

svdj

Incubator

Verkenning SVDJ Incubator 2025

**Borgen van betrouwbaarheid
en kwaliteit**



Inhoudsopgave

Inhoudsopgave	1
Samenvatting	2
Inleiding	3
Werkwijze verkenning	4
Resultaten expertinterview	6
Aanvullende gespreks- en denkstof	9
Resultaten sectorbijeenkomst 2 juli	16
Selectie en validatie Incubator	19
Bronnenlijst	20

Samenvatting

"Mainstream media needs to stop waiting for the trust to return. There was no Golden Age of trust. In fact, I would suggest that every time you are tempted to use the word 'trust' you try to use a different word to describe what you really mean. Do you want people's trust or do you want their confidence, attention, respect or money?" Met deze woorden zette journalistiek AI-expert Charlie Beckett de toon tijdens de [Sarawak Media Conference](#), waarbij hij de fundamentele uitdagingen van de hedendaagse journalistiek blootlegde. Agnes Stenbom, medeoprichter van [Nordic AI Journalism](#) en [hoofd van IN/LAB](#), benadrukte in dezelfde context het cruciale belang van vertrouwen: "Trust is the most important asset in the increasingly automated and fragmented information landscape. Understanding the dynamics of trust is not just a matter of curiosity – it's a necessity for journalism's business model and the social function we seek to uphold."

Deze uitspraken vormen een treffende samenvatting van de strategische uitdaging waarmee de journalistieke sector worstelt: hoe waarborg je betrouwbaarheid en kwaliteit in een tijd waarin het vertrouwen in de media onder druk staat en polarisatie toeneemt? Deze verkenning, uitgevoerd in opdracht van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek (SVDJ), komt voort uit de strategische opgave zoals geformuleerd in hun [scenariostudie uit 2021](#). De zoektocht naar het herstellen van vertrouwen lijkt voor veel nieuwsorganisaties synoniem met het vergroten van transparantie en meer uitleg over journalistieke werkwijzen. Uit onze verkenning blijkt echter dat het publiek juist vraagt om een fundamenteel andere benadering: minder uitleggen en meer luisteren.

▮ **'Engagement met publiek, representatie en transparantie'**

Deze culturele en redactionele verschuiving – van uitleggen naar luisteren, van een eenzijdige naar een wederkerige benadering – vormt de kern van dit verslag. Het publiek wil niet alleen geïnformeerd worden, maar ook gehoord en betrokken worden in een dialoog over wat zij als betrouwbaar en kwalitatief beschouwen. Dit onderzoek verkent hoe journalistieke organisaties, te midden van een gefragmenteerd informatielandschap, zich kunnen herpositioneren door zich te richten op drie sleutelgebieden: engagement met het publiek, representatie en transparantie. Door middel van negen diepgaande gesprekken met experts uit de Nederlandse journalistieke sector en academische wereld, biedt deze verkenning concrete handvatten voor hoe de journalistiek haar relatie met het publiek kan versterken en het vertrouwen kan herstellen. De uitkomsten van dit onderzoek zullen richting geven aan het nieuwe Incubator-programma van SVDJ in 2025, waarin journalistieke vernieuwing en het versterken van de relatie tussen journalist en publiek centraal staan.

*Karlijn Goossen
Utrecht, augustus 2024*

Inleiding

Het vertrouwen in de journalistiek staat onder druk. Dit is een zorgwekkende ontwikkeling in een tijdperk waarin polarisatie toeneemt en de kwaliteit van informatie cruciaal is voor het functioneren van de democratie. De journalistieke sector staat voor een enorme uitdaging: hoe kunnen betrouwbaarheid en kwaliteit worden gewaarborgd in een tijd waarin het vertrouwen in de media onder druk staat en maatschappelijke polarisatie toeneemt? Dit vraagstuk staat centraal in het onderzoek dat in opdracht van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek (SVDJ) is uitgevoerd ter voorbereiding op het [SDVJ Incubatorprogramma 2025](#).

Het SVDJ Incubatorprogramma, dat voortbouwt op de strategische doelen uit de [scenariostudie](#) van 2021, richt zich op het vinden van vernieuwende oplossingen voor de gedeelde complexe vraagstukken binnen de journalistiek. Multidisciplinaire teams werken een jaar lang samen om innovatieve ideeën en praktijken te ontwikkelen die inspelen op de uitdagingen waarmee de sector wordt geconfronteerd. Elk jaar staat er één specifiek thema of journalistiek probleem centraal, gekozen door SVDJ op basis van onderzoek en input uit de sector, dat de leidraad vormt voor de vernieuwing en experimenten binnen het programma.

Veel nieuwsorganisaties reageren op het afnemende vertrouwen door meer transparantie te bieden en hun werkwijzen uit te leggen. Maar is dit wel de meest effectieve aanpak? Draagt meer transparantie daadwerkelijk bij aan het herstel van vertrouwen en de relevantie van de journalistiek in het dagelijks leven van het publiek? Of is er, zoals steeds meer onderzoekers en mediaprofessionals bepleiten, behoefte aan een fundamenteel andere benadering? En zo ja, waaruit bestaat dat dan?

Tijdens het [International Journalism Festival](#) in Perugia werd dit treffend verwoord: "Journalism often focuses on technology, but it appears the real challenge is cultural and editorial. The internet has led to more competition and shifted ad revenues to other platforms. People now access information and debate without traditional news organizations. To adapt, journalism must evolve beyond technology. Mainstream media often feels disconnected from its audience, with newsrooms not reflecting the communities they serve. There's a lack of mission and public purpose, with too much focus on internal agendas and profits rather than serving the audience's needs. This cultural shift is essential for journalism to remain relevant and trusted."

Het verslag biedt een overzicht van de belangrijkste inzichten en aanbevelingen die voortkomen uit gesprekken met experts en een sectorbijeenkomst. Het vormt de basis voor de verdere ontwikkeling van het Incubatorprogramma 2025, waarin de vraag centraal staat: Hoe betrekken we het publiek bij de journalistiek? Het Incubatorprogramma richt zich op het ontwikkelen van vernieuwende journalistieke praktijken die de kloof tussen de journalistiek en het publiek dichten, en zo bijdragen aan het waarborgen van betrouwbaarheid, vertrouwen en kwaliteit in de Nederlandse journalistiek.

Werkwijze verkenning

Opdracht

Het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek wil in het kader van de Incubator 2025 werken aan het waarborgen van betrouwbaarheid en kwaliteit in de journalistiek, een [strategische opgave](#) die voortkomt uit de [SVDJ-scenariostudie uit 2021](#). Deze opgave richt zich op de uitdagingen rondom de perceptie van betrouwbaarheid en kwaliteit binnen de journalistiek, waarbij enerzijds het publiek steeds meer wantrouwen uitspreekt en anderzijds van journalisten wordt verwacht dat zij transparant zijn over hun eigen vooroordelen.

Om deze brede vraagstelling te concretiseren, heeft SVDJ Karlijn Goossen gevraagd, om diverse experts binnen de journalistieke sector te identificeren en hun inzichten te verzamelen. De opgehaalde informatie is vervolgens gebruikt om tijdens een bijeenkomst de thema's verder te verdiepen. De resultaten van deze bijeenkomst zijn vervolgens samengevat en verder gevalideerd om uiteindelijk een helder kader te formuleren voor de Incubator. De verkenning startte in mei en liep tot en met augustus 2024.

Werkwijze

Voorafgaand aan de interviews werden relevante literatuur en recente voorbeelden uit de journalistieke praktijk bestudeerd om de gesprekken goed te onderbouwen. Tijdens deze verdieping in wetenschappelijke onderzoeken, literatuur en best practices op het gebied van journalistieke betrouwbaarheid, vertrouwen en kwaliteit, kwamen ook specifieke voorbeelden aan bod, zoals de [OPEN-campagne van de Volkskrant](#), de bevindingen uit het [Digital News Report 2024](#) van het [Reuters Institute for the Study of Journalism](#), en initiatieven zoals [UseTheNews](#).

➤ **Betrouwbaarheid, kwaliteit en representatie in de journalistiek**

De resultaten van de eerste interviews werden tussentijds besproken met Nina Rijnierse, coördinator Kennisdeling bij SVDJ. Dit leidde tot een tweede ronde interviews, waarin specifiek gezocht werd naar tegenstrijdige of aanvullende inzichten om de bevindingen te versterken. In deze ronde kwamen ook andere relevante initiatieven aan bod, zoals [het witboek en de richtlijnen van DichterbijNieuws](#) en het werk van [Netwerk Mediawijsheid](#). Daarnaast werden praktijkvoorbeelden van transparantie en betrokkenheid op nationaal, regionaal en internationaal niveau - zoals de [engagementstrategieën van EenVandaag](#), de [podcast 'Achter de Klacht' van de NPO Ombudsman](#), en de [DEI Denktank van DPG's vrouwenbladen](#) besproken. Ook best practices, zoals het internationale [Trusting the News initiatief](#), het toenemende gebruik van sociale media zoals [LinkedIn voor toelichting op redactionele keuzes](#), en het [NOS Journaal in Makkelijke Taal](#), werden meegenomen in de verkenning. Deze inzichten dragen bij aan een bredere reflectie op betrouwbaarheid, kwaliteit en representatie in de journalistiek.

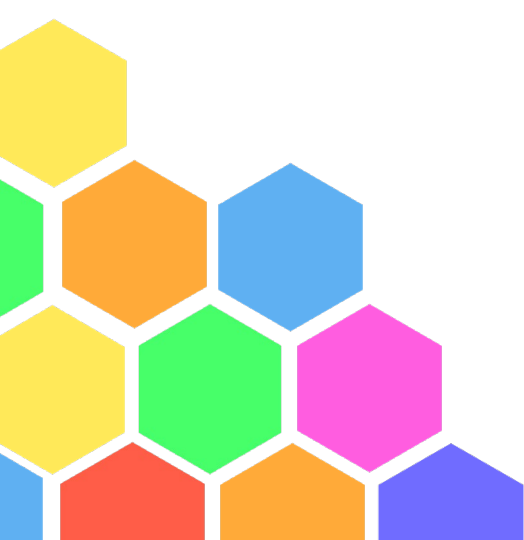
Het doel van het project was niet om wetenschappelijk onderzoek uit te voeren, maar eerder te inventariseren welke verschillende uitdagingen experts en geïnteresseerden uit de sector zien op het gebied van betrouwbaarheid en kwaliteit van journalistiek. Voor meer onderzoeksdata over vertrouwen in de journalistiek en concrete handvatten voor redacties, verwijzen we graag naar onderzoek als het [Digital News Report Nederland 2024 \(CvdM\)](#) en het witboek [Werken aan vertrouwen](#) van DichterbijNieuws (zie onderaan dit document voor een volledig overzicht van verzamelde bronnen).

In totaal werden negen experts geïnterviewd. De geïnterviewden waren:

- Mark Boukes, Universitair hoofddocent communicatiewetenschappen, Universiteit van Amsterdam, onderzoekt vertrouwen in de journalistiek in 14 landen

- Margo Smit, Ombudsman NPO
- Sophie van Oostvoorn, journalistiek strateeg en auteur van De Nieuwe Lezer
- Carmen Fernald, hoofdredacteur Levensbeschouwing en Caribisch Netwerk (NTR)
- Laurens Vreekamp, auteur van het boek The Art of AI en oprichter Future Journalism Today Academy
- Renée van der Nat, senior onderzoeker lectoraat Kwaliteitsjournalistiek in Digitale Transitie, Hogeschool Utrecht, deed o.a. onderzoek naar ontevreden nieuwsgebruikers
- Kiki de Bruin, PhD-onderzoeker bij Hogeschool Utrecht en Universiteit Wageningen, doet onderzoek naar o.a. nieuwsmijding
- Gert-Jan van Teeffelen, adjunct-hoofdredacteur De Volkskrant
- Gerson Veenstra, eindredacteur online & interactieteam, EenVandaag

De resultaten van de expertinterviews werden vervolgens gedeeld op een sectorbijeenkomst op 2 juli in de Social Impact Factory in Utrecht (meer over de opzet en opbrengsten van deze bijeenkomst in §4). Tijdens deze bijeenkomst werden de bevindingen verder verrijkt door deelsessies met nieuwe deskundigen, wat leidde tot een bredere én diepere uitwerking van de thema's. De uitkomsten van deze twee ontwerpende onderzoeksmethoden – de expertinterviews en de bijeenkomst – werden vervolgens verder samengevat en gevalideerd.



Resultaten expertinterview

Karlijn Goossen

Zoals gezegd, in een tijd waarin het vertrouwen in de media onder druk staat en maatschappelijke polarisatie toeneemt, worstelt de journalistieke sector met de vraag hoe betrouwbaarheid en kwaliteit kunnen worden gewaarborgd. De inzichten uit interviews met diverse deskundigen bieden waardevolle perspectieven, maar ook een realisatie dat eenvoudige antwoorden ontbreken. Betrouwbaarheid blijkt een complex, relationeel begrip te zijn dat verder gaat dan feitelijke juistheid. De experts wijzen op de noodzaak om de relatie tussen journalisten en hun publiek te versterken, met drie bouwstenen als kernpijlers: (1) transparantie, (2) publieksbetrokkenheid en (3) representatie.

Transparantie: meer dan alleen uitleggen

Transparantie wordt door de experts gezien als een essentiële bouwsteen voor het versterken van vertrouwen. Gert-Jan van Teeffelen zegt hierover: "Bij de Volkskrant werken we aan meer transparantie, met bijvoorbeeld auteursprofielen bij elk artikel. We streven ernaar om foutloos te zijn en werken aan nieuwe manieren om fouten openlijk toe te geven." Mark Boukes plaatst daarbij wel een kanttekening vanuit wetenschappelijk perspectief, waar hij zich in zijn onderzoek op richt. "Hoewel transparantie en feitelijke vaak als oplossingen worden, weten we nog niet zeker welke aanpak het meest effectief is, en of die overal ter wereld hetzelfde werkt."

Margo Smit voegt hieraan toe dat transparantie niet een eenmalige actie mag zijn, maar een doorlopende dialoog vereist met het publiek. Het publiek wil niet alleen weten hoe journalisten werken, maar ook waarom ze bepaalde keuzes maken. Volgens Smit is vertrouwen niet iets dat je kunt afdwingen, maar iets wat je moet verdienen door openheid en zelfreflectie:

*"Betrouwbaarheid en vertrouwen in de journalistiek zijn **relationele begrippen**. Het publiek moet jou als journalist geloven en vertrouwen, en dat is iets wat je niet zomaar kunt opleggen. Dit vraagt om zelfreflectie en het vermogen om vanuit de ogen van het publiek naar je eigen werk te kijken."*

Dit perspectief wordt versterkt door Sophie van Oostvoorn, die aangeeft dat jongeren vooral vertrouwen op hun eigen beoordelingsvermogen. Transparantie over de werkwijze van journalisten is daarom cruciaal om dit vertrouwen te winnen:

*"Jongeren willen weten hoe journalisten tot hun **conclusies** komen."*

Betrokkenheid van het publiek: van passieve ontvanger naar actieve deelnemers

De experts benadrukken dat het publiek niet langer slechts passieve ontvangers van informatie wil zijn. Publieksparticipatie moet een fundamenteel onderdeel worden van de journalistieke praktijk. Gerson Veenstra illustreert de waarde van directe interactie met het publiek door te wijzen op het succes van persoonlijke chats tussen redacties en lezers. Deze één-op-één interacties helpen niet alleen bij het oplossen van klachten, maar versterken ook het vertrouwen doordat lezers zich serieus genomen voelen:

*"Via een chatknop kunnen mensen rechtstreeks vragen stellen aan redacteuren, iets wat normaal niet voorkomt in de sector. Dit soort **één-op-één interacties** versterkt de band tussen het publiek en de journalist."*

Het publiek wil niet alleen weten of de feiten kloppen, maar ook waarom keuzes zijn gemaakt en welke methoden zijn gebruikt, stelt Margo Smit. "Dit is lastig, vooral in een tijd waarin alles snel moet, en veel redacties hebben moeite om hier ruimte voor te maken. Toch zijn er ook redacties, zoals De Marker, die manieren hebben gevonden om bewust met die relatie om te gaan, door bijvoorbeeld **publieksfeedback** in te bouwen in hun werkproces en jonge journalisten te beschermen tegen

negatieve reacties. Uiteindelijk is het belangrijk dat we de journalistiek niet als iets neutraals zien, maar als iets dat altijd in relatie staat met het publiek en diens verwachtingen en vertrouwen."

Representatie: essentieel voor relevantie en betrouwbaarheid

Een van de grootste uitdagingen die de experts benoemen, is het gebrek aan diversiteit in de journalistiek. Carmen Fernald en Kiki de Bruin wijzen erop dat een gebrek aan representatie binnen redacties leidt tot een eenzijdige nieuwsvoorziening, wat het vertrouwen onder biculturele groepen schaadt. Fernald stelt dat herkenbaarheid essentieel is:

*"Mensen haken af als ze zichzelf niet herkennen in het nieuws of als ze alleen als **stereotype** worden neergezet."*

Ook Renée van der Nat benadrukt het belang van representatie. Volgens haar moeten journalistieke processen meer gericht zijn op het betrekken van diverse groepen in de samenleving om zo de journalistiek relevanter en inclusiever te maken.

*"Journalisten moeten **concrete inspanningen** leveren om hun publiek beter te begrijpen. Dit betekent het actief opzoeken van diverse perspectieven en feedback serieus nemen."*

Fernald onderstreept het belang van diversiteit niet alleen in termen van culturele achtergrond, maar ook in sociaal-economische en educatieve diversiteit. Een diverser personeelsbestand kan leiden tot een breder en eerlijker beeld van de samenleving, wat de journalistiek relevanter en betrouwbaarder maakt voor een breder publiek.

Naast bovenstaande drie kernthema's die uit de verkenning naar voren kwamen als essentiële onderdelen voor het borgen van betrouwbaarheid en kwaliteit van de journalistiek, kwamen er een aantal aanvullende relevante inzichten naar voren uit de gesprekken.

De relatie tussen journalist en publiek: vertrouwen als relationeel begrip

Vertrouwen in de journalistiek is niet alleen een kwestie van het aanbieden van juiste informatie, maar ook van de relatie tussen de journalist en het publiek. Sophie van Oostvoorn benadrukt dat jongeren liever vertrouwen op hun eigen beoordelingsvermogen dan op traditionele nieuwsmerken. Een persoonlijke benadering, waarbij nieuwsorganisaties hun publiek actief meenemen in het journalistieke proces, kan helpen om deze vertrouwensband op te bouwen:

*"Jongeren willen nieuws gepresenteerd zien door **mensen** die ze **vertrouwen**, niet door abstracte merken. Door een persoonlijke benadering en uitleg van hoe nieuws tot stand komt, kan een vertrouwensband worden opgebouwd."*

Mark Boukes wijst op de multidimensionaliteit van vertrouwen. Niet iedereen vertrouwt journalisten op dezelfde gronden. Voor sommigen is onafhankelijkheid belangrijker, voor anderen professionaliteit of objectiviteit.

Technologische ondersteuning voor betere journalistiek: reflectie en transparantie

Technologie kan een belangrijke rol spelen in het ondersteunen van journalistiek, maar het moet nooit een vervanging worden voor menselijke reflectie en redactionele keuzes. Laurens Vreekamp benadrukt dat technologie kan worden ingezet op een manier die journalistiek ondersteunt en daardoor verrijkt.

*"Bijvoorbeeld sentimenten te peilen in lezersreacties en emails, of door eigen blinde vlekken bloot te leggen aan de hand van inhoudsanalyse van eigen stukken. **Technologie is een middel**, om vertrouwen*

terug te krijgen en op te bouwen vraagt het meer dan alleen data-analyse of inzet van technologie. Het vereist reflectie op de journalistieke cultuur en redactionele keuzes."

Conclusie: noodzaak van cultuurverandering en relationele journalistiek

De implementatie van deze veranderingen vraagt om een cultuurverandering binnen redacties. De experts benadrukken dat het integreren van publieksfeedback, representatie en transparantie – de drie thema's die uit de gesprekken naar voren komen – een grote uitdaging is. Journalistieke organisaties moeten bereid zijn om hun eigen aannames en werkwijzen kritisch te bekijken en aan te passen aan de behoeften en verwachtingen van hun publiek. Dit vraagt om moedige keuzes, zoals minder focus op kwantiteit en meer aandacht voor diepgaande, relevante verhalen die resoneren met het publiek.

Betrouwbaarheid en kwaliteit in de journalistiek zijn niet langer vanzelfsprekend. Ze moeten actief worden opgebouwd en onderhouden door middel van transparantie, publieksparticipatie en representatie. Journalistieke organisaties moeten zichzelf heruitvinden door meer te luisteren naar het publiek en technologie te gebruiken als hulpmiddel om de journalistieke praktijk te verbeteren. Alleen door de relatie met het publiek centraal te stellen, kunnen ze het vertrouwen en de relevantie van de journalistiek in een gepolariseerde samenleving versterken.

Zoals één van de geïnterviewde experts het verwoordde: *"De toekomst van journalistiek ligt niet in meer uitleggen, maar in **meer luisteren**. In structurele perspectiefwisseling van jou als journalist of redactie, naar de leefwereld en behoeften van de nieuwsgebruikers. Alleen door beter te luisteren naar het publiek, kunnen we het vertrouwen terugwinnen en journalistieke kwaliteit waarborgen."*

Aanvullende gespreks- en denkstof

Tot slot nog enkele kerncitaten van de geïnterviewde experts die extra inspiratie bieden voor de vormgeving van het SVDJ Incubatorprogramma 2025.

Kiki de Bruin

"Er is een groeiende kloof tussen het publiek en de journalistiek. Mensen zien het nieuws vaak als chaotisch, polariserend en niet meer representatief voor hun ervaringen. Tegelijkertijd waarderen ze nog wel de journalistiek die belangrijke kwesties blootlegt, zoals de toelagenaffaire. Maar er is een scheiding ontstaan tussen wat mensen als 'nieuws' zien en wat ze als 'journalistiek' beschouwen. 'Nieuws' lijkt minder relevant of betrouwbaar omdat men niet het gevoel heeft dat hun zorgen en ervaringen goed worden weerspiegeld. Social media en alternatieve kanalen hebben deze kloof versterkt, omdat die vaak meer aansluiten op wat mensen zoeken.



De kern van het probleem is dat journalisten en het publiek elkaar niet altijd begrijpen. Mensen weten niet altijd waarom journalisten bepaalde keuzes maken, zoals terughoudendheid bij het publiceren van onzekere informatie. Journalisten houden zich aan strikte ethische regels, maar het publiek ervaart dat niet altijd als betrouwbaar.

De journalistiek moet beter luisteren naar de zorgen en behoeften van het publiek en moet zichzelf blijven bewijzen in een tijd waarin er zoveel informatiebronnen zijn. Kortom, wat is de rol van nieuws en journalistiek in tijden van informatie-overload. Dit betekent niet alleen dat journalisten zich meer bewust moeten zijn van de verschillende perspectieven en behoeften binnen de samenleving, maar ook dat ze transparanter moeten zijn over hun keuzes en processen. Het publiek moet zich gehoord en vertegenwoordigd voelen, anders groeit de kloof en wordt het vertrouwen in de journalistiek nog verder ondermijnd. Kortom, het is tijd voor de journalistiek om zichzelf opnieuw uit te vinden door meer te luisteren en in te spelen op de behoeften van de samenleving."

Gert-Jan van Teeffelen

"De betrouwbaarheid en het vertrouwen in de journalistiek staan onder grote druk door de toenemende polarisatie en de manier waarop mensen media consumeren. Redacties moeten veel zorgvuldiger werken omdat er weinig ruimte is voor fouten. Vroeger was er meer ruimte voor fouten, maar tegenwoordig wordt elke misstap hard afgestraft, vaak al op basis van een kop of een korte samenvatting die ze op social media lezen. Bij de Volkskrant werken we aan meer transparantie, met bijvoorbeeld auteursprofielen bij elk artikel. We streven ernaar om foutloos te zijn en werken aan nieuwe manieren om fouten openlijk toe te geven. Daarnaast moeten we uiterst zorgvuldig zijn met de taal die we gebruiken, en continu oog houden voor de verschillende perspectieven, vooral bij gevoelige onderwerpen zoals het Gaza-Israël conflict. We proberen neutraal te blijven en geen kant te kiezen in polariserende onderwerpen zoals het Israël-Gaza conflict, hoewel dit vaak tot heftige reacties leidt. Diversiteit binnen de redactie is ook een prioriteit om beter in contact te staan met de maatschappij. Door middel van campagnes (zoals de Volkskrant Open, red.) laten we zien hoe onze journalistiek werkt en proberen we het vertrouwen van het publiek terug te winnen. Dit alles zorgt ervoor dat de



journalistiek harder moet werken om betrouwbaar en relevant te blijven in een omgeving waar het vertrouwen in media onder vuur ligt.

Sophie van Oostvoorn

" Betrouwbaarheid en vertrouwen in de journalistiek lijken voor nieuwsorganisaties belangrijker dan voor jongeren zelf. Jongeren liggen niet wakker van de vraag of ze een krant als NRC kunnen vertrouwen. Het probleem zit bij nieuwsorganisaties, want jongeren komen nauwelijks in contact met deze merken. Ze hebben vaak geen idee wat een betrouwbaar nieuwsmerk is, en als ze er toch mee in aanraking komen, ontbreekt de nodige kennis. Jongeren vertrouwen niet zomaar op een merk, ze willen zelf bepalen wat betrouwbaar is. De journalistieke kernwaarden zoals onafhankelijkheid nemen ze op hun eigen manier over, maar kunnen ze dat eigenlijk wel?



Nieuwsorganisaties hebben moeite om jongeren te bereiken, en jongeren zoeken steeds meer naar mensen die hen het nieuws uitleggen in plaats van naar nieuwsmerken. Ze bouwen gemakkelijker een vertrouwensband op met een persoon, bijvoorbeeld een influencer, dan met een instituut. Transparantie over het proces lijkt daarom belangrijker dan simpelweg feiten presenteren. Jongeren willen begrijpen hoe informatie tot stand komt, en niet zomaar feiten aannemen omdat een gerenommeerde bron dat zegt. De journalistieke sector richt zich traditioneel op fact-checking en transparantie over werkwijze om vertrouwen te winnen. Maar jongeren willen vooral weten waar de informatie vandaan komt en hoe die tot stand is gekomen. Ze willen meegenomen worden in het proces, inclusief de twijfel en afwegingen. Feiten alleen overtuigen hen niet, ze willen begrijpen waarom iets waar is. Een persoonlijke benadering lijkt hierin cruciaal.

De uitdaging is om journalistiek te maken die aansluit bij de leefwereld van jongeren en die hun vertrouwen wint door hen actief te betrekken bij het proces. Dit kan door hen handvaten te geven om beter geïnformeerd te raken en zelf tot conclusies te komen. Zo kan journalistiek niet alleen informeren, maar ook ondersteunen in hoe jongeren met het nieuws omgaan, zonder dat ze overweldigd raken door de vele prikkels.

Als journalistiek echt betrouwbaar wil zijn voor jongeren, moet het niet alleen transparant zijn, maar ook dienstbaar: hen helpen om zelfbewust en geïnformeerd met informatie om te gaan, zonder hen te overweldigen met zware nieuwsgebeurtenissen. Het opbouwen van vertrouwen draait om het ontwikkelen van een open relatie waarin je samen met het publiek kijkt naar de problemen en oplossingen. Alleen zo kan journalistiek relevant blijven in een wereld waar influencers vaak meer invloed hebben dan traditionele nieuwsmerken.

Laurens Vreekamp

“Het lijkt erop dat we als journalist vaak vanuit onze eigen positie werken en bezig zijn met het verdedigen van onze methoden, zonder echt goed te luisteren naar wat het publiek zegt, nodig heeft of waar zij informatie op vertrouwt. Al zijn we de laatste tijd beter geworden in uitleggen hoe we ons werk doen; zelden vragen we aan het publiek waarop zij het vertrouwen baseert. Wat interessant is, is dat technologie ons hier juist bij kan helpen: om meer met ons publiek in contact te staan en te begrijpen waar vragen en zorgen liggen. Het gaat om het inzetten van technologie op een manier die onze journalistiek ondersteunt en zodoende verrijkt: door bijvoorbeeld sentimenten te peilen in lezersreacties en emails, of door eigen blinde vlekken bloot te leggen aan de hand van inhoudsanalyse van eigen stukken.



Technologie is een middel; om vertrouwen terug te krijgen en op te bouwen vraagt het meer dan alleen data-analyse of inzet van technologie. Het vereist reflectie op de journalistieke cultuur en redactionele keuzes. We moeten openstaan voor feedback en bereid zijn om onze criteria voor goed werk constant te herzien, waarbij we niet onze efficiëntie vergroten - hoe en waarom zouden immers meer items, meer artikelen of meer nieuwsbrieven het vertrouwen in de journalistiek vergroten? Nee, we moeten bij iedere redactionele, inhoudelijke, technologische en organisatorische keuze bedenken hoe deze de betrouwbaarheid en de relatie met ons publiek verbetert.

De moderne journalistieke praktijk geeft hierbij vaak de voorkeur aan twee richtingen: transparantie, waarbij journalisten uitleggen hoe ze hun verhalen maken, en fact-checking, waarin feiten gecontroleerd en gecorrigeerd worden. Hoewel we vermoeden dat dit bijdraagt aan vertrouwen in de journalistiek, weten we eigenlijk niet of dit empirisch ook zo is. Wat ontbreekt, is de uitnodigende, nieuwsgierige interesse naar wat het publiek écht nodig heeft en vervolgens het handelen dat gebaseerd is op wetenschappelijke inzichten betreffende hoe en wanneer informatie doorgaans wordt vertrouwd. In plaats van onszelf, vanuit de eigen positie en standpunten te verdedigen, moeten we meer naar het publiek luisteren en hun perspectief serieus nemen.

AI als een technologisch hulpmiddel, kan daarbij helpen, maar alleen als we het inzetten om kritisch naar onze eigen vooroordelen te kijken en reflectie op onze gangbare beroepspraktijk te stimuleren. Een interessant perspectief daarop vind ik de spiegel-metafoor van wetenschapper en hoogleraar Socially Intelligent AI Sennay Ghebreab. Hij zegt: de spiegel die AI ons biedt, toont 1) een reflectie, die op zijn beurt 2) introspectie mogelijk maakt, waarop we vervolgens 3) onze transformatie kunnen baseren.

Het is ten eerste belangrijk dat we blijven uitleggen waarom we bepaalde verhalen maken en transparant zijn over onze keuzes ¹. Door meer met het publiek in gesprek te gaan, zoals met bijvoorbeeld diversiteitsraden en lezersbijeenkomsten, kunnen we blinde vlekken opsporen en aan de broodnodige introspectie doen. Met een wil om te transformeren liggen de oplossingsrichtingen om de journalistiek relevanter en toegankelijker maken met die frisse input en hernieuwde, zelfkritische blik binnen handbereik.

¹ Zie ook aanbevelingen in het [onderzoeksrapport](#) 'Jongeren, nieuws en sociale media. Een blik op de toekomst van het nieuws' van het Commissariaat voor de Media, 1 oktober 2024

Margo Smit

"Betrouwbaarheid en vertrouwen in de journalistiek zijn relationele begrippen. Het publiek moet jou als journalist geloven en vertrouwen, en dat is iets wat je niet zomaar kunt opleggen. Het gaat er niet alleen om wat je doet, maar om hoe het publiek jouw werk waardeert en of ze geloven wat je presenteert. Je kunt betrouwbaarheid niet simpelweg afdwingen; het is iets wat je moet verdienen. Het publiek moet jou als journalist geloven en vertrouwen, en dat is iets wat je niet zomaar kunt opleggen. Dit vraagt om zelfreflectie en het vermogen om vanuit de ogen van het publiek naar je eigen werk te kijken.



Vaak schort het hieraan, vooral als journalisten ideologisch sterk in hun schoenen staan. Daarbij komt dat in de dagelijkse hectiek van nieuwsproductie vaak geen tijd of ruimte is voor deze reflectie. In plaats van alleen maar te zenden, zouden redacties vaker in dialoog moeten gaan met hun publiek. Dit betekent ook dat je als journalist moet erkennen dat vertrouwen kwetsbaar is, en dat het publiek zich soms niet voldoende gezien voelt. Het gaat erom dat je actief die relatie met het publiek onderhoudt, zodat ze voelen dat ze krijgen waar ze recht op hebben. Maar dat betekent ook dat je je moet kunnen verantwoorden, niet alleen voor je werk, maar ook voor de keuzes die je maakt en de context waarin je opereert.

Het publiek wil niet alleen weten of de feiten kloppen, maar ook waarom keuzes zijn gemaakt en welke methoden zijn gebruikt. Dit is lastig, vooral in een tijd waarin alles snel moet, en veel redacties hebben moeite om hier ruimte voor te maken. Toch zijn er ook redacties, zoals De Marker, die manieren hebben gevonden om bewust met die relatie om te gaan, door bijvoorbeeld publiek feedback in te bouwen in hun werkproces en jonge journalisten te beschermen tegen negatieve reacties. Uiteindelijk is het belangrijk dat we de journalistiek niet als iets neutraals zien, maar als iets dat altijd in relatie staat met het publiek en diens verwachtingen en vertrouwen."

Mark Boukes

"Vertrouwen in journalistiek is een breed en complex begrip, dat vaak versimpeld wordt tot vragen als 'Is de journalist objectief?'. Maar volgens mij omvat vertrouwen veel meer aspecten. Het is een proces waarbij mensen verschillende signalen opnemen en uiteindelijk beslissen of iets betrouwbaar is of niet. De vraag is: waaruit bestaat dat vertrouwen precies? En verschilt dit per land? Zijn er bijvoorbeeld in Nederland andere factoren die een rol spelen in het wantrouwen ten opzichte van journalistiek dan in andere landen?



In ons onderzoek kijken we naar twee strategieën die journalisten vaak gebruiken als het publiek minder vertrouwen heeft: meer feitelijkheid door bijvoorbeeld factchecks, en meer transparantie door het proces van journalistiek uit te leggen. We willen experimenten uitvoeren in verschillende landen om te zien hoe deze benaderingen het vertrouwen beïnvloeden. Want hoewel transparantie en feitelijkheid vaak als oplossingen worden gezien, weten we nog niet zeker welke aanpak het meest effectief is, en of die overal ter wereld hetzelfde werkt."

Renée van der Nat

"In de journalistiek ligt de nadruk sterk op kritisch denken en bevragen, maar vaak ontbreekt de reflectie op de relatie met het publiek. Uit mijn onderzoek blijkt dat journalisten wel bezig zijn met 'audience engagement', maar hun beeld van het publiek blijft beperkt tot een stereotype, zoals de traditionele VPRO-kijker. Er is vaak geen dieper inzicht in wat het publiek werkelijk wil. Het blijft vaak bij aannames, terwijl het cruciaal is om open te staan voor andere perspectieven en die aan te passen aan de realiteit. Ze denken vaak vanuit hun vaste doelgroep, zonder zich echt af te vragen wat het bredere publiek, zoals jongeren, wil. In mijn onderzoek merkte ik dat journalisten wel veel ervaring hebben met publieksbetrokkenheid, maar uiteindelijk niet echt een ander beeld hebben van wie hun publiek is. Een betere dialoog en zelfreflectie kunnen de journalistiek verrijken. Wat ontbreekt, is het serieus bevragen van aannames over het publiek en het bouwen van een betere relatie met hen. Het gaat niet alleen om luisteren, maar om echt leren begrijpen wie het publiek is.



Journalisten missen vaak een concreet en breed beeld van wie hun publiek echt is. Dit resulteert in het missen van kansen om nieuwe groepen te bereiken, zoals jongeren. Dit komt deels door de cultuur binnen redacties, waar feedback niet altijd goed wordt ontvangen. Daarnaast lijkt er weinig vertrouwen van journalisten in hun publiek. Vertrouwen is een wisselwerking; net zoals journalisten verwachten dat het publiek hen vertrouwt, zouden journalisten hun publiek ook moeten vertrouwen. Daarover weten we nog niet zo veel, en dat is problematisch, vooral als het gaat om groepen die zich niet vertegenwoordigd voelen in de media."

Journalisten zouden meer hun aannames moeten bevragen en uitzoeken wat het publiek echt bezighoudt. Dit vergt niet alleen meer kritische reflectie op hun werk, maar ook op de relatie met het publiek en

het vertrouwen daarin. Journalistiek gaat niet alleen om feiten en transparantie, maar ook om toegankelijkheid, representatie en het gevoel van erkenning van de mensen die je informeert. Kortom, in plaats van aannames te maken, zouden journalisten beter moeten leren luisteren naar hun publiek, hun aannames bevragen en zich afvragen: voor wie doe ik dit eigenlijk? Het vertrouwen tussen journalist en publiek moet wederzijds zijn."

Gerson Veenstra (Eindredacteur Online en Interactieteam, EenVandaag)

"Het bijzondere aan wat wij doen in de journalistiek is het creëren van directe interactie met ons publiek via een chatfunctie. Dit is zeldzaam in de journalistiek, waar directe communicatie met redacteurs doorgaans niet mogelijk is. Vooral voor oudere mensen, die niet gewend zijn aan dit soort communicatie, biedt het een laagdrempelige manier om contact te maken. Dit één-op-één contact geeft mensen een gevoel van betrokkenheid en vertrouwen, iets wat anders moeilijk te bereiken is. Deze interactie is waardevol omdat het ons inzicht geeft in wat het publiek echt bezighoudt, wat hun vragen zijn, en hoe zij bepaalde onderwerpen ervaren. Dit verrijkt niet alleen onze journalistiek, maar zorgt er ook voor dat het publiek zich gehoord voelt. De interactie met ons publiek draagt zo bij aan zowel de betrouwbaarheid als de kwaliteit van onze journalistiek, doordat we continu kunnen reflecteren op onze keuzes en onderwerpen op basis van de feedback die we ontvangen.



Wat wij hebben ontdekt door ons interactieteam is dat het directe één-op-één contact met ons publiek iets unieks is in de journalistiek. Vooral voor oudere kijkers, vaak rond de 70 of 80 jaar, biedt dit een laagdrempelige manier om in contact te komen met ons. Het is meer dan een webcare-systeem zoals bij een webshop; het gaat om échte interactie, waarbij mensen vragen kunnen stellen over de journalistieke keuzes die wij maken.

Het effect van dit één-op-één contact is moeilijk te beschrijven, maar het biedt het publiek een laagdrempelige manier om met een mens achter het verhaal te praten. Veel van ons publiek is ouder en is niet gewend om op deze manier te communiceren, maar ze waarderen het directe contact enorm. Dit creëert een gevoel van vertrouwen en verbondenheid dat anders moeilijk te bereiken is. Mensen voelen zich gehoord en krijgen de kans om vragen te stellen, bijvoorbeeld over onderwerpen die hen persoonlijk raken. Dit één-op-één contact draagt bij aan meer begrip en zorgt ervoor dat we journalistiek van betere kwaliteit kunnen leveren. Het blijkt zelfs dat het aantal klachten en mails afneemt, omdat we direct kunnen schakelen met het publiek. In een tijd waarin vertrouwen in de journalistiek afneemt en sociale media minder sociaal worden, biedt dit directe contact ons een manier om dichter bij ons publiek te staan en onze journalistieke verantwoordelijkheid beter te vervullen."

Carmen Fernald (Hoofdredacteur Levensbeschouwing & Caribisch Netwerk, NTR)

"Om het vertrouwen in de journalistiek te vergroten, moet je beginnen bij representatie. Veel mensen herkennen zichzelf niet in de verhalen die worden verteld, vooral wanneer ze in problematische situaties worden afgebeeld. Dit zorgt ervoor dat ze afhaken. Het is belangrijk om het publiek terug te winnen door diverse perspectieven te tonen en journalisten bewust te maken van hun blinde vlekken. Vaak komen nieuwskeuzes nog steeds van een homogene groep, wat niet aansluit bij de werkelijkheid van veel mensen, zoals degenen die buiten de Randstad wonen of een biculturele achtergrond hebben.



Het is cruciaal dat verhalen en nieuwsitems meer aansluiten bij de diverse ervaringen en perspectieven in de samenleving, zoals die van mensen buiten de Randstad of met een biculturele achtergrond. Ook binnen redacties is het belangrijk om diversiteit te waarborgen. Dit gebrek aan diversiteit leidt ertoe dat veel onderwerpen die voor bepaalde groepen relevant zijn, niet de aandacht krijgen die ze verdienen. Door bewust met representatie om te gaan en verschillende perspectieven op te zoeken, kan journalistiek relevanter en betrouwbaarder worden voor een breder publiek.

Door meer diversiteit op de werkvloer te creëren, wordt de nieuwsgierigheid en openheid vergroot, wat leidt tot betere verhalen en uiteindelijk meer vertrouwen. Het gaat erom ruimte te bieden voor een breed scala aan ervaringen en perspectieven, zonder dat neutraliteit als een rigide norm wordt gehanteerd. Journalistiek moet rechtvaardigheid nastreven en zich niet blindstaren op neutraliteit, maar juist streven naar inclusieve en evenwichtige verslaggeving die echt aansluit bij het publiek."

"Journalisten, vaak afkomstig uit de dominante groep, hebben soms geen idee hoe het leven eruitziet voor mensen in bijvoorbeeld Amsterdam Zuidoost of buiten de Randstad. Diversiteit op redacties is essentieel om relevante en betrouwbare verhalen te brengen die een breder publiek aanspreken. We moeten ook stilstaan bij waarom representatie zo belangrijk is en hoe dit bijdraagt aan de geloofwaardigheid van de journalistiek. Het gaat erom andere stemmen en perspectieven naar voren te brengen, niet alleen bij gelegenheid, maar als vast onderdeel van het redactionele proces."

"Ook vertrouwen jongeren traditionele media minder, omdat ze overspoeld worden met informatie en vaak niet weten wie beslissingen neemt in het journalistieke proces. Het gaat erom dat de keuzes op redacties nog steeds door een beperkte groep worden gemaakt, en dat die niet altijd aansluiten bij de leefwereld van veel mensen. Journalisten moeten beter begrijpen wat er echt speelt in diverse

wijken en bij verschillende bevolkingsgroepen. Het is belangrijk om meer diverse deskundigen aan tafel te krijgen en mensen van buiten de gebruikelijke kringen te betrekken, zodat verhalen voor een breder publiek relevant worden. Daarbij is het essentieel dat redacties bewust worden van het belang van diversiteit en inclusie, niet alleen als opgelegde regel, maar omdat het leidt tot meer betrouwbaarheid en herkenning in de journalistiek. Diversiteit op de werkvloer is daarbij een cruciale stap."

Resultaten sectorbijeenkomst 2 juli

Nina Rijnierse

Na een verkenning onder experts in de sector, werden de eerste resultaten samengevat gepresenteerd op 2 juli aan geïnteresseerden uit de sector. Zij kwamen na een open oproep in de Social Impact Factory in Utrecht bij elkaar om zich te verdiepen in het thema 'betrouwbaarheid en kwaliteit van de journalistiek'.

Doel en opzet bijeenkomst

Het doel van deze bijeenkomst was om enerzijds de sector te betrekken bij het verder vormgeven van het thema voor de Incubator 2025, anderzijds om de thema's met hun input verder te verdiepen.

De groep aanwezigen op 2 juli bestond uit een mix van expertises: o.a. journalisten, interactieredacteurs, leidinggevend, wetenschappers/onderzoekers en mensen van sectororganisaties. Tijdens de bijeenkomst vroegen we de aanwezigen op verschillende manieren input te geven op de vraag: wat zijn volgens jou de belangrijkste uitdagingen voor de journalistiek binnen het thema 'betrouwbaarheid en kwaliteit van journalistiek'?

Eerst deelde Karlijn Goossen de resultaten van de verkenning zoals eerder in dit document omschreven. Vervolgens vond een zogenoemde 'fishbowl' sessie plaats, waarin deelnemers experts rond de drie bovengenoemde thema's vragen konden stellen. De experts waren: Geert van der Veen (medewerker Netwerk Mediawijsheid/DichterbijNieuws), Gerson Veenstra (Eindredacteur Online en Interactieteam EenVandaag), Carmen Fernald (Hoofdredacteur Levensbeschouwing en Caribisch Netwerk NTR), Arie Bart de Vries (UX-researcher Nu.nl), Patrick Selbach (directeur UseTheNews Nederland) en Mirjam van der Puijl (freelance onderzoeksjournalist op het gebied van data en tech). Tijdens de fishbowl-sessies konden de aanwezigen naast vragen stellen, ook op Post-its zelfstandig uitdagingen (in de vorm van Hoe kunnen we-vragen) formuleren op basis van input van de experts, die vervolgens in de deelsessies werden meegenomen.

Tenslotte gingen deelnemers aan de slag om deze thema's verder te verdiepen in deelsessies onder leiding van een facilitator. Het einddoel van die laatste sessie was om één uitdaging per thema te formuleren, met elk maximaal vijf deelditdagingen.



Illustratie: Paul Micolo

Resultaten deelsessies

De Post-its met input voor de sessie over Representatie (uit de fishbowl) liet de verschillende kanten van het onderwerp goed zien: het ging o.a. over de voorbeelden en pioniers die op dit gebied al werk in de journalistieke sector doen. Tegelijkertijd werd ook de term zelf bevraagd: over de vraag wat representatie eigenlijk precies inhoudt, wie er dan gepresenteerd zouden moeten worden, en wat voor effect dat dan zou moeten hebben. Sommige vragen waren meer praktisch, anderen meer overkoepelend ingestoken. Denk aan: hoe kunnen mediabedrijven gestimuleerd worden tot een representatieve spreiding binnen hun personeelsbestand? En hoe kan representatie achter de schermen omgezet worden in representatie voor de schermen (of zonder schermen)? De discussie leverde drie kernvragen op die volgens de deelnemers de meeste prioriteit hadden:

- Hoe kunnen we diverser werven (en behouden)?
 - Hoe kunnen we goede mensen vinden als journalistieke opleidingen al niet zo divers zijn?
 - Hoe kunnen we laten zien aan de jongere generaties dat een opleiding journalistiek mogelijk is? En aan minderheidsgroepen die te vaak 'vergeten' worden?
 - Hoe kunnen we autodidacte (/burger) journalisten meer op redacties krijgen (ipv eigen blogs o.i.d.)?
- Hoe kunnen we nieuw publiek betrekken zonder het oude publiek te vervreemden, zodat je het vertrouwen geniet van een groter deel van de samenleving?
 - Hoe kunnen we over-gerepresenteerde groepen laten ervaren dat het voor hen ook goed & gunstig is als we naar betere representatie gaan in de journalistiek?
 - Hoe betrek/bereik/representeer je nieuw publiek zonder het oude publiek van je te vervreemden?
- Hoe kunnen we bestaande diversiteit op redacties benutten, zodat onvertelde verhalen direct aan bod komen?
 - Hoe kunnen we de diversiteit die er is op de redactie meer naar voren halen?

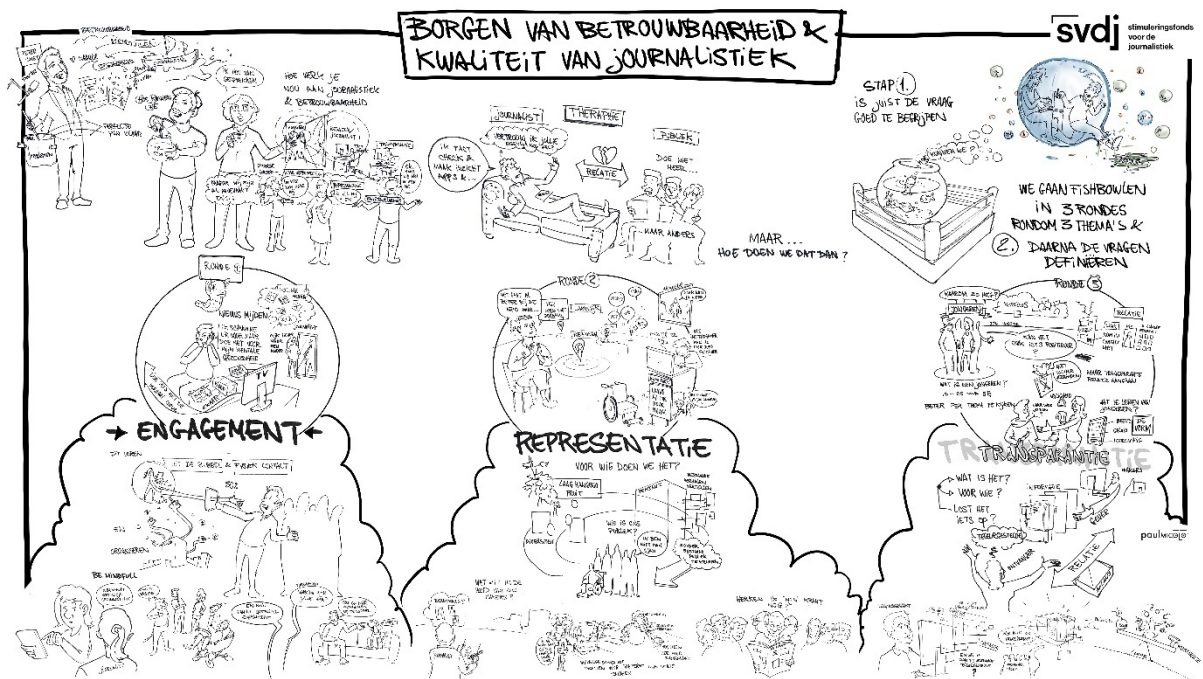
Het deelonderwerp **Transparantie** was misschien wel een van de meest brede onderwerpen, in ieder geval voor de deelnemers van de bijeenkomst op 2 juli. Deelnemers koppelden het onderwerp - bijvoorbeeld aan allerlei deelvraagstukken. Ook grotere, meer reflectieve vragen kwamen naar voren. Vragen als: Hoe kunnen we transparantie in de journalistiek gebruiken/bevorderen bij een ongeïnteresseerd publiek? En hoe kunnen we als journalisten transparant zijn zonder ernstige risico's te lopen?

Na het clusteren van de vragen, kwamen de deelnemers van deze sessie uit op één overkoepelende probleemstelling: "Het is ondoorzichtig welke waarden onder de huidige journalistiek liggen, waardoor het moeilijk te onderscheiden is van andere vormen van informatievoorziening, wat kan zorgen voor wantrouwen." De doelgroep die hier het meest last van heeft, zijn volgens de deelnemers "jongeren die primair sociale media gebruiken voor hun informatievoorziening, teleurgesteld zijn/dreigen te raken in de instituties en weinig tot geen middelen hebben om keuzes te kunnen maken in hun informatievoorziening." Voor dit vraagstuk wezen de deelnemers als primair verantwoordelijken aan: "journalistiek leidinggevend van gratis nieuwsmedia, en nadrukkelijk ook onafhankelijke makers die actief zijn op social media".

Ook de sessie over **Publieksbetrokkenheid** had een grote hoeveelheid invalshoeken als startpunt. Dit liep uiteen van meer directe vragen over manieren waarop je het publiek kunt betrekken, naar grote vragen over beroepsreflectie en subjectiviteit van de journalist. Bijvoorbeeld: Hoe kunnen we beter later zien wat we met vragen/feedback/beperkingen doen? En hoe kunnen we gemakkelijk (laagdrempelig) in gesprek met mensen die we niet bereiken? Deze groep formuleerde, na het clusteren van de input op thema's, een overkoepelende probleemstelling, met daaronder vier deelvragen: Hoe kunnen we relatieversterkende interactie een wezenlijk onderdeel maken van het werk als journalist?

- Hoe kun je je publiek echt leren kennen?
- Hoe kunnen we journalistieke zelfreflectie op gang brengen?
- Hoe kunnen we geëngageerd contact (op grote schaal) organiseren tussen journalisten en publiek?
- Hoe kunnen we zelf zorgen voor die gezonde balans zodat mensen het nieuws niet hoeven mijden om gezond te blijven?

De deelsessies lieten zien dat de bredere opgave 'borgen van betrouwbaarheid en kwaliteit van journalistiek' voedingsbodem is voor verschillende deelvraagstukken. Hoewel de grootte van de verschillende vragen uiteenliepen en de formulering verschilde, werden ook gemene delers zichtbaar in de gesprekken. In het hoofdstuk hieronder wordt toegelicht hoe op basis hiervan gekozen is voor de uitdaging die in het Incubatorprogramma van 2025 centraal staat.



Illustratie: Paul Micolo

Selectie en validatie Incubator

Na de gesprekken met experts en sectorbijeenkomst op 2 juli is alle input op een rij gezet en samengevat, om zo een juiste scope te definiëren waar deelnemers aan het Incubatorprogramma mee aan de slag kunnen gaan. Uit de verkenning kwamen drie bouwstenen naar voren die essentieel zijn voor het borgen van betrouwbaarheid kwaliteit van journalistiek: Transparantie, Publieksbetrokkenheid en Representatie.

Bij het formuleren van de juiste scope was het belangrijk om een middenweg te vinden tussen een te specifiek en een te breed onderwerp. Zowel uit de verkenning als uit de bijeenkomst op 2 juli bleek dat het thema Transparantie, hoewel interessant, nog erg breed was. Onderzoekers bevestigden dat er nog meer onderzoek naar dit thema moet worden gedaan, de vragen van deelnemers tijdens de sessie liepen erg uiteen. Het thema Representatie was wel meer afgebakend, maar een risico (kijkend naar de uitkomsten van de sessie op 2 juli) zou kunnen zijn dat dit weer wat té afgebakend is. Representatie is een belangrijk aspect van het waarborgen van kwaliteit en betrouwbaarheid van journalistiek, maar wel een specifiek onderdeel ervan. Publieksbetrokkenheid vormt een middenweg: in de gesprekken en in de sessie van 2 juli kwamen verschillende vragen terug die ook aan de andere thema's raakten. De andere thema's gaan dus niet verloren bij de keuze voor dit thema. Tegelijkertijd geeft het thema Publieksbetrokkenheid wel genoeg afbakening om gericht aan de slag te gaan; er is zowel een gedegen theoretische basis beschikbaar, als een groot aantal praktijkvoorbeelden/ experimenten waarop kan worden voortgebouwd (denk aan Open Redactie van de Volkskrant, redactieraad Nu.nl, burgerdialogen DichterbijNieuws, interactieredactie EenVandaag). Ook biedt het thema ruimte voor verschillende invalshoeken, zoals vanuit de redactiecultuur, representatie, transparantie over het journalistieke proces of hoe technologie hieraan kan bijdragen. Ook bleek er grote bereidheid om te delen tussen organisaties over dit thema.

De overkoepelende probleemstelling voor de Incubator is daarmee geformuleerd als:

→ 'Hoe betrekken we het publiek bij de journalistiek?'

Het Incubatorprogramma voor 2025 richt zich daarmee op het ontwikkelen van vernieuwende journalistieke praktijken die de kloof tussen de journalistiek en het publiek dichten. Deze praktijken dragen bij aan het waarborgen van betrouwbaarheid, vertrouwen en kwaliteit in de Nederlandse journalistiek. De gesprekken met experts uit de sector wijzen erop dat het vertrouwen van burgers in journalistiek, actief moet worden opgebouwd en onderhouden. Bijvoorbeeld door het betrekken van diverse perspectieven, het toelichten van journalistieke keuzes en processen, of door strategisch in te zetten op publieksbehoeften als organisatie. Steeds meer organisaties houden zich hier actief mee bezig. Tegelijkertijd ontbreken pasklare antwoorden op de vraag hoe het publiek kan worden betrokken. Daarom wil het Stimuleringsfonds met professionals van binnen en buiten de journalistiek op zoek naar oplossingen voor een publieksgerichte sector.

We kiezen voor een gezamenlijke aanpak, omdat we merken dat er niet alleen behoefte is aan verandering op organisatieniveau, maar ook breder binnen de sector, en dat er een sterke bereidheid is tot samenwerking rond dit journalistiek probleem. Als we gezamenlijk op zoek gaan naar oplossingen, hoeven de betrokken organisaties niet ieder voor zich het wiel uit te vinden en kan het hele journalistieke veld ervan profiteren. Multidisciplinaire samenwerking, actieve kennisuitwisseling en iteratief innoveren staan hierbij centraal. Op die manier kunnen er (eerste) deelantwoorden worden ontwikkeld op deze grote vraag voor de sector.

Bronnenlijst

Gebruikte bronnen

- Charlie Beckett (2024). [Trust: how to build public confidence in your journalism](#). London [School of Economics](#).
- Commissariaat voor de Media (2024). [Digital News Report Nederland 2024: Interesse in nieuws neemt af, vertrouwen in nieuws daalt licht](#)
- De Volkskrant (2024). [Alles wat u wilt weten over onze journalistiek](#).
- DichterbijNieuws / Netwerk Mediawijsheid (2024). [Praktische richtlijn voor redacties. Zo zorg je voor een constructief online klimaat](#).
- DichterbijNieuws / Netwerk Mediawijsheid (2024). [Hoe Nederlandse nieuwsredacties wantrouwen te lijf gaan](#).
- Marina Adami (2024). [AI expert Agnes Stenbom: "We need to better tell our users how journalism is different from other forms of information"](#). Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Milou Vollebregt (2024). [Jonge journalisten vinden interactie doodnormaal, merken ze bij EenVandaag. Use The News](#).
- NOS (2024). [Nieuw: NOS journaal in makkelijke taal](#).
- NPO Radio 1 (2019-nu). [Podcast: Achter de klacht](#).
- Reuters Institute for the Study of Journalism (2024). [Digital News Report 2024](#).
- Schibsted (2024). [Users' trust in editorial media is influenced by four key drivers](#).
- Stimuleringsfonds voor de Journalistiek (2021). [Journalistiek 2035: Scenario-overstijgende opgaven voor de journalistiek](#).
- Trusting News Initiative. [The news industry faces a crisis of trust. Trusting News is helping solve it](#).

Overige verzamelde bronnen

- Alexandra Borchardt (2024). [News Report 2024: Trusted Journalism in the Age of Generative AI](#). European Broadcasting Union.
- Benjamin Toff, Ruth Palmer & Ramus Kleis Nielsen (2023). [Avoiding the News; Reluctant audiences for journalism](#). Columbia University Press.
- Candis Callison & Mary Lynn Young (2019). [Reckoning: Journalism's limits and possibilities](#). Oxford University Press.
- Commissariaat voor de Media (2023). [Wat bracht het Commissariaat in kaart over betrouwbaarheid van journalistiek media-aanbod?](#)
- Emma Löfgren (2024). [Trusting News' Joy Mayer on how newsrooms can build trust among audiences](#). The Fix.
- Gal Ariely (2015). [Trusting the Press and Political Trust: A Conditional Relationship](#). Journal of Elections, Public Opinion and Parties, 25(3), 351–367.
- Geert van der Veen (2024). [Burgerdialogen DichterbijNieuws; zo zorgt dialoog voor inzichten bij burgers én journalisten](#). DichterbijNieuws / Netwerk Mediawijsheid
- Jacob L. Nelson (2024). [Is journalism's trust problem about money, not politics?](#) Nieman Lab.
- Jesper Strömbäck et al. (2020). [News media trust and its impact on media use: toward a framework for future research](#). Annals of the International Communication Association, 44(2), 139–156.
- Journalismlab (2020-nu). [Nieuwsmijding en het effect op de burger en nieuwsmedia in een democratische samenleving](#).
- Laura Postma (2024). [Onderzoeker Mark Boukes: 'Kwalitatieve journalistiek zorgt niet per se voor vertrouwen'](#). Stimuleringsfonds voor de Journalistiek.
- Matt Carlson (2023). [Journalistic Authority; Legitimizing news in the digital era](#). Columbia University Press.
- Mattia Peretti (2024). [To reinvent journalism, start by updating its mission](#). International Journalists' Network.

- Michael Koliska (2022). [Trust and Journalistic Transparency Online. Journalism Studies, 23\(12\), 1488–1509.](#)
- Nayla Fawzi et al. (2021). [Concepts, causes and consequences of trust in news media – a literature review and framework. Annals of the International Communication Association, 45\(2\), 154–174.](#)
- Netwerk Mediawijsheid (2020). [Onderzoek: Betekenis van betrouwbaarheid van nieuws voor het nieuwsmediagebruik van jongeren](#)
- Nic Newman (2024). [Journalism, media, and technology trends and predictions 2024. Reuters Institute for The Study of Journalism](#)
- Perugia Journalism Festival (2024). [Building trust through content authenticity](#)
- Perugia Journalism Festival (2023). [Transparency in journalism: is it the key to public trust?](#)
- Rasmus Kleis Nielsen & Richard Fletcher (2024). [Public perspectives on trust in news. Reuters Institute for the Study of Journalism.](#)