veel veranderd in het medialandschap. De opmars van sociale media, bijvoorbeeld. Door de snelheid en het definitieve van nieuws op deze platformen was het noodzaak dat de waarden van Harcup en O’Neill zélf herschreven werden. Zo werd

het gebruik van audiovisueel en 'shareability' steeds belangrijker. Vooral dit laatste concept speelt een grote rol op sociale media en bepaalt het mede of nieuws zich snel verspreidt of niet.

Uiteindelijk kwamen uit het nieuwste onderzoek van Harcup en O'Neill (2017) de volgende waarden voort:

- **Exclusiviteit:** verhalen die of vanuit de eerste hand van de journalisten zelf komen, of als eerste bij hen aangeleverd zijn in de vorm van bijvoorbeeld interviews of open brieven.
- **Slecht nieuws:** Verhalen met een duidelijke negatieve boventoon.
- **Conflicten:** Verhalen die gaan over conflicten. Bijvoorbeeld controverses, ruzies of oorlogen.
- **Verrassing:** Verhalen met een verrassingselement, een contrasterend verhaal of een ongewone gebeurtenis.
- **Audiovisueel:** Verhalen die gebruik maken van foto's, video's of audio.
- **Shareability:** Verhalen die veel gedeeld gaan worden op sociale media.
- **Entertainment:** Zacht nieuws, gaand over seks, showbizz, sport, human interest, dieren.
- **Drama:** Verhalen die gaan over dramatische gebeurtenissen zoals ontsnappingen, ongelukken, zoektochten of reddingsacties.
- **Follow-up:** Verhalen over onderwerpen die al eerder in het nieuws waren.
- **De machthebbende elite:** Verhalen over machtige personen, organisaties, bedrijven of instituten.
- **Relevantie:** Verhalen over groepen of landen die op dat moment als invloedrijk of cultureel relevant worden gezien door het publiek.
- **Gewicht/Grootte:** Verhalen die worden gezien als gewichtig of van groot belang omdat er veel mensen bij betrokken zijn, of omdat de impact van het verhaal anderszins groot is.
- **Beroemdheden:** Verhalen over mensen die beroemd zijn.
- **Goed nieuws:** Verhalen met een duidelijk positieve ondertoon.
- **De agenda van het nieuwsmedium:** Verhalen die passen bij de persoonlijke agenda van het nieuwsmedium. Dit kan op ideologisch gebied zijn, maar ook in het licht van een specifieke campagne.

Volgens Gyldensted (2015) is het belangrijk om het gebruik van deze nieuwswaarden als prioriteit te zien bij het produceren van nieuws. De nieuwswaarden vormen namelijk het verschil tussen positieve en constructieve journalistiek. Positieve journalistiek bevat er beduidend minder dan constructieve journalistiek, zoals te lezen in hoofdstuk 1.1. Harcup en O'Neill benadrukken dat deze nieuwswaarden onderhevig zijn aan externe factoren zoals deadlines en bronnen. Daarbij stellen zij dat 'subjectieve, vaak onbewuste invloeden' bepalen dat journalisten op educatief, sociaal en cultureel gebied een voorkeur hebben, of een bepaalde 'bril' op hebben en daardoor neigen naar bepaalde (invulling van) nieuwswaarden.

Volgens Rob Wijnberg is dat geen probleem, zolang zij zich maar bewust zijn van hun keuzes, die transparant naar buiten toe uitdragen en een verhaal van meerdere kanten wordt belicht. "Objectiviteit is een illusie. Alle verslaggeving is een product van subjectieve keuzes die gemaakt zijn door de mensen die de verhalen maken. Maar geven om de wereld om je heen maakt je nog niet meteen een activist. Hoewel, tegen de mensen die volhouden dat dit activisme is, zeg ik: dan is het een goed ding" (Wijnberg, zoals geciteerd door Gyldensted, 2015, p. 37).

De stelling van Harcup en O'Neill, dat nieuwswaarden onderhevig zijn aan externe factoren en dat journalisten een bepaalde bril op hebben, sluit goed aan bij de reflexief-sociologische theorieën van Franse socioloog Pierre Bourdieu (1980). In de volgende

paragraaf wordt uitgelegd wat het journalistieke veld volgens Bourdieu inhoudt, hoe die invloeden van buitenaf tot stand komen en wat ze betekenen voor een individu en zijn of haar handelen.

1.3. Bourdieu's veldentheorie

Om tot hun 'best practices' binnen de constructieve journalistiek te komen moeten journalisten meerdere keuzes maken. Over hun onderwerp, hun invalshoek, hun schrijfstijl, et cetera. Om te verhelderen hoe deze keuzes tot stand kunnen komen wordt in deze paragraaf de veldentheorie van Bourdieu uitgelegd. Het wordt duidelijk dat een journalist en zijn of haar keuzes nooit los staan van de omgeving en samenleving waarin hij of zij opereert. Harcup en O'Neill stelden ook al dat een journalist nooit helemaal objectief of vrij is omdat zijn sociale achtergrond, educatie, ideologieën en werkomgeving hem (onbewust) beïnvloeden (2017, p.1483). De veldentheorie van Bourdieu laat zien dat diezelfde werkomgeving en samenleving er ook nog voor zorgen dat een journalist onbewust vastgestelde regels van zijn beroep volgt. Dat maakt bijvoorbeeld dat een journalist één van zijn berichten beter vindt dan de ander. Dat hij wel of niet bepaalde constructieve elementen toepast in zijn berichten omdat dat 'hoort'. Op de vraag 'Waarom is dít nieuws?' kan dan ook het antwoord 'dat is gewoon zo' komen. Het is een *gut feeling*, een 'ongeschreven regel' dat nieuws aan 'bepaalde elementen' moet voldoen om nieuwswaardig te zijn (Schultz, 2007).

1.3.1. Het journalistieke veld

De veldentheorie van Bourdieu (1980) beschouwt de samenleving als verschillende, elkaar overlappende, velden, zoals de politiek, wetenschap en kunst. Binnen deze velden is een machtsstrijd aan de gang, om te bepalen wie in welk veld het sterkste is, het meeste recht heeft op middelen om vooruit te komen in het leven en om invloed uit te kunnen oefenen. Deze machtsstrijd wordt gestreden aan de hand van onbewuste, algemeen geaccepteerde regels.

Hoe meer 'kapitaal' een persoon heeft, hoe sterker hij of zij staat binnen deze strijd. Dit kan economisch kapitaal zijn (liquide middelen, geld), maar ook cultureel kapitaal (kennis en vaardigheden), en sociaal kapitaal (netwerk, contacten).

De manier waarop mensen zich gedragen in het veld waarin zij zich bevinden wordt bepaald door hun 'habitus': hun manier van denken en handelen. Deze habitus is een onbewust aspect dat de mens met zich meedraagt, en dat voor de mens bepaalt hoe en wat zij doet. De habitus vormt zich altijd in relatie tot de samenleving. Het individu is namelijk *altijd* sociaal. Omdat deze individuele habitus vervolgens weer invloed heeft op de rest van de samenleving gaat het in de veldentheorie van Bourdieu nadrukkelijk over een *samenspel* tussen mens en maatschappij. Hij noemt de habitus daarom ook wel een 'structuring structure' én een 'structured structure' (Bourdieu, 2003 [1979]; Bourdieu and Wacquant, 1992).

Een nieuwsredactie is een hiërarchisch ingedeelde 'microkosmos' (Schultz, 2007). Aangezien in de journalistiek ook sprake is van kapitaal (autoriteit), habitus (normen en waarden) en van sociaal-culturele hiërarchie, kunnen we hier spreken van een journalistiek veld. Dat doet ook Bourdieu. Hij benoemt namelijk de 'semi-autonome' velden literatuur, politiek en journalistiek. De veldentheorie van Bourdieu biedt, in de woorden van Broersma (2010), een 'theoretisch framework' om te bepalen wat de verschillen en kenmerken van traditionele media en van nieuwkomers zijn. Op die manier krijgen we een beter beeld van hoe journalisten die constructieve journalistiek (de nieuwkomer) bedrijven zich verhouden tot wat gezien wordt als 'traditionele' journalistiek.

Journalistiek als een professioneel veld is continu bezig met andere velden. Omdat journalistiek geen specifieke 'eigen' kennis bezit, is zij sterk afhankelijk van andere velden, zoals de wetenschap (Broersma, 2010). In paragraaf 1.3.3 zal echter blijken dat individuen binnen het journalistieke veld echter ook erg bezig zijn met 'boundary work': hun grenzen bewaken. Het is een dynamische wisselwerking.

Bij een verandering binnen een veld, zoals het verschuiven van de focus naar constructieve journalistiek, moet men rekening houden met bestaande sociale structuren en andere sociologische feiten als doxa's en boundary work. Het journalistieke veld verandert, dus de bijbehorende structuren ook. Individuele moeten zich aanpassen en dat kost tijd. Er is bijvoorbeeld een set onuitgesproken 'natuurlijk aanwezige' factoren in het spel die het gedrag van individuen bepaalt. Die factoren zijn daardoor niet zomaar los te laten.

1.3.2. Het journalistieke doxa

Binnen de doxaleer van Bourdieu ervaart men dat "the natural and social world appears as self-evident" (Bourdieu, 1977, p. 164). De doxaleer gaat over de vanzelfsprekende en 'natuurlijke' factoren in het leven van een individu, zoals normen en waarden.

De journalistieke doxa geldt dus als een verzameling van normen en waarden binnen de professionele uitvoering van het vak. 'Vanzelfsprekendheden die inherent zijn aan het lidmaatschap van het journalistieke veld' (Bourdieu, 2005, p.37). Het zijn de onbewuste spelregels waar een individu zich aan houdt en moet houden (Bourdieu, 1977). Wanneer men namelijk besluit zich níet aan die spelregels te houden, wordt dat gezien als 'radicaal' of als 'rebels'. In professionele sferen kan dat leiden tot ontslag (Broersma, 2010).

Men leert die spelregels aan in het onderwijs, of door ervaring met- en socialisatie door de omgeving. Broersma haalt het voorbeeld van een student journalistiek aan: als hij of zij een stageplek wil bemachtigen moet hij of zij vooral persoonlijke talenten en eigenschappen ten toone voeren, maar ook voldoen aan de geldende normen en waarden van de specifieke redactie (2010).

Schultz onderscheidt met behulp van de veldtheorie en de doxaleer van Bourdieu twee soorten nieuwswaarden. Enerzijds de vanzelfsprekende aannames, vaak gebaseerd op *gut feeling*, zoals 'nieuwswaardigheid'. Het 'is gewoon' nieuws. Anderzijds zijn daar de 'orthodoxe' en 'heterodoxe' nieuwswaarden: expliciet geformuleerde waarden die ofwel een positieve, dominante ondertoon (orthodox), of een negatieve, onderdanige ondertoon (heterodox) bevatten.

Een voorbeeld van een orthodoxe nieuwswaarde is 'hard nieuws', een voorbeeld van een heterodoxe waarde is 'zacht nieuws'. Hard nieuws wordt altijd verkozen boven zacht nieuws en is daarom dominant (1995).

In de praktijk betekent dit dat journalisten waarden kiezen op basis van de veldentheorie en doxaleer van Bourdieu en dat ze die waarden ofwel baseren op de impliciete *gut feeling*, ofwel op de expliciete orthodoxe of heterodoxe waarderingen van buitenaf.

Bij de verschuiving van de focus naar constructieve journalistiek, veranderen de normen, waarden en zowel de impliciete als expliciete doxa. Journalistiek uitoefenen drijft dan op nieuwe (ongeschreven) regels en hangt op nieuwe nieuwswaarden.

1.3.3. Boundary work

Met behulp van impliciete en expliciete waardeoordelen en normen en waarden bepalen journalisten wat nieuws is en wat niet. Uiteindelijk maakt dit onderscheid duidelijk wie

en wat binnen het journalistieke veld mogen opereren, en wie en wat niet. Dit aftasten van grenzen van een veld heet *boundary work*. (Lewis, 2011).

Individen binnen velden hebben een dynamische relatie met elkaar: enerzijds zijn ze afhankelijk van elkaar en continue aan het aftasten wie wat doet, anderzijds vecht elk individu voor de autonomie van zijn of haar veld (Broersma, 2010). Zo ook binnen het journalistieke veld. Met de huidige ontwikkelingen binnen online nieuws, sociale media en burgerjournalistiek, is het voor de individuen binnen het journalistieke veld steeds belangrijker om hun professionaliteit te definiëren. Wanneer ben je een journalist? Wat is nieuws? Waar moet 'journalistiek' aan voldoen? Individen binnen het journalistieke veld streven ernaar hun positie ten opzichte van elkaar te versterken door hun journalistieke kapitaal te vergroten. Hij of zij kan dit bereiken door onderscheidend te zijn, door te schitteren binnen de huidige vastgestelde doxa of juist door de regels te overtreden (en risico te lopen ontslagen te worden). Een goed voorbeeld van dit laatste is Rob Wijnberg. Voor hij zijn huidige positie verwierf, was hij hoofdredacteur bij het Nederlandse dagblad 'nrc.next'. Wijnberg stelde zichzelf de vragen: Wat is nieuws? Waar moet journalistiek aan voldoen? Wijnberg hield zich niet aan de doxa en grenzen van het bedrijf maar paste ze aan, en werd uiteindelijk ontslagen (Berkeljon & Althuisius, 2012). Voor Wijnberg pakte het goed uit: hij kon zo zijn eigen platform oprichten met de daarbij behorende, voor hem wenselijke(re) doxa. Maar dat vereist lef en veel zelfvertrouwen, een stevig netwerk als vangnet en een hoge plek binnen de hiërarchische pikorde. In het kort: een grote hoeveelheid sociaal kapitaal.

De grenzen van een veld definiëren, *boundary work*, is een continu proces. Grenzen vervagen, veranderen en verschuiven voortdurend.

De verschuiving van de focus naar constructieve journalistiek is ook een vorm van grensverlegging. Het is dan ook niet verrassend dat 'de oude garde' moeite heeft met het toepassen of zelfs erkennen van deze nieuwe benadering van nieuws maken. De doxa van hun vertrouwde journalistieke veld zijn zo sterk geïntegreerd, dat het veel moeite en tijd kost om die te herzien.

De theorie over nieuwswaarden en Bourdieu's veldentheorie vormen samen een stevig frame voor inzicht in journalistiek *boundary work*. Bij *boundary work* voeren gevoelens van 'zij' versus 'wij' en 'insiders' versus 'outsiders' de boventoon (Carlson, 2016). Als duidelijk is wat de nieuwswaarden en andere doxa's binnen het journalistieke veld zijn (insiders), kan men daarmee aftasten wat journalistiek is en wat niet. Welke nieuwswaarden en doxa's buiten het journalistieke veld ligt (outsiders).

Echter, wanneer de regels veranderen of worden aangepast, zoals bij constructieve journalistiek waar men opeens ook kijkt naar wat al wél goed gaat, en naar de toekomst in plaats van naar uitsluitend recente gebeurtenissen, wordt dat ingewikkelder. Mag een journalist bijvoorbeeld een positie innemen ten opzichte van een onderwerp? Actief ergens voor gaan staan? Was 'onafhankelijkheid' niet het grootste goed binnen de journalistiek?

De mening daarover verandert, nu journalisten binnen constructieve journalistiek steeds vaker bezig zijn met 'verder kijken dan hun neus lang is'. De onafhankelijkheid die we denken te kennen is gebaseerd op de vastgestelde nieuwsagenda en het pakket van normen en waarden waar journalisten zich aan houden. Zodra men alle kanten van het verhaal willen laten zien, kiezen zij automatisch een kant. "Objectieve journalistiek bestaat niet" (Wijnberg, 2017). De vraag is nu of 'een kant kiezen' blijkt geeft van subjectivisme, of van activisme.

1.4. Subjectivisme versus activisme: de taken van een journalist

Volgens Kovach en Rosenstiel (2014) heeft de journalistiek tien belangrijke taken en doelen:

- De eerste verplichting van journalistiek is de waarheid geven.
- De loyaliteit tegenover burgers staat op één.
- De essentie van journalistiek is 'verificatie'.
- Journalisten moeten altijd onafhankelijk zijn ten opzichte van hun onderwerp.
- Journalistiek moet dienen als een 'monitor' van machthebbenden.
- Journalistiek moet een platform bieden voor publieke kritiek en discussie.
- Journalistiek moet proberen het significante interessant en relevant te maken.
- Journalistiek moet het nieuws op een begrijpbare en concrete manier brengen.
- Journalisten hebben de verplichting hun geweten te onderzoeken en te trainen.
- Burgers hebben rechten en verantwoordelijkheden als het gaat om het nieuws, vooral wanneer zij zelf producenten zijn.

Kovach en Rosenstiel benadrukken hierbij echter dat 'onafhankelijkheid' niet hetzelfde is als 'objectiviteit'. Zij stellen dat de term 'objectiviteit' niet bedoeld was om uit te leggen dat journalisten nooit een (voor)oordeel hebben. Sterker nog, juist omdat journalisten nooit objectief kunnen zijn, moeten hun methoden dat wél zijn. 'Onafhankelijkheid' betekent hier dat de research methode van een journalist te verklaren moet zijn, transparant, en te repliceren (Storr, 2016 p. 97). Net zoals een wetenschappelijk onderzoek.

Volgens Gyldensted 'deelt constructieve journalistiek DNA met journalistieke stromingen als burgerjournalistiek' (Gyldensted, 2015, p.25). Constructieve journalistiek is democratischer dan 'klassieke journalistiek', niet louter informerend maar ook gericht op het betrekken van het publiek bij het nieuws en daarmee op het starten van publieke debatten. Op die manier burgers kritisch en betrokken maken is een algemene taak van journalisten, volgens De Vreese & Boomgaarden (2006). Je moet burgers niet alleen informeren over belangrijke gebeurtenissen, maar ze ook stimuleren déél te nemen aan die gebeurtenissen. Denk bijvoorbeeld aan een volksvertegenwoordiging, waar burgers hun stem kunnen uitbrengen.

Schudson (2009) en Waisbord (2013) noemen dit proces 'advocacy journalism': de media zetten zich in voor een bepaald politiek programma of sociaaleconomisch proces ten behoeve van de bevolking. Door de bevolking een spiegel voor te houden, kan de journalistiek zo zorgen voor een kritische samenleving, die inziet dat verandering mogelijk is. Een objectieve en onpartijdige houding zou namelijk ook over kunnen komen als passief. De bevolking accepteert de situatie en problemen dan voor wat ze zijn, en komt zo sneller in een negatieve, machteloze spiraal (Seligman, 2011) terecht: alweer negatieve berichten. 'Het houdt niet op'.

Constructieve journalistiek houdt, wat betreft de rol van de journalist, dus in dat objectivisme geen eis is, maar onafhankelijkheid en transparantie wél. Journalisten hebben werk bij de gratie van genoeg kijk-, lees- en luistercijfers voor hun platform en dat maakt dat zij niet helemaal belangeloos zijn. Dat blijkt uit hun advocacy-rol, waar zij de belangen van de maatschappij najagen, maar ook uit het feit dat zij letten op hoe goed stukken gelezen, of programma's bekeken worden. Dat zij het publiek steeds meer zien als consument (Brants, 2012. p.55). Als negatief nieuws lezers, kijkers en luisteraars wegjaagt, is constructieve journalistiek dan een middel om lezers terug te halen of zelfs te binden?

1.5. Samenvattend

Binnen de constructieve journalistiek zijn er volgens de bovengenoemde theorie verschillende manieren om een onderwerp aan te vliegen, om te interviewen en om stukken te schrijven. Om mensen te helpen de wereld positief te 'vertalen' en hen daarmee achter te laten met meer hoop en grip op de wereld moet een journalist volgens Gyldensted vijf elementen toepassen tijdens het produceren van nieuws: verder kijken dan hij of zij gewend is, niet bang zijn om te brainstormen, de vraagstelling veranderen, de juiste vertelstijl gebruiken en nadenken over de toekomst. Deze elementen zijn gestoeld op positieve psychologie.

Naast psychologische factoren verhelderen ook sociologische factoren zoals de veldentheorie en doxaleer van Bourdieu en het bijbehorende boundary work de artistieke en inhoudelijke keuzes van journalisten. Veel van deze keuzes maken zij onbewust, beïnvloed door de omgeving en journalistieke normen en waarden.

Het toepassen van constructieve journalistiek vereist een andere manier van denken die speelt met de reeds bestaande grenzen, normen, waarden en percepties van wat nieuws is.

Op welke wijze dit in de praktijk tot uiting komt en hoe journalisten dit ervaren wordt duidelijk in de analyse.

2. Onderzoeksmethoden

Om antwoord te kunnen geven op de onderzoeksvraag is gebruik gemaakt van een literatuurstudie en een kwalitatieve inhoudsanalyse. Het empirische materiaal voor de inhoudsanalyse bestaat uit negen interviews afgenomen bij journalisten afkomstig van zes verschillende mediaplatformen. Uit deze interviews zijn met behulp van het theoretische kader en een coderingsproces opvallende patronen en kenmerken gedestilleerd. De literatuurstudie en het daaropvolgende theoretische hoofdstuk dienden hierbij vooral als een theoretisch framework en als kapstok voor de inhoud van de interviews.

De gevonden patronen en kenmerken zijn vervolgens door de inductief-iteratieve (Bryman, 2008) eigenschap van de kwalitatieve inhoudsanalyse keer op keer met elkaar vergeleken en aangepast. De specifieke bevindingen werden daarbij getoetst en verklaard aan de hand van de algemeen bekende theorie, verkregen door literatuurstudie. Op die manier volgde uiteindelijk een weloverwogen, gedetailleerde analyse over ervaringen met constructieve journalistiek in de praktijk. De analyse van de inhoud en de literatuurstudie dient als hulpstuk voor Omroep West tijdens het werken met constructieve journalistiek.

2.1. Data

Er zijn vragen gesteld aan negen journalisten, afkomstig van zes verschillende mediaplatformen over constructieve journalistiek en de door hun gemaakte keuzes op dat gebied. Om een zo'n volledig mogelijk beeld te geven van constructieve journalistiek in de praktijk is er geprobeerd zo veel mogelijk journalisten die met deze journalistieke methoden werken te spreken. Met behulp van, door de journalist vooraf gekozen, voorbeeldartikelen gaven zij vervolgens aan hoe die keuzes er in de praktijk uit kunnen zien. De voorbeeldartikelen functioneerden tevens als controlemiddel op hun eerder gegeven antwoorden. Is wat journalisten wenselijk vinden ook daadwerkelijk uitgevoerd in hun gekozen voorbeelden? Waarom wel of niet? Door eventuele verschillen tussen wens en praktijk worden nuances in denk- en werkwijzen binnen de constructieve journalistiek duidelijk.

Omdat bleek dat bovengenoemde verschillen tussen wens en praktijk niet opvallend aanwezig waren is gekozen om de voorbeeldartikelen te gebruiken ter verduidelijking van de antwoorden van journalisten, in plaats van als controlemiddel.

De interviews zijn afgenomen bij journalisten van de volgende nieuwsplatformen:

- De Correspondent: Sanne Blauw
- Brandpunt+: Liesbeth Staats en Jelle Broekroelofs
- NOS: Marcel Gelauff
- NOS op 3: Melvin Captein en Nick Felix
- Trouw: Martijn Roessingh en Maaike van Houten
- NRC: Stijn Bronzwaer

Bovengenoemde platformen NOS en NRC zijn toonaangevend en worden gezien als betrouwbaar als het gaat om het brengen van nieuws (Reuters, 2018). De Correspondent, Brandpunt+ en Trouw om hun constructieve benadering van het nieuws. Bovendien heeft de NOS ook een crossmediaal platform genaamd 'NOS op 3' dat gebruik maakt van (delen van) de werkwijze van constructieve journalistiek. De combinatie van die twee 'expertises' zorgden voor een helder beeld over de toepassing van constructieve middelen door journalisten.

“NOS op 3 laat zien dat de waarheid nooit eenduidig is en dat er meerdere perspectieven zijn bij ieder nieuwsverhaal. Hierbij is de website leidend. Dit betekent dat de redactie materiaal plaatst zodra dat binnen is en ook laat zien met welke verhalen zij bezig is” (over.nos.nl). Het feit dat NOS op 3 meerdere perspectieven laat zien, transparant is en daarmee de hele waarheid probeert te verslaan, maakt dat het crossmediale platform thuishoort in het rijtje van De Correspondent en Brandpunt+.

Dagblad Trouw kwam in 2017 met de nieuwe commercial ‘een ander geluid’. Reclamebureau Kokoro laat hierbij weten: “Trouw pleit in nieuwe campagne voor een ander geluid. Constructief nieuws dat oplossingen aandraagt in plaats van problemen herhaalt. Want wat er in de wereld gebeurt hebben ze als krant niet in de hand. Hoe het gebracht wordt gelukkig wel.”

De manier waarop gebeurtenissen onder de aandacht gebracht worden is de kern van de constructieve journalistiek. Het gaat immers om ‘het volledige beeld van de wereld’ waarbij problemen en dilemma’s die er nou eenmaal zijn van verschillende kanten belicht worden.

2.1.1. Interviews

De negen afgenomen interviews bevatten vragen in vier categorieën. Deze categorieën hebben elk een eigen functie ten opzichte van de onderzoeksvraag.

- Hoe definiëren de geïnterviewde journalisten constructieve journalistiek? (Wat?)
- Wat zijn de motivaties om voor constructieve journalistiek te kiezen volgens de geïnterviewde journalisten? (Waarom?)
- Hoe passen de geïnterviewde journalisten constructieve journalistiek toe op hun producties? (Hoe?)
- Hoe ervaren de geïnterviewde journalisten het werken met constructieve journalistiek? (So what?)

Normaal gesproken zijn de ‘wat-, waarom-, hoe- en so what’-vragen bedoeld om een onderzoeksvraag op te stellen en zeker te weten dat de onderzoeksvraag het betreffende onderwerp van alle kanten belicht. De intentie van deze categorieën is hetzelfde: het onderwerp ‘constructieve journalistiek’ zo volledig mogelijk bevragen. De opgestelde vragen, naar aanleiding van bovengenoemde categorieën, zijn kort in te delen in de onderstaande topiclijst.

Waar de bovengenoemde vier categorieën als hulpmiddel dienden om tijdens de interviews zo volledig mogelijk het onderwerp te belichten, diende de onderstaande topiclijst als structurerende leidraad voor de inhoud van het interview. De hoofdvragen zoals hierboven benoemd zijn op te delen in deelvragen. Op deze manier is de uiteindelijk gestelde vraag minder ‘algemeen’ en makkelijker te beantwoorden.

Omdat de onderzoeksvraag ‘**wat zien journalisten als de meest wenselijke manier om constructieve journalistiek toe te passen in de praktijk en waarom is dit volgens hen nodig?**’ is, moest er eerst duidelijk worden wát constructieve journalistiek volgens elke individuele journalist is en wat een nieuwsproductie (dus) moet bevatten om constructief te zijn. Pas toen duidelijk was welke definitie journalisten voor zichzelf aanhouden kon er gekeken worden naar de toepassing in de praktijk. Het zorgt voor een scherper interpretatiekader voor de rest van de gegeven antwoorden. Daarnaast is het interessant om te weten welke verschillende definities er gegeven worden en hoe zeer die van elkaar verschillen.

In de praktijk bestaat constructieve journalistiek uit enerzijds motivering en wensen van individuele journalisten en anderzijds uit praktische elementen die komen kijken bij het uitvoeren van constructieve journalistiek. Praktische elementen vormen de inhoud en vorm van een nieuwsproductie en zorgen voor een bepaalde werkwijze op redacties. Persoonlijke en professionele motivaties kunnen duidelijk maken waarom constructieve journalistiek wel of niet bevalt en waarom constructieve journalistiek wel of niet belangrijk is volgens de geïnterviewde journalisten.

Ten slotte is het belangrijk om te weten waarom constructieve journalistiek überhaupt relevant is voor de media- en journalistieke wereld, volgens de geïnterviewde journalisten. De antwoorden op de 'so what?'- vraag voegen deze relevantie toe.

Wat?

- Wat is constructieve journalistiek volgens jullie?
- Wat moet een product bevatten om constructief te zijn?

Hoe?

- Hoe ziet publiek jullie constructieve manier van werken terug in jullie producties?
- Hoe ging de doorvoering van de constructieve werkwijze bij jullie?
- Zijn er dingen waar een nieuwsplatform op moet letten bij doorvoeren van deze werkwijze?

Waarom?

- Waarom hebben jullie besloten constructieve journalistiek toe te gaan passen?
- Waarom hebben jullie deze specifieke keuzes gemaakt?

So what?

- Hoe ervaren jij en collega's de constructieve werkwijze?
- Wat doet constructieve journalistiek met de kwaliteit van jullie producties?
- Voelen jullie je verantwoordelijk voor het effect van deze werkwijze?
- Waarom zou Omroep West dit wel/niet ook moeten proberen?

Na de bovengenoemde vragen te hebben behandeld in een half gestructureerd interview kwam een nieuwsbericht, de best practice van de betreffende journalist, op tafel. Aan de hand van dat bericht zijn vervolgens specifiekere vragen gesteld over de toepassing van constructieve journalistiek. Dit gold vooral als een test voor de eerder gegeven antwoorden. Door de journalist nogmaals vragen te laten beantwoorden over de werkwijze, maar nu met concreet voorbeeldmateriaal in handen, konden er nieuwe inzichten naar boven komen.

- Hoe ziet publiek jullie constructieve manier van werken terug **in dit artikel**?
- Waarom hebben jullie deze specifieke keuzes **binnen dit artikel** gemaakt?
- Wat doet constructieve journalistiek met de kwaliteit van **jouw productie**?
- Waarom is **dit artikel** jouw best practice op het gebied van constructieve journalistiek?

Omdat uiteindelijk bleek dat de eerder gegeven antwoorden niet veel verschilden van deze 'testvragen' is besloten om ze te gebruiken als verduidelijking in plaats van als test.

2.1.2. Best practice-artikelen

De verschillende journalisten droegen elk hun eigen best practice-artikel aan. In interviews waar twee journalisten aan het woord waren kwamen er dan ook twee artikelen op tafel.

- Melvin Captein (NOS op 3): 'Bijles van Darine (20) zit stampvol'

- Nick Felix (NOS op 3): ‘Deze broers willen met hun drone de wereld landmijnvrij maken’
- Liesbeth Staats (Brandpunt+): ‘De imam is een vrouw’
- Jelle Broekroelofs (Brandpunt+): ‘De downloaders’
- Martijn Roessingh (Trouw): ‘Een broek voor een tientje? Dat kan niet kloppen’
- Maaïke van Houten (Trouw): ‘Een broek voor een tientje? Dat kan niet kloppen’
- Sanne Blauw (De Correspondent): ‘Waarom slimme mensen domme dingen zeggen’
- Stijn Bronzwaer (NRC): ‘Als we snel zijn zijn de apen nog te redden’

Stijn Bronzwaer is adjunct-hoofdredacteur en schrijft zelf weinig artikelen, maar houdt andermans schrijfsproces nauwlettend in de gaten. Op die manier kon hij veel vertellen over de productie van zijn collega.

Marcel Gelauff gaf van tevoren al aan ‘niet aan constructieve journalistiek te doen’, dus die had vanzelfsprekend ook geen best practice-artikel. Er zijn aan hem dan ook geen vragen gesteld over specifieke artikelen en de daarbij behorende gemaakte keuzes.

2.2. Coderingsproces

Om inzicht te krijgen in inhoudelijke patronen en thema’s binnen de interviews, is coderen een onmisbaar proces binnen een kwalitatieve inhoudsanalyse. Door middel van codering wordt snel duidelijk welke fragmenten uit interviews belangrijk en relevant zijn voor de onderzoeksvraag en wat, na vergelijking en concludering, terugkerende patronen en thema’s zijn.

Voor het coderen zijn de interviews op verschillende niveaus gelezen. Allereerst werden ze gescand. Daarna werden de interviews nogmaals gelezen, maar per specifiek gegeven antwoord. Elk antwoord kreeg een trefwoord of ‘label’ toegewezen. Tot slot werd er nogmaals op antwoord-niveau gelezen, maar dan met de eerder gelezen theorie in het achterhoofd, op zoek naar een code en eventueel een subcode. Dit proces heet ‘open coderen’ (Boeije, 2016).

Voorbeeld van open codering uit het interview met Brandpunt+: een interviewfragment met daarbij behorende labels en sublabels.

Wat is constructieve journalistiek volgens jullie?

L: “het werd aangekondigd als een hele grote koerswijziging, maar ik vind het in de praktijk wel meevallen.”

“Je stelt gewoon één vraag extra: ... wat mij betreft ‘en hoe nu verder?’ > ‘en wat nu?’.”

B: “Wat mij betreft is constructieve journalistiek een vertelwijze en niet een discipline op zichzelf.” “Het is iets wat eigenlijk altijd al door journalisten is gedaan” “hoe nu verder?”.

“Het is een vertelwijze, maar doorgeslagen vorm is natuurlijk projectjes-tv of -journalistiek. Goede doelen-tv kan echt niet de bedoeling zijn.”

L: “naam is een beetje misleidend. Want heel veel mensen denken dat het een vervanging is voor goede journalistiek. Het is een toevoeging.”

B: deels, “maar je vult het ook anders in.” “je stelt andere vragen.”

Labels en sublabels

- Geen ‘grote koerswijziging’/discipline
 - o toevoeging
- Niet nieuw
- Geen goede doelen tv

- Géén positieve journalistiek
- Toekomstgericht
- Vertelwijze

Door de labels van alle interviews vervolgens in te delen per gestelde vraag werden er patronen, overeenkomsten en verschillen duidelijk tussen de journalisten. Soms sloegen gegeven antwoorden, en de daarbij behorende labels meer op een andere vraag, of gingen zij erg duidelijk over één specifiek onderwerp. De indeling van alle labels onder de interviewvragen corresponderen dus niet honderd procent met de daadwerkelijke indeling van de interviews, zoals afgenomen.

Voorbeeld uit indeling van alle labels per vraag:

Wat is constructieve journalistiek volgens jullie?

- Geen eenduidige definiëring
- Géén positieve journalistiek
- Oplossingsgericht
- Veranderingsgericht
- Toekomstgericht
- Perspectief bieden
- Handvatten bieden
- Hoop bieden
- Geen grote koerswijziging maar...
- ...Aanvulling op wat er al is

Concreet

- Actieve rol voor journalist
- Activeren en motiveren

Omdat dit nog niet theoretisch genoeg was, en dus niet direct aan te sluiten was op het theoretische kader, moesten deze labels of trefwoorden, want dat zijn het eigenlijk, ingedeeld worden op een meer theoretische wijze. Toen pas waren het codes te noemen, en toen pas waren ze bruikbaar voor een theoretische analyse.

De labels ‘geen eenduidige definiëring’, ‘géén positieve journalistiek’ en ‘veranderingsgericht’, toekomstgericht’ en ‘perspectief bieden’, lieten zien dat er geen duidelijk antwoord is op de vraag ‘wat journalistiek volgens de geïnterviewde is’. Algemener, en theoretischer, geformuleerd werden deze labels dan ook de codes ‘discussie over concept’ en ‘eigen definities’. De codes konden geïnterpreteerd worden met behulp van theorie over boundary work.

<ul style="list-style-type: none"> - Boundary work - Frames - Doxaleer 	<ul style="list-style-type: none"> - Journalistieke methode - Positive psychology
<p>Discussie over concept Eigen definities Kerntaak versus randzaken</p>	<p>Invalshoeken</p> <ul style="list-style-type: none"> - Oplossingsgericht - Veranderingsgericht - Toekomstgericht - Dialoog - Nuance

Met behulp van deze codes, en verschillende theorieën om de codes aan op te hangen, konden de antwoorden van geïnterviewde journalisten geïnterpreteerd worden.

Zie bijlagen voor de volledige versies van de verschillende coderingsfasen.

3. Analyse

De antwoorden op ‘Hoe definiëren de geïnterviewde journalisten constructieve journalistiek?’, ‘Wat zijn de motivaties om voor constructieve journalistiek te kiezen volgens de geïnterviewde journalisten?’, ‘Hoe passen de geïnterviewde journalisten constructieve journalistiek toe op hun producties?’ en ‘Hoe ervaren de geïnterviewde journalisten het werken met constructieve journalistiek?’ geven een concreet beeld van ‘constructieve journalistiek in de praktijk’ en bieden inzicht in hoe én waarom journalisten tot hun uiteindelijke inhoudelijke en artistieke keuzes komen bij het produceren van constructief nieuws.

Na het afnemen van negen interviews bij zes verschillende nieuwsmedia zijn er dan ook verschillende patronen te destilleren uit alle gegeven antwoorden.

Met behulp van sociologische theorie worden de keuzes en motivaties van de journalisten met betrekking tot constructieve journalistiek inzichtelijker. Vooral Bourdieu’s veldentheorie met daarbinnen de doxaleer, individueel kapitaal en de habitus werken verhelderend. Theorie over boundary work hangt hier nauw mee samen. Ook de positieve psychologie, waaronder negatieve en positieve ‘explanatory styles’ vallen, biedt inzicht in deze keuzes en motivaties. Ten slotte biedt theorie over ‘nieuwswaardigheid’, waaronder nieuwswaarden vallen, ons een interpretatiekader voor de antwoorden van de geïnterviewde journalisten over de beoordelingen van kwaliteit van specifieke constructieve nieuwsberichten. Deze nieuwswaarden worden geformuleerd en toegepast in verschillende stadia van nieuws maken: tijdens de selectie van nieuws, de productie van nieuws en bij het bepalen welke ‘news values’ een bericht moet hebben.

3.1 Sociologie

De geïnterviewde journalisten zijn continue in discussie met collega’s over wat het journalistieke veld inhoudt en in moet houden, wat binnen de grenzen van constructieve journalistiek valt en wat erbuiten. Discussies over wat constructieve journalistiek precies is, wat het níet is en over hoe een journalist binnen constructieve journalistiek moet functioneren sluiten daarbij aan. ‘Boundary work’ helpt deze discussies, dit ‘aftasten van de grenzen van het journalistieke veld’, te duiden. Nieuwswaardigheid en de daaronder vallende nieuwswaarden bepalen vervolgens of een productie constructievejournalistiek-waardig genoeg is, of niet. Het feit dat die waarden en grenzen gevormd worden door ofwel *gut feeling* (ingegeven door doxa, habitus en kapitaal), ofwel invloeden van buitenaf kan weer verklaard worden met behulp van Bourdieu’s veldentheorie.

3.1.1 Boundary work

De frasen ‘holle term’, ‘je kunt er van alles onder verstaan’, ‘misleidend’, ‘veel mensen denken’ en ‘het grootste misverstand wat erover bestaat’ laten de discussie over de definiëring van constructieve journalistiek zien.

Melvin Captein van NOS op 3 noemt constructieve journalistiek “Een hele holle term. Je kunt er van alles onder verstaan” en zelfs een vorm die “niet alleen maar goed nieuws brengt. Dat is volgens mij het grootste misverstand wat erover bestaat”. Marcel Gelauff, hoofdredacteur van NOS Nieuws zegt zelfs letterlijk: “Je kan natuurlijk discussiëren over wat constructieve journalistiek is...”.

Martijn Roessingh van Trouw bevestigt deze standpunten door te stellen dat “er heel veel verschillende dingen over gezegd worden”. Bij Brandpunt+ noemt Liesbeth Staats de term constructieve journalistiek ‘misleidend’.

Bovengenoemde discussie vindt volgens de geïnterviewde journalisten vooral plaats onder mensen die deze vorm van journalistiek níet toepassen. De passieve, afstandelijke formuleringen als ‘je kan’, ‘heel veel mensen’, ‘mensen denken’ en ‘er worden dingen gezegd’ laten namelijk zien dat de journalisten het niet over zichzelf hebben, maar over outsiders.

Staats: “want veel mensen denken dat het een vervanging is voor goede journalistiek”. Uit die formulering blijkt dat ze het zelf níet zo ziet.

Sanne Blauw van de Correspondent beaamt dat. “Mensen denken altijd dat het goednieuws-journalistiek is maar dat hoeft niet per se”. Captein meent dan ook dat het van belang is dat bij het doorvoeren van constructieve journalistiek als werkwijze “iedereen hetzelfde gevoel en begrip heeft bij de term”.

De journalisten die zich wél bezighouden met constructieve journalistiek, de insiders, weten precies wat constructieve journalistiek is en houden die definiëringen bij zichzelf. De journalisten praten daarbij vanuit hun eigen journalistieke veld en bakenen hun grenzen af door ‘voor ons’, ‘volgens mij’ en ‘wat mij betreft’ te gebruiken aan het begin van een definiëring van constructieve journalistiek.

Een paar voorbeelden. Nick Felix, van NOS op 3: “Voor mij moet het vooral heel concreet zijn in de oplossing die het aandraagt”. Stijn Bronzwaer van NRC: “Voor ons is het heel erg een invalshoek”. Jelle Broekroelofs van Brandpunt+: “Wat mij betreft is constructieve journalistiek niet een discipline op zichzelf”.

Ook Gelauff houdt de definiëring bij zichzelf. Hij associeert constructieve journalistiek met positieve journalistiek. Hij voert dat aan als reden om niet aan constructieve journalistiek te willen doen. “Wij doen er niet aan... Het woord ‘constructive journalism’ heeft voor mij toch wat te veel associaties met positieve journalistiek. Dus als je zou zeggen ‘wij gaan constructieve journalistiek doen’ in de zin van dat we ons echt gaan richten op goed nieuws ... dan sluit je je af van een deel van de wereld waar je je blijkbaar niet meer over wilt berichten. Dat maakt je bril eenzijdig. Dat vind ik er niet goed aan”.

Deze stelling van Gelauff is opvallend, want waar de andere geïnterviewde mediaplatformen, inclusief dochterplatform NOS op 3, het erover eens zijn dat constructieve journalistiek níet hetzelfde is als positieve journalistiek, ziet Gelauff dat wel zo. Ook deze discussie over welke labels al dan niet gelden voor constructieve journalistiek als journalistieke stroming laat daarmee zien dat journalisten continu grenzen aan het afbakenen zijn.

Verschillende geïnterviewde journalisten noemen, zoals eerder beschreven, ‘positieve journalistiek’ als label waarmee constructieve journalistiek *ten onrechte* geassocieerd wordt.

Maaïke van Houten van Trouw stelt: “Het is niet zozeer positief. Het is gewoon onderdeel van de werkelijkheid”. Captein vult dat statement aan met dat “constructieve journalistiek niet alleen maar goed nieuws brengen is wat gewoon een glimlach op je gezicht tovert. Het moet niet een soort van goed nieuws-show worden”. Staats en Broekroelofs beamen dat. “Doorgeslagen vorm is natuurlijk projectjes-tv. Goede doelen-tv kan echt niet de bedoeling zijn”.

Onderzoekers Gyldensted en haar collega McIntyre herkennen net als de geïnterviewde journalisten ook het label ‘positieve journalistiek’. Ook zij benadrukken dat dit niet hetzelfde is als constructieve journalistiek, omdat journalisten bij constructieve

producties gebruik maken van nieuwswaarden. Bij positieve journalistiek zouden die ontbreken. (Gyldensted& McIntyre, 2015).

Het is door het stellen van deze grenzen duidelijk dat het tegenovergestelde van de negativity bias, de 'positivity bias' ook een scenario is waar niemand op zit te wachten: het publiek niet, maar de journalist ook niet.

De geïnterviewde journalisten noemen meer labels waar constructieve journalistiek volgens hen onterecht mee wordt geassocieerd. Constructieve journalistiek moet gezien worden als "een toevoeging", volgens Staats. Niet als "vervanging" of "hele grote koerswijziging, zoals het werd aangekondigd". Bronzwaer benadrukt dat "het geen aparte 'rubriek' ofzo" is. Van Houten beaamt dat. "Het is dus geen kunstje, maar een integraal onderdeel van de werkelijkheid". Bronzwaer vervolgt: "Het wekt zo'n verwachting als je zegt: nú gaan we heel erg constructieve journalistiek omarmen. Vanaf nú gaan we vijf keer per maand...".

Hoewel "je kunt zeggen dat je als journalist je plicht verzaakt als je je alleen maar focust op wat níet goed gaat", aldus van Houten. Staats bevestigt hierbij het label 'aanvulling' opnieuw: "Je stelt gewoon één vraag extra". "Het is eigenlijk iets wat altijd al door journalisten is gedaan. Ik wil echt met nadruk bestrijden dat dit nieuw is. Constructieve journalistiek bestaat al lang maar het heeft nu een stempel gekregen" vult collega Broekroelofs nog aan.

Gelauff noemt constructieve journalistiek 'eenzijdig': "Je sluit je af voor een deel van de wereld waar je blijkbaar niet meer over wilt berichten. Dat maakt je bril eenzijdig".

Bovendien stelt hij dat "Je er natuurlijk een *niche* van kan maken omdat je denkt dat er een gat in de markt zit en je jezelf wilt versterken op die manier".

Ook dit statement van Gelauff is opvallend. De labels die duidelijk maken wat constructieve journalistiek volgens de overige geïnterviewde journalisten wél is, komen namelijk neer op "een vertelwijze, en niet een discipline op zichzelf" aldus Broekroelofs. Ook op "een toevoeging op de verhalen die je al maakt" en "een aanvulling op dingen die afwijken van de norm, die misgaan en op misstanden", volgens Captein en Felix. Ten slotte noemt Bronzwaer het "meer een invalshoek bij een verhaal. Het is gewoon een interessante aanvulling op wat we doen en daarom gebruiken we het vaker als invalshoek".

Waarmee de journalisten hun eerdere mening, dat constructieve journalistiek geen harde methode, geen kunstje en geen op zichzelf staande discipline is, bevestigen.

Bovendien "is het eigenlijk zelfs een "integraal onderdeel van de werkelijkheid" (Trouw).

Zij spreken Gelauff hierdoor direct tegen, die stelt dat constructieve journalistiek niet toevoegt, maar inperkt. Met behulp van theorie over boundary work valt op dat Gelauffs ideeën buiten de, door de geïnterviewde journalisten gestelde, grenzen van het constructieve journalistieke veld vallen.

3.1.1.1 Journalistieke identiteit

Niet alleen de vraag 'hoe definieer je constructieve journalistiek?' bepaalt wat binnen en wat buiten de grenzen van journalistiek valt. De identiteit van een journalist, en hoe die er volgens de geïnterviewde journalisten uit zou moeten zien als hij of zij constructieve journalistiek bedrijft, is ook onderdeel van deze grensbepaling. Uit de interviews blijkt namelijk dat journalisten continu bezig zijn met zich afvragen wie zij zijn, waarom zij doen wat ze doen en wat ze zouden móeten doen om binnen de grenzen van het journalistieke veld te blijven.

Volgens Rob Wijnberg is een constructieve journalist niet per se een objectieve journalist. "Objectiviteit is een illusie. Alle verslaggeving is een product van subjectieve keuzes die gemaakt zijn door de mensen die de verhalen maken. Maar geven om de

wereld om je heen maakt je nog niet meteen een activist. Hoewel, tegen de mensen die volhouden dat dit activisme is, zeg ik: dan is het een goed ding” (zoals geciteerd door Gyldensted, 2015).

Het geven om de wereld is een terugkomend kenmerk van de identiteit van de geïnterviewde journalisten. Zij voelen zich op meerdere vlakken verantwoordelijk. Zo willen zij het publiek activeren en activeren. Ze willen discussies aanjagen, starten, suggesties aandragen en problemen aankaarten. In het kort: ze willen impact hebben op de wereld om hen heen.

De definitie ‘advocacy journalism’ van Schudson (2009) en Waisbord (2013) helpt deze gewenste identiteit te verhelderen. De journalisten zetten zich volgens de onderzoekers in voor een sociaal, maatschappelijk of anderszins relevante ontwikkeling en proberen hun publiek daar actief bij te betrekken. Let wel: “zonder te zeggen dat dat dan de absolute waarheid is, mensen te bereiken of een discussie te starten”, aldus Captein. Blauw wil mensen activeren door “mensen te helpen problemen zelf te herkennen in plaats van dat ze gewoon lui achterover gaan zitten. De impact is groter omdat mensen echt zelf aan de slag kunnen”. Ze voelt zich naar eigen zeggen ‘verantwoordelijk voor die impact’ want ze wilt “mensen gewoon aan het denken zetten”.

Uit de antwoorden van de journalisten blijkt dat een advocacy journalist, volgens de definitie van Schudson en Waisbord, die aan constructieve journalistiek doet zich moet laten leiden door nieuwsgierigheid en verwondering om binnen de grenzen van het constructieve journalistieke veld te passen. Broekroelofs en Staats vinden bijvoorbeeld dat “de anchor zich meer moet durven laten leiden door verwondering. Zich dingen afvragen en niet zeggen ‘zo zit het, wij hebben het onderzoek gedaan en dit is het.’”. Ook Bronzwaer bevestigt het belang van nieuwsgierigheid: “mensen moeten er ook echt in geloven. Schrijven is heel erg je eigen creativiteit en nieuwsgierigheid in een verhaal leggen”. Blauw besloot zich zelfs toe te leggen op een voor haar onbekende discipline, uit nieuwsgierigheid: “Aanvankelijk was ik heel erg van de statistiek... maar na een tijdje dacht ik ‘...het gaat ook heel erg om bewustzijn van je eigen psychologie’. Al dat cijfermisbruik is leuk, maar waar komt dat vandaan?”. Haar artikel werd daardoor uiteindelijk “een soort van oplossing, in de vorm van nieuwsgierigheid”.

Naast nieuwsgierigheid is transparantie volgens de geïnterviewde journalisten een belangrijk onderdeel van de identiteit van een constructieve journalist. Het belang van een transparante houding van journalisten wordt bevestigd door Kovach en Rosenstiel (2014) die benadrukken dat omdát journalisten nooit objectief kunnen zijn, hun methoden dat wél moeten zijn. Zowel Captein als Blauw geven aan de ‘absolute waarheid niet in pacht te hebben’ en Blauw gaat zelfs zover te zeggen “Ik ben altijd heel transparant over mijn eigen tekortkomingen, want ik doe zelf ook wel eens dingen fout. Ik ben niet heiliger dan de paus”.

Dit heeft direct te maken met je laten leiden door nieuwsgierigheid: “Als je de hele tijd communiceert wat je methode is en transparant bent dan stel je jezelf ook kwetsbaar op en laat je ook weer ruimte voor de vraag ‘doen wij het wel goed?’”, aldus Staats. Broekroelofs vult aan: “Daar word je ook heel controleerbaar door”. Waarmee de journalisten aangeven dat collega’s die níet transparant zijn over hun tekortkomingen minder controleerbaar zijn en als advocacy journalist (de gewenste journalistieke identiteit) niet optimaal kunnen functioneren. Die collega’s vallen buiten de theoretische grenzen.

In sommige gevallen is de constructieve manier van werken en denken direct onderdeel van ‘de genen’ van het medium. Zowel Blauw als Roessingh en Felix geven aan het ‘niet uitsluitend negatief denken’ te ervaren als vanzelfsprekend omdat het onderdeel is van hun identiteit.

“De Correspondent is er natuurlijk helemaal op gebouwd. Ik ken geen andere journalistiek, voor mij is dit gewoon ‘de manier van werken’”, aldus Blauw. Ook Felix ontgaat constructieve journalistiek als invalshoek bijna, zo normaal is het op de werkvloer. “Het gaat er gewoon heel vaak over. Het zit er bij ons zo ingebakken dat het vaak gewoon natuurlijk ter sprake komt”. Bovendien geeft hij aan dat het bij zijn persoonlijkheid past. “Het is een generatieding, dat ik niet alleen maar wil horen wat er misgaat. Gewoon omdat volgens mij niet alles misgaat”. Van Houten beaamt dat het iets persoonlijks kan zijn. “Puur cynische mensen zullen hier niet zo goed op hun plek zijn”. Bovendien zit “het geloof dat de maatschappij ten goede kan veranderen op het moment dat je je daarvoor inzet” letterlijk in de genen van de krant door het sterk protestantse ontstaanskarakter van Trouw. Hoewel vanzelfsprekend, en dus onbewuster dan eigenschappen van constructieve journalistiek waar concreet over gediscussieerd wordt, zijn ook deze ‘aangeboren’ eigenschappen volgens de geïnterviewde journalisten blijkbaar van belang voor een constructieve journalist. De juiste invulling van eigenschappen als ‘generatie’, ‘geloof’ en ‘cynisme’ kunnen bepalend zijn voor wie er op natuurlijkere wijze meer ‘geschikt’ is om binnen de constructieve grenzen te vallen en wie minder.

Bovenstaande eigenschappen vormen volgens de geïnterviewde journalisten de gewenste identiteit van een journalist die constructieve journalistiek bedrijft. Zij noemen echter ook nog een aantal verantwoordelijkheden die een journalist heeft en waar hij of zij aan zou moeten voldoen. Het verschil tussen de hierboven omschreven eigenschappen van de advocacy journalist en zijn of haar verantwoordelijkheden is dat de geïnterviewden een advocacy journalist willen zijn, en zij verantwoordelijk móeten zijn.

Deze verantwoordelijkheden worden gevormd en beïnvloed door de omgeving. Onderstaande journalistieke doxa's zijn de ongeschreven regels, normen en waarden waar een journalist zich volgens de geïnterviewden aan moet houden.

3.1.2 Bourdieu's veldentheorie

3.1.2.1 Het journalistieke veld

De discussies over het concept ‘constructieve journalistiek’ zorgen ervoor dat grenzen van het journalistieke veld ook ter discussie staan. Feit blijft dat, of constructieve journalistiek nieuw is of niet, het een aanvulling is op ‘verhalen die men al maakt’. En dat, volgens Liesbeth Staats, journalisten moeite met de stroming kunnen hebben omdat “het heel moeilijk is om de wereld zelf ook anders te bekijken en niet meer zo gefocust te zijn op ellende en dreiging” en omdat “als je het al heel lang op een andere manier hebt gedaan het veel aanpassingsvermogen vergt om je anders op te stellen ten opzichte van je onderwerp”.

Ondanks dat ervaren de geïnterviewde journalisten hun huidige werkveld overwegend als ‘van nature constructief’ door ‘genen’ van het mediaplatform in kwestie, en vinden de constructieve werkwijze in sommige gevallen ‘vanzelfsprekend’. Daarnaast ervaren zij een constructief werkveld als prettig, als rustiger “want we gunnen onszelf wat meer tijd om ‘die *angle*’ te vinden. Je bent minder een nieuwsfabriek”, volgens Captein. De journalisten ervaren hun werkveld ook als positiever, want “het is fijn dat je mensen met een ander gevoel kan achterlaten en dat zorgt voor een positief gevoel op de redactie” en als een werkveld waarin de kwaliteit van producties erop vooruitgaat. “Het niveau wordt wel beter omdat we nu een zo compleet mogelijk beeld van een probleem kunnen geven”, aldus Bronzwaer.

De moeilijkheden die journalisten ervaren met constructieve journalistiek, hebben volgens de geïnterviewde journalisten te maken met de verandering van oude gewoontes en regels binnen het journalistieke veld. Zowel NRC als NOS op 3 en Trouw maken daarbij onderscheid tussen ‘oude en nieuwe generatie’-journalisten, ‘klassieke en moderne’ journalisten en ‘jonge en oude’ journalisten.

Bronzwaer: “Je moet het niet van bovenaf opleggen ‘jullie moeten nu dit doen of we gaan nu dit doen...’ veel van de klassiekere journalisten gaan daar heel erg tegen in het verweer”. Captein herkent dat: “Ik denk dat de wat ‘oudere’ collega’s, met alle respect, gewoon gewend zijn dingen op een bepaalde manier te doen. En dat journalistiek op een bepaalde manier werkt. Gewoon kritisch en hard erop en feitelijk en dat is het. Maar wij zijn wel een nieuwe generatie journalisten waarbij veel meer de discussie wordt gevoerd ‘wat is journalistiek?’ en ‘wat maakt daar allemaal onderdeel van uit?’”.

Uit bovenstaande informatie valt op te maken dat de ‘oude garde’ zich aangevallen voelt in haar sociale- en kenniskapitaal. Er wordt opeens indirect gezegd dat het anders kan dan hoe zij het altijd deden. Maar zij hebben toch de meeste kennis? Ze voelen zich van de hiërarchische ladder glijden, terwijl dat in de praktijk helemaal niet nodig hoeft te zijn. Want, aldus Broekroelofs: “Je kan ouderwetse journalistiek gewoon heel constructief bedrijven”.

De journalistieke doxa’s, de ongeschreven regels, normen en waarden waar een journalist zich aan moet houden volgens de geïnterviewden en de verantwoordelijkheden die zij hebben, bepalen mede hoe een journalist zich moet gedragen in het constructief-journalistieke veld en kunnen dus wellicht als houvast dienen. Andersom: als die dus veranderen is dat voor sommige (‘oude’) journalisten lastig.

3.1.2.2. Doxaleer en journalistieke verantwoordelijkheid

Eén van de normen en waarden waar constructieve journalisten aan moeten voldoen is volgens Roessingh ‘met een open blik naar de wereld kijken’. “Je moet überhaupt open het probleem in gaan. Je stelt je open voor heel veel aspecten en details en nuances van het probleem”. Journalisten moeten verder kijken dan ze gewend zijn. “Ook even die volgende stap zetten”, aldus Sanne Blauw. De geïnterviewde journalisten stellen dat je op die manier beter in staat bent het volledige verhaal te vertellen, een andere verantwoordelijkheid van de journalist. Bronzwaer: “Een zo compleet mogelijk beeld van een probleem kunnen geven maakt je stuk wel beter. Alleen oplossingen of alleen problemen in de krant zetten is ook niet goed”. Van Houten bevestigt dat: “Je kan ook zeggen dat je je plicht verzaakt als je alleen maar focust op wat er niet goed gaat. Het totaalplaatje is beter dan als je alleen aan de ene of aan de andere kant gaat hangen.” Staats: “Als je het goed doet, geef je een completer beeld van het probleem dan in de traditionele vorm”. Een completer beeld van een probleem geven is dus goed. Dat blijkt ook uit het feit dat Brandpunt+ het niveau van hun producties ‘hoger is getild’ door constructieve journalistiek. Want “het is nu een heel compleet verhaal”, aldus Broekroelofs.

Door woorden te gebruiken als ‘je moet überhaupt’, ‘is ook niet goed’, ‘je plicht’, en ‘als je het goed doet’, geven journalisten te kennen dat sommige dingen een ‘moeten’ zijn als je je ‘plicht’ goed wil vervullen. De normen en waarden die aan een journalist gesteld worden.

Zelfbenoemd tegenstander van constructieve journalistiek Gelauff hecht ook heel veel belang aan een compleet verhaal en dat is zijn argument om constructieve journalistiek níet de juiste methode te vinden. “Dan sluit je je af van een deel van de wereld waar je

blijkbaar niet meer over wilt berichten. Dat maakt je bril eenzijdig.” Opvallend, want wat blijkbaar voor de meeste journalisten een norm is, keurt Gelauff om dezelfde reden af.

Gedreven door de eerdergenoemde nieuwsgierigheid en verwondering moet de constructieve advocacy journalist volgens de geïnterviewden wel opletten dat hij of zij kritisch en transparant blijft. Felix verwoordt die verantwoordelijkheid als volgt: “Je moet wel je research blijven doen. Ook kritisch naar de goede verhalen kijken”. Het is volgens hem een valkuil om “iets op een podium te hijsen waar óf een commercieel belang achter zit óf dat helemaal niet zo zuiver is. Het is goed om te laten zien dat je het checkt. Dat je er in ieder geval over na denkt en je bronnen goed checkt”. Volgens van Houten is constructieve journalistiek en ‘het totaalplaatje laten zien’ “juist niet kritiekloos, maar heel kritisch”. Broekroelofs stelt daarnaast: “Je bent heel transparant over je methode, daar word je ook heel controleerbaar door”. Die transparantie is volgens hem iets goeds, want “je moet toetsen in plaats van mededelen en vragen blijven stellen. Het is een vorm van wederhoor op je onderwerp”. Binnen de constructieve journalistiek is niet alleen de journalist kritisch, maar ook het publiek. Zij kunnen door betere onderwerp-controle en een transparante werkvorm van de journalist de vinger aan de pols houden.

Andere journalistieke verantwoordelijkheden zijn volgens de journalisten ‘handvatten aanbieden’ en ‘het publiek grip laten krijgen’. Blauw: “Ik denk ook dat het je taak is als journalist om de burger te helpen op zulke grote ontwikkelingen om hen heen grip te krijgen. Om ze te helpen met nadenken over de toekomst”. Bronzwaer bevestigt dat. “Je geeft mensen handvatten om zelf iets te kunnen doen. Om iets bij te dragen”. Reden voor waarom een specifiek artikel een ‘best practice’ was noemde Van Houten: “Dit stuk is typisch een voorbeeld van “wat kun je zelf doen?”.

De journalisten noemen deze verantwoordelijkheden door het hele interview heen maar niet per se als antwoord op ‘wat is jouw verantwoordelijkheid?’. Er kan vanuit gegaan worden dat dit dus, ondanks dat ze daadwerkelijk concreet worden benoemd, ‘ongeschreven en vanzelfsprekende regels en normen en waarden’ zijn. Een journalist moet hier gewoon aan voldoen. Het is een *gut feeling* (Schultz, 2007) die de geïnterviewde journalisten ervaren.

De genoemde verantwoordelijkheden en eigenschappen van een constructieve journalist sluiten goed aan op vier van de vijf elementen waar een constructief journalist op moet letten volgens Gyldensted (2015), zoals besproken in paragraaf 1.1.1. Zij zijn als volgt in te delen binnen Gyldensteds’ elementen van een constructieve journalist.

Expand the mind: een open blik hebben, verder kijken en nuanceren. Een journalist moet zich laten leiden door nieuwsgierigheid en verwondering.

Change the question: een journalist is niet alleswetend en moet vragen stellen in plaats van mededelen. Kritisch blijven, en transparant.

Tell it right: De stijl is niet-cynisch en volledig. Journalisten moeten ‘het totaalplaatje’ beschrijven.

Move the world: Journalisten moeten handvatten bieden, publiek grip laten krijgen.

Storm the brain: Zoals beschreven bij paragraaf ‘kapitaal’ wordt het gezien als een verantwoordelijkheid van de autoriteit binnen het specifieke mediaplatform om controlevragen te stellen en om zijn of haar journalisten scherp te houden. Is de berichtgeving evenwichtig? Is er een oplossing? Bronzwaer, adjunct- hoofdredacteur van NRC, geeft bijvoorbeeld aan journalistieke discussies en gesprekken met zijn journalisten te houden om ze zo te bewegen aan constructieve stukken te werken.

Deze overeenkomsten van gewenste eigenschappen en verantwoordelijkheden tussen de geïnterviewde journalisten en Gyldensted is een bevestiging dat de geïnterviewde

journalisten, óók Gelauff, zich bezighouden met constructieve journalistiek zoals Gyldensted het voorschrijft.

3.1.2.3. *Kapitaal*

Bij het duiden van antwoorden van geïnterviewde journalisten is 'kapitaal' het derde element binnen Bourdieu's veldentheorie wat van pas komt. Er wordt door de geïnterviewde journalisten op een paar manieren gepraat over 'kapitaal'. 'Hoofdredactie' is één van de termen die zij daarvoor gebruiken. Bronzwaer benoemt bijvoorbeeld dat het de taak van de hoofdredactie is om positieve stimulans uit te oefenen op journalisten om ze tot constructieve stukken te zetten. Hij noemt ook "nu moeten jullie allemaal..." en "vanaf nu gaan we vijf keer per maand..." als bevelen die een hoofdredactie aan zijn journalisten zou kunnen geven, maar dat niet moet doen. Een hoofdredacteur heeft veel sociaal- en kenniskapitaal waardoor hij of zij de keuze heeft invloed uit te oefenen en keuze heeft in de manier waarop hij of zij dat doet. Volgens Bronzwaer is het alleen niet slim om dat in de vorm van een bevel te doen. "Je kan het journalisten niet opleggen. Het zijn allemaal erg autonome types... dan krijg je een heel slecht of ongeïnspireerd stuk omdat 'het nou eenmaal moest'... dus als iemand anders voor jou gaat bepalen wat jouw onderzoek moet zijn dan is dat vaak heel lastig". 'Iemand anders' is in dit voorbeeld een meerdere die iemand iets oplegt. Eerder had hij het over deze positie als 'we', dus we kunnen ervan uit gaan dat Bronzwaer, adjunct-hoofdredacteur, het heeft over de hoofdredactie.

Wat een hoofdredacteur wél moet doen volgens Bronzwaer is "laten zien waarom het goed werkt of waarom het iets kan toevoegen. Positief stimuleren van bovenaf, maar niet opleggen". Door bijvoorbeeld te laten zien dat 'dit is wat lezers heel graag willen'. "Die stukken worden allemaal supergoed gelezen. Als je dat elke dat ziet, dan zie je ook dat journalisten dat vaker gaan doen. Want ja, iedereen wil gewoon gelezen worden".

Volgens Blauw is het bovendien de taak van een hoofdredactie om in de gaten te houden of er genoeg constructieve elementen in een productie zitten: "Dat je als eindredacteur ook kijkt van 'zit er een soort van oplossingsgerichtheid in?' en dat een eindredacteur altijd vraagt 'wat kunnen we hiermee en hoe helpt ons dit verder voor de toekomst?'". Bij Trouw voert Roessingh dat in de praktijk ook uit. "We hebben af en toe dat we even tegen elkaar moeten zeggen 'hij is iets te zwaar'. Wij hebben ook soms de neiging om vooral problemen te benoemen. Is het in balans?"

Los van de positie van hoofdredacteur win je volgens Bronzwaer als journalist aan kapitaal als "je mensen aan het denken zet, en ze dan vervolgens zelf beslissen om hun gedrag al dan niet aan te passen. Dan heb je echt iets bereikt als journalist". Meer bereiken is immers hogerop komen op de ladder. En hogerop komen betekent volgens Bourdieu dat je aan kapitaal wint.

Op het gebied van constructieve journalistiek als theoretische stroming hebben Catherine Gyldensted en Ulrik Haagerup, oprichter en hoofd van het 'Constructive Institute' in Denemarken (Constructive Institute, z.j), veel kenniskapitaal, en zo worden zij ook behandeld. Zowel NRC als NOS op 3 hebben journalisten naar lezingen en cursussen van beide experts gestuurd om vervolgens de opgedane kennis te kunnen implementeren in het bedrijf. "We hebben een aantal mensen op training gestuurd in Denemarken bij Ulrik Haagerup. Die moesten het uiteindelijk de organisatie indragen", aldus Captein, adjunct-chef van NOS op 3. Dit sluit aan bij het statement van Bronzwaer dat de hoofdredactie het niet moet opleggen, maar moet laten zien waarom het werkt. Dat kan door kijk-, lees- en luistercijfers als motivatie te gebruiken, maar ook door journalisten op cursus te sturen en ze geïnspireerd terug te laten komen.

Hetzelfde gebeurde namelijk bij NRC na een lezing van Catherine Gyldensted. “Die heeft hier een héle goede presentatie gegeven en dat heeft zeker in de leiding wel mensen aan het denken gezet”, aldus Bronzwaer. Dit geldt echter ook voor individuele journalisten bij NRC. “De bespreking van Catherine heeft hem [de journalist die de ‘best practice’ schreef] heel bewust het gevoel gegeven van ‘oké, als je dit leest, denk je dan ‘wat kan ik hieraan doen?’”.

3.1.3 Nieuwswaardigheid en nieuwswaarden

Dat niet alleen normen en waarden binnen het journalistieke veld invloed hebben op de nieuwswaardigheid van een constructieve productie, maar ook de labels waar constructieve journalistiek mee te maken heeft, wordt duidelijk door de statements van Marcel Gelauff. Hij stelt dat constructieve journalistiek niet binnen zijn journalistieke veld past omdat hij het associeert met positieve journalistiek en het dus ‘te eenzijdig is’. Gelauff stelt de grenzen van zijn journalistieke veld zó in dat het element positiviteit erbuiten valt, en daarmee volgens hem de hele constructieve journalistiek. Journalisten bij Trouw en NOS op 3 beschouwen positiviteit alleen als nieuwswaardig als het relevantie en balans toevoegt aan de productie. “Wanneer we het van toegevoegde waarde vinden passen we het toe”, aldus Captein. “Het is niet zozeer positief, het is gewoon onderdeel van de werkelijkheid en dat is natuurlijk wat wij eigenlijk moeten doen: informeren over de werkelijkheid”, voegt van Houten toe. Een constructieve benadering is dus niet per definitie nieuwswaardig. Als het onderdeel is van de werkelijkheid die je wilt verslaan, en dus relevant is, is het nieuwswaardig.

Waar alle journalisten het over eens zijn is de manier waarop constructieve journalistiek de wereld en de werkelijkheid moet weergeven. Zo compleet mogelijk. Gelauff zegt hierover: “Je moet open en onbevangen naar de wereld om je heen kijken en je afvragen of je recht doet aan alles wat er in de samenleving plaatsvindt”. Constructieve journalistiek en de daarbij horende positieve elementen zijn onderdeel van de werkelijkheid, waardoor die werkelijkheid hélemaal tentoongesteld wordt aan het publiek. Zij krijgt op die manier een meer evenwichtiger werkelijkheid te zien dan de ‘negativity biased’ werkelijkheid die zij kent. Roessingh zegt over positieve elementen: “Het is een onderdeel van de werkelijkheid waar je als journalist best snel verwijderd van kan raken omdat er vooral aandacht is voor problemen. De meeste mensen leven in een werkelijkheid die veel positiever is, waarbij ze veel meer kansen zien voor zichzelf”.

In die zin is positiviteit wel degelijk relevant, en daardoor voor veel journalisten van invloed op de nieuwswaardigheid van een stuk. Als Gelauff écht recht wil doen aan de samenleving, hoort positiviteit daarbij, volgens de gedachtegang van Roessingh en van Houten.

Door in de interviews vragen wat constructieve journalistieke producties volgens de journalisten moeten bevatten om kwalitatief goed te zijn of ‘wat dit artikel een best practice van constructieve journalistiek maakt’, zijn er verschillende nieuwswaarden van elkaar te onderscheiden. Belangrijk om te beseffen is dat de nieuwswaarden al aanwezig kunnen zijn in de onderwerpen of ontwikkelingen waardoor een bericht nieuwswaardig is, maar dat ze ook kunnen worden toegevoegd door de journalisten zodat een bericht nieuwswaardig wórdt.

Het vaststellen van nieuwswaarden door journalisten die een bericht nieuwswaardig kunnen maken, zoals ‘relevantie’ en ‘positiviteit’, gebeurt op drie niveaus (Bednarek&Caple, 2014). Tijdens het selecteren van nieuwsonderwerpen, tijdens het produceren van het nieuws en op basis van nieuwswaarden zoals vastgesteld door Galtung&Ruge (1965) en Harcup&O’Neill (2017).

3.1.3.1 Selectie

Tijdens de selectieprocedure van constructief nieuws zijn, volgens de journalisten, de nieuwswaarden ‘**completer** beeld’, ‘beter **inzicht** in de problematiek’ en ‘meer **impact**’ belangrijk voor nieuwswaardigheid van een onderwerp. Journalisten geven aan hun producties kwalitatief beter te vinden *omdat* ze deze waarden bevatten. De waarden vallen onder ‘selectie’ omdat ze bepalend zijn voor de keuze om überhaupt wel of niet een onderwerp te gebruiken voor een nieuwsproductie. De waarden zijn ook bepalend voor de keuze vooraf om wel of geen constructieve elementen toe te passen tijdens de productie. Levert het onderwerp een completer beeld van de werkelijkheid op? Geeft het onderwerp beter inzicht in de problematiek? Heeft de productie meer impact als het op een constructieve manier wordt gemaakt? De waarden zijn geformuleerd in de ‘vergroten trap’, wat de stelling dat ‘constructieve journalistiek een aanvulling is op wat er al was’ bevestigt. Het was wellicht al compleet, nu is het completer. Er was al inzicht, nu is er beter (vollediger) inzicht. Er was al impact, nu is er meer impact. “Ik denk dat het heel zorgvuldig is als je een journalistiek probleem ontdekt, analyseert en aankaart, dat je dan ook kijkt naar oplossingen. Omdat het veld daarmee groter wordt en je ook het gewicht van het probleem kunt vaststellen. Je geeft een completer beeld van het probleem” licht Broekroelofs toe.

Blauw wilde in eerste instantie ‘cijfermisbruik aankaarten’, maar het bleek een te groot probleem. “Dan ga ik ervoor zorgen dat ik met mijn artikelen een soort van handvatten geef, zodat mensen het zelf ook kunnen gaan herkennen. Omdat ik mensen dus help het zelf te herkennen wordt de impact wel groter.”

Voor Bronzwaer is ‘impact’ een van de grootste goeden om na te streven met journalistieke producties. “Onze hoofdverantwoordelijkheid is, zou ik zeggen, wat het bij de lezers doet. Als je mensen aan het denken zet en ze dan vervolgens zelf beslissen.... Dat is denk ik wel het hoogste doel wat je kan hebben”.

3.1.3.2 Productie

Waarden die in de constructieve journalistiek tijdens productieproces van nieuws zorgen voor nieuwswaardigheid zijn ‘**aantrekkelijkheid**’, ‘**zorgvuldigheid**’, ‘**transparantie**’, ‘**verdieping**’ en ‘een **kritische** houding’. Het gaat hier om de manier *waarop* journalisten constructieve journalistiek bedrijven.

Blauw geeft als voorbeelden: “Ik ben altijd transparant over mijn eigen tekortkomingen en fouten, want dat zijn de voorbeelden die ik dagelijks tegenkom. Dan kom je dichterbij de lezer”, en “Dat ik niet alleen maar de hele tijd zit te zeiken. Dat mensen ook snappen wat ze eraan moeten doen, zeg maar. Dat maakt waarschijnlijk de kwaliteit hoger, maar zeker ook de leesbaarheid en aantrekkelijkheid”. Captein stelt vervolgens, net als vele andere geïnterviewden: “Ik denk dat het [constructieve journalistiek, het niveau] optilt in veel gevallen omdat het iets toevoegt. Je hebt meer verdieping, in feite. Als jij een verhaal maakt wat al stevig en goed in elkaar staat maar je eindigt met een constructieve noot aan het einde, dan denk ik dat het je productie optilt omdat je mensen nog beter en via meer hoeken informeert.” Collega Felix voegt daar nog aan toe dat “je volgens mij wel je research ook juist moet blijven doen. Dat je ook kritisch naar goede verhalen kijkt”.

Staats en Broekroelofs beamen dit maar gaan nog verder door niet alleen over de werkwijze van de journalist te praten maar ook over de inhoud van de productie: “Je moet vanuit de journalistiek blijven opereren. Altijd vragen blijven stellen. Toetsen, in plaats van mededelen. De anchor moet zich durven laten leiden door verwondering. En daarbij kritisch vragen ‘is het haalbaar? Klopt het wat jullie doen?’”. Daar komt ook een stukje transparantie bij kijken. “Als je hier het antwoord niet op hebt moet je dat ook aangeven in de uitzending.”

3.1.3.3 Nieuwswaarden

Harcup en O'Neill formuleerden in 2017 een vernieuwde lijst met nieuwswaarden, maar die komen niet allemaal overeen met de waarden die journalisten in interviews noemen. De **probleem-oplossingsstructuur** is een waarde die elke journalist, zonder uitzondering, noemde als belangrijk onderdeel van een productie binnen constructieve journalistiek. "We moeten niet alleen het probleem aankaarten, maar ook laten zien hoe een probleem eventueel opgelost kan worden", aldus Captein. Hij en Blauw hebben voorkeur voor situaties die een 'structurele ontwikkeling' laten zien. Door de structurele eigenschap van de situatie is er dan een groter draagvlak bij het publiek wat betreft relevantie, herkenbaarheid en relateerbaarheid. Er moet een groot maatschappelijk belang aan hangen. Deze waarden haken in elkaar. "Als je een geïsoleerd verhaal maakt over iets, ja dat raakt mensen niet. Dit [onderwerp] is iets wat op veel niveaus mensen wél raakt. Het is een uitzondering op de grote trends die gewoon nou eenmaal bestaan. Het gaat over maatschappelijke ontwikkelingen waar mensen allemaal een idee bij hebben", aldus Captein over zijn 'best practice'.

De '**uitzondering op de trend**' is ook een waarde die door meer journalisten werd genoemd als belangrijk. Ook in de vormen 'ander geluid bieden', zoals geformuleerd door Brandpunt+ of 'onverwachte invalshoek' zoals Bronzwaer het noemt. Blauw: "We proberen natuurlijk ook altijd dingen te beschrijven die je in het nieuws vaak niet tegenkomt, maar wat wel structurele ontwikkelingen zijn. 'Dit was het nieuws níet.'" Zo'n structurele ontwikkeling, herkenbaar voor iedereen, maakt het zoals eerdergenoemd relevant voor een groot publiek. "Ik vind het heel relevant voor wat er nu gebeurt," aldus Sanne Blauw over haar best practice-artikel. "Als je nu feiten over klimaat ziet, dan is het heel goed om te onthouden dat je er zelf dus ook overtuigingen hebt en selectief bent in de informatie die je verwerkt".

De geïnterviewde journalisten hebben het niet over door Harcup & O'Neill geformuleerde 'onmisbare' waarden als exclusiviteit, audiovisueel, shareability, entertainment, machthebbende elite, beroemdheden of agenda van nieuwsmedium. Wat niet uitsluit dat ze die nieuwswaarden nooit toepassen of op waarde schatten. Een beroemdheid is misschien pas interessant als hij of zij zich inzet voor een oplossing voor een probleem.

Daarop volgt ook dat zowel NOS op 3 als de Correspondent stellen dat constructieve journalistiek en de bijbehorende nieuwswaarden geen voorwaarden zijn voor kwaliteit van een nieuwsproductie. "Ik vind een stuk niet per se slechter als het [constructieve elementen] er niet in staat. Als je als onderzoeksjournalist iets blootlegt vind ik dat ook van hele hoge kwaliteit", aldus Blauw. Felix beaamt dat. "Een nieuwsverhaal wat een probleem aan de kaak stelt bij het ministerie vind ik heel relevant en belangrijk en goed dat dat gemaakt wordt. Ik weet niet of constructieve journalistiek daar iets mee doet, eigenlijk".

Je kan constructieve journalistiek toepassen als het relevant is, of van toevoegende waarde, of, zoals Roessingh stelt, "Omdat ook wij soms een beetje de neiging hebben om vooral problemen te benoemen. Is het in balans?".

3.2 Positieve psychologie

Gyldensted maakt veelvuldig gebruik van positieve psychologie als raamwerk voor constructieve journalistiek. In de praktijk doen de geïnterviewde journalisten dit ook. In lijn met de voor hen belangrijke nieuwswaarden gebruiken ze invalshoeken die hoop, oplossingen of uitzicht op veranderingen bieden, ze gebruiken een positieve explanatory style en zien het als doel om hun publiek achter te laten met meer grip op de wereld om hen heen.

3.2.1 Invalshoeken

De invalshoeken die de geïnterviewde journalisten aangeven te gebruiken voor hun nieuwsproducties hebben vrijwel allemaal als doel het publiek achter te laten met een positievere emotie dan voor ze de productie tegenkwamen. De producties kunnen oplossingsgericht, veranderingsgericht of toekomstgericht zijn, maar ook focussen op het plaatsvinden van een verrassend (zie 3.4.3.3. 'nieuwswaarden') dialoog of een nuance in een structurele ontwikkeling.

“Constructieve journalistiek is niet alleen het aankaarten van het probleem, maar ook het aandragen van de oplossingen. We vragen ons heel vaak af ‘wat is de oplossing?’”, aldus Felix. Zijn collega Captein voegt nog toe dat ze vaak “op zoek gaan naar dingen die op dat moment iets aan de situatie kunnen veranderen.” En: “er zijn ook initiatieven die situaties doen kenteren. Die zetten we dan op een rij om die uitweg, dat gevoel van ‘oké dit is te kenteren’, mee te geven”.

Blauw: “Het is journalistiek die niet alleen het probleem aankaart maar ook laat zien hoe het anders kan. Dat ik ook zeg: ‘dit zou je eraan kunnen doen’. Er zit altijd een blik op de toekomst in. ‘Hoe nu verder?’ Om dan mensen toch niet alleen wanhopig te maken en machteloos, maar ze ook te helpen met na denken over de toekomst.” Broekroelofs: “Het moet een perspectief bevatten, een vooruitzicht. We kaarten niet alleen het probleem aan maar we laten ook zien hoe een probleem eventueel opgelost kan worden.”

Het is volgens Roessingh en Van Houten wel belangrijk te beseffen dat constructieve producties niet per se hoeven te draaien om problemen, oplossingen en handvatten. De invalshoek kan ook een dialoog tussen twee verrassende partijen zijn. “We hebben ook een voorbeeld van mensen die proberen met elkaar in dialoog te blijven en te komen en daaruit te leren. Ik denk dat het belangrijk is om te laten zien omdat je anders blijft hangen in dat zwart-wit schisma waar geen dialoog meer mogelijk is. Dat is niet constructief maar destructief, op de lange termijn.”

3.2.2 Explanatory styles

Door bovenstaande invalshoeken in te zetten maken de geïnterviewde journalisten niet langer gebruik van een negatieve toon om situaties uit te leggen en te verklaren. De explanatory style (Seligman, 2011) is positief, en dat heeft effect op hoe journalisten de wereld bekijken, maar ook op hoe hun publiek de wereld ervaart. Roessingh bevestigt het belang van die gedachtegang: “Ik denk dat lezers en mensen in het algemeen behoefte hebben aan een bredere reflectie van de werkelijkheid. Ze willen de werkelijkheid terugzien zoals ze die zelf ervaren. Dus ook met positieve elementen erin. Mensen vinden dat ook prettig om te lezen. Ze willen niet alleen maar geconfronteerd worden met slechte dingen, dat is niet goed voor je humeur. Het is belangrijk mensen aan te spreken met dingen waar ze iets mee kunnen en waar ze hoop aan ontlenuen. Dat bindt ze aan je.”

De geïnterviewde journalisten willen hun publiek dus handvatten, perspectief, verhouding en oplossingen bieden, om het zo achter te kunnen laten met een gevoel van hoop, groter inzicht in de situatie en minder gevoelens van machteloosheid. De

journalisten herkennen namelijk de frustratie, depressie en somberheid waar hun publiek mee kampt en waardoor zij zich van het nieuwsmedium afwendt. Bronzwaer: “Heel veel mensen keren zich af van het nieuws, dat zie je ook echt wel. Omdat het zo’n gevoel bij ze oproept van ‘oh ellende en machteloosheid’. Daar zijn ook onderzoeken naar gedaan. Ons antwoord is dan mensen handvatten aanreiken om ook iets te kunnen doen met het nieuws.”

Dat antwoord heeft effect op lees-, kijk- en luistercijfers en dát verklaart onder anderen het journalistieke belang achter de keuzes van journalisten voor constructieve journalistiek.

3.3 Journalistiek belang

Ten slotte beïnvloedt ook het belang wat nieuwsmedia en individuele journalisten hebben bij constructieve journalistiek de manier waarop constructieve journalistiek vorm krijgt in hun producties. Er zijn economische belangen zoals kijk-, lees- en luistercijfers en er zijn maatschappelijke belangen die de geïnterviewde journalisten voelen en waar zij aan willen voldoen.

3.3.1 Economisch

3.3.1.1 Publiek binden

Om als nieuwsplatform publiek te binden moet het inspelen op de behoeftes van het publiek. Bronzwaer en Roessingh en Van Houten stellen dat mensen zich machteloos voelen en behoefte hebben aan handvatten en grip op de wereld. “Je merkt dat mensen Trouw lezen ook juist vanwege het gevoel dat ze iets kunnen doen, dat er iets aan gedaan kan worden en dat iets kan veranderen. Ik denk dat voor Omroep West in het veranderende medialandschap het van belang is om mensen aan te spreken met dingen waar ze iets mee kunnen en hoop aan ontlenuen. Dat bindt mensen aan je”, aldus Roessingh. “... omdat het zo’n gevoel bij mensen oproept van ‘oh, zoveel ellende en machteloosheid’. Als je dat dan kan aanreiken, dingen die zij kunnen doen, dan geeft dat ook een soort hoop en het is tegelijkertijd ook informatief”.

Het publiek aan je binden kan ook door in te spelen op de directe omgeving van het publiek. “Zeker op kleinere schaal zoals bij Omroep West. Dan kun je ook in buurten en wijken”. Captein benadrukt hierbij de betrokkenheid die mensen voelen bij hun omgeving: “dat je een trend misschien een keer op een andere manier laat zien. Ik denk dat dat héél succesvol kan zijn, zeker in de regio waar mensen nog veel meer verbondenheid mee voelen.” En die verbondenheid is belangrijk. “Dat is toch ook wel heel erg belangrijk omwille van de herkenning en het kunnen relateren aan zo’n item”. Zijn collega Felix denkt dat mensen binden door in te spelen op hun directe omgeving ook werkt omdat “mensen altijd bezig zijn met hun omgeving beter maken of mensen helpen. In de regio zijn best veel initiatieven die heel constructief zijn op kleine schaal”.

3.3.1.2 Lees-/kijkcijfers

Gebonden publiek betekent ‘gebonden’ kijk-, lees- en luistercijfers. En dat is goed voor de economische groei van een nieuwsmedium (Brants, 2012, p.55). Het is dan ook belangrijk om de toon te vinden die het publiek bevalt en waardoor ze niet de neiging heeft zich van het medium af te keren. De constructieve toon lijkt te werken. “Best veel mensen stappen over van andere kwaliteitskranten naar ons, mede door onze toon”, aldus Roessingh. Bronzwaer bevestigt dat: “We zien dat mensen het lezen, mensen het willen. De leescijfers zijn één van de redenen waarom we hebben besloten constructieve journalistiek toe te gaan passen.” Ook Broekroelofs merkt dat constructieve journalistiek aanslaat bij het publiek: “Het valt me toch wel op dat we aardig wat respons krijgen. Je hebt wel meer interactie met je publiek. Daaruit zóu je kunnen afleiden dat het toch wel enigszins op prijs wordt gesteld”. Felix vertelt dat de redactie er zelfs op aangesproken wordt als ze verzaken een constructief element toe te voegen aan een productie. “Het was echt even een, nou ja geen tik op de vingers, maar wel van ‘oja, dat is eigenlijk wel iets wat we gewoon altijd moeten doen’. Toen kregen we meerdere comments op Youtube van ‘maar wat nu?’”.

3.3.1.3 Sturing van bovenaf

Ten slotte kan het belang voor het toepassen van constructieve journalistiek nog komen vanuit een dienststopdracht van bovenaf. Hoewel Bronzwaer benadrukt dat ‘positieve stimulans’ beter werkt dan het ‘opleggen’, droeg de NPO Brandpunt+ tóch op om een

constructieve weg in te slaan. “Deels is het ingegeven vanuit de NPO als nieuwe koers, deels vanuit onszelf. We zouden het uithangbord worden voor de vernieuwing van de journalistiek.”, aldus Staats. Opvallend is dat Brandpunt+ het enige platform is wat toegeeft dat er journalisten zijn vertrokken omdat de verandering te groot was. De doorvoering van de constructieve werkwijze ging ‘met horten en stoten’ en “sommige collega’s zijn ook afgehaakt. Als je het al heel lang op een andere manier hebt gedaan vergt het heel veel aanpassingsvermogen om je anders op te stellen ten opzichte van je onderwerp”. Bronzwaer lijkt dus gelijk te hebben. Een nieuwe koers opleggen van bovenaf is niet de beste manier.

3.3.2 Maatschappelijk

De geïnterviewde journalisten voelen een grote verantwoordelijkheid ten opzichte van de maatschappij. Ze voelen zich verantwoordelijk voor de impact van hun berichtgeving op de wereld, voor het aanleren hoe om te gaan met maatschappelijke situaties én voor het feit of het publiek goed omgaat met maatschappelijke situaties. De journalisten voelen zich verantwoordelijk voor de perceptie van het nieuws, voor de wisselwerking tussen reflectie van de maatschappelijke discussies en de maatschappelijke discussies voeden, én voor het verbeteren van de omgeving om hen heen, al dan niet via het publiek. Hieruit blijkt dat de verantwoordelijkheid een wisselwerking is tussen media en publiek.

Blauw: “Als ik zie hoeveel pulp er in de wereld is... en ik hou gewoon heel erg van cijfers. Als ik dan zie hoe stom sommige mensen er mee omgaan dan wil ik daar wat aan doen.”.

Over de wisselwerking tussen publiek en medium zegt Gelauff dat “wat wij doen een reflectie is van de maatschappelijke discussie. En aan de andere kant voeden we dat natuurlijk ook weer door wat we uitzenden.” Roessingh beaamt dat, met een meer activistische inslag. “Op het moment dat wij met onze invloed grote problemen aan de kaak kunnen stellen moeten we dat zeker doen”. Van Houten: “Maar we moeten goed nadenken en heel goed formuleren over wat dit kan aanrichten. Kunnen we dit voor onze kant nemen of staan we eigenlijk niet zo stevig in onze schoenen?” Roessingh en Van Houten noemen Trouw dan ook ‘een buitenstaander’, ‘aandrager’ en ‘aanjager van een discussie’, maar zeker niet diegene ‘die het uiteindelijk moet doen’. “Daar zijn we niet voor”.

4 Conclusie

Het antwoord op de vraag **‘Wat beschouwen journalisten als de meest wenselijke manier om constructieve journalistiek toe te passen in de praktijk en waarom is dit volgens hen nodig?’** bestaat uit meerdere onderdelen.

Constructieve journalistiek is géén positieve journalistiek, wél een aanvulling

Uit de discussies over de definiëring van constructieve journalistiek volgt dat constructieve journalistiek volgens de geïnterviewde journalisten (de insiders) níet hetzelfde is als positieve journalistiek, maar dat het, mits relevant, wel gebruik kan maken van positiviteit als constructief element. Het is volgens de journalisten een ‘aanvulling’ of ‘toevoeging’ op wat ze al maken. Het is een ‘invalshoek’ vanuit waar de journalisten kunnen werken.

Journalisten die níet aan constructieve journalistiek doen (de outsiders) zijn volgens de geïnterviewden degenen die verkeerde labels op de journalistieke stroming plakken. Dat blijkt ook in het interview met de hoofdredacteur van NOS Nieuws, Marcel Gelauff. Hij stelt namelijk niet aan constructieve journalistiek te willen doen omdat hij ‘teveel de associatie met positieve journalistiek ervaart en dat doet geen recht aan de samenleving’. Het feit dat Gelauff vervolgens aangeeft belang te hechten aan dezelfde nieuwswaarden als de andere geïnterviewde journalisten (die wél aan constructieve journalistiek doen) bevestigt dat constructieve journalistiek als stroming onderhevig is aan ‘boundaries’ die continu verplaatsen, schuiven en bovenal: nog niet erg duidelijk zijn. De ‘oude garde’ journalisten lijkt niet goed te weten waar zij aan toe is en heeft mede daardoor moeite met het accepteren van constructieve journalistiek.

Bij dit proces van acceptatie is het volgens de geïnterviewde journalisten belangrijk om constructieve journalistiek niet te zien als een op zichzelf staande discipline, methode of zelfs ‘kunstje’. Journalisten moeten zien waarom het werkt, door middel van positieve stimulans in de vorm van bijvoorbeeld toegenomen lezersaantallen, of door naar een inspirerende lezing te gaan. Het enige mediaplatform waar, zoals blijkt uit het interview, journalisten vertrokken door de invoering van constructieve journalistiek, was Brandpunt+. Het is tevens het enige platform wat aangaf een opdracht van bovenaf te hebben gekregen om constructieve journalistiek ‘door te voeren’.

Constructieve journalistiek drijft op positieve psychologie

Een journalist kan gebruik maken van verschillende invalshoeken om een nieuwsproduct constructief te maken: ‘oplossingsgerichtheid’, ‘veranderingsgerichtheid’, ‘toekomstgerichtheid’, ‘dialogoog’ en ‘nuance’ zijn voorbeelden genoemd door de geïnterviewde journalisten. Deze invalshoeken zorgen, in de stijl van positieve psychologie, voor een positieve explanatory style (Seligman, 2011) binnen de nieuwsproductie, maar ook bij het publiek dat de productie zo optimistischer analyseert en verklaart. De geïnterviewde journalisten bieden bovendien in hun producties graag handvatten, oplossingen, perspectief en hoop aan. Ze hopen zo het publiek een groter inzicht in situaties te geven, waardoor zij de specifieke situatie in perspectief kan plaatsen als eventueel middel tegen machteloosheid die zij voelt. Door het grotere inzicht in situaties en meer perspectief moet de blik van het publiek op de wereld verbreden en ziet zij volgens de geïnterviewde journalisten een meer gebalanceerde werkelijkheid. Met problemen én oplossingen.

De taken en verantwoordelijkheden van een journalist

De journalist heeft bij het uitoefenen van constructieve journalistiek volgens Gyldensted (2015) vijf hoofdtaken, waaronder journalisten verschillende journalistieke doxa’s (Bourdieu, 2005) hebben geformuleerd. Deze normen en waarden beschouwen zij als vanzelfsprekend, maar ook als een verplicht onderdeel van constructieve journalistiek.

De door de geïnterviewde journalisten genoemde doxa's, zoals een open blik hebben en kritisch blijven, zijn goed in te delen binnen de vijf hoofdtaken van Gyldensted, waaruit op te maken valt dat haar ideeën over constructieve journalistiek overeenkomen met die van hen.

Expand the mind: een open blik hebben, verder kijken en nuanceren. Een journalist moet zich laten leiden door nieuwsgierigheid en verwondering.

Change the question: een journalist is niet alleswetend en moet vragen stellen in plaats van mededelen. Kritisch blijven.

Tell it right: De stijl is niet-cynisch en volledig. Journalisten moeten 'het totaalplaatje' beschrijven.

Move the world: Journalisten moeten handvatten bieden, publiek grip laten krijgen.

Storm the brain: Brainstormen en checkvragen stellen wordt gezien als een verantwoordelijkheid van de autoriteit binnen het specifieke mediaplatform. Is de berichtgeving evenwichtig? Is er een oplossing?

De activistische identiteit van een journalist

Een journalist mag zich volgens Kovach en Rosenstiel (2014) tijdens het bepalen van de nieuwswaardigheid van een bericht activistisch opstellen, als hij of zij maar transparant is. Volgens de theorie over 'advocacy journalism' (Schudson, 2009; Waisbord, 2013) is een constructieve journalist namelijk een starter van maatschappelijke discussies, werkt hij of zij activerend, motiverend en aanjagend als het gaat om het aankaarten van problemen of het aandragen van suggesties. Hoewel de geïnterviewde journalisten zich zonder uitzondering verantwoordelijk voelen voor de impact van hun producties op de maatschappij, benadrukken sommigen dat zij slechts aanjager zijn, en niet uitvoerder. Ze noem zich gespreksleiders die niet bang (mogen) zijn om vragen te stellen, kritisch moeten blijven en bovenal transparant moeten zijn over hun eigen beperkingen en methoden. Op die manier geven zij een zo volledig mogelijk beeld van een situatie en een zo volledig mogelijke werkelijkheid.

Nieuwswaardigheid en nieuwswaarden

Als een journalist zich aan bovenstaande taken houdt en tevens op de aanwezigheid van nieuwswaarden (Galtung & Ruge, 1965; Harcup & O'Neill, 2017) let die de nieuwswaardigheid van een bericht volgens de geïnterviewde journalisten vergroot, heeft hij of zij een sterk constructief journalistiek product in handen. Om de nieuwswaardigheid desgewenst te vergroten kan een journalist er ook voor kiezen zelf nieuwswaarden toe te voegen.

De betreffende nieuwswaarden zijn in te delen op drie niveaus: selectie, productie en news values (Bednarek & Caple, 2016). De belangrijkste waarden in het selectieproces zijn, zo bleek na het afnemen van de interviews, 'completer beeld', 'meer inzicht' en 'meer impact'. Het zijn drie waarden geformuleerd in de 'vergroten trap': meer en completer. Dit bevestigt dat de geïnterviewde journalisten constructieve journalistiek en de daarbij behorende waarden als een aanvulling zien. De belangrijkste productiewaarden zijn volgens hen onder anderen 'transparantie' en 'kritisch zijn'. Een kritische houding houdt in dat de journalist niet zomaar dingen aanneemt óf meedeelt, maar vragen blijft stellen. Dit sluit aan bij één van de door de journalisten geformuleerde journalistieke doxa's: journalisten moeten zich laten leiden door nieuwsgierigheid en verwondering. Bovendien voegt dit een hoge mate van transparantie toe omdat het inzicht biedt in de werkwijze van de journalist. Ten slotte is de belangrijkste 'newsvalue' volgens de geïnterviewde journalisten de probleem-oplossingsstructuur. Het feit dat ergens niet alleen een probleem is maar ook een oplossing, biedt hoop en perspectief. Bovendien is de aanwezigheid van zowel een probleem als van een oplossing ook onderdeel van 'de hele werkelijkheid'. 'Structurele ontwikkelingen', zoals langlopende maatschappelijke problemen of veranderingen,

zorgen volgens de geïnterviewde journalisten voor ‘maatschappelijk belang’ en dus voor ‘relevantie’ en ‘herkenbaarheid’.

Gebruik van constructieve journalistiek is echter niet per se een voorwaarde voor een kwalitatief goed (nieuwswaardig) stuk, volgens sommige geïnterviewde journalisten. Voeg constructieve journalistiek toe als het relevant is en/of om de berichtgeving in het algemeen in balans te houden.

Motivatie voor constructieve journalistiek

De geïnterviewde journalisten stellen dat, door het publiek een eerlijk, volledig beeld te geven van hun directe omgeving, door aan te geven wat daaraan verbeterd kan worden en hóe, het publiek nauw betrokken raakt bij de berichtgeving. Op die manier is de impact van het bericht groot, aldus de journalisten. Constructieve journalistiek is volgens hen dan ook bij uitstek geschikt voor regionale omroepen omdat zij zo publiek aan zichzelf en aan hun omgeving kunnen binden. Dat komt uiteindelijk kijk-, lees- en luistercijfers ten goede.

De vraag is nu of het uiteindelijke belang van journalisten bij het gebruiken van constructieve journalistiek ligt bij positieve economische getallen of bij positieve, maatschappelijke invloed. Het antwoord ligt wellicht in de volgende quote van Marcel Gelauff: “Het [besluit om constructieve journalistiek te bedrijven] komt ergens uit voort, uit de doelstelling waarom je bestaat. En de opdracht waarom je bestaat. Dáar moet uit volgen waarom je je inricht zoals je je inricht”.

5 Discussie

Journalistieke belangen

Waarom bedrijven journalisten constructieve journalistiek? Waarom zou Omroep West het moeten doen? Voor een betere samenleving of voor betere economische cijfers? Voor beiden valt iets te zeggen, maar wat heeft de prioriteit in de praktijk? De theorieën van Gyldensted en McIntyre hebben nogal een idealistische inslag en dat past ook bij de gewenste identiteit van een advocacy journalist, maar de conclusie is (ook) dat constructieve journalistiek goed blijkt te werken voor de lees-, luister- en kijkcijfers van een nieuwsmedium.

Ik snap nu Marcel Gelauffs opmerkingen dan ook beter: “je kan er een niche van maken omdat je denkt dat er een gat in de markt zit en je jezelf wil versterken op die manier” en “het zal afhangen van de vraag van wat je wilt zijn als regionale nieuwsorganisatie. Je bent een publieke organisatie dus in die zin begint het niet bij jezelf maar bij de mediawet en je maatschappelijke opdracht”. De plek van een nieuwsmedium in het medialandschap, en de daarbij behorende commerciële of publieke rol, kunnen een dilemma vormen in de motivatie om constructieve journalistiek wel of niet toe te passen. Het makkelijke antwoord is wat mij betreft: als je een commerciële omroep bent doe je vooral aan constructieve journalistiek voor de toenemende kijkcijfers, maar een medium horend bij de publieke omroep heeft zich aan maatschappelijke taken te houden en voert constructieve journalistiek binnen die taken uit. In beiden gevallen sla je als nieuwsmedium twee vliegen in één klap, wat de prioriteit ook is: constructieve journalistiek zorgt mogelijk voor verbeterde economische cijfers én voor een betere samenleving.

Betere voorlichting

Constructieve journalistiek heeft te maken met, en lijdt daardoor onder, verwarrend veel labels. Als men de definiëring van Gyldensted en McIntyre aanhoudt is constructieve journalistiek géén positieve journalistiek maar kan het een verdiepende, verbredende en verhelderende functie hebben in plaats van een eenzijdige en beperkende functie. Bovendien, volgens Kovach & Rosenstiel is ‘de eerste verplichting van journalistiek de waarheid geven’ en een tweede verplichting ‘proberen het significante interessant en relevant te maken’. Deze twee punten zijn in deze scriptie volgens de geïnterviewde journalisten én volgens de literatuur een rode draad binnen de constructieve journalistiek.

Het feit dat constructieve journalistiek ‘eenzijdig’, ‘positief’ en een ‘niche wordt genoemd, júíst door een journalist die er volgens eigen zeggen niet mee werkt, laat zien dat er betere voorlichting nodig is aangaande constructieve journalistiek. Want alles bij elkaar lijkt constructieve journalistiek bijna verplichte kost, mocht een journalist zich willen houden aan de door Kovach & Rosenstiel geformuleerde ‘kernverplichtingen’.

Casestudy

Negen interviews bij zes verschillende nieuwsplatformen leverde veel nuttig materiaal op. Ik heb wat mij betreft binnen de constructieve journalistiek de meest ervaren en meest relevante journalisten gesproken. Hoewel ik zéker niet alle ‘outsiders’ heb gesproken, zorgde de ene outsider die ik wél interviewde juist voor verrassende inzichten. Het is het mijns inziens dan ook waard om een vervolgonderzoek op te zetten waarbij evenveel outsiders als insiders worden geïnterviewd. Deze scriptie heeft nu de reikwijdte van een casestudy en een vervolgonderzoek met grotere omvang maakt het onderzoek relevanter.

6 Literatuurlijst

Bednarek, M., & Caple, H. (2014). *Why do News Values Matter? Towards a New Methodological framework for analyzing news discourse in Critical Discourse Analysis and beyond*. *Discourse & Society*, 4(1), 135-158.

Bednarek, M., & Caple, H. (2016). *Rethinking News Values: What a discursive approach can tell us about the construction of news discourse and news photography*. *Journalism*, 17(4), 435-455.

Bennet, K. & Elliot, M. (2002). *Explanatory Style and Health: Mechanisms linking Pessimism to Illness*. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(7), 1508-1526.

Berkeljon, S. & Althuisius, J. (14 december, 2012). *Rob Wijnberg: 'Misschien arrogant, maar ik denk: jammer voor NRC'*. *Volkskrant*. Geraadpleegd op 28 januari 2018, van: <https://www.volkskrant.nl/media/rob-wijnberg-misschien-arrogant-maar-ik-denk-jammer-voor-nrc~a3363123/>

Boeije, H. (2016). *Analysis in Qualitative research*. Amsterdam: Boom uitgevers.

Bourdieu, P. 1977 [1972]. *Outline of a Theory of Practice*. English translation. Cambridge University Press: Cambridge.

Bourdieu, P. (1990) [1980]. *The Logic of Practice*. English translation. Polity Press: Cambridge.

Bourdieu, P. (2005). *The Political Field, the Social Science Field, and Journalistic Field*. In: Benson, R. & Neveu, E. *Bourdieu and the Journalistic Field*. Polity Press: Cambridge. Pp. 29-47.

Bourdieu, P. & Wacquant, L. (1992) *An Invitation to Reflexive Sociology*. Chicago: University of Chicago Press. Pp. 126.

Brants, K. (2012) *Journalistiek en politiek in onzekere tijden*. Den Haag: Boom Lemma uitgevers. Pp.55.

Broersma, M. (2010). *De transformatie van het journalistieke veld: discursieve strategieën en journalistiek vormen*. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*. 38(3). Pp. 267- 275.

Bryman, A. (2008). *Social research methods*. Oxford University Press: Oxford. Pp.26

Constructive Institute. (z.j). *Constructive Institute. The Organisation*. Geraadpleegd op: 7 december 2018, van: <https://constructiveinstitute.org/The-Institute/The-Organisation>

Garland, E. L., Fredrickson, B., Kring, A. M., Johnson, D. P., Meyer, P. S., & Penn, D. L. (2010). *Upward spirals of positive emotions counter downward spirals of negativity: Insights from the broaden-and-build theory and affective neuroscience on the treatment of emotion dysfunctions and deficits in psychopathology*. *Clinical Psychology Review*, 30(7). Pp. 849-864.

Galtung, J. & Ruge, M. (1965). *The Structure of Foreign News: The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four Norwegian newspapers*. *Journal of International Peace Research*. (1) Pp. 64-91.

Gyldensted, C. (2015). *From mirrors to mover. Five elements of positive psychology in constructive journalism*. GGroup Publishing.

Gyldensted, C. & McIntyre, K. (2015). *Constructive Journalism. An Introduction and Practical Guide for applying Positive Psychology Techniques to News Production*. (Under review, 2015)

Haagerup, U. (2014). *Constructive News. Why negativity destroys the media and democracy- and how to improve journalism of tomorrow*. Geraadpleegd op: 16 januari 2018, van: http://www.innovatio.de/pdf/constructive_news_web_teaser.pdf

Harcup, T. (2014). *News values. A Dictionary of Journalism*. Oxford University Press.

Harcup, T., & O'Neill, D. (2017). *What is News?* Journalism Studies, 18(12), 1470-1488. Taylor&Francis.

Huang, E. (2009). *The Causes of youth's low news consumption and strategies for making youths happy news consumers*. Convergence 15(1). Pp. 105-122.

Positive Psychology Centre. (z.j.). *Positive Psychology Centre*. Geraadpleegd op: 30 november 2018, van: <https://ppc.sas.upenn.edu>

Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). *The Elements of Journalism. What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. Three Rivers Press. New York.

Lee, N., McLeod, D. & Shah, D. (2008). *Framing policy debates issue dualism, journalistic frames, and communication research. Opinions on controversial policy issues*. Sage Publications, 25(5).

Lewis, S. (2011). *The Sociology of Professions, Boundary Work, and Participation in Journalism: A review of the Literature*. Geraadpleegd op: 30 mei 2018, van: https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/3701759/The_Sociology_of_Professions_Boundary_Work_and_Participation_in_Journalism_-_A_Review_of_the_Literature.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1527679656&Signature=6rjaDtnYThasTVeX4gIHxc%2BNQfE%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DThe_Sociology_of_Professions_Boundary_Wo.pdf

McIntyre, K. (2015). *Constructive Journalism: The Effects of positive emotions and solution information in news stories*. ProQuest Dissertations Publishing. University of North Carolina at Chapel Hill.

NOS. (z.j.) NOS op 3. *NOS op 3 zoekt actief de samenwerking met het publiek*. Geraadpleegd op: 20 september 2018, van: <https://over.nos.nl/onze-programmas/23/nos-op-3>.

Patterson, T. (2000). *Doing well and doing good: How Soft News and Critical journalism are shrinking the news audience and weakening democracy- and what news outlets can do about it*. (Faculty Research Working Paper Series). Cambridge. Harvard University.

Pen, J. (2018). *Heugelijk nieuws. We zijn gefuseerd met Brandpunt. Brandpunt+*. Geraadpleegd op: 13 januari 2018, van: <https://brandpunt.kro-ncrv.nl/brandpuntplus/heugelijk-nieuws-brandpunt/>

Potter, D. & Ganz, W. (2000). *Bringing viewers back to local TV*. Newslab. Geraadpleegd op: 12 januari 2018, van: <http://newslab.org/bringing-viewers-back-to-local-tv-news/>

Reese, S. D., Gandy, O.H., Grant, A. E. (2001). *Framing Public Life. Perspectives on media and our understanding of the social world*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers. Pp.7.

Reuters Institute (2017). *Digital News Report 2017*. Geraadpleegd op: 21 januari, van: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf

Reuters Institute (2018). *Digital News Report 2018*. Geraadpleegd op: 6 december, van: <http://media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2018/06/digital-news-report-2018.pdf?x89475>

Ruigrok, N., & Gagestein, S. (2017). *Focusgroepen tbv project Constructieve Journalistiek* (rapportage). Amsterdam: LJS Media Research en Taalstrategie

Schudson, M. (2009). *News and Democratic Society: Past, Present and Future*. Hedgehog review , 10, 17-18.

Schultz, I. (1995). *Positioning the News. An ethnographic field analysis of news values in journalistic practice*. PhD dissertation, Department of Journalism, Roskilde University.

Schultz, I. (2007). *The Journalistic Gut Feeling: Journalistic Doxa, News Habitus and Orthodox News Values*. Journalism Practice, 1(2) 190- 207.

Seligman, M. (2011). *Flourish A Visionary New Understanding of Happiness and Well-Being*. Simon&Schuster.

Storr, J. (2016). *Journalism in a Small Place: Making Caribbean News Relevant, Comprehensive, and Independent*. Calgary: University of Calgary Press.

Tunstall, J. (1971). *Journalists at Work: Specialist Correspondents: Their News Organizations, News Sources, and Competitor-Colleagues*. London: Constable.

Waisbord, S. (2013). *Democracy, Journalism, and Latin America Populism*. Journalism, 14, 501-521.

Wijnberg, R. (2017). *Why objective journalism is a misleading and dangerous illusion*. The Correspondent. Geraadpleegd op: 4 december 2018, van: <https://thecorrespondent.com/6138/why-objective-journalism-is-a-misleading-and-dangerous-illusion/157316940-eb6c348e>

7 Bijlagen

7.1 Interviews

7.1.1. Brandpunt+, Liesbeth Staats en Jelle Broekroelofs

Ik ben Liesbeth Staats, presentator en verslaggever bij Brandpunt+, ik ben Jelle Broekroelofs en ik ben redacteur. Researcher willen mensen dat ook nog wel eens noemen hier, bij Brandpunt+.

Wat?

- Wat is constructieve journalistiek volgens jullie?

L: Nou, ik heb de hele tijd geredeneerd, toen wij begonnen met Brandpunt+ in januari, het werd aangekondigd als een hele grote koerswijziging, maar ik vind het in de praktijk wel meevallen. Je stelt gewoon één vraag extra: je benadert onderwerpen en thema's op dezelfde journalistieke manier, je stelt er journalistieke vragen bij, maar de extra vraag is wat mij betreft 'en hoe nu verder?' > 'en wat nu?'. En dat hebben wij proberen naar voren te brengen in onze reportages het afgelopen seizoen.

J: Ik denk daar ongeveer hetzelfde over. Wat mij betreft is constructieve journalistiek een vertelwijze en niet een discipline op zichzelf. Het is iets wat eigenlijk altijd al door journalisten is gedaan, alleen hier en daar vergeten we nog wel eens de vraag te stellen 'hoe nu verder?'. En dat doen wij consequent. Wij bieden consequent perspectief, plus hoe het verder moet. Dat is het eigenlijk.

- Wat moet een product bevatten om constructief te zijn?

J: een plus, dus een perspectief, een vooruitzicht. Dus niet alleen het probleem aankaarten maar ook laten zien hoe een probleem eventueel opgelost kan worden, of er al projecten zijn die dat laten zien. Bijvoorbeeld er wordt veel om betrokken burgers gevraagd. En dan laten zien waar die dan zijn en hoe dat als voorbeeld kan dienen voor meer mensen en dat je het op grotere schaal zou kunnen uitrollen.

L: We constateren nog steeds problemen, en stellen misstanden aan de kaak, maar we laten dan ook zien hoe mensen zelf de handen uit de mouwen steken en dingen initiëren. Gisteravond hadden we een verhaal over hoe de zorg voor meervoudig gehandicapten onder druk staat. Dan zijn er mensen die zélf zo'n kleinschalige woonvorm voor ernstig gehandicapten beginnen. Nou, dat. En dat laten wij dan zien, en dan laat je zien dat er oplossingen zijn. Vaak nog klein en in de kinderschoenen maar we nemen geen genoegen meer met constateren van een probleem of misstand. We willen ook laten zien dat er wel degelijk mensen zijn die naar oplossingen zoeken.

Hoe?

- Hoe ziet publiek jullie constructieve manier van werken terug in jullie producties?

L: De mensen die wij aan het woord laten in dat deel van de oplossing, die zeggen eigenlijk allemaal 'ik laat het er niet bij zitten'. Of 'dan doe ik het zelf wel'. Dat zijn quotes die we vaak horen en dat staat wat mij betreft voor een constructieve levenshouding.

J: Dat weet ik niet heel goed eigenlijk maar het valt me wel op dat we toch wel aardig wat respons krijgen. Je hebt wel iets meer interactie met je publiek en daaruit zóu je kunnen afleiden dat het toch wel enigszins op prijs wordt gesteld. Dat je iets meer doet dan problemen aankaarten. Want daarvoor kregen we, met het oude Brandpunt ook wel eens van eh 'het is altijd zwaar, negatief, de wereld vergaat'. We hadden een beetje 'de geur om ons heen hangen' van paukslagen en de wereld vergaat. Dat hebben we wel 180 graden gedraaid inmiddels.

L: En mensen willen, dat merken we inmiddels wel, online en sociale media, geïnspireerd worden.

J: Precies.

L: Ze willen weten wat er mis is, maar ze willen óók heel graag geïnspireerd worden. Het is geen valse hoop bieden of zo. We zijn nog steeds journalisten. Dus als we bij een initiatief staan waarvan we denken 'ja leuk dat het op deze vierkante meter werkt, maar is dit haalbaar om uit te rollen landelijk?', en wij denken van niet, dan vragen we daar wel op door. Maar het feit dat je ook initiatieven laat zien die het in ieder geval proberen...

J: Het sluit natuurlijk ook wel aan bij de belevingswereld van mensen in NL dan, het meeste gaat goed. Heel lang leek het in de media alsof het nooit goed ging, maar het meeste gaat gewoon goed. Mensen doen, wat Liesbeth ook zegt, steken zelf ook handen uit de mouwen en gaan aan de slag met hun omgeving en problemen.

L: Toevallig hoorde ik gisteren nog een reportage, dat was Martijn van de Zande die werkt ook voor 3fm maar ook voor radio 1 en die stond bij een soort voedselbank van een oude mevrouw die in haar eentje van haar AOW en een klein pensioentje van haar overleden man nog een voedselbank voor behoevende buurtbewoners runde. Nou, dat vind ik enorm constructief dus de NOS doet er weldegelijk aan.

J: Mensen kunnen zich beter identificeren en relaten. Want dat ervaar ik zelf ook als je gewoon nuchter naar je eigen situatie kijkt, gaat het meeste goed. Dan is het best wel relaxed om het zo te zeggen. Alleen de journalistiek heeft natuurlijk wel meer taken dan dat. En ik denk dat misschien toch wel een belangrijker taak blijft agenderen en ja we zijn gewoon een tijd doorgeslagen geweest in het vergeten te vertellen dat er meer is in de wereld dan een probleem.

Het is de extra vraag, zoals Liesbeth zegt.

Ik wil ook nog wel even een notitie maken over constructieve journalistiek. Het is een vertelwijze, maar doorgeslagen vorm is natuurlijk projectjes-tv of -journalistiek. Goede doelen-tv kan echt niet de bedoeling zijn. We hebben er nu het hele jaar mee gewerkt en we hebben ook wel uitzendingen gehad waarvan we dachten 'dit is gewoon geen journalistiek meer', als je het op die manier aanvliegt. Dat is ook wel even een goede notitie. Ik ga er namelijk vanuit dat er kampen (bij Omroep West) zijn, en dit is de praktijk.

- **Hoe ging de doorvoering van de constructieve werkwijze bij jullie?**

J: Met horten en stoten.

L: Er zijn zoveel patronen in je journalistiek werk, dat het heel moeilijk is om de wereld zélf ook anders te bekijken en niet meer zo gefocust zijn op ellende en dreiging. Dat heeft ons héél veel moeite gekost. We zijn er in de ontwikkeling van het merk Brandpunt+ ook wel in gesteund door een bureau, maar goed wij moesten die werkwijze doorvoeren. En dat is heel lastig geweest. Sommige collega's zijn ook afgehaakt. Het klinkt zoals wij het hier nu bespreken best wel eenvoudig, gewoon andere vraag en leuk. Maar als je het al heel lang op een andere manier hebt gedaan vergt het heel veel aanpassingsvermogen om je anders op te stellen ten opzichte van je onderwerp en ook het zóeken van je onderwerpen. Want er zijn heel veel dingen die wij nu niet meer doen die twee jaar geleden nog op nummer 1 stonden als onderwerp.

J: Dat heeft ook deels te maken met de vertelwijze, en op tv met beeldvoering. Hoe stel je jezelf op als anchor? Wat voor type vraag stel je? Daar begint het al mee.

L: vroeger was Brandpunt, van oudsher, een programma dat vertelde 'hoe het zat'. Constructieve journalistiek is ook zélf weer durven vragen 'hoe zit het eigenlijk?' en 'ik weet het eigenlijk ook niet'. Open staan voor alternatieve oplossingen.

J: Je vizier openzetten.

L: Daarbij kritisch vragen 'is het haalbaar? Klopt het wat jullie doen?' en als je daar het antwoord niet op hebt of weet, dat ook aangeven in de uitzending. Dus dit gebeurt, we kunnen t niet achterhalen maar we willen het wel laten zien. Daar moet je je dan als journalist dan transparant in zijn. De anchor moet zich meer durven laten leiden door verwondering. Dingen zich afvragen en niet zeggen 'zo zit het, wij hebben onderzoek gedaan wij weten het'.

J: Toetsen in plaats van mededelen.

L: Wetenschap is wetenschap, daar blijven we nog vanaf.

J: een goed voorbeeld is, een goed verhaal gemaakt over mensen die kinderporno downloaden. En bekijken. Het onderwerp heet 'downloaders'. In plaats van dat je ze veroordelend gaat bevragen, wat eigenlijk courant is in de journalistiek, probeer je te achterhalen waaróm hebben ze het gedaan. Je gaat zo veel opener het gesprek aan en je probeert mensen te bewegen om te vertellen waarom ze het hebben gedaan. Sommigen zeggen 'ja het was bijvangst', maar anderen 'ik ben geradicaliseerd in mijn surf en kijkgedrag'.

L: Of het lukt mij niet om er los van te komen.

J: Precies, zo krijg je meer antwoorden.

- **Zijn er dingen waar een nieuwsplatform op moet letten bij doorvoeren van deze werkwijze?**

J: Ik denk dat je, je moet vanuit de journalistiek blijven opereren. Dus een beetje de fout die wij in het begin hebben gemaakt is dat wij een goed project vonden een goede oplossing zeg ik maar even, en dan een verhaal gingen maken. Terwijl je wel vanuit het probleem moet blijven werken. Maar je ogen blijven openhouden voor oplossingen en perspectief. Dan blijf je journalistiek bezig. Omgekeerd noemen wij dan projecten-tv of goede doelen-tv.

L: en we hebben wel een paar uitglijders gemaakt hoor. Dat de redactie achteraf zei als groep 'nee dit was net te dun'.

J: Project centraal stellen. Het moet vanuit een journalistiek vraagprobleem, moet de oplossing oprijzen. Het kan best zijn dat je de oplossing eerst ontdekt, maar dan moet je nog wel je journalistieke werk gaan doen van 'maar voor welk probleem is dit een oplossing?' Je moet wel vragen blijven stellen.

Waarom?

- **Waarom hebben jullie besloten constructieve journalistiek toe te gaan passen?**

J; Dienstopdracht, haha.

J: Wat jij zelf aangaf, dat we zelf merkten ook door schade en schande dat we te veel gezien werden als een rubriek die verdoemenis uitstort. Eigenlijk de manier waarop we uitserveerden. Deels is het ook ingegeven als NPO nieuwe koers vanuit hen. Vanuit onszelf.

L: we zouden het uithangbord worden voor de vernieuwing in de journalistiek. Maar je weet dat we stoppen he?

J: We gaan als het goed is online verder maar nog niet zeker. We zijn een samensmelting van de website en tv-programma. Website Brandpunt+ was al eerder constructief. Zij waren eigenlijk een van de eersten die zich heel constructief opstelden in de journalistiek.

L: Marcel Gelauff wil natuurlijk niet de verdenking op zich laden dat het nieuws een soort goednieuwsshow wordt. En zijn eerste opdracht is ook gewoon het nieuws brengen.

J: Constructieve journalistiek is ook niet nieuw, het bestaat al lang maar het heeft nu een stempel gekregen.

L: een naam

J: Ik heb bij Netwerk gewerkt voor ik bij Brandpunt zat, en daar maakten we heel vaak als onderwerp constructieve verhalen. Dan gingen we naar Afrika toe waar een nieuwe HIV-methode werd toegepast. Ik noem maar wat. Dat je laat zien wat er mogelijk is. Ik wil echt met nadruk bestrijden dat dit nieuw is. Waarvan akte.

Wat vinden jullie van de naam constructieve journalistiek?

L: Hij is een beetje misleidend. Want heel veel mensen denken dat het een vervanging is voor goede journalistiek. Het is een toevoeging. Het geeft wel iets aan dat je anders kijkt naar onderwerpen. Je keuzes zijn heel anders. Je laat ook andere onderwerpen liggen.

J: deels, maar je vult het ook anders in. Dus zeg maar, downloaders bijvoorbeeld, je vult hem anders in je stelt andere vragen.

So what?

- **Hoe ervaren jij en collega's de constructieve werkwijze?**

J: dat verschilt per collega volgens mij.

L: heel prettig.

J: Ik vind het heel fijn hoor.

L: Maar wij zijn ook echt een achtergrondprogramma. In Engelse mails zetten wij ook altijd 'we are a short documentaryprogram'. We hebben al-tijd extra lagen nodig anders haal je die minuten niet. Wij gaan nooit naar een kettingbotsing op de A4 zeg maar, dat doen we sowieso niet, maar we maken altijd onderwerpen waar iets meer over te vertellen valt. Voor mij heeft de praktijk van de verslaggeving ook nog een extra route gekregen. Je maakt ook nog eens een ommetje om het onderwerp heen en kijkt er van een andere kant naar. Behalve de geijkte kanten.

- **Wat doet constructieve journalistiek met de kwaliteit van jullie producties?**

L: Nou, leuk dat je het vraagt want de Ombudsman van de NPO heeft een column geschreven, nu eens niet op basis van klachten maar op basis van complimenten want wij hadden een #metoo verhaal gemaakt en dat ligt heel erg onder een vergrootglas hoe je dat doet etc. En de downloaders. En zij zei 'ja dat is zo zorgvuldig gedaan en met zulke open vragen, en open eindes, dat zou een voorbeeld moeten zijn'. En sowieso krijgen we veel complimenten.

J: volgens mij is het ook goed uitgevoerd in verdieping van elk verhaal. Ik denk dat het heel zorgvuldig is als je een journalistiek probleem ontdekt, analyseert en aankaart dat je ook kijkt naar de oplossingen omdat het veld daarmee groter wordt en je ook het gewicht van het probleem kunt vaststellen. Als er perspectief bij komt. Ik denk dat het juist een verrijking is van de journalistieke methode. Eigenlijk zonde dat we dat heel lang niet hebben gedaan. Je bent heel transparant over je methode, daar word je ook heel controleerbaar door.

L: Wat ik ook constructief vind is dat als je de hele tijd communiceert wat je methode is en transparant bent dan stel je jezelf ook kwetsbaar op en dan laat je ook weer open 'doen wij het wel goed'. Dat is anders dan 'dit is de wereld en zo zit hij elkaar en wij Brandpunt vertellen dat'.

J: het is eigenlijk ook een vorm van wederhoor op je onderwerp.

L: eigenlijk kun je wel zeggen dat als je het goed doet, dan geef je een completer beeld van het probleem dan in de traditionele vorm.

- **Voelen jullie je verantwoordelijk voor het effect van deze werkwijze?**

L: zeker voor het publiek, want we voelen ons verantwoordelijk voor elke uiting in hoge mate. Maar kijk ik snap Gelauff gaat niet het 8uur journaal constructief maken. Hoeft ook niet, is zijn rol ook niet.

Ik denk eigenlijk ook dat het zo in de tijdsgeest zit om je dingen af te vragen en je te verwonderen dat langzaam iedereen daar een beetje naar opschuift.

J: ik denk dat hele goede achtergrondjournalistiek veel constructieve elementen in zich draagt.

- **Waarom zou Omroep West dit wel/niet ook moeten proberen?**

L: Ik denk dat ze dan een aantrekkelijker medium worden voor hun publiek als ze het wel doen. Zij moeten natuurlijk ook hun berichten lezen van ‘in hollandsspoor is een trein ontspoord’, dat zou ik zeker zo houden. Ga ook kijken hoe het ook kan.

J: in hun achtergronden zouden ze meer constructieve journalistiek kunnen toepassen. Kijk, eerste lijn zou het melden van dingen moeten zijn. Is wat het is. Bij achtergrond journalistiek kan je er wel meer ruimte voor maken.

L: wat mij opvalt is dat wij sinds we dit doen de reacties van het publiek inhoudelijker zijn. Heel veel mensen worden boos als je laat zien dat zwarte pieten discussiedemonstraties ... dat polariseert. Als je laat zien waar demonstratie vandaan komt of je brengt twee kampen bij elkaar maar kijkt naar wat ze gemeen hebben, dat is veel bevredigender voor de kijker daar kun je meer mee in je hoofd.

J: ik vind de best practice lastig. We hebben veel goede verhalen gemaakt. Downloaders is wat dat betreft misschien wat meer... de dilemma's en de methodiek is interessant. Dus ik denk dat dat de beste is. Het is naar voorbeeld van Noorse tv. De Noren hebben dit verhaal als eerste gemaakt over downloaders en dat heeft ons geïnspireerd omdat ook te maken. Is via data redactie bij ons binnengekomen heeft contact gezocht. Die hebben toen dataset opgestuurd. Vrouwelijke imams ook.

- **Hoe ziet publiek jullie constructieve manier van werken terug in dit artikel?**

L: Nou daar stond hij mee of viel hij mee en dat was heel belangrijk. Iedereen die bewust vrouwen gaat interviewen laat automatisch het andere geluid horen. (Vrouwelijke imams) het onderwerp is constructief.

J: we zijn volledig transparant over de methode, er wordt met open vizier vragen gesteld aan mensen die kinderporno hebben gedownload, er ligt een onderzoeksmethode journalistiek aan ten grondslag (datajournalistiek), en er zit een oplossing in voor die downloaders. Dus mensen die dit zien kunnen ergens heen of iets doen aan hun 'aandrag'. Het is in dat opzicht een heel compleet verhaal.

- **Waarom hebben jullie deze specifieke keuzes binnen dit artikel gemaakt?**

L: ik denk dat we voorheen deze vrouwen veel minder snel een podium hadden gegeven. We zien nu de waarde van een tegengeluid en dat willen we graag laten horen.

J: die downloaders is ook wel een goed voorbeeld hoor. Dat is wel een best practice in die zin dat het wel heel goed laat zien dat je ouderwetse journalistiek gewoon heel constructief kan bedrijven. Er is veel koudwatervrees bij journalisten wat betreft constructieve journalistiek omdat ze denken dat het positieve journalistiek is, alleen die downloaders laat zien dat het anders kan.

- **Wat doet constructieve journalistiek met de kwaliteit van jouw productie?**

L: naar hoger niveau getild

J: zeker, is heel compleet verhaal. Ik denk dat het meeste werk wel in de journalistieke methode zit. Constructief of niet, daar gaat je meeste tijd in zitten. Nogmaals het is een vertelwijze, hoe vertel je je verhaal?

- **Waarom is dit artikel jouw best practice op het gebied van constructieve journalistiek?**

J: omdat daar alles in samen komt. Traditionele journalistiek, het is een heel ouderwets afgekloven onderwerp op een hele frisse manier gebracht.

L: denk dat je er meer door te weten bent gekomen dan wanneer in ouderwetse vorm.

7.1.2. De Correspondent, Sanne Blauw

Sanne Blauw, Correspondent ontcijferen bij de Correspondent, ik werk nu officieel ongeveer 3 jaar voor de Correspondent en daarvoor heb ik een halfjaar gefreelancet en ook stagegelopen hier. Dus ik werk nu ook 3,5 jaar eigenlijk in de journalistiek, want daarvoor was ik econometrie onderzoek aan het doen. Na mijn promotie de journalistiek ingerold en ik schrijf hier over cijfers. En dat is heel uiteenlopend, maar ik heb nu net een boek geschreven over de rol van cijfers en vooral ook de misleiding die daarbij komt kijken en hoe je dat kunt herkennen.

Wat?

- Wat is constructieve journalistiek volgens jullie?

Dat is journalistiek die niet alleen het probleem aankaart maar ook laat zien hoe het anders kan. Zo zie ik het in ieder geval. Dus dat, mensen denken altijd dat het goednieuws journalistiek is maar dat hoeft niet per sé, maar zoals in mijn geval dat ik niet alleen maar zeg: KIJK cijfermisleiding. Maar dat ik ook zeg: zo kun je het herkennen of, dit zou je eraan kunnen doen/ moeten doen als overheid. Dus dat je ook even die volgende stap zet.

- Wat moet een product bevatten om constructief te zijn?

Ja dus antwoord op de soort van 'en wat nu'-vraag. Dus oké ik stel iets aan de kaak, maar hoe nu verder. Dat vind ik wel altijd belangrijk. Dus dat. Oplossingen eigenlijk, of in ieder geval een oplossingsrichting. Want je weet niet altijd overal oplossingen.

Hoe?

- Hoe ziet publiek jullie constructieve manier van werken terug in jullie producties?

Nou ik denk dus wat ik net zei eigenlijk. Dat als ze iets lezen er ook wel vaak bij staat, van 'oke en zo zou je het kunnen herkennen' of 'oh, hier zouden we het vaker over moeten hebben' of ... er zit altijd een soort van blik op de toekomst in. Van 'hoe nu verder'. Dat zit altijd wel in de stukken hier en daar verstopt.

- Hoe ging de doorvoering van de constructieve werkwijze bij jullie?

Geen idee, wij zijn er helemaal op gebouwd natuurlijk. De Correspondent bestaat nu vijf jaar en ik ben er nu zo'n 3,5 jaar. Het is natuurlijk zo verweven met het hele idee, dat... en daarbij heb ik nooit op een andere plek in de journalistiek gewerkt. Dus voor mij is dit gewoon 'de manier van werken'. Wat dat betreft... ja. Ik ken geen andere journalistiek zeg maar. Dus. Het was er gewoon al.

- Zijn er dingen waar een nieuwsplatform op moet letten bij doorvoeren van deze werkwijze?

Nouja, dus ook dat je altijd als eindredacteur ook kijkt van 'oh staat er ook een soort van... 'zit er ook een soort van oplossingsgerichtheid in. Dus ehm, dat kan door het hele stuk heen staan, maar het kan ook zijn dat je een probleem beschrijft en aan het eind ook nog een stuk beschrijft van 'oke, en hoe nu verder'. Dus dat je daar ook als eindredacteur of hangt er een beetje vanaf van hoe het proces in elkaar zit, maar als iemand een idee pitcht of als een eindredacteur altijd zegt van 'wat kunnen we hiermee en hoe helpt dit ons verder voor de toekomst?'

Welke thema's van constructieve journalistiek staan bij jullie hoog in het vaandel (nog meer)?

Nouja, sowieso soms dingen beschrijven, we proberen natuurlijk ook altijd wel dingen te beschrijven die je in het nieuws vaak niet tegenkomt maar wel een soort van structurele ontwikkelingen. Dus dat is wel heel erg deel van de werkwijze van de Correspondent,

van 'dit was het nieuws níet'. Verhalen die het nieuws niet halen maar wel verteld moeten worden. Het zijn soort van onze 'greatest hits'. Dus dat, al weet ik niet zeker of dat dan dus deel is van constructieve journalistiek. En soms ook, en ik denk dat dat dan wel constructief is, dat je het ook niet altijd hebt over wat er slecht gaat, maar ook wel eens over wat er goed gaat.

Het is dus niet alleen maar goed nieuws journalistiek.

Waarom?

- Waarom hebben jullie besloten constructieve journalistiek toe te gaan passen?

Ik vind de Correspondent gewoon... ik was een soort groupie vanaf moment één. Ik zag 't bij DWDD en ik dacht 'ooh dit is vet'. Ik werd meteen lid, ik appte mijn familie en zo. Dus ook toen ik de journalistiek in wilde was dit gewoon mijn met stip, met grote afstand mijn nummer 1 plek waar ik graag wilde werken. Omdat ik, ja ik ben persoonlijk gewoon niet echt een nieuwsjournalist. Dus ik hoef niet nieuws na te jagen. Ik heb wel deadlines, maar het is niet van dat ik het nieuws van vandaag moet rapporteren ofzo. En dat komt ook wel een beetje voort uit wat ik wilde als journalist. Want ik dacht, ik kom uit de wetenschap, vooral met cijfers heb ik heel veel gewerkt, en ik wilde juist het verhaal dáarover vertellen om mensen ook te laten zien van 'hey, we gebruiken superveel cijfers, maar we weten eigenlijk helemaal niet wat daarachter schuilgaat, zeg maar'. Ja en dat is nou typisch zoiets wat precies past bij de missie van De Correspondent. Dus wat ik net zei die structurele ontwikkelingen waar niemand het eigenlijk over heeft, en natuurlijk onze hele filosofie over het nieuws, nouja, voer voor nieuws 'cijfers' in en je hebt eigenlijk mijn missie zeg maar. Cijfers zijn niet zo objectief als we denken. Dat zeggen we natuurlijk ook vaak over nieuws, of nouja we, Rob, de oprichter. Dus nouja voor mij was dit gewoon dé plek om te gaan werken, en daar heb ik ook nooit spijt van gehad. En zij hopelijk ook niet.

- Waarom hebben jullie deze specifieke keuzes gemaakt?

Ik vind het lastig want ik weet dus niet waar de grens ligt tussen... ik weet niet of alles wat ik doe constructief is of niet. Maar dat is meer een semantische discussie denk ik. Dat weet jij beter dan ik wat er wel of niet onder valt. Maar als ik even gewoon mijn hele werk beschouw, en even de aanname maak dat dat allemaal constructief is, maar dat weet ik dus niet zo goed... kijk. Één van mijn doelen, en dat is denk ik wel heel constructief, is aanvankelijk wilde ik altijd cijfermisbruik aanklaarten, maar al snel merkte ik van 'hey, dan word ik helemaal gek want er is gewoon té veel'. Dus wat ik toen heb besloten is dat ik dacht, nouja dan ga ik ervoor zorgen dat ik met mijn artikelen een soort van handvatten geef, zoals mensen het zelf ook kunnen gaan herkennen. Dat probeer ik dan ook met mijn boek ook heel erg te doen. Dus dat is zo'n keuze dat ik denk, en dat voelt wel heel constructief, ik wil mensen zelf de middelen geven om vervolgens anders naar de wereld te kunnen kijken. Dus dat is een van de belangrijkste keuzes die ik wel heb gemaakt, vind ik. Ik doe geen, nouja soms wel in mijn wekelijkse nieuwsbrief waar in ik factchecks doe, maar ik ben geen factchecker. Dat zie ik niet als mijn rol. Ik ben dus juist, ik wil juist mensen helpen om daar zelf beter mee om te kunnen gaan. En dan een tweede keuze die ik heb gemaakt die misschien wat minder met die constructieve journalistiek te maken heeft, maar aanvankelijk was ik heel erg op de statistiek, en dat ben ik ook wel gebleven hoor, maar na een tijdje dacht ik 'ja maar het gaat niet alleen maar om die kennis, het gaat ook heel erg om bewustzijn van je eigen psychologie', want die speelt ook heel erg mee. Als jij bepaalde overtuigingen hebt, en jij leest iets over peilingen die precies zeggen wat jij vindt, dan denk je sneller yeah vette peiling. Dus dat is één van de dingen die ik erbij ben gaan doen. En een andere is ook de belangen erachter. Dus nouja al dat cijfermisbruik is leuk, maar waar komt dat dan vandaan? Dus nouja, waarom brengen politici onzincijfers de wereld in? Nouja, dat is omdat ze r goede schijn mee kunnen maken omdat cijfers zo belangrijk voor ons zijn

geworden dat we heel veel prikkels zijn om cijfers anders voor te stellen dan ze zijn. Dus ik ben heel erg die psychologie en die politiek van cijfers of de macht die erachter gepaard gaat, dat ben ik ook veel meer gaan onderzoeken. Ik weet niet of dat per se constructief is, maar misschien ook wel.

Ik ben wel altijd heel transparant over mijn eigen tekortkomingen, want ik doe zelf ook wel eens dingen fout. Ik weet niet of dat constructief is, maar dat ik zeg 'oh jongens ik ben ook weer ergens ingestonken'. Dat doe ik ook wel een beetje met opzet omdat, sowieso, zijn dat de voorbeelden die ik zelf in mijn dagelijks leven tegen kom, maar ook om te laten zien dat ik ook niet een soort van heiliger dan de paus ben want ik doe ook de hele tijd dingen fout en ik trap ook de hele tijd overal in. Nouja niet overal, maar wel eens in dingen.

So what?

- Hoe ervaren jij en collega's de constructieve werkwijze?

Ik denk 'ja, wij hebben gewoon een werkwijze hier'. Ja, goed. Ik weet niet zo goed waar je naar zoekt? Ik ken niet anders. Ik heb ook nooit anders eh... Ik bedoel, ik vind dit veel fijner werken dan de wetenschap, dat weet ik wel. Ik kan geen vergelijking maken met andere journalistieke plekken.

- Wat doet constructieve journalistiek met de kwaliteit van jullie producties?

Ja, kwaliteit is natuurlijk een heel breed begrip, want ik denk dat als je als onderzoeksjournalist iets blootlegt, dan vind ik dat ook van hele hoge kwaliteit, zeg maar. Maar ik denk bij mezelf, mijn eigen artikelen, dat het het wel beter maakt dat ik ook mensen help. Dat ik niet alleen maar de hele tijd zit te zeiken. Maar dat mensen ook snappen wat ze eraan moeten doen, zeg maar. Dus ik weet niet, dat maakt waarschijnlijk de kwaliteit hoger, maar zeker ook de leesbaarheid. En een soort van, met mijn onderwerp ligt de wanhoop ook wel een beetje op de loer. Mensen denken 'oh god we kunne helemaal niets meer geloven, alles is een leugen' en weet ik veel wat, dus wat dat betreft denk ik dat het, nouja weet niet of dat kwaliteit is, maar in ieder geval de aantrekkelijkheid en de leesbaarheid en zo en de impact wordt daardoor ook wel groter. Ik probeer dus juist te schrijven voor mensen die hier niet zoveel over weten. Omdat ik dus mensen help om het zelf te herkennen in plaats van dat ze gewoon lui achterover gaan zitten en denken 'oh ik wacht wel gewoon tot Sanne Blauw weer iets heeft gevonden waar ik wat over kan lezen'. Dus wat dat betreft is de impact groter, omdat mensen echt zelf aan de slag kunnen.

Dat is mijn ideaalbeeld.

- Voelen jullie je verantwoordelijk voor het effect van deze werkwijze?

Ja tuurlijk, absoluut. Anders zou ik dit werk niet doen. Ik vind het schrijven wel het allerleukste deel van het proces en als het dan gepubliceerd is het wel altijd spannend natuurlijk wat mensen zijn ook echt niet altijd blij, maar ik vind het wel, als ik zie hoeveel pulp er in de wereld is... En ik hou dus ook heel erg van cijfers. En als ik dan zie hoe echt stom sommige mensen ermee omgaan, dan denk ik oh, come on ik wil hier wat aan doen'. Wat dat betreft... ik vind schrijven gewoon zo leuk, dat is voor mij hét middel om zoiets te doen. Maar ik voel me zeker ook wel verantwoordelijk voor de impact. Ik ga nu veel lezingen geven en ik doe veel interviews over mijn boek en dat heeft ook heel erg mee te maken dat ik mensen gewoon aan t denken wil zetten weetje wel.

- Waarom zou Omroep West dit wel/niet ook moeten proberen?

Nou ik vind zelf, ik ga altijd een beetje heen en weer in periodes dat ik niet zoveel nieuws volg, en soms juist weer wel. Maar laatste tijd volg ik wel weer wat meer nieuws. Ik merk dat ik er heel erg verdrietig van wordt en soms een beetje wanhopig.

Deprimerend kan het zijn. En dat kan mensen juist ook wel weggagen. Dus ik denk dat een van de argumenten ook wel zou zijn dat je zo lezers behoudt. Je hoort het steeds vaker dat mensen denken ‘ugh, ik wil geen nieuws meer lezen’. Ik ken omroep west niet goed hoor dus ik weet niet precies hoe zij werken natuurlijk. Ik zou dus denken om mensen aan je te binden is het ook heel prettig als je ook die constructieve invalshoek hebt. Om dan toch ook mensen niet alleen wanhopig te maken en machteloos, maar ze ook een beetje te helpen met na te denken over de toekomst. En ik vind dat ook wel een beetje je taak als journalist, van er gebeurt zoveel nu, en ik vind echt dat we daar met zoveel mogelijk mensen over mee zouden moeten denken. Nu zijn het vooral techbedrijven die meedenken, maar niet per se de mensen die ethische beslissingen over ons kunnen nemen. Dus ik denk ook dat het je taak is als journalist om de burger te helpen zulke grote ontwikkelingen om je heen om daar wat meer grip op te krijgen. En daarover te kunnen nadenken. En dan is het wel heel prettig om de constructieve invalshoek te hebben. Anders is het alleen maar ‘hey hier heb je weer een nieuwtje’.

In dit artikel (een glas bier is eigenlijk al teveel) beschrijf ik eigenlijk hoe psychologie meewerkt. Hoe mijn psychologie hier meespeelde.

- Hoe ziet publiek jullie constructieve manier van werken terug **in dit artikel**?
Nou omdat ik dus hier ook op het eind zeg van nou ‘wat moet je hier nou mee’. Het is een soort van oplossing aanbieden, mogelijke oplossingen hoor want onderzoek staat nog in kinderschoenen, in de vorm van nieuwsgierigheid.

- Waarom hebben jullie deze specifieke keuzes **binnen dit artikel** gemaakt?
Je wordt er een beetje wanhopig van als je alleen maar denkt ‘oh, dus kennis heeft geen zin want mijn psychologie houdt me toch voor de gek’. Dus ik wilde ook voorkomen, en ik vind het zelf ook gevaarlijk omdat je dan heel makkelijk is dat je je handen maar in de lucht gooit en denkt nou, laat maar. Dus dat wilde ik voorkomen.

- Wat doet constructieve journalistiek met de kwaliteit van **jouw productie**?
Ja ik denk dat het wel beter maakt omdat het dus soort van wel hoopgevend. Maar zoals ik net al zei ik vind dat over kwaliteit lastig om te zeggen omdat het niet per se slechter vind als het er niet in staat, maar het maakt het wel soms soort van ‘je hebt er meer aan’ ofzo.

- Waarom is **dit artikel** jouw best practice op het gebied van constructieve journalistiek?
Oh ik weet niet per se of dit mijn best practice is hoor, ik vind het zelf gewoon een goed stuk. Ik vind er sterk aan dat ik mezelf op de hak neem, dat werkt volgens mij goed want dan kom je ook dichterbij de lezer. Niemand zit erop te wachten dat je gaat zeggen ‘nou ik weet allemaal hoe het zit gaan jullie maar naar me luisteren’. Dat vind ik goed aan dit artikel daardoor komt het dichterbij. Ik vind het heel relevant voor wat er nu gebeurt. Als we nu feiten over klimaat zien, of over vaccinaties of over IQ weet je wel, dan is het heel goed om te onthouden dat je er zelf dus ook overtuigingen hebt en daardoor ook selectief bent in de informatie die je verwerkt. En dat ik het dus uiteindelijk heb over nieuwsgierigheid. Dat is ook wel een leuk haakje.

7.1.3. Trouw, Martijn Roessingh en Maaïke van Houten

Maaïke van Houten, religie en filosofie, 25 jaar bij TROUW, via onderwijs en politiek, opinie, binnenland. Verslaggever en Chef. Martijn Roessingh, adjunct-hoofdredacteur, via nieuwskrant als chef, buitenland. Sociaalgeograaf al twintig jaar. Maaïke is socioloog.

Wat?

- **Wat is constructieve journalistiek volgens jullie?**

Martijn: Dat alleen al is al best een ingewikkelde vraag. Want er wordt heel veel verschillende dingen over gezegd. Voor mij is constructieve journalistiek een vorm van journalistiek die ook mede oplossingen in beeld brengt en zeg maar ook enig uitzicht geeft op verandering. Waar in ieder geval onze lezers iets mee kunnen. Dus niet alleen verslaggeving en zeg maar vinger op de problemen maar ook dingen die opbouwend zijn en de beleving van lezers. Dat is voor mij de wijze waarop ik constructieve journalistiek interpreteer.

Maaïke: Ik ook maar ook wel meer de opbouwende vanuit diegene die je spreekt zeg maar. En je schrijft natuurlijk alles voor je lezers maar je vraagt aan diegene die je interviewt vraag je niet alleen wat gaat er mis maar ook hoe kan je/ zou je het kunnen oplossen. Heb je daar ideeën over? Dat geeft uiteindelijk de lezer perspectief. Als doel om de lezer perspectief te bieden.

Martijn: onderdeel kan inderdaad ook zijn dat je de lezer activeert en motiveert om mee te denken en we hebben denk ik wel een goede band met onze lezers en over het algemeen ook een positieve uitwisselen. Dus we proberen ook gebruik te maken van ideeën die lezers ook zelf hebben. Dat zij er onderdeel van kunnen uitmaken. Maar als het gaat om journalistiek niet alleen probleem benoemen maar ook analyseren en kijken naar wat er wél kan.

Maaïke: Ik vind het in die zijn eigenlijk best wel een gek woord. Want ik vind het eigenlijk gewoon journalistiek. Maar als we dat constructieve journalistiek gaan noemen dan is dat ook goed. Ik denk ook voordat dat woord bestond vroeg ik al of mensen ideeën hadden of ze problemen konden oplossen. Dat is toch gewoon onderdeel van de werkelijkheid volgens mij.

Martijn: Maar ik denk dat er in de journalistiek meer een hang is naar analyse en probleembenoeming en definiëring van problemen en dat je je af en toe echt ook iets meer moet forceren als het ware om die tweede stap te maken. Waarbij het voor sommige mensen wat makkelijker is dan voor anderen. Het is ook een karakterkwesitie natuurlijk. Maar het zit denk ik in de genen van de krant ook wat meer om nou ja wat hoop te leveren.

Maaïke: Dat denk ik ook. Dat is misschien ook wel een beetje een visie die wij eigenlijk misschien niet altijd per se benoemen, wel in redactiestatuut natuurlijk, maar ook niet per se benoemen maar die wel in ons zit van, ja als je het heel groot maakt dan kan je zeggen dat we ergens wel zeggen dat de wereld verbeterd kan worden. En dat kan je dus door je commentaar te schrijven maar ook door in de geest van de krant je verslaggeving aan te passen.

- **Wat moet een product bevatten om constructief te zijn?**

Martijn: Nou A, denk ik is het heel belangrijk dat je überhaupt open het probleem in gaat, dus dat je je openstelt voor heel veel aspecten en details en nuances van het probleem. Dus dat je niet in zwart-wit denken denkt, maar dat is vaak, nou ja dat eindigt vaak in negativisme. In gesloten argumentatie om het maar zo te zeggen. Maar dat je ook nadenkt over de nuances die mogelijkheden bieden om in positieve zin dingen te ontwikkelen. Dus dat is denk ik het eerste. Die open benadering. En expliciet ook zoeken. Op voorbeelden. Dat is het tweede wat je echt moet doen. Vaak expliciet zoeken naar voorbeelden die ontwikkelingen ten goede kunnen keren en daar zit ook een enorm stelsel achter van wat is goed en wat is niet goed dat snap ik ook allemaal wel maar in ieder geval vanuit de gedachte van de krant de definitie van de krant zoeken we ook vaak naar oplossingen.

Maaïke: soms kan je ook een probleem benaderen via een oplossing. Een verhaal over de files, weet ik het, dat die de komende tien jaar ongelofelijk gaan groeien. Dan hadden wij een verhaal over hoe je dat zou kunnen oplossen. Dat was eigenlijk de invalshoek. Dan vertel je ook dat er een probleem is. En zeg je dat ze het in Amerika zo en zo doen.

Martijn: product hoeft niet altijd een oplossing voor een probleem te bevatten. Niet altijd. Maar je hebt veel verschillende soorten journalistieke verhalen maar de krant als geheel en sommige specifieke verhalen, die zijn daar wel geschikt voor. Ik noem maar iets, we zijn nu bezig met de midtermverkiezingen in de VS, en de plaatselijke verhalen van onze correspondent over een groep mensen die heel erg veel verder in het land met een andere groep mensen praat. Dus Trump vijanden en voorstanders proberen elkaar te leren begrijpen. Nou dat vind ik een vorm van constructieve journalistiek. Laten zien dat, we maken heel duidelijk waar het schisma zit in Amerika, maar daar laten we het niet bij. We hebben ook voorbeeld van mensen die proberen met elkaar in dialoog te blijven en te komen en daaruit te leren. En sommige mensen vinden dat soft want die denken 'ja dat is marginaal', maar ik denk dat het belangrijk is om te laten zien dat omdat je anders blijft hangen in dat zwartwit schisma waar niks tussen kan, waar geen dialoog mogelijk is, waar geen ontwikkeling meer mogelijk is. En dat is niet meer constructief maar negatief. Destructief op lange termijn.

Maaïke: Ik denk dat dat voor een deel ook verklaart waarom ze, bij het sociaal planbureau zeggen ze altijd, dat we gelukkig zijn over ons eigen leven maar ontevreden over de buitenwereld. En als de buitenwereld alleen maar negatief wordt afgeschilderd is dat natuurlijk niet zo raar dat je dat een moeilijk wereld vindt. Maar als je ook af en toe laat zien van nou zo kan het ook... Het is alleen denk ik ook heel belangrijk dat je altijd laat zien op welke schaal die oplossingen er zijn. Want die van Amerika is natuurlijk gewoon een prachtig voorbeeld, maar ze moesten 1000 km reizen. Dat is natuurlijk niet zo ver in Amerika, maar toch, 1000 KM om überhaupt die dialoog op te zoeken. Dat staat er dan ook heel duidelijk bij. Dan laat je dus eigenlijk door dat hele kale feit laat je al zien van 'nou eh heel wijdverbreid is dit dus nog niet, deze dialoog'. Ze kunnen het niet in het buurthuis van hetzelfde dorp doen want dat, nou ja. Maar het kán dus wel.

Martijn: en dat is een beetje de, ik denk ook als je kijkt naar de Trouw-lezers, dat die ook een soort geloof hebben, even los van hun 'geloof', zeg maar. Dat iedereen een geloof heeft dat iets kan veranderen. Dus je merkt dat mensen Trouw lezen ook juist vanwege het gevoel dat ze er iets aan kunnen doen, dat er iets aan gedaan kan worden. En dat komt ook omdat wij denk ik dat laten zien regelmatig. Ik vind dat best constructief.

Maaïke: Ik ook, absoluut.

Hoe?

- **Hoe ziet publiek jullie constructieve manier van werken terug in jullie producties?**

Maaïke: ook denk ik wel op dezelfde manier. Kijk, soms schrijf je het in één stuk door, soms doe je een reeks met eerst een probleemanalyse en dan de oplossingen, soms doe je ook een stuk en daarnaast zeg je dan 'kijk zo kan het ook'. In een kader bijvoorbeeld. Ik denk dat dat voor lezers wel herkenbaar is.

Martijn: Soms haal je ook de elementen uit het nieuws waar van je denkt nou dat is wel heel positief. Dus dat moet ook eens goed benadrukt worden. We hebben sinds een jaar, 2 jaar een soort klein rubriekje en dat is soms wat verifieer maar daar zitten soms wat elementen in dingen die leuke mogelijkheden bieden. Waar iemand blij van kan worden, positieve energie van kan krijgen. Maar bijvoorbeeld we hebben ook een heel groot onderzoek gedaan naar de staat van de boer. Nou die heeft het moeilijk in Nederland. Dus er komen allerlei dingen uit het onderzoek waaruit blijkt dat de boer het echt heel moeilijk heeft. Maar wat ons ontzettend opviel ook was het geloof van veel boeren dat zij kunnen veranderen op een manier die heel duurzaam is. Dat hebben we dus ook uitgelicht. Omdat het, we willen ook laten zien welk perspectief de boeren zélf zien. Je kunt uit zo'n groot onderzoek dan de elementen halen als het ware die laten zien waarom die boeren vastzitten op dit moment, maar je kunt ook eruit halen wat de boeren zelf denken dat de oplossing is. En dat laatste hebben wij met name gedaan toen en daarbij zijn al die problemen die ze wel hebben benoemd, alleen de nieuwsinsteek

van het bericht was ‘ze geloven, ze hebben vertrouwen dat het anders kan en beter kan’. En duurzamer in dit geval. Dus dat hebben we helemaal uitgewerkt. Waarom ze dat dachten, hoe ze het dachten, wat ze eraan deden. Met voorbeelden van mensen die dat deden. Uit hetzelfde basismateriaal kun je verschillende dingen halen en het is niet zo dat je dan andere dingen helemaal niet benoemt maar het is soms wel goed om je even bewust te zijn van ‘oke we hebben nu best wel geschreven over problemen waar boeren tegenaan lopen, en nu hebben we dit materiaal’. Het is heel goed om te belichten wat zij zelf als perspectief zien. Hoe nu verder? Dat sluit dan ook aan bij onze visie en debat van ‘kan het dan wel’ maar het is in ieder geval toekomstgericht. En we hebben daarna ook bijeenkomsten georganiseerd door het land met lezers en de boeren en met politici die met elkaar in discussie gingen en daar merkte je ook die sfeer. Het geloof in verandering en mogelijkheden die er wél zijn. En welke barrières je dan moet opruimen komt dan ook aan bod, maar als het ware is dat dan onderdeel van het idee dat er iets kan veranderen.

En het is nog steeds allemaal een weergave van de werkelijkheid dus je moet niet journalistiek bedrijven gebaseerd op de ... alleen maar. Dus een soort van fictieve werkelijkheid creëren waarbij de werkelijkheid onder het tapijt schuift maar het is wel een onderdeel van de werkelijkheid waarbij waar je als mediumspecialist of journalist best wel snel verwijderd van kan raken omdat er vooral aandacht is voor problemen en de problemen voor ophef zorgen en vaak de grootste nieuwsaarde hebben. Dus dat zijn de aanslagen, de fraudes. Dat leidt tot Kamervragen en aftredende ministers bij wijzen van spreken. Maar dat is maar een deel van de werkelijkheid. De meeste mensen leven in een werkelijkheid die veel positiever is, waarbij ze veel meer kansen voor zichzelf zien. Het is best een opgave voor een medium om ervoor te zorgen dat je die kant systematisch probeert te blijven belichten. Niet weglaat. Het is namelijk voor veel mensen een heel belangrijk onderdeel van de werkelijkheid. Wat je anders gewoon voor kennisgeving aanneemt.

Ik snap de kritiek op ‘positieve journalistiek’. Het gevaar zit erin op het moment dat je de ‘harde realiteit’, dus dat je problemen onder die werkelijkheid niet in beeld brengt. Maaïke: en als je suggereert dat het er op veel grotere schaal is dan dat het in werkelijkheid is. En dat vind ik wel heel belangrijk, dat je niet doet alsof er in elke stad of dorp al een dialoog is om even bij het Amerikaanse voorbeeld te blijven. En wat Martijn ook zegt het is niet zozeer positief het is gewoon onderdeel van de werkelijkheid en dat is natuurlijk wat wij moeten doen eigenlijk: informeren.

Je kan ook zeggen dat je je plicht verzaakt als je je alleen maar focus op wat er níet goed gaat.

- **Hoe ging de doorvoering van de constructieve werkwijze bij jullie?**

Martijn: Nou wat ik zei, het zit ook echt wel een beetje in de traditie van de krant. Vanwege deels de ontstaansgeschiedenis, deels het geloof dat de maatschappij ten goede kan veranderen op het moment dat je je daarvoor inzet. En van oorsprong heeft dat een sterk protestants-religieus karakter, dat je het goede moet doen op deze aardkloot omdat dat het maximale is wat je moet doen voordat je naar de hemel gaat. Maar dat zit dermate in het DNA van de krant, dat die toon als het ware... De term is er meer bijgekomen terwijl wij die journalistiek al best wel lang bedrijven. Dat wij natuurlijk de afgelopen jaren gemerkt is dat zeg maar we het ook niet-cynisme zouden kunnen noemen. Wij zijn gewoon geen cynische krant. En dat zijn we al heel lang niet. En je merkt gewoon dat heel veel lezers daar behoefte aan hebben. Wij gróeien. Maaïke: Ik denk ook dat wij eigenlijk helemaal dat woord niet vaak gebruiken, constructieve journalistiek. Het is gewoon... we hadden geen werkgroepje van ‘hoe kunnen we onze krant en werkwijze meer constructief maken’ nee, het zit gewoon meer in onze genen denk ik.

Martijn: We hebben wel af en toe dat we even tegen elkaar moeten zeggen van ‘hij is iets te zwaar’. Dus ook wij hebben soms een beetje de neiging om vooral problemen te

benoemen. Je moet elkaar wel een beetje in de ogen kunnen kijken en je afvragen van oké is het in balans? Toon, oplossingsgerichtheid, zitten die elementen er wel goed in? Maaïke: de ene dag kan het ook beter dan de andere dag. Sommige dingen zijn ook zo vervelend daar kan je verder niks mee. Als ze er zijn zullen we ze benoemen. Ik denk dat dat een beetje het gevaar is van als je het gaat doen als 'ding', (constructieve journalistiek): dan krijg je bij een oorlog zelfs van nou... terwijl als je het doet zoals wij dan heb je dat niet zo denk ik.

Jullie hebben nog niet zo lang geleden een reclamespotje voor Trouw met de insteek: wil je verdieping, en verder dan je neus lang is lezen, lees dan TROUW. Waarom was dat nodig?

Martijn: die campagne waar je nu aan refereert hebben we dat inderdaad een keer expliciet genoemd. De reden is denk ik inderdaad dat we merkten dat het een item werd. Dat wij zoiets hadden, naja dat zijn we al, maar dan gaan we het dus even wat extra benadrukken. Iedereen dat nog een keer extra ziet. Maar daarvoor waren al best wel veel mensen aan het overstappen van andere kwaliteitskranten naar ons, mede door onze toon. Dus dat was al gaande.

Waarom denkt u dat die toon belangrijk is?

Martijn: Ik denk dat lezers en mensen in het algemeen a) behoefte hebben aan een bredere reflectie van de werkelijkheid dus ze willen de werkelijkheid terugzien zoals ze die zelf ook ervaren. Dus ook positieve elementen erin. En ten tweede omdat mensen vinden dat ook prettig om te lezen. Ze willen niet alleen maar geconfronteerd worden met slechte dingen, dat is niet goed voor je humeur. Dus het is, mensen moeten het gevoel krijgen dat ze a) het complete beeldje krijgen en b) dat ze ook iets hebben om voor te leven en te hopen.

Maaïke: het moet aansluiten bij hoe ze zelf leven he, de meeste mensen kijken niet alleen maar in problemen. Heel veel mensen denken natuurlijk ook wel als er wat gebeurt nou laten we kijken hoe we het oplossen. Lukt niet altijd, en dat moeten we dan ook schrijven natuurlijk.

Zijn er dingen waar een nieuwsplatform op moet letten bij doorvoeren van deze werkwijze?

Martijn: het is dus geen kunstje.

Maaïke: nee dat is het zeker niet.

Martijn: Het is een integraal onderdeel van 'wil je die kant van de werkelijkheid ook laten zien?'. Dus je gaat niet bij wijze van spreken van als je bijvoorbeeld over migrantenproblematiek schrijft op zoek naar een of twee heel succesvolle migranten en dat is het dan. Nee, je gaat bij alle migranten die je interviewt bij wijze van spreken kijken naar wat gaat er goed en wat gaat er niet goed. Dus het 'wat gaat er wel goed'-onderdeel moet in de verslaggeving geïntegreerd zijn. En dat moet eigenlijk altijd onderdeel zijn van een vraaggelicht. Altijd.

Maaïke: dat is het belangrijkste denk ik, dat je het niet als ding doet. Want dan krijg je hele negatieve opmerkingen. Je moet het integreren in je werkwijze en dan is het helemaal niet moeilijk, dan is het leuk en dan is het informatief en níet soft.

Martijn: als nieuwsmiddeel is het soms wel goed om even een stempel te zetten van jongens 'kijk eens, we hebben goed nieuws'. Soms halen we in het nieuws dingen naar voren dat we zeggen van dit is echt een openingskant omdat het echt heel goed nieuws is. Dat doen we wel eens. Maar als je dat heel vaak doet dan wordt het een kunstje. Dus dat moet niet.

Je kan het klein brengen, van 'dit kan werken, punt'. Maar je kan het ook groot brengen en helemaal uitwerken. Af en toe moet je ook jezelf, moet je ook zeggen 'kijk, dit is iets wat we er nu echt uitlichten'.

Maaike: Ik zou ze zelf willen aanraden om dingen te zien als ‘dit is interessant’. Dit is gewoon een interessant verhaal. Je kan denk ik jezelf als journalist niet heel goed staande houden als je denkt ‘oh nu ga ik lekker een positief verhaal schrijven over belasting’. Het is gewoon van ‘het moet interessant zijn’. Het is een interessant deel van de werkelijkheid. En het is écht de werkelijkheid.

So what?

- Hoe ervaren jij en collega’s de constructieve werkwijze?

Martijn: als je bij de krant werkt, of bij de krant komt, wordt er natuurlijk gekeken of je past binnen de cultuur van de krant natuurlijk enigszins dus je moet een beetje dat gevoel voor die behoefte hebben om die maatschappij in brede zin, puur cynische mensen zullen hier niet zo goed op hun plek zijn.

Maaike: Ik dus gewoon heel goed. In vergelijking met de PZC vooral, denk ik dat het daar wel negatiever en cynischer was. Dat denk ik wel.

- Wat doet constructieve journalistiek met de kwaliteit van jullie producties?

Maaike: ik denk dat de kwaliteit omhooggaat. Kijk als je gewoon zegt ‘journalistiek is er om de werkelijkheid te beschrijven’, dan is het goed als je een open blik hebt. Dat betekent dus ook dat je soms naar een oplossing op zoek gaat of die beschrijft. Omdat dat gewoon onderdeel is van de werkelijkheid. En hoe meer je daaraan kan bijdragen hoe beter het is, denk ik. Je beslaat meer.

Martijn: Wij hebben ook invloed, wij als krant. We hebben invloed op de politiek en we hebben invloed op het maatschappelijk debat. De maatschappelijke sfeer. Op het moment dat wij met onze invloed grote problemen aan de kaak kunnen stellen moeten we dat zeker doen. Op het moment dat wij met onze invloed ook de mogelijkheden bieden en de suggesties aandragen voor wat er kan veranderen ten goede dan word ik daar persoonlijk heel blij van. Dus dan denk ik van ‘ja het zijn maar kleine steentjes in de rivier die je verlegt, maar je verlegt wel wat, waardoor de wereld beter wordt’. Je ziet dat sommige dingen nu in praktijk gebracht worden waardoor andere praktijken worden teruggedraaid, sommige problemen moet je heel hard benoemen ook om ruimte te creëren voor oplossingen.

Oplossingen die aangedragen worden vanuit het werkveld krijgen dan steeds meer draagvlak. En dan langzaam kantelt het maatschappelijk debat, en dat doen wij echt niet alleen. We zijn niet groter dan dat we zijn maar het geeft natuurlijk wel een goed gevoel at je de maatschappij iets beter kan maken.

- Voelen jullie je verantwoordelijk voor het effect van deze werkwijze?

Martijn: Ja.

Maaike: Ja natuurlijk.

Martijn: We kunnen ook heel veel schade aanrichten als we het fout doen.

Maaike: Het ligt natuurlijk heel erg waar het over gaat. Maar ik denk heel goed nadenken en heel goed formuleren of nadenken over wat kan dit aanrichten kunnen we dit voor onze kant nemen of staan we eigenlijk niet zo stevig in onze schoenen? Dan doen we het maar niet.

Martijn: er is best wel veel ethisch debat van ‘hebben we dit wel goed gedaan’. En daar kun je dan ook weer les uit trekken. Maar over het algemeen denk ik dat er ook in het voortraject heel veel verbinding en discussie is over ‘oke, maar wat brengt dit nou verder’.

Maaike: maar ik denk niet dat het zo is dat als wij ergens een oplossingen hebben dan gaan we misschien wel na een jaar eens kijken van ‘goh werkt het?’ maar niet dat we ons dan echt verantwoordelijk voelen voor of het echt wordt opgepakt. Daar zijn we niet voor. We dragen het aan.

Martijn: We zijn buitenstaanders, voor mijn part aanjagers van een discussie, maar we zijn niet diegene die het uiteindelijk doen.

- **Waarom zou Omroep West dit wel/niet ook moeten proberen?**

Maaïke: Ik denk ook gewoon, omdat het gewoon leuk is. De een is ook meer van karakter zo dan de ander. Als je het zelf het liefst gewoon alleen maar wil spitten naar problemen, dan moet iemand anders op de redactie er misschien wat meer evenwicht in brengen.

Niet forceren, denk ik. Maar het evenwicht moet wel zijn.

Martijn: Ik denk dat het vanuit de journalistiek noodzakelijk is omdat het gaat over de werkelijkheid. En dat die belicht moet worden. Dat is een kant. De tweede kant is dat ik denk dat Omroep West in het veranderende medialandschap en met teruglopende kijkers en lezers het van belang is om mensen aan te spreken met dingen waar mensen iets mee kunnen en waar ze hoop aan ontlenen. Enige positiviteit aan ontlenen. Dat bindt mensen aan je, dat is echt zo.

Maaïke: zeker op kleinere schaal zoals bij Omroep West. Dan kun je ook in buurten en wijken en weet ik het.

Martijn: Journalistieke behoefte en noodzaak. Die hoop is wel een belangrijk deel van relevantie, want ja als je ze geen hoop biedt dan...

Maaïke: dan kom je er denk ik echt niet met af en toe een stagiaire een 'leuk itempje' te laten maken.

- Hoe ziet publiek jullie constructieve manier van werken terug **in dit artikel**?

Dit stuk is een typisch voorbeeld van perspectief bieden, laten zien dat het anders kan. Kleding is enorm vervuilend, vooral katoen. Dat weten we. Maar kan het anders? Op bedrijfsniveau (daar heeft deze mevrouw dus haar sustainable fashion-week voor) en op individueel niveau, wat kan je zelf doen (niet bij H&M kopen!)

- Waarom hebben jullie deze specifieke keuzes **binnen dit artikel** gemaakt?

Je moet dit stuk zien in een soort doorlopende stroom over hoe slecht je katoenen T-shirtje is voor het milieu. Dat is zo, maar er is dus ook verandering op til, met kleding die het milieu minder belast. Of met niet altijd meteen iets nieuws te kopen maar iets af te dragen (voor mij zelf trouwens ook een moeilijke les maar dat terzijde!)

- Wat doet constructieve journalistiek met de kwaliteit van **jouw productie**?

Als je ervan uitgaat dat je als journalist moet proberen de werkelijkheid te beschrijven, dan hoort daarbij dat je onthult wat er niet deugt, en dat je beschrijft wat er wel goed gaat. En dat je bij de goede voorbeelden kritisch vraagt: o ja, is dit alleen een succesverhaal, of rammelt het ook? En andersom, dat je bij schandalen ook nagaat hoe je die problemen zou kunnen voorkomen of verhelpen. Het totaalplaatje is dan beter dan als je alleen aan de ene of aan de andere kant gaat hangen. Het is juist niet kritiekloos om het zo te doen, maar juist heel kritisch.

- Waarom is **dit artikel** jouw best practice op het gebied van constructieve journalistiek?

Ik weet niet of het mijn best practice is, het is wel een verhaal dat er wat de lezers persoonlijk kan aanspreken en waar ie zelf wat aan kan doen. Daarom heb ik het uitgekozen. En voor mij is het goed het nog eens te lezen, want ik was het bij het shoppen toch weer een beetje vergeten, dat ik hier ook op moet letten.

7.1.4. NOS, Marcel Gelauff

Marcel Gelauff, hoofdredacteur van NOS Nieuws, dat is al het nieuws wat het NOS doet op radio, televisie en online.

Wat is constructieve journalistiek volgens jullie?

Waarom zei ik: wij doen er niet aan. Laat ik beginnen met wat onze opvatting is over wat we doen. Als publieke nieuwsorganisatie is het onze taak om nieuws te maken en te brengen voor iedereen. Dus van jong tot oud, van laagopgeleid tot hoogopgeleid. Dat doen we door met nieuws op elk platform te zijn. Dus radio, tv, internet, apps, en als iemand morgen iets uitvindt wat wij de moeite waard vinden dan gaan we dat ook doen. We proberen die onderwerpen te maken die wij belangrijk en relevant voor ons publiek vinden. Dus het is als publieke omroep belangrijk om iedereen met nieuws te bereiken, dat is onze opdracht volgens de Mediawet ook. Dus we proberen daarmee aan te sluiten op de wereld van de kijker. Dus niet de wíl van de kijker want dan zouden we alleen seks, drugs en rock 'n roll doen, dan doe je alleen wat scoort, clickbaits, dat doen we vooral niet. We doen onderwerpen die we relevant voor ons publiek vinden. Dan is natuurlijk de vraag 'wat vind je relevant?'. Dat is moeilijk. Dat is wel de kern van wat we doen.

Dus als je zou zeggen 'wij gaan constructive journalism doen' in de zin van dat we ons echt gaan richten op goed nieuws, vat ik het maar even samen. Je kan natuurlijk discussiëren over wat constructieve journalistiek is, maar vooral dingen die goed gaan. Dan vind ik dat je die missie, die opdracht, dat je die geen recht meer doet. Dat je daar eigenlijk van afwijkt. Want dan sluit je je af van een deel van de wereld waar je je blijkbaar niet meer over wilt berichten. Dat maakt je bril eenzijdig. Dat vind ik er niet goed aan. Dat wil niet zeggen dat de journalistiek niet na zou moeten denken over de keuzes die ze maken, de selectiemechanismen die ze inzetten, de cultuur die je op een redactie hebt die er misschien toe leidt dat je eenzijdig naar de wereld of thema's kijkt. Waardoor je misschien te vaak over incidenten bericht die negatief zijn en je onvoldoende aandacht besteed aan ontwikkelingen en gebeurtenissen die óók relevant en belangwekkend zijn, maar die je niet ziet omdat je in de gewoonte zit waar je in zit.

Als je het zo formuleert, dat je dus open en onbevangen kijkt naar de wereld om je heen en wat je daar over bericht en hóe je daar over bericht, hoe divers je redactie is samengesteld of je afdoende je afvraagt of je recht doet aan alles wat er in de samenleving plaatsvindt of 'ben ik te vaak bezig met incidenten veralgemeniseren tot iets groots wat er misschien niet is?'. Dat soort vragen moet je jezelf stellen, ben je verplicht te stellen. En daar kan ik me best voorstellen dat mensen vinden dat in het verleden de journalistiek zich behoorlijk schuldig aan maakte. Nou, daar is dit ook een beetje een reactie op he, die constructive journalism. En in die zin heeft het ons ook wel beïnvloed in ons denken over wat we willen doen en wat we willen zijn. Daarom die termen 'open en onbevangen'. Die staan ook in het jaarplan van de hoofdredactie. Dus dat je probeert open en onbevangen te kijken naar de wereld en de onderwerpen die je maakt en je af te vragen wat je daarmee buitensluit of over het hoofd ziet. Maar dan vind ik de nuance toch echt wat anders dan dat je zegt 'wij doen constructive journalism: wij doen alleen een onderwerp als er gevoel over is dat het iets heel positiefs is.' Die benadering vind ik niet passen en horen bij de NOS. Waarom dan wel NOS op 3? Zij hebben de opdracht om afwijkende onderwerpen te doen naast de mainstream nieuwsvoorziening die we natuurlijk zijn. Een van die manieren om af te wijken is kijken naar ontwikkelingen of gebeurtenissen in de samenleving die iets toevoegen. Iets positiefs hebben. Ik zou het zelf minder sterk constructive journalism noemen, vanuit de omschrijving die ik net gaf. Ik snap ook wel dat mensen het zo samenvatten.

Diegene die hier leidend in zijn, NOS op 3 heeft cursus van ze gehad. Zij definiëren constructieve journalistiek nadrukkelijk als níet uitsluitend positieve journalistiek, maar een aanvulling, oplossingsgericht en toekomstgericht, op wat traditionele journalistiek al doet.

Dan kom je op de discussie ‘wat is nou de definitie die je gebruikt?’ Dan kan je zeggen ik gebruik het woord wel of niet. Maar uiteindelijk gaat het natuurlijk niet om de definitie maar om de keuze die je op dagelijkse basis bij een onderwerp maakt.

Ik heb niet de neiging om in positief of negatief te denken. Je reden moet zijn om onderwerpen te behandelen omdat je het relevant vindt voor je publiek. Iets wat oplossingsgericht is, is misschien wel meer relevant dan een onderwerp wat nauwelijks oplossingen aandraagt. Dan is het goed om dat te doen. Maar dat ‘goed’ en ‘slecht’ en dan ‘we doen wel goed maar niet slecht’, dat vind ik voor ons als publieke omroep niet passen. Dus dat is niet een, er ligt een definitiekwestie achter en in die zin heb ik er ook niet zoveel moeite mee hoe er over gepraat wordt en dat is ook wel eens in een stuk opgeschreven. Dus als jij de woorden gebruikt van ‘oplossingsgericht’ ook zo proberen naar de wereld te kijken, dan ja heb ik niet zoveel bezwaren tegen. Proberen anders naar de wereld te kijken.

Het woord constructive journalism heeft voor mij toch wat te veel associaties met positieve journalistiek. Maar nogmaals het ligt ook heel erg aan de maatvoering. Als je van de tien onderwerpen er 9 zijn per definitie en doelbewust oplossingsgericht, dan ben je niet meer evenwichtig bezig. Maar als je je afvraagt van ‘goh, zou ik wat oplossingsgericht kunnen zijn want wanneer ben ik dat wel en niet?’ en dat leidt tot een andere invalshoek of iets meer toevoegender waarvan je denkt dat dat je publiek aanspreekt of wat je zelf verrast, nou dan moet je dat vooral doen.

Waarom hebben jullie besloten constructieve journalistiek *niet* toe te passen?

Hoe gaan jullie om met pijlers van constructieve journalistiek als

- ‘het héle plaatje laten zien’,
- ‘niet te zwart wit verslag geven’
- ‘transparant’ zijn
- **Toekomst- en oplossingsgericht zijn**

Hoe ervaren jij en collega’s de constructieve werkwijze van buitenaf?

Zijn er nou zoveel mainstream klassieke nieuwsorganisaties die dat doen in Nederland? Weet niet of je bijvoorbeeld Brandpunt+ mainstream kunt noemen. Ik bedoel vooral middelgrote kranten en zo. Je kan er natuurlijk een niche van maken omdat je denkt dat er een gat in de markt in zit en je jezelf wil versterken op die manier. Mijn antwoord verandert niet. Zij moeten hun eigen keuzes maken en wat ik net zei: ik zie best dat de journalistiek in het verleden misschien wel wat beperkt naar de samenleving keek. In de zin van bijvoorbeeld, er verandert een wet en de journalistiek gaat vervolgens naar een slachtoffer daarvan. Er heeft altijd iemand ergens last van als je iets verandert. Er zal altijd iemand te vinden zijn als je zegt dat er minder woningwetwoningen gebouwd moeten worden en meer voor de vrije sector en je gaat naar de club van de woningwetwoningen, wat denk je dan dat ze zeggen?

Dus de benadering dat je je misschien eens wat meer verdiept in wat het kan bijdragen aan de samenleving en wat zijn de motieven erachter, dat je daar eens een keer een onderwerp van maakt in plaats van cliché naar het slachtoffer te gaan, die beweging die maakt de journalistiek door en is denk ik ook heel goed. In die zin waren we eenzijdig in het verleden en in het verleden in tradities. Als je die verandering constructive journalism noemt, ga je gang, maar ik noem het zo niet. Divers, breed, open en

onbevangen naar de wereld kijken. Proberen over je eigen schaduw heen te stappen en reflecteren.

Voelen jullie je verantwoordelijk voor het effect van jullie werkwijze op het publiek?

Als we tien keer zoveel aan misdaadjournalistiek doen dan we doen, ja dan misschien vergroot je het dan wel uit. De misdaad in Nederland neemt namelijk al jaren af. Dus als je elke moord of halve moord tien minuten in het NOS-journaal maakt, doet dat natuurlijk iets met de perceptie van nieuws. Dus je moet altijd blijven nadenken over maatvoering, oppassen dat je niet een incident tot een trend verheft of lijkt te verheffen. Dus dat moet je je wel bewust van zijn, hoe je daar mee omgaat. En dat zijn we denk ik ook. Daar zijn we ook veel mee bezig. Aan de andere kant, ja het is geen nieuws dat de zon opkomt maar het zou wel nieuws zijn als hij níet opkomt. En in de wereld waar we in leven hoort ook geweld en ellende. Dus daar moet je ook aandacht aan besteden, maar het moet in verhouding blijven.

Wij zullen natuurlijk ook altijd als generieke nieuwsorganisatie maatschappelijke discussies volgen. Als we met zijn allen elke dag met het klimaat bezig zijn ga je dat meer terugvinden dan als we het er nooit over hebben. Niet in de politiek, niet in de maatschappelijke discussie. Wat wij doen is een reflectie van de maatschappelijke discussie. En aan de andere kant voeden we dat natuurlijk ook weer door wat we uitzenden. Een generieke nieuwsorganisatie is natuurlijk heel wat anders dan een krant of NOS op 3. Die de opdracht hebben om afwijkend te zijn. Brandpunt+ kán afwijkend zijn, omdat wij bestaan als generieke nieuwsorganisatie.

Als zij zich zouden richten op generiek richt zoals misschien Nieuwsuur dat doet, ja wat voegt dat dan toe? Waarom besta je dan? Dus dat je iets definieert wat afwijkend is en toevoegend is, dat begrijp ik wel. Maar dat begrijp ik wel. Maar dat betekent niet dat wat zij doen goed is en wat wij doen fout.

Waarom zou Omroep West wel of niet constructieve journalistiek moeten proberen?

Nou ja, dat moeten ze zelf beantwoorden maar dat zal afhangen van de vraag van wat je wilt zijn als regionale nieuwsorganisatie. Wat is je opdracht vanuit de wet? Je bent een publieke organisatie dus in die zin begint het niet bij jezelf maar bij de mediawet en je maatschappelijke opdracht. En hoe vul je dat dan in en wat past daar dan in? Hoe vind je aansluiting bij de gemeenschap waar je het voor doet? Het is geen besluit dat op zichzelf staat. Je moet zoets niet besluiten als Omroep West of NOS omdat je zélf vindt dat het een goede vorm is, het komt ergens uit voort, uit de doelstelling waarom je bestaat. En de opdracht waarom je bestaat. Dáar moet uit volgen waarom je je inricht zoals je je inricht.

7.1.5 NOS op 3, Melvin Captein

Ik ben Melvin Captein, en ik werk nu vier jaar hier, bij NOS op 3. Ik ben begonnen als gewoon redacteur en sinds april ben ik adjunct-chef.

Oké, wat is constructieve journalistiek volgens jullie?

Constructieve journalistiek is niet alleen maar goed nieuws brengen. Dat is volgens mij het grootste misverstand wat erover bestaat. Dus bewust alleen positief nieuws brengen. Het is veel meer vanuit de verhalen die je al maakt, wat je daaraan kan toevoegen. Als je iets schrijft over ontwikkelingen die voor de wereld niet per sé positief zijn, dat je ook nadenkt over oplossingen. Dus mensen niet achterlaten met het gevoel 'ja oke, en nu?' maar ook het gevoel geven van 'he, er wordt ook aan gewerkt om er iets aan

te doen'. Dus veel meer denken in oplossingen en het als journalist niet laten bij constatering van een feit maar ook op zoek gaan naar dingen die daar op dat moment iets aan kunnen veranderen.

Wat moet een product concreet bevatten om constructief te zijn?

Ik denk een 'doorgedachte'. Dat is een beetje een raar geformuleerd woord, maar dat erover, dat er is doorgedacht over het onderwerp. Dus dat je bij wijze van spreken niet alleen maar zegt 'onze voedselvoorraad gaat naar de knoppen', kijk dit grafiekje gaat helemaal zo (wijst naar beneden) wij gaan allemaal hongerlijden, maar dat je eigenlijk vanuit de constructieve gedachte gaat denken 'is er iets wat daar ook tegenwicht aan biedt?' zeg maar. En dan kom je bij de bekende zeewierburgers die nu worden gemaakt en dat soort dingen. Dus, ja, omdenken in het verhaal.

Kan je daarmee zeggen dat je feiten niet zomaar aanneemt zoals ze er staan?

Nou, feiten zijn je absolute basis. Maar je gaat v erder dan de feiten in dat opzicht. Dat is in feite het verhaal.

Hoe zit het publiek jullie constructieve manier van werken terug in jullie producties?

Ik denk dat het oplossingsgericht is, dus dat er veel maatschappelijke ontwikkelingen zijn waarvan iedereen weet en ziet en iedere dag terug hoort 'ja dat is een probleem'. De zorg, de wachtlijsten in de zorg, de huizenmarkt, ja dat zijn allemaal van die onderwerpen, zeker voor onze doelgroep de twintigers, waarvan je gewoon hoort 'ja dat is voor mij allemaal niet zo goed geregeld' en dan willen wij aan toevoegen dat er initiatieven zijn of dingen die daar misschien dingen aan veranderen. Dus wij maken dan bijvoorbeeld een special over de huizenmarkt waar je dan wel heel goed feitelijk aan ziet 'weet je, hier is niet aan te ontkomen, dit is de boodschap het is gewoon heel moeilijk om hier een huis te krijgen want aangescherpte hypotheekregels, rente die gedaald is, qua aanbod veel te hard gegroeid.' Maar er zijn ook initiatieven die dat doen kenteren. En die zetten we dan op een rij om zeg maar die uitweg, dat gevoel van 'oke, dit is te kenteren' mee te geven.

Die manier van werken, hoe ging de doorvoering van die constructieve werkwijze bij jullie?

Het begint met het laden van het begrip. Het is natuurlijk een hele holle term, 'constructieve journalistiek'. Je kan er van alles onder verstaan. En dan is het belangrijkste wat mij betreft dat je niet een soort van goednieuws-show moet worden dat je zegt 'oke, we gaan gewoon leuke nieuwtjes oppikken waarvan mensen beetje blij gevoel krijgen'. Dat is het niet. Het is veel meer vanuit een maatschappelijke ontwikkeling gedacht, en hoe je daar iets aan kan doen. Dus, wat zijn uitwegen? Wat zijn oplossingen? En daar als journalist een actieve rol in pakken. Dus er dan bijna op sturen, dat wanneer een verhaal pas af is. We hebben eigenlijk gezegd 'als jij een constructieve... als je op zoek bent naar een extra constructieve invalshoek, en als die er is, vermeld die in je verhaal. Of maak er bij wijze van spreken een apart verhaal over'. En daar hebben we mensen heel erg in mee genomen om dat begrip te laden. Om te begrijpen, handvaten te geven hoe je daaruit komt.

Hebben jullie heel concreet trainingen gegeven of er vergaderingen aan gewijd?

Nou kijk, belangrijk om te zeggen is dat het een van onze pijlers is. Bijvoorbeeld Brandpunt+ heeft bijvoorbeeld echt een beetje tot hun kenmerk gemaakt, voor mijn gevoel in ieder geval. Bij ons is het gewoon  en van de pijlers die NOS op 3 kenmerkt. Dus wat we hebben gedaan is, we hebben een aantal mensen op training gestuurd in Denemarken bij Ulrik Haagerup. Dat is natuurlijk een beetje de goeroe. Dus daar hebben we cursus gehad van wat houdt het in, om het zelf te begrijpen. We waren daar met een

mannetje of vier waaronder ikzelf en die moesten het uiteindelijk de organisatie indragen. Dat hebben we dus gedaan, niet aan de hand van sessies hier ofzo, gewoon trainingsdagen, maar wel aan de hand van ‘oke, zo kijken wij daar als NOS op 3 naar’, en daar hebben we gewoon definities van opgesteld en daar sessies aan gewijd en erover gepraat en zo is dat gaan rollen.

Zou je dus het een stijlgids kunnen noemen?

Het is gewoon geformuleerd als een van de dingen die bij ons belangrijk is bij het maken van een verhaal. En dat is ook wel vastgelegd, ja.

Zijn er dingen waar een nieuwsplatform op moet letten als zij deze werkwijze door willen voeren?

Dat is best moeilijk, dat iedereen hetzelfde gevoel en begrip heeft bij de term (*constructieve journalistiek*) want dat is denk ik de grootste valkuil. Heel vaak als ik dat aan mensen vertel, dan denken ze dat het nieuws is wat gewoon een glimlach op je gezicht tovert, dus dat er weer een kat uit de boom is gered. Zoiets. En dat is het níet. Het is het denken van de journalist in oplossingen en publiek achterlaten met meer een gevoel van hoop zonder dat je daar per se een agenda mee hebt in plaats van ‘oke, de wereld gaat naar de hel’.

Grapjes bij Omroep West over ‘doorgeslagen positiviteit’

Ik zie dat een beetje als professioneel cynisme. Dat heerst hier niet. Ik denk misschien wat meer bij gewoon de wat ‘oudere’ collega’s, met alle respect, die gewoon gewend zijn dingen op een bepaalde manier te doen. En dat journalistiek op een bepaalde manier werkt. Gewoon kritisch en hard erop en feitelijk en dat is het. Maar wij zijn wel een nieuwe generatie journalisten waarbij nou ja veel meer de discussie wordt gevoerd ‘wat is journalistiek?’ en wat maakt daar allemaal onderdeel van uit? En wij kijken daar, denk ik, ook omdat we daar de ruimte voor hebben, wat breder naar. En dan is constructieve journalistiek één van de stromingen waar wij van zeggen ‘dat gaat er voor zorgen dat je je publiek meekrijgt én je je waarden behoudt’.

Waarom hebben jullie besloten om constructieve journalistiek toe te gaan passen?

NOS op 3 bestond al voordat we met constructieve journalistiek begonnen en ehm. NOS op 3 bestaat al met al namelijk al vijf of zes jaar. Zeg ik dat goed? Denk het wel. We hebben de laatste jaren gewoon een grote vlucht genomen. Omdat NOS ook als beleid heeft ‘goh al die nieuwe, we zijn een nieuwsorganisatie die toekomstbestendig moet zijn, dus die nieuwe doelgroep moet we ook kennen en we moeten ook nieuwe vormen ontwikkelen om die doelgroep te bereiken.’ Maar we hebben ervoor gekozen omdat toe te passen omdat het denk ik ook past bij de behoeften van ons publiek. Dus wij zien toch wel vaak de reactie van ‘poeh, ik word helemaal depressief van het nieuws’ en ‘ik kan er gewoon bijna niet meer naar kijken omdat het gewoon zo negatief is’ en dat moet je allemaal, dat is je taak om ook gewoon de minder leuke ontwikkelingen in de wereld te brengen, maar daar kan ook tegenover staan dat er iemand is die er wat aan doet. Waardoor je het publiek dan met een wat ander gevoel achterlaat. Dus daar komt het met name vandaan. Het is denk ik vraag gestuurd.

En waarom hebben jullie bepaalde specifieke keuzes gemaakt?

Nou, we hebben dus de concrete keuze gemaakt om constructieve journalistiek onderdeel te maken van onze kernwaarden, dat zijn er vier in totaal waarvan constructiviteit een belangrijke is. Waardoor je het vastlegt in je redactionele richting en ook in het redactionele denken. Dat uit zich in verhalen die die component bevatten, vaak, niet altijd. Dat kan ook zijn dat het gewoon bij een verhaal weinig toevoegt of dat we er de juiste *angle* niet voor vinden, dan doen we het niet. Anders wordt het een trucje

en heel geforceerd. Dus het is niet zo dat wij constructiviteit ademen, maar wanneer we dat van toegevoegde waarde vinden dan passen we het toe. En heel concreet heeft het geresulteerd in een format wat er wel om draait. We zijn een goed verhaal. Iedere zaterdag is er constructief nieuwsverhaal wat *feelgood* moet overstijgen, dus wat gaat over een maatschappelijke ontwikkeling waarbij er iets gebeurt wat tegen die negatieve verwachting of trend in gaat. Dus als je het bijvoorbeeld hebt over bejaardenzorg waarbij je vaak hoort, of thuiszorg, waarbij je vaak hoort dat mensen, nou ja steunkousen binnen 10 seconden aangetrokken moeten krijgen en dat dat dan allemaal te kort is. Dan maken wij een verhaal over jonge mensen die uit zichzelf een initiatief opzetten om ervoor te zorgen dat ouderen minder struikelen door bepaalde vloerverlichting aan te leggen bijvoorbeeld. Of over iemand die met geurboxjes huizen afgaat om herinneringen bij ouderen terug te brengen. Dus misschien is de grote trend dat we té efficiënt zijn geworden in de ouderenzorg, maar er zijn ook bewegingen en initiatieven die dat doorbreken. En dat vinden we ook belangrijk om te laten zien.

Hoe zou je dat concreet noemen?

Dat is voor mij echt constructiviteit, dus op een constructieve manier naar een bestaand onderwerp kijken.

Hoe ervaren jij en je collega's de constructieve werkwijze?

Ja, fijn. In die zin dat we onszelf wat meer tijd gunnen om die *angle* ook te vinden. Dus je bent minder een nieuwsfabriek geworden zagezegd. En fijn omdat je natuurlijk ook mensen met een ander gevoel kan achterlaten. Dus als er iets mis is, kijk NOS gaat dat natuurlijk als eerste achterhalen en benoemen, maar aanvullend zijn er ook dingen die ook belangrijk zijn om te vermelden en dat zijn dingen die wij voor ons rekening nemen. Ik denk dat dat wel voor een positief gevoel kan zorgen op de redactie.

Wat doet constructieve journalistiek met de kwaliteit van jullie producten?

Ik denk dat het optilt in veel gevallen omdat het iets toevoegt. Je hebt meer verdieping, in feite. Dus als jij een verhaal maakt wat al stevig en goed in elkaar staat maar je eindigt met een constructieve noot aan het einde dan denk ik dat het je productie optilt omdat je mensen nog beter en via meer hoeken informeert.

Voelen jullie je verantwoordelijk voor het effect van constructieve journalistiek op het publiek of op andere journalisten?

Dat zijn twee andere dingen volgens mij. Ik denk dat wij dat minder hebben dan bijvoorbeeld de Correspondent. Ik denk dat wij wel heel erg t gesprek hebben met het publiek, dus dat we willen weten wat mensen ervan vinden. Maar wat wij minder doen dan de Correspondent is ook verhalen maken echt mét mensen bijvoorbeeld. Daar zouden wij nog wel wat beter in kunnen worden denk ik ook.

Dat is een wens?

Ja. Dat is zeker een wens ja. Maar het is niet zo dat wij er een heel specifiek effect mee betrachten. Het is meer dat we gewoon weten vanuit het publiek van 'oké, dit is een sentiment wat speelt'. Namelijk overspoeld worden met negatief nieuws, dus tweaken we in hoe we verhalen brengen het een en ander aan om mensen te bedienen.

Waarom zou Omroep West dit wel of niet ook moeten proberen?

Kijk ik denk dat je het niet moet zijn, bij Omroep West, als 'dit is nu wie wij zijn, wij zijn nu een constructieve nieuwsomroep die alleen nog maar omdenkt'. Volgens mij moet je het aanvullend zien. Dus je gaat gewoon dat snelle nieuws in de regio brengen, dat is gewoon je kerntaak dat moet je blijven doen. Daar ontkom je ook niet aan denk ik. Maar daarnaast kun je wel eens zeggen van 'goh als het steeds over al die branden in de buurt gaat, moet je dan ook niet die ene nachtpatrouilleman die gewoon daaruit zichzelf iets

aan probeert te veranderen een keer portretteren zeg maar'. Zo moet je er veel meer naar kijken, dus als een aanvullend verhaal op datgene wat je al maakt. Dus dat je een trend misschien een keer op een andere manier laat zien. En dan denk ik dat het héél succesvol kan zijn, zeker in de regio waar mensen nog veel meer verbondenheid mee voelen.

Omdat het over hún patrouillemannetje gaat.

Ja.

DEEL TWEE – item over jongere (20) die huiswerkbegeleiding geeft

Dit is een van de betere dingen die wij hebben gemaakt, voorbeeld van de huizenmarktspecial heb ik je net al gegeven. Dit vond ik ook wel een geslaagd verhaal.

We hebben net een aantal dingen behandeld waarin jullie constructieve manier van werken terug te zien is, hoe is het concreet terug te zien in dit item?

Nou ik denk dat dit namelijk, ik heb het steeds over 'maatschappelijke ontwikkelingen', dat vind ik wel belangrijk want als je een heel geïsoleerd verhaal maakt over 'nou ergens in Lutjebroek gaat het echt supergoed met iets', ja dat raakt mensen niet. Maar dit is iets wat op heel veel niveaus mensen wél raakt. Bijvoorbeeld een maatschappelijke ontwikkeling dat onderwijs dat er armoede is en mensen geen geld hebben voor naschoolse opvang of zoiets dergelijks. Bijvoorbeeld dat in achterstandswijken of dat soort gebieden daar eigenlijk niets aan gebeurt en er eigenlijk maar passief tegenaan wordt gekeken. Bijvoorbeeld dat autochtone jongeren en mensen met een migratie achtergrond allemaal een taalachterstand hebben of niet gemotiveerd zijn om daar iets aan te doen. En dit laat zien, zonder te zeggen dat dit de absolute waarheid is, dat gebeurt, eerder dat het een uitzondering is op de grote trends die gewoon nou eenmaal bestaan, dat er wél iets is wat eraan gedaan wordt. En dat begint bij iemand die er zelf mee te maken heeft gehad en vanuit een persoonlijke drive dat probeert om te gooien en het systeem probeert beter te maken. En daarom denk ik dat dit een heel goed voorbeeld is van een constructief verhaal. Want het gaat niet alleen over deze jongen die iets goeds doet, het gaat over maatschappelijke ontwikkelingen waar mensen allemaal een idee bij hebben en construct van hebben. Er komt heel veel samen in deze video waarbij mensen kunnen denken van 'oke, goed dat dit óók gebeurt'.

Het heeft iets oplossings- en toekomstgericht.

Ja.

Waarom hebben jullie deze specifieke keuzes gemaakt binnen dit artikel?

Nou omdat dat toch wel heel erg belangrijk is omwille van de herkenning en kunnen relateren aan zo'n item. Dat is eigenlijk precies wat ik net zei: als jij gewoon een geïsoleerd leuk verhaaltje maakt over 'iemand die iets goeds doet' dan raakt dat mensen niet. Deze video is knetter viral gegaan. Juist omdat het iets laat zien over, nou ja, ene ontwikkeling en misschien in zekere mate een groepering waar toch vaak een negatieve tendens over bestaat. Als je dat dan doorbreekt, nogmaals zónder te zeggen dat dat dan de absolute waarheid is, dan heb je daar effect mee. Dat is natuurlijk belangrijk, dat je mensen bereikt of dat je een discussie start.

Hét voorbeeld van de andere kant van het plaatje laten zien?

Niet dé andere kant, één andere kant.

Wat doet constructieve journalistiek met de kwaliteit van deze productie?

Wat ik vind dat we beter hadden kunnen doen aan dit item nog, want zo kijken we er ook altijd naar. Ik denk dat je ook de feiten gewoon zeg maar qua 'onderwijs geldtekorten' hier in balken bij had kunnen verwerken om het complete plaatje mee te

kunnen geven. En dat zal in het artikel denk ik wel opgeschreven zijn, maar ik denk dat dat in de video ook relevante informatie is om mee te krijgen. Dus ik vind deze misschien zelfs wel een tikje té positief.

Omdat je niet het probleem duidelijk inzicht hebt?

De context had beter gekund.

Waarom is dit product volgens jou een best practice op het gebied van constructieve journalistiek?

Nou ja, dat komt dus met name doordat het geen geïsoleerd verhaal is. Omdat het echt iets universeels herkenbaars is. Het verhaal valt op z'n plek dus ondanks dat gebrek aan context waar ik het net een beetje over had. Mensen snappen tóch waar het over gaat en wat het anders laat zien dan wat ze gewend zijn.

7.1.6 NOS op 3, Nick Felix

Ik ben Nick, Nick Felix. Ik ben 31 en ik werk nu iets meer dan 1,5 jaar bij NOS op 3. Ik ben eigenlijk gewoon redacteur/verslaggever en doe heel af en toe eindredactie. Eigenlijk vooral gewoon het maken van verhalen.

Wat is constructieve journalistiek volgens jou?

Ik denk dat het vooral gaat over niet alleen het aanpakken van het probleem, waar journalistiek natuurlijk over gaat, het aandragen van misstanden en dergelijke, maar ook het aandragen van oplossingen. Dat vooral eigenlijk. Dus er zit, ik denk dat daar ook behoefte aan is. Om niet alleen aan te pakken wat er misgaat in de wereld, want nieuws gaat natuurlijk voornamelijk over dingen die afwijken van de norm, die misgaan, misstanden enzovoorts. En daar vormt constructieve journalistiek een aanvulling op.

Wat moet een product bevatten om constructief te zijn?

Volgens mij moet het vooral heel concreet zijn in de oplossing die het aandraagt. Dus het moet iemand met een idee zijn over hoe een bepaald probleem opgelost kan worden. Dat is volgens mij wel belangrijk in constructieve journalistiek. Je moet iets kunnen zien of vatten. Je kan natuurlijk altijd allerlei oplossingen bedenken en een soort van fantasiewereld bijna, maar volgens mij is een goed constructief verhaal heel concreet.

Hoe ziet publiek jullie constructieve manier van werken terug in jullie producties?

Één manier is heel concreet. We hebben elke zaterdag 'Een Goed Verhaal' met een hoofdletter, en dat is echt dat als kern. Dat we altijd een verhaal maken over dus een oplossing, echt iets constructiefs. Het zit ook wel vaak in andere verhalen die we maken of dat we in een deel van een verhaal iets aanpakken. We hadden bijvoorbeeld een special over depressie onder jongeren, dan gaat dat heel erg over die depressie en zitten we heel erg in de beleving 'hoe is het om depressief te zijn?'. Maar uiteindelijk zat er op het einde ook een stuk van 'hoe kun je daar uitkomen?', 'wat is het licht aan het einde van de tunnel en wat kan je daarbij helpen?', zeg maar. Dus dan zit daar in een verhaal wat op zichzelf misschien niet per se constructief is zoeken we dan toch nog een constructief element. Zodat het niet alleen maar... de kern van zo'n verhaal is een probleem maar we vragen ons wel heel vaak af 'wat is de oplossing?'. Wat wel grappig is nu ik er over nadenk, ik had een keer een *explainer* gemaakt, we maken veel van die uitlegvideo's, en dat ging over hoe een zoetwater tekort, drinkwater tekort, dreigt wereldwijd. Dat ging heel erg over het aanpakken van het probleem: hoe komt dat, wat zit er aan te komen, waar is het al, zuid Afrika was toen in het nieuws dat daar de kranen toen dicht gingen en er geen water meer uit kwam, maar daar zat geen constructieve draai aan. Daar zat dus eigenlijk alleen maar een weergave van de problematiek in. En

toen kregen we meerdere comments op Youtube van ‘maar wat nu?’ weet je wel? Dus dat was eigenlijk wel heel grappig.

Het publiek was al helemaal ingespeeld op jullie?

Ja, het publiek wil het ook wel een beetje. Dat was eigenlijk gewoon, bij het schrijven van het script van ‘laten we het snel maken’, dus het was er een beetje bij in geschoten. Het was echt even een, nou ja geen tik op de vingers, maar wel van ‘hé, oja dat is eigenlijk wel iets wat we gewoon altijd moeten doen’. En dat doen we ook bijna altijd wel, maar nu dus even niet en daar werden we meteen op gewezen. We hebben later gewoon een follow-up gemaakt dus het was ook prima.

Hoe ging de doorvoering van de constructieve werkwijze bij jullie?

Geen idee. Dat was er al. Het is er al best wel lang, geloof ik.

Bij jou persoonlijk, dan.

Ik was er op zich al wel mee bezig, maar ik werkte hiervoor bij Brandpunt en daarvoor studeerde ik. En bij Brandpunt eerder, bij de laatste versie van Brandpunt (Brandpunt+) is dat constructieve wel meer in, maar daarvoor was dat nog niet per se. Ik zocht dat altijd al wel een beetje. En misschien is het ook een beetje een generatie ding of zo, dat ik niet alleen maar wil horen wat er misgaat, maar ook wel iets positiefs. En niet om het positieve, maar gewoon omdat het volgens mij gaat niet alles mis. Of zijn er altijd mensen die bezig zijn met oplossingen.

Kan ik zeggen dat je het altijd wel een beetje in je had en dat de omschakeling daardoor makkelijk was?

Het paste ook gewoon bij me en dat was wel ook een reden om hier te solliciteren.

Zijn er dingen waar een nieuwsplatform op moet letten bij doorvoeren van deze werkwijze?

Ja, absoluut. Ik heb hier ook heel vaak discussie over met een vriend van mij die ook in de journalistiek werkt. Hij is een beetje anti-constructieve journalistiek.

Mag ik weten waar hij werkt?

Nou dat doet er niet zoveel toe. Maar ik heb met hem bij Brandpunt gewerkt en nu werken we allebei ergens anders. Hier in Hilversum ook. Hij vindt eigenlijk constructieve journalistiek géén journalistiek en dat zegt hij ook gewoon een beetje om mij te pesten. Hij zegt van ‘ja uiteindelijk moet je gewoon als journalist tegels lichten, dingen aan de kaak stellen, de politiek bij jasje pakken en is het niet aan de journalistiek om oplossingen aan te dragen. Daar zijn anderen mensen voor’. Nou goed, ik heb een iets andere mening, maar wat wel een valkuil is, is dat je soms misschien iets op een podium hijst of een voetstuk geeft, waar óf een commercieel belang achter zit, dus dan ben je reclame aan het maken, óf je kunt een platform geven dat misschien helemaal niet zo zuiver is. Je moet volgens mij wel je research dan juist ook blijven doen. En niet alleen denken ‘hey deze persoon of dit bedrijfje heeft een goed initiatief’. Weet ik veel, misschien hebben ze wel gewoon een dubbele agenda, of zit er iets anders achter. Dat is wel goed om naar te blijven kijken. Dat je ook kritisch naar de goede verhalen kijkt, laat maar zeggen.

Ken je Cathrine Gyldensted? Een van hun pijlers voor constructieve journalistiek is ‘transparantie’. Juist omdat je naar alle kanten gaat kijken moet je juist ook van andere kanten laten zien hoe je daar terecht komt.

Wat bedoel je met transparantie in deze? Dat je laat zien hoe je te werk gaat?

Dat je zeg van ‘een ander geluid’, dat je uitkijkt dat je geen onzuivere koffie het podium optrekt of reclame maakt. Dat je laat zien hóe en waarom je diegene op het podium trekt...

Ja, daar zou je transparant over kunnen zijn. Aan de andere kant denk ik ook dat als je dat gewoon voor jezelf doet, dat je alleen een podium geeft aan dingen die je gewoon gecheckt hebt, dat dat misschien ook wel genoeg is. Ik vraag me zelf ook wel eens af of mensen echt zitten te wachten op... ik heb een beetje een allergie voor journalisten die in hun verhalen heel erg laten zien wat hun werkproces was. Niet omdat het een groot geheim is, maar het is niet altijd relevant. Ik hoef niet te zien dat jij in je documentaire nergens binnen komt. Gast, laat gewoon zien wat wél gelukt is, ik hoef jou niet de hele tijd in actie te zien. Het gaat niet om jou. Het is ook gewoon persoonlijke smaak.

Het is wel goed om te laten zien dát je het checkt dat je er in ieder geval over na denkt en je bronnen goed checkt. Er ging bijvoorbeeld hier bij de NOS een keer iets mis, dat is ook wel uitgemeten ook door de ombudsman hier, en dat was bij het achtuurjournaal en dat ging over een wijk dat niet meer op aardgas zat, los van het gasnetwerk. En daar bleek een onwijs commercieel netwerk achter te zitten. En dat werd niet genoemd in ieder geval in de reportage. Daar was volgens mij op dat moment de verslaggever zich ook niet bewust van. Maar eigenlijk was het gewoon één grote reclamespot.

Waarom hebben jij besloten bij NOS op 3 (constructieve journalistiek) te gaan werken?

Die persoonlijke behoefte dus ook wel, wat ik net al zei. Niet alleen maar problemen behandelen.

Hoe ervaren jij en collega's de constructieve werkwijze?

Ik denk dat het bij ons het er gewoon zo ingebakken zit dat het vaak gewoon natuurlijk ter sprake komt. Iedereen ervaart het denk ik als vanzelfsprekend aanwezig. Het is wel heel specifiek voor deze redactie. Het gaat er gewoon heel vaak over. Ook dat we elke week ‘Een Goed Verhaal’ maken, dwingt het ons om bezig te zijn met verhalen die daarover gaan. Die over oplossingen gaan en constructief zijn. We werken met Slack en daar pitchen we onze ideeën in. Er is een subgroep waar we ‘goede verhalen’ pitchen. Daardoor zit het heel erg in ons systeem.

Wat doet constructieve journalistiek met de kwaliteit van jullie producties?

Geen idee. Ik weet niet of het daar per se iets mee doet, eigenlijk. Dat zit misschien ook wel in andere dingen. Je kan een constructief verhaal gewoon heel mooi, goed maken. Ik vind het een waardeoordeel. Een nieuwsverhaal wat een probleem aan de kaak stelt bij het ministerie vind ik heel relevant en belangrijk en goed dat dat gemaakt wordt. Kwalitatief misschien wel beter... nee dat kan ik niet zeggen. Nee. Ingewikkelde vraag.

Voelen jullie je verantwoordelijk voor het effect van deze werkwijze op zowel publiek als collega-journalisten?

Dat laatste niet zo zeer. Daar denk ik eigenlijk nooit zo over na. Maar het publiek zeker wel, ja. En ik had een keer een verhaal gemaakt dat ging over de ‘tittycommittee’, en dat is een meisje die vond dat je gewoon, of je grote of kleine borsten hebt, ze gewoon mag laten zien. Wat ik daar heel naar vond was dat op Youtube heel veel mannen plat en seksistische opmerkingen maken, dat vond ik vervelend, maar daar was ik me ook bewust van tijdens het maken. Maar er waren ook heel veel positieve reacties van vrouwen en daar hoopte ik ook op. Dat wat haar doel was dat ik dat nog wat verder kon brengen. En dat het bij vrouwen aanspreekt en dat ze zich daarmee identificeren of er iets uithalen wat hen steunt.

Doe je nog wat met die reacties?

Dat wordt vaak wel door onze social media redacteur zeker wel bijgehouden en wat ook nog wel grappig is, is dat mensen elkaar ook wel weer corrigeren. Dus we laten het soms ook wel als mensen zonder dat het bekvechten wordt met elkaar in gesprek gaan. Maar we modereren zeker, ja.

Waarom zou Omroep West dit wel/niet ook moeten proberen?

Ik zou dat zeker wél doen. Niet per se als hoofdding, zoals bij ons zijn ook niet alle verhalen alleen maar constructief dus het gaat ook wel soms over iets uitleggen of vertellen over een probleem. Maar dan voegen we er een constructieve laag aan toe, dat is dan een extra laag aan je verhaal. En ik denk ook juist dat in de regio best wel veel initiatieven zijn die heel constructief zijn op een kleine schaal. Dus dat die juist, mensen zijn altijd bezig met hun omgeving beter maken of mensen helpen. Dat gebeurt volgens mij juist in de regio dus ik denk dat veel regionale omroepen het heel waardevol kan zijn en een toevoeging op wat ze verder maken.

DEEL 2 – video startup over mijnendrone

Hoe ziet publiek jullie constructieve manier van werken terug in dit item?

Het is heel duidelijk een probleem dat geschetst wordt en de oplossing daarvoor. Wat ik hier nog wel lastig aan vond is dat het ook, en nu ik terugkijk dacht ik dat het er nog wel wat meer in gemogen had, het is natuurlijk een probleem wat niet voor veel mensen dagelijks bewust van zijn. Je moet dus ook goed schetsen wat nou eigenlijk het probleem is. Sommige problemen liggen heel erg voor de hand, daar heeft iedereen misschien dagelijks mee te maken, maar zoals hier in Nederland hebben we natuurlijk geen mijnenvelden. Je kan wel met een oplossing komen, maar als niet duidelijk is wat het probleem is...

Waarom hebben jullie deze specifieke keuzes binnen dit artikel gemaakt?

Uiteindelijk kom je die verhalen vaak tegen omdat je leest over een initiatief of een uitvinding of een startup of whatever. Dus dat gaat, en dan ga je nadenken en uitzoeken van ‘nouja, oke, wat is daar eigenlijk aan de hand?’. Vaak begint het vaak wel dat je iets leest van een uitvinding ofzo.

Wat doet constructieve journalistiek met de kwaliteit van jouw productie?

Ja vind ik ook weer een ingewikkelde vraag want dit is zo geënt op dat constructieve dat het daar, het zou er laat maar zeggen überhaupt niet zijn als het niet constructief is. Niet relevant. Dus het draait er helemaal om.

Waarom is dit artikel jouw best practice op het gebied van constructieve journalistiek?

Nou ik vond dit gewoon heel tof. Ik was gewoon gelijk ook wel gecharmeerd van die jongens die gewoon zo, iets wat ze zelf heel erg hebben meegemaakt omzetten in iets wat, waarschijnlijk, als dit echt groots wordt opgepakt via de VN, dat het gewoon wereldwijd wordt. Dat vond ik er heel vet aan. Ik heb dit nu een jaar geleden gemaakt en nu zou ik het wel alweer in de vorm anders doen, het zou er misschien anders uitzien, maar inhoudelijk vind ik hem nog steeds supertof. Gewoon twee gasten uit Afghanistan, die zeggen ‘wij gaan het landmijnenprobleem gewoon oplossen’. En het schijnt te lukken. Ze zitten nu echt met partijen aan tafel die dit echt groot kunnen maken. Investeerders, noem maar op. Het is niet maar een klein initiatiefje.

7.1.7. NRC, Stijn Bronzwaer

Ik ben Stijn Bronzwaer, ik ben 37, ik ben adjunct-hoofdredacteur bij NRC. Werk hier nu ruim tien jaar. Elf jaar moet ik zeggen. Sinds twee jaar adjunct-hoofdredacteur.

Wat?

- Wat is constructieve journalistiek volgens jullie?

Hoe wij het heel erg zien is, en ik denk dat dat ook wel heel erg aansluit bij hoe de mensen die dit doceren en uitdragen het zien, daar is namelijk wel een misverstand over denk ik, journalistiek is niet constructief het moet kritisch zijn, dan is het woord misschien ook niet zo goed. Het heeft heel snel een beetje een weeïge lading. Van je moet opeens heel positief gaan schrijven over dingen die eigenlijk heel erg ernstig zijn. Zo is het helemaal niet. Voor ons is het heel erg een invalshoek. Denk dat dat het is, in ieder geval zo zien wij het. We hebben nu de hele week héél veel stukken over het klimaat, en dan met Urgenda-uitspraken en het VN-rapport en dan zitten we ook, nou daar bedenk je allemaal dingen bij van ‘nou wat willen we voor soort stuk over maken, wie willen we interviewen?’ en dan is het vaak nu ook onderdeel van die discussie van niet ‘kunnen we hier een constructief stuk van maken’ zo benoemen we het niet maar meer ‘moeten we niet iets doen waar mensen iets mee kunnen’. Dus gaan we nu ook een stuk maken van ‘oke, wat kun je eigenlijk zelf doen. Er zijn nu klimaatdoelen gesteld, wat kun je zelf doen om die te halen?’. Dat is constructieve journalistiek. Je geeft mensen handvat om zelf iets te kunnen doen, om iets bij te dragen, het is meer een invalshoek bij een verhaal.

- Wat moet een product bevatten om constructief te zijn?

Het moet oplossingen aandragen op problemen. Dat kan heel groot zijn, zoals inderdaad ‘wat kan jij doen om het klimaatprobleem te verhelpen?’ maar het kan ook iets kleins zijn zoals een politicus die iets helemaal affakkelt ook vragen ‘oke, maar wat zouden ze dan wél moeten doen?’ en dus dat je, of we hadden bijvoorbeeld een heel mooi stuk over koffie. Hoe schadelijk dat allemaal is voor het milieu enzovoorts, hadden we ook een kader bij gezet van oké, wat kan jij nou zelf doen, welke koffiemerken kan je nou wél kopen, zijn nou wel goed. Gewoon even iets kleins dat je mensen niet moedeloos achterlaat. Dat eigenlijk vooral. Dat is natuurlijk, daar ben ik wel van overtuigd, heel veel mensen keren zich af van het nieuws, dat zie je ook echt wel, ook omdat het zo’n gevoel bij mensen oproept van ‘oh, zoveel ellende en machteloosheid en alsjeblijft NRC, help mij om iets te doen’. En als je ze dat dan kan aanreiken, dingen die jij kan doen, dan geeft dat ook een soort hoop en het is tegelijkertijd ook wel informatief. Dus het kan ook in kleine dingen zitten. In de vraagstelling in een interview, het kan een kader zijn bij een groot stuk, we maken heel vaak series en die sluiten we dan vaak af met ook een constructief stuk. We hebben bijvoorbeeld een hele serie over plastic gemaakt, van vier of vijf afleveringen over problemen bij plasticfabrieken en luchtvervuiling en alles, en dan hadden we ook een verhaal met ‘oke, vier inspirerende ideeën van mensen die plastic probleem in de wereld gaan oplossen’. Het is ook vaak een afsluiting van een serie. Hebben ze eerst het hele probleem geschetst gekregen en dat je ze dan daarna ook een oplossing geeft.

Hoe?

- Hoe ziet publiek jullie constructieve manier van werken terug in jullie producties?

Ik denk niet dat ze het meteen heel erg herkennen. We hebben niet een soort rubriek ofzo. Nieuws van de dag of, er is wel inderdaad een hele serie gedaan, van het begin van vorig jaar, van ‘oke, wat is er het afgelopen jaar gebeurd waarvan je denkt: he, dat heeft de wereld echt goed gedaan’. Die stukken zijn allemaal echt héél erg goed gelezen dus dat zien we wel erg. We monitoren al die cijfers dus we weten precies wat mensen lezen.

Niet wat individuen lezen, maar wat het gros leest. Die stukken werden allemaal supergoed gelezen dus we zien gewoon dat de mensen willen dat graag. Dus daardoor doen we het misschien wat meer. Omdat we zien dat mensen dat graag lezen. Dan maken we het denk ik wat sneller. Je zult ook zien dat wanneer we een serie doen we vaak een afsluiter doen met iets dat constructief is. Maar we hebben niet dat we het heel erg benoemen ofzo.

Is zo'n kader een manier om de lezer...?

Ja, van 'wat kun je zelf doen?' Kaders doen we wel wat vaker, de laatste tijd. Ik denk dat het mensen gewoon lezers van de NRC, niet in een keer denken van 'goh wat hebben ze in een keer vaak dat' maar tussen de regels door, als je mensen erop wijst van 'heb je gezien dat we dit doen', dan ja. Dat zijn wel stukken die we vroeger nooit zouden schrijven.

Hebben jullie bewust de keuze gemaakt om dat onbewuste niveau te houden?

Ja anders maak je er ook meteen een soort statement van ofzo. Je weet de Correspondent doet dat dan, die vinden dat superbelangrijk en dat uitdragen doen zij dus heel erg, en wij kijken ook wel naar de Correspondent en zij doen ook bepaalde dingen dat we denken hé, dat is eigenlijk best wel erg goed, maar wij zijn meer van, ja, het wekt zo'n verwachting als je zegt 'nú gaan we heel erg constructieve journalistiek omarmen'. We vinden het gewoon interessante aanvulling op wat we doen en een interessante beweging en daardoor gebruiken we dat vaker als invalshoek, net als factchecken wat we veel vaker doen. Ik denk, de goed oplettende lezer zal opvallen 'goh ze hebben de laatste tijd vaker stukken van wat ik hiermee moet of daarmee moet'. Ik denk dat het dan wel opvalt, ja.

- Hoe ging de doorvoering van de constructieve werkwijze bij jullie?

Het is niet echt een soort van doorvoering ofzo, hoor. Het werkt ook niet zo goed als je tegen iedereen gaat zeggen 'nu moeten jullie allemaal...' dan gaan ze het juist niet doen. Wij hebben een nabespreking gehad van die Catherine Gyldensted, die is hier geweest en die heeft een hele, héle goede presentatie gegeven over constructieve journalistiek. Echt supergoed. En dat heeft zeker in de leiding wel mensen aan het denken gezet van 'goh, dat is eigenlijk wel...'. Er is nu natuurlijk een hele beweging aan de gang van mensen die dit heel erg promoten en dat zie je ook wel op conferenties heel erg terug en daar gaan onze mensen ook heen. En we zien vooral, dat is het gewoon daar komt de grootste verandering van, ja we weten gewoon steeds beter wat lezers willen, wat ze lezen en wat ze út lezen. Dat is ook erg belangrijk, wat ze uitlezen. We tellen minuten altijd. Dat zijn echt stukken die mensen hebben gelezen. En dan gaan we niet zeggen van 'oke, dus dat moet dan een sexy onderwerp zijn want anders lezen mensen het niet'. Dat geldt voor ons echt niet. Maar wel van, we zien dat als we déze invalshoek (constructieve journalistiek) kiezen lezen mensen het wel en als we een supersaai analyse doen dan lezen mensen het niet. Oke. Dat is gewoon een andere manier om een verhaal te vertellen. En als je dat steeds ziet elke dag, dan zie je ook dat journalisten ook vaker die, dat gaan doen op die manier want ja iedereen wil gewoon gelezen worden.

Maar het is niet zo dat jullie het als methode hebben aangekaart?

Nee. We hebben het wel besproken maar we hebben niet op dat moment gezegd 'vanaf nu gaan we vijf keer per maand...', nee. Nee. Het is meer dat wij onderbewust door een aantal dingen zoals inderdaad die journalistieke discussies en door wat de Correspondent onder meer doet, door leescijfers. Dat we het daardoor meer zijn gaan doen. Geleidelijk.

- **Zijn er dingen waar een nieuwsplatform op moet letten bij doorvoeren van deze werkwijze?**

Ik denk zelf heel erg dat je het journalisten niet kan opleggen. Ik geloof heel erg in dat mensen het doen omdat ze gewoon, het zijn allemaal heel erg autonome types, die je als je ze gaat vertellen 'je moet het zó opschrijven' dan krijg je of een heel slecht stuk of een ongeïnspireerd stuk omdat 'het nou eenmaal zou moest'. Dus je moet juist heel erg laten zien waarom het goed werkt of waarom het heel erg iets kan toevoegen of 'dit is wat lezers heel graag willen', dit is wat ze betreft bij de journalistiek. Door dat heel erg te laten zien, gaan mensen het zelf inzetten om het te gaan doen. Je moet het niet van bovenaf opleggen van jullie moeten dit nu doen of we gaan dit nu doen, dan gaan mensen heel erg... dat zie je ook heel erg in de discussies over constructieve journalistiek... dat veel van de klassiekere journalisten daar heel erg tegen in het verweer gaan. 'Dat is het maskeren van problemen' meteen heel erg van dat. Of 'muilkorven' of eh... 'is mijn werkwijze dan nu niet goed genoeg?' Je moet het juist denk ik, dat probeer ik heel erg te doen, is het juist heel erg stimuleren door het gewoon te laten zien van hoe het ook kan of door goede voorbeelden te laten zien en kan hier een kader bij en voor je het weet doen we dat vijf keer en voor je het weet staat het er bijna automatisch bij. Dus ene beetje zeg maar positief stimuleren van bovenaf, zeker, maar niet opleggen. Dat werkt hier in ieder geval niet. Het zijn gewoon tweehonderd hele slimme autonome mensen die, ja, je kan wel zeggen 'je moet dit schrijven' en dan gaan ze het ook heus wel doen omdat je toch de baas bent maar dan krijg je gewoon niet de beste stukken. Mensen moeten er ook echt in geloven. Schrijven is heel erg je eigen creativiteit en je eigen nieuwsgierigheid zeg maar in een verhaal leggen wat heel erg persoonlijk is, dus als iemand anders voor jou gaat bepalen wat jouw onderzoek moet zijn dan is dat vaak heel lastig.

Waarom?

- **Waarom hebben jullie besloten constructieve journalistiek toe te gaan passen?**

Dus leescijfers, wat ik zei. De realisatie van mensen keren zich af van nieuws, we hebben een hele mooie productie hier een keer gehad met de titel 'nieuwsnijders'. We hebben allemaal mensen geïnterviewd die het nieuws mijden. Heel veel mensen geïnterviewd die dat doen. We hadden zelf het gevoel van 'dat is wel een trend ofzo'. Je merkt het op verjaardagen en zo. Kijk het niet meer, ik heb alle apps van mijn telefoon gegooid, ik mis niks, en ik kan er niks mee. Daar kwam ook heel erg dat verhaal uit naar voren. Mensen worden er humeurig van, ze worden er depressief van, ze worden zelfs, daar zijn onderzoeken naar gedaan. Nou, daar een antwoord op proberen te vinden, dat is niet wat de Telegraaf doet, vast onderop de voorpagina een positief bericht, het 'geeltje' zoals zij dat noemen. In ons geval is het antwoord dan mensen handvatten aanreiken om ook iets te kunnen doen met het nieuws. Dat. En leescijfers dus. We zien dat mensen het lezen mensen het willen. En die nabespreking ook wel, van Catherine Gyldensted, die heeft ook wel geholpen, ja. Als iemand daar een heel goed aanstekelijk en heel goed geargumenteerde verhaal over heeft dan gaan mensen toch naar buiten van ... onze klimaatredacteur had altijd stukken over 'weer mislukte top' en in een keer had hij een stuk van 'tien inspirerende ideeën' of van weetje, en dat had hem echt aan het denken gezet. En zeker bij klimaat is het heel belangrijk.

- **Waarom hebben jullie deze specifieke keuzes gemaakt?**

So what?

- **Hoe ervaren jij en collega's de constructieve werkwijze?**

Ik merk dus dat, juist omdat we het niet zo benoemen dat er geen weerstand tegen is. We zeggen gewoon van eh 'nou kunnen we ook iets met oplossingen doen?' Heb het vanochtend nog gezegd: 'kunnen we nu ook een stuk schrijven over 'wat kan ik nou doen aan dat klimaat'. En dan is het 'jaja, goed idee, goed idee!' Er is geen, niet echt een

discussie over hier terwijl als ik zou zeggen, maar dat is denk ik ook omdat we het niet zo benoemen meer een beetje, daar heeft die beweging ook wel heel erg last van, door het zo uit te dragen, met die term. Dat het door heel veel mensen niet precies begrepen wordt wat het precies betekent en dat ze heel snel denken 'dat is positieve journalistiek' maar dat is het helemaal niet.

- **Wat doet constructieve journalistiek met de kwaliteit van jullie producties?**

Dat maakt het wel beter. Omdat je, wij doen het goed als we gewoon zo compleet mogelijk beeld van een probleem kunnen geven. Als je altijd alleen maar het probleem beschrijft maar nooit de andere kant, van wat je eraan kunt doen, als je het allebei doet dan, dat is denk ik ook constructieve journalistiek. Het heeft ook alleen bestaansrecht als je óók het probleem beschrijft. Als we alleen maar oplossingen in de krant zetten dan is het ook niet goed. Maar als je beide doet, dus én het probleem én de oplossing tegelijkertijd geeft, dan heb je als lezer een beter inzicht in de problematiek. Dus dan wordt onze kwaliteit beter.

- **Voelen jullie je verantwoordelijk voor het effect van deze werkwijze?**

Ja. Onze hoofdverantwoordelijkheid zou ik zeggen is, wat het bij lezers doet. Dus als je mensen kan activeren om iets aan een probleem te doen dan is dat wel echt geweldig. Als iemand dankzij een stuk beslist om te stoppen met plastic koffiebekertjes maar elke dag een mok mee te nemen naar zijn werk of zo iets, dan heb je wel iets bereikt. Want uiteindelijke wil je toch iets bereiken. Dat je mensen aan het denken zet, en ze dan vervolgens zelf beslissen, niet dat wij dat tegen ze zeggen van 'je móet nu dit dat doen', om hun gedrag al dan niet aan te passen, dat is denk ik wel het hoogste doel wat je kan hebben. Als het ons lukt hier om met een stuk, mensen die beslissingen nemen andere beslissingen te laten nemen of überhaupt beslissingen te nemen dankzij een stuk dan heb je echt iets bereikt als journalist.

- **Waarom zou Omroep West dit wel/niet ook moeten proberen?**

Ik zou het dus wel willen aanraden om het niet 'door te voeren'. Ik denk dat dat gewoon, dan maak je het allemaal veel te groot. Ik vind het niet zo gek dat daar dan twee kampen ontstaan. Dat daar dan mensen heel erg bang worden, of boos of een schande vinden. Het zou mijn, ik denk hoe wij het doen door het juist niet door te voeren maar door gewoon beetje met op een zachte manier te stimuleren dat we bepaald soort verhalen óók maken en niet dat het ene dan nu niet meer mag en we alleen het andere mogen doen, maar dat we óók andere dingen doen. Dus als zij daarover zitten te twijfelen van moeten wij dat doen, dan zou ik ze willen zeggen 'ja benoem het ook niet zo'. Maar probeer gewoon eens vanuit de leiding te stimuleren dat journalisten ook ander type stukken maken. Dat heeft gewoon met individuele ideeën te maken. Als er een idee ontstaat op een redactie, over dat er te veel hondenpoep is ofzo, heel cliché, lege kantoorruimtes, als de chef dan zegt van 'goh laten we eens een verhaal maken van tien goeie ideeën van wat we met die kantoren zouden kunnen doen'. Dan benoem je het niet, maar dan komt het er toch van. Dat zou ik ze willen aanraden. Hoe wij het doen, daarom is die weerstand er bij ons niet. Ik zou er niet zo'n beleidslijn van maken. Dat de leiding dan in een soort Powerpoint gaat uiten... dat is jammer als het daardoor er uiteindelijk helemaal niet van komt.

Er is een nieuwe orang-oetan ontdekt. Misschien is dat wel een leuk stuk. Dat was echt gigantisch groot nieuws want er wordt nooit een nieuwe aap ontdekt. En dat dier werd ontdekt en was onmiddellijk gewoon met uitsterven bedreigd. Kwam meteen op de zwarte lijst etc. Toen heeft de redacteur daar, het ging over ontbossing op Sumatra, een heel interessant serieus artikel, hij heeft dus iemand geïnterviewd die hem ontdekt had, en daar zit dan ook zó'n vraag in van wat kunnen de mensen er zelf dan aan doen. En er

stond ook in dat stuk ‘hoe heb jij hier in Nederland invloed op de ontbossing?’ Dat ging heel erg over tropisch hardhout wat mensen hier op het parket leggen. Er stonden een aantal voorbeelden in van dingen die je niet moet doen als je in ieder geval die 25 orang-oetans die daar nog wel zitten wilt beschermen. Dat vond ik echt een perfect voorbeeld van een serieus ernstig probleem en dat niet onder het tapijt vegen en het positieve daaraan dáar een nummer van maken, maar dan een handzaam kadertje erbij voor de mensen die dat hebben gelezen en er helemaal chagrijnig van zijn toch een inzetje geven van ‘oh ik kan ook iets doen op 1000 km afstand’.

- **Hoe ziet publiek jullie constructieve manier van werken terug in dit artikel?**

Nou heel erg, wat ik net ook zei in die twee dingen: dus heel erg tegelijkertijd de oplossing aandragen. En dan niet de oplossing belangrijker maken dan het probleem, maar gewoon beide doen. Waardoor je als lezer dubbel inzicht krijgt in het probleem. Enerzijds wat het is en anderzijds wat je kunt doen.

- **Waarom hebben jullie deze specifieke keuzes binnen dit artikel gemaakt?**

Die auteur heeft dat toen gedaan, uit zichzelf, maar heb het er toen later wel met hem over gehad, dat was ook inderdaad door die bespreking met Catherine, dat had hem wel aan het denken gezet. Dat hij ook hele bewust dat gevoel had van ‘oke, als je dit lees dan denk je wel kan ik hier iets aan doen, wat kan ik hieraan doen?’ En die vragen wilde hij beantwoorden.

- **Waarom is dit artikel jouw best practice op het gebied van constructieve journalistiek?**

Omdat dit misschien een soort artikel is waar je het niet bij verwacht, ofzo. Het is heel erg, niet van een inspirerend iemand interviewen die uitvinding heeft gedaan die de wereld verbetert, maar dit was dan iets van ‘ja er sterven dieren uit’ en daar zouden we in principe gewoon altijd een heel zwart verhaal van maken waarbij je denkt als je het uit hebt denkt ‘goh’. En door het juist daarbij te doen, vond ik dan wel een goed voorbeeld van ‘oja, dus zelfs bij zo’n stuk kun je zoiets doen’. Dus niet het cliché voorbeeld van een pleidooi voor minder vliegen of zo.

Lukas Brouwers heeft dit geschreven.

7.2 Gecodeerde interviews

7.2.1. Brandpunt+

Wat?

- **Wat is constructieve journalistiek volgens jullie?**

L: “het werd aangekondigd als een hele grote koerswijziging, maar ik vind het in de praktijk wel meevallen.”

“Je stelt gewoon één vraag extra: ... wat mij betreft ‘en hoe nu verder?’ > ‘en wat nu?’.”

B: “Wat mij betreft is constructieve journalistiek een vertelwijze en niet een discipline op zichzelf.” “Het is iets wat eigenlijk altijd al door journalisten is gedaan”

“hoe nu verder?”.

“Het is een vertelwijze, maar doorgeslagen vorm is natuurlijk projectjes TV of -journalistiek. Goededoelen-tv kan echt niet de bedoeling zijn.”

L: “naam is een beetje misleidend. Want heel veel mensen denken dat het een vervanging is voor goede journalistiek. Het is een toevoeging.”

B: deels, “maar je vult het ook anders in.” “je stelt andere vragen.”

Codes

- Geen ‘grote koerswijziging’/discipline

- toevoeging
- Niet nieuw
- Geen goededoelen-tv
- Géén positieve journalistiek
- Toekomstgericht
- Vertelwijze

- **Wat moet een product bevatten om constructief te zijn?**

L: “dus een perspectief, een vooruitzicht.”

“Dus niet alleen het probleem aankaarten maar ook laten zien hoe een probleem eventueel opgelost kan worden”

L: “We constateren nog steeds problemen, en stellen misstanden aan de kaak, maar we laten dan ook zien hoe mensen zelf de handen uit de mouwen steken en dingen initiëren.”

“dan laat je zien dat er oplossingen zijn.”

Codes

- Toekomstgericht
- Problemen > oplossingen

Hoe?

- **Hoe ziet publiek jullie constructieve manier van werken terug in jullie producties?**

L: “‘ik laat het er niet bij zitten’. Of ‘dan doe ik het zelf wel’.”

“een constructieve levenshouding”.

L: “het valt me wel op dat we toch wel aardig wat respons krijgen. Je hebt wel iets meer interactie met je publiek”

“daaruit zóu je kunnen afleiden dat het toch wel enigszins op prijs wordt gesteld.”

L: En “mensen willen, ... geïnspireerd worden.”

L: “Ze willen weten wat er mis is, maar ze willen óók heel graag geïnspireerd worden.”

“als we bij een initiatief staan waarvan we denken ‘ja leuk dat het op deze vierkante meter werkt, maar is dit haalbaar om uit te rollen landelijk?’, en wij denken van niet, dan vragen we daar wel op door.”

L: “Het sluit natuurlijk ook wel aan bij de belevingswereld van mensen in NL dan, het meeste gaat goed”

L: “Mensen kunnen zich beter identificeren en relateren.”

“Alleen de journalistiek heeft natuurlijk wel meer taken dan dat. En ik denk dat misschien toch wel een belangrijkere taak blijft agenderen en ja we zijn gewoon een tijd doorgeslagen geweest in het vergeten te vertellen dat er meer is in de wereld dan een probleem.”

Codes

- Constructieve levenshouding
- Meer interactie met het publiek
- Herkenbaar en relaterend
- Taak journalist is agenderen
 - Maar niet doorslaan in alleen problemen vertellen

- **Hoe ging de doorvoering van de constructieve werkwijze bij jullie?**

L: “Horten en stoten.”

L: “heel moeilijk is om de wereld zélf ook anders te bekijken en niet meer zo gefocust zijn op ellende en dreiging.”

“Dat heeft ons héél veel moeite gekost”.

“Sommige collega’s zijn ook afgehaakt.”

“als je het al heel lang op een andere manier hebt gedaan vergt het heel veel aanpassingsvermogen om je anders op te stellen ten opzichte van je onderwerp en ook het zoeken van je onderwerpen.”

L: “Hoe stel je jezelf op als anchor? Wat voor type vraag stel je?”

L: “vroeger was Brandpunt... een programma dat vertelde 'hoe het zat'. Constructieve journalistiek is ook zelf weer durven vragen ... Open staan voor alternatieve oplossingen.”

L: “Daarbij kritisch vragen ‘is het haalbaar? Klopt het wat jullie doen?’ en als je daar het antwoord niet op hebt of weet, dat ook aangeven in de uitzending.”

“Daar moet je je dan als journalist dan transparant in zijn.”

Codes

- Moeilijk
 - o Uit oude patronen breken
 - Andere focus
 - Andere vragen
 - Kritisch blijven
- **Zijn er dingen waar een nieuwsplatform op moet letten bij doorvoeren van deze werkwijze?**

L: “je moet vanuit de journalistiek blijven opereren.”

“Omgekeerd noemen wij dan projecten-tv of goede doelen-tv.”

L: “we hebben wel een paar uitglijders gemaakt hoor... ‘nee, dit was net te dun’.”

L: “Project centraal stellen. Het moet vanuit een journalistiek vraagprobleem, moet de oplossing oprijzen.”

“Je moet wel vragen blijven stellen.”

L: “De anchor moet zich meer durven laten leiden door verwondering. Dingen zich afvragen en niet zeggen ‘zo zit het, wij hebben onderzoek gedaan wij weten het’.”

L: “Toetsen in plaats van mededelen.”

Codes

- Geen goededoelen-tv
 - o Vanuit probleem naar oplossing in plaats van andersom
- Vragen blijven stellen
 - o Verwondering is leidend
 - o Toetsen in plaats van mededelen

Waarom?

- **Waarom hebben jullie besloten constructieve journalistiek toe te gaan passen?**

L: dienstopdracht, haha.

L: “we zelf merkten ook door schade en schande dat we te veel gezien werden als een rubriek die verdoemenis uitstort.”

“Deels is het ook ingegeven als NPO nieuwe koers vanuit hen. Vanuit onszelf.”

L: “we zouden het uithangbord worden voor de vernieuwing in de journalistiek.”

L: “Constructieve journalistiek is ook niet nieuw, het bestaat al lang maar het heeft nu een stempel gekregen.”

L: “Dat je laat zien wat er mogelijk is. Ik wil echt met nadruk bestrijden dat dit nieuw is.”

So what?

- **Hoe ervaren jij en collega's de constructieve werkwijze?**

L: “dat verschilt per collega volgens mij.”

L: “heel prettig.”

L: “Ik vind het heel fijn hoor.”

Codes

- Verschillend
 - o Overwegend prettig
- **Wat doet constructieve journalistiek met de kwaliteit van jullie producties?**

L: “En zij (ombudsman) zei ‘ja dat is zo zorgvuldig gedaan en met zulke open vragen, en open eindes, dat zou een voorbeeld moeten zijn’.”

F: “Ik denk dat het heel zorgvuldig is als je een journalistiek probleem ontdekt, analyseert en aankaart dat je ook kijkt naar de oplossingen omdat het veld daarmee groter wordt en je ook het gewicht van het probleem kunt vaststellen.”

“Ik denk dat het juist een verrijking is van de journalistieke methode.”

“Eigenlijk zonde dat we dat heel lang niet hebben gedaan.”

“Je bent heel transparant over je methode, daar word je ook heel controleerbaar door.”

L: “als je de hele tijd communiceert wat je methode is en transparant bent dan stel je jezelf ook kwetsbaar op en dan laat je ook weer open ‘doen wij het wel goed’.”

“Dat is anders dan ‘dit is de wereld en zo zit hij elkaar en wij Brandpunt vertellen dat’.”

F: “het is eigenlijk ook een vorm van wederhoor op je onderwerp.”

L: “als je het goed doet, dan geef je een completer beeld van het probleem dan in de traditionele vorm.”

L: “Maar wij zijn ook echt een achtergrondprogramma.”

“Voor mij heeft de praktijk van de verslaggeving ook nog een extra route gekregen.”

Codes

- Verrijking van journalistiek
 - o Zorgvuldiger
 - Gewicht van probleem beter vaststellen
 - o Transparanter
 - Tekortkomingen delen
 - o wederhoor
 - o completer beeld
- vergelijking met ‘traditionele vorm van journalistiek’
 - o completer
 - o verdieping

- **Voelen jullie je verantwoordelijk voor het effect van deze werkwijze?**

L: “zeker voor het publiek, want we voelen ons verantwoordelijk voor elke uiting in hoge mate.”

“Ik denk eigenlijk ook dat het zo in de tijdsgeest zit om je dingen af te vragen en je te verwonderen dat langzaam iedereen daar een beetje naar opschuift.”

F: “ik denk dat hele goede achtergrondjournalistiek veel constructieve elementen in zich draagt.”

Codes

- Verantwoordelijk voor publiek
- Tijdsgeest
- Waardeoordeel
 - o Goede achtergrondjournalistiek = constructief

- **Waarom zou Omroep West dit wel/niet ook moeten proberen?**

L: “dat ze dan een aantrekkelijker medium worden voor hun publiek”

F: “in hun achtergronden zouden ze meer constructieve journalistiek kunnen toepassen.”

L: “sinds we dit doen de reacties van het publiek inhoudelijker zijn.”

Codes

- Aantrekkelijker voor publiek
- Reacties publiek inhoudelijker
- Toepassen in achtergrondverhalen
- **Hoe ziet publiek jullie constructieve manier van werken terug in dit artikel (vrouwelijke imams (L) en downloaders (J))?**

L: “Nou daar stond hij mee of viel hij mee en dat was heel belangrijk. Iedereen die bewust vrouwen gaat interviewen laat automatisch het andere geluid horen.”
(vrouwelijke imams) “het onderwerp is constructief.”

J: “we zijn volledig transparant over de methode, er wordt met open vizier vragen gesteld”

“er ligt een onderzoeksmethode journalistiek aan ten grondslag (datajournalistiek), en er zit een oplossing in voor die downloaders.”

“mensen die dit zien kunnen ergens heen of iets doen aan hun ‘aandrang’.”

Codes

- Constructief onderwerp
 - o Ander geluid
- Methode
 - o Transparant
 - o Open vizier
- Probleem – oplossing

Waarom hebben jullie deze specifieke keuzes binnen dit artikel gemaakt?

L: “We zien nu de waarde van een tegengeluid en dat willen we graag laten horen.”

J: “Dat is wel een best practice (downloaders) in die zin dat het wel heel goed laat zien dat je ouderwetse journalistiek gewoon heel constructief kan bedrijven.”

Codes

- Tegengeluid is waardevol
- Vergelijking met ‘ouderwetse journalistiek’

- Wat doet constructieve journalistiek met de kwaliteit van jouw productie?

L: “naar hoger niveau getild”

J: “zeker, is heel compleet verhaal.”

Codes

- Hoger niveau
- Compleet verhaal

Waarom is dit artikel jouw best practice op het gebied van constructieve journalistiek?

J: “omdat daar alles in samen komt.” “Traditionele journalistiek, het is een heel ouderwets afgekloven onderwerp op een hele frisse manier gebracht.”

“In plaats van dat je ze veroordelend gaat bevragen, wat eigenlijk courant is in de journalistiek, probeer je te achterhalen waaróm hebben ze het gedaan. Je gaat zo veel opener het gesprek aan en je probeert mensen te bewegen om te vertellen waarom ze het hebben gedaan.”

“Zo krijg je meer antwoorden”

L: “denk dat je er meer door te weten bent gekomen dan wanneer in ouderwetse vorm.”

Codes

- Compleet verhaal
 - o Opener
 - o Meer antwoorden
- Vergelijking met 'ouderwetse journalistiek'
 - o Beter dan

7.2.2. De Correspondent

Wat?

- **Wat is constructieve journalistiek volgens jullie?**

"journalistiek die niet alleen het probleem aankaart maar ook laat zien hoe het anders kan." "mensen denken altijd dat het goednieuws journalistiek is maar dat hoeft niet per sé"

"KIJK cijfermisleiding. Maar dat ik ook zeg: zo kun je het herkennen of, dit zou je er aan kunnen doen/moeten doen als overheid."

"Dus dat je ook even die volgende stap zet."

Codes

- Probleem-oplossing
- Géén goed nieuwsjournalistiek
- Verder kijken

- **Wat moet een product bevatten om constructief te zijn?**

"antwoord op de soort van 'en wat nu'-vraag."

"Oplossingen eigenlijk, of in ieder geval een oplossingsrichting. Want je weet niet altijd overal oplossingen".

Codes

- Probleem-oplossing
 - o Oplossingsrichting

Hoe?

- **Hoe ziet publiek jullie constructieve manier van werken terug in jullie producties?**

"Dat als ze iets lezen er ook wel vaak bij staat van 'oke, en zo zou je het kunnen herkennen' of 'oh, hier zouden we het vaker over moeten hebben' of ... er zit altijd een soort van blik op de toekomst in. Van 'hoe nu verder'."

Codes

- Probleem-oplossing
 - o Hoe herken je het
- Toekomstgericht
 - o Hoe nu verder

- **Hoe ging de doorvoering van de constructieve werkwijze bij jullie?**

"wij zijn er helemaal op gebouwd natuurlijk."

"daarbij heb ik nooit op een andere plek in de journalistiek gewerkt. Dus voor mij is dit gewoon 'de manier van werken'."

"Ik ken geen andere journalistiek zeg maar."

Codes

- Basis van bedrijf
- Vergelijking met 'andere journalistiek'

- **Zijn er dingen waar een nieuwsplatform op moet letten bij doorvoeren van deze werkwijze?**

“dat je altijd als eindredacteur ook kijkt van ...’ zit er ook een soort van oplossingsgerichtheid in.”

“dat kan door het hele stuk heen staan, maar het kan ook zijn dat je een probleem beschrijft en aan het eind ook nog een stuk beschrijft van ‘oke, en hoe nu verder’.”

“als een eindredacteur altijd zegt van ‘wat kunnen we hiermee en hoe helpt dit ons verder voor de toekomst?’”

Codes

- Eindredacteur verantwoordelijk
 - o Oplossingsgericht element

Welke thema's van constructieve journalistiek staan bij jullie hoog in het vaandel (nog meer)?

“we proberen natuurlijk ook altijd wel dingen te beschrijven die je in het nieuws vaak niet tegenkomt maar wel een soort van structurele ontwikkelingen.”

“Verhalen die het nieuws niet halen maar wel verteld moeten worden.”

“dat je het ook niet altijd hebt over wat er slecht gaat, maar ook wel eens over wat er goed gaat.”

“Het is dus niet alleen maar goed nieuws journalistiek.”

Codes

- Andere verhalen dan normaal
 - o ‘dit was het nieuws niet’
 - o Structurele ontwikkelingen
 - o Positief nieuws
 - Géén goed nieuws-journalistiek

Waarom?

- **Waarom hebben jullie besloten constructieve journalistiek toe te gaan passen?**

“ik was een soort groupie vanaf moment één.”

“ik ben persoonlijk gewoon niet echt een nieuwsjournalist. Dus ik hoef niet nieuws na te jagen.” “vooral met cijfers heb ik heel veel gewerkt, en ik wilde juist het verhaal daarover vertellen om mensen ook te laten zien van ‘hey, we gebruiken superveel cijfers, maar we weten eigenlijk helemaal niet wat daarachter schuilgaat, zeg maar’.”

“wat ik net zei die structurele ontwikkelingen waar niemand het eigenlijk over heeft”

Codes

- Persoonlijke motivatie
 - o Groupie
 - o Geen interesse in nieuws najagen
- Passend onderwerp
 - o Groot, maar Onbekende achtergrond
 - o Structurele ontwikkelingen

- **Waarom hebben jullie deze specifieke keuzes gemaakt?**

“ik weet dus niet waar de grens ligt tussen... ik weet niet of alles wat ik doe constructief is of niet.” “dat is meer een semantische discussie denk ik.”

Codes

- Onduidelijke definiëring

“Één van mijn doelen... aanvankelijk wilde ik altijd cijfermisbruik aankaarten, maar al snel merkte ik van ‘hey, dan word ik helemaal gek want er is gewoon té veel’. ... dan ga ik ervoor zorgen dat ik met mijn artikelen een soort van handvatten geef, zoals mensen het zelf ook kunnen gaan herkennen.”

“ik wil mensen zelf de middelen geven om vervolgens anders naar de wereld te kunnen kijken.”

“aanvankelijk was ik heel erg op de statistiek... Maar na een tijdje dacht ik ‘ja maar het gaat niet alleen maar om die kennis, het gaat ook heel erg om bewustzijn van je eigen psychologie’, want die speelt ook heel erg mee.” “Dus al dat cijfermisbruik is leuk, maar waar komt dat dan vandaan? Dus nou ja, waarom brengen politici onzincijfers de wereld in?”

Codes

- Te groot probleem
 - o Handvatten aanreiken
- Anders naar de wereld kijken
- Achtergrond probleem onderzoeken

“Ik ben wel altijd heel transparant over mijn eigen tekortkomingen, want ik doe zelf ook wel eens dingen fout”

“Dat doe ik ook wel een beetje met opzet want dat zijn de voorbeelden die ik zelf in mijn dagelijks leven tegenkom, maar ook om te laten zien dat ik ook niet heiliger dan de paus ben want ik doe ook de hele tijd dingen fout en ik trap ook de hele tijd overal in.”

Codes

- Transparantie journalist
 - o Tekortkomingen delen

So what?

- **Hoe ervaren jij en collega's de constructieve werkwijze?**

“Ik ken niet anders. Ik heb ook nooit anders eh... Ik bedoel, ik vind dit veel fijner werken dan de wetenschap, dat weet ik wel. Ik kan geen vergelijking maken met andere journalistieke plekken.”

Codes

- Vergelijking met ‘andere journalistiek’ en wetenschap
- Positief

Wat doet constructieve journalistiek met de kwaliteit van jullie producties?

“kwaliteit is natuurlijk een heel breed begrip, want ik denk dat als je als onderzoeksjournalist iets blootlegt, dan vind ik dat ook van hele hoge kwaliteit,”

“Het wel beter maakt dat ik ook mensen help. Dat ik niet alleen maar de hele tijd zit te zeiken. Maar dat mensen ook snappen wat ze eraan moeten doen”

“met mijn onderwerp ligt de wanhoop ook wel een beetje op de loer. ... dus wat dat betreft denk ik dat het, nouja weet niet of dat kwaliteit is, maar in ieder geval de aantrekkelijkheid en de leesbaarheid” “de impact wordt daardoor ook wel groter. Ik probeer dus juist te schrijven voor mensen die hier niet zoveel over weten...Omdat ik dus mensen help om het zelf te herkennen in plaats van dat ze gewoon lui achter over gaan ... wat dat betreft is de impact groter, omdat mensen echt zelf aan de slag kunnen.” “Dat is mijn ideaalbeeld.”

Codes

- Constructieve journalistiek geen voorwaarde voor kwaliteit
- Aantrekkelijkheid en leesbaarheid
 - o Niet alleen maar zeiken
 - o Oplossingen bieden
 - o Wanhoop wegnemen
- Impact
 - o Handvatten
- Ideaalbeeld

Voelen jullie je verantwoordelijk voor het effect van deze werkwijze?

“Ja tuurlijk, absoluut. Anders zou ik dit werk niet doen.”

“ik vind het wel, als ik zie hoeveel pulp er in de wereld is... En ik hou dus ook heel erg van cijfers. En als ik dan zie hoe echt stom sommige mensen ermee omgaan, dan denk ik oh, come on ik wil hier wat aan doen”

“ik voel me zeker ook wel verantwoordelijk voor de impact.”

“heeft ook heel erg mee te maken dat ik mensen gewoon aan t denken wil zetten”

Codes

- Verantwoordelijkheidsgevoel
 - o Leren omgaan met cijfers
 - Goed omgaan met cijfers
 - o Mensen aan het denken zetten
 - Impact op wereld

- Waarom zou Omroep West dit wel/niet ook moeten proberen?

“Ik merk dat ik er heel erg verdrietig van wordt en soms een beetje wanhopig. Deprimerend kan het zijn. En dat kan mensen juist ook wel wegjagen... dus een van de argumenten ook wel zou zijn dat je zo lezers behoudt.”

“Ik zou dus denken om mensen aan je te binden is het ook heel prettig als je ook die constructieve invalshoek hebt.”

“Om dan toch ook mensen niet alleen wanhopig te maken en machteloos, maar ze ook een beetje te helpen met na te denken over de toekomst.”

“een beetje je taak als journalist, van er gebeurt zoveel nu, en ik vind echt dat we daar met zoveel mogelijk mensen over mee zouden moeten denken.”

“ik denk ook dat het je taak is als journalist om de burger te helpen zulke grote ontwikkelingen om je heen om daar wat meer grip op te krijgen. En daarover te kunnen nadenken.”

Codes

- Behouden van lezers
 - o Negativiteit en wanhoop jaagt ze weg
- Middel tegen wanhoop en machteloosheid
 - o Toekomstgericht
 - o Handvatten bieden
- Zoveel mogelijk inzicht in een (lastige) situatie
 - o Taak als journalist
 - Handvatten en grip bieden

- Hoe ziet publiek jullie constructieve manier van werken terug in dit artikel?

“omdat ik dus hier ook op het eind zeg van nou ‘wat moet je hier nou mee’.”

“Het is een soort van oplossing aanbidding, mogelijke oplossingen hoor want onderzoek staat nog in kinderschoenen, in de vorm van nieuwsgierigheid.”

Codes

- Probleem – oplossing
 - o Verwondering/nieuwsgierigheid is leidend
 - o Eigen tekortkomingen delen

- Waarom hebben jullie deze specifieke keuzes **binnen dit artikel** gemaakt?
“Je wordt er een beetje wanhopig van als je alleen maar denkt ‘oh, dus kennis heeft geen zin want mijn psychologie houdt me toch voor de gek’. ... omdat je dan heel makkelijk is dat je je handen maar in de lucht gooit en denkt ‘nou, laat maar’. Dus dat wilde ik voorkomen.”

Codes

- Middel tegen wanhoop en opgeven
 - o Handvatten aanreiken/inzicht bieden
- Wat doet constructieve journalistiek met de kwaliteit van **jouw productie**?
“ik denk dat het wel beter maakt omdat het dus soort van wel hoopgevend.”
“over kwaliteit lastig om te zeggen omdat het niet per se slechter vind als het er niet in staat”

Codes

- Constructieve journalistiek geen voorwaarde voor kwaliteit
 - o Hoop bieden wel pluspunt
- Waarom is **dit artikel** jouw best practice op het gebied van constructieve journalistiek?
“Ik vind er sterk aan dat ik mezelf op de hak neem, dat werkt volgens mij goed want dan kom je ook dichterbij de lezer.”
“Ik vind het heel relevant voor wat er nu gebeurt. Als we nu feiten over klimaat zien, of over vaccinaties of over IQ weet je wel, dan is het heel goed om te onthouden dat je er zelf dus ook overtuigingen hebt en daardoor ook selectief bent in de informatie die je verwerkt.”

Codes

- Tekortkomingen delen
 - o Relevanter voor de lezer
- Relevant onderwerp
 - o Toepasbare hulpmiddelen op alledaags nieuws

7.2.3. Trouw

Wat?

- **Wat is constructieve journalistiek volgens jullie?**

Martijn: “Dat alleen al is al best een ingewikkelde vraag. Want er wordt heel veel verschillende dingen over gezegd.”

“Voor mij is constructieve journalistiek een vorm van journalistiek die ook mede oplossingen in beeld brengt en zeg maar ook enig uitzicht geeft op verandering.”

Maike: “maar ook wel meer de opbouwende vanuit diegene die je spreekt zeg maar.”

“Je schrijft natuurlijk alles voor je lezers maar je vraagt aan diegene die je interviewt niet alleen wat gaat er mis maar ook hoe kan je/ zou je het kunnen oplossen.”

“Dat geeft uiteindelijk de lezer perspectief. Als doel om de lezer perspectief te bieden.”

Martijn: “dat je de lezer activeert en motiveert om mee te denken”

“we proberen ook gebruik te maken van ideeën die lezers ook zelf hebben. Dat zij er onderdeel van kunnen uitmaken.”

“Maar als het gaat om journalistiek niet alleen probleem benoemen maar ook analyseren en kijken naar wat er wél kan.”

Codes

- Onduidelijke definiëring
- Problemen- oplossingen
 - o analyseren
- Perspectief bieden
- Activeren en motiveren
- Betrokken maken

Maaike: “in die zijn eigenlijk best wel een gek woord.”

“ik vind het eigenlijk gewoon journalistiek.”

“Ook voor dat woord bestond vroeg ik al of mensen ideeën hadden of ze problemen konden oplossen. Dat is toch gewoon onderdeel van de werkelijkheid volgens mij.”

Martijn: “ik denk dat er in de journalistiek meer een hang is naar analyse en probleembenoeming en definiëring van problemen en dat je je af en toe echt ook iets meer moet forceren als het ware om die tweede stap te maken”

“Waarbij het voor sommige mensen wat makkelijker is dan voor anderen. Het is ook een karakterkwesitie natuurlijk. Maar het zit denk ik ook wat meer in de genen van de krant om hoop te leveren.”

Maaike: “Dat is misschien ook wel een beetje een visie die wij eigenlijk misschien niet altijd per se benoemen... maar die wel in ons zit...dat we ergens wel zeggen dat de wereld verbeterd kan worden.”

“dat kan je dus door je commentaar te schrijven maar ook door in de geest van de krant je verslaggeving aan te passen.”

Codes

- ‘gewoon journalistiek’
 - o Constructieve elementen toepassen ‘hoort’
 - Onderdeel van de werkelijkheid (weergeven)
 - o Soms forceren
- Genen van de krant
 - o Wereld verbeteren

Wat moet een product bevatten om constructief te zijn?

Martijn: “dat je überhaupt open het probleem in gaat, dus dat je je openstelt voor heel veel aspecten en details en nuances van het probleem. Dus dat je niet in zwart-wit denken denkt, maar dat is vaak, nou ja dat eindigt vaak in negativisme. In gesloten argumentatie om het maar zo te zeggen. Maar dat je ook nadenkt over de nuances die mogelijkheden bieden om in positieve zin dingen te ontwikkelen.”

“Vaak expliciet zoeken naar voorbeelden die ontwikkelingen ten goede kunnen keren”

“vanuit de gedachte van de krant, de definitie van de krant zoeken we ook vaak naar oplossingen.”

Maaike: “soms kan je ook een probleem benaderen via een oplossing.”

“Dat was eigenlijk de invalshoek.”

Martijn: “product hoeft niet altijd een oplossing voor een probleem te bevatten.”

“We hebben ook voorbeeld van mensen die proberen met elkaar in dialoog te blijven en te komen en daaruit te leren.”

“En sommige mensen vinden dat soft want die denken ‘ja dat is marginaal’, maar ik denk dat het belangrijk is om te laten zien dat omdat je anders blijft hangen in dat zwartwit schisma waar niks tussen kan, waar geen dialoog mogelijk is, waar geen ontwikkeling meer mogelijk is. En dat is niet meer constructief maar negatief. Destructief op lange termijn.”

Maaïke: “bij het sociaal planbureau zeggen ze altijd, dat we gelukkig zijn over ons eigen leven maar ontevreden over de buitenwereld. En als de buitenwereld alleen maar negatief wordt afgeschilderd is dat natuurlijk niet zo raar dat je dat een moeilijk wereld vindt.”

“Het is alleen denk ik ook heel belangrijk dat je altijd laat zien op welke schaal die oplossingen er zijn... Dan laat je dus eigenlijk door dat hele kale feit laat je al zien van ‘nou eh heel wijdverbreid is dit dus nog niet, deze dialoog’...Maar het kán dus wel.”

Martijn: “als je kijkt naar de Trouw-lezers, dat die ook een soort geloof hebben, even los van hun ‘geloof’, ... dat iets kan veranderen. Dus je merkt dat mensen Trouw lezen ook juist vanwege het gevoel dat ze er iets aan kunnen doen, dat er iets aan gedaan kan worden.”

Codes

- Open denken
 - o Nuances
 - o Openstellen voor details en mogelijkheden
- Oplossing als invalshoek
 - o Niet noodzakelijk
 - o Nuance of dialoog is ook constructief
- Negatieve media = negatief wereldbeeld
 - o Eigen realiteit is anders
- Genen van de krant
 - o Geloof en hoop in verandering
 - o Geloof en hoop in handvatten

Hoe?

- **Hoe ziet publiek jullie constructieve manier van werken terug in jullie producties?**

Maaïke: “soms schrijf je het in één stuk door, soms doe je een reeks met eerst een probleemanalyse en dan de oplossingen, soms doe je ook een stuk en daarnaast zeg je dan ‘kijk zo kan het ook’. In een kader bijvoorbeeld.”

Martijn: “Soms haal je ook de elementen uit het nieuws waar van je denkt nou dat is wel heel positief. Dus dat moet ook eens goed benadrukt worden.”

“Waar iemand blij van kan worden, positieve energie van kan krijgen.”

“Maar bijvoorbeeld we hebben ook een heel groot onderzoek gedaan naar de staat van de boer. Je kunt uit zo’n groot onderzoek dan de elementen halen als het ware die laten zien waarom die boeren vastzitten op dit moment, maar je kunt ook eruit halen wat de boeren zelf denken dat de oplossing is.”

“Uit hetzelfde basismateriaal kun je verschillende dingen halen en het is niet zo dat je dan andere dingen helemaal niet benoemt maar het is soms wel goed om je even bewust te zijn van ‘oke, we hebben nu best wel geschreven over problemen waar boeren tegenaan lopen, en nu hebben we dit materiaal’. Het is heel goed om te belichten wat zij zelf als perspectief zien.”

“welke barrières je dan moet opruimen komt dan ook aan bod, maar als het ware is dat dan onderdeel van het idee dat er iets kan veranderen.”

“het is wel een onderdeel van de werkelijkheid waarbij waar je als mediumspecialist of journalist best wel snel verwijderd van kan raken omdat er vooral aandacht is voor problemen en de problemen voor ophef zorgen en vaak de grootste nieuwswaarde hebben.”

“De meeste mensen leven in een werkelijkheid die veel positiever is, waarbij ze veel meer kansen voor zichzelf zien.”

“Het is best een opgave voor een medium om ervoor te zorgen dat je die kant systematisch probeert te blijven belichten. Het is namelijk voor veel mensen een heel belangrijk onderdeel van de werkelijkheid.”

Codes

- Probleemanalyse – oplossing
- 'zo kan het ook'
- Positieve elementen uitlichten
- Basismateriaal voor verschillende invalshoeken
 - o Problemen
 - o Perspectief van 'slachtoffer'
 - Eigen oplossingen
- Onderdeel van de werkelijkheid
- Lezers zien positievere werkelijkheid
 - o relateerbaar

Martijn: "Ik snap de kritiek op 'positieve journalistiek' op het moment dat je de 'harde realiteit', de problemen onder die werkelijkheid, niet in beeld brengt."

Maaïke: "als je suggereert dat het er op veel grotere schaal is dan dat het in werkelijkheid is."

"het is niet zozeer positief, het is gewoon onderdeel van de werkelijkheid en dat is natuurlijk wat wij moeten doen eigenlijk: informeren."

"Je kan ook zeggen dat je je plicht verzaakt als je je alleen maar focus op wat er niet goed gaat."

Codes

- kritiekpunten
 - o positieve journalistiek
 - halve werkelijkheid
 - o grotere schaal dan in realiteit
- taak van journalist
 - o héle werkelijkheid

- Hoe ging de doorvoering van de constructieve werkwijze bij jullie?

Martijn: "het zit ook echt wel een beetje in de traditie van de krant. Vanwege deels de ontstaansgeschiedenis, deels het geloof dat de maatschappij ten goede kan veranderen op het moment dat je je daarvoor inzet. En van oorsprong heeft dat een sterk protestants-religieus karakter, dat je het goede moet doen op deze aardkloot omdat dat het maximale is wat je moet doen voordat je naar de hemel gaat."

"je merkt gewoon dat heel veel lezers daar behoefte aan hebben. Wij gr eien."

Maaïke: "Ik denk ook dat wij eigenlijk helemaal dat woord niet vaak gebruiken, constructieve journalistiek... nee, het zit gewoon meer in onze genen denk ik."

Martijn: "We hebben wel af en toe dat we even tegen elkaar moeten zeggen van 'hij is iets te zwaar'. Dus ook wij hebben soms een beetje de neiging om vooral problemen te benoemen."

"oké is het in balans?"

Maaïke: "Sommige dingen zijn ook zo vervelend daar kan je verder niks mee. Als ze er zijn zullen we ze benoemen."

Codes

- Genen van de krant
 - o Ontstaansgeschiedenis
 - o Geloof in verandering
 - o Protestants-religieus karakter
- Behoeftte van de lezers

- **Zijn er dingen waar een nieuwsplatform op moet letten bij doorvoeren van deze werkwijze?**

Martijn: “het is dus geen kunstje.”

“Het is een integraal onderdeel van ‘wil je die kant van de werkelijkheid ook laten zien?’”
“het ‘wat gaat er wel goed’-onderdeel moet in de verslaggeving geïntegreerd zijn. En dat moet eigenlijk altijd onderdeel zijn van een vraaggerek. Altijd.”

Maaïke: “dat is het belangrijkste denk ik, dat je het niet als ding doet.”

“Je moet het integreren in je werkwijze”

Martijn: “Soms halen we in het nieuws dingen naar voren dat we zeggen van dit is echt een openingskant omdat het echt heel goed nieuws is... Maar als je dat heel vaak doet dan wordt het een kunstje.”

Maaïke: “Ik zou ze zelf willen aanraden om dingen te zien als ‘dit is interessant’. Dit is gewoon een interessant verhaal. Je kan denk ik jezelf als journalist niet heel goed staande houden als je denkt ‘oh nu ga ik lekker een positief verhaal schrijven over belasting’. Het is gewoon van ‘het moet interessant zijn’. Het is een interessant deel van de werkelijkheid.”

Codes

- Geen ‘kunstje’ of methode
 - o Integraal onderdeel van de werkelijkheid
 - o Interessant onderdeel van de werkelijkheid

So what?

- **Hoe ervaren jij en collega’s de constructieve werkwijze?**

Martijn: “puur cynische mensen zullen hier niet zo goed op hun plek zijn.”

Maaïke: “Ik dus gewoon heel goed.”

“In vergelijking met de PZC vooral, denk ik dat het daar wel negatiever en cynischer was.”

Codes

- Niet-cynisch
 - o ‘bepaald type mens’ ?

- **Wat doet constructieve journalistiek met de kwaliteit van jullie producties?**

Maaïke: “ik denk dat de kwaliteit omhoog gaat.”

“journalistiek is er om de werkelijkheid te beschrijven’, dan is het goed als je een open blik hebt. ...Omdat dat gewoon onderdeel is van de werkelijkheid.”

“Je beslaat meer.”

- **Voelen jullie je verantwoordelijk voor het effect van deze werkwijze?**

Martijn: “Ja.”

Maaïke: “Ja natuurlijk.”

Martijn: “We kunnen ook heel veel schade aanrichten als we het fout doen.”

“Op het moment dat wij met onze invloed grote problemen aan de kaak kunnen stellen moeten we dat zeker doen.”

“Op het moment dat wij met onze invloed ook de mogelijkheden bieden en de suggesties aandragen voor wat er kan veranderen ten goede dan word ik daar persoonlijk heel blij van.”

Maaïke: “goed nadenken en heel goed formuleren of nadenken over wat kan dit aanrichten kunnen we dit voor onze kant nemen of staan we eigenlijk niet zo stevig in onze schoenen?”

“maar ik denk niet dat we ons dan echt verantwoordelijk voelen voor of het echt wordt opgepakt. Daar zijn we niet voor. We dragen het aan.”

Martijn: “We zijn buitenstaanders, voor mijn part aanjagers van een discussie, maar we zijn niet diegene die het uiteindelijk doen.”

“We zijn niet groter dan dat we zijn maar het geeft natuurlijk wel een goed gevoel at je de maatschappij iets beter kan maken.”

Codes

- Verantwoordelijk voor effect
 - o Grote problemen aan de kaak stellen
 - o Mogelijkheden bieden en suggesties aandragen
 - o Goed nadenken en goed formuleren over gevolg
- Niet verantwoordelijk voor concreet gevolg
 - o Aandragers
 - o Buitenstaanders
 - o Aanjagers van discussie

- **Waarom zou Omroep West dit wel/niet ook moeten proberen?**

Maaïke: “omdat het gewoon leuk is.”

“Als je het zelf het liefst gewoon alleen maar wil spitten naar problemen, dan moet iemand anders op de redactie er misschien wat meer evenwicht in brengen.”

“Niet forceren, denk ik. Maar het evenwicht moet wel zijn.”

Martijn: “Ik denk dat het vanuit de journalistiek noodzakelijk is omdat het gaat over de werkelijkheid.”

“ik denk dat voor Omroep West in het veranderende media landschap en met teruglopende kijkers en lezers het van belang is om mensen aan te spreken met dingen waar mensen iets mee kunnen en waar ze hoop aan ontleen. Dat bindt mensen aan je”

Maaïke: “Zeker op kleinere schaal zoals bij Omroep West. Dan kun je ook in buurten en wijken”

Martijn: “Journalistieke behoefte en noodzaak.”

“Ik denk dat lezers en mensen in het algemeen a) behoefte hebben aan een bredere reflectie van de werkelijkheid dus ze willend e werkelijkheid terugzien zoals ze die zelf ook ervaren. Dus ook positieve elementen erin. En ten tweede omdat mensen vinden dat ook prettig om te lezen. Ze willen niet alleen maar geconfronteerd worden met slechte dingen, dat is niet goed voor je humeur.”

“best wel veel mensen aan het overstappen van andere kwaliteitskranten naar ons, mede door onze toon”

Codes

- Behoeft en noodzaak
- Gestuurd door nieuwsgierigheid
- Werkelijkheid
 - o In evenwicht
- Lezers binden

Hoe ziet publiek jullie constructieve manier van werken terug **in dit artikel?**

Maaïke: “Dit stuk is een typisch voorbeeld van perspectief bieden, laten zien dat het anders kan.” “Wat kun je zelf doen?”

Codes

- Perspectief bieden
- Handvatten bieden

- Waarom hebben jullie deze specifieke keuzes **binnen dit artikel** gemaakt?

Maaïke: “in een soort doorlopende stroom over hoe slecht je katoenen T-shirtje is voor het milieu... maar er is dus ook verandering op til”

Codes

- Ander beeld in negatieve stroom
 - o Perspectief bieden

- Wat doet constructieve journalistiek met de kwaliteit van **jouw productie**?
Maaïke: “Als je ervan uitgaat dat je als journalist moet proberen de werkelijkheid te beschrijven, dan hoort daarbij dat je onthult wat er niet deugt, en dat je beschrijft wat er wel goed gaat.”
“Het totaalplaatje is dan beter dan als je alleen aan de ene of aan de andere kant gaat hangen.”
“Het is juist niet kritiekloos om het zo te doen, maar juist heel kritisch.”

Codes

- Hele werkelijkheid
- Heel kritisch

- Waarom is **dit artikel** jouw best practice op het gebied van constructieve journalistiek?
Maaïke: “het is wel een verhaal dat er wat de lezers persoonlijk kan aanspreken en waar ie zelf wat aan kan doen.”

Codes

- Aanspreekbaar, relateerbaar
- Handvatten bieden

7.2.4. NOS

Wat is constructieve journalistiek volgens jullie?

“Je kan natuurlijk discussiëren over wat constructieve journalistiek is, maar vooral dingen die goed gaan.”

“te veel associaties met positieve journalistiek.”

“Dat wil niet zeggen dat de journalistiek niet na zou moeten denken over...”

“de keuzes die ze maken, de selectiemechanismen die ze inzetten, de cultuur die je op een redactie hebt die er misschien toe leidt dat je eenzijdig naar de wereld of thema’s kijkt.”

“Waardoor je misschien te vaak over incidenten bericht die negatief zijn en je onvoldoende aandacht besteed aan ontwikkelingen en gebeurtenissen die óók relevant en belangwekkend zijn, maar die je niet ziet omdat je in de gewoonte zit waar je in zit.”

“dat je dus open en onbevangen kijkt naar de wereld om je heen en wat je daar over bericht en hóe je daar over bericht, hoe divers je redactie is samengesteld of je afdoende je afvraagt of je recht doet aan alles wat er in de samenleving plaatsvindt of ‘ben ik te vaak bezig met incidenten veralgemeniseren tot iets groots wat er misschien niet is?’”

“Dat soort vragen moet je jezelf stellen, ben je verplicht te stellen.” Nou, “daar is dit ook een beetje een reactie op he, die constructive journalism.”

“Daarom die termen ‘open en onbevangen’.... Dus dat je probeert open en onbevangen te kijken naar de wereld en de onderwerpen die je maakt en je af te vragen wat je daarmee buitensluit of over het hoofd ziet.”

Codes

- Onduidelijke definiëring
- Negatieve associatie

- positieve journalistiek
 - eenzijdig
- Journalistiek bewustzijn
 - Het hele plaatje
 - Open en onbevangen t.o.v. gewoonte
 - Recht aan héle samenleving
 - Geen incidenten veralgemeniseren
- Reactie

Diegene die hier leidend in zijn, NOS op 3 heeft cursus van ze gehad. Zij definiëren constructieve journalistiek nadrukkelijk als níet uitsluitend positieve journalistiek, maar een aanvulling, oplossingsgericht en toekomstgericht, op wat traditionele journalistiek al doet.

“Dan kom je op de discussie ‘wat is nou de definitie die je gebruikt?’”

“het ligt ook heel erg aan de maatvoering.”

“dan ben je niet meer evenwichtig bezig.”

“goh, zou ik wat oplossingsgerichter kunnen zijn want wanneer ben ik dat wel en niet?”

“dat leidt tot een andere invalshoek of iets meer toevoegender waarvan je denkt dat dat je publiek aanspreekt of wat je zelf verrast”

Codes:

- Onduidelijke definiëring
- Maatvoering, evenwicht
- Toevoeging of andere invalshoek
 - Aanspreken, verrassen

Waarom hebben jullie besloten constructieve journalistiek *niet* toe te passen?

“We proberen díe onderwerpen te maken die wij belangrijk en relevant voor ons publiek vinden.”

“Dus het is als publieke omroep belangrijk om iedereen met nieuws te bereiken, dat is onze opdracht volgens de Mediawet ook. Dus we proberen daarmee aan te sluiten op de wereld van de kijker.”

“Dus niet de wíl van de kijker”

“We doen onderwerpen die we relevant voor ons publiek vinden.”

“Dan is natuurlijk de vraag ‘wat vind je relevant?’”

Code

- Relevantie
 - Aansluiten op wereld van de kijker ipv wil van de kijker
- Nieuws voor iedereen
 - Mediawet

“Dus als je zou zeggen ‘wij gaan constructieve journalism doen’ in de zin van dat we ons echt gaan richten op goed nieuws, vat ik het maar even samen.”

“Ik vind de nuance toch echt wat anders dan dat je zegt ‘wij doen constructieve journalism: wij doen alleen een onderwerp als er gevoel over is dat het iets heel positiefs is.”

“Dan vind ik dat je die missie, die opdracht, dat je die geen recht meer doet.”

“Want dan sluit je je af van een deel van de wereld waar je je blijkbaar niet meer over wilt berichten.”

“Dat maakt je bril eenzijdig.”

“Zij (NOS op 3) hebben de opdracht om afwijkende onderwerpen te doen naast de mainstream nieuwsvoorziening die we natuurlijk zijn.” “Een van die manieren om af te

wijken is kijken naar ontwikkelingen of gebeurtenissen in de samenleving die iets toevoegen. Iets positiefs hebben.”

“Ik zou het zelf minder sterk constructive journalism noemen, vanuit de omschrijving die ik net gaf.”

Code

- Constructieve journalistiek = positieve journalistiek
- Sluit niet aan op wereld van kijker
 - o Te eenzijdig
- NOS op 3 wijkt af
 - o Beschrijven toevoegingen aan samenleving
 - positief

“Ik heb niet de neiging om in positief of negatief te denken.”

“uiteindelijk gaat het natuurlijk niet om de definitie maar om de keuze die je op dagelijkse basis bij een onderwerp maakt.”

“Je reden moet zijn om onderwerpen te behandelen omdat je het relevant vindt voor je publiek.”

“Iets wat oplossingsgericht is, is misschien wel meer relevant dan een onderwerp wat nauwelijks oplossingen aandraagt. Dan is het goed om dat te doen.”

“Maar dat ‘goed’ en ‘slecht’ en dan ‘we doen wel goed maar niet slecht’, dat vind ik voor ons als publieke omroep niet passen.”

“er ligt een definitiekwestie achter en in die zin heb ik er ook niet zoveel moeite mee hoe er over gepraat wordt”

“Dus als jij de woorden gebruikt van ‘oplossingsgericht’ ook zo proberen naar de wereld te kijken, dan ja heb ik niet zoveel bezwaren tegen. Proberen anders naar de wereld te kijken.”

Codes

- relevantie > positief/negatief of goed/slecht
- anders naar de wereld kijken is niet erg

Hoe ervaren jij en collega's de constructieve werkwijze van buitenaf?

“Zijn er nou zoveel mainstream klassieke nieuwsorganisaties die dat doen in Nederland?”

“Je kan er natuurlijk een niche van maken omdat je denkt dat er een gat in de markt in zit en je jezelf wil versterken op die manier.”

“Zij moeten hun eigen keuzes maken en wat ik net zei: ik zie best dat de journalistiek in het verleden misschien wel wat beperkt naar de samenleving keek.”

“Dus de benadering dat je je misschien eens wat meer verdiept in wat het kan bijdragen aan de samenleving en wat zijn de motieven erachter, dat je daar eens een keer een onderwerp van maakt in plaats van cliché naar het slachtoffer te gaan, die beweging die maakt de journalistiek door en is denk ik ook heel goed.”

“In die zin waren we eenzijdig in het verleden en in het verleden in tradities.”

“Als je die verandering constructive journalism noemt, ga je gang, maar ik noem het zo niet.”

“Divers, breed, open en onbevangen naar de wereld kijken. Proberen over je eigen schaduw heen te stappen en reflecteren.”

Codes

- constructieve journalistiek is een niche
- verandering is goed
 - o verdieping
 - o motieven

- bijdrage aan de samenleving
- minder eenzijdig
- noemt het geen constructieve journalistiek
 - divers
 - breed
 - open en onbevangen
 - reflecteren
 - over je eigen schaduw heenstappen

Voelen jullie je verantwoordelijk voor het effect van jullie werkwijze op het publiek?

“Dus als je elke moord of halve moord tien minuten in het NOS-journaal maakt, doet dat natuurlijk iets met de perceptie van nieuws.”

“Dus je moet altijd blijven nadenken over maatvoering, oppassen dat je niet een incident tot een trend verheft of lijkt te verheffen.”

“Dus dat moet je je wel bewust van zijn, hoe je daar mee omgaat.”

“En dat zijn we denk ik ook. Daar zijn we ook veel mee bezig”

“het moet in verhouding blijven.”

“Wat wij doen is een reflectie van de maatschappelijke discussie. En aan de andere kant voeden we dat natuurlijk ook weer door wat we uitzenden.”

“Die de opdracht hebben om afwijkend te zijn. Brandpunt+ kán afwijkend zijn, omdat wij bestaan als generieke nieuwsorganisatie.”

Codes

- Verantwoordelijk voor perceptie van nieuws
- Reflectie van maatschappelijke discussie vs voeden van maatschappelijke discussie
- Maatvoering en verhouding

Waarom zou Omroep West wel of niet constructieve journalistiek moeten proberen?

“dat zal afhangen van de vraag van wat je wilt zijn als regionale nieuwsorganisatie”

“Je bent een publieke organisatie dus in die zin begint het niet bij jezelf maar bij de mediawet en je maatschappelijke opdracht.”

“Je moet zoiets niet besluiten als Omroep West of NOS omdat je zélf vindt dat het een goede vorm is, het komt ergens uit voort, uit de doelstelling waarom je bestaat.”

Codes

- Wat wil je zijn versus wat móet je zijn

7.2.5. NOS op 3

Melvin Captein

Wat is constructieve journalistiek volgens jullie?

“Het is natuurlijk een *hele holle term*, ‘constructieve journalistiek’. Je kan er van alles onder verstaan.”

“Constructieve journalistiek is *niet alleen maar goed nieuws* brengen. Dat is volgens mij het grootste misverstand wat erover bestaat.”

“*niet een soort van goednieuws-show* moet worden dat je zegt ‘oke, we gaan gewoon leuke nieuwtjes oppikken waarvan mensen beetje blij gevoel krijgen’. Dat is het niet”.

“Het is veel meer *vanuit de verhalen die je al maakt*, wat je daaraan kan *toevoegen*.”

“dat je ook nadenkt over *oplossingen*.”

“op zoek gaan naar dingen die daar op dat moment iets aan kunnen *veranderen*.”

“Dus, wat zijn uitwegen? Wat zijn oplossingen? En daar als journalist *een actieve rol* in pakken. Dus er dan bijna op sturen.”

Codes

- Geen eenduidige definiëring
- Géén positieve journalistiek
- **Toevoeging** op wat er al is
- Oplossingen
- Veranderingen
- Actieve rol voor journalist
 - o aansturen

Wat moet een product concreet bevatten om constructief te zijn?

“dat er is *doorgedacht* over het onderwerp”.

“dat je eigenlijk vanuit de constructieve gedachte gaat denken ‘is er iets wat daar ook tegenwicht aan biedt?’ zeg maar.”

“*omdenken* in het verhaal”.

Codes

- Verhaal anders benaderen
 - o Doordenken
 - o omdenken

Hoe zit het publiek jullie constructieve manier van werken terug in jullie producties?

“Ik denk dat het *oplossingsgericht* is”

“Maar er zijn ook initiatieven die dat (- *problematiek*-) *doen kenteren*. En die zetten we dan op een rij om zeg maar die uitweg, dat gevoel van ‘oke, dit is te kenteren’ mee te geven.”

Codes

- problemen-oplossingen
- verandering

Die manier van werken, hoe ging de doorvoering van die constructieve werkwijze bij jullie?

“Bij ons is het gewoon *één van de pijlers die NOS op 3 kenmerkt*.”

“We hebben een aantal mensen op training gestuurd in Denemarken bij Ulrik Haagerup. Die moesten het uiteindelijk *de organisatie indragen*.”

“Oke, zo kijken *wij daar als NOS op 3* naar”

“daar hebben we gewoon definities van opgesteld en daar sessies aan gewijd en erover gepraat en zo is dat gaan rollen”.

“Als je op zoek bent naar een extra constructieve invalshoek, en als die er is, vermeld die in je verhaal. Of maak er bij wijze van spreken een apart verhaal over”.

Code

- identiteit NOS op 3
 - o eigen pijlers
 - o eigen definitie constructieve journalistiek
- Training van Ulrik Haagerup
 - o Autoriteit

Zijn er dingen waar een nieuwsplatform op moet letten als zij deze werkwijze door willen voeren?

“Dat is best moeilijk, dat iedereen *hetzelfde gevoel en begrip* heeft bij de term want dat is denk ik *de grootste valkuil*.”

denken ze dat het nieuws is *wat gewoon een glimlach op je gezicht tovert*. En *dat is het niet*.”

“nieuwe generatie journalisten”

“de discussie wordt gevoerd over ‘wat is journalistiek?’ en wat maakt daar allemaal onderdeel van uit?”

“(-constructieve journalistiek-) dat gaat ervoor zorgen dat je je publiek meekrijgt *én je je waarden behoudt*.”

“Ik denk dat je het niet moet denken ‘dit is nu wie wij zijn, wij zijn nu een constructieve nieuwsomroep die alleen nog maar omdenkt’.”

“Volgens mij moet je het *aanvullend* zien.”

Codes

- Geen eenduidige definiëring
 - o géén positieve journalistiek
 - o aanvulling
- afbakening journalistieke vak
 - o nieuwe generatie journalisten vs. Oude generatie
 - o waarden behouden
 - o wat is journalistiek
- Geen hele nieuwe identiteit
 - o aanvulling

Waarom hebben jullie besloten om constructieve journalistiek toe te gaan passen?

“we moeten ook *nieuwe vormen* ontwikkelen om die *nieuwe doelgroep* te bereiken.”

“past bij de *behoeften van ons publiek*.”

“wij zien toch wel vaak de reactie van ‘poeh, ik word helemaal depressief van het nieuws’ en ‘ik kan er gewoon bijna niet meer naar kijken omdat het gewoon zo negatief is”

“dat is je taak om ook gewoon de minder leuke ontwikkelingen in de wereld te brengen, maar daar kan ook tegenover staan dat er iemand is die er wat aan doet.”

“Het is denk ik *vraag gestuurd*.”

Codes

- nieuwe doelgroep
 - o nieuwe vormen om doelgroep te bereiken
- vraag gestuurd
 - o depressief geworden publiek handvatten geven

En waarom hebben jullie bepaalde specifieke keuzes gemaakt?

“wanneer we dat van *toegevoegde waarde vinden* dan passen we het toe”.

“Anders wordt het een trucje en heel geforceerd.”

“er zijn ook bewegingen en initiatieven die dat doorbreken. En dat vinden we ook *belangrijk om te laten zien*”.

“wat gaat over een *maatschappelijke ontwikkeling* waarbij er iets gebeurt wat tegen die negatieve verwachting of trend in gaat.”

“op een constructieve manier naar een bestaand onderwerp kijken.”

Codes

- toegevoegde waarde

- anders geforceerd
- maatschappelijke kentering laten zien
 - via initiatieven

Hoe ervaren jij en je collega's de constructieve werkwijze?

“Ja, fijn.”

“we gunnen onszelf wat meer tijd om die *angle* te vinden.”

“je bent minder een nieuwsfabriek”

“fijn dat je mensen met een ander gevoel kan achterlaten.”

“zorgt voor een positief gevoel op de redactie.”

Codes

- fijn
- positief gevoel op redactie
 - meer rust
 - meer verdieping
 - mensen helpen

Wat doet constructieve journalistiek met de kwaliteit van jullie producten?

“Ik denk dat het optilt in veel gevallen omdat het iets toevoegt.”

“Je hebt meer verdieping”

“omdat je mensen nog beter en via meer hoeken informeert.”

Codes

- tilt niveau op
 - voegt toe
 - verdiept
- betere informatievoorziening
 - uitgebreider

Voelen jullie je verantwoordelijk voor het effect van constructieve journalistiek op het publiek of op andere journalisten?

“Ik denk dat wij dat minder hebben dan bijvoorbeeld de Correspondent.”

“Ik denk dat wij wel heel erg het gesprek hebben met het publiek, dus dat we willen weten wat mensen ervan vinden.”

“Daar zouden wij nog wel wat beter in kunnen worden denk ik ook.”

“Het is meer dat we gewoon weten vanuit het publiek van ‘oké, dit is een sentiment wat speelt”.

“we tweaken in hoe we verhalen brengen het een en ander om mensen te bedienen.”

Codes

- vergelijking met Correspondent
 - ‘kan beter’
- Belang van mening publiek
 - In gesprek blijven
- Inspelen op sentiment
 - Bedienen publiek

Waarom zou Omroep West dit wel of niet ook moeten proberen?

Dus “je gaat gewoon dat snelle nieuws in de regio brengen, dat is gewoon je kerntaak dat moet je blijven doen.”

“Dus dat je een trend misschien een keer op een andere manier laat zien.”

“En dan denk ik dat het héél succesvol kan zijn”

“zeker in de regio waar mensen nog veel meer verbondenheid mee voelen”.

Codes

- Snelle nieuws is kerntaak
 - o Constructieve journalistiek is aanvulling
- Succesvol
 - o Verbondenheid (met regio)

We hebben net een aantal dingen behandeld waarin jullie constructieve manier van werken terug te zien is, hoe is het concreet terug te zien in dit item?

“als je een heel geïsoleerd verhaal maakt over ‘nou ergens in Lutjebroek gaat het echt supergoed met iets’, ja dat raakt mensen niet.”

“dit is iets wat op heel veel niveaus mensen wél raakt.”

“dit laat zien, zonder te zeggen dat dit de absolute waarheid is, eerder dat het een uitzondering is op de grote trends die gewoon nou eenmaal bestaan, dat er wél iets is wat er aan gedaan wordt.”

“begint bij iemand die er zelf mee te maken heeft gehad en vanuit een persoonlijke drive dat probeert om te gooien en het systeem probeert beter te maken.”

“Het gaat niet alleen over deze jongen die iets goeds doet, het gaat over maatschappelijke ontwikkelingen waar mensen allemaal een idee bij hebben en construct van hebben.”

“Er komt heel veel samen in deze video waarbij mensen kunnen denken van ‘oke, goed dat dit óók gebeurt’.”

“Niet dé andere kant, één andere kant laten zien.”

Codes

- Maatschappelijk probleem
 - o Uitzondering op de trend
 - o Andere kant van het verhaal
- Niet de absolute waarheid
- Wél Oplossing
- Wél Verandering
 - o Verbetering bestaande systeem
- Positieve gedachten bij publiek

Waarom hebben jullie deze specifieke keuzes gemaakt binnen dit artikel?

“omdat dat toch wel heel erg belangrijk is omwille van de herkenning en kunnen relateren aan zo'n item.”

“negatieve tendens”

“Als je dat dan doorbreekt, nogmaals zónder te zeggen dat dat dan de absolute waarheid is, dan heb je daar effect mee.”

“Dat is natuurlijk belangrijk, dat je mensen bereikt of dat je een discussie start.”

Codes

- Herkenning en relatering
- Negatieve tendens doorbreken
 - o Effect
 - Mensen bereiken
 - Discussie starten

Wat doet constructieve journalistiek met de kwaliteit van deze productie?

“Ik denk dat je ook de feiten gewoon zeg maar qua ‘onderwijs geldtekorten’ hier in balken bij had kunnen verwerken om het complete plaatje mee te kunnen geven.”

“Dus ik vind deze misschien zelfs wel een tikje té positief.”

“De context had beter gekund.”

Codes

- Té positief
- Context kan beter
 - o Feiten/ probleemschets beter verwerken
 - Completer plaatje

Waarom is dit product volgens jou een best practice op het gebied van constructieve journalistiek?

“met name doordat het geen geïsoleerd verhaal is. Omdat het echt iets universeels herkenbaars is.”

“Mensen snappen tóch waar het over gaat en wat het anders laat zien dan wat ze gewend zijn.”

Code

- Universeels herkenbaars
 - o Maatschappelijk probleem
- Herkenning en relatering
- Andere kant van het verhaal

Nick Felix

Wat is constructieve journalistiek volgens jou?

“niet alleen het aankarten van het probleem... maar ook het aandragen van oplossingen.”

“Nieuws gaat natuurlijk voornamelijk over dingen die afwijken van de norm, die misgaan, misstanden enzovoorts. Daar vormt constructieve journalistiek een aanvulling op.”

Codes

- Oplossingsgericht
- Aanvulling
 - o Op ‘nieuws’

Wat moet een product bevatten om constructief te zijn?

“Volgens mij moet het vooral heel concreet zijn in de oplossing die het aandraagt.”

“volgens mij is een goed constructief verhaal heel concreet.”

Codes

- Oplossingsgericht
- Concreet

Hoe ziet publiek jullie constructieve manier van werken terug in jullie producties?

“We hebben elke zaterdag ‘Een Goed Verhaal’”

“Dat we altijd een verhaal maken over dus een oplossing, echt iets constructiefs.”

“Dus dan zit daar in een verhaal wat op zichzelf misschien niet per se constructief is zoeken we dan toch nog een *constructief element*.”

“we vragen ons wel heel vaak af ‘wat is de oplossing?’”

“het publiek wil het ook wel een beetje”

“We hebben later gewoon een follow-up gemaakt dus het was ook prima.”

“Niet per se als hoofdding, zoals bij ons zijn ook niet alle verhalen alleen maar constructief dus het gaat ook wel soms over iets uitleggen of vertellen over een probleem. Maar dan voegen we er een constructieve laag aan toe, dat is dan een extra laag aan je verhaal.”

Codes

- constructieve elementen
 - o oplossingen
- vraag gestuurd
- follow ups
- aanvulling

Hoe ging de doorvoering van de constructieve werkwijze bij jullie?

“Dat was er al. Het is er al best wel lang, geloof ik.”

“Misschien is het ook een beetje een generatie ding of zo, dat ik niet alleen maar wil horen wat er misgaat, maar ook wel iets positiefs.”

“niet om het positieve, maar gewoon omdat het volgens mij gaat niet alles mis.”

“Het paste ook gewoon bij me en dat was wel ook een reden om hier te solliciteren.”

Codes

- generatieverschil
- passend bij karakter
- positiviteit om perspectief en verhouding

Zijn er dingen waar een nieuwsplatform op moet letten bij doorvoeren van deze werkwijze?

“Ja, absoluut.”

“wat wel een valkuil is, is dat je soms misschien iets op een podium hijst of een voetstuk geeft, waar óf een commercieel belang achter zit, dus dan ben je reclame aan het maken, óf je kunt een platform geven dat misschien helemaal niet zo zuiver is.”

“Je moet volgens mij wel je research dan juist ook blijven doen. En niet alleen denken ‘hey deze persoon of dit bedrijfje heeft een goed initiatief’”

“Dat je ook kritisch naar de goede verhalen kijkt”

“ik heb een beetje een allergie voor journalisten die in hun verhalen heel erg laten zien wat hun werkproces was. Niet omdat het een groot geheim is, maar het is niet altijd relevant.”

“Het is wel goed om te laten zien dát je het checkt. Dat je er in ieder geval over na denkt en je bronnen goed checkt.”

Codes

- kritisch blijven
 - o research doen
 - o bronnen checken
- transparant zijn
 - o maar niet té

Hoe ervaren jij en collega's de constructieve werkwijze?

“bij ons het er gewoon zo ingebakken zit dat het vaak gewoon natuurlijk ter sprake komt”. “als vanzelfsprekend aanwezig”.

“Het gaat er gewoon heel vaak over”

Code

- vanzelfsprekend
- natuurlijk

Wat doet constructieve journalistiek met de kwaliteit van jullie producties?

“Geen idee. Ik weet niet of het daar per se iets mee doet, eigenlijk.”

“Een nieuwsverhaal wat een probleem aan de kaak stelt bij het ministerie vind ik heel relevant en belangrijk en goed dat dat gemaakt wordt.”

Code

- 'nieuws'
- Constructieve journalistiek geen voorwaarde voor kwaliteit

Voelen jullie je verantwoordelijk voor het effect van deze werkwijze op zowel publiek als collega-journalisten?

“Dat laatste niet zo zeer. Daar denk ik eigenlijk nooit zo over na.”

“Maar het publiek zeker wel, ja.”

“Wat ik daar heel naar vond was dat op Youtube heel veel mannen plat en seksistische opmerkingen maken, dat vond ik vervelend, maar daar was ik me ook bewust van tijdens het maken.”

“daar hoopte ik ook op.”

“Dat wat haar doel was dat ik dat nog wat verder kon brengen.”

“En dat het bij vrouwen aanspreekt en dat ze zich daarmee identificeren of er iets uithalen wat hen steunt.”

Code

- Verantwoordelijkheid ten opzichte van publiek
 - o Persoonlijk aantrekken van gevolgen
 - Seksistische reacties op video
 - Positieve reacties op video
- Aanjager zijn
- Relateren, herkennen en identificeren

Waarom zou Omroep West dit wel/niet ook moeten proberen?

“Ik zou dat zeker wél doen.”

“in de regio best wel veel initiatieven zijn die heel constructief zijn op een kleine schaal.” “mensen zijn altijd bezig met hun omgeving beter maken of mensen helpen”.

“Dat gebeurt volgens mij juist in de regio dus ik denk dat veel regionale omroepen het heel waardevol kan zijn”

“en een toevoeging op wat ze verder maken.”

Code

- Wel doen
- Geschikt voor regio
 - o Initiatieven op kleine schaal
 - o Omgeving beter maken
- aanvulling

DEEL 2 – video startup over mijnendrone

Hoe ziet publiek jullie constructieve manier van werken terug in dit item?

“Het is heel duidelijk een probleem dat geschetst wordt en de oplossing daarvoor.”

“Je moet dus ook goed schetsen wat nou eigenlijk het probleem is.”

“Je kan wel met een oplossing komen, maar als niet duidelijk is wat het probleem is” ...

“het er nog wel wat meer in gemogen had”

“maar zoals hier in Nederland hebben we natuurlijk geen mijnenvelden.”

Code

- probleem-oplossing
- verbeteringspunt
 - o beter context probleem schetsen
 - o concreet probleem
- relateren, herkennen en identificeren

Waarom hebben jullie deze specifieke keuzes binnen dit artikel gemaakt?

“omdat je leest over een initiatief of een uitvinding of een startup of whatever... en dan ga je nadenken en uitzoeken van ‘nouja, oke wat is daar eigenlijk aan de hand?’”

Code

- initiatieven op kleine schaal
- follow up
 - o nieuwsgierigheid als aanjager

Wat doet constructieve journalistiek met de kwaliteit van jouw productie?

“het zou er laat maar zeggen überhaupt niet zijn als het niet constructief is. Niet relevant.”

Code

- relevantie

Waarom is dit artikel jouw best practice op het gebied van constructieve journalistiek?

“iets wat ze zelf heel erg hebben meegemaakt omzetten in iets wat, waarschijnlijk, als dit echt groots wordt opgepakt via de VN, dat het gewoon wereldwijd wordt.”

“Gewoon twee gasten uit Afghanistan, die zeggen ‘wij gaan het landmijnenprobleem gewoon oplossen’.”

“En het schijnt te lukken.”

“Het is niet meer een klein initiatiefje.”

Code

- probleem-oplossing
- initiatieven op kleine schaal
- uit eigen ervaring
- succesverhaal

7.2.6. NRC

Wat?

- **Wat is constructieve journalistiek volgens jullie?**

“Het heeft heel snel een beetje een weeïge lading. Van je moet opeens heel positief gaan schrijven over dingen die eigenlijk heel erg ernstig zijn. Zo is het helemaal niet.”

“Voor ons is het heel erg een invalshoek.”

“Dat is constructieve journalistiek. Je geeft mensen handvat om zelf iets te kunnen doen, om iets bij te dragen, het is meer een invalshoek bij een verhaal.”

Codes

- Invalshoek
- Géén positieve journalistiek
- Handvaten bieden

- **Wat moet een product bevatten om constructief te zijn?**

“Het moet oplossingen aandragen op problemen.”

“Dat kan heel groot zijn, zoals inderdaad ‘wat kan jij doen om het klimaatprobleem te verhelpen?’ maar het kan ook iets kleins zijn zoals een politicus die iets helemaal affakkelt ook vragen ‘oke, maar wat zouden ze dan wél moeten doen?’”

“Gewoon even iets kleins dat je mensen niet moedeloos achterlaat.”

“heel veel mensen keren zich af van het nieuws, dat zie je ook echt wel, ook omdat het zo’n gevoel bij mensen oproept van ‘oh, zoveel ellende en machteloosheid”

“En als je ze dat dan kan aanreiken, dingen die jij kan doen, dan geeft dat ook een soort hoop en het is tegelijkertijd ook wel informatief.”

“In de vraagstelling in een interview, het kan een kader zijn bij een groot stuk, we maken heel vaak series en die sluiten we dan vaak af met ook een constructief stuk.”

“Hebben ze eerst het hele probleem geschetst gekregen en dat je ze dan daarna ook een oplossing geeft.”

Codes

- Probleem-oplossing
 - o Groot > klimaatprobleem
 - o Klein > wat moet politicus anders doen
- Middel tegen moedeloosheid en ellende
- Hoop én informatie
- Vraagstellingen en kaders

Hoe?

- **Hoe ziet publiek jullie constructieve manier van werken terug in jullie producties?**

“We hebben niet een soort rubriek ofzo.”

“Die stukken zijn allemaal echt héél erg goed gelezen dus dat zien we wel erg. We monitoren al die cijfers dus we weten precies wat mensen lezen.”

“Die stukken werden allemaal supergoed gelezen dus we zien gewoon dat de mensen willen dat graag.”

“Je zult ook zien dat wanneer we een serie doen we vaak een afsluiter doen met iets dat constructief is.”

“Maar we hebben niet dat we het heel erg benoemen ofzo.”

“Het wekt zo’n verwachting als je zegt ‘nú gaan we heel erg constructieve journalistiek omarmen.’” “We vinden het gewoon interessante aanvulling op wat we doen en een interessante beweging en daardoor gebruiken we dat vaker als invalshoek, net als factchecken wat we veel vaker doen.”

“Kaders doen we wel wat vaker, de laatste tijd.”

“Dat zijn wel stukken die we vroeger nooit zouden schrijven.”

Codes

- Niet hard benoemen
- Aanvulling
- Invalshoek
- Goed gelezen
- Kaders en afsluiten met constructief element
- Verandering ten opzichte van vroeger

- **Hoe ging de doorvoering van de constructieve werkwijze bij jullie?**

“Het werkt ook niet zo goed als je tegen iedereen gaat zeggen ‘nu moeten jullie allemaal...’ dan gaan ze het juist niet doen.”

“Wij hebben een nabespreking gehad van die Catherine Gyldensted, die is hier geweest en die heeft een hele, héle goede presentatie gegeven over constructieve journalistiek... En dat heeft zeker in de leiding wel mensen aan het denken gezet van ‘goh, dat is eigenlijk wel...’”

“we zien dat als we déze invalshoek (constructieve journalistiek) kiezen lezen mensen het wel en als we een supersaai analyse doen dan lezen mensen het niet.”

“En als je dat steeds ziet elke dag, dan zie je ook dat journalisten ook vaker die, dat gaan doen op die manier want ja iedereen wil gewoon gelezen worden.”

“We hebben het wel besproken maar we hebben niet op dat moment gezegd ‘vanaf nu gaan we vijf keer per maand...’”

“meer onderbewust door een aantal dingen zoals inderdaad die journalistieke discussies en door wat de Correspondent onder meer doet, door leescijfers. Dat we het daardoor meer zijn gaan doen. Geleidelijk.”

Codes

- Niet hard benoemen
- Training Catherine Gyldensted
- Invalshoek
 - o Goed gelezen
- geleidelijk

Zijn er dingen waar een nieuwsplatform op moet letten bij doorvoeren van deze werkwijze?

“Ik denk zelf heel erg dat je het journalisten niet kan opleggen.”

“het zijn allemaal heel erg autonome types,... dan krijg je of een heel slecht stuk of een ongeïnspireerd stuk omdat ‘het nou eenmaal zou moest’.”

“Mensen moeten er ook echt in geloven. Schrijven is heel erg je eigen creativiteit en je eigen nieuwsgierigheid zeg maar in een verhaal leggen wat heel erg persoonlijk is, dus als iemand anders voor jou gaat bepalen wat jouw onderzoek moet zijn dan is dat vaak heel lastig.”

“laten zien waarom het goed werkt of waarom het heel erg iets kan toevoegen”

“dit is wat lezers heel graag willen”.

“Je moet het niet van bovenaf opleggen van jullie moeten dit nu doen of we gaan dit nu doen...”

“veel van de klassiekere journalisten daar heel erg tegen in het verweer gaan.”

“Dus ene beetje zeg maar positief stimuleren van bovenaf, zeker, maar niet opleggen”

Codes

- Niet opleggen
 - o Positief stimuleren
 - o Laten zien
 - Waarom het werkt
 - Waarom lezers het willen
 - o Kwalitatief betere stukken
 - o Nieuwsgierigheid en creativiteit is leidend
- Klassieke journalisten versus moderne journalisten?

Waarom?

- **Waarom hebben jullie besloten constructieve journalistiek toe te gaan passen?**

“Dus leescijfers, wat ik zei.”

“De realisatie van mensen keren zich af van nieuws”

“Mensen worden er humeurig van, ze worden er depressief van, ze worden zelfs, daar zijn onderzoeken naar gedaan.”

“ons geval is het antwoord dan mensen handvatten aanreiken om ook iets te kunnen doen met het nieuws.”

“We zien dat mensen het lezen mensen het willen.”

“En die nabespreking ook wel, van Catherine Gyldensted”

Codes

- Goed gelezen
- Behoefte van mensen
 - o Keren zich af van nieuws
 - o Worden er depressief van

- Lezing Catherine Gyldensted

So what?

- **Hoe ervaren jij en collega's de constructieve werkwijze?**

"juist omdat we het niet zo benoemen dat er geen weerstand tegen is."

"daar heeft die beweging ook wel heel erg last van, door het zo uit te dragen, met die term."

"Dat het door heel veel mensen niet precies begrepen wordt wat het precies betekent en dat ze heel snel denken 'dat is positieve journalistiek' maar dat is het helemaal niet."

Codes

- Geen weerstand
 - o Want niet opgelegd
- Naam is verkeerd
- Onduidelijke definiëring
 - o Géén positieve journalistiek

- **Wat doet constructieve journalistiek met de kwaliteit van jullie producties?**

"Dat maakt het wel beter."

"zo compleet mogelijk beeld van een probleem kunnen geven".

"Als we alleen maar oplossingen in de krant zetten dan is het ook niet goed. Maar als je beide doet, dus én het probleem én de oplossing tegelijkertijd geeft, dan heb je als lezer een beter inzicht in de problematiek."

Codes

- Beter kwaliteit
- Completer beeld
 - o Én probleem én oplossing
 - o Beter inzicht in problematiek

Voelen jullie je verantwoordelijk voor het effect van deze werkwijze?

"Ja. Onze hoofdverantwoordelijkheid zou ik zeggen is, wat het bij lezers doet."

"Dus als je mensen kan activeren om iets aan een probleem te doen dan is dat wel echt geweldig" "Dat je mensen aan het denken zet, en ze dan vervolgens zelf beslissen, niet dat wij dat tegen ze zeggen van 'je móet nu dit dat doen', om hun gedrag al dan niet aan te passen, dat is denk ik wel het hoogste doel wat je kan hebben."

"... dan heb je echt iets bereikt als journalist."

Codes

- Effect op lezers is hoofdverantwoordelijkheid journalistiek
 - o Activeren
 - o Aan het denken zetten
- Maatstaf voor invloed journalist

- **Waarom zou Omroep West dit wel/niet ook moeten proberen?**

"niet 'door te voeren'."

"Dat daar dan mensen heel erg bang worden, of boos of een schande vinden."

"probeer gewoon eens vanuit de leiding te stimuleren dat journalisten ook ander type stukken maken."

"'goh laten we eens een verhaal maken van tien goeie ideeën van wat we met die kantoren zouden kunnen doen'. Dan benoem je het niet, maar dan komt het er toch van."

Codes

- Niet opleggen
 - o Bang/boos/hakken in het zand
 - o Positief stimuleren

- **Hoe ziet publiek jullie constructieve manier van werken terug in dit artikel?**

“de oplossing aandragen.”

“niet de oplossing belangrijker maken dan het probleem, maar gewoon beide doen...

Waardoor je als lezer dubbel inzicht krijgt in het probleem.”

Codes

- Probleem- oplossing
 - o Dubbel/groter inzicht in situatie

- **Waarom hebben jullie deze specifieke keuzes binnen dit artikel gemaakt?**

“die bespreking met Catherine, dat had hem wel aan het denken gezet.”

“Dat hij ook hele bewust dat gevoel had van ‘oke, als je dit lees dan denk je wel kan ik hier iets aan doen, wat kan ik hieraan doen?’ En die vragen wilde hij beantwoorden.”

Codes

- Lezing Catherine Gyldensted
- Probleem- oplossing
 - o handvatten

- **Waarom is dit artikel jouw best practice op het gebied van constructieve journalistiek?**

“een soort artikel is waar je het niet bij verwacht,”

“Door het juist daarbij te doen, vond ik dan wel een goed voorbeeld van ‘oja, dus zelfs bij zo’n stuk kun je zoiets doen’.”

“een perfect voorbeeld van een serieus ernstig probleem en dat niet onder het tapijt vegen en het positieve daaraan dáar een nummer van maken,”

“handzaam kadertje erbij voor de mensen die dat hebben gelezen .. ‘oh, ik kan ook iets doen op 1000 km afstand’”

Codes

- Verrassende invalshoek
- Probleem niet onder tapijt vegen
- Handvatten
 - o Kader
 - o Anti-machteloosheid

7.3. Codeerschema

<ul style="list-style-type: none"> - Boundary work - Frames - Doxaleer 	<ul style="list-style-type: none"> - Journalistieke methode - Positive psychology 	<ul style="list-style-type: none"> - Journalistieke identiteit 	<ul style="list-style-type: none"> - Journalistieke inhoud - News values - Heterodoxe/orthodoxe nieuwswaarden
<p>Discussie over concept Eigen definities</p> <p>Kerntaak vs randzaken</p>	<p>Invalshoeken</p> <ul style="list-style-type: none"> - Oplossingsgericht - Veranderingsgericht - Toekomstgericht - Dialoog - Nuance 	<p>Activistische journalistiek</p> <ul style="list-style-type: none"> - Activeren - Motiveren - Aanjagen - Aandragen - Discussie starten - Impact - Problemen aankaarten - Suggesties aandragen 	<p>Weergave van de wereld</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hele werkelijkheid - Onderdeel werkelijkheid - Positievare werkelijkheid - Evenwichtigere werkelijkheid
<p>Frames</p> <ul style="list-style-type: none"> - Negativity bias - Positivisme - Goede doelen-tv - Ortho-/heterodoxe nieuwswaarden - Eenzijdig - Incidenten veralgemeniseren - Methode/kunstje - Niche 	<p>Positive explanatory style</p> <ul style="list-style-type: none"> - Perspectief - Handvatten - Oplossingen - Hoop - Groter inzicht in situatie - Verhouding - Middel tegen machteloosheid 	<p>Onderdeel van genen krant/medium</p> <p>NPO</p> <p>Geloofsovertuiging</p> <p>Tijdsgeest</p>	<p>Nieuwswaarden</p> <ul style="list-style-type: none"> - Probleemoplossingstructuur - Structurele ontwikkelingen - Maatschappelijk belang - Relevantie - Herkenbaarheid - Relateerbaar - Ander/tegengeluid - Groots aanwezig - Succesverhaal
<p>Nieuw, bestaand of aanvulling?</p>	<p>Concrete elementen</p> <ul style="list-style-type: none"> - informatiekaders - vraagstellingen - follow-ups 	<p>Nieuwsgierigheid en creativiteit leidend</p>	<p>Toevoegende waarde/relevantie</p> <p>Geen voorwaarde voor kwaliteit</p>
<p>Journalistieke verantwoordelijkheid/doxa's</p> <ul style="list-style-type: none"> - Open blik - Nuanceren - Verder kijken - Journalist niet alleswetend - Kritisch blijven - Transparantie - Volledig zijn - Niet-cynisch - Handvatten bieden - Grip bieden 			<p>Verbeterde kwaliteit</p> <ul style="list-style-type: none"> - Completer beeld - Beter inzicht in problematiek - Aantrekkelijker - Meer impact - Zorgvuldiger - Transparanter - Verdieperder - kritischer

Veranderende journalistieke veld Journalistiek kapitaal	Journalistiek belang
Autoriteit <ul style="list-style-type: none"> - Inspireert - Ongedwongen - Positieve stimulans - Blijft checken en terugkoppelen 	Economisch belang <ul style="list-style-type: none"> - Publiek binden - Lees-/kijkcijfers
Vanzelfsprekend of moeizaam?	Behoeft publiek <ul style="list-style-type: none"> - Voelt zich machteloos - Voelt zich depressief - Verbondenheid met regio/ nieuws
Oude generatie vs. Jonge generatie	Sturing van bovenaf <ul style="list-style-type: none"> - NPO - Mediawet
Perspectief journalist <ul style="list-style-type: none"> - Prettig - Meer rust - Meer verdieping - Vanzelfsprekend en natuurlijk - Verbeterde kwaliteit - Moeilijk 	Maatschappelijk belang <ul style="list-style-type: none"> - Leren omgaan met situaties versus goed omgaan met situaties - Impact op de wereld - Perceptie van nieuws - Reflectie versus voeden maatschappelijke discussies - Omgeving beter maken
Stijging journalistiek kapitaal	

7.1 Best practice-artikelen

De Imam is een vrouw:

<https://brandpuntplus.kro-ncrv.nl/broadcasts/13848/>

Downloaders:

<https://brandpuntplus.kro-ncrv.nl/brandpuntplus/lijt-downloaders/>

Waarom slimme mensen domme dingen zeggen:

<https://decorrespondent.nl/8512/waarom-slimme-mensen-domme-dingen-zeggen/123872701568-494fbd3>

Een broek voor een tientje? Dat kan niet kloppen.

<https://www.trouw.nl/groen/een-broek-voor-een-tientje-dat-kan-niet-kloppen~a6e64772/>

Bijles van Darine (20) zit stampvol:

<https://www.youtube.com/watch?v=PDmM3MRnsE8&feature=youtu.be>

Deze broers willen met hun drone de wereld landmijnvrij maken:

<https://www.youtube.com/watch?v=w6NoBqa0oL4>

Als we snel zijn zijn de apen nog te redden:

<https://www.nrc.nl/nieuws/2017/01/18/als-we-snel-zijn-zijn-de-ape-nog-te-redden-6272904-a1541853>