

KIM Essay

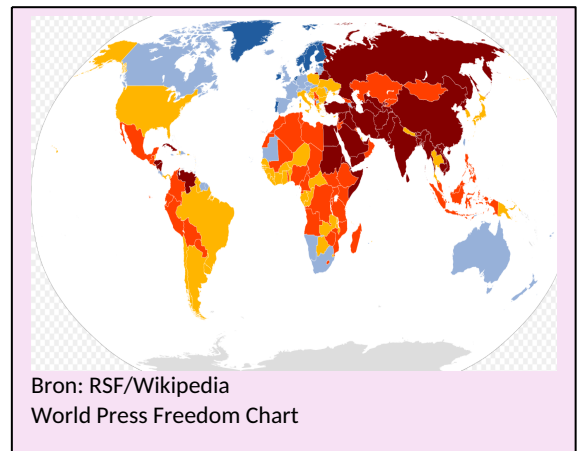
Het journalistieke model is aan vervanging toe

Nico Drok¹

Het KIM Forum voor Reflectie op Journalistiek heeft als doel het bevorderen van bezinning op de democratische rol van de journalistiek in de lokale, regionale, landelijke en internationale samenleving. Daaraan is groeiende behoefte, want zowel democratie als journalistiek hebben het moeilijk.

Recentelijk meldde *The Economist* over de jaarlijkse wereldindex voor democratie dat *'the state of democracy is at its lowest point since the index began.'* In veel landen daalt het vertrouwen in de democratie en haar instituties. Dat geldt voor alle leeftijdsgroepen, maar zeker ook voor jongeren. Een onderzoek van de universiteit van Cambridge² geeft aan dat *"young people's faith in democratic politics is lower than any other age group."* Daar komt bij dat het onder de huidige generatie jongeren ook nog eens lager is dan voor alle eerdere generaties. De toekomst van de democratie staat onder druk.

Op wereldniveau lijken autocratieën en theocratieën terrein te winnen.³ Tegelijkertijd bestaat in het overgrote deel van de wereld zo goed als geen persvrijheid. Maar ook in de gebieden waar wel waarde aan een vrije pers wordt gehecht, wordt het er volgens *Reporters Sans Frontières* over het geheel genomen niet beter op. Zo is bijvoorbeeld de persvrijheidsindex in Nederland in de laatste tien jaren gedaald van 93.5 in 2014 naar 87.7 in 2024. Dit soort dalingen zijn ook elders te zien. Ook de toekomst van de journalistiek is niet vanzelfsprekend rooskleuring.⁴



De maatschappelijke onvrede die in veel Europese landen waarneembaar is, richt zich voor een deel op de media. De Europese Omroepunie EBU schrijft in dit verband: '*Populist movements portray media as an enemy, run by elites*'. Te veel Europese journalisten ervaren toegenomen onveiligheid, aan den lijve. In Nederland moest de NOS daarom op enig moment zelfs haar logo afplakken. En in Duitsland kwam dook 90 jaar de term *Lügenpresse* weer op. Die term werd in de jaren '30 door de Nazi's in omloop gebracht, uiteraard met de bedoeling om de onafhankelijke journalistiek in diskrediet te brengen.

De journalistiek kent ook moeilijkheden die minder extreem zijn, maar die op de langere termijn toch ook ernstige gevolgen kunnen hebben. Het jaarlijkse Digital News Report van Reuters/Oxford vat deze moeilijkheden als volgt samen: de interesse in nieuws daalt, bewuste nieuwsvermijding neemt toe, vertrouwen in de journalistiek is verre van vanzelfsprekend, meer mensen zijn volledig afgehaakt. Dat klinkt nou niet direct als de schets van een toekomstbestendige professie. Het lijkt erop of het oude, vertrouwde journalistieke model niet zo goed meer werkt.

“Journalism is facing a crisis of survival. And lack of clarity about the purpose of journalism lies at the centre of that crisis.”

Kruispunt

Er is dus alle aanleiding voor bezinning. De journalistiek is aangekomen op een kruispunt: moet alle geld en energie worden gestoken in de volledige verhuizing naar digitaal en kan daarna gewoon weer verder worden gegaan met *business as usual*? Of is het noodzakelijk om verdergaand te innoveren en nieuwe wegen in te slaan? Zijn aanpassingen in de sfeer van de technologische en financiële *middelen* toereikend, of is het nodig om juist het *doel* van de journalistiek bij te stellen?

In de laatste versie van hun standaardwerk 'The elements of journalism' bepleiten Kovach and Rosenstiel dat laatste. Zij stellen onomwonden: "*Journalism is facing a crisis of survival. And lack of clarity about the purpose of journalism lies at the centre of that crisis*" (2021, p. xi). Daarmee sluiten zij aan bij de stroom van recente studies met titels als : *redefining journalism, rethinking journalism, rebuilding journalism, reconstructing journalism, reinventing journalism, reconsidering journalism*.⁵

De strekking van die publicaties is duidelijk: doorgaan op de weg van *business as usual* lijkt voor de journalistiek geen verstandige optie. Er is beduidend meer nodig dan oude journalistieke wijn in nieuwe digitale zakken. Op het World News Media Congress in Zaragoza

was de hoofdvraag dan ook: “How do we *reset* journalism?” Voor alle duidelijkheid: dat gaat verder dan kijken hoe je TikTok kunt inpassen.

‘*Resetten*’ begint met de fundamentele vraag wat we in de context van de netwerksamenleving onder ‘journalistiek’ zouden moeten verstaan. Die vraag is niet eenvoudig te beantwoorden, maar we hebben een bruikbaar startpunt. Vlak na de Tweede Wereldoorlog, toen er ook alle aanleiding was voor een grondige bezinning op de democratische rol van de journalistiek, publiceerde de Hutchinscommissie haar beroemde rapport ‘*A free and responsible press*’ over de maatschappelijke verantwoordelijkheid van de pers. Zij formuleerde als taak voor de journalistiek: ‘*Guaranteeing a truthful, comprehensive and intelligent account of the day’s events in a context which gives them meaning*’. Daarmee waren enkele belangrijke professionele piketpalen geslagen.

Definitie

Natuurlijk hebben de ontwikkelingen sindsdien niet stilgestaan. De rode draad is dat de maatschappelijke informatievoorziening fors is uitgebreid en zowel een stuk veelsoortiger als diffuser is geworden, met het enorme veld aan sociale media als laatste aanwinst. De term ‘journalistiek’ is in dat hele proces steeds wat verder opgerekt en verwaterd geraakt. Zelfs zo dat uiteindelijk hier en daar de professionele handdoek in de ring werd gegooid, onder het motto: ‘iedereen is tegenwoordig journalist’.

Er zijn in de loop van de tijd zoveel grijze gebieden in het vak geslopen, dat het inderdaad erg lastig is geworden om ‘journalistiek’ te onderscheiden van de vele andere

Wat zou professionele journalisten moeten onderscheiden van goed- of kwaadwillende amateurs?

vormen van ‘publiek maken’. In zijn boek ‘*News, and how to use it*’ verzucht Alan Rusbridger dat we het misschien niet eens meer moeten proberen. ‘*If something is so hard to define, perhaps it’s best not to try*’. Maar tegelijkertijd constateert ook hij dat we zijn aangeland in een ‘*existential*

crisis for the news industry’. Niet eens meer proberen om af te bakenen wat we onder journalistiek willen verstaan, lijkt dan niet de aangewezen weg.

Integendeel, met het oog op de langere termijn zouden we het juist vaker en vooral veel explicieter moeten hebben over hoe we ‘journalistiek’ willen definiëren. Over de vraag of we vinden dat journalistiek principieel verschilt van amusement, literatuur, propaganda of pr. Of hybridisering van de journalistiek wel moet worden toegejuicht. Of onze nieuwswaarden nog wel bij de tijd zijn. Of en hoe professionele journalisten zich zouden moeten onderscheiden van goed- of kwaadwillende amateurs, influencers of activisten. Of we bindende afspraken over professionele waarheidsvinding en verificatie zouden moeten

maken. Met als overkoepelende vraag: wat is in de 21^e -eeuwse netwerksamenleving eigenlijk nog het *doel* van professionele journalistiek?

Drie P's

Proberen om te midden van de stijgende zee aan ongeverifieerde informatie, ongefundeerde opinie, onbeduidende infotainment en ongefilterde *juice* een herkenbare, afgebakende positie te bepalen voor gedegen journalistiek lijkt geen overbodige luxe. In de recente Reuters-studie '*Avoiding the news*' bevelen de auteurs aan om terug te keren naar professionele standaarden.⁶ In de kern gaat het volgens hen om '*accurate reporting that holds power to account, independent from undue commercial and political influence*'. Zo'n back to basics strategie is – na vele jaren van oprekken, mengen en vervagen – een onmisbare eerste stap.

Daarnaast is het nodig om stevig in te zetten op verdieping. Meer onderzoeksjournalistiek, verificatie en context, maar aangevuld met drie belangrijke elementen die de toegevoegde waarde van journalistiek voor de gebruikers kunnen vergroten: de drie P's.

Ten eerste: Perspectief bieden. Dat wil zeggen: het niet laten bij een beschrijving van enkel problemen of mislukkingen, maar ook informatie geven over mogelijke oplossingen en oplossingsrichtingen. In samenhang daarmee nieuwe wegen zoeken om vraagstukken van de langere termijn te behandelen, ook als er geen incident of conflict voorhanden is om als kapstok te dienen. De professionele journalistiek zal zich sowieso meer op de langzame vormen van journalistiek moeten toeleggen, al was het maar omdat een groeiend deel van de snelle en routinematige nieuwsproductie onvermijdelijk zal worden overgenomen door algoritmen en amateurs. Meer aandacht voor het bieden van perspectief leidt tot een verdere verschuiving in het werk van journalisten. Minder gericht op het vijftal *wie, wat, waar, wanneer en hoe?* Meer gericht op het duo *waarom en wat nu?*

Minder gericht op het vijftal *wie, wat, waar, wanneer en hoe?* Meer gericht op het duo *waarom en wat nu?*

Ten tweede: Perspectieven bieden. De werkelijkheid is niet zwart/wit, maar kent vele grijzen, en zelfs vele kleuren. Toch is dat lang niet altijd het beeld dat nieuwsmedia scheppen. De journalistieke fixatie op tegenstellingen en uitersten is nogal hardnekkig, maar echt te eenzijdig en het bewijst de democratische samenleving momenteel geen goede dienst. Een grotere verscheidenheid in gezichtspunten en nuances is dringend gewenst. Bovendien maakt de aanwezigheid van uiteenlopende perspectieven de journalistiek niet alleen

relevanter en interessanter, maar tevens geloofwaardiger. Het systematisch weergeven van een bredere variatie aan perspectieven kan een basis voor vertrouwen bieden, als duurzaam alternatief voor de inmiddels als ongeloofwaardig ervaren claim dat het journalistieke proces een objectieve weergave van de werkelijkheid oplevert.

Ten derde: Publiekgericht werken. De zendergerichtheid van de journalistiek moet in de netwerksamenleving verder plaats maken voor interactiviteit. Het publiek zou op structurele basis sterker betrokken kunnen worden in de keuze voor onderwerpen en invalshoeken. Van bolwerk naar netwerk. Publiekgericht werken betekent niet alleen beter luisteren, maar ook op zoek gaan naar vormen van samenwerken. Met individuele burgers, maar ook met associaties uit de civil society. Het basisprincipe is dialoog, dus tweerichtingsverkeer in plaats van eenrichtingsverkeer. Zo'n coöperatieve attitude kan trouwens ook samenwerking met andere nieuwsmedia bevorderen, wat de journalistieke armslag in tijden van teruglopende middelen behoorlijk kan vergroten en kan helpen een definitief einde te maken aan de hardnekkige competitie-mythe die her en der nieuwsmedia in haar verlamdende greep houdt.

Financiering

De bottom-line bij elk voorstel voor journalistieke vernieuwing is: hoe financieren we dit? Verdiepende journalistiek is kostbare journalistiek, zeker met inbegrip van de drie P's. Voor de financiering van professionele journalistiek bestaan in beginsel vier potentiële bronnen: de gebruiker, de adverteerder, de filantroop en de belastingbetaler. Elk van die bronnen kent beperkingen.

De vraag is of professionele journalistiek beschikbaar kan blijven voor brede lagen van de bevolking.

De bijdrage van de *gebruiker* (abonnement, losse verkoop) is altijd een hoofdbron geweest, met name in de printsector. De afgelopen kwarteeuw is deze bron in een groot deel van de nieuwsindustrie

fors gekrompen. De vraag is of professionele journalistiek – van landelijk tot lokaal – beschikbaar kan blijven voor brede lagen van de bevolking, of dat het onvermijdelijk een eliteproduct wordt. Die vraag zal de komende jaren steeds zwaarder gaan wegen, omdat de afnemende relevantie van de gangbare journalistiek het sterkst wordt ervaren door jongeren en migranten: uitgerekend de groepen die de nieuwe aanwas van de samenleving vormen. In die groepen is de bereidheid om te *betalen* voor nieuws dan ook erg gering.

Door het moeizame bereik, de opkomst van het internet en de grote groei van de sociale media, heeft een deel van de *adverteerders* zich uit de klassieke media teruggetrokken. Adverteren op digitale nieuwsplatforms van gerenommeerde nieuwsmerken komt daarvoor gedeeltelijk in de plaats, zeker als de adverteerder welgestelde, hoog

opgeleide publiekssegmenten wil bereiken. Maar voor een ander deel is de advertentiemarkt versplinterd geraakt en lijken bepaalde lucratieve categorieën (bijvoorbeeld personeelsadvertenties, mini's) voor de gevestigde nieuwsmedia vrijwel verloren. De slag om de adverteerder is bovendien vaak een slag om aandacht ('eyeballs') en dat werkt bepaald niet altijd in het voordeel van serieuze journalistiek.

De mogelijkheden van *filantropie* (miljardairs, crowdfunding) blijken beperkt in Nederland en bieden geen bruikbaar model om een duurzame toekomst voor de gehele professionele journalistiek te waarborgen. Dat geldt ook voor het lidmaatschapsmodel, waar enige tijd veel van werd verwacht, maar dat eigenlijk alleen geschikt blijkt voor nicheproducten met een voldoende koopkrachtige en gemotiveerde doelgroep. Om voor alle lagen van de bevolking kwalitatief goede journalistiek beschikbaar te houden, lijkt *filantropie* niet het aangewezen voertuig.

Merit good

De *belastingbetaler* zou een geschikte bron kunnen zijn om landelijke, regionale en lokale kwaliteitsjournalistiek – ongeacht platform – voor de hele samenleving te garanderen. De journalistiek behoort immers tot de maatschappelijke instituties die onmisbaar zijn voor het functioneren van een democratische samenleving en rechtsstaat. In zijn rapport over journalistiek in een veranderend medialandschap formuleerde de toenmalige Raad voor Maatschappelijke Ontwikkeling dit als volgt: “*Journalistiek draagt bij aan de stabiliteit van de democratische gemeenschap door het verschaffen van informatie die nodig is voor de invulling van democratisch burgerschap.*”

Maar er is meer. Naast informatieverschaffing vervult de journalistiek verschillende andere voor een democratie onmisbare taken, zoals het signaleren van maatschappelijke trends, het stimuleren van een open en ordelijk publiek debat, het onthullen van misstanden, het toetsen van beleid en het controleren van machthebbers. Daarnaast kan zij belangrijk bijdragen aan de vorming van een gevoel van verbondenheid en identiteit. Dat zou voldoende aanleiding kunnen zijn om serieuze journalistiek als een *merit good* te beschouwen, net zoals bijvoorbeeld bibliotheken, de rechtspraak of de brandweer. Dat zijn goederen of diensten die van groot belang zijn voor de samenleving, maar die door de markt niet (meer) adequaat kunnen worden voortgebracht.

Het thema van publieke financiering zal urgent en actueel blijven.

Vooralsnog lijkt echter ook uit deze bron geen grote groei te verwachten. Publieke financiering van nieuwsmedia staat tegenwoordig in diverse Europese landen onder druk, inmiddels ook in Nederland. Toch is daarmee de gedachtevorming over publieke financiering

– van een wezenlijk element van de democratische rechtstaat – nog niet beëindigd. Sterker nog, nu het massamediamodel verandert in een netwerkmodel, de nieuwsproductie commercieel gezien in de laatste fase van de productcyclus is aangeland, digitalisering het institutionele onderscheid omroep/pers steeds minder relevant maakt, commerciële technologie-reuzen de productie van valse informatie niet kunnen of willen tegenhouden, zal het thema van publieke financiering urgent en actueel blijven. Dwars door de politieke conjunctuur heen.

Waardevol

De centrale vraag is: wanneer is journalistiek *waardevol* voor burgers?

De crisis in de journalistiek, zei de Amerikaanse hoogleraar Jay Rosen, is in diepste wezen een crisis in burgerschap. Daar zit een grote kern van waarheid in. Uiteindelijk is de belangrijkste bondgenoot voor de journalistiek niet de consument, maar de burger, als potentiële actor in een democratische gemeenschap. De grote uitdaging voor de middellange termijn is de betrokkenheid van burgers bij de samenleving en bij de journalistiek te versterken. De centrale vraag daarbij is niet: hoe kunnen we burgers *bereiken*; dat is meer een marketingvraag. De centrale vraag is: wat kunnen we voor burgers *betekenen*? Wanneer is journalistiek voor hen *waardevol*?⁷ Dat vraagt nog heel wat onderzoek, reflectie en discussie, maar het bieden van perspectief, het toevoegen van perspectieven en het werken vanuit een publiekgerichte houding, lijken essentiële ingrediënten.

Honderdtwintig jaar geleden schreef Joseph Pulitzer de beroemd geworden woorden: *'Democratie en pers staan of vallen hand in hand. Een op de publieke zaak gerichte pers is hard nodig om een democratische cultuur in stand te houden. Een cynische pers daarentegen maakt het publiek uiteindelijk net zo platvloers als zichzelf. De kracht om de democratische gemeenschap vorm te geven, ligt in de handen van journalisten'*.⁸ Het KIM Forum voor Reflectie op Journalistiek zal zich in de komende jaren met grote energie blijven inzetten voor het bevorderen van bezinning op de democratische rol van de journalistiek.

¹ Nico Drok is voorzitter van het KIM. Voor dit essay op persoonlijke titel is gebruik gemaakt van eerdere publicaties van zijn hand.

² <https://www.cam.ac.uk/stories/youthanddemocracy>

³ Van de totale wereldbevolking leeft minder dan 8% in wat in de index een 'volwaardige democratie' heet.

⁴ <https://rsf.org/en/index>

⁵ Zie bijvoorbeeld:

- Johnson, P. & Punnett, I. (2022). *Redefining Journalism in an Age of Technological Advancements, Changing Demographics, and Social Issues*. Hershey: IGI Global.
- Peters C and Broersma M (eds.) (2017). *Rethinking Journalism Again. Societal role and public relevance in a digital age*. Oxon/New York: Routledge.
- Anderson, C.W. (2013). *Rebuilding the news: Metropolitan journalism in the digital age*. Philadelphia: Temple University Press.
- Downie Jr., L. and Schudson, M. (2010). *The reconstruction of American journalism*. New York: Columbia Journalism Review.
- Waisbord, S. (2013). *Reinventing Professionalism; Journalism and News in Global Perspective*. Malden (MA): Polity Press.
- Alexander, J.C., Breese, E.B. and Luengo, M. (2016). *The crisis of journalism reconsidered. Democratic Culture, Professional Codes, Digital Future*. New York: Cambridge University Press.

⁶ Toff, B., Palmer, R. & Nielsen, R.K. (2023), *Avoiding the News: Reluctant Audiences for Journalism*. New York: Columbia University Press.

⁷ Costera Meijer, I., and H. P. Bijleveld. 2016. "Valuable Journalism: Measuring News Quality from a User's Perspective." *Journalism Studies* 17 (7): 827-839.

⁸ Naar een tekst die onder meer te vinden op een plaquette in de hal van "zijn" school voor journalistiek aan de Columbia University in New York:

