



Universiteit
Leiden
The Netherlands

‘Zoals eindredacteuren mierenneuken over tekst, kunnen wij mierenneuken over graphics.’: Een onderzoek naar de verantwoordelijkheid en rolverdeling binnen de productie van informatievisualisaties op Nederlandse nieuwsredacties

Goossens, Stijn

Citation

Goossens, S. (2023). *‘Zoals eindredacteuren mierenneuken over tekst, kunnen wij mierenneuken over graphics.’: Een onderzoek naar de verantwoordelijkheid en rolverdeling binnen de productie van informatievisualisaties op Nederlandse nieuwsredacties.*

Version: Not Applicable (or Unknown)

License: [License to inclusion and publication of a Bachelor or Master thesis in the Leiden University Student Repository](#)

Downloaded from: <https://hdl.handle.net/1887/3562594>

Note: To cite this publication please use the final published version (if applicable).

‘Zoals eindredacteurs mierenneuken over tekst, kunnen wij mierenneuken over graphics.’

*Een onderzoek naar de verantwoordelijkheid en rolverdeling binnen de productie
van informatievevisualisaties op Nederlandse nieuwsredacties*

Masterscriptie
Journalistiek en Nieuwe Media
Master Media Studies
Stijn Goossens – s2650355

Eerste lezer: Dr. J.P. Burger
Tweede Lezer: Dr. A. Vandendaele
01-07-2022



**Universiteit
Leiden**

Samenvatting

In deze scriptie wordt onderzocht hoe de verantwoordelijkheid voor het maken van informatievevisualisaties op nieuwsredacties georganiseerd is en hoe visualisatiemakers hun professionele identiteit op redacties construeren. De opkomst van digitale media en technologische middelen hebben gezorgd voor een groeiende invloed van data in de journalistiek. Met deze toename van data is ook het belang van visualisaties voor nieuwsmedia groter geworden. De keuzes die gemaakt worden bij het productieproces van die visualisaties hebben directe invloed op de perceptie en interpretatie van het nieuws. Daarom wordt in deze scriptie middels 16 semigestructureerde interviews met 19 personen op 8 verschillende nieuwsredacties onderzocht hoe de beroepsgroep die verantwoordelijk is voor deze informatievevisualisaties georganiseerd is. Daarbij wordt in dit onderzoek ingegaan op theoretische concepten zoals *boundary work*, *normen en waarden*, *gatekeeping* en *routines*. Deze worden namelijk beschouwd als centrale concepten in het onderzoek naar de professionele identiteit van visualisatiemakers op nieuwsredacties.

De drie deelvragen in dit onderzoek richten zich op het beschrijven van de rol van visualisatiemakers op nieuwsredacties, de blootlegging van het beleid van nieuwsorganisaties op het gebied van visualisatieproductie en het beantwoorden van de vraag wat de invloed van samenwerking is op de werkzaamheden van visualisatiemakers.

Met behulp van een *grounded theory* benadering zijn drie kernthema's gesignaleerd die invloed hebben op de wijze waarop makers van informatievevisualisaties hun eigen professionele identiteit op redacties bepalen. Allereerst vormen 'journalistieke waarden' een leidraad in het grenswerk tussen de schrijvende journalisten en de visualisatiemakers. Niet alleen worden sommige journalistieke waarden zoals autonomie, publieke dienstverlening en objectiviteit overgenomen. Journalistieke normen en waarden zoals ethiek en urgentie worden door visualisatiemakers juist gebruikt om een onderscheid te maken tussen de werkzaamheden van visuele journalisten en van woordelijke journalisten. Het kernthema 'samenwerking' is van groot belang voor de productie en kwaliteitscheck van visualisaties. Deze samenwerking met schrijvende journalisten of datajournalisten zorgt voor duidelijk onderscheid tussen verschillende organisaties. Tot slot is 'verantwoordelijkheid' een thema waarmee visualisatiemakers zichzelf onderscheiden. Verantwoordelijkheden op het gebied van stijlbehoud, inhoudelijke controle en taakverdeling hebben impact op de werkrouines van visualisatiemakers.

Met dit onderzoek is een eerste beeld geschetst van de verschillende soorten wijzen waarop visualisatiemakers georganiseerd zijn op redacties, wat hun werkzaamheden zijn en hoe deze worden beïnvloed door beleid, samenwerking en huidige journalistieke normen. Het onderzoek is een handvat voor nieuwsorganisaties in het verder doorontwikkelen van werkzaamheden en routines op het gebied van visualisaties. Daarnaast biedt dit onderzoek een basis voor verdere wetenschappelijke verkenning van informatievevisualisaties, nieuwsorganisaties en visuele journalistiek.

Inhoudsopgave

Inleiding	3
2 Theoretisch kader	7
2.1 De opkomst van visuele journalistiek en convergentie op de nieuwsvloer	7
2.2 Digitale journalistiek en visuele gatekeepers	8
2.3 Routines en subgroepen binnen journalistieke organisaties	9
2.4 Professionalisering, boundary work en journalistieke waarden	10
2.5 Deelvragen	13
3 Methode van onderzoek	14
3.1 Onderzoeksopzet	14
3.2 Grounded theory-benadering	15
3.3 Participanten	17
3.4 Semigestructureerde interviews	19
3.4.1 Kwalitatieve dataverzameling	19
3.4.2 Kwantitatieve dataverzameling	20
3.5 Validiteit en betrouwbaarheid	20
4 Resultaten en analyse	22
4.1 Visualisatiemakers op Nederlandse nieuwsredacties	22
4.1.1 Een andere achtergrond, een andere expertise	22
4.1.2 De invloed van online publicatie op print en tv	23
4.1.3 Journalistieke normen en waarden	26
4.2 Samenwerking, routines en werkproces	29
4.2.1 Rolverdeling en samenwerking	29
4.2.2 Kennis als afbakening van het vak	31
4.2.3 Tijd als bodem voor conflict	32
4.3 Datavisualisatie, tools en verantwoordelijkheden	34
4.3.1 Het onderscheid tussen infographics en datavisualisaties	34
4.3.2 Een balans in verantwoordelijkheden vinden	35
5 Conclusie	38
6 Discussie	40
6.1 Verklaring resultaten	40
6.2 Limitaties en aanbevelingen vervolgonderzoek	41
Literatuur	43
Bijlagen	48

Inleiding

De kracht van informatie uit datavisualisaties is tijdens de coronacrisis van grote invloed gebleken. Het RIVM publiceerde bijvoorbeeld gedurende de coronapandemie dagelijks nieuwe cijfers, grafieken en kaarten over onder meer de besmettingsgraad, ziekenhuisopnames, sterfte en vaccinatiestatus. In de Nederlandse journalistiek zijn datavisualisaties gebruikt om meer duiding te geven over het verloop van de pandemie in Nederland en in de rest van de wereld. De visualisaties fungeerden vaak als middel om burgers te overtuigen van de ernst van de pandemie. De keerzijde van deze communicatievorm is dat ook desinformatie over bijvoorbeeld de pandemie rondgaat in de vorm van misleidende, foutieve of bewerkte datavisualisaties.

Tijdens de coronapersconferentie op 25 januari 2022 toonde minister van volksgezondheid Ernst Kuipers een incorrecte visualisatie over de werking van de boostervaccinatie (Driessen 2022). Dit weerspiegelt de inhoudelijke gevolgen van onjuist gebruik van informatievevisualisaties en de noodzaak voor duidelijke kennis van zaken. Visuele informatie heeft een positief effect op informatieverwerking bij mensen met minder kennis over het onderwerp (Lee & Kim 2016, p. 1593). Feitelijk correct en doordacht gebruik van informatievevisualisatie is van belang om de juiste informatie over te brengen op lezers. Deze visualisaties hebben namelijk een grote invloed op informatieoverdracht (Dick 2015, pp. 171-172). Visualisatie wordt dan ook veelal ingezet om complexe informatie inzichtelijker te maken. Daarnaast zijn visuele elementen een manier om meer indruk te maken op de lezer, dan enkel met tekst (Dick 2017, p. 498).

Door de opkomst van technologische toepassingen hebben data steeds meer impact op het werk van journalisten en de nieuwsberichtgeving (Dick 2020; Giardina & Medina 2013). Aansluitend op de groei van datajournalistiek is ook het gebruik van datavisualisatie toegenomen op nieuwsredacties (Engebretsen et al. 2018, p. 13). Datajournalistiek is gegroeid tot een volwaardige beroepsgroep met soms hele redacties die zich toespitsen op dataonderzoek. Visualisatie wordt daarbij veelal gezien als onderdeel van datajournalistiek, terwijl andere vaardigheden nodig zijn dan de meeste datajournalisten beheersen (Engebretsen et al. 2018, p. 6). De keuzes die gemaakt worden bij de visualisatie van data hebben namelijk veel impact op de wijze waarop informatie wordt geïnterpreteerd, begrepen en onthouden (De Haan et al. 2017, pp. 9-12). Het productieproces van datajournalistiek bestaat volgens verschillende onderzoeken daarom meestal uit samenwerking tussen verschillende personen op een redactie, met ieder andere expertises (Lowrey 2002; Weber & Rall 2012; Smit et al. 2014a). Volgens het onderzoek van Weber en Rall zijn die verschillende kwaliteiten niet altijd gelijk verdeeld binnen een project (2012, p. 354). Bij nieuwsorganisaties is dus behoefte aan multidisciplinaire journalisten die kennis hebben van zowel informatieverwerking als grafisch ontwerpen.

Binnen de huidige wetenschappelijke literatuur groeit het kennisveld over datavisualisatie. Dick (2017) verdeelt onderzoek naar datavisualisaties in de journalistiek onder in drie categorieën: onderzoek naar interactie tussen gebruikers en visualisaties,

analyses van datavisualisaties in het nieuws en onderzoek naar de rol van visualisatiejournalisten op nieuwsredacties. Over de eerste twee categorieën zijn diverse onderzoeken verschenen. Recente analyses van visualisaties focussen bijvoorbeeld op het gebruik van visualisaties in de nieuwsberichtgeving over de coronapandemie (Paul & Nisbett, 2021; Jacob 2020). Het onderzoek van De Haan et al. (2017) richt zich op de perceptie van visualisaties door nieuwslezers. Bovendien focust dit onderzoek zich op Nederlandse nieuwsmedia. De Haan et al. concluderen dat de visualisaties voornamelijk impact hebben wanneer ze inhoudelijk hetzelfde verhaal vertellen als de tekstuele informatie (2017, p. 12). Uit dit Nederlandse onderzoek volgt daarom de constatering dat minder goede samenwerking tussen tekstuele en visuele redacteurs invloed heeft op de perceptie van het nieuws (2017, pp. 12-13). Met deze constatering koppelen de onderzoekers organisatorische factoren aan de perceptie van nieuws, wat volgens hen uiteindelijk weer resulteert in dalende lezersaantallen (2017, p. 13). Het onderzoek van De Haan et al. richt zich niet op de makers van visualisaties, maar kijkt enkel naar perceptie. Ze bevelen dan ook aan om verder onderzoek te doen in dit domein: “Our results suggest that an integrated view of design and journalistic content within newsrooms remains crucial” (2017, p. 13). Dit onderzoek zal een eerste stap in die richting doen, met Nederlandse nieuwsmedia als casus.

De wetenschappelijke teksten van Dick focussen voornamelijk op de rol van de organisatie bij het werk van visualisatiejournalisten. Het werk van Lowrey (1999; 2002; 2003) is daarbij een belangrijk theoretisch kader. Volgens Dick is Lowrey een van de weinige onderzoekers in het veld die door een bril van organisatietheorie onderzoek doet naar visualisatiejournalisten op nieuwsredacties (Dick 2016, p. 499). In Nederland deden Smit, De Haan en Buijs onderzoek naar het productieproces van visualisaties op nieuwsredacties (Smit et al. 2014a). Zij deden in totaal 18 interviews op Nederlandse nieuwsredacties en liepen mee op een nieuwsredactie met een losstaande visualisatiereactie (2014a, p. 347). Smit et al. concluderen dat de vertaling van een journalistiek product naar een visualisatie vaak nog stroef gaat. Hun advies is meer convergentie tussen professionele journalistieke ervaring en professionele visuele kennis (2014a, p. 351).

Tot slot is het onderzoek van Weber en Rall (2012) sturend voor veel onderzoek in deze sector. Met de *grounded theory* benadering interviewden zij 19 designers, programmeurs en journalisten van nieuwsredacties in Duitsland, Zwitserland en Amerika. Weber en Rall wijzen op het belang van een journalistieke houding bij alle betrokken personen in het productieproces van datavisualisaties (2012, p. 354). De *grounded theory* benadering wordt ook gebruikt als methode in dit onderzoek naar visualisatiemakers op Nederlandse nieuwsredacties (Strauss & Corbin, 1990). Dit onderzoek bouwt daarnaast voort op het resultaat dat Smit et al. (2014a) beschrijven aan de hand van hun casestudie en interviews op Nederlandse nieuwsredacties. In het licht van een hard groeiende vraag naar visualisaties en met ontwikkelingen op het gebied van dataverwerking en visualisatietechnieken, is er relevantie om in kaart te brengen hoe de beroepsgroep van visualisatiemakers op Nederlandse nieuwsredacties georganiseerd is en op welke manier zij hun professionele identiteit vormgeven. De hoofdvraag tijdens dit onderzoek is daarom:

Hoe is de journalistieke beroepsgroep die verantwoordelijk is voor informatievevisualisaties georganiseerd op Nederlandse nieuwsredacties en hoe construeren zij hun professionele identiteit?

Het doel van dit onderzoek is om niet alleen in kaart te brengen hoe verschillende journalistieke organisaties de verantwoordelijkheid voor het maken van visualisaties hebben geregeld. Het onderzoek biedt ook een kader voor journalistieke redacties om te bouwen aan een efficiënte workflow, met oog voor de verschillende disciplines die komen kijken bij de productie van visualisaties. Daarnaast geeft dit onderzoek een beeld van de professionele identiteit van visualisatiemakers en op welke manier deze op verschillende soorten redacties geconstrueerd wordt. Dit onderzoek doet geen waardeoordelen over huidige beleidsvormen, maar geeft weer hoe de verschillende structuren resoneren in de werkprocessen op journalistieke redacties.

Visualisatie van informatie en data wordt in de wetenschappelijke literatuur met verschillende termen aangeduid, zoals *infographics*, datavisualisaties en informatievevisualisaties. Smit et al. (2014a) hanteren de term informatievevisualisatie, omdat deze de meest algemene is. Infographics hebben volgens Sorapure (2019, p. 2) enkel betrekking op statische visualisaties, hoewel Dick interactieve infographics typeert als nieuw genre in de nieuwsvisualisaties (2014, pp. 491-492). In dit onderzoek wordt “informatievevisualisatie” gebruikt als algemene term, met de term ‘visualisatiemaker’ als versimpelde verwijzing naar de makers. Verder komen in deze scriptie ook de termen ‘graphic,’ ‘infographic,’ ‘visualisatie,’ en ‘datavisualisatie’ voor, deze kunnen allen worden aangeduid onder de noemer informatievevisualisatie, zoals afgebakend in deze scriptie. In deze scriptie wordt de afbakening van een informatievevisualisatie als bijvoorbeeld een visualisatie van een kwantitatieve datasets, maar ook van processen, gebeurtenissen of meningen. Een informatievevisualisatie representeert bovendien zowel interactieve als statische en bewegende visualisaties. In dit onderzoek ligt de focus op visualisaties in journalistieke berichtgeving van papieren kranten, televisiezenders en online nieuwsplatforms. Een informatievevisualisatie kan daarbij verschillende vormen aannemen. De meest bekende statische vormen zijn grafieken, tabellen en kaarten. Online representaties van informatievevisualisatie introduceren vaak meer dynamische, interactieve en abstracte vormen van visualisatie (Nærland & Engebretsen 2021). In het onderzoek van Lowrey (2002) naar normatieve verschillen tussen verbale en visuele subgroepen op redacties vallen ook fotojournalisten en illustratoren onder de noemer ‘visuele journalist’ (2002, p. 412). Nieuwsfoto’s en decoratieve illustraties, of de opmaak van pagina’s, worden in dit onderzoek niet meegenomen als ‘informatievevisualisatie’. Deze afbakening is gemaakt voor het onderzoek omdat deze werkzaamheden veelal onderdeel zijn van aparte teams en andere functies. De infographicmaker kan beschouwd worden als een andere beroepsgroep dan de beeldredacteur, met mogelijk dus ook andere routines en eigen normen en waarden.

In het volgende hoofdstuk staan theorieën over professionalisering, *gatekeeping*, convergentie en *boundary work* centraal. Daarnaast wordt een greep genomen uit de wetenschappelijke literatuur binnen organisatiestudies die vergelijkbare onderzoeken op nieuwsredacties deden. Aan het einde van hoofdstuk 2 staan deelvragen die naar aanleiding van het theoretisch kader ondersteuning bieden bij de beantwoording van de hoofdvraag. Hoofdstuk 3 bespreekt hoe het onderzoek aangepakt is en op welke wijze de grounded theory benadering ingezet wordt om tot de resultaten te komen. In hoofdstuk 4 worden de resultaten besproken en aan de hand van het theoretisch kader besproken. Tot slot bespreken hoofdstuk 5 en 6 de conclusies en verklaringen aan de hand van de resultaten, tot slot komt aan bod welke limitaties in volgend onderzoek aangepakt kunnen worden.

2 Theoretisch kader

In dit hoofdstuk wordt de wetenschappelijke literatuur besproken die het raamwerk vormt voor dit onderzoek. Allereerst komen de opkomst van visuele journalistiek en de invloed van convergentie binnen journalistieke organisaties aan bod. In paragraaf 2.2 komt digitale journalistiek aan bod en welke impact dit heeft op de *gatekeeping*-functie van de journalistiek. Paragraaf 2.3 gaat over routines en subgroepen binnen journalistieke organisaties. Vervolgens wordt de professionalisering van datavisualisatie in de journalistiek besproken en komt literatuur aan bod over het fenomeen *boundary work* in paragraaf 2.4. Tot slot bespreek ik in paragraaf 2.5 de deelvragen die aan de hand van dit theoretisch kader sturing geven aan de beantwoording van de hoofdvraag.

2.1 De opkomst van visuele journalistiek en convergentie op de nieuwsvloer

Informatievisualisatie wordt al sinds de 17^e eeuw gebruikt in bijvoorbeeld kaartenmakerij en wetenschappelijke waarnemingen (Friendly 2008, pp. 4-6). Gedurende de 19^e eeuw ontstonden de moderne visualisaties zoals we die nu kennen. Statistische visualisaties werden steeds breder ingezet voor medische, wetenschappelijke en financiële data (2008, pp. 9-13). Door technologische ontwikkelingen is het niet alleen makkelijker geworden om data te verwerken, er zijn ook steeds meer data om te verwerken. Grote hoeveelheden data kunnen gemakkelijker worden vergaard en de verzamelde data representeren vaak complexere informatie. Volgens Giardina en Medina (2013) fungeren datavisualisaties hoofdzakelijk als middel om patronen aan te tonen, context te bieden en verbanden uit te leggen (2013, p. 117).

Binnen de journalistiek is verbale communicatie lange tijd de enige en belangrijkste vorm van informatieoverdracht geweest (Lowrey 2002, p. 419). De verandering naar een meer visuele maatschappij heeft ook in de journalistiek gezorgd voor meer focus op visuele informatie (Dick 2016, p. 498). Eind twintigste eeuw constateren Utt en Pasternack (2000) uit een enquête onder visualisatieredacteuren dat de groei in gebruik van visualisaties behalve door technologische ontwikkelingen ook gedreven is door de toegenomen autoriteit van grafische ontwerpers op de redactie (2000, p. 62). Hoewel zij in aan het begin van dit millennium een daling zien in het aantal informatievisualisaties in Amerikaanse kranten ten opzichte van 1993, is de algehele kwaliteit van die visualisaties wel verbeterd (2000, pp. 64-65): “Fewer but better is the catchphrase for the status of informational graphics in today's daily newspapers (p. 64).” Dit komt doordat er beter nagedacht wordt over de inhoudelijke waarde van de visualisatie en omdat de grafische redacties en journalistieke redacties intensiever zijn gaan samenwerken (2000, p. 65).

De convergentie op de nieuwsvloer tussen visuele en inhoudelijke redacteuren draagt bij aan de kwaliteit van de visualisaties (2000, p. 65). Convergentie is een proces dat plaats vindt binnen zowel consumptie als productie van media, waarbij media steeds meer met elkaar verweven raken (Jenkins 2004, 37). Jenkins doelt in zijn artikel voornamelijk op

de verschillende media-uitingen. Mediabedrijven zullen zowel online als via televisie hun content publiceren (Jenkins 2004, 34). Ook op het niveau van nieuwsredacties vindt deze convergentie plaats, waarbij journalisten steeds meer verschillende vaardigheden moeten beheersen (Engebretsen 2018, p. 6). Volgens Weber & Rall leidt deze convergentie tot een toenemende collaboratie tussen schrijvende en visuele journalisten, wat ervoor zorgt dat journalisten multimodale kennis moeten bezitten over zowel visuele als verbale betekenisgeving (Weber & Rall 2016, p. 316).

2.2 Digitale journalistiek en visuele gatekeepers

De opkomst van nieuwe technologieën zoals sociale media, smartphones en technologische hulpmiddelen hebben impact gehad op het journalistieke landschap. Ook in het wetenschappelijke domein heeft dit geresulteerd in een nieuw focusgebied, namelijk de digitale journalistiek (Steensen & Westlund 2020). Een belangrijk fenomeen dat in deze nieuwe digitale journalistiek een rol speelt is de scheiding tussen journalistiek en nieuws. Door de komst van nieuwe communicatiekanalen op het internet zijn journalistieke platforms de alleenheerschappij over de distributie van nieuws verloren (2020, p. 7). Naast de impact op het werk van journalisten en de verandering van het soort nieuws, heeft technologie ook invloed op de organisatiestructuur van nieuwsredacties en de relatie tussen journalisten onderling, of de relatie met hun publiek (Pavlik 2000, p. 236). Veel van de wetenschappelijke literatuur in het theoretisch kader van dit onderzoek is verbonden aan *Digital Journalism studies*. Binnen sociologische en organisatorische benaderingen hebben technologische vernieuwingen een grote impact op de evolutie van theorieën over de journalistiek, zoals over nieuwswaardes en gatekeepingtheorie (Steensen & Westlund 2020, p. 60).

Volgens de gatekeeping theorie bepalen journalisten en machthebbers op nieuwsredacties bij de nieuwspoort wat wel en niet als nieuws gedistribueerd wordt. Nieuwsredacties hebben een functie als poortwachter voor de nieuwsstroom. Volgens Shoemaker en Reese (1996) zijn er vijf niveaus waarop die curatie en selectie van nieuws beïnvloed worden: individueel, via routines, organisatorisch, via extra media en ideologisch (1996, pp. 251-260). Door de nieuwe online media is deze *gatekeeping*-functie volgens veel wetenschappers veranderd, omdat het publiek op veel meer manieren aan nieuws kan komen. De nieuwsstroom is niet meer enkel te controleren via de poort van journalisten. Nieuwe theorieën gaan bijvoorbeeld uit van *gatewatching*, waarbij de journalist en het publiek gezamenlijk nieuws cureren en selecteren (Bruns 2003, pp. 33-35).

Ook in het visuele domein is de theorie van gatekeeping aan de orde. Beeldredacteuren maken beslissingen over welke foto's een gebeurtenis het beste visualiseren en fotografen hebben de macht over de bepaling van het beeld (de Smaele et al. 2017, pp. 67-69; Pantti 2015, pp. 301-304). De uitbreiding van nieuwsstromen verandert de functie van de (visuele) journalist als gatekeeper, waarbij meer aandacht moet zijn voor de ethische waardes bij de bepaling van nieuws(beelden). Schwalbe et al. (2015) introduceren een nieuw model voor visuele gatekeeping, aangepast op de digitale journalistiek. De visuele

journalist is geen gatekeeper meer, maar een *gatechecker*, die geen totale machtspositie hebben in de controle op de nieuwsstroom (2015, pp. 476-477). De rol van de 'gatechecker' is het selecteren, verifiëren en cureren van beelden uit de groeiende stroom aan nieuwsbeelden via verschillende kanalen: "The stream of images is just too large" (Schwalbe et al 2015, pp. 477).

2.3 Routines en subgroepen binnen journalistieke organisaties

De theorieën uit het sociologische kennisveld van organisatiewetenschappen kunnen worden ingezet om de workflow en verhoudingen op nieuwsredacties te bestuderen. Binnen organisatiewetenschappen wordt onder andere onderzoek gedaan naar organisatiestructuur, managementproblemen en communicatie binnen organisaties. Lowrey is een van de belangrijkste onderzoekers op het snijvlak tussen journalistiek en organisatiewetenschappen. Hij schreef onder andere over de verschillen en verhoudingen tussen 'word people' en 'picture people' op nieuwsredacties. De veranderingen voor traditionele journalistiek door nieuwe technologische ontwikkelingen op de werkvloer zorgt voor cultuur clashes en heeft impact op de normen en waarden binnen een organisatie (Lowrey 2002, pp. 428-429).

Nieuwsorganisaties en journalisten gebruiken routines om op een efficiënte wijze het onvoorspelbare nieuws te verwerken (Lowrey 1999, p. 10). Die routines zijn dus van belang voor de hoge nieuwsproductie op redacties. Binnen nieuwsredacties is onderscheid te maken tussen verschillende subgroepen, met hun eigen kennis en kunde en vaak met verantwoordelijkheid voor een specifiek deel van het nieuwsproces (Lowrey 2002, pp. 411-412). Makers van datavisualisaties zijn een voorbeeld van zo'n subgroep. Verschillende subgroepen concurreren met elkaar over de norm van een redactie, wat uiteindelijk invloed heeft op de nieuwsproductie (Lowrey 2002, p. 416). Kleinere subgroepen gedragen zich uiteindelijk naar de normen van een dominante subgroep op de redacties, vaak de klassieke journalistiek (2003, p. 138).

Het werk van Lowrey biedt een theoretisch raamwerk om routines op nieuwsredacties te herkennen en te koppelen aan de manier waarop nieuwsproducties ontstaan. Routines in nieuwsproductie bestaan voornamelijk door de centralisatie van journalistiek werk op nieuwsredacties. Ook in de wetenschappelijke literatuur en journalistieke educatie is er lange tijd focus geweest voor een gestandaardiseerde vorm van journalistiek (Deuze & Witschge 2018, p. 169). De nieuwsredactie verandert ondertussen naar een netwerk van losse journalisten die vooral met elkaar concurreren (2018, p. 176). De journalist is steeds meer aan het werk als individu (Bunce 2019, p. 902). Het journalistieke proces van nieuwsproductie wordt steeds meer bepaald door kwantitatieve gegevens over publieksparticipatie en bereik (Bunce 2019, p. 901). Journalisten moeten veel aanpassen aan hun huidige vaardigheden om bij te blijven en door de focus op freelancing is er minder zorg vanuit vaste organisaties (Deuze en Witschge 2018, p. 176). Deuze en Witschge bepleiten daarom binnen *Journalism Studies* voor een bredere kijk op de rol van zowel het publiek, de individu als de organisatie als een journalistiek netwerk (2018, p. 176).

De snelle groei van datajournalistieke teams op nieuwsredacties heeft gezorgd voor een breed palet aan datajournalisten met verschillende vaardigheden (Stalph 2020, p. 7). Op organisatorisch gebied bracht dit veel complexiteit met zich mee. Datateams worden benaderd vanuit klassieke journalistieke ideologie, waardoor vaak uitgelegd moet worden waarom bepaalde projecten niet zomaar lukken in de bedachte tijd. Bovendien is het samenwerken vaak van groter belang binnen datateams (2020, p. 7). Het alomvattende idee over de functie van een datajournalist is vaag. Dit leidt ertoe dat datajournalisten vaak tot algemene hulpjes op de nieuwsredactie veranderen (Fink & Anderson 2015, p. 479). De overlap tussen datajournalisten en de makers van datavisualisaties is groot, maar de vaardigheden tussen beide disciplines kunnen flink van elkaar verschillen. De samenwerking, spanningen en afwijkende normen en waarden tussen subgroepen zal in de volgende paragraaf besproken worden.

2.4 Professionalisering, *boundary work* en journalistieke waarden

De convergentie heeft op journalistieke redacties veel impact op de wijze waarop journalistiek bedreven wordt (Quandt & Singer 2009, p. 134). Convergentie van de mediasector is zichtbaar in verschillende vormen en maten, beïnvloed door externe factoren en interne factoren zoals routines, rituelen, culturen en toepassingen (Deuze 2007, p. 151). Om efficiënt te kunnen werken bestaan journalistieke praktijken vooral uit routines en gestandaardiseerde processen. Ondanks dat journalisten zichzelf zien als individuele, autonome en creatieve professionals (Deuze 2007, p. 160). Professionele journalistiek wordt dus vooral omgeven door ontwikkelde normen en waarden die door journalisten gebruikt worden om zichzelf te onderscheiden van andere professies. In de literatuur over professionele journalistieke ideologie zijn vijf algemene waardes te onderscheiden (Deuze 2007, p. 163):

- Journalisten bedienen het publiek
- Journalisten zijn neutraal, objectief en betrouwbaar
- Journalisten doen autonoom en onafhankelijk hun werk
- Journalisten zijn actueel en brengen nieuws meteen
- Journalisten doen hun werk ethisch verantwoord

Door middel van deze waarden wordt bepaald in hoeverre journalistiek werk van kwaliteit is en wie wel of niet 'journalist' is. De cultuur op een nieuwsredactie bepaalt in hoeverre deze waardes worden toegepast binnen een nieuwsorganisatie (Deuze 2007, 169). Ondanks dat Deuze aangeeft dat deze waarden in principe niet voor elke individuele journalist even essentieel zijn, is het een belangrijk handvat om mee te nemen in onderzoek naar de organisatiestructuur van een specifieke professie binnen een nieuwsorganisatie.

Journalistieke waardes en ethiek zijn geëvolueerd door de komst van participatie en online media (Hujanen 2016, pp. 877-878). Hujanen constateert dat journalisten de 'hoge kwaliteit' willen bewaken van nieuwsproducties (2016, p. 878). De journalistieke waarden

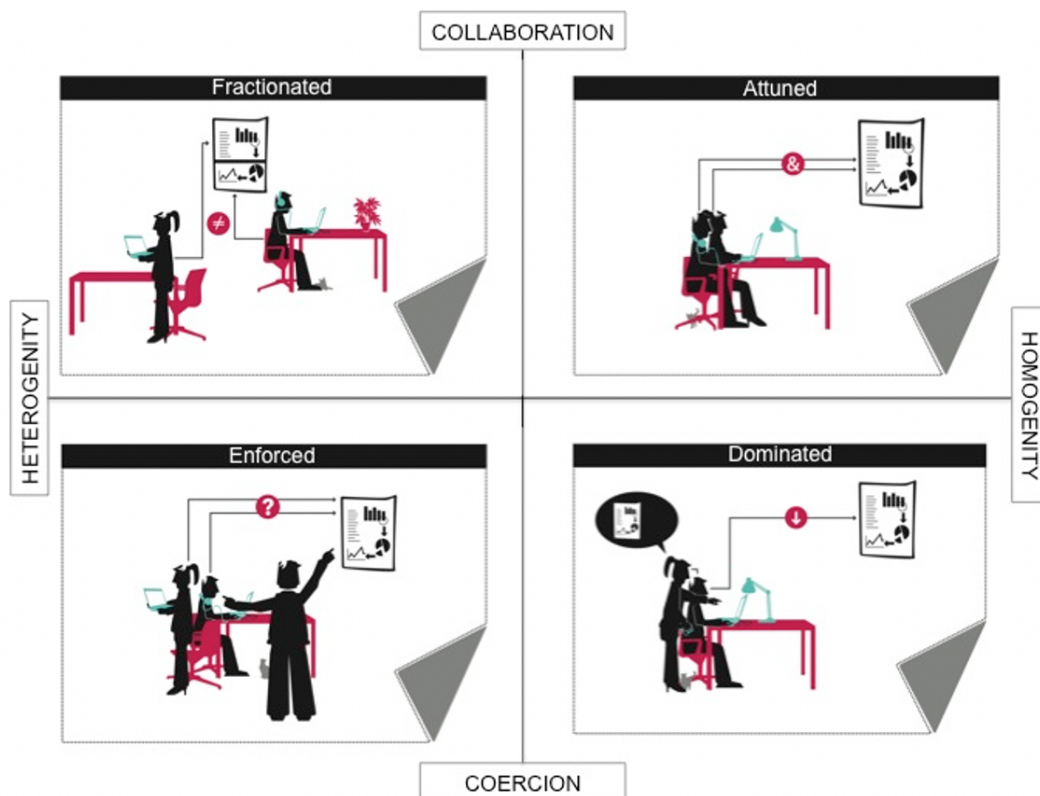
van autonomie, objectiviteit en actualiteit zijn bijgewerkt tot nieuwere waardes die rekening houden met een vorm van participatie in media. Een belangrijk verschil tussen het publiek en de journalist is het hanteren van ethische principes bij journalistieke nieuwsverslaggeving (2016, p. 878). Het bewaken van journalistieke waarden is voor journalisten een belangrijke manier om onderscheid te houden tussen 'goede' en 'slechte' journalisten. Dit onderscheid legitimeert het journalistieke werk en wordt in de wetenschappelijke literatuur bestudeerd onder het concept *boundary work* (Gieryn 1983). Deze 'grenzen' worden gebruikt om autoriteit af te dwingen en professionaliteit te duiden. Dat wordt veelal gedaan door te praten over het eigen werk (Zelizer 1992, p. 196; Carlson 2007, p. 266). Ook de wijze waarop organisaties worden ingedeeld, regelgeving voor journalistiek en hoe het contact tussen verschillende disciplines op redacties is, bepaalt hoe journalisten vorm geven aan hun werk (Lowrey 2006, p. 482). Lewis benadrukt dat de opkomst van technologie en de participatiecultuur deze grenzen opnieuw vervaagt (2012, pp. 848-849). Volgens hem vindt een groot deel van het journalistieke *boundary work* plaats bij het beeld dat journalisten over hun eigen werk hebben (2012, p. 842). Deze grenzen worden niet alleen gelegd tussen 'wel' en 'geen' journalistiek, maar ook tussen 'oude' en 'nieuwe' journalistiek en tussen de verschillende disciplines op redacties.

Ontwerpers van visualisaties zijn volgens Kennedy et al. (2016) in de veronderstelling dat zij 'goed doen' met hun datavisualisaties, ondanks dat de keuzes die zij maken in het maakproces geleid worden door conventies over visualisatie (Kennedy et al. 2016, p. 20). De conventies geven visualisaties een karakter dat meer overtuigend overkomt op het publiek. De conventies die Kennedy et al. bespreken zijn: het gebruik van tweedimensionaal beeld, eenvoudige ordening, geometrische vormen en het benoemen van databronnen (2016, pp. 10-20). De conventies geven visualisaties een algeheel gevoel van objectiviteit, terwijl ze niet objectief zijn: "They are rooted in specific conventions, historical practices and philosophies" (2016, p. 10). De onderzoekers adviseren om het gesprek aan te gaan met ontwerpers van visualisaties over de overtuigingskracht die conventies over visualisaties hebben (2016, p. 21). In het licht van de groeiende onzekerheid over misinformatie in visualisaties biedt dit onderzoek een belangrijk beginpunt voor meer onderzoek naar de macht die visualisatiemakers hebben en hoe de conventies over het ontwerp van visualisaties daarin een rol speelt.

De opkomst van interactieve visualisaties introduceert nieuwe manieren om verhalen te vertellen met visualisaties (Giardina en Medina 2013, p. 109). Volgens Dick (2014) worden visualisaties vaak nog gemaakt door journalisten zonder achtergrond in data, grafisch ontwerpen of programmeren. Hierdoor vormen klassieke journalistieke waardes vaak nog de heersende richtlijnen (2014, p. 503). Ook ziet Dick een stijgende trend in creativiteit en zelfverzekerdheid van journalisten die interactieve visualisaties maken. Toch waarschuwt Dick voor de begrenzing van experimenten en het gebruik van templates: "[it] serves to de-specialising the specialist (2014, 503)."

De komst van digitale media en meer focus op coöperatie met het publiek heeft de journalistieke professionele cultuur aan het wankelen gebracht (Lewis 2012, p. 837).

Technologie faciliteert niet alleen de tweerichtingsweg tussen journalistiek en het publiek, ook op nieuwsredacties is meer collaboratie ontstaan tussen verschillende disciplines (Weber & Rall 2012, p. 351; Sjafiie et al. 2018, p. 382). Volgens Weber & Rall vraagt het samenwerken in een productieproces om nieuwe houdingen waarbij iedereen zichzelf ziet als een journalist (2012, p. 351). Smit et al. (2014b) suggereren dat binnen samenwerkingen tussen journalisten sprake is van zogenaamde ‘handelszones’ (2014b, p. 38). Het concept van handelszones kan gebruikt worden om uit te leggen hoe groepen met elkaar overleggen in het produceren van een gezamenlijk eindproduct (Collins et al. 2007). Collins et al. onderscheidt twee verschillende dimensies die de soort handelszone bepalen. De ene dimensie gaat over de mate van machtsverhouding in de collaboratie (*collaboration/coercion-axis*). De andere dimensie beschrijft de mate waarin samenwerking (‘handel’) leidt tot een cultuur met gedeelde waarden (*homogeneity/heterogeneity-axis*). Smit et al. gebruiken een aangepaste versie van dit concept om te bepalen hoe informativisualisaties in coöperatie worden geproduceerd op nieuwsredacties: “The overall dynamics of the trading zones could well be perceived as a form of boundary crossing to describe the way trading partners find common ground for their negotiations or move from one to another trading zone (Smit et al. 2014b, p. 40).” Vier handelszones kunnen worden



Afbeelding 1 (Smit et al. 2014b, p. 39)

onderscheiden op basis van de balans tussen de twee dimensies. *Fractionated* betekent dat twee experts beiden op een andere locatie aan verschillende elementen van een groter geheel werken. *Attuned* staat voor gezamenlijke samenwerking aan hetzelfde geheel op dezelfde plek. Bij *enforced* is er sprake van een derde leidinggever die het overzicht houdt en

de twee experts aanstuurt. Bij *dominated* is er sprake van een hiërarchie tussen de twee experts, waarbij de één opdracht geeft aan de ander.

Naar aanleiding van vier casestudies maken Smit et al. een onderscheid tussen externe (externe cliënt en ontwerper) en interne (binnen organisatie) handelszones bij visualisatieproducties. Twee grotere vormen van handelszones, waarbij interne handelszone vooral in nieuwsorganisaties van belang is. Binnen de nieuwsorganisatie constateren Smit et al. een dominante rol voor de journalist ten opzichte van de ontwerpers van visualisaties. Er is weinig begrip voor andermans rol in de samenwerking, mogelijk door een verschil in professionele kennis. Als oplossing wordt geopperd om een projectmanager als tussenpersoon in te schakelen die de verschillende professionele visies bij elkaar kan brengen (Smit et al. 2014b, pp. 48-49).

2.5 Deelvragen

In het theoretisch kader wordt duidelijk dat er door technologische ontwikkelingen veel veranderingen hebben plaatsgevonden op nieuwsredacties. Deze veranderingen hebben bijvoorbeeld invloed op de routines van journalisten, op de normen over hoe journalistiek hoort te werken en op de samenstelling en vaardigheden van verschillende subgroepen op de nieuwsredactie.

Deze diverse en vaak vergelijkbare onderzoeken op zowel buitenlandse als Nederlandse nieuwsredacties vormen een eerste raamwerk voor de thema's die een rol lijken te spelen voor het werk van zowel conventionele journalisten als visualisatiemakers. Onderstaande deelvragen helpen de hoofdvraag meer gedetailleerd te beantwoorden en geven sturing aan de diepte-interviews met visualisatiemakers.

Deelvragen

1. Hoe beschrijven visualisatiemakers hun eigen rol op nieuwsredacties?
2. Welk beleid hebben redacties/organisaties voor de visualisatie van informatie?
3. Welke invloed heeft de samenwerking op het werk van visualisatiemakers?

In het volgende hoofdstuk wordt besproken hoe de onderzoeksmethode met semigestructureerde interviews kan worden ingezet om inzicht te krijgen in de werkwijze en organisatie van visualisatiemakers.

3 Methode van onderzoek

Dit onderzoek heeft als doel om inzichtelijk te krijgen hoe visualisatiemakers georganiseerd zijn op Nederlandse nieuwsredacties. Wie zijn de makers van visualisaties, wat is hun rol op de redactie en hoe is de samenwerking met andere subgroepen op de redactie? In paragraaf 3.1 wordt besproken hoe het onderzoek is opgezet om de antwoorden op deze vragen te vinden. Paragraaf 3.2 bespreekt de grounded theory-benadering die centraal staat in deze onderzoeksmethode. De keuze voor specifieke redacties en participanten voor de interviews in het onderzoek wordt onderbouwd in paragraaf 3.3 en in paragraaf 3.4 worden de kwalitatieve en kwantitatieve methodes voor dataverzameling besproken. Tot slot wordt in paragraaf 3.5 onderbouwd hoe de validiteit en betrouwbaarheid van dit onderzoek behouden blijven.

3.1 Onderzoeksopzet

Om onderzoek te doen naar de rol van visualisatiemakers op nieuwsredacties en in hoeverre de verantwoordelijkheid is georganiseerd binnen mediaorganisaties, is gekozen voor kwalitatieve semigestructureerde diepte-interviews. Deze methode biedt de mogelijkheid om interne omstandigheden bij organisaties bloot te leggen en te bestuderen hoe de visualisatiemakers hun eigen rol in de organisatie construeren. Onderzoeken met eenzelfde focus op (onderdelen van) mediaorganisaties gebruiken veelal dezelfde interview-methodologie (Stalph 2020, p. 2; Weber & Rall 2012, p. 350; Boyles & Meyer 2016, pp. 947-948; Fink & Anderson 2015, pp. 468-470). In vergelijkbare onderzoeken zijn de diepte-interviews een onderdeel van gemixte methodes, zoals in combinatie met casestudies, observaties en objectanalyses (Smit et al. 2014a, p. 347; De Haan et al. 2017, pp. 5-6; Dick 2014, p. 493; de Smaele et al. 2017, pp. 61-62; Lowrey 2002, pp. 417-418).

Vragenlijsten zijn ook een veelgebruikte methode in onderzoek naar fenomenen op nieuwsredacties (Beiler et al. 2020, p. 1576; Utt & Pasternack 2000, pp. 57-58). Het voordeel van vragenlijsten is het grotere bereik aan participanten, maar deze methode is minder geschikt voor het verzamelen van meer gedetailleerde kwalitatieve resultaten. Semigestructureerde interviews bieden bovendien de mogelijkheid om door te vragen naar informatie. Het vermoedelijke resultaat zal dus een beter beeld geven van het perspectief dat visualisatiemakers hebben op hun eigen rol binnen de nieuwsredactie. Er is gekozen voor enkel interviews, in plaats van een gemixte methode, omdat het onderzoek meer baat heeft bij een brede steekproef verdeeld over verschillende soorten nieuwsredacties. In combinatie met de tijdsplanning voor dit onderzoek en het aantal geplande interviews is de inzet van meerdere methodes niet haalbaar.

Ter aanvulling op de kwalitatieve data die zijn verzameld door middel van diepte-interviews, is wel een korte vragenlijst ingezet om basisgegevens te verzamelen van de deelnemers. Daarin is onder andere gevraagd naar de functietitel, de studieachtergrond en salarisindicatie. Deze gegevens bieden een inzicht in de verdeling en samenstelling van de

beroepsgroep. De gegevens zijn anoniem verzameld en als losse resultaten verwerkt. De resultaten uit de vragenlijst hebben uiteindelijk geen inhoudelijke bijdrage geleverd aan de resultaten van dit onderzoek. De vragenlijst is niet door iedereen ingevuld en er waren geen opvallende conclusies te trekken ten aanzien van de resultaten uit de interviews. In de volgende paragraaf zal worden ingegaan op de grounded theory-benadering die gebruikt is om de kwalitatieve gegevens uit de interviews te analyseren.

3.2 Grounded theory-benadering

De analyse van het materiaal onderscheidt zich van de meeste onderzoeken met visualisatiemakers door het gebruik van een *grounded theory*-benadering bij de analyse van diepte-interviews, zoals deze door Corbin & Strauss is uiteengezet (1990). Het onderzoek van Weber & Rall (2012) gebruikte al eerder de grounded theory-benadering in combinatie met interviews, omdat dit volgens hen een goed handvat is voor onderzoek naar het interne productieproces (2012, p. 350). Door gebruik van deze analysetechniek identificeren Weber & Rall de term *attitudes*, de houding van collega's op de redactie, als een belangrijk thema in het samenwerkingsproces op nieuwsredacties: "This collaborative production process requires a change of attitude (Weber & Rall 2012, p. 351)." Ook het onderzoek van Fink & Anderson (2015) is gebaseerd op de grounded theory-benadering. Zij interviewden 23 datajournalisten en baseerden hun analytische raamwerk op het perspectief dat de datajournalisten hebben over hun eigen werkveld en rol binnen de organisatie. De vragen die tijdens de interviews gesteld werden raken aan de interviews die in dit onderzoek gehouden zijn. Onderwerpen die besproken werden waren: hun professionele en educatieve achtergrond, het werk in vergelijking met het doel van de organisatie, het productieproces, kwaliteit en obstakels van het werkproces (2015, p. 470).

De grounded theory-benadering is door Glaser en Strauss geïntroduceerd en wordt gebruikt om op systematische wijze een theorie te ontleiden uit kwalitatief onderzoek (Glaser & Strauss 1967). In principe is dit een tegenovergesteld proces van kwantitatief onderzoek (de Boer 2011, p. 26). De methode van Glaser en Strauss heeft door de jaren heen veel kritieken en aftakkingen gekregen, mede ook door hun onderlinge verschillende kijk op de uitwerking van deze methodologie.

De grounded theory-benadering wordt voor dit onderzoek gebruikt omdat het een goed gereedschap is om sociale en emotionele processen te ontdekken (2011, p. 27). Volgens Turner is grounded theory-building ook goed in te zetten door bijvoorbeeld managers, om tot theoretische inzichten te komen over prestaties op de werkvloer (2014, p. 37). Om die reden wordt de grounded theory-benadering in organisatiestudies vaker gebruikt (Martin & Turner 1986, pp. 143-144).

In bijlage 1 staat schematisch het verloop uitgebeeld van het proces dat gebaseerd is op de originele grounded theory-benadering van Glaser en Strauss (1967) en meer constructivistische perspectieven van Corbin & Strauss (1990) en Charmaz (2006). De schematische visualisatie van het grounded theory-onderzoeksproces die Turner hanteert is een inspiratie voor de schematische uittekening van het onderzoeksproces binnen deze

scriptie (Turner 2011, p. 33). De visualisatie van het onderzoeksproces laat zien dat er een iteratief proces heeft plaatsgevonden gedurende het onderzoek. Tijdens de interviewperiode is al begonnen met het uitwerken en coderen van de afgeronde interviews. Op basis van de uitkomsten van de analyse zijn keuzes gemaakt voor de aanpak van de daaropvolgende interviews. Corbin & Strauss gaan uit van een meer centrale invloed van de onderzoeker, die met zijn eigen interpretatie en theoretische kennis betekenis geeft aan de data tijdens de analyse (1990, p. 19). Dit resulteert in een theorie die de werkelijkheid zou moeten kunnen beschrijven, maar geen directe presentatie van de werkelijkheid hoeft te zijn (Corbin & Strauss 1990, p. 20). Als onderzoeker heb ik dus mijn eigen interpretatie gegeven aan de resultaten uit de interviews, onderbouwd met literatuur uit het theoretisch kader. De denkstappen gedurende het onderzoek heb ik uitgeschreven in memo's. Deze tussentijdse memo's zijn een handvat voor de verdere analyse van nieuwe interviews (Corbin & Strauss 1990, p. 10). De memo's bevatten verwijzingen naar wetenschappelijke literatuur die aansluit bij gevonden bevindingen en maken het mogelijk om een meer gedetailleerde analyse te schrijven nadat alle gegevens gecodeerd zijn (1990, p. 10).

Een van de kenmerkende onderdelen van een grounded theory-benadering is de constante vergelijking van de verzamelde en gecodeerde data, gedurende het onderzoek. Hoewel veel geplande interviews vaak kort achter elkaar waren, zijn beslissingen over de aanpak gemaakt op basis van inzichten tijdens de verwerking van de interviews. Er is bijvoorbeeld gekozen om een aantal interviews met twee medewerkers tegelijk te doen, omdat dit een diverser beeld geeft over een situatie binnen één interview. Daarnaast is gedurende het proces gekozen om meer freelance designers te benaderen, die bijvoorbeeld ervaring hebben op verschillende redacties. Bovendien zijn freelancers soms op een andere manier betrokken bij de structuur van de organisatie, dit geeft dus een aanvullend beeld. Ook de vragen die tijdens de interviews gesteld werden zijn gedurende het onderzoek meer gericht geworden. Naarmate verschillende thema's duidelijker werden, is de vraagstelling aangepast om gericht aan te sluiten bij die onderwerpen. Op het moment dat er geen nieuwe inzichten meer gedaan werden over concepten of thema's in de verzamelde data was er sprake van datasaturatie. In dit onderzoek zijn uiteindelijk 19 personen geïnterviewd, verdeeld over 16 interviews, verbonden aan 8 verschillende redacties.

De kwalitatieve data uit de semigestructureerde interviews zijn met behulp van het computerprogramma Atlas.ti verwerkt. Dit programma helpt om belangrijke thema's en categorieën overzichtelijk te coderen en verbanden te leggen tussen data uit verschillende interviews. Het coderen van de data is een van de belangrijkste onderdelen van de grounded theory-opbouw (Bryman 2016). Het coderen is gebeurd in drie fases: *open coding*, *axiale coding* en *selectieve coding*. De verschillende coderingsstappen vinden parallel aan elkaar plaats tijdens het iteratieve proces van de grounded theory-benadering, coderen gebeurt dus niet per se stap voor stap (Turner 2014, p. 35). In de open coding zijn de eerste concepten en categorieën geïnventariseerd. Hieruit zijn concepten gemarkeerd die opvielen omdat ze bijvoorbeeld een vergelijking maakte met andere functies binnen de organisatie, zoals schrijvende journalisten of de eindredactie. Ook zijn zinnen gemarkeerd

die een bepaald waardeoordeel gaven over werkzaamheden, samenwerkingen, beleid of organisaties. Tijdens axiale codering is meer gedetailleerd gekeken naar de categorieën en concepten die al gevonden waren. Er zijn bijvoorbeeld elementen gedefinieerd die terug te vinden waren binnen verschillende interviews. Sommige concepten verschilden onderling, andere elementen waren juist eenduidig tussen de verschillende interviews. Bijvoorbeeld concepten als tijdgebrek, het algemene doel van een visualisatie, de wijze van samenwerken en het verlangen naar meer eigen onderzoek. Bij de selectieve stap worden de belangrijkste (kern)categorieën en concepten geïdentificeerd. Deze kerncategorieën overkoepelen het meest relevante deel van de data en staan centraal in de theorie die uit het onderzoek leidt (Bryman 2016). Naar aanleiding van de interviews in dit onderzoek zijn drie kerncategorieën gedefinieerd die impact hebben op de organisatie van het maken van visualisaties op nieuwsredacties. Deze thema's zijn: *journalistieke waarden*, *samenwerking* en *verantwoordelijkheden*. In hoofdstuk 4 worden deze kernthema's in combinatie met een aantal andere belangrijke concepten uiteengezet.

3.3 Participanten

Het doel van het onderzoek is om een gedetailleerd beeld te krijgen over de verschillende wijzen waarop visualisatiemakers op nieuwsredacties in Nederland georganiseerd zijn. Om een zo divers mogelijke steekproef te kunnen doen zijn acht verschillende nieuwsredacties meegenomen in het onderzoek. 2 redacties van kranten, 2 redacties van landelijke nieuwsmedia, 2 redacties van regionale nieuwsmedia en 2 redacties van gespecialiseerde nieuwsmedia. Met gespecialiseerde nieuwsmedia worden redacties bedoeld die zich enkel richten op datajournalistiek of onderzoeksjournalistiek en het visualiseren daarvan. Er is gekozen voor deze onderverdeling van vier verschillende categorieën, omdat deze karakteristieken een dwarsdoorsnede zijn van de verschillende soorten redacties die in Nederland te vinden zijn. Het is niet uitgesloten dat andere redacties met vergelijkbare karakteristieken een ander beleid hebben voor informatievevisualisaties. Dit onderzoek is dan ook niet gebaat bij kwantitatieve accuraatheid.

Op elke nieuwsredactie zijn in de meeste gevallen zeker twee participanten geïnterviewd. Deze participanten zijn allemaal op enige wijze betrokken bij het productieproces van informatievevisualisaties. De functie van deze participanten varieert tussen grafisch ontwerper, datajournalist, chef of eindredacteur. De samenstelling van de participanten wordt niet bepaald door geslacht, leeftijd of achtergrond. Deze gegevens zijn niet van belang voor de betrouwbaarheid van het onderzoek.

Nieuwsredacties die benaderd zijn voor het onderzoek:

- RTL Nieuws (Nationale commerciële omroep)
- ANP (Nederlands persbureau en eigenaar van LocalFocus)
- RTV Utrecht (Regionaal nieuws)
- *AT5 (Regionaal nieuws)*
- Omroep Zeeland (Regionaal nieuws)
- Het Financieele Dagblad (Krant/financieel nieuws)
- NRC Handelsblad (Krant)
- Pointer (Datajournalistiek)
- Follow The Money (Onderzoeksjournalistiek)

Bijna alle benaderde redacties hebben toegezegd tot deelname aan het onderzoek. Enkel de regionale omroep AT5 gaf geen reactie op de verschillende contactpogingen. Omroep Zeeland is daarom ter vervanging benaderd. Op sommige redacties zijn twee mensen geïnterviewd, op andere redacties zijn drie personen geïnterviewd. Bij RTV Utrecht is enkel een eindredacteur geïnterviewd, omdat op deze redactie weinig tot geen visualisatiemakers werken en er organisatorisch geen hoofdredactie gehandhaafd wordt. De eindredacteur kon een duidelijk overzicht geven en toelichten waarom bepaalde keuzes gemaakt zijn. Het schema in bijlage 2 geeft een geanonimiseerd overzicht van de functies en verdeling over organisaties van de 19 deelnemers.

De participanten zijn benaderd via mail of LinkedIn. Bij Follow The Money (FTM) is in eerste instantie gereageerd met een afwijzing. De verklaring daarbij was dat er geen tijd voor was en dat er op dat moment een gat was op dat gebied, dat aangevuld werd met freelancers: “[...] in afwachting van een wat meer structurele oplossing.” Via andere kanalen zijn uiteindelijk een freelance datajournalist en designer benaderd die voor FTM en andere organisaties binnen en buiten de journalistiek werken. Uiteindelijk zijn in een interview ook nog twee freelancers gesproken die ervaring hebben op meerdere journalistieke redacties zoals van AD, Trouw, NRC en RTL Nieuws.

Er is gekozen om RTL Nieuws te benaderen vanwege de nationale doelgroep en de brede redactie die zowel aan onderzoekende als verslaggevende journalistiek doet en op televisie en online distribueert. Het ANP is sinds dit jaar eigenaar van LocalFocus, een visualisatieprogramma dat door veel verschillende journalistieke redacties gebruikt wordt. Het ANP heeft bovendien veel berichten die doorgezet worden via andere nieuwskanalen. Dit geldt dus ook voor de visualisaties van het ANP. RTV Utrecht en Omroep Zeeland zijn beide regionale nieuwsredacties met een brede distributie van nieuws op televisie en online. Het Financieele Dagblad (FD) is een krant die vooral financieel nieuws verslaat en daarbij veel inzet op visualisaties. Bovendien zijn het FD en NRC Handelsblad in eerdere onderzoeken naar visualisaties en visualisatiemakers ook al bestudeerd (Smit et al. 2015; De Haan et al. 2017). Dit onderzoek kan bijdragen ter verbreding van eerdere onderzoeken en eventueel nieuwe inzichten bieden. Pointer en Follow The Money (FTM) zijn meer

gespecialiseerde redacties die veel met data werken en ook vaak gebruik maken van visualisaties.

In deze scriptie worden de participanten zonder naam vermeld, omdat dit geen inhoudelijke waarde voor het onderzoek heeft. De functie en de organisatie waarvoor de geïnterviewden werken zijn wel meegenomen in de bespreking van de resultaten, het is dus niet volledig geanonimiseerd. Omwille van de context van de resultaten is dit onvermijdelijk.

3.4 Semigestructureerde interviews

3.4.1 Kwalitatieve dataverzameling

De interviews vonden voornamelijk plaats op de nieuwsredacties waar de participanten werkzaam zijn. In sommige gevallen is het voorgekomen dat het online plaatsvindt. Er wordt gestreefd naar interviewen op de redactie, omdat dit de participanten het meest de mogelijkheid geeft om een beeld te geven van hun werkzaamheden, werkplek en de sfeer tussen collega's. In het geval van freelancers kon dit ook een werkplek thuis of aparte locatie zijn. Een interview met een participant duurde tussen de 30 en 60 minuten. De focus van het te verzamelen materiaal ligt op de bewoording van antwoorden op de vragen tijdens het interview. Elementen als werkplek, huisstijl en tools zijn dus tijdens het interview besproken, met soms aanvullend een rondleiding over de redactie. Dit semi-etnografische onderdeel is niet essentieel voor het onderzoek, maar kan als extra context dienen bij de interpretatie van de antwoorden tijdens het interview.

In bijlage 3 en 4 zijn de vragen opgesteld die tijdens de diepte-interviews gesteld zijn. Bijlage 3 is een vragenlijst die gericht is op de deelnemers die zelf werken aan visualisaties. Bijlage 4 heeft vragen die bestemd zijn voor aansturende personen, zoals een chef of eindredacteur. De vragen zijn onderverdeeld in verschillende thema's, zodat tijdens de analyse van het materiaal patronen herkend konden worden en categorieën makkelijker te bepalen waren. Deze thema's zijn:

- | | |
|----------------------|----------------------------|
| - Organisatie | - Werkdag |
| - Redactie | - Productieproces |
| - Functie | - Normen en waarden |
| - Werkveld | - Inhoud |

Onder elk thema vallen twee tot vier vragen, met ruimte om door te vragen naar aanleiding van de gegeven antwoorden. De vragen voor leidinggevenden bevatten meer overzichts- en beleidsvragen. Bij visualisatiemakers wordt meer ingegaan op het werkproces en de functie. De vragen staan niet vast en dienden voornamelijk als een handvat en overzicht gedurende het interview.

Er is gekozen voor deze acht thema's omdat deze ook terug te voeren zijn op de besproken literatuur uit het theoretisch kader. In het onderzoek van Weber & Rall (2012) worden zeven aspecten aangehouden in de interviews: "We focused on several main

aspects: education, competences, tools, tasks, roles, workflow, and responsibility” (2012, p. 350). Deze aspecten zijn voor een groot deel ook opgenomen in de acht labels van dit interview. De thema's *redactie, functie, werkdag, productieproces, normen en waarden* hebben vragen die gericht zijn op bijvoorbeeld vaardigheden, tools, taken, rolverdeling, de workflow en verantwoordelijkheden. Het interview zoomt bovendien in op de organisatie als geheel, om een beeld te krijgen van het beleid ten opzichte van de focus van de redactie en de visualisatiemakers. Ook wordt er ingezoomd op de relatie tussen *verbale* en *visuele* journalisten op de redactie (Lowrey 2002, p. 412; Weber & Rall 2016, p. 316). De blik op het belang van samenwerken speelt een belangrijke rol in het interview, dit komt zowel terug in vragen over *normen en waarden, productieproces* als *redactie*. De samenwerking op de redactie wordt door eerdere onderzoeken al beschreven als een essentieel onderdeel van het werk op redacties (De Haan et al. 2017, pp. 12-13; Weber & Rall 2012, p. 351; Utt & Pasternack 2000, p. 65; Smit et al. 2014b, p. 38). Tot slot is er een los label voor normen en waarden, omdat dit thema in veel onderzoeken terugkomt. De journalistieke normen en waarden en de rol die deze speelt in de theorie over *boundary work* (Deuze 2007, p. 163; Lowrey 2006, p. 482; Zelizer 1992, p. 196; Carlson 2007, p. 266). Tot slot is het label *inhoud* toegevoegd om een beter beeld te krijgen van de rol die visualisatiemakers hebben op de inhoud van hun eigen visualisaties. Welke verantwoordelijkheden voelen visuele journalisten bij de vertelling van nieuws en hoe kijken ze naar de invloed op de perceptie van het nieuws (de Haan et al. 2017, pp. 12-13).

3.4.2 Kwantitatieve dataverzameling

Aan het begin of einde van het interview is aan de participanten gevraagd om optioneel een korte vragenlijst in te vullen, via een online formulier. Via deze vragenlijst worden basisgegevens verzameld, zoals leeftijd, opleiding, functietitel, aantal opdrachtgevers (bij freelance), werkuren per week en een salarisindicatie. De salarisindicatie kan door gevoeligheid bij participanten in een schaal worden aangevinkt. Bovendien is de gehele vragenlijst optioneel en anoniem in te vullen, omdat de vragenlijst voornamelijk een aanvullende gegevensverzameling is voor het onderzoek.

Het doel van de verzameling van deze kwantitatieve basisgegevens was om een kwantitatief beeld te krijgen van de verdeling en inkleuring van deze beroepsgroep op Nederlandse nieuwsredacties. De vragenlijst is door 13 van de 19 deelnemers deels of volledig ingevuld. De resultaten van de vragenlijst bieden geen significante aanvulling op het kwalitatieve onderzoek. Er is daarom gekozen om deze resultaten verder niet meer te nemen in het onderzoek.

3.5 Validiteit en betrouwbaarheid

Kwalitatief onderzoek is in veel gevallen lastig te reproduceren. Mede door de essentiële inbreng van de onderzoeker zelf. Zoals al eerder besproken in paragraaf 3.2 gaat de grounded theory-benadering zelfs uit van een centrale rol voor de onderzoeker in de verzameling en analyse van data (Corbin & Strauss 1990, p. 19). Om de rol van de

onderzoeker transparant te houden in dit onderzoek zijn memo's bijgehouden die de denkstappen en interpretaties van de onderzoeker uiteenzet. Dit maakt het mogelijk om verbanden, bevindingen en conclusies die ten grondslag liggen aan de theorie te verklaren. Ook kan daarmee het kwalitatieve onderzoeksproces herhaald worden.

De theorie die uit de grounded theory-benadering geconcludeerd wordt kan dus in zekere zin getest worden met vergelijkbare omstandigheden (1990, p. 15). De algemeenheid van de concepten in de geformuleerde theorie maakt het bijvoorbeeld mogelijk om deze te herleiden uit de interviews. De theoretical sampling die bepaald heeft hoeveel en welke participanten nodig zijn voor de interviews, is uiteindelijk ook van invloed op de theorie die uit de analyse bepaald is. De functies en organisaties van de participanten zijn in bijlage 2 omschreven. Uiteindelijk is een vergelijkbare functie te matchen voor een herhaling van het onderzoek.

De betrouwbaarheid van dit onderzoek wordt mede gewaarborgd door het gebruik van het computerprogramma Atlas.ti om het kwalitatieve materiaal overzichtelijk te houden en codering op efficiënte wijze uit te voeren. Bovendien is met behulp van computertechnologie de transcriptie van het audiomateriaal tot stand gekomen. Deze transcripties zijn elk individueel door de onderzoeker met de hand nagelopen. Bovendien is de analyse van het materiaal in Atlas.ti gedaan met audio en tekst gekoppeld aan elkaar, zodat de gesproken zinnen het meest waarheidsgetrouw geïnterpreteerd konden worden.

4 Resultaten en analyse

In dit hoofdstuk licht ik toe welke kernthema's uit de codering van de interviews naar voren komen. Deze kernthema's zijn 'journalistieke waarden,' 'samenwerking,' en 'verantwoordelijkheid'. Ik bespreek deze thema's aan de hand van citaten uit de interviews en koppel dit aan de besproken literatuur in het theoretisch kader. Aanvullend bespreek ik deelonderwerpen zoals 'expertises,' 'tijd,' 'kennis,' 'datajournalistiek' en 'tools' die meer context bieden voor het beantwoorden van de hoofdvraag.

4.1 Visualisatiemakers op Nederlandse nieuwsredacties

In dit deelhoofdstuk bespreek ik de achtergrond en expertises van visualisatiemakers op nieuwsredacties. Ik ga in op de verschillende werkzaamheden van een visualisatiemaker en hoe de opkomst van het online medium invloed heeft op die werkzaamheden. Tot slot ga ik in op journalistieke normen en waarden en hoe deze terugkomen in het werk van visualisatiemakers.

4.1.1 Een andere achtergrond, een andere expertise

Voor het onderzoek werden negentien deelnemers geïnterviewd, met variërende werkzaamheden verspreid over ten minste negen nieuwsorganisaties. De diversiteit aan nieuwsorganisaties in het onderzoek legt tevens bloot hoezeer de inzet van visualisatiemakers verspreid is over verschillende disciplines. Veel geïnterviewden zijn in dienst bij het bedrijf waarvoor ze werken, maar de grotere teams zijn meestal aangevuld met freelancers die part-time meedraaien.

Een freelancer bij Follow The Money merkt op: "De ingangen naar datavisualisatie kunnen heel erg verschillen, een goede vriendin van mij die komt bijvoorbeeld uit de wetenschap, ik kom meer vanuit de ontwerprichting en er zijn ook mensen die vanuit journalistiek instromen." De mix van een journalistieke achtergrond en een ontwerpopleiding komt meerdere keren terug, bovendien is de journalistieke ambitie een terugkerend thema in de interviews. Daarover meer in paragraaf 4.1.3.

Volgens een medewerker van de infographics redactie bij Het Financieele Dagblad (FD) is een interdisciplinaire achtergrond een goede eigenschap voor het maken van infographics: "Ons vak is best wel breed. Journalistiek, grafisch, technisch. Al die eigenschappen komen samen." De grafische vaardigheden worden op kleinere, vaak regionale redacties ingezet voor meer dan alleen informatieve visualisaties. Bij Omroep Zeeland zit een team van twee audiovisuele vormgevers die ook de marketing vormgeving van de organisatie ontwerpt, een van hen zegt:

"Ik heb zelfs bestickering van een bus moeten maken die dan tijdelijk werd gehuurd. Tot aan TV vormgeving en online vormgeving. Eigenlijk zo breed als maar kan. Bij wijze van spreken zou de werkster hier ons ook graag de opdracht willen geven om een logo op de bezem te laten maken."

Op de term 'duizendpoot' wordt door veel deelnemers instemmend gereageerd. Een visualisatiemaker beschikt over een brede set aan expertises. Ondanks die verschillende vaardigheden, bestaan graphicteams vaak uit verschillende mensen met hun eigen specialisaties. De één identificeert zichzelf voornamelijk als illustrator, terwijl anderen beter overweg kunnen met data. Een specialisme dat volgens visualisatiemakers steeds belangrijker wordt, is het beheersen van programmeertaal. Nu wordt er vaak nog samengewerkt met developers, maar deze vaardigheid is met de groeiende nadruk op online content steeds relevanter voor infographicmakers. Een infographicmaker bij het FD zegt hierover: "Ik probeer me Javascript D3 steeds meer eigen te maken. Het is heel handig als je het in ieder geval begrijpt." Over een collega developer die ook visualisaties maakt is hij enorm te spreken: "Ik vind haar eigenlijk de oppergod qua graphics. Die is journalistiek goed, vormgeving technisch goed, die beheerst alles heel goed en dat is voor mij wel een groot voorbeeld." Het beheersen van de tools en een multidisciplinaire achtergrond zijn gewenste vaardigheden in het vakgebied.

Op de landelijke redacties wordt verwacht dat men elkaars werk af kan maken, maar de verschillende specialisaties van individuele vormgevers worden ook omarmd. Men wordt sneller ingezet op onderwerpen die iemand beter liggen en er is ruimte om eigen projecten aan te dragen. Tussen de twee geïnterviewden bij NRC bleken grote verschillen in expertise. De een komt van de kunstacademie en specialiseert zich in illustratieve visualisaties. De andere werkt liever met data, vanuit een wiskundige achtergrond: "Mijn collega maakt bijvoorbeeld ook echt illustraties, die natuurlijk ook een inhoud hebben. [...] Ik ben daar niet zo goed in. Of nou ja. Als het moet dan doe ik het wel, maar ik werk liever met een blokje en een cirkeltje of een kaart en daarin op een mooie manier die data laten zien." De andere infographicmaker bekijkt het vanuit een ander perspectief: "Mijn collega is meer journalistiek en datagedreven [...] maar in principe maken we allemaal kaarten, dus we werken allemaal met data". Over het onderscheid tussen datavisualisaties, datajournalistiek en infographics zal ik verder uitweiden in paragraaf 4.3.1.

De wijze waarop visualisatiemakers op redacties vaardigheden en specialismen van collega's om hen heen benadrukken en waarderen, geeft aan hoezeer expertises bepalend zijn voor de essentie van het werk. De multidisciplinaire set aan vaardigheden biedt volgens Weber & Rall (2012) een manier om op een meer holistische manier naar nieuws en informatie te kijken. Daarmee is het mogelijk ook een basis voor betere visualisaties (Weber & Rall 2012, p. 354). Op redacties met meerdere visualisatiemakers wordt het gebrek aan personen met multidisciplinaire vaardigheden ondervangen door een team van visualisatiemakers met verschillende expertises (Giardina & Medina 2013, pp. 117-118).

4.1.2 De invloed van online publicatie op print en tv

De interviews in dit onderzoek zijn gehouden met medewerkers van verschillende soorten nieuwsorganisaties, om een breed beeld te krijgen van de wijze waarop het maakproces van visualisaties georganiseerd is. De verschillende nieuwsredacties werken allemaal in ieder

geval met een online component, waar ook visualisaties een rol spelen. Enkel het ANP, De Correspondent en Follow The Money werken in principe online-only. Bij de regionale zenders (Omroep Zeeland en RTV Utrecht), Pointer en RTL Nieuws ligt de focus op zowel online als TV. De krantenredacties van het FD en NRC werken voor print en online. Tot slot zijn er een aantal freelancers die voor alle drie de mediavormen werk leveren.

De combinatie van online productie met traditionele media zoals TV en print heeft invloed op de wijze waarop de werkprocessen georganiseerd zijn. De graphicsredactie van RTL Nieuws is ingericht op creatie van infographic video's voor de uitzendingen van Editie NL, RTL Nieuws en RTL Z. Ook voor de online kanalen worden infographics gemaakt, meestal in geanimeerde vorm. De chef van de graphicsredactie bij RTL ziet een wezenlijk verschil tussen de organisatie van visualisaties bij kranten en TV: "De organisatie van kranten, ook al is het nieuws, is echt significant anders dan bij tv. Het is plat, dat maakt het al anders. Plat en datavisualisaties zijn eigenlijk twee manieren waarop je content kunt tonen. En wij hebben ook nog tv en animaties erbij, dat doen zij niet." Ook het verschil tussen datavisualisaties en infographics is onderwerp van discussie. Bij RTL heeft de datajournalist op de onderzoeksredactie de verantwoordelijkheid voor visualisaties bij data, behalve wanneer het nieuws voor TV gevisualiseerd moet worden. Het online nieuwsbericht wordt door de datajournalist opgeschreven en gevisualiseerd. Een aparte verslaggever communiceert vervolgens met de graphicsredactie over de vormgeving van het nieuws voor televisie. De datajournalist van de onderzoeksredactie benoemt dit als een bewuste scheiding tussen TV en online:

"Ik denk dat daarbij wel een scheiding is tussen online en tv. Als het om tv gaat dan is altijd de graphics afdeling daarbij betrokken. Wij maken het verhaal. En wij hebben de cijfers en we bedenken samen hoe kunnen we dat visueel het beste ondersteunen. En daar denkt dus de verslaggever in dit geval ook over mee. De verslaggever gaat vervolgens met de grafische afdeling zitten om te bespreken hoe zij het voor hun zien."

Deze bewuste scheiding tussen de online infographics en infographics voor televisie hangt samen met het onderscheid dat binnen RTL Nieuws wordt gemaakt tussen pure datavisualisatie en verhalende infographics. Meer over die differentiatie in paragraaf 4.3.1.

Ook bij Pointer wordt de televisieredactie benoemd als een meer afgescheiden redactie, met onder andere een verschillend werktempo: "TV heeft gewoon z'n hele eigen werkproces. Die zitten gewoon constant in een soort hard rijdende trein." Dat levert conflicten op wanneer er voor tv ook speciale visualisaties gemaakt moeten worden: "Voor TV willen ze soms meer een special maken, dus een interactieve met datavisualisaties. Maar dan komen ze een week van tevoren, dan lukt het niet meer." Volgens een andere medewerker staat de televisie uitzending ook wat meer centraal op de redactie: "Er wordt elke week een tv uitzending gemaakt, daar omheen zijn artikelen. Daarbij wordt een special gemaakt". Op de redactie van Pointer wordt meer onderling samengewerkt met de TV redactie. Visualisatiemakers werken veelal zowel voor online als de tv uitzendingen.

Sommige visualisatiemakers focussen alleen op online, als developer van interactieve visualisaties. Meer over samenwerkingen en rolverdeling in hoofdstuk 4.2.

Op de krantenredacties zorgen online publicaties voor andere dynamieken in het werkproces. De infographics voor print en online worden door dezelfde ontwerpers gemaakt, maar de volgorde van het maakproces verschilt per maker. Een infographicmaker bij het FD zegt hierover: “We hebben hier een soort een online first werkwijze, dus we maken eerst graphics voor online op desktop formaat en op het mobiele formaat en dan maken we pas voor de krant.” Dat komt omdat de deadline voor online vaak eerder ligt dan de deadline voor de krant. Binnen de online first-werkwijze worden visualisaties in drie versies gemaakt: voor de mobiele app, voor de mobiele site en voor de desktop site. Daarbij wordt gewerkt van klein naar groot: “Als je van iets groots iets kleins moet maken, dat is super lastig. Van iets kleins iets groots maken is een stuk makkelijker, want in principe kun je het gewoon uitvergroten”. Een infographicmaker bij NRC ziet de komst van online vooral als extra werk: “Dat is echt wel een hele wereld erbij, vroeger was het van je maakt de krant en af toe deden we iets voor online. Nu is het zo alles wat we maken, maken we voor minimaal twee platformen, krant en online.” Bovendien vraagt de online publicatie ook om andere vaardigheden en meer tijdrovende werkzaamheden: “Vroeger maakten we gewoon plaatjes. Nu maak je animaties voor online, maar dat kost heel veel tijd.” Op beide krantenredacties krijgt online meer focus dan print. Die transitie is nog steeds gaande, vertelt een medewerker van NRC: “Het wordt nu steeds vaker zo dat we eerst iets maken wat online leuk is en bedenken wat we daaruit kunnen halen om in een vereenvoudigde papieren versie na te maken. Die omslag zijn we nu aan het doen.” De journalistieke kanalen worstelen dus nog steeds met de transitie naar online publicatie, dat blijkt ook zichtbaar in de werkdynamiek van visualisatiemakers.

Bij redacties met online-only publicaties zijn de werkzaamheden van ontwerpers niet minder divers. Interactieve visualisaties, programmeren en datajournalistiek spelen op deze redacties een grote rol. Een veelgenoemde variant op interactieve visualisaties is de zogenoemde ‘scrolly’ of ‘stepper,’ een webpagina die zijn content verandert terwijl je door de site scrollt:

“Als je een infographic in de krant plaatst, dan moet je alles binnen een aantal vierkante centimeter kunnen vertellen [...] wat wij doen is dat je door een datavisualisatie heen wordt geloodst met tekstblokjes, waar je doorheen scrollt, die iets vertellen. [...] Je kan het opschrijven, maar je kan het ook gewoon laten zien in een paar kliks of scrolls.”

De interactieve visualisatie werkt niet voor elke organisatie goed, omdat ‘de mensen er niet op klikken’. Door de meeste makers wordt bovendien aangegeven dat een visualisatie in essentie zo simpel mogelijk moet zijn om het publiek te kunnen bereiken (Dick 2014, p. 502). Een scrollende visualisatie is een hybride oplossing die weinig actie vereist, maar het publiek wel de ruimte geeft om verschillende informatielagen langs te lopen.

De resultaten in deze paragraaf tonen aan hoe nieuwsorganisaties nog steeds bezig zijn met de transitie naar online-first publicatie. Deze transitie heeft invloed op de werkprocessen van visualisatiemakers, omdat het meer tijd kost om voor verschillende soorten mediavormen eenzelfde soort visualisatie te maken. Dit sluit ook aan bij het beeld dat Deuze schetst over de convergentie van media: “The process increases demand for and pressures on journalists, who have to retool and diversify their skillset to produce more work in the same amount of time under ongoing deadline pressures for one or more media (Deuze 2007, p. 155).” Bovendien zorgt de differentiatie in mediaplatforms tussen de organisaties voor grote verschillen in beleid omtrent visualisaties. Televisie-georiënteerde redacties hebben meestal een scheiding tussen datavisualisatie en infographics, door het verschil in werkproces en de andere principes voor juiste visualisaties. Je zou kunnen concluderen dat er binnen deze organisaties naar een subgroepen van ‘verbale’ en ‘visuele’ journalisten ook een onderscheid te maken is tussen ‘datagedreven’ en ‘graphisch gedreven’ journalisten (Lowrey 2002, p. 412; Weber & Rall 2016, p. 316).

In de volgende paragraaf wordt besproken hoe de journalistieke normen en waarden doorvloeien in het werk van de visualisatiemakers.

4.1.3 Journalistieke normen en waarden

Volgens Deuze zijn er in de professionele journalistiek vijf waardes te onderscheiden die gebruikt worden om de kaders van het journalistieke werk te bepalen: het publiek bedienen, objectiviteit, autonomie, urgentie en ethiek (Deuze 2007, p. 163). Makers van informatievevisualisaties op nieuwsredacties hebben zoals eerder besproken vaak een journalistieke achtergrond of journalistieke ambities. Veel waardes uit de professionele journalistiek zijn dan ook terug te zien in het werk van visualisatiemakers, zoals het publiek bedienen, objectiviteit en ethiek. Sommige van de journalistieke waardes, zoals ethiek en urgentie, zorgen echter zo nu en dan ook voor conflicten.

Op de vraag of het werk van de visualisatiemaker op de nieuwsredactie journalistiek is, antwoordt de meerderheid van de deelnemers ‘ja’. Sommigen zien het werk als een bijdrage aan het journalistieke proces, anderen noemen zichzelf bijvoorbeeld visueel journalist. De journalistieke ambitie uit zich onder andere in het verlangen naar eigen onderzoeksprojecten. Er is vaak ruimte om zelf onderwerpen aan te dragen en het werk van veel visualisatiemakers gaat gepaard met dataverzameling en dataverwerking. Een infographicredacteur bij het FD noemt dat er in zijn team een onderscheid is tussen de creërende en dienende redacteurs:

“Het grootste deel van de groep kan eigen onderwerpen maken, verzinnen, produceren en neerzetten. En er is ook een redacteur die dat wat minder goed kan, maar ook niet zo graag wil. Dus die is heel graag dienend bezig.”

Volgens de meeste visualisatiemakers heeft een goede infographic of datavisualisatie als doel om het publiek te bedienen: “Dat begint al bij het verhaal, want wat wil de lezer of de kijker of de gebruiker weten?” Voor alle visualisatiemakers is het belangrijk dat het publiek de infographic of grafiek begrijpt. Daarbij wordt nog genoemd dat een informatievevisualisatie “moet prikkelen”, “een vertaalslag” is van de inhoud, “simpel” moet zijn en “een verhaal vertelt”. De onderliggende keuzes die gemaakt worden hebben als leidraad het publiek, die waarde sluit aan bij de professionele journalistiek (p. 163).

Een tweede journalistieke waarde die gedeeld wordt onder vormgevers is de betrouwbare/ethisch verantwoorde houding ten opzichte van de informatievevisualisatie. Manipulatie van grafiek-assen of incorrecte data worden kritisch beoordeeld. Een medewerker van RTL Nieuws zegt hierover:

“Bij ons is het grootste discussiepunt bijvoorbeeld in grafieken met de assen. Bij RTL Z zijn ze geneigd om in te zoomen op een stijging of een daling. Maar ik vind dat als vormgever echt verschrikkelijk om dan pas bij zeshonderd te beginnen en een stukje tussen 600 en 800 te laten zien.”

Bij NRC heerst hetzelfde conflict tussen (economie)redacteuren en de makers van grafieken. Een medewerker stelt: “Ik voel de verantwoordelijkheid. Ik doe het ook wel eens niet, terwijl de redacteur het wel wil. Vooral bij economie.” Volgens hem willen redacteuren dat de graphic versterkt wat er in de tekst wordt beschreven: “Ik probeer zo veel mogelijk de werkelijke stijging te laten zien.” Ook foutieve percentages en inhoudelijk onjuist geschreven stukken krijgen een extra controle bij de graphicsredactie. De infographicmaker leest een tekst eerst grondig door, om te begrijpen wat de infographic moet vertellen. Daardoor worden regelmatig onjuiste beweringen gefilterd. Aanvullend heeft de datajournalist bij RTL Nieuws een taak waarin hij onderzoeken in persberichten toetst op validiteit:

“Een rol die ik heb op de redactie is als er cijfervraagstukken zijn, onderzoeken die getoetst moeten worden op validiteit bijvoorbeeld. Dan komen de redacteuren met hun onderzoek naar mij.”

Die kritische houding ten opzichte van de inhoud wordt breed gedeeld door de beroepsgroep van visualisatiemakers. De term *gatechecking*, die door Schwalbe et al. (2015) geopperd wordt als evolutie van de gatekeeper theorie in het digitale domein, sluit aan bij de houding van visualisatiemakers ten opzichte van het nieuws dat hen wordt aangeleverd. Het werk van schrijvende journalisten wordt niet zomaar als waar beschouwd en er vindt een vorm van selectie, verificatie en curatie plaats. Een infographicmaker bij het FD legt uit dat hij zeker niet alles zomaar visualiseert: “Wij beoordelen wel eigenlijk als graphicmaker of het meerwaarde heeft.” Als voorbeeld noemt hij ook de dubbele as in grafieken, waarmee een redacteur kan aankomen:

“Dan hebben ze wel eens zo'n voorbeeld bij zich, en zeggen ze ‘kijk dat lijkt me mooi om te doen.’ Ja dan kan ik het doen. Maar dan maak ik twee assen los. En dan moeten de mensen zelf maar bedenken of dat correleert of niet. We gaan dat niet soort van grafisch opzoeken.”

De verantwoordelijkheid voor visualisaties brengt dus ook journalistieke normen en waarden met zich mee. Normen en waarden zoals ethisch verantwoord te werk gaan, betrouwbare informatie leveren en het publiek centraal laten staan in de keuzes die gemaakt worden. Door de kritische houding ten opzichte van journalistiek werk, zou je kunnen stellen dat de journalistieke ethische norm verlegd wordt als vorm van boundary work. De afbakening van het eigen werk trekt zich op aan de onzorgvuldigheid binnen de professionele journalistiek.

Veel visualisatiemakers streven er naar om ook hun eigen onderzoeken te kunnen doen, of eigen onderwerpen aan te dragen. Een autonome en onafhankelijke houding is volgens Deuze voornamelijk een zelfbeeld dat journalisten hebben over hun eigen werk. In werkelijkheid is het werk op redacties onderhevig aan routines en gestandaardiseerde processen (2005, p. 164). Ook voor visualisatiemakers geldt dat. Eigen onderzoeken zijn meestal projecten waaraan gewerkt wordt naast de dagelijkse werkzaamheden, zoals het leveren van visualisaties bij geschreven artikelen van redacteuren. Dat beaamt ook een infographic redacteur van het FD: “Ik probeer meer vanuit m'n eigen projecten te gaan werken, maar de kerntaak van ons als vieren met de redactie is toch gewoon wel het maken van graphics bij stukken van anderen.”

Één journalistieke waarde zorgt voor meer conflict tussen de schrijvende journalisten en visuele journalisten. Actualiteit en urgentie spelen in mindere mate een rol voor visualisatiemakers. De tijdsdruk van het werk zorgt veelal voor beperkingen in werkzaamheden en mogelijkheden. Projecten met een langere duur of onderwerpen die minder gebonden zijn aan de actualiteit krijgen de voorkeur. Een vormgever bij Omroep Zeeland denkt dat meer ruimte en tijd voor eigen projecten een positief effect kan hebben op de inhoud: “Ik denk dat als we meer ruimte zouden hebben of om zelf bijdragen te leveren of met ideeën te komen, dat dat ook wel verrijkend kan zijn.” Bij de NRC is dan ook een transitie gaande, sinds de nieuwe chef in aangesteld: “Ik werk momenteel best wel dienstverlenend. [...] Maar we willen met de komst van de nieuwe chef ons toch meer gaan bemoeien met het onderwerp.” Daarbij zullen de infographic makers ook meer langetermijnprojecten gaan doen en aan onderwerpen werken die tijdlozer zijn. In paragraaf 4.2.3 meer over de invloed van tijd op het werk van visualisatiemakers.

Uit de interviews blijkt dat veel visualisatiemakers ernaar streven om vanuit een journalistieke houding te werk te gaan. Dat resulteert in initiaties van eigen projecten en een kritische blik ten opzichte van de inhoud. Toch is het duidelijk dat de makers van visualisaties ook verschillen van de professionele journalistieke subgroep. De vergelijking met ‘de open redactie’ of ‘de schrijvende redacteur’ wordt vaak aangehaald en een aantal normen en waarden worden niet gedeeld. Daarvan is de urgentie en het werktempo de meest invloedrijke. Hoewel de visualisatiemakers zich voor sommige werkzaamheden moeten

aanpassen aan het snelle tempo van de dagelijkse journalistiek is er ook verlangen naar meer langdurige projecten. Ook Smit et al. (2014) constateren in hun eigen onderzoek op een Nederlandse nieuwsredactie op deze grens een enkelzijdige wil om grenzen over te stappen:

“We saw that there was only a one-sided boundary crossing in which the graphic department wanted to identify and understand the news processes, but the journalists were not willing enough to adjust the meetings to also discuss the visualization of the news (Smit et al. 2014, p. 47).”

In het volgende deelhoofdstuk wordt de invloed van samenwerking tussen deze verschillende subgroepen besproken. Bovendien komt aan bod hoe kennis en tijd als afbakeningen van het werk worden gebruikt door visualisatiemakers.

4.2 Samenwerking, routines en werkproces

In dit deelhoofdstuk bespreek ik hoe het samenwerkingsproces impact heeft op de rol van de visualisatiemaker op de redactie. Allereerst bespreek ik de rolverdeling op nieuwsredacties en de verschillende manieren waarop er samengewerkt wordt met andere redacties. In paragraaf 4.2.2 en 4.2.3 bespreek ik vervolgens twee thema's die binnen de samenwerking op de redactie bijdragen aan de afbakening van de functie als visualisatiemaker: kennis en tijd.

4.2.1 Rolverdeling en samenwerking

Samenwerken is een essentieel onderdeel van het werk, volgens infographicmakers. Niet alleen binnen het eigen team, maar ook zeker met de schrijvende journalisten. Volgens eerdere onderzoeken naar de samenwerking op nieuwsredacties heeft de schrijvende journalist vaak een meer dominante rol ten opzichte van de visualisatiemaker (Smit et al. 2014b, pp. 48-49). De 'dienende' rol van visualisatiemakers in de samenwerking komt ook terug in de interviews van dit onderzoek:

“Als je een inhoudelijke infographic maakt voor een nieuwsuitzending, dan ligt de inhoud met name bij de redacteur of bij de eindredactie. En dan visualiseert graphics datgene wat zij in een verhaal willen doen, dus dan voer je eigenlijk meer uit.”

Die dienende rol wordt niet altijd erg gevonden. Sommige vormgevers vinden het niet erg om enkel te werken met de data die ze aangeleverd krijgen, dat ziet een infographicmakers van de NRC ook om zich heen: “Veel van mijn collega's hoeven dat niet zo, die vinden gewoon prima om een opdracht te krijgen én te doen.” Intensievere samenwerkingen worden toch vaker geïnitieerd door de vormgevers, omdat een nauwere betrokkenheid bij het onderwerp volgens hen ook resulteert in betere tekstuele en visuele inhoud. Hoewel

niet iedereen er behoefte aan heeft, wordt er dus door individuele ontwerpers actief gezocht naar meer samenwerking:

“Toen ik bij NRC kwam was die grafische afdeling echt een uitvoerende club. Ik heb altijd gezegd: ‘Ik kan meer, ik kan ook meedenken en ik kan meer met redacteuren samen optrekken. Ik kan dingen maken, niet voor in de krant of online, maar ter ondersteuning van het onderzoek. [...] Niet iedereen stond daar toen voor open, het journalistenvak is daarin denk ik ook heel erg veranderd. Het is tegenwoordig een must om multidisciplinair samen te werken.”

Weber & Rall constateren in hun onderzoek uit 2012 dat samenwerking tussen experts in verschillende disciplines cruciaal is voor de productie van datavisualisaties. Een journalistieke houding is daarbij gevraagd van elke partij binnen de samenwerking. Op de redactie van Pointer valt op dat de nauwe samenwerking aan interactieve visualisaties een positief effect heeft op de gelijkwaardige rolverdeling binnen het project. Een designer ervaart de cross-disciplinaire samenwerking als prettig, omdat hij al vanaf het begin betrokken is. Een freelancer met ervaring bij zowel Pointer als FD ziet een groot verschil in de manier van werken:

“De oplossing is vooral infographicmakers eerder betrekken bij het verhaal. Dus zoals hier bij Pointer, als er een verhaal is, dan gaat meteen de hele groep bij elkaar zitten. En dan weet iedereen waar het over gaat. Bij het FD gebeurt het nog wel eens dat het verhaal al lang af is en dan is er nog een gaatje, dan wordt er nog ergens een excelletje over de schutting gegooid en dan gaan er dingen mis.”

Volgens veel infographicmakers is er steeds meer gelijkwaardige samenwerking tussen schrijvende journalisten, datajournalisten en visualisatiemakers. De communicatie tussen deze actoren heeft grote invloed op inhoud van het eindproduct en het verloop van de samenwerking. Volgens een freelance visualisatiemaker is het belangrijk om zelf initiatief te nemen, als je meer de diepte in wil met visualisaties:

“Je kan gaan zitten en wachten, want ze komen altijd naar je toe. Er is altijd een kaartje, een grafiekje, iets te maken. [...] Het staat of valt echt met energie die je steekt in het organiseren en het enthousiast maken van schrijvende collega's.”

De groep met graphicsmakers zit vaak niet op de ‘open’ redactie, omdat het werk minder te maken heeft met het dagnieuws. Tegelijk vinden de graphicsmakers het fijn om in een meer rustige omgeving te kunnen werken. Dat betekent dat de communicatie met de schrijvende journalisten vaak meer vanuit eigen initiatief moet plaatsvinden. Dat initiatief in communicatie naar andere redacties schijnt ook door in andere gesprekken met infographicmakers en datajournalisten. Om de schrijvende redacteuren een beeld te geven

van de mogelijkheden met data, worden bij het ANP bijvoorbeeld meeloopdagen georganiseerd of presentaties gegeven met advies over dataverwerking.

De rol van de visualisatiemaker en hoe deze zich verhoudt tot de schrijvende journalist, overlapt met de wijze waarop samenwerkingen plaatsvinden op een redactie. De grenzen die de visualisatiemaker stelt voor zijn rol op de redactie verschillen per organisatie. De al besproken voorbeelden en citaten van deelnemers maken zichtbaar hoe de makers van visualisaties de kaders van hun beroep bepalen. Dit gebeurt bijvoorbeeld door het afzetten tegen, of toe eigenen van, routines, beleid en vaardigheden van henzelf of anderen op de redactie. In de rolverdeling gedurende het samenwerken, speelt de afbakening van werkzaamheden een belangrijke rol.

Twee thema's die in dit onderzoek opvallen als belangrijke grensafbakeningen zijn *kennis* en *tijd*. Tijd speelt een rol omdat het een thema is dat botst met de normen van de conventionele journalistiek. De nadruk op kennis speelt juist in op die normen en dit thema wordt gebruikt om de functie van visualisatiemaker te ontstijgen. In de volgende twee paragrafen worden beide thema's nader toegelicht.

4.2.2 Kennis als afbakening van het vak

De journalistieke normen en waarden overlappen voor een groot deel met het werk van de visualisatiemakers. Dat maakt dat een visualisatie vaak alleen tot stand kan komen als er voldoende kennis over het onderwerp is. Deze kennis ligt soms op een andere lijn dan die van de schrijvende journalist, waardoor een visualisatie vaak een verdiepende laag toevoegt aan het artikel: "Je was, en dat vond ik eigenlijk wel het belangrijkste, toch ook een soort geweten van de schrijvende redactie," zegt een freelancer over het werk op de grote infographicsredactie van het AD in de beginjaren van de 21e eeuw. Voor een visualisatie heb je vaak weer net andere bronnen nodig, dan een schrijvende journalist, "[...] en dat verrijkt de hele productie."

Het veel terugkomende verlangen naar meer betrokkenheid bij het journalistieke proces is hieraan gelieerd. Een graphicsmaker bij RTL Nieuws vindt het belangrijk om voor elk verhaal eerst de tijd te nemen om de inhoud van het artikel te begrijpen: "Als ik hem niet begrijp, dan weet ik al dat ik hem ook niet kan visualiseren." Doordat de visualisatiemaker vaak met een journalistieke bril naar de inhoud van verhalen kijkt, krijgen geschreven teksten vaak nog een inhoudelijke check. Kloppen cijfers of conclusies niet, dan wordt dit door de visualisatiemaker teruggekoppeld aan de redacteur of eindredacteur. De chef infographics van RTL zegt hierover: "Als je een tekst krijgt en je gaat het animeren zonder verder na te denken. En uiteindelijk blijken de percentages bij elkaar opgeteld 103 te zijn in plaats van 100.. Ja, dan ga je." Haar collega vult vervolgens aan: "Dat is wel het moment dat ik bel met de eindredactie." Zoals al eerder besproken in paragraaf 4.1.3 is de visualisatie van een nieuwsbericht tevens een extra *gatecheck* waarbij onwaarheden en begrijpelijkheid een extra toetsing krijgen.

Niet alleen geschreven nieuws krijgt zo'n check, ook de eigen visuele output is vaak onderhevig aan een beoordeling voor publicatie. Dat gebeurt op veel redacties onderling,

binnen het eigen infographicsteam. Een collega visualisatiemaker kijkt of de infographic in één oogopslag duidelijk is en wat eventueel nog anders moet. De eindredactie is niet volledig uit de *loop*, maar kijkt 'met andere ogen' naar een visualisatie dan eigen collega's doen. Volgens verschillende visualisatiemakers is de eindredacteur belangrijk voor het checken van 'punten, komma's en moeilijke woorden'. De check op visueel niveau "[...] doen wij zelf." Een datajournalist en visualisatiemaker bij ANP vindt het fijn dat collega's elkaar onderling checken: "Wij zijn natuurlijk de enige die van elkaar weten wat voor werk we doen." Volgens hem is het onhaalbaar dat een eindredactie ook nog graphisch kennis van zaken heeft: "We hebben het altijd maar zo gehouden dat wij elkaar controleren. Je moet je voorstellen dat een hele eindredactie ook nog eens ervaring heeft met graphics. Dat zou erg handig zijn, maar dat gaat niet."

De inhoudelijke kennis en kundigheid met visualisaties is een combinatie aan vaardigheden die dus enkel toebehoort aan de infographicmakers, zodanig dat ook de tekstuele eindredactie enkel een deeltaak heeft. Het verschil tussen de schrijvende journalisten en de visuele journalisten is mede gevormd door een andere set aan kennis en kunde. Ook in het kader van samenwerking noemt een visualisatiemaker bij Pointer hoe belangrijk het is dat collega's om je heen op eenzelfde golflengte zitten:

"[...] omdat je hier samenwerkt met mensen die begrijpen wat je wil en daardoor kun je elkaar gewoon verder brengen. In tegenstelling tot als je samenwerkt met mensen die totaal niet begrijpen wat je wil en je ze de hele tijd moet vertellen wat ze moeten doen. En dan doen ze het nog niet goed."

4.2.3 Tijd als bodem voor conflict

Het AD had eind jaren negentig onder leiding van een aantal hoofdredacteurs een infographicredactie opgebouwd met zo'n 20 ontwerpers die elke dag werkten aan grote en kleine projecten. Rond 2010 is deze redactie, onder leiding van een nieuwe hoofdredacteur afgebouwd tot een paar personen. Die grote redactie van het AD voor infographics wordt door een aantal deelnemers aan het onderzoek aangehaald. De grote redactie maakte het mogelijk om veel tijd te steken in projecten en samen met schrijvende journalisten te werken aan langere projecten. Een infographicmaker benadrukt de afhankelijkheid van de visie die een hoofdredactie heeft: "Dat zo'n infographic redactie boven de rest kan uitstijgen is natuurlijk ook helemaal afhankelijk van het beleid van zo'n hoofdredacteur. [...] We hebben ook gewoon die ruimte gekregen, dankzij een aantal hoofdredacteurs." De ruimte die geboden werd destijds is volgens hem een unieke kans geweest. Op dit moment zijn er weinig plekken waar infographicmakers dezelfde kansen krijgen.

Tijd is een belangrijk thema binnen de werkzaamheden van visualisatiemakers op verschillende vlakken. De duur van een project is een variabele die bij elk project anders kan zijn. Vaak worden langer lopende projecten gecombineerd met korte opdrachten. Die variatie krijgt veelal de voorkeur, geeft ook een freelance vormgever aan:

“Ik zou niet willen kiezen. Ik vind het heel leuk om in de journalistiek af en toe even te knallen en dan aan het eind van de dag iets te hebben. Maar als ik dat alleen maar zou doen, dan zou ik niet gelukkig worden.”

Tijd zorgt daarnaast ook voor conflicten in de communicatie met andere groepen op de redactie. Het snelle nieuws vraagt om andere werkwijzen, maar voor echt journalistieke visualisaties is tijd nodig. Een freelance infographicmaker geeft aan dat je niet, zoals een geschreven artikel, even op het laatste moment nog iets kunt maken.: “Je kunt niet in een halve dag even een infographic maken, onderwerpen moet je ook pitchen van te voren. Het excuus dat vaak wordt gegeven is van nieuws is vluchtig en je moet er snel zijn.” Ook de organisatie van de afdeling is volgens hem van groot belang om niet een ‘afhaaloket van snelle plaatjes’ te worden.

Het conflict dat ontstaat door verschillende verwachtingen van tijdsplanning maakt het voor visualisatiemakers lastiger om echt aansluiting te vinden bij de journalistieke routines. Ook op de redactie van Pointer is dit tijdsverschil een factor die meespeelt in de afbakening van de groep ontwerpers en ontwikkelaars: “Met ons clubje designers en developers hebben we een paar favoriete journalisten, want daarvan weten we dat die ons heel vroeg in het proces betrekken.” Het initiatief voor samenwerking ligt vaak bij de schrijvende journalistiek, die met een onderwerp komt. Wanneer visualisatiemakers te laat betrokken worden bij projecten, heeft dit impact op de kwaliteit van het eindproduct: “We hebben ook mensen die ons eigenlijk echt een minuut van tevoren betrekken en dan is het gewoon stressvoller en ook minder goed wat je oplevert. Je zit gewoon veel minder in onderwerp.”

De werkdag van veel infographicmakers op krantenredacties en televisieredacties bestaat vaak uit afwisselende kleine opdrachtjes, “snelle grafiekjes,” die het werk aan langere projecten onderbreken. Vaak wordt onderschat hoeveel tijd er zit in het maken van deze kleine, snelle, grafiekjes. Een infographicredacteur van FD zegt hierover:

“Het komt vaak voor dat iemand aan het eind van de dag vraagt ‘kun je nog even snel een klein, simpel grafiekje maken.’ Het maken van zo’n grafiekje is alleen vaak meer werk dan een grotere, omdat je op een klein formaat lastiger iets simpel en begrijpelijk kan overbrengen.”

Ondanks dat niet elke infographicmaker een probleem heeft met de kleine projectjes tussendoor, zoekt het NRC uit hoe het kleinere ‘zinloze’ aanvragen kan verminderen: “We willen de kleine kut klusjes eigenlijk lozen. Dus de discussie gaat nu hier van wat is een klein klusje? Wat is een zinloos klusje?” Op online redacties van andere media wordt daarom geprobeerd om het werken met LocalFocus, een programma van het ANP voor kaartjes en grafieken, door redacteuren te laten doen. In hoofdstuk 4.3 zal besproken worden hoe deze tool en andere tools worden ingezet.

4.3 Datavisualisatie, tools en verantwoordelijkheden

In dit deelhoofdstuk bespreek ik hoe datajournalistiek en datavisualisaties zich verhouden tot het veld van infographics. Over de terminologie is vaak nog onduidelijkheid, maar naar aanleiding van de interviews blijkt dat er in werkzaamheden en functies binnen sommige organisaties onderscheid te maken is. Paragraaf 4.3.1 bespreekt deze balans, in paragraaf 4.3.2 wordt besproken hoe verschillende tools het werk van visualisatiemakers stuurt en ondersteunt. De tool LocalFocus lijkt namelijk de scheiding in functie tussen redacteurs en visualisatiemakers binnen sommige redacties te vervagen.

4.3.1 Het onderscheid tussen infographics en datavisualisaties

In deze scriptie wordt de term *informatievisualisaties* gebruikt als overkoepelende term voor zowel visualisatie van datasets (datavisualisaties) als visualisatie van meer verhalende informatie (infographics). Uit de verschillende interviews in dit onderzoek valt op dat het maken van deze beide visualisaties soms door dezelfde persoon gedaan wordt, maar soms ook verdeeld is over twee verschillende personen. De meeste visualisatiemakers zeiden over het verschil: “Een datavisualisatie is een infographic, maar een infographic is niet altijd een datavisualisatie.” Veel infographicmakers zijn dan ook niet onbekend met een dataset, hoewel niet iedereen dezelfde expertise met dataverwerking heeft.

Voornamelijk binnen organisaties met een afzonderlijke datajournalist of datajournalistieke redactie, valt de verantwoordelijkheid voor datavisualisaties specifiek onder de functie van de datajournalist. Meer verhalende infographics worden gemaakt door de graphicsredactie, bijvoorbeeld bij RTL Nieuws. De duidelijke scheiding tussen datajournalistieke visualisatie en infographics is volgens de chef van graphics bij RTL Nieuws vanwege grote verschillen in werkwijze:

“De route naar die twee dingen toe is anders. [...] het is allebei information design. Het gaat erom dat je informatie visueel overdraagt. Alleen datavisualisatie is echt gewoon het omklappen van Excel-documenten naar streepjes en bolletjes, dat is echt iets anders dan het vertellen van een inhoudelijk verhaal.”

Er is wel contact tussen de datajournalist en de graphicsredactie. De verschillende werkplekken bevinden zich bij elkaar in de buurt, in dezelfde gang. Er is zo nu en dan overleg over tools en aanlevering van data bij onderzoeken. Bovendien helpt de datajournalist als er een grote hoeveelheid data is die verwerkt moet worden voor een infographic op TV.

Een andere infographicmaker voor RTL Nieuws geeft aan wel degelijk graag meer met data te willen werken: “Ik wil eigenlijk meer samenwerking met [de datajournalisten], want ik denk dat er nog heel veel meer kan met de data die zij vergaren. Die kunnen visueel nog groter, beter in beeld gebracht worden.” Beaamd wordt, door alle partijen, dat datavisualisaties vaak minder geschikt zijn voor tv: “Mensen kijken ernaar, het mag niet te lang duren, dus een grote datavisualisatie voor TV is best een uitdaging omdat er gewoon

vaak al te veel gebeurt.” Online is er meer tijd om een visualisatie te bestuderen, dat maakt het dus mogelijk om meer te doen met, al dan niet complexere, datavisualisaties.

De scheiding tussen data en verhalende visualisaties komt vooral terug bij redacties die voor online en tv werken. Ook bij Omroep Zeeland werkt een datajournalist aan zijn eigen visualisaties, terwijl de vormgevers vooral infographics voor televisie en nieuwsverhalen produceren. De vormgever van Omroep Zeeland zegt hierover:

“De echte datajournalistiek wordt gedaan door onze collega. Dat stuk ligt echt helemaal bij hem en wij komen er eigenlijk pas als vormgevers bij de visualisatie aan te pas, op het moment dat het beknopter getoond moet worden voor televisie. Maar interactieve grafieken maakt hij bijvoorbeeld met datawrapper of tableau.”

Op de meer gespecialiseerde onderzoeksredacties van Pointer en Follow The Money hebben veel designers wel een oog voor data en doen datajournalisten ook aan visualisatie, maar meestal is een datavisualisatie het resultaat van een onderlinge samenwerking. Een datajournalist van Follow The Money zegt hierover:

“[...] dan ben ik degene die de data analyseert en vertelt wat er gecommuniceerd moet worden. En dan komen de designers met een oplossing voor de communicatie, maar ik kom dan vaak ook met het format. Dus wat ik denk dat een goed format is voor deze visualisatie. Ik weet goed wat werkt, maar ik heb nooit design gestudeerd.”

De nauwe relatie tussen datajournalistiek en datavisualisatie maakt het voor sommige redacties ingewikkeld om een juiste organisatiestructuur te vinden. De NRC heeft recent een datateam opgericht, die een nauwe samenwerking heeft met een van de visualisatiemakers. Maar de visualisatiemaker valt onder een andere chef en zit op een ander deel van de redactie. De groeiende interesse in datajournalistiek brengt ook meer verantwoordelijkheid bij visualisatiemakers en de samenwerking tussen beide disciplines.

4.3.2 Een balans in verantwoordelijkheden vinden

Visualisatie is niet gebonden aan een specifieke discipline of functie. De deelnemers aan dit onderzoek hadden bijvoorbeeld functiebeschrijvingen variërend van ‘infographics redacteur,’ tot ‘newsroom developer’ en van ‘datajournalist’ tot ‘audiovisueel vormgever’. Deze diverse functietitels weerspiegelen ook de diversiteit in digitale hulpmiddelen die gebruikt worden om de content te maken. De computerprogramma’s en online tools die ingezet worden zijn een essentieel onderdeel van het werk en bepalen de kwaliteit en capaciteit aan mogelijkheden die een visualisatiemaker kan leveren. De introductie en doorontwikkeling van *Adobe Illustrator* in de jaren negentig was volgens Murray Dick het begin voor de opkomst van digitale infographics (2015, p. 160). Datzelfde programma is nog altijd een van de meest gebruikte digitale hulpmiddelen voor visualisatiemakers. Andere programma’s die vaker genoemd werden zijn *Flourish*, *Datawrapper*, *LocalFocus*, *Figma*, *QGIS*, *Excel* en *After Effects & Animate* uit de *Adobe Creative Suite*. Ook programmeertalen zoals *Python*,

JavaScript, *SQL* en *R* worden gebruikt voor visualisaties. De meeste van bovengenoemde tools zijn tevens hulpmiddelen bij dataverwerking en analyse.

Programma's als Flourish en LocalFocus bieden de mogelijkheid om gemakkelijk grafieken en kaartjes te creëren. Het gebruik van deze programma's is ook voor schrijvende redacteuren vaak voldoende gebruiksvriendelijk. Bij RTV Utrecht gebruiken een aantal online redacteuren LocalFocus om visualisaties zelf toe te voegen aan hun artikelen als dat nodig is. Ook bij het FD geven de visuele redacteuren het maken van kleine grafiekjes in LocalFocus liever uit handen aan de schrijvende journalisten:

“Je kunt bij elk van onze verhalen wel een lijngrafiek of staafgrafiek doen. Daar is dus ook veel vraag naar. Toen hebben wij gezegd: dan moeten de redacteuren het zelf doen, want wij moeten andere, visueel grotere dingen, doen. Ja, dat gaat soms heel goed, maar soms gaat het ook helemaal fout.”

De graphicmakers bij het FD hebben daarom trainingen gegeven aan de schrijvende redactie over het gebruik van LocalFocus: “We hebben eerst die redacteuren cursussen gegeven om uit te leggen hoe ze het technisch moeten doen, maar ook een soort stijlboek gemaakt met waar ze op moeten letten en wat de valkuilen zijn.” Een andere visualisatiemaker bij het FD ziet nog altijd ongemak bij de schrijvende journalisten over het gebruiken van LocalFocus: “Nu zijn er nog steeds redacteurs die zeggen, we weten niet hoe het moet. [...] Er zijn een aantal mensen die heel goed zijn in het schrijven van verhalen, maar helemaal niet in beeld kunnen denken.” Maar ze vult aan dat het maken van een grafiek verdieping brengt in het werk van schrijvende redacteuren: “Je leert om over data na te denken en over visualisatie.” Ook bij NRC wordt de tool voornamelijk gebruikt door de redacteuren, “[...] voor een CBS grafiekje of locatiekaartje.” Toch heerst daar een ander idee bij de infographicredacteuren over de verantwoordelijkheid van die simpele grafiekjes:

“Ik vind dat ook over de kleinste grafiekjes iets te zeggen valt. Zoals eindredacteuren kunnen mierenneuken over de tekst, kunnen wij mierenneuken over graphics. [...] Wij zijn eindverantwoordelijk voor alle graphics, dat is wat ik echt heel belangrijk vind.”

De balans tussen tijdsinvestering en verantwoordelijkheid over graphics vindt op elke redactie een ander punt van evenwicht. Vaak ten koste van de werkzaamheden van schrijvende redacteuren.

Een tool die op een andere manier impact heeft op de verantwoordelijkheid en tijdsinvestering van visualisatiemakers is de stijlgids. De huisstijl van een nieuwsorganisatie is nauw verweven met het werk van de visualisatiemakers. In veel gevallen, zowel landelijk als regionaal, ligt de verantwoordelijkheid voor de ontwikkeling en waarborging van de stijlgids dan ook bij de grafische redactie. De huisstijl wordt door veel visualisatiemakers omschreven als belangrijk, bijvoorbeeld omdat het helpt bij keuzes maken in het ontwerpproces. Daardoor zorgt een stijlgids voor een efficiënter werkproces. Over het maken van een strenge stijlgids voor het FD zegt een deelnemer:

“Om te voorkomen dat er allerlei rare kerstbomen en dingen in de krant kwamen, maar vooral omdat een strenge huisstijl je dwingt om scherpe keuzes te maken. Ook in hoe je je verhaal vertelt. Want we hebben bijvoorbeeld als regel dat je je hele grafiek maakt in grijs en alleen dat wat je uit wil leggen. Wat belangrijk is, dat geef je een kleur.”

Afwijken van de huisstijl gebeurt ook, als dit ten behoeve is van de leesbaarheid of functie van de visualisatie. Toch kan het voor sommige teams lastig zijn om gebruik van de stijlgids in de routine van redacteurs te krijgen, zoals een vormgever bij Omroep Zeeland uitlegt:

“Nou, voor óns is die heilig en we proberen iedereen er hier ervan te overtuigen dat dat voor hen net zo belangrijk zou moeten zijn. [...] Ik heb wel indruk dat het gewaardeerd wordt, ook omdat we de gids hebben verrijkt met bepaalde downloads. Dus als mensen iets nodig hebben dat ze het zelf ervan af kunnen halen. Het is gewoon heel efficiënt. Dus ik denk dat het besef wel groeit.”

Elke organisatie binnen het onderzoek had een eigen stijlgids en huisstijl. Veel grafische redacties hebben hun huisstijl verwerkt in hun tools, zodat deze snel en gemakkelijk te gebruiken zijn. Vaak hebben organisaties een meer algemene stijlgids, waarop soms een meer specifieke gids voor visualisaties gebaseerd wordt. De graphicsredactie van RTL Nieuws heeft ter inspiratie een twintigtal voorbeelden van infographics in de huisstijl op de muren van het kantoor hangen.

De aangegeven voorbeelden over verantwoordelijkheden op het gebied van huisstijl, kwaliteit en vaardigheid spelen in mindere of meerdere mate een rol voor elke visualisatiemaker op een nieuwsredactie. Het zijn deze verantwoordelijkheden die aan de basis liggen van thema's als tijd en kennis, die in het vorige deelhoofdstuk besproken zijn. De wijze waarop deze verantwoordelijkheden ingevuld worden op redacties, spelen door in de tijdsverdeling van visualisatiemakers en de verhouding ten opzichte van de schrijvende redacteurs.

5 Conclusie

De journalistieke beroepsgroep die verantwoordelijk is voor informatievevisualisaties kent veel verschillende organisatorische vormen. Dit onderzoek brengt aan de hand van zestien interviews met makers van visualisaties, chefs en datajournalisten in kaart welke rolverdeling, samenwerking, vaardigheden en verantwoordelijkheden ten grondslag liggen aan de creatie van informatievevisualisaties in het nieuws. Uit dit onderzoek komen drie grotere thema's naar voren: *journalistieke waarden*, *samenwerking* en *verantwoordelijkheid*. Deze thema's hangen samen met onderliggende onderwerpen. Bijvoorbeeld de impact van tijd op het werk van visualisatiemakers en de focus op kennis als afbakening van het werk. De deelvragen die in dit onderzoek centraal stonden gingen over de rolverdeling voor visualisatiemakers op nieuwsredacties, het beleid dat organisaties hebben voor het produceren van visualisaties en de wijze waarop samenwerking een rol speelt voor het productieproces.

Volgens de deelnemers aan het onderzoek verschillen veel makers van visualisaties in hun achtergrond en daarom ook in hun expertise. Journalistieke, grafische en technische kennis komen samen bij het maken van visualisaties. De onderliggende journalistieke ambitie resulteert bij veel visualisatiemakers in een grote interesse voor eigen onderzoek naar informatie. Designers nemen daarom eigen initiatieven om onderzoek te doen en data om te zetten in een verhaal. Journalistieke normen en waarden zoals het bedienen van de lezer, objectiviteit en ethiek komen ook terug als normen en waarden in het werk van visualisatiemakers. Uit het onderzoek blijkt echter dat de ethische norm van visualisatiemakers vaak kritischer is ten opzichte van informatievevisualisaties, vergeleken met de schrijvende journalisten. Visualisatiemakers houden eigen visuele normen aan om te voorkomen dat visuele informatie verkeerd geïnterpreteerd kan worden. Ook de journalistieke waardes waarbij actualiteit en urgentie belangrijk zijn schuren met de waardes van visualisatiemakers. Het visualiseren van informatie kost meer tijd dan het schrijven van een artikel. Het tempo van de schrijvende journalistiek loopt daarom asynchroon met de werkzaamheden van visualisatiemakers, dit zorgt voor conflicten tussen de verschillende redacties op het gebied van kwaliteit en communicatie.

Samenwerken is een van de belangrijkste onderdelen van het werkproces bij het maken van een visualisatie, volgens de visualisatiemakers. De rol van de visualisatiemaker binnen die samenwerking is volgens sommigen 'dienend'. Men ondersteunt de schrijvende journalisten of datajournalisten bij het visualiseren van het nieuws. Die houding lijkt wel steeds meer te veranderen. Visualisatiemakers nemen meer initiatief, onderzoeken en visualiseren eigen onderwerpen en de samenwerking met andere disciplines wordt meer gelijkwaardig. De multidisciplinaire benadering van onderwerpen krijgt meer aandacht en visualisatiemakers worden eerder betrokken bij projecten. Die betrokkenheid is een verlangen dat visualisatiemakers op redacties delen. Een eerdere betrokkenheid geeft visualisatiemakers de tijd om meer kennis over het onderwerp te vergaren en te

experimenteren met de visualisatie. Volgens hen resulteert dat in betere visualisaties, met meer impact.

Door de veelvuldige samenwerkingen met andere groepen op nieuwsredacties is de afbakening van het eigen werkgebied vaak onderhevig aan de interactie met andere functies, veelal de schrijvende redacteurs. De twee elementen die in die interactie veel invulling geven aan die werkzaamheden van visualisatiemakers ten opzichte van andere journalisten zijn kennis en tijd. De invulling van kennis in de werkzaamheden uit zich op twee manieren. Allereerst kijkt de visualisatiemaker met andere ogen naar nieuwsonderwerpen en is als het ware een *gatechecker* voor geschreven artikelen. Nieuws wordt gecureerd en geselecteerd om vertaald te worden naar grafische informatie. Daarbij krijgt de inhoud vaak een extra inhoudelijke check. Ten tweede maakt de visuele expertise dat collega visualisatiemakers vaak onderling elkaars werk checken als ‘visuele eindredactie’, terwijl de eindredacteur voornamelijk het tekstuele onderdeel controleert. Volgens de deelnemers aan het onderzoek is visualisaties maken een vak apart, maar hebben ook schrijvende journalisten baat bij het nadenken over data en datavisualisatie. De kenniskloof tussen tekst en beeld is dan wel een afbakening van het werk, het maakt samenwerken ook lastiger en resulteert in onduidelijkheid over de functies van informatievevisualisaties.

De grensafbakening voor het werk van visualisatiemakers wordt ook beïnvloed door de asynchroniteit van het werktempo, vergeleken met de nieuwsredactie. Makers van visualisaties werken vaak aan snelle projecten voor het dagnieuws naast het werk aan grotere projecten. De zoektocht naar balans tussen snelle grafiekjes en lange projecten, kleine en grote visualisaties wordt door elke redactie anders aangepakt. Daarbij is ook de samenwerking en communicatie met de schrijvende journalist een meewegende factor.

Het verantwoordelijke karakter van visualisatiemakers is de paraplu die de verschillende besproken thema’s als tijd en kennis overkoepelt. De verantwoordelijkheid over het behoud van een visuele huisstijl, verdeling van verantwoordelijkheden over het maken van grafieken en verantwoordelijkheid over de visuele correctheid van infographics. Elke visualisatiemaker, redactie en organisatie zal anders omgaan met de verschillende verantwoordelijkheden. Die structuur heeft in zekere mate invloed op het beleid, de tijdsindeling, samenwerking en de rolverdeling van visualisatiemakers op nieuwsredacties.

Dit onderzoek heeft als doel gehad om een beeld te schetsen van de verdeling in verantwoordelijkheid voor het maken van visualisaties op Nederlandse nieuwsredacties. Dit onderzoek is geen handreiking van een ideale organisatie van dit proces, of een advies ervoor. Nieuwsorganisaties en redacties zouden dit onderzoek wel kunnen gebruiken om meer inzicht te krijgen in de impact van beleid op de redactie. Bovendien biedt dit onderzoek een nieuwe stap in het wetenschappelijke onderzoek naar de productie van journalistieke informatievevisualisaties en de organisatorische structuur van die beroepsgroep op redacties. Het mag duidelijk zijn dat deze beroepsgroep in constante beweging is en in de toekomst mogelijk van nog grotere betekenis zal zijn voor de journalistiek.

6 Discussie

6.1 Verklaring resultaten

Uit de resultaten van dit onderzoek kan een beeld worden geschetst van de verschillende wijzen waarop nieuwsredacties gestructureerd zijn als het gaat om productie van informatievisualisaties. De strijd tussen visuele en schrijvende journalistiek die Lowrey (2002) omschrijft sijpelt door in de interviews met visualisatiemakers en datajournalisten. Er valt zelfs te interpreteren dat er op televisieredacties een zeker onderscheid is tussen visualisatiemakers voor meer 'grafische' en 'data(journalistieke)' visualisaties. Of deze subgroepen significant aanwezig zijn en in hoeverre deze verschillen in normen en waarden zou uit ander onderzoek moeten blijken.

De normen en waarden die in de onderzoeken van onder andere Lowrey (2002), Deuze (2007) en Dick (2014) terugkomen spelen een belangrijke rol in de interviews met de deelnemers aan dit onderzoek. Dick ziet in zijn vergelijkbare onderzoek naar de organisatie rond makers van interactieve infographics dat journalistieke normen en waarden wat betreft accuraatheid, onafhankelijkheid en objectiviteit doorstromen in het werk van visualisatiemakers (2014, p. 503). Volgens hem zijn het de verhouding tot deadlines en de invulling van nieuwsverhalen waar juist andere normen (uit andere subgroepen) terrein winnen (p. 503). Deze constatering is in zekere zin overeenkomend met de resultaten uit dit onderzoek, waarbij voornamelijk de relatie tot tijd en blik op de inhoud andere normen hanteren in vergelijking met de 'word people' (Lowrey 2002).

Normen en waarden zoals de tijdsplanning en de kennis over eigen visuele expertise worden door visualisatiemakers in veel gevallen ingezet om de grenzen van hun werkzaamheden af te kaderen van het werk 'op de open redactie'. In de interviews wordt duidelijk dat visualisatiemakers steeds meer hun eigen onderzoek doen en hun eigen onderwerpen initiëren. Dit is zowel een vorm van het volgen van de journalistieke professe, alsook een vorm van 'beter kunnen,' waarbij de eigen visuele expertise natuurlijk een rol speelt (Lowrey 2002, pp. 411-412 ; Lewis 2012, p. 842). Op deze wijze weten visualisatiemakers meer en meer hun eigen voetafdruk achter te laten op de nieuwsvloer.

Uit de interviews over samenwerking met andere journalisten op de redactie valt op dat visualisatiemakers 'voorkeuren' hebben voor journalisten. Deze voorkeur hangt af van de manier waarop men betrokken wordt bij het project van een journalist. Een eerdere betrokkenheid is positief, omdat de maker zich daardoor beter in het onderwerp kan verdiepen. Bovendien is het de visualisatiemaker die vaak ten opzichte van de schrijvende journalisten een inhoudelijk checkende functie heeft. De 'gatechecking'-theorie van Schwalbe et al. (2015) beschrijft deze transitie vanuit de gatekeeping-theorie. Deze interne gatechecking gaat echt niet over visueel nieuws van buitenaf, maar de visualisatiemaker die

het geschreven nieuws van de redactie controleert en cureert, voordat het gevisualiseerd wordt.

Wat betreft de handelszones van Smit et al. (2014) is er voornamelijk sprake van interne handelszone, omdat de meeste informatievevisualisaties voor nieuwsredacties door makers binnen de organisatie geproduceerd worden. Het is nog altijd zo dat de journalist over het algemeen de dominante rol aanneemt, waarbij de visualisatiemaker vooral dienend te werk gaat. Door de overwegend 'fractionated' en 'dominated' manier van samenwerking worden visualisatiemakers volgens Smit et al. meestal niet meegenomen in de fase waarin problemen met een visualisatie worden opgelost (2014, p. 50). Dit scenario is niet uit het huidige onderzoek gekomen, daaruit blijkt vooral dat de ontwerpers over het algemeen betrokken zijn bij de probleemoplossende fase.

Het is bovendien belangrijk om te concluderen dat de verhoudingen tussen journalisten en visualisatiemakers kunnen vervagen wanneer op de redacties meer multidisciplinair geschoolde journalisten of visualisatiemakers rondlopen. Dit sluit tevens aan bij de conclusies van vergelijkbare onderzoeken, zoals van Weber & Rall (2012) en Smit, de Haan en Buijs (2014a). Zij concluderen dat multidisciplinariteit binnen een groep of individueel een belangrijke voorwaarde is voor betere visualisaties. Dit onderzoek voegt daaraan toe dat deze multidisciplinaire vaardigheden inmiddels meer de norm geworden zijn, wat resulteert in visualisatiemakers met eigen journalistieke initiatieven en een kritische blik op materiaal van de schrijvende journalistiek.

6.2 Limitaties en aanbevelingen vervolgonderzoek

Dit onderzoek is uitgevoerd in de maanden april, mei en juni 2022. Een periode die kort volgt op, en deels plaatsvindt tijdens, de twee jaar durende coronapandemie. Hoewel in de inleiding van deze scriptie de coronapandemie gebruikt wordt als voorbeeld voor de maatschappelijke relevantie van het onderzoek, besteedt het inhoudelijke onderzoek geen directe aandacht aan de invloed van de pandemie op de werksituatie. Het is desalniettemin belangrijk dat deze invloed niet onbesproken blijft. In de interviews met deelnemers wordt de invloed van corona op het werkproces veelvuldig aangestipt. Deze pandemie heeft veel invloed gehad op de werkdynamiek binnen organisaties, waaronder ook journalistieke redacties. Veel mensen werkten en werken nog steeds vanuit huis. Het is daarom noodzakelijk om in vervolgonderzoek de invloed van de pandemie op samenwerking, routines en organisaties expliciet mee te nemen. Een vergelijking tussen pre- en post-pandemische situaties zou een handvat kunnen bieden voor andere onderzoeken.

In dit onderzoek zijn zestien interviews gedaan, verdeeld over verschillende soorten redacties. Het resultaat van dit onderzoek biedt dus een overzicht van de verschillende wijzen waarop deze beroepsgroep georganiseerd kan zijn. Er wordt geen nadrukkelijk waardeoordeel gegeven over een goede of slechte aanpak, hoewel deze in de citaten van de verschillende deelnemers wel kan doorschemeren. Dit onderzoek biedt daarnaast geen gedetailleerde blik op een specifieke soort redactie. In vervolgonderzoek is het relevant om een multi-methodologische aanpak met bijvoorbeeld een enquête, interviews en een

etnografisch onderzoek te doen. Dit kan bovendien meer gefocust zijn op een specifiek soort redactie, of een vergelijking tussen twee redacties met eenzelfde soort output (bijvoorbeeld RTL Nieuws en NOS). Hiermee kan met meer zekerheid een duiding gegeven worden aan de organisatorische aanpak en welke effecten dit heeft op het werkproces.

De deelnemers aan de interviews in dit onderzoek varieerden in functie tussen infographicmakers, datajournalisten, chefs en eindredacteuren. Er zijn geen interviews gedaan met schrijvende journalisten, hoofdredacteuren of andere functies op de nieuwsredactie. De resultaten van dit onderzoek laten zien dat er interacties zijn met deze andere beroepsgroepen die invloed hebben op de organisatorische aanpak. Een volgend onderzoek kan met een bredere steekproef van de participanten aanvullend in kaart brengen hoe deze interactie door de andere beroepsgroepen beschreven wordt. Bovendien is de invloed van de hoofdredactie op het beleid van organisaties groot. De hoofdredactie is daarom een essentiële factor voor het beleid van informatievevisualisaties.

Van de zestien interviews in dit onderzoek zijn vijf interviews via een online videoverbinding gehouden. De overige elf interviews werden op locatie uitgevoerd. Deze afweging is gemaakt omwille van praktische redenen of situaties van overmacht. De keuze voor een fysiek interview is gemaakt met het doel een sfeerimpressie en ruimte-technische blik te krijgen van de redactie waarop gewerkt wordt. Drie van de online interviews waren met freelance makers, die voornamelijk vanuit huis werken. De sfeerimpressies en ruimte-technische blik op de redactie hebben geen inhoudelijke consequenties gehad op de resultaten van het onderzoek. Een meer etnografisch onderzoek zou deze factor zwaarder kunnen laten meewegen.

Tijdens het onderzoek is, zoals in de methode beschreven, ook een korte vragenlijst ingevuld door de deelnemers. Deze vragenlijst verzamelde demografische, functietechnische en achtergrondinformatie. De uitkomst van deze vragenlijst heeft geen invloed gehad op de resultaten in dit onderzoek. De ingevulde antwoorden toonden geen inhoudelijk significant verband met de theorie die met de grounded theory-methode ontwikkeld werd.

De gehouden interviews zijn opgenomen met een smartphone, deze audiobestanden zijn getranscribeerd met behulp van twee verschillende automatische transcriptiediensten: *Trint.com* en *Audiotranscript.nl*. Er is halverwege gewisseld naar een andere dienst, omdat deze beter werkte met de Nederlandse taal, tegenover een zachtere prijs. De transcripties zijn vervolgens handmatig nagelopen. Het coderen is handmatig gedaan, met behulp van het programma *Atlas.ti*. Tijdens het coderen zijn multimediale bestanden gebruikt, waarbij de uitgetypte transcriptie meeliep tijdens het luisteren van de opgenomen audio. Dit is gedaan voor een efficiënter werkproces met grotere precisie.

Literatuur

- Beiler, M., Irmer, F., & Breda, A. (2020). Data Journalism at German Newspapers and Public Broadcasters: A Quantitative Survey of Structures, Contents and Perceptions. *Journalism Studies*, 21(11), 1571–1589. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1772855>
- Boyles, J. L., & Meyer, E. (2020). Letting the Data Speak. In S. Allan, C. Carter, S. Cushion, L. Dencik, I. Garcia-Blanco, J. Harris, R. Sambrook, K. Wahl-Jorgensen, & A. Williams (Red.), *The Future of Journalism: Risks, Threats and Opportunities* (1ste dr., pp. 141–151). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429462030-14>
- Bruns, A. (2003). Gatewatching, Not Gatekeeping: Collaborative Online News. *Media International Australia*, 107(1), 31–44. <https://doi.org/10.1177/1329878X0310700106>
- Bryman, A. (2016). *Social research methods*. Oxford university press.
- Bunce, M. (2019). Management and resistance in the digital newsroom. *Journalism*, 20(7), 890–905. <https://doi.org/10.1177/1464884916688963>
- Carlson, M. (2007). Blogs and journalistic authority: The role of blogs in US election day 2004 coverage. *Journalism studies*, 8(2), 264–279. <https://doi.org/10.1080/14616700601148861>
- Collins, H., Evans, R., & Gorman, M. (2007). Trading zones and interactional expertise. *Studies in History and Philosophy of Science Part A*, 38(4), 657–666. <https://doi.org/10.1016/j.shpsa.2007.09.003>
- Corbin, J. M., & Strauss, A. (1990). Grounded theory research: Procedures, canons, and evaluative criteria. *Qualitative Sociology*, 13(1), 3–21. <https://doi.org/10.1007/bf00988593>
- de Boer, F. (2011). De Grounded Theory Approach: Een update. *KWALON*, 16(1). 25-33. <https://doi.org/10.5117/2011.016.001.025>
- de Haan, Y., Kruike-meier, S., Lecheler, S., Smit, G., & van der Nat, R. (2018). When Does an Infographic Say More Than a Thousand Words?: Audience evaluations of news visualizations. *Journalism Studies*, 19(9), 1293–1312. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1267592>

- de Smaele, H., Geenen, E., & De Cock, R. (2017). Visual Gatekeeping – Selection of News Photographs at a Flemish Newspaper: A Qualitative Inquiry into the Photo News Desk. *Nordicom Review*, 38(s2), 57–70. <https://doi.org/10.1515/nor-2017-0414>
- Deuze, M. (2007). *Media work*. Polity Press.
- Deuze, M., & Witschge, T. (2018). Beyond journalism: Theorizing the transformation of journalism. *Journalism*, 19(2), 165–181. <https://doi.org/10.1177/1464884916688550>
- Dick, M. (2014). Interactive Infographics and News Values. *Digital Journalism*, 2(4), 490–506. <https://doi.org/10.1080/21670811.2013.841368>
- Dick, M. (2015). Just Fancy That: An analysis of infographic propaganda in *The Daily Express*, 1956–1959. *Journalism Studies*, 16(2), 152–174. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2013.872415>
- Dick, M. (2016). Developments in Infographics. In B. Franklin & S. A. Eldridge (Red.), *The Routledge Companion to Digital Journalism Studies* (1ste dr., pp. 498–508). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315713793-50>
- Dick, M. (2020). *The Infographic: A History of Data Graphics in News and Communications*. The MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/11379.001.0001>
- Driessen, C. (26 januari 2022). Mooi, die grafiek van Kuipers, maar hij klopte niet helemaal. *NRC Handelsblad*. Geraadpleegd 14 maart 2022, van <https://www.nrc.nl/nieuws/2022/01/26/mooi-die-grafiek-van-kuipers-maar-hij-klopte-niet-helemaal-a4083399>
- Engebretsen, M. (2020). From Decoding a Graph to Processing a Multimodal Message: Interacting with data visualisation in the news media. *Nordicom Review*, 41(1), 33–50. <https://doi.org/10.2478/nor-2020-0004>
- Engebretsen, M., Kennedy, H., & Weber, W. (2018). Data Visualization in Scandinavian Newsrooms: Emerging Trends in Journalistic Visualization Practices. *Nordicom Review*, 39(2), 3–18. <https://doi.org/10.2478/nor-2018-0007>
- Fink, K., & Anderson, C. W. (2015). Data Journalism in the United States: Beyond the “usual suspects”. *Journalism Studies*, 16(4), 467–481. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.939852>

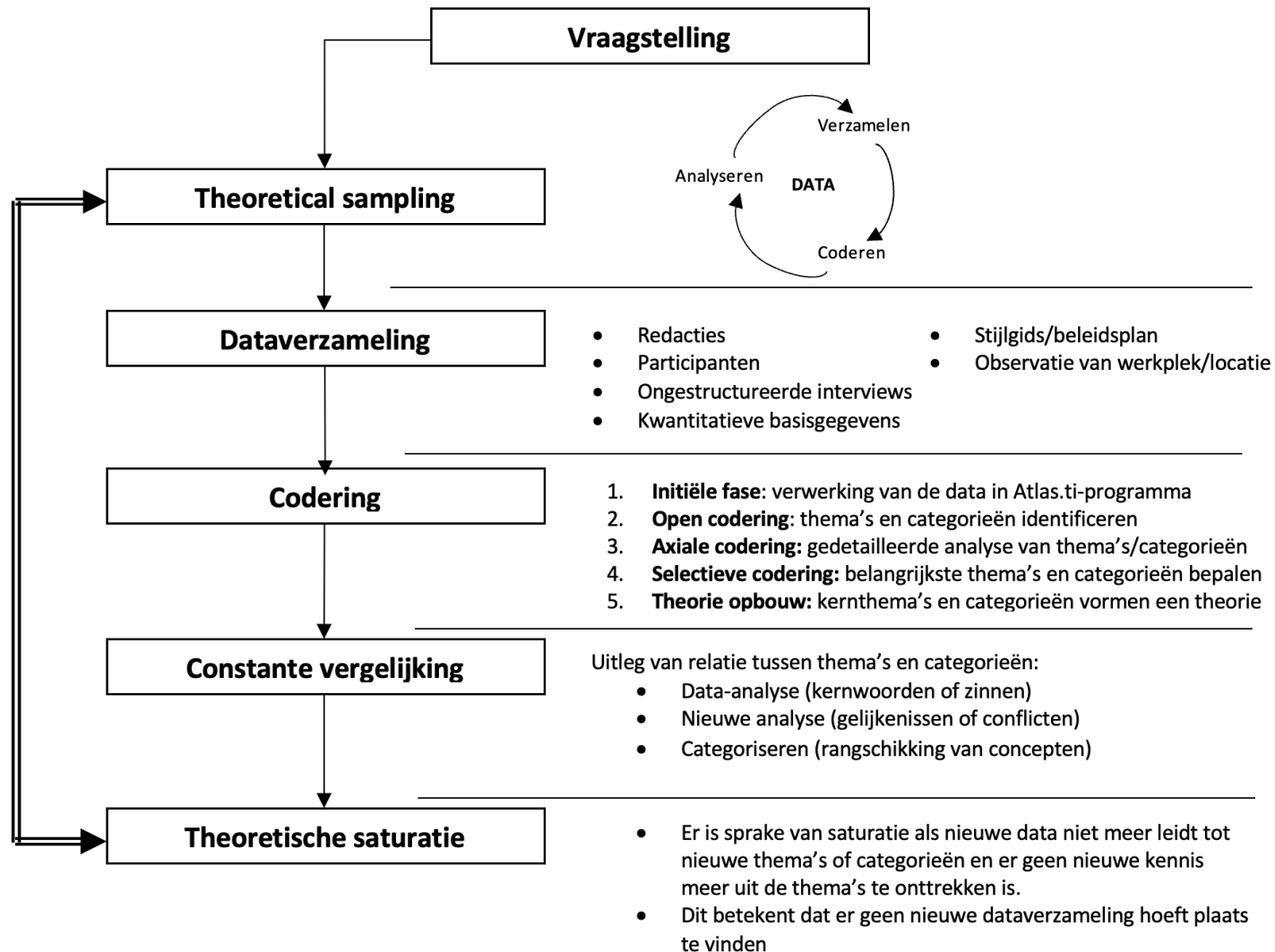
- Friendly, M. (2008). A Brief History of Data Visualization. In C. Chen, W. Härdle, & A. Unwin, *Handbook of Data Visualization* (pp. 15–56). Springer Berlin Heidelberg.
https://doi.org/10.1007/978-3-540-33037-0_2
- Giardina, M., & Medina, P. (2013). Information Graphics Design Challenges and Workflow Management. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 3(1), 108-124.
<https://doi.org/10.29333/ojcm/2413>
- Hujanen, J. (2016). Participation and the Blurring Values of Journalism. *Journalism Studies*, 17(7), 871–880. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1171164>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Kennedy, H., & Engebretsen, M. (2020). Introduction: The relationships between graphs, charts, maps and meanings, feelings, engagements. In H. Kennedy & M. Engebretsen (Red.), *Data Visualization in Society* (pp. 19–32). Amsterdam University Press.
<https://doi.org/10.2307/j.ctvzgb8c7.7>
- Kennedy, H., Hill, R. L., Aiello, G., & Allen, W. (2016). The work that visualisation conventions do. *Information, Communication & Society*, 19(6), 715–735.
<https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1153126>
- Lee, E.-J., & Kim, Y. W. (2016). Effects of infographics on news elaboration, acquisition, and evaluation: Prior knowledge and issue involvement as moderators. *New Media & Society*, 18(8), 1579–1598. <https://doi.org/10.1177/1461444814567982>
- Lewis, S. C. (2012). The Tension Between Professional Control and Open Participation: Journalism and its boundaries. *Information, Communication & Society*, 15(6), 836–866.
<https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.674150>
- Lowrey, W. (1999). Routine news: The power of the organization in visual journalism. *Visual Communication Quarterly*, 6(2), 10–15. <https://doi.org/10.1080/15551399909363404>
- Lowrey, W. (2002). Word People vs. Picture People: Normative Differences and Strategies for Control Over Work Among Newsroom Subgroups. *Mass Communication and Society*, 5(4), 411–432. https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0504_03
- Lowrey, W. (2003). Normative Conflict in the Newsroom: The Case of Digital Photo Manipulation. *Journal of Mass Media Ethics*, 18(2), 123–142.
https://doi.org/10.1207/S15327728JMME1802_05

- Martin, P. Y., & Turner, B. A. (1986). Grounded Theory and Organizational Research. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 22(2), 141–157.
<https://doi.org/10.1177/002188638602200207>
- Nærland, T. U., & Engebretsen, M. (2021). Towards a critical understanding of data visualisation in democracy: A deliberative systems approach. *Information, Communication & Society*, 1–19. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.1968922>
- Pantti, M. (2015). Visual Gatekeeping in the Era of Networked Images: A Cross-Cultural Comparison of the Syrian Conflict. in T P Vos & F Heinderyckx (Red.), *Gatekeeping in Transition* (pp. 203-223). Routledge, New York. <http://hdl.handle.net/10138/233376>
- Paul, N., & Nisbett, G. (2021). The Numbers Game: How Local Newspapers Used Statistics and Data Visualizations to Cover the Coronavirus Pandemic. *Howard Journal of Communications*, 1–17. <https://doi.org/10.1080/10646175.2021.1986753>
- Pavlik, J. (2000). The Impact of Technology on Journalism. *Journalism Studies*, 1(2), 229–237.
<https://doi.org/10.1080/14616700050028226>
- Schwalbe, C.B., Silcock B.W. & Candello, E. (2015). Gatecheckers at the Visual News Stream, *Journalism Practice*, 9:4, 465-483. DOI: 10.1080/17512786.2015.1030133
- Segel, E., & Heer, J. (2010). Narrative Visualization: Telling Stories with Data. *IEEE Transactions on Visualization and Computer Graphics*, 16(6), 1139–1148.
<https://doi.org/10.1109/TVCG.2010.179>
- Singer, J. (2015). Out of Bounds: Professional Norms as Boundary Markers. In: Carlson, M. and Lewis, S.C. (Red.), *Boundaries of Journalism: Professionalism, Practices and Participation*. (pp. 21-36). Oxford: Routledge.
- Sjafiie, S. S. L., Hastjarjo, S., Muktiyo, W., Pawito (2018). Graphic Visualization in Printed Media: How Does the Use of Technology Influence Journalism Culture. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 34(4), 373–385.
<https://doi.org/10.17576/JKMJC-2018-3404-22>
- Smit, G., & de Haan, Y. (2015). *Nieuws waarde van Informatievisualisaties*. 1-21.
- Smit, G., de Haan, Y., & Buijs, L. (2014a). Visualizing News: Make it work. *Digital Journalism*, 2(3), 344–354. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.897847>

- Smit, G., de Haan, Y., & Buijs, L. (2014b). Boundary Crossing in the Field of. *The Journal of Media Innovations*, 36-51. <https://doi.org/10.5617/jmi.v1i2.875>
- Sorapure, M. (2019). Text, Image, Data, Interaction: Understanding Information Visualization. *Computers and Composition*, 54, 102519. <https://doi.org/10.1016/j.compcom.2019.102519>
- Stalph, F. (2020). Evolving data teams: Tensions between organisational structure and professional subculture. *Big Data & Society*, 7(1), 1-13. <https://doi.org/10.1177/2053951720919964>
- Steensen, S., & Westlund, O. (2021). *What is digital journalism studies?*. Taylor & Francis. DOI: 10.4324/9780429259555
- Turner, J. R. (2014). Grounded theory building for the workplace. *Performance Improvement*, 53(3), 31-38. <https://doi.org/10.1002/pfi.21401>
- Utt, S. H., & Pasternak, S. (2000). Update on Infographics in American Newspapers. *Newspaper Research Journal*, 21(2), 55–66. <https://doi.org/10.1177/073953290002100205>
- Weber, W., & Rall, H. (2012). Data Visualization in Online Journalism and Its Implications for the Production Process. *2012 16th International Conference on Information Visualisation*, 349–356. <https://doi.org/10.1109/IV.2012.65>
- Weber, W., & Rall, H.-M. (2016). Design and journalism – challenges and opportunities: A dialogue between two cultures. *Proceedings of the 10th International Conference on Design History and Design Studies*, 313–318. https://doi.org/10.5151/despro-icdhs2016-04_002
- Zelizer, B. (1992). *Covering the body: The Kennedy assassination, the media, and the shaping of collective memory*. University of Chicago Press.

Bijlage 1: Schema onderzoeksproces

Gebaseerd op het schema van Turner (2014).



Bijlage 2: Geanonimiseerd schema participanten

#	FUNCTIE (volgens LinkedIn)	REDACTIE	FREELANCE / IN DIENST
1.	Chef Data en Graphics + datajournalist	ANP	In Dienst
2.	Datajournalist	ANP	In Dienst
3.	Datajournalist onderzoeksredactie	RTL Nieuws	In Dienst
4.	Designer Infographics	RTL Nieuws	In Dienst
5.	Chef Vormgeving en Infographics	RTL Nieuws	In Dienst
6.	Information Designer	NRC	In Dienst
7.	Infographics designer, illustrator	NRC	In Dienst
8.	Infographicmaker	Financieele Dagblad (FD)	In Dienst
9.	Visueel datajournalist	Financieele Dagblad (FD)	In Dienst
10.	Eindredacteur	RTV Utrecht	In Dienst
11.	Audiovisueel Vormgever	Omroep Zeeland	In Dienst
12.	Artdirector	Omroep Zeeland	In Dienst
13.	Art Directie / Content creatie	Pointer	In Dienst
14.	Designer	Pointer	In Dienst
15.	Visual journalist / newsroom developer	Pointer / FD	Freelance
16.	Datajournalist	Follow The Money (FTM)	Freelance
17.	Freelance Information Designer	De Correspondent / FTM	Freelance
18.	Designer infographics (information Designer)	RTL Nieuws / Trouw	Freelance
19.	Information designer en datajournalist	AD / NRC	Freelance

Bijlage 3: Interviewgids visualisatiemaker

- **Organisatie**
 - Hoe zou u het doel van organisatie beschrijven waar u voor werkt?
 - Waarom heeft u gekozen om voor deze organisatie te werken?
 - Hoe zou u de onderlinge hiërarchie in deze organisatie omschrijven?
 - Wat kan de organisatie veranderen om uw werk beter te maken?
- **Redactie**
 - Hoe is de nieuwsredactie verdeeld?
 - Hoeveel collega's werken aan visualisaties?
 - Waar is uw werkplek ten opzichte van andere delen van de redactie?
 - Hoe omschrijft u uw rol op de nieuwsredactie?
 - Wat voor contact heeft u met collega's en met welke collega-functies communiceert u het meest tijdens het werk?
- **Functie**
 - Wat zijn de drie belangrijkste onderdelen van uw functie?
 - Hoe zou u uw invloed op het nieuws omschrijven?
 - Is uw functietitel voldoende dekkend voor het werk dat u doet?
- **Werkdag**
 - Hoe ziet uw werkdag eruit?
 - Hoeveel verschillende visualisaties maakt u tijdens een werkdag?
 - Welke routines volgt u tijdens uw werkdag?
- **Productieproces**
 - Welke stappen loopt u langs tijdens het maken van een visualisatie?
 - Welke *tools* gebruikt u in het productieproces van een visualisatie?
 - Hoe lang bent u meestal bezig met een visualisatie?
- **Normen en waarden**
 - Wat maakt een visualisatie goed, wanneer is een visualisatie slecht?
 - Wat is het voornaamste doel van uw visualisaties?
 - Hoe kijken anderen op de redactie naar de functies van visualisaties?
- **Inhoud**
 - Bij welke onderwerpen worden vooral visualisaties ingezet?
 - Welke onderwerpen zouden meer visualisaties kunnen gebruiken?
 - Welke afwegingen maakt u bij de bepaling van het soort visualisatie?
- **Werkveld**
 - Hoe ziet volgens u het werkveld voor uw functie eruit?
 - Welke functies zou u nog meer willen bekleden (binnen journalistiek)?
 - Wie zouden op redacties verantwoordelijk moet zijn voor visualisaties?

Bijlage 4: Interviewgids chef of eind- / hoofdredactie

- **Organisatie**
 - Hoe zou u het doel van de organisatie beschrijven waar u voor werkt?
 - Hoe zou u de onderlinge hiërarchie in deze organisatie omschrijven?
 - Wat is de verhouding tussen freelance en dienstverband in de organisatie?
- **Redactie**
 - Hoe is de nieuwsredactie verdeeld?
 - Hoeveel collega's werken aan visualisaties?
 - Waar is uw werkplek ten opzichte van andere delen van de redactie?
 - Hoe omschrijft u de rol van informatievisualisaties in het werk van jullie nieuwsredactie?
- **Functie**
 - Wat zijn de belangrijkste functies op de nieuwsredactie?
 - Welke functies zijn er betrokken bij informatievisualisaties?
 - Bij wie ligt de verantwoordelijkheid voor informatievisualisaties?
 - Wie zouden op redacties verantwoordelijk moet zijn voor visualisaties?
- **Productieproces**
 - Hoeveel informatievisualisaties worden er gemaakt per dag?
 - Welke *tools* worden gebruikt voor het maken van een visualisatie?
 - Waarom is gekozen voor deze tools?
 - Hoe groot is volgens u het belang van samenwerking bij het maken van informatievisualisaties?
- **Normen en waarden**
 - Wie bepaalt of een informatievisualisatie voldoende kwalitatief is?
 - Wat is het voornaamste doel van de visualisaties volgens u?
 - Hoe kijken anderen op de redactie naar de functies van visualisaties?
 - Is er een handboek / stijlguide over informatievisualisaties binnen de organisatie?
- **Inhoud**
 - Bij welke onderwerpen worden vooral visualisaties ingezet?
 - Gebruiken jullie teveel of te weinig informatievisualisaties? Waarom?
 - Welke onderwerpen zouden meer/minder informatievisualisaties kunnen gebruiken? Waarom?