

# De Vak Krant

NEDERLANDSE VERENIGING VAN JOURNALISTEN | JAARGANG DECEMBER 2011 | JOHANNES VERMEERSTRAAT 22, POSTBUS 75997, 1070 AZ, AMSTERDAM | VERENIGING@NVJ.NL | 020-676 6771 | WWW.NVJ.NL

## Dankzij de journalistiek weten we meer



NVJ Voorzitter Hella Liefting (l) en gespreksleider Frederique de Jong voorafgaand aan de conferentie over journalistiek vakmanschap op 1 december.

**Het belang van journalistieke kwaliteit is in één zinnetje samen te vatten: 'dankzij de journalistiek weten we meer.' Ik vind het een fantastische formulering en alle eer komt Jan Marijnissen toe. Dankzij de journalistiek weten we meer. Dat is precies waar het over gaat. We weten meer en worden daardoor allemaal een beetje beter. Het is een definitie naast die andere definities zoals onafhankelijkheid, waarheidsge-trouw en fair.**

Maar laat ik voorop stellen dat de NVJ niet gaat bepalen wat goede journalistiek is. Wees niet be-

vreesd, er komt geen keurmerk. We willen wel betrokken zijn. We willen de mogelijkheden creëren die instaan voor de beroepstrots en beroepseer van journalisten. Daarom vinden we het zo belangrijk dat we als vakorganisatie meedenken en goed naar wetenschappers en journalisten luisteren over de toekomst en hoe we tot andere, nieuwe journalistieke modellen kunnen komen. Als beroepsgroep en als NVJ moeten we onszelf een beetje opnieuw uitvinden. Daarbij kijken we vooral naar de innovatieve kant, rekening houdend met de moderne werkelijkheden. Dat is niet altijd even

makkelijk of eensluidend. We zijn het allemaal eens en oneens over hoe het journalistieke vak onder druk staat, over hoe het zo ver heeft kunnen komen en over wat er moet gebeuren. Maar wat na ons geslaagde evenement over journalistiek vakmanschap vooral naar boven drijft, zijn inderdaad nieuwe denkrichtingen waar we als beroepsgroep en als NVJ mee aan de slag kunnen en moeten. Ik noem er een paar: sociale innovaties, zoals andere contractvormen en andere overlegstructuren; nadenken over de journalistieke infrastructuur in de regio; overheidssteun tijdens migratie naar

andere soorten verspreiding; scholing en onderwijs. Een veelkleurige beroepsorganisatie als de NVJ kan het zich niet permitteren om een eenduidig standpunt te formuleren over het vak. Dat willen we ook helemaal niet. Maar we willen ook niet behoudend zijn. Het debat over journalistiek vakmanschap is een begin van een andere manier van denken. Laten we hopen dat we voortdurend blijven debatteren.

*Hella Liefting, voorzitter Nederlandse Vereniging van Journalisten (NVJ)*

## 'We hebben een nieuwe impuls nodig'

Internetjournalist **Francisco van Jole** over de grootste uitdagingen binnen de nieuwe media: "Ons vak vereist dat we een geconcentreerde lezer creëren die wil lezen en kijken wat wij journalisten aan het doen zijn. We zijn toe aan nieuwe vormen van verhalen vertellen, zoals in de jaren zestig 'new journalism' het vak heeft vernieuwd. Toen werden literaire technieken geïntroduceerd in de journalistiek, waardoor verhalen een betere beleving kregen. We hebben een nieuwe impuls nodig. Het is nu zo'n journalistieke brij geworden, het lijkt alsof we met z'n allen aan de aloude telex liggen. We zijn op een punt aanbeland dat we een nieuwe dynamiek, nieuwe lagen moeten toevoegen waardoor verhalen meeslepend worden. Of dit iets moet zijn in de techniek – bij wijze van spreken een computergame – of in een nieuw soort verhalen weet ik niet. Er moet iets komen waarvan we alleen denken: 'dat we daar nou niet eerder aan hadden gedacht!'"

## 'Steeds minder verschil journalist en voorlichter'

**Cor Groeneweg**, hoofd PR Verbond van Verzekeraars: "Het verschil tussen een journalist en een voorlichter wordt steeds minder. De snelst groeiende sectie van de NVJ is de groep van zzp'ers en veel van hen voeren zowel journalistieke - als voorlichtingsopdrachten uit. Ze schrijven stukken voor kranten maar ook voor bedrijven. Ik vind niet dat het de onafhankelijkheid van de journalist aantast, Je moet je verschillende verantwoordelijkheden scheiden en je ethiek als onafhankelijk journalist handhaven. Wel vind ik dat journalisten beter geïnformeerd moeten zijn. Dat leert mij de les dat je als voorlichting ook een slag moet maken en meer feiten transparant moet maken zodat journalisten beter geïnformeerd zijn en daardoor kwalitatief betere producten kunnen leveren. Beide partijen komen dicht bij elkaar te staan, met vanzelfsprekend behoud en respect van ieders verantwoordelijkheid en voor elkaars onafhankelijke positie."

"Bij de Persgroep van de Belgen hebben ze de hoofdredacteurs van allerlei ballast bevrijd, zodat ze weer echt de hoofdredacteur kunnen zijn. Ik ben daar heel erg voor. Ik wil aan de drie belangrijkste dingen toekomen: het nieuws, de krant en de redactie. Maar ik ken allerlei collega's die graag ondernemer willen zijn. Het is de dood in de pot." *Pieter Sijpersma, hoofdredacteur Dagblad van het Noorden, voorzitter Nederlands Genootschap van Hoofdredacteurs.*

## Jeroen Smit: 'Zin krijgen in morgen'

**Jeroen Smit voorspelt gouden jaren voor de journalist. Mensen snakken naar rust en overzicht en de journalist kan die bieden, mits hij of zij specialist is en ondernemend. Ook voorspelt Smit een gouden toekomst voor nieuwe nieuwsdragers. Die overstap bespaart veel kosten en al dat overgebleven geld kunnen we in goede journalistiek stoppen. Kortom: "We moeten zin krijgen in morgen."**

Jeroen Smit verzucht dat veel hoofdredacteurs op dit moment vooral aan het overleven zijn. Ze zijn verworden tot een sergeant van hun directie en vervreemd van hun redactie. "Hoofdredacteurs komen niet meer toe aan de belangrijkste vragen: hoe kan de journalistiek haar belangrijke

werk blijven doen en wat is er aan innovatie nodig? Ik kom weinig enthousiasme tegen en dat verontrust me."

Smit vindt dat hoofdredacteurs hun hoofd moeten leegmaken. Ze moeten zich ontfemen over hun omgeving en zich werkelijk

*"Ik ben een man van papier en inkt en ik kon me niet voorstellen dat ik de krant op een apparaatje zou gaan lezen"*

verantwoordelijk voelen voor die onwaarschijnlijk belangrijke opdracht die journalisten hebben, namelijk het gezond houden van informatievoorziening voor burgers en daarmee het gezond houden van de samenleving. "Dit begint met het vertrouwen schenken

aan redacties. Hoofdredacteurs zullen zich groot moeten maken in visie en richting geven en zich klein maken in de uitvoering."

### Radicale transparantie

Wat Smit betreft kan het traditionele functioneringsgesprek worden afgeschaft. In San Francisco maakte hij kennis met het begrip radicale transparantie. Door social media gaan mensen op een radicaal transparante manier met elkaar om. Ze delen alles. "Dat komt ook naar de werkvloer. Ook daar willen mensen zo met elkaar omgaan. Er wordt nu software ontwikkeld waarbij alle redacteurs alles van elkaar kunnen zien. Interviews, onderzoekswerk, noem maar op. Dit zou er toe moeten leiden dat mensen worden aangeemoedigd om kennis met elkaar te

delen." En dan het belangrijkste: aan het einde van de maand moeten werknemers tien procent van hun salaris uitdelen aan de beste collega's. "Dat is interessant", zegt Smit. "Er ontstaat een soort permanent functioneringsgesprek waarbij professionals elkaar de maat nemen." Op die manier kunnen leidinggevendenden zich werkelijk richten op de grotere toekomstlijnen.

### Rust en overzicht

Over de toekomst maakt Smit zich geen zorgen. Hij voorspelt zelfs gouden jaren voor journalisten. De overload aan informatie is niet meer te verstouwen. Mensen snakken naar rust en overzicht en de journalist kan die bieden. "Het moet een journalist zijn die van de [lees verder op pagina 2 >](#)

“De journalistieke organisatie moet jou het vertrouwen en de tijd geven om te groeien. Ondanks die ellendige personeelstops, die je overal ziet, moet je toch proberen steeds weer jongeren op je redactie te krijgen. Het liefst zie ik dat jongeren een jaar of tien de tijd hebben om helemaal te groeien in de cultuur van onze krant. Dat vergt het nodige bootseerwerk.”
*Sjuul Paradijs, hoofdredacteur De Telegraaf.*

“Ik behoor tot de groep die nog een traditionele scholing heeft gehad op een dagbladredactie. Je ging met een ervaren verslaggever mee naar de persconferentie van de politie en als je een straatnaam fout tikte, zei de chef: als je al geen straatnaam goed kunt opschrijven, want zal er dan van de rest van je stuk kloppen? Jongere freelancers missen dat, ze zijn na hun opleiding vaak meteen begonnen als freelancer.”
*Margriet Vroomans, freelance journalist en voorzitter sectie Freelancers.*

## Goede journalistiek heeft tijd nodig

**In de zoektocht naar journalistieke kwaliteit reisde oud-hoofdredacteur Tony van der Meulen letterlijk door het hele land en sprak met achttien kopstukken uit journalistiek, wetenschap en onderwijs. Hij stelde hen drie vragen: hoe staat het journalistieke vak erbij? Wat zou er gedaan moeten worden? En welke taak heeft de NVJ hierbij?**

Het meest verrassende gesprek vond plaats met Sjuul Paradijs, zegt Tony van der Meulen. “Deze man is dag en nacht journalist en ongelooflijk bezig met de kwaliteit van het vak. Als zoon van een bakker zegt hij dat goed brood bakken tijd kost. Ook goede journalistiek heeft tijd nodig. Paradijs zegt tien jaar nodig te hebben om mensen te kneden tot echte Telegraaf-journalisten. Dat zijn mensen die langs de afgrond durven te gaan.” Tijd, of beter gezegd, tijdgebrek was ook bij de andere geïnterviewden onderwerp van gesprek. “Er moet meer tijd komen om ons vakmanschap goed uit te voeren.,” zegt Van der Meulen.

**Scholing**

Een ander thema dat tijdens de interviews regelmatig aan de orde kwam, is het gebrek aan scholingsbeleid. Ook zijn journalisten nauwelijks in staat om

*“Wanneer zou Henk Hofland voor het laatst bijscholing hebben gevolgd?”*

te reflecteren. Ze willen stukjes tikken en hebben een hekel aan vergaderen. Nadenken over het vak is niet zo ontwikkeld. Tony van der Meulen: “De meeste geïnterviewden vinden dat scholing in de CAO moet worden

hoed en de rand weet, de diepte ingaat en het nieuws in een perspectief plaatst en duidt. Hij houdt bovendien kritische distantie en weet in interviews het midden te houden tussen vertrouwen en wantrouwen. Hij is een verteller van betrouwbare en toegankelijke verhalen. Lezers worden aange-raakt.”

**Mengvorm**

Naast dat de journalist de diepte ingaat door specialisatie, wordt hij breed in zijn vaardigheden. “De journalist schrijft stukjes, werkt mee aan documentaires en is dagvoorzitter. Waarom zouden kranten zelf geen “speakers academies” beginnen? Dat vind ik eerlijk gezegd meer aansluiten bij een krant dan reis- of wijnaanbiedingen.” De vraag is alleen of kranten überhaupt nog nodig zijn. Smit vindt van wel. “In de toekomst zullen er ook andere informatieplatforms ontstaan, afhankelijk van de behoefte van de consument. We blijven echter behoefte houden aan de krant als merk waaraan een club journalisten zich verbindt.

Ik kan me wel voorstellen dat er een soort mengvorm ontstaat van dienstverband en ondernemerschap. Bij de specialisten is een enorme behoefte aan ruimte. Ik hoop dat redacties begrijpen dat ze die ruimte moeten bieden.”

**Tablets**

Nieuwe kwalitatieve journalistiek zal volgens Smit heel hard nodig zijn omdat de manier waarop burgers hun nieuws consumeren drastisch gaat veranderen. Hij vergelijkt het met zijn eigen krantenconsumptie. Die is in de afgelopen maanden ingrijpend veranderd sinds hij twee kranten op zijn iPad leest. “Ik ben een man van papier en inkt en ik kon me niet voorstellen dat ik de krant op een apparaatje zou gaan lezen.” Na twee dagen was hij om. Totaal verliefd. “De krant is er altijd, is compleet, ik vergroot uit, de kinderen vinden het leuk, je klikt door naar beelden en fragmenten, je kunt terugzoeken.” Op dit moment zijn er 200.000 iPads verkocht in Nederland. Naar schatting zullen dit er over anderhalf jaar twee miljoen zijn en

dan heeft Smit de andere tablets niet meegerekend. Hij is ervan overtuigd dat er in 2025 geen papieren kranten meer bestaat. “Dit is geweldig nieuws. Hier wordt de uitweg geboden waar we allemaal op zaten te wachten. Ruim drie miljoen huishoudens betalen 300 euro voor een krantenabonnement. Er is een enorme bereidheid om te betalen voor informatie. The Economist-uitgever Andrew Rashbash verwacht dat volgend jaar 51 procent van zijn lezers een tablet heeft. Nu leest 95 procent het blad nog op papier, maar de mensen verwachten zelf dat dit over twee jaar nog maar 35 procent is omdat ze overstappen op de tablet. Het digitale abonnement van The Economist is niet veel goedkoper dan de printversie. Er blijft veel geld over om in goede journalistiek te stoppen.” Maar zal de consument zo radicaal overstappen van krant naar tablet? En zal de consument zijn tijd dan nog wel besteden aan het lezen van nieuws en niet aan al

het andere dat een tablet te bieden heeft? Smit’s suggestie is om een krant weliswaar dunner te maken maar de verhalen bijzonder: “Maak echt iets bijzonders. Een prachtig portret of prachtige reportage. Het spat er vanaf. De kans is groot dat je lezers aantrekt.” Hij roept redacties op om echt aan de slag te gaan. “Het vraagt om moed, maar dit is het moment. We moeten zin krijgen in morgen.”

*Jeroen Smit is hoogleraar Journalistiek aan de Faculteit der Letteren van de Rijksuniversiteit Groningen. Smit was redacteur bij Het Financieele Dagblad, chefeconomie bij het Algemeen Dagblad en hoofdredacteur van het weekblad FEM/DeWeek, voordat hij zich vestigde als freelance journalist.*



Tony van der Meulen, oud-hoofdredacteur van de NVJ, met zijn vrouw en dochter.

*Tony van der Meulen is journalist, columnist, auteur en debatleider. Tot 2008 was hij hoofdredacteur van het Brabants Dagblad. Daarvoor was hij ondermeer hoofdredacteur van De Tijd en adjunct-hoofdredacteur van Utrechts Nieuwsblad.*

#### De volledige interviews

Een aantal citaten uit de interviews zijn in deze Vak Krant opgenomen. De 18 interviews zijn ook te downloaden als pdf via www.nvj.nl. Tony van der Meulen interviewde in 2010/2011 de volgende vakmensen:

- Jo Bardoel, hoogleraar
- Alex Beishuizen, hoofdredacteur
- Irene Costera Meijer, hoogleraar
- Ives Desmet, hoofdredacteur
- Joep Dohmen, onderzoeksjournalist
- Kees Driehuis, eindredacteur
- Jean Pierre Geelen, mediareacteur
- Karin van Gilst, uitgever
- Erik van Heeswijk, hoofdredacteur
- Mart Jochemsen, hoofdredacteur
- Arendo Joustra, hoofdredacteur
- Hans Laroes, hoofdredacteur
- Sjuul Paradijs, hoofdredacteur
- Rogier Rijkers, hoofdredacteur
- Pieter Sijpersma, hoofdredacteur
- Laurens Verhagen, hoofdredacteur en Wieland van Dijk, chef redactie
- Peter de Vries, directeur
- Margriet Vroomans, freelance rtv-journalist

*“Je moet niet allerlei ontwikkelingen willen bepalen of proberen te kanaliseren, ons vak bloeit vooral door onverwachtse lieden die iets laten gebeuren. Julian Assange was er ook niet geweest als hij had moeten wachten op het keurmerk van professor Jo Bardoel.”*
*Jean-Pierre Geelen, mediareduc-teur/ tv-recensent de Volkskrant.*

De Vak Krant — 20

## Behoud de infrastructuur in de regio

**Het journalistieke platform in de regio kachelt achteruit en er komt niets moois voor in de plaats. De vraag is wat de regionale journalistiek nodig heeft. Een discussie met hoogleraren Irene Costera Meijer en Piet Bakker en hoofdredacteurs Arendo Joustra en Bart Brouwers over noodzaak, innovatie, het Luxemburg-model en hyperlokaal.**

Irene Costera Meijer: “Zodra iets waardevol en relevant voor mensen is, zijn ze bereid om ervoor te betalen. De vraag is of waardevolle journalistiek genoeg is voor het bestaansrecht van zenders of kranten. Dat hebben we gezien aan de regionale kranten. Ze zijn opgekocht, veranderd van businessmodel waardoor ze veel meer winst moesten maken dan ze konden opbrengen.”

Arendo Joustra: “Ik mag hopen dat de burger geïnformeerd blijft worden. Maar het is ook de plicht van de burger om zichzelf te informeren. En als de krant dat niet doet dan moet hij dat zelf organiseren. Het is een fact of life. De vraag is of we in Nederland overal een krant moeten hebben. Wie bepaalt dat?”

Irene Costera Meijer: “Het is te gemakkelijk om te zeggen dat de lezer dat bepaalt, we hebben aan de regionale kranten gezien dat dat maar beperkt het geval is. Maar uiteindelijk ben ik het er wel mee eens dat kranten en websites zich moeten afvragen hoe zij waardevol en relevant genoeg voor de lezer en gebruiker kunnen zijn omdat dat uiteindelijk bepalend is of ze kunnen overleven of niet.” Piet Bakker: “Ik ben er niet positief over. Het journalistieke platform in de regio kachelt op een verschrikkelijke manier achteruit. Je kunt roepen dat er iets anders voor in de plaats komt, maar dat is dus niet het geval. We hebben onderzocht of gaten die ontstonden, werden opgevuld door



Elsevier hoofdredacteur Arendo Joustra in discussie.

nieuwe media. Dat gebeurt slechts op beperkte wijze.”

Irene Costera Meijer: “Het ontbreekt aan innovatie in de lokale en regionale journalistiek. Er wordt nog erg traditioneel gewerkt. Er is behoefte aan nieuwe formules, nieuwe journalistieke vertelvormen. Ook over politiek. Lezers zitten niet te wachten op een gemeenteraadsverslag. Je moet het politieke verhaal op een andere manier vertellen, zodat het weer interessant wordt voor mensen.”

Piet Bakker: “Ik was vroeger tegen elke vorm van overheidssteun, maar ik ben om. Heel interessant is het Luxemburgse model. Daar geven ze elke krant een miljoen. Heel simpel. Ik zeg niet dat dit de oplossing is maar je kunt wel op een eenvoudige manier de infrastructuur in tact houden. Mijn grote angst is dat de infrastructuur verdwijnt. In Almere, zevende gemeente van Nederland, is geen betaalde krant. Daar ontstaat niks moois. Het is een optimistisch geloof dat er iets vanzelf ontstaat in de regio.”

## ‘We zijn bijterig bij RTL Nieuws’

**Volgens Hella Hueck kan onafhankelijke journalistiek niet beter worden gewaarborgd dan bij een commerciële omroep, zoals RTL. In de acht jaar dat ze voor de zender werkt, heeft ze nog nooit de druk van een adverteerder gevoeld. Onafhankelijkheid is een keiharde propositie voor al onze nieuwsprogramma’s.**

“Er is één vuistregel waar je je als nieuwsredactie altijd aan moet houden en dat is nooit schuiven met onderwerpen omdat je denkt daarmee reclame te kunnen verkopen. We moeten echt uitgaan van onze doelgroep en de relevantie van onderwerpen. Het klinkt misschien raar, maar zelfs de entertainmentpoot kijkt er op die manier naar. RTL maakt een programma over scheiden omdat het thema leeft in de samenleving. Het wordt niet gemaakt met de gedachte welke adverteerders daarbij passen. Ik denk dat wij heel bijterig zijn. Als ik zie hoe vaak bij een Wob-procedure inzetten – het declaratiegedrag van bestuurders, de kosten van doofpotaffaires, de

De Vak Krant — 20

### Commercie op de redactievloer?

**Janette Luichies**, voorzitter sectie Dagblad en journalist HDC Media: “Commercie op de werkvloer is niet per se slecht of een noodzakelijk kwaad, maar is een keuze. Bij het Haarlems Dagblad bijvoorbeeld maakten we een pracht van een bijlage over Godfried Bomans in opdracht van museum De Hallen. De journalistieke bijlage was niet gemaakt als De Hallen niet had betaald. We hadden de bijlage niet hoeven maken, dan was ie er simpelweg niet geweest. Misschien jammer voor De Hallen, voor de lezers en voor de journalisten die er met veel plezier aan werkten, maar echt niet onoverkomelijk. De lading van commerciële producten gaat er volgens mij vanaf als je als journalist ook de keuze hebt om mee te zeggen, want dan kan je ook je eigen grenzen stellen. Voorwaarde is wel dat je de lezer duidelijk maakt dat hij een betaald product in handen heeft en dat je geen concessies doet aan kwaliteit en betrouwbaarheid.”

“Ook bij ons in Vlaanderen zie je dat bepaalde media veel succes behalen met verkleuterig. Kwaliteitskranten behalen juist succes door iets anders te bieden. Dat maakt het definiëren van journalistieke kwaliteit zo lastig. Want de paradox is dat je commercieel succes kunt behalen door anticommercieel te zijn.”
*Yves Desmet, politiek commentator De Morgen, België.*

“Die reflectie is hard nodig. Je kunt alleen een andere keuze maken als je er een helder beeld van hebt wie en wat je zelf wilt zijn. Daarbij gaat het niet alleen over onderwerpkeus maar vooral ook over het essentiële verschil tussen goed en slecht gemaakt. Het is een onderschatting van het publiek dat alles lollig moet zijn. Ik merk dat kijkers vaak kritischer zijn dan sommige journalisten.”
*Hans Laroes, oud-hoofdredacteur Nos Nieuws.*

“Opleiding, opleiding, opleiding: daar draait het allemaal om. Er moet in ons vaak een soort education permanente komen. (...) Opleiding moet in de CAO’s worden vastgelegd. Kijk vooral eens wat ze in sommige Scandinavische landen op dit punt al hebben bereikt.”
*Erik van Heeswijk, hoofdredacteur VPRO Digitaal.*

“Al die verhalen dat de kwaliteit achteruit gaat door de snelheid vind ik onzin. Iedere tijd heeft zijn eigen snelheid. Toen de boodschapper van Marathon naar Athene rende, zullen ook allerlei mensen geroepen hebben dat hij ongezonder hard liep. De correcties zijn tegenwoordig net zo snel als het nieuws zelf, de snelheid is dus niet het probleem.”
*Arendo Joustra, hoofdredacteur Elsevier.*

Hella Hueck werkt bij RTL Nieuws en RTL Z. Hueck bekleedde na haar studie rechten zowel commerciële als marketingfuncties. In 2003 gooide ze het roer om en begon een studie journalistiek.



## 'De ideale journalist kent zijn lezer'

**Hans Nijenhuis**, uitgever NRC Media: "De hoofdredacteur moet natuurlijk primair zijn journalistieke vak uitoefenen. Hij hoeft zijn vakmanschap niet te verdedigen als zijn krant tenminste wordt uitgegeven door een gezond mediabedrijf. In zo'n bedrijf begrijpt iedereen namelijk dat goede journalistiek de basis is van het businessmodel. Bij het journalistieke vak van de hoofdredacteur hoort niet het denken aan commerciële kansen – al hoeft hij zijn ideeën niet voor zich te houden. Maar de hoofdredacteur zou geen knip voor de neus waard zijn als hij niet elke dag, nee elk uur zou denken aan diegenen voor wie hij de krant maakt. En dat geldt voor zijn collega-redacteuren ook. Als journalistiek behalve onafhankelijk van de adverteerder ook nog onafhankelijk van de lezer wordt, dan ontstaat een krant die alleen nog voor de journalist zelf interessant is. Kortom: de ideale journalist kent zijn lezer en verleidt hem elke dag met onthullende, duidende en verrassende journalistiek, waardoor de lezer de wereld weer een beetje meer onder controle krijgt."

## Overheidsteun als stimulans voor de journalistiek?

**Frank van Vree**, hoogleraar journalistiek en cultuur: "Er valt veel voor te zeggen om serieuze journalistiek in uiteenlopende media als een publieke voorziening te zien. Dat is niet iets nieuws: niet alleen de bemoeienis met de omroep - in de vorm van eisen ten aanzien van de inhoud, toegankelijkheid en diversiteit -, maar ook bijvoorbeeld de fiscale voordelen voor kranten, zoals die in verschillende landen bestaan, getuigen daarvan. De revolutionaire veranderingen in de productie, distributie en consumptie vereisen dat de professionele journalistiek zich opnieuw positioneert, zich opnieuw uitvindt. De overheid zou daarbij een stimulerende rol kunnen vervullen, niet in de vorm van een soort 'industriepolitiek' voor de media als sector, maar in de vorm van ondersteuning van journalistieke activiteiten die van betekenis kunnen zijn voor zowel de innovatie als de instandhouding van de professionele journalistiek."

### Colofon

De Vak Krant 2011 is een uitgave van de NVJ naar aanleiding van de Conferentie over Journalistiek Vakmanschap die op 1 december 2011 in Hilversum werd gehouden.

Teksten Connie Wiering  
Eindredactie Andrea von der Möhlen  
Vormgeving Winny de Jong  
Fotografie Erik van der Burgt

Drukwerk Dijkman Offset  
Oplage 9600

**NVJ** Nederlandse Vereniging van Journalisten

## Jan Marijnissen: 'Ik ben wie ik ben, dankzij de journalistiek'

**De burger dient goed geïnformeerd te worden in de democratie. Daarom is er geen principieel verschil tussen het journalistiek bedrijven met overheidsmiddelen en het journalistiek bedrijven zonder. Aldus Jan Marijnissen. Hij noemt het een vorm van debiliseren als in landen de journalistiek uit het dagelijkse leven verdwijnt. "Een democratie heeft de plicht om haar burgers te wijzen op het belang van kritische journalistiek."**

Jan Marijnissen sprak in de afgelopen jaren veel met journalisten over de kwaliteit van de journalistiek en daarmee ook over de kwaliteit van de politiek. Goede journalistiek ligt hem na aan het hart. "In mijn persoonlijke en politieke ontwikkeling heb ik veel te danken aan de journalistiek. Ik ben wie ik ben, dankzij de journalistiek. Het overgrote deel van de Kamervragen is gebaseerd op de pennevruchten van journalisten. "De lifeline die politici hebben naar de werkelijke wereld bestaat voor het overgrote deel uit de producties van journalisten."

### U pleit ervoor om het taboe op overheidssteun aan kwaliteitsjournalistiek te doorbreken.

"Er is geen principieel verschil tussen het journalistiek bedrijven op radio en televisie met overheidsmiddelen gestimuleerd en de maatschappelijk functie van kwaliteitsjournalistiek op papier. Als de uitkomst is dat we over tien jaar geen kwaliteitsjournalistiek meer hebben in Nederland, dan is dat een drama voor de democratie en de samenleving. Als we kunnen worden verlost uit die ellende door iedereen een iPad te geven, dan zou ik tegen de overheid

### Hoofdredacteurs vs. uitgevers

**Jacques Kuyl**, algemeen directeur FD Mediagroep, voorzitter NDP: "Niet alleen de hoofdredacteur wordt ondernemender, ook de uitgever. Een goede hoofdredacteur weet heel erg goed wie zijn primaire doelgroep is en welk journalistiek product daarbij hoort. Een goede uitgever is in staat om binnen alle journalistieke wetten het commerciële spel te spelen. Ik vind dat hoofdredacteur en uitgever begrip moeten hebben voor elkaars expertise. Je ziet ontwikkelingen waarbij de hoofdredacteur ook algemeen directeur of uitgever wordt. Dat stelt nieuwe eisen aan de journalistieke organisatie. De ontwikkelingen op lezers- en advertentiemarkt dwingen de hoofdredacteur/uitgever ertoe om nieuwe vormen te vinden. Journalistieke onafhankelijkheid staat altijd voorop, dat is het beginpunt en van daaruit kun je alles organiseren. Een hoofdredacteur die echter geen aansluiting heeft bij commerciële kansen, raakt over het algemeen geïsoleerd in het spel rondom de besturing van zijn titel."



willen zeggen: geef iedereen zo'n iPad. Journalistiek is geen waarde-vrije bedoening. De burger dient goed geïnformeerd te worden in de democratie. Waarop kan hij iemand vertrouwen? Waarop moet

*"Waarheidsvinding met betrekking tot het functioneren van de democratie of het bedrijfsleven, is inherent aan het journalist zijn"*

hij stemmen? Dat zal de journalistiek voor zijn rekening moeten nemen met hoor en wederhoor en alles wat er bij hoort. Dat is onmisbaar in een beschaafd land als Nederland. Ik heb ooit een confrontatie gehad met studenten in Utrecht. Ik vertelde dat journalistiek een ambacht is dat samenhangt met de roeping die journalisten hebben. Het merendeel van die studenten haakte af. Maar uit de grond van mijn hart vind ik dat journalistiek meer dan een vak alleen is, je moet er alles voor willen doen. Je moet de waarheid boven water willen krijgen. Dankzij de journalistiek weten we meer."

### 'Journalisten: recht is meer dan strafrecht'

**Sjoukje Rullmann**, voorzieningenrechter Amsterdam: "De verbaalslag van een zitting of van een vonnis naar de samenleving moet voor een deel door de journalistiek worden gedaan. Hoe genuanceerd een vonnis ook kan zijn, als de essentie onjuist wordt weergegeven doet dat de uitspraak en daarmee het recht ernstig te kort. Steeds vaker zien wij dat wanneer een zaak nog onder de rechter is, er in de media al op de uitspraak vooruit wordt gelopen. Het is de vraag of daardoor een juist beeld van het recht wordt gegeven. Vanuit de journalistiek is veel belangstelling voor geruchtmakende zaken waar bekende Nederlanders bij betrokken zijn. Voor zaken waar principiële rechtsvragen aan de orde zijn en waarvan de uitspraak grote gevolgen kan hebben voor heel veel Nederlanders heeft slechts een beperkt aantal journalisten belangstelling. Soms wordt uit het oog verloren dat het recht meer is dan strafrecht alleen en juist in civiele en bestuursrechtelijke zaken baanbrekende beslissingen worden genomen."

"Het gaat mij erom dat de infrastructuur behouden blijft. Sociale media zijn geen compensatie daarvoor. Kijk naar de Verenigde Staten en Groot-Brittannië waar de journalistiek steeds meer uit

*"De lifeline die politici hebben naar de werkelijke wereld bestaat voor het overgrote deel uit de producties van journalisten."*

het dagelijkse leven verdwijnt. Mensen zijn in Amerika aangewezen op Fox News. Je kunt zeggen dat het hun eigen schuld is, maar de debilisering wordt zo wel heel erg bevorderd. In een democratie heeft de politiek de plicht burgers te wijzen op het belang van kritische journalistiek."

Jan Marijnissen was sinds 1994 namens de Socialistische Partij lid van de Tweede Kamer tot juni 2010. Sinds 1988 is hij partijvoorzitter van de SP, tevens was hij fractievoorzitter in het parlement en de politiek leider van zijn partij.

"Iedereen kan zich journalist noemen, er komen steeds meer bloggers en burgerjournalisten. Maar ook steeds meer informatie die gestuurd wordt door voorlichters van bedrijven en overheden. Daarom moet het publiek duidelijkheid hebben over de gekwalificeerde professie. Iemand die Mensendiecktherapie geeft heeft een schildje op de deur, zodat je weet waar je aan toe bent. De NVJ moet de club willen zijn van de keurslagers van de journalistiek." *Jo Bardoel, hoogleraar Radboud Universiteit Nijmegen; hoofddocent UvA.*

### 'Vakmanschap leer je in de praktijk'



Ook Vers in de Pers leden bezochten de conferentie Journalistiek Vakmanschap.

**Jisca Cohen**, voorzitter van de studenten- en starterssectie Vers in de Pers en freelance journalist: "Ik denk dat jonge journalisten anders naar sommige ontwikkelingen kijken, zoals het gebruik van social media. Ze zijn opgegroeid met de digitale wereld. Maar als het gaat om echte journalistieke waarden, stellen we dezelfde eisen aan journalistiek vakmanschap. Helaas worden veel jonge journalisten niet meer

op de werkvloer opgeleid omdat ze noodgedwongen als freelancer moeten beginnen. Op de opleiding leer je basisvaardigheden, maar het vakmanschap leer je in de praktijk. Ik hoop dat er een manier gevonden wordt dat de gevestigde journalisten de jonge journalisten meenemen. Het is goed om met elkaar te sparren en van elkaar te leren. Ik denk dat er veel mogelijkheden zijn om dat soort netwerken te faciliteren."