

# **JOEPIE! IK WORD JOURNALIST!**

**Heeft de nieuwe generatie journalisten tien nieuwe geboden nodig?**

**Niels van Arkel, J2C**

PAPER Professionele Journalistiek | Karlijn Goossen (GSS)

## Inhoudsopgave

<b>INLEIDING</b> .....	<b>1</b>
<b>DE TIEN GEBODEN: WAAR LEEFT EEN JOURNALIST VOOR?</b> .....	<b>2</b>
DE EERSTE Plicht VAN DE JOURNALISTIEK IS DE WAARHEID .....	2
DE EERSTE LOYALITEIT VAN DE JOURNALISTIEK IS DIE AAN DE BURGERS .....	3
DE ESSENTIE VAN JOURNALISTIEK IS EEN DISCIPLINE VAN VERIFICATIE .....	4
JOURNALISTEN MOETEN HUN ONAFHANKELIJKHEID KUNNEN BEHOUDEN VAN WIE ZIJ COVEREN .....	4
JOURNALISTEN MOETEN EEN APART, ONAFHANKELIJK MACHTSBLOK VORMEN.....	5
JOURNALISTIEK MOET EEN PUBLIEK FORUM VOOR KRITIEK EN COMPROMIS KUNNEN CREËREN .....	5
JOURNALISTIEK MOET HET BELANGRIJKE IN DE SAMENLEVING INTERESSANT EN RELEVANT MAKEN.....	6
JOURNALISTIEK MOET HET NIEUWS BEPERKT, BEGRIJPELIJK EN BINNEN PROPORTIES KUNNEN HOUDEN .....	6
JOURNALISTEN HEBBEN DE Plicht TE Blijven werken aan hun persoonlijke doelen, ethiek en verantwoordelijkheden.....	7
BURGERS ZIJN DE SLEUTEL NAAR HET WERK VAN DE JOURNALISTIEK, HEBBEN ZOWEL RECHTEN ALS Plichten IN DE JOURNALISTIEK.....	7
<b>DE DRIE UITDAGINGEN VOOR DE 'NIEUWE' JOURNALIST</b> .....	<b>7</b>
1 HOE WEERLEGT DE ONDERNEMER IN DE JOURNALIST HAAR EIGEN ZONDIGINGEN OP DE TIEN GEBODEN VOOR JOURNALISTEN? (LEURDIJK, P. 21) .....	7
2 KUNNEN VERDIENMODELLEN DIE TEGEN DE TIEN GEBODEN ZIJN, JOURNALISTIEK Blijven bedrijven? (LEURDIJK, P.43).....	8
3 WORDT DE MODERNE GENERATIE JOURNALISTEN OPGELEID TOT EEN ANDER SOORT JOURNALIST? (LEURDIJK, P. 25, 27, 33) .....	8

## INLEIDING

De huidige generatie topjournalisten zit al een tijd in het vak. Zij hebben al heel wat meegemaakt, denken er ook velen. Maar zij hebben volgens anderen juist niets meegemaakt. De volgende generatie topjournalisten, die krijgen het pas moeilijk. De huidige starters of studenten Journalistiek hebben de onzekerste toekomst van alle journalisten die ooit zijn opgeleid. De lezer heeft haar vertrouwen verloren, willen niet meer voor journalisten betalen als zij ook gratis kunnen lezen. Dat vraagt volgens veel Nederlandse en internationale journalistiek opleidingen om een nieuwe aanpak, een nieuw 'curriculum', om maar in onderwijstermen te spreken. Er is meer aandacht voor de 'entrepreneurial journalist', in begrijpelijke taal: de ondernemende journalist. Om te kunnen overleven, moet je kunnen ondernemen. Ook als onafhankelijk journalist.

En daar ligt hem de uitdaging. Al noem ik het liever een echt 'probleem'. In de Bijbel, de Koran en de Thora staan ze, maar ook de 'Elements of Journalism' van Farizeeër Kovacs en Schriftgeleerde Rosenstiel bevat de heilige 'geboden', net als in de

christelijke Bijbel tien stuks. En op elke school, de Christelijke Hogeschool Ede inclus, worden deze tien geboden aanbeden. En lees je eens goed in deze geboden, hoor je snel dat ze vaak in strijd zijn met ondernemers en hun idealen. In hoeverre kan er dan sprake zijn van ondernemende journalisten? Ik neem een duik in de wereld van ondernemen en de journalistiek van de Farizeeër en de Schriftgeleerde uit de Verenigde Staten.

## DE TIEN GEBODEN: WAAR LEEFT EEN JOURNALIST VOOR?

Dan moeten we toch maar even weten wat die tien geboden nu precies zijn. Wat wordt er zoal gepredikt op de opleidingen journalistiek? 'The Elements of Journalism' is een absolute must voor iedereen die zich van binnen een klein beetje journalist voelt. Eerlijkheid gebied te zeggen dat dit een uitspraak van mij kan zijn. Het boek is goed, staat bomvol praktijkvoorbeeld en is elk zilverstuk dubbel en dwars waard. Interessant vond ik het dus ook om die tien geboden eens wat beter uit te diepen.

### De eerste plicht van de journalistiek is de waarheid

Grote woorden, voor zo'n boekje. De waarheid is het allerbelangrijkste voor een journalist. Het publiek, de lezer, de kijker, de luisteraar moet natuurlijk wel weten wat het echte verhaal is. Toch is het vaak maar de vraag of de journalisten de waarheid spreken. Dit om een aantal redenen:

1. Wat gebruikt de journalist als bronmateriaal? Vaak ontbreekt de openheid van zaken bij veel journalisten. Vaak weet het publiek niet wat zijn of haar directe bronnen zijn, of dat er een dubbelcheck heeft plaatsgevonden, enzovoorts.
2. Welke keuzes maakt een journalist om het verhaal kracht bij te zetten? Een praktijkvoorbeeld: Christiane Amanpour was in 2016 te gast bij Twan Huys' College Tour<sup>1</sup>. Tijdens een pleidooi over waarheid en betrokkenheid in de journalistiek gebruikte zij de roemruchte foto (zie bijlage 1.1) van het Servische vernietigingskamp, die tot veel discussie leidde omdat hij gemaakt bleek te zijn onder onjuiste omstandigheden. Waarom gebruikt Amanpour een foto waarvan bekend is dat hij berucht is, om haar punt over journalistieke waarheid te maken? Waarom lijken zowel Amanpour als de 'journalistieke' host Huys hier een feit te verzwijgen? Het is iets wat vaker gebeurt, en wat bij veel mensen verkeerd valt.
3. Geloof de journalist nog wel in zichzelf? In 2018 schreef oud Amerikacorrespondent Charles Groenhuijsen nog over de veranderende definitie van nieuws<sup>2</sup> Hij bepleit en keurt de eentonigheid van het nieuws af: "Veel journalisten zijn geneigd een zwart beeld van de werkelijkheid te schetsen. Zij beschrijven de halve waarheid en zelfs minder, want in veel opzichten gaat het goed met de wereld." Is het echt zo zwart-wit? Dan zou ik toch niet weten

---

<sup>1</sup> The Post Online (2017) 'CNN-journalist Christiane Amanpour baseert pleidooi voor waarheid op nepfoto'. Gevonden op <http://media.tpo.nl/2017/05/13/cnn-journalist-christiane-amanpour-baseert-pleidooi-voor-waarheid-op-nepfoto/>

<sup>2</sup> De Volkskrant (2018) 'Charles Groenhuijsen veranderde van standpunt over wat nieuws is: 'Veel journalisten beschrijven de halve waarheid''. Gevonden op <https://beta.volkskrant.nl/cultuur-media/charles-groenhuijsen-veranderde-van-standpunt-over-wat-nieuws-is-veel-journalisten-beschrijven-de-halve-waarheid~b1cfd5a7/>

waarom wij als journalisten nog in onze eigen waarheidsgetrouwheid moeten geloven.

Misschien is het niet zo zwart-wit als dat Groenhuijsen ons doet geloven. Maar waarheid heeft in de loop der jaren een hele andere betekenis gekregen.



Bijlage 1 *De foto werd als valse (nep)foto bestempeld, omdat er met opzet een misleidend beeld werd gebruikt. Zowel in de Volkskrant<sup>3</sup> als in de Groene Amsterdammer<sup>4</sup> werd er begin 2000 aandacht aan geschonken*

### **De eerste loyaliteit van de journalistiek is die aan de burgers**

'Het informeren van de burgers moet het hoofddoel van de journalistiek zijn', is wat Rosenstiel ons doet geloven. Informeren van hij die niet geïnformeerd is, is belangrijker dan het verdienen van geld en behalen van winst, clicks en likes. Toch schort dit nog wel eens met de huidige journalistieke situatie, waarin ondernemerschap steeds belangrijker wordt. Het media- (of journalistieke) bedrijf BuzzFeed is een goed voorbeeld. In 2017 hield het Stimuleringsfonds een interview met Maggy van Eijk, die social media redacteur was bij BuzzFeed International<sup>5</sup>. Zij was volgens het interview niet blij met de stukken die zij schrijven moest. 'Viraal-parels' als *19 Dutch words and their WTF translations* moesten volgens haar gemaakt worden voor de Nederlandse lezers van BuzzFeed UK, zodat er meer clicks zouden worden gegenereerd. Daarnaast

---

<sup>3</sup> De Volkskrant (2000) 'het concentratiekamp dat er niet was'. Gevonden op <https://www.volkskrant.nl/binnenland/het-concentratiekamp-dat-er-niet-was~a568431/>

<sup>4</sup> De Groene Amsterdammer (2000) 'Bizarre smaad'. Gevonden op <https://www.groene.nl/artikel/bizarre-smaad>

<sup>5</sup> Stimuleringsfonds voor de Journalistiek (2017) 'Het gaat bij BuzzFeed non-stop door'. Gevonden op <https://www.svdj.nl/nieuws/laat-buzzfeed-non-stop/>

werd van haar verwacht dat zij elk uur van de dag statistieken van haar artikelen moest 'checken'. Ondertussen werkt Maggy bij BBC.

Is dit wat journalistiek hoort te zijn? Volgens Rosenstiel niet, volgens de BuzzFeed hoofdredacteur wel. En hij vind daarin steun bij start up Blendle. In mindere mate doet Blendle wat BuzzFeed ook doet: trucjes uithalen om meer clicks te genereren. Tijdens het congres Media van Morgen te Amsterdam gaf Blendle een workshop 'Good Kop, Bad Kop'<sup>6</sup>, waarin werd uitgelegd wat Blendle doet met haar koppen. Volgens Blendle zie je het resultaat van deze koppen niet per se terug in het aantal clicks (zoals bij BuzzFeed), maar meer in het aantal non-refunds (niet teruggevraagde artikelbudgetten). Eigenlijk hetzelfde effect. Trucjes uithalen om meer winst te genereren. Is dit de manier waarop we het voortaan moeten verdienen?

### **De essentie van journalistiek is een discipline van verificatie**

Een discipline creëren voor verificatie. Het doet mij gelijk denken aan factchecken, iets wat wij al een jaar of wat kennen. Laatst kwam zelfs de Europese Unie met een initiatief om een onafhankelijk netwerk van factcheckers aan te nemen in verband met de nieuwe nepnieuws gedragscode<sup>7</sup> Kovacs en Rosenstiel zeggen over verificatie dat 'het eerste brengen van nieuws nooit ten koste mag gaan van controle en nauwkeurigheid.' Toch gebeurt het checken van feiten, hoe belangrijk ook, nog lang niet altijd. In 2008 werd in een onderzoek geconcludeerd<sup>8</sup> dat vooral 'selectief gecheckt' werd, en dat de rede daarvan eigenlijk ook allen maar is om 'gedekt te zijn'. En 10 jaar later dan? Het is al een stuk beter dan in 2008, en ook op opleidingen journalistiek wordt veel en veel meer met factchecken gedaan. Is daarmee het probleem opgelost? Nee. Een bericht die mij tijdens mijn onderzoek voor deze paper kwam van het PR-bolwerk Adformatie<sup>9</sup> De Nederlandse tak van Samsung schijnt een PR-bureau in te huren om de fouten van de Nederlandse media te checken en ze daar op te wijzen (!) Dus de verantwoordelijkheid van factchecken verschuift langzaam van (on)zorgvuldige media en journalistiek naar de PR-bureau's die wij journalisten als onzorgvuldige vijanden vol met belangen zien? De wereld op zijn kop.

### **Journalisten moeten hun onafhankelijkheid kunnen behouden van wie zij coveren**

Een ding: onafhankelijkheid bestaat niet. Grote uitspraak, ik weet het. Maar ik ben wel een keer klaar met die discussie. Er bestaat geen volledige onafhankelijkheid. En mensen die dat nu nog beweren, moeten eens in de spiegel kijken. Maar goed, dat is iets anders dan dat Rosenstiel en Kovacs met deze regel bedoelen. Als jij iets maakt of creëert als journalist, is dat zonder vooroordeel, belang en afhankelijkheid. Dat klinkt logisch. Maar toch is dat niet altijd even haalbaar, en vooral: Het levert niets op in vergelijking met En zeker in een tijd waar ondernemen in de journalistiek steeds belangrijker wordt, is het wel goed dat journalistiek iets oplevert. Dat zagen ook de

---

<sup>6</sup> Stimuleringsfonds voor de Journalistiek (2017) 'Good Kop, Bad Kop, headlines maken met Blendle'. Gevonden op <https://www.svdj.nl/nieuws/good-kop-bad-kop-headlines-maken-blendle/>

<sup>7</sup> Reformatorisch Dagblad (2018) 'EU gedragscode in strijd tegen nepnieuws' Gevonden op <https://www.rd.nl/vandaag/politiek/eu-gedragscode-in-strijd-tegen-nepnieuws-1.1483735>

<sup>8</sup> De Nieuwe Reporter (2008) 'Nederlandse journalisten: niet checken maar indekken'. Gevonden op <http://www.denieuwereporter.nl/2008/10/nederlandse-journalisten-niet-checken-maar-indekken/>

<sup>9</sup> C. Overgaauw (2017) 'Als journalisten geen tijd hebben voor factchecken, moeten wij PR-adviseurs dat doen'. Gevonden op <https://www.adformatie.nl/pr/als-journalisten-geen-tijd-hebben-voor-factchecken-moeten-w>

jongens van Merkjournisten<sup>10</sup>, die zichzelf aanprijzen als 'journalisten' die opmerkelijke verhalen maken voor 'merken'. Verhalen gemaakt met een 'onafhankelijke, journalistieke bril'. Hoe. Kan. Dit? De jongens van Merkjournisten onder leiding van Cor Hospens hebben in ieder geval maning aan regel vier van Kovacs en Rosenstiel. Maar verdienen wel lekker veel geld.

### **Journalisten moeten een apart, onafhankelijk machtsblok vormen**

Gelijk maar beginnen met een casus. "Maastricht gaat een journalist huren om verslag te doen van de raadsvergaderingen. Omdat, zo constateert de gemeenteraad, 'de journalistieke aandacht voor het gemeenteraadswerk afneemt'<sup>11</sup> WAT? De uitvoerende macht gaat een journalist inhuren om de raadsvergaderingen te verslaan, en deze beste man of vrouw wordt betaald door diezelfde uitvoerende macht. Hier gaat het volgens mij even mis. Dit is eigenlijk net zo iets als dat minister van Financiën Eric Wiebes een journalist inhuurt om iets te schrijven over het gas in Groningen, dat te publiceren in de Volkskrant en dan betaald te worden door de minister zelf. Zou jij dan nog kritisch durven zijn op de minister? Dit is niet wat K&R bedoelen met deze regel. Tot zover wel duidelijk. Ook bij de Sun hebben ze er een handje van<sup>12</sup>, om niet dat onafhankelijke machtsblok te vormen. Maar: is dit een taak die nog is weggelegd voor deze generatie journalisten? Nederlands' eigen mopper VVD'er Frits Bolkenstein laat zich niet in de luren leggen door het journalistieke machtsblok<sup>13</sup>. Natuurlijk heeft hij ongelijk in dit opiniërende artikel, maar het zet mij wel aan het denken. Zijn journalisten nog wel geschikt om als enige dat onafhankelijke machtsblok te vormen, of hebben wij daar misschien meer expertise voor nodig?

### **Journalistiek moet een publiek forum voor kritiek en compromis kunnen creëren**

Ik vind deze regel van de Bijbel heel lastig. Wat verstaan we onder een geschikt publiek forum? Waar veel traditionele media als het AD, de Telegraaf en de NOS heel vaak sociale media als Facebook gebruiken, zitten ook de valkuilen. Is Facebook geschikt als forum? Mijn belangrijkste argument om te zeggen van niet, is dat dit soort media geen natuurlijk filter bezitten. Je kunt geen fatsoenlijke maatschappelijke discussie voeren, door de rotte mispels die ertussen zitten. Aan de andere kant zie ik het belang van zo'n forum wel in. Zeker na het lezen van het artikel in de Nieuwe Reporter<sup>14</sup> is het voor mij duidelijk dat iedereen zijn verhaal kan blijven vertellen, ook als de journalist er niets mee wil.

---

<sup>10</sup> Merkjournisten. Gevonden op <https://merkjournalisten.nl>

<sup>11</sup> M. van Kampen (De Limburger, 2007) 'Ingehuurde raadsreporter voor Maastricht, driewerf hoera?' Gevonden op [https://www.limburger.nl/cnt/dmf20171025\\_00049624/hoef-onafhankelijk-is-reporter-waarvoor-raad-maastricht-geld-beschikbaar-stelt](https://www.limburger.nl/cnt/dmf20171025_00049624/hoef-onafhankelijk-is-reporter-waarvoor-raad-maastricht-geld-beschikbaar-stelt)

<sup>12</sup> De Volkskrant (2013) 'The Sun-journalist veroordeeld om omkoping' Gevonden op <https://beta.volkskrant.nl/nieuws-achtergrond/the-sun-journalist-veroordeeld-om-omkoping~bb4eb2e3>

<sup>13</sup> M. Oudenampsen (2018) 'Verwar journalistiek niet met wetenschap' Gevonden op <https://beta.volkskrant.nl/columns-opinie/opinie-verwar-journalistiek-niet-met-wetenschap~b8537650/>

<sup>14</sup> D. Koene (2016) 'Genegeerd worden – is dat censuur?'. Gevonden op <http://www.denieuwereporter.nl/2016/03/genegeerd-worden-is-dat-censuur/>

## **Journalistiek moet het belangrijke in de samenleving interessant en relevant maken**

Wat vindt Nederland interessant en relevant? De nieuwste liefdes op Temptation Island, de scheiding tussen twee Bekende Nederlanders en de bekerwinst van Feyenoord of Sparta of AZ of ADO den Haag. Is dat belangrijk voor de samenleving? Nee. Maar het scoort, het verdient. Lastig, is het niet? Jeroen Smit<sup>15</sup> heeft een idee voor een nieuwe invulling van relevante en verrassende journalistiek: Een perfect samenspel tussen de drie belangrijkste financiers van de journalistiek. De consument, de adverteerder en de overheid.

1. Als voldoende consumenten bereid zouden zijn pakweg 5 euro per maand te betalen voor een overzichtelijke nieuwsstroom, dan is er een stevige basis gelegd voor het systeem.
2. Omdat slimme algoritmes het leesgedrag van deze consumenten verzamelen en aantrekkelijk maken voor lokale adverteerders, is ook deze groep bereid te blijven investeren.
3. En juist vanwege de maatschappelijke relevantie van het werk, heeft de overheid er een bijzonder belang bij.

Dit kan volgens Smit vooral op lokaal en regionaal gebied goed werken. De drijfveren van de journalistiek worden zo dus sterker. Ondanks dat de theorie al vijf jaar oud is, word ik er wel enthousiast van. Maar: Hij is al vijf jaar oud. Waarom gebeurt het nu nog niet? Het is niet haalbaar. Want niemand wil 5 euro per maand betalen, waardoor lokale adverteerders niet willen adverteren, en het dus niet interessant is voor de overheden. Weer een goed plan naar de knoppen.

## **Journalistiek moet het nieuws beperkt, begrijpelijk en binnen proporties kunnen houden**

Aansluitende bij de regel hierboven. Niemand is geïnteresseerd in lange lappen tekst over Europese regels, en meer in wie toch de grootste kanshebber zou zijn voor de cup met de grote oren. Volgens de initiatiefnemers van 'constructieve journalistiek' in Zwolle kan het allemaal een stuk positiever<sup>16</sup> Positiviteit in het nieuws kan het al gelijk een stuk proportioneler en begrijpelijker maken. Zij zeggen zelfs: "Je hoeft ook niet direct alle journalistieke gewoontes overboord te gooien, maar je kunt wel een werkwijze toevoegen". Ook constructieve journalistiek bestaat nu al een tijdje, en heeft zijn sporen wel achtergelaten, maar is geen oplossing gebleken. Alleen bij 'De Correspondent', je weet wel, Rob Wijnberg, onderdeel van de journalistieke drie-eenheid. Alleen bij de Correspondent heeft het nog in zekere zin goed gewerkt. Ze maken er ook winst mee. Helaas is ook ome Rob hier weer uitzondering op de regel.

---

<sup>15</sup> B. Brouwers (2013) 'Relevante verrassende journalistiek, het idee van Jeroen Smit. Gevonden op <http://dodebomen.nl/2013/11/06/relevant-verrassende-journalistiek-het-idee-van-jeroen-smit/>

<sup>16</sup> K. van Teeffelen (2016) 'Constructieve journalistiek, mag het wat opbouwender?'. <https://www.trouw.nl/home/constructieve-journalistiek-mag-het-wat-opbouwender~a0c5fd9a/>

## **Journalisten hebben de plicht te blijven werken aan hun persoonlijke doelen, ethiek en verantwoordelijkheden**

Iets wat voor ons journalisten-in-opleiding aan de CHE volkomen logisch lijkt: Blijf werken aan wat jouw grenzen zijn. Wat vind je kunnen, wat niet. Misschien ook wel dankzij docenten als Karlijn Goossen en Timo Rademakers hebben wij daar voldoende de ruimte voor. Toch lijkt het niet voor elke journalist vanzelfsprekend om goed na te denken voor een verhaal in de krant komt. Zo denk ik bijvoorbeeld met veel ongenoegen terug aan het verhaal over Ruben, de 9-jarige overlevende van de vliegcrash in Libië<sup>17</sup>. En ook recentelijk kwam een zaak voor de Raad voor de Journalistiek die veel te maken heeft met ethische keuzes<sup>18</sup>. Het enige wat ik hierover kan zeggen is: ik vind het getuigen van grote klasse dat hier in onze opleiding zoveel aandacht aan wordt besteed.

## **Burgers zijn de sleutel naar het werk van de journalistiek, hebben zowel rechten als plichten in de journalistiek.**

Misschien wel het lastigste gebod van allemaal. We zijn geen beschermd beroep, zoals een arts. Een mens hoeft niet per se te studeren om zichzelf journalist te mogen noemen. Dit maakt ons vak gevaarlijk. Maar: er is hoop. Door onze vaak 'ontransparante' manier van werken hebben veel mensen hun vertrouwen in de journalist verloren. Maar door deze manier van werken transparanter te maken, en de burger mee te nemen in het proces van maken, wordt de burger meer betrokken bij het proces. Dat kan het vertrouwen verbeteren. Ook kan het helpen bij het onderscheiden van echt en nep nieuws<sup>19</sup>

## **DE DRIE UITDAGINGEN VOOR DE 'NIEUWE' JOURNALIST**

Hij is een aantal keer in voorgaande paragraaf benoemd: de ondernemende journalist, de entrepreneural journalist. Genoten heb ik van alles wat ik daarover van docent Karlijn Goossen over heb gehoord, zelfs misschien 'geleerd'. En vooral heb ik genoten van de manier waarop de bovenstaande tien geboden van Farizeeër en Schriftgeleerde Kovacs en Rosenstiel vaak lijnrecht tegenover de spelregels voor entrepreneural journalism staan. Hoe? Bij deze drie uitdagingen die ik zie ontstaan voor de toekomstige entrepreneural journalist. Als richtlijn neem ik een concurrerende paper uit 2015, van collega-student en tevens alumni van Zwolle, Andra Leurdijk.

### **1 Hoe weerlegt de ondernemer in de journalist haar eigen zondigingen op de tien geboden voor journalisten? (Leurdijk, p. 21)**

Aanhangers van het traditionele journalistieke model noemen het internet een 'vloek'. Er zijn nog geen duurzame oplossingen voor online verdien modellen, en het werk van amateurs wordt steeds hardnekkiger. Volgens hen is het aan de journalist om zich te houden aan de tien geboden. Optimisten zien in de huidige verdien modellen als

---

<sup>17</sup> NOS (2010), 'Duizend opzeggingen Telegraaf na Ruben-interview'. Gevonden op <https://nos.nl/artikel/159612-duizend-opzeggingen-telegraaf-na-ruben-interview.html>

<sup>18</sup> P. Remarque (2016), 'Doet de Volkskrant iets fout met deze voorpagina?'. Gevonden op <https://beta.volkskrant.nl/nieuws-achtergrond/doet-de-volkskrant-iets-fout-met-deze-voorpagina~b8d313a7/>

<sup>19</sup> Red Pers (2017), 'Hoe transparanter, hoe beter'. Gevonden op <http://www.redpers.nl/2017/06/30/hoe-transparanter-hoe-beter/>



Politico, Medium, SpotUS, LocalFocus en Follow the Money een veelbelovende toekomst. Maar hoe zit het daar met de tien geboden? Van Follow the Money weten we bijvoorbeeld dat zij naast journalistiek ook sprekers leveren voor conferenties met een duidelijke richting of zelfs een duidelijk doel. Blijven ze dan onafhankelijk van degene waarover ze schrijven? Hetzelfde geldt voor Medium, die proberen een journalistiek forum te creëren, terwijl ze tegelijkertijd dagelijkse nieuwsbrieven met 'Good Kops, Bad Kops' zoals die van Blendle uitgeven, in strijd tegen gebod 2. Het blijft nog even zoeken hoe wij als ondernemende journalisten of journalistieke platforms ons kunnen verantwoorden tegenover de tien geboden.

## **2 Kunnen verdienmodellen die tegen de tien geboden zijn, journalistiek blijven bedrijven? (Leurdijk, p.43)**

Misschien wel de kernvraag van deze paper. Iedereen is het erover eens dat de journalistiek moet blijven bestaan. Iedereen is het erover eens dat de journalistiek moet vernieuwen. Maar als het gaat om nieuwe verdienmodellen, is er altijd wel iets niet goed. In strijd tegen gebod 2, 4, 6 of noem maar welke. En dan is er nog het verschil tussen verdienmodel en businessmodel. En juist daar schort het hem wel eens. Over businessmodellen schrijft Leurdijk (p.45): "Daarbij gaat het naast de vraag wat gebruikers betalen voor de dienst ook over de benodigde investeringen (geld, arbeid) voor de ontwikkeling van dienst, de exploitatiekosten, de wijze waarop wordt samengewerkt met andere organisaties in het waarde web en de materiële en immateriële waarde die de dienst oplevert. Uiteindelijk moet de optelsom daarvan tot een duurzaam businessmodel leiden." Als het businessmodel lijnrecht tegenover het verdienmodel staat, heeft het geen zin om iets te proberen. Dus verdienmodellen van buiten de tien geboden, heten misschien wel helemaal geen journalistiek meer. Want het journalistieke businessmodel staat lijnrecht tegenover vele 'journalistieke' verdienmodellen.

## **3 Wordt de moderne generatie journalisten opgeleid tot een ander soort journalist? (Leurdijk, p. 25, 27, 33)**

Misschien een beetje de concluderende vraag. Eentje waar we geen duidelijk antwoord op kunnen geven, maar waarvan de hypothese toch wel duidelijk is: ja. We worden anders opgeleid dan de vorige generaties. Maar dat is ook logisch. Alles ontwikkeld, dus ook de journalistiek. Online wordt belangrijker, offline minder. Leurdijk noemt in haar onderzoek (p. 25,27) een lijst van nieuwe aspecten voor journalisten van de nieuwe generatie waar ik wel iets in zie.

- 1) Het organiseren en leiden van innovaties in journalistieke producten en diensten en van de veranderingen in werkwijzen, organisatie en cultuur die hiervoor nodig zijn;
- 2) Het ontwikkelen van de nieuwe competenties die journalisten en journalistieke organisaties nodig hebben om te functioneren in een veranderende samenleving en in het digitale domein en van een leercultuur op redacties die dit ondersteunt;
- 3) Het zoeken, betrekken en binden van het publiek;
- 4) Het ontwikkelen van nieuwe businessmodellen. Een businessmodel omvat een verdienmodel voor een specifieke dienst, in samenhang met de manier waarop de dienst wordt geproduceerd, verspreid en vermarkt en de middelen die hiervoor nodig zijn, waaronder de inzet van geld, mensen en kennis. Het businessmodel kan ook samenwerking met derden omvatten;
- 5) Samenwerking met interne en externe partners, onder andere om de hiervoor genoemde activiteiten beter te kunnen realiseren.

Het klinkt het een beetje alsof journalistiek een marketing, bijna een economische opleiding aan het worden is met deze vijf aspecten. Maar is dit niet de koers die de journalistiek gaat varen?

In ieder geval is met deze bevinding duidelijk dat Kovacs en Rosenstiel maar eens opnieuw de Olijfberg op moeten, en terug moeten komen met twee nieuwe stenen en tien nieuwe geboden.

