

Why Do I Care?

Op zoek naar
een menselijker
journalistiek

Dit essay neemt je mee op onze zoektocht naar een menselijker journalistiek. Een zoektocht waarin we journalistiek niet zien als werken vanuit een ivoren toren, maar als manier om te luisteren naar, te reflecteren met en te zorgen voor publiek.

'We', dat is een groep van journalisten, kunstenaars, antropologen, marketeers en social designers, in opdracht van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek, die sprak met tientallen mediamakers, onderzoekers en wetenschappers – van podcasthosts tot hoofdredacteuren en van ethici tot regioverslaggevers.

'We', dat ben jij, als journalist, redacteur, onderzoeker, impactproducent, mediamaker, vormgever, samensteller, of wat je functienaam ook is. En 'we', dat is het publiek, dat niet kan wachten tot de journalistiek stappen zet om dichterbij te komen. Om stil te staan, te luisteren, te reflecteren en dingen te maken die écht van waarde zijn.

Hoe betrekken we de journalistiek bij het publiek? Deze vraag is urgenter dan ooit.

Laten we samen op zoek gaan naar het antwoord.

Welkom bij journalism of care.

Welkom bij RAAK.

“
*The future
of
journalism is
human.*

Bonn Institute, centrum voor constructieve journalistiek

3 PROLOOG

5 OVER BETROKKENHEID

14 OVER WEDERKERIGHEID

19 OVER VERTROUWEN
EN ZORG

↻ HOW DO I CARE?
de RAAK methode

PROLOOG

Met een vastberaden blik in haar ogen stapt Nina Fasciaux het podium op van het theater. Ze is de eerste spreker van het driedaagse B.Future-festival van het Bonn Institute, een centrum voor constructieve journalistiek. Het festival heeft als ondertitel: Real Journalism. Real People. De zaal zit afgeladen vol.

Nina kijkt om zich heen voor ze begint te spreken. Haar ogen lijken die van iedere aanwezige even te ontmoeten. Ze glimlacht, neemt haar tijd. Dan begint ze te praten, in het Engels, met een Frans accent. Haar stem is zacht, maar haar woorden klinken vastberaden.

En die woorden. Die raken.
Ze raken omdat ze zeggen wat je zelf al langer voelt.
Het gevoel dat je dingen anders wíl doen in je werk.
Het gevoel dat je dingen anders kúnt doen.
En nu ook echt gáát doen.

Het gevoel dat je onderdeel uitmaakt van iets dat groter is dan jijzelf. Iets wat zelfs veel groter is dan al die journalisten bij elkaar, omdat het al jaren in de lucht hangt.

'Journalism is a profession of care and connection', begint ze.

Het is alsof de hele zaal een diepe ademteug neemt.

In.

En dan uit.

*Ik word niet
betaald om betrokken
te zijn. Maar ik ben het
wel. In alles wat
ik doe.'*

hoofdredacteur

OVER BETROKKENHEID

Het is een donkere herfstavond in een van de nieuwere wijken van Almere. De wind duwt de toegangsdeur van het buurthuis stevig dicht, na even wrikken en duwen gaat hij open. Boven aan het trappenhuis klinkt muziek, jongeren bewegen de guurheid weg met een hiphoples. Beneden, de klapdeuren door, worden stoelen in een cirkel geschoven.

Een twintigtal mensen vult de ruimte. Onder hen twee agenten, een jongerenwerker, de veiligheidscoördinator van de gemeente en vrijwilligers van het buurtteam. Ook de beheerder van een buurthuis is er, de opbouwwerker, de sociaal verbinder. Er worden handen geschud, koppen thee ingeschonken.

Ze zijn hier om te praten over het veiligheidsgevoel in de wijk. Bewoners werden al meerdere malen opgeschrikt door explosies, en alle aanwezigen moeten hier in hun dagelijkse werk mee omgaan. Hoe doe jij dat nou? Wat merk jij en zie ik over het hoofd? Hoe kunnen we elkaar beter bijstaan?

Het gesprek is open, mensen kennen elkaar, weten wat ze van elkaar kunnen verwachten. Maar toch is iedereen ook wat alert. Er is namelijk een journalist in de zaal. En praten over je kwetsbaarheid is dan, nou ja: spannender.

Langzaam komt het gesprek op het sentiment in de wijk. De buurtteams en de gemeente komen er niet uit: er is zoveel voorlichting, maar toch weten bewoners vaak niet bij wie ze met hun zorgen aan moeten kloppen.

Het is een half uur na de start van het gesprek. De

jonge verslaggever, die tot dan toe heeft zitten luisteren, recht zijn rug en vraagt: 'Hoe kan de journalistiek jullie helpen?' Het valt even stil. En direct verandert er iets.

KLOOF

Redacties en journalisten doen steeds beter hun best voor het publiek. Het neerbuigende adagium 'Als we het publiek hun zin geven, plaatsen we alleen nog maar kattenfilmpjes' is gelukkig allang niet meer in zwang. Journalisten staan steeds meer open voor inhoudelijke feedback van de groep waarvoor ze hun producties maken: de achterban, de kijkers, de lezers, het publiek. Redacties organiseren online polls, voxpops, en pop-ups – en worden steeds beter in al die online polls, voxpops en pop-ups.

En ook van begrip van publieksdata wordt alsmaar serieuzer werk gemaakt. Waar eerst veel focus lag op bereik (clicks, views) als belangrijkste succesfactor, richten steeds meer redacties zich op engagement en impact. Hoe vaak wordt een filmpje gedeeld? Hoe veel tijd besteden lezers aan een tekst? Is er daadwerkelijk iets veranderd sinds we dit aan de kaak hebben gesteld? Kortom: hoe kunnen we uit alle data destilleren wat voor waarde onze journalistiek heeft voor degenen voor wie we het maken?

Allemaal sympathiek, en allemaal belangrijk – maar het is niet voldoende. De kloof tussen journalistiek en publiek blijft groeien. Het vertrouwen in media is laag, en nieuwsmijding een gegeven. Journalistieke denkers buitelen over elkaar heen met verklaringen: er is te veel nieuws, er is te weinig duiding, er is te veel polarisatie, er is te weinig representatie. Allemaal waar, en allemaal urgent. Maar voor de Britse journalist en onderzoeker Shirish Kulkarni is het vrij duidelijk waar het misgaat:

publieksbetrokkenheid, zoals nu ingezet, dient nog altijd de agenda van redacties, en zelden die van het publiek

STATUS QUO

'Publieksbetrokkenheid' is een status quo-bevestigende term. Er zit beweging in, dat klopt. Maar van wie, en welke kant op? Juist: van het publiek náár de journalistiek. Hier stáán wij, roept de journalistiek, en vooruit, we zetten de deuren van onze redactievloer open. Kom naar ons toe als je je niet gerepresenteerd voelt. Vul deze poll in, sluit aan bij deze focusgroepsessie, reageer, reageer! Vertel ons waar je mee zit!

Dat klinkt sympathiek, maar er zit arrogantie in dat streven. Want als jij dichter bij je publiek wil staan, waarom zou je publiek dan naar jou toe moeten komen? Publieksbetrokkenheid gaat niet alleen over je publiek betrekken bij jouw journalistiek. Het gaat er juist over of jij je als journalist betrokken voelt bij je publiek. En of jij betrokken bent. Compleet de andere kant op dus.

'Journalism needs to decenter journalism', zo stelde de Amerikaanse mediaconsultant Candice Fortman begin 2025. 'De missie van de journalistiek is nooit geweest om de journalistiek te redden. De missie is altijd al om gemeenschappen te beschermen tegen een golf van roofzuchtige, gewelddadige en volkomen ongerechtvaardigde beleidsmaatregelen, bedrijven en systemen die onze burens uitbuiten en winst boven mensen stellen.'

Als we als media betrokken zijn bij ons publiek, dan gaat het niet langer over wij en zij. Dan gaat het over naast elkaar staan, in plaats van boven of onder elkaar. Zoals journalistiek, ook in de woorden van Fortman, eigenlijk bedoeld is.

It's not the audience, it's us.

EMOTIE

Misschien klinkt dit allemaal wat vreemd in een essay dat wil overtuigen dat journalistiek het publiek als vertrekpunt moet nemen. Misschien helpt het om iets totaal anders te vragen: waarom ben je ooit journalist geworden?

Een voorzetje. Omdat je schaamteloos nieuwsgierig bent, of een samensteller avant la lettre. Omdat je ideeën hebt over de ideale samenleving, wat de wereld nodig heeft, of juist niet. Omdat je houdt van taal, van beeld. Omdat je goede, diepgravende analyses wil maken, of onwijs kickt op scoops (no shame!). Omdat je spreekbuis wilt zijn, impact wil maken, agenderen, helpen. Omdat je geeft om mensen, de macht wil controleren, een stem wil geven aan diegenen die niet gehoord worden.

Journalistiek is per definitie een relationeel beroep: zonder anderen gaat het niet. Zonder bronnen geen verhalen, zonder publiek geen producties, en zonder gemeenschappen geen impact of verandering. Journalistiek is bovendien een affectief beroep. Dit betekent niet dat het streven naar objectiviteit de deur uit kan, of onafhankelijkheid down the drain. Het is onwijs belangrijk om je bewust te zijn van je bias, je aannames en je blinde vlekken. Maar journalistiek zonder emotionele dimensie is een illusie. En dat niet alleen: het is maar de vraag of zulke journalistiek het overleeft.

SAMEN

Al is het alleen maar omdat je affectieve relatie met het vak enorm bepalend is voor je werkgeeluk. Onderzoekers Gregory Perreault en Claudia Mellado keken in 2024 naar redenen waarom journalisten nu eigenlijk journalisten willen blijven. Wat blijkt? Werkplezier komt voort uit 'engaged practices' en 'service-oriented role

performance'. Oftewel: samen mooie dingen maken, die nut hebben, ten dienste van anderen. En die anderen, dat zijn niet enkel je (concu)collega's: dat is de maatschappij, de samenleving, het publiek.

Zodra je echter een aantal jaar achter een bureau in de gierende redactiemachine de deadlines hebt zitten wegtikken, met lezers alleen aanwezig in de vorm van KPI's, online trolls en Best Gelezen-lijstjes, leer je die emotionele pré's en relationele afhankelijkheid uit je vocabulaire te schrappen. Of nee, je leert het niet, want niemand vertelt je dat je dit moet doen: het gebéurt gewoon.

Voor je het weet ben je zowel een 'hoeder van de democratie' als 'natuurlijk geen maatschappelijk werker' – tegelijkertijd! – binnen een genadeloos snel systeem waarbinnen weinig ruimte is voor reflectie, objectiviteit vanzelfsprekend en makkelijk wordt geacht, publiekscontact niet bij jou maar bij de online redactie terechtkomt, en je broodnodige quality time met bronnen of nazorg niet kunt factureren.

Sorry voor de lange zin. Maar voel je 'm? Dus laten we de vraag nog eens stellen: waarom ben je ooit journalist geworden? Heeft dat niet alles te maken met mens-zijn?

AFFECTIE

Als je antwoord hierop 'ja' is – en we kunnen ons haast niet voorstellen dat dat het niet is – dan volgt hier het goede nieuws: dit is precies de vorm van betrokkenheid die het publiek van je vraagt.

Perreault en Mellado deden in hetzelfde jaar namelijk nog een onderzoek, *The Importance of the Human Touch in Journalism*. Ook zij signaleerden de groeiende kloof tussen traditionele journalistieke waarden

en de verwachtingen van het publiek. Wat maakt iemand tot een goede journalist?, zo vroegen ze uit.

Objectiviteit!	Empathie!
Onafhankelijkheid!	Toegankelijkheid!
Technische skills!	Betrokken communicatie!
zei de journalistiek.	zei het publiek.

Journalisten zien hun waarde vooral in de technische dimensie, zeggen Perreault en Mellado. Loopt het verhaal goed? Zijn hoor en wederhoor in orde? Is het taalgebruik correct? Kloppen de feiten?

Maar het publiek hecht veel meer belang aan de affectieve dimensie. Het wil goede duiding, zeker, maar ook erkenning en herkenning, ziet ook Yael de Haan, die als lector Kwaliteitsjournalistiek onderzoek doet naar de rol die journalistiek speelt in de levens van mensen en de maatschappij. Een goede journalist is een journalist die menselijkheid toont.

EMPATHIE

Het opvallende is dat dit eigenlijk helemaal niet botst met de journalistieke praktijk. De 'human touch' wordt door bijna alle mediamakers in ons onderzoek namelijk beschouwd als een kernvaardigheid. Opvallend vaak hoorden we dat betrokken zijn, contact houden en medeleven betonen essentieel is voor het kunnen uitvoeren van je vak.

Het is alleen niet altijd makkelijk om daarover te praten binnen redacties zoals ze nu zijn ingericht. De journalistiek leert ons immers om – in naam van de neutraliteit – te stoppen een mens te zijn, met gevoelens, twijfels en zorgen. De objectiviteit die iedere journalist nastreeft, zoals stevig verankerd in de Code van Bordeaux, is goed, maar zijn we somewhere down the line gaan

verwarren met emotionele distantie. En precies dat is wat de kloof zo vergroot.

Zo legde de hoofdredacteur van een landelijke krant uit dat het niet helpt om ontevreden lezers enkel met feiten te confronteren. In contact met boos publiek probeert hij altijd vooral ruimte te bieden aan sentiment. 'Onze eerste neiging is keuzes uitleggen', vertelde hij, 'of duidelijk maken hoe journalistiek werkt. Maar empathie tonen werkt veel beter.' Een andere hoofdredacteur merkte op: 'Ik word niet betaald om betrokken te zijn. Maar ik ben het wel, in alles wat ik doe.'

Veel journalisten willen wel meer mens-tot-mens-contact met publiek, maar vragen zich vooral af: hóé dan? 'Je bent blij dat het verhaal gelukt is, maar je gaat niet nog eens nabellen', zei een klimaatverslaggever. Niet uit onwil, maar uit tijdnood: 'Je zit in een trein van dóór, dóór, dóór.' Een freelance podcastmaker benadrukte dat het afwikkelen van een productie net zo belangrijk is als het vooronderzoek, maar dat je nazorg nooit kunt factureren.

De journalist kan niet alleen een 'haler' zijn, zo stelt Kulkarni. Maar de meeste journalisten willen dat ook helemaal niet.

ECHT LUISTEREN

Dus wat is de kern van het probleem? Hoe zit de kloof tussen journalistiek en publiek in elkaar? En waar vinden we een oplossing? Nina Fasciaux, directeur van het Solutions Journalism Network, stelt eveneens dat we het moeten zoeken in de journalistiek zélf. Mediamakers worden niet getraind om écht te luisteren, zegt ze, om te horen wat er niet wordt gezegd, de stilte te duiden, de complexiteit toe te laten.

En uit de gesprekken die we met professionals

voerden, blijkt inderdaad dat dit soort broodnodige soft skills op de opleiding en op de werkvloer weinig aandacht krijgen. Het mens-zijn-als-journalist moet je op eigen houtje oefenen en onderhouden en is daarmee ook nog eens afhankelijk van je persoonlijke ethiek – best problematisch in een sector met een hoge standaard als het om objectiviteit gaat.

Fasciaux pleit voor een vorm van journalistiek die nuance toelaat, die mensen helpt elkaar beter te begrijpen in plaats van tegenover elkaar te zetten. Ze roept op journalistiek te beschouwen als een beroep van nabijheid, aandacht en aanwezigheid. Als een vorm van ruimte maken voor de ander – precies waar het publiek zo naar verlangt.

MENS

Terug naar het buurthuis. 'Hoe kan de journalistiek jullie helpen?' Nadat de journalist zijn vraag had gesteld, leek de avond ineens veel lichter. De aanwezigen vertelden wat sensationele koppen en onzorgvuldige woordkeuzes met de gemeenschap doen. Ze legden de journalist hun zorgen voor, en de journalist deelde op zijn beurt zijn twijfels. Daar in Almere kwam de journalist niet om te halen. Hij kwam om te luisteren, te leren, en te ervaren wat journalistiek óók kan zijn.

En dat is een journalistiek als een ruimte waarin je aanschuift, en ja, tuurlijk: ook kritisch bent. Maar waarin je óók vragen stelt als 'Hoe gaat het nu met je?' of 'Kan ik nog iets voor je doen?'. Het is een vak waarin je bereikbaar bent en respectvol bent, helpt waar nodig, sorry zegt waar nodig. Waarin je erkent dat gemeenschappen de basis zijn van je werk en je je verantwoordelijkheid neemt. En waarin je het toegeeft als je het soms ook allemaal niet meer weet. Het beste van dit alles is: dit is geen rocket science. Dit kan je.

Om het simpele feit dat je ook als journalist mens bent.

‘Als journalist leen ik een stukje van iemands leven.’

fotograaf



OVER WEDERKERIGHEID

Maar zo is de nieuwsproductie in Nederland nou eenmaal.' De jonge eindredacteur aan de andere kant van de lijn klinkt verzuchtend, gelaten bijna. Natuurlijk zou hij meer tijd willen besteden aan het nabellen van publiek, aan het checken of items goed geland zijn. Ook hij vraagt zich wel eens af of geïnterviewden nog iets nodig hebben ná publicatie. Maar ernaar handelen doet hij amper. 'Je maakt iets, het is eruit, en je gaat weer dóór.'

RECIPROCITEIT

Zo. Je hebt besloten dat je als journalist weer meer mens wilt zijn. Maar hoe doe je dat precies? Hoe kun je én je bekommeren om je publiek én je professionele rol in stand houden? En waar vind je de ruimte, laat staan de tijd?

We haalden al even Yaël de Haan aan, en haar constatering dat publiek zoekt naar erkenning en herkenning. Wat hier nauw mee samenhangt is volgens De Haan 'reciprociteit', oftewel wederkerigheid. Dit is het principe dat je, als je iets ontvangt, iets teruggeeft. In een gelijkwaardige relatie zijn dit geven en nemen in balans. Maar de journalistiek wordt door publiek vaak ervaren als eenrichtingsverkeer – als 'halen' zonder 'brengen', als een cadeautje aanpakken zonder zelfs maar 'dankjewel' te zeggen.

'Je moet burgers laten weten dat hun wijsheid gewaardeerd wordt', zo vertelde De Haan. 'Mensen willen het gevoel hebben dat ze ertoe doen.' Een bron, gemeenschap of publiek geeft je informatie en vertrouwen en wordt steeds mondiger. Ze doen ertoe in alles wat je maakt. Wat geef jij ze ervoor terug?

HET JUISTE

Mediamakers hebben doorgaans best wel ideeën over wederkerigheid. Veel journalisten die wij spraken vinden correcte afwikkeling van verhalen en nazorg voor bronnen bijvoorbeeld erg belangrijk, en noemen het zelfs een ethische verplichting. 'Als journalist leen je een stukje van iemands leven', vertelde een fotograaf. Dat netjes retourneren, als bedankje, als teken van aandacht, hoort erbij.

Maar die wederkerigheid is niet standaard in werkwijzen verankerd. Dat leidt ertoe dat het per persoon totaal anders wordt ingevuld. Want wat geven journalisten vooral terug? Dat loopt enorm uiteen.

Laten we beginnen met een zorgvuldige productie, waarin alle betrokkenen zich goed gerepresenteerd voelen. Als 'ruilmiddel' staat dit met stip op nummer één. 'Als er na een publicatie nog nazorg nodig is, dan heb je het gewoon niet goed gedaan', zo stelde een journalist-essayist. Een terecht punt, maar ergens klinkt ook als een no-brainer: ieder stuk moet toch immers tiptop in orde zijn?

Toch hoorden we ook dat sommige journalisten het tegenwoordig lastiger vinden om hun zorgvuldige, voltooide werk aan eindredacties over te dragen – juist omdat ze zich bekommeren om de gevolgen ervan. Zo hekelde een freelance onderzoeksjournalist de 'groeierende' cultuur van rectificeren bij grote mediatitels. Deze journalist hing 'soms uren' aan de lijn om foto's, een header of een kop te laten aanpassen. 'Ik neem geen enkel risico op beschadiging van mijn bronnen of een gemeenschap. Dat ik een controlfreak lijk, boeit me niet. Het is een zwaktebod als een stuk gepubliceerd wordt en daarna nog gecorrigeerd moet worden.'

De moeite die je op deze manier doet, al is het

voor bronnen en publiek onzichtbaar, is absoluut een vorm van wederkerigheid. Tegelijkertijd zou al die moeite – laten we eerlijk zijn – eigenlijk niet nodig moeten zijn.

OFFLINE

Wat ook vaak voorkomt, is informeel en offline contact. Even een laatste appje sturen als een reportage online staat, een papieren krant door de bus doen. Sommige journalisten laten na een aantal dagen weten hoe een artikel is gelezen, anderen doen na een week nog even een koffietje en vragen hoe het gaat.

Maar daarna houdt het vaak op. Ook omdat er dan een grijs gebied opdoemt: dat schemerige niemandsland waarin je zelf je positie moet kiezen tussen journalist en 'maatschappelijk werker'. 'Wanneer check je nog even hoe het gaat, en wanneer stop je het contact? Die grens is niet altijd even duidelijk', vertelde een lokale verslaggever. En dan zijn er nog journalisten voor wie nazorg al vóór publicatie begint. Zij proberen zorg voor bronnen, gemeenschappen en publiek te verweven in alle stappen van hun werkproces – óók omdat het digitale tijdperk daar echt om vraagt. 'De impact van verhalen is veel groter geworden dan tien jaar geleden', stelde een misdaadverslaggever. 'Mensen staan met naam en toenaam online. Daar moet je rekening mee houden.' De tijd dat je er als journalist na publicatie je handen vanaf kon trekken, is voorbij, benadrukt hij. 'Je bent verantwoordelijk. Voor je verhaal, voor je bronnen, en ook voor jezelf. Dat vraagt om steun, structuur – en empathie.'

Kortom: we zijn als journalisten heus niet blind voor het idee van wederkerigheid. Maar als sector zijn we het publiek wel een collectieve reflectie verschuldigd op de vraag: is wat we geven wel in verhouding met wat we nemen? En heeft wat we geven ook daadwerkelijk zo veel waarde als we denken dat het heeft?

MACHT

Voordat we in het laatste deel van dit essay op zoek gaan naar een voorlopig antwoord, is het belangrijk nog even in te zoomen op een andere complicerende factor. Want kan dat wel, volledige wederkerigheid tussen journalistiek en publiek? Kan het zelfs zo zijn, zoals Kulkarni beoogt, dat publieksbetrokkenheid meer dienend is voor het publiek dan voor de journalistiek zelf?

Het is een ingewikkelde opgave. Als journalist heb je van één ding immers bijna altijd meer dan je publiek: macht. Jij bent degene die de vertaalslag maakt, mensen samenbrengt, de poorten bewaakt. Je kunt levens maken of breken. En die macht is ook nog eens fluïde en onderhevig aan jouw eigen mens-zijn. Je kunt je dag niet hebben, je weinig gesteund voelen door je redactie, teveel gegrepen worden door het avontuur in een onderwerp, of juist angst hebben ergens voor te staan.

HOE

Hoe dicht wil je bij je publiek komen? Hoeveel ruimte wil je maken, ook voor jezelf? Hoe kun je in een werkpraktijk waarin je 'dóór, dóór, dóór' moet, ook 'horen wat er niet wordt gezegd, de stilte duiden, de complexiteit toelaten'? En hoe blijft in dit alles je journalistieke onafhankelijkheid overeind? Het zijn lastige vragen. Maar de urgentie is hoog. Want niet eerder vroeg het publiek de journalistiek zó duidelijk om anders naar zichzelf te kijken.

Dus laten we dat eens doen. Laten we journalistiek beschouwen als een vorm van zorg.

*‘Alles wat je doet
voor mensen,
doe je in
je vrije tijd.’*

podcastmaker



OVER VERTROUWEN EN ZORG

In 2023 publiceerden de Amerikaanse journalisten Jennifer Brandel en Jesika Maria Ross een paper met de naam *Take Care, Make Care*. Ze kwamen daarin met een even zacht als radicaal idee: Wat als we de journalistiek beschouwen als een vorm van zorg?

Volgens Brandel en Ross betekent zorg het vermogen om anderen te horen, te begrijpen en hun behoeften en gevoelens te herkennen. Maar zorg centraal stellen in je journalistieke werkwijze gaat een stap verder: het betekent actief bijdragen aan het welzijn van anderen, en aandacht hebben voor dat van jezelf en je collega's.

Het kan simpelweg dat je aanwezig bent en getuige bent van gebeurtenissen, agendaloos, ter inspiratie, zonder er direct een verhaal over te moeten schrijven. Soms houdt het in dat je mensen in contact brengt met hulpbronnen en organisaties ná publicatie, of zelfs helemaal zonder publicatie. Het kan ook zijn dat je besluit een verhaal te publiceren om juist wél verandering te bewerkstelligen, bij individuen, in organisaties of in een gemeenschap.

Kort gezegd draait journalism of care om verantwoordelijkheid nemen voor het welzijn van degenen die bij onze verslaggeving betrokken zijn en bewust blijven van hoe onze journalistieke werkwijze hen beïnvloedt. Voor, tijdens en na publicatie.

Dit soort zorg is cruciaal, aldus Brandel en Ross, omdat het leidt tot vertrouwen. En dat vertrouwen vormt

de basis voor drie essentiële pijlers in de journalistiek: betere verslaggeving, duurzamere nieuwsorganisaties en een waardevolle impact op de gemeenschap.

AANDACHT

Nu horen we je denken: nogmaals, allemaal erg mooi, maar waar ligt de grens? Ik ben in de eerste plaats journalist. Hoe geef ik meer om mijn publiek zonder die 'maatschappelijk werker' te zijn? Of, in de woorden van drie journalisten die we spraken:

'Wanneer moet ik helpen en wanneer op de rem trappen?'
'Hoe blijf ik mens zonder vriend te worden?'
en 'Hoe zorg ik zonder dat het activisme wordt?'

Op deze morele kwestie heeft de journalistiek vooralsnog geen pasklaar antwoord. Maar gelukkig is er een sector die dat wel heeft, of er in ieder geval al erg lang over nadenkt. En dat is – niet geheel verrassend – de zorg zelf.

MORELE REFLECTIE

Want wat nou als we journalism écht eens als care gaan zien, misschien nog wel meer dan Brandel en Ross voorstellen? Wat levert ons dat op? Op deze vraag zochten we al vroeg in ons onderzoek een antwoord. We spraken met zorgethicus Alistair Niemeijer over de overeenkomsten tussen zorg en journalistieke betrokkenheid. Zijn vakgebied ziet zorg niet als iets wat alleen in ziekenhuizen of instellingen plaatsvindt, maar als een wezenlijk aspect van mens-zijn in relatie met anderen. Hoe wederkerig die relaties ook kunnen zijn, er is altijd ook sprake van een vorm van hiërarchie.

Niemeijer wees ons op het werk van zorgethicus Joan Tronto. In 1993 definieerde zij vier momenten waarbinnen je in een zorgrelatie voor een keuze staat:

caring about (je zorgen maken om):
Waar heeft de zorgvrager behoefte aan?

taking care of (zorg op je nemen):
Waarom neem je er de verantwoordelijkheid voor?

care giving (zorg geven):
Hoe geef je vanuit jouw competentie op de beste manier ondersteuning?

care receiving (zorg ontvangen):
Hoe heeft de zorgvrager de zorg ervaren?

Het zijn fases die het klassieke journalistieke proces eigenlijk perfect spiegelen: sentiment aanvoelen (caring about), besluiten een onderwerp op te pakken (taking care of), onderzoek doen en publiceren (care giving) en daar respons op terugkrijgen (care receiving). Maar toch is de zorgrelatie hiermee nog niet helemaal af. In 2013 voegde Tronto daarom een vijfde dimensie aan dit lijstje toe:

caring with (samenleven en reflecteren):
Wat zegt deze relatie over ons samen?

Geen mens is onafhankelijk, benadrukt Tronto, en daarmee zijn we allemaal gelijk in kwetsbaarheid – zelfs in relaties waarin de een meer macht heeft dan de ander. De wederkerigheid (het caring with) zit 'm erin dat we die kwetsbaarheid erkennen, solidair zijn met elkaar en

samen reflecteren.

En wanneer je ook deze dimensie doortrekt naar de journalistieke praktijk, kom je precies uit op de plek waarvan het publiek zó graag zou zien dat jij die als journalist vaker betreedt: die van agendaloos luisteren, erkenning, herkenning en empathie tonen, en groeiend onderling vertrouwen.

MENS

Dus beschouw je journalistieke werk eens als een vorm van caring, en misschien wel vooral als caring with. Het betekent niet dat je je onafhankelijkheid kwijtraakt. Het betekent ook niet dat je 'maatschappelijk werker' wordt en alleen maar bezig moet zijn met het verzachten van pijn. Zorg is geen eenrichtingsverkeer, maar constante wisselwerking, waarbij het probleem van de zorgvrager (het publiek) centraal staat en het aan de zorgverlener (journalist) is om toenadering te zoeken.

Het betekent wél bewust omgaan met de invloed die je als journalist hebt. Het betekent bereid zijn om aanwezig te zijn, echt te luisteren en zorgvuldig om te gaan met wat bronnen, gemeenschappen en publieken je toevertrouwen. Het betekent ook zelf kwetsbaar durven zijn, en stil te staan bij wat je werk met je doet. Het is de bereidheid te werken met wat zich tussen de regels, tussen mensen, tussen gebeurtenissen afspeelt en niet zo makkelijk te meten is, maar wel alles bepaalt. En het betekent dat je publicaties maakt die écht van waarde zijn voor je publiek.

ANDER

'The future of journalism is human.'

We zeggen het nog maar eens: dit klinkt vast niet heel

gek. Hoogstwaarschijnlijk realiseer je je allang dat dat éígenlijk de kern is van alles wat je doet.

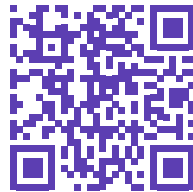
Toch kan het concreet maken ervan elke dag opnieuw voelen als een uitdaging van jewelste. En dat komt, zoals zoveel mediaprofessionals ons vertelden, vooral door de sector zelf.

'Hoe betrekken we de journalistiek weer bij het publiek?' Dit heeft alles te maken met erkennen dat we als journalisten, net als ons publiek, mensen zijn. Maar belangrijker nog is dat we elkaar ook daadwerkelijk de mogelijkheid bieden om mens te kunnen zijn. Dat er plek is voor luisteren, ontmoeting, stilstand, reflectie, nazorg en ruimte maken voor de ander.

Want meer menselijkheid - dát is wat het publiek van ons vraagt. Maar zoals een podcastmaker verzuchtte: 'Alles wat je doet voor mensen, doe je in je vrije tijd'. Laten we daarom kijken naar hoe het anders kan. Laten we kijken naar hoe je wél meer naar je publiek toe kunt gaan, in plaats van andersom.

Welkom in onze zoektocht.
Welkom bij RAAK.

Zelf aan de slag met
RAAK? Download hier
alles wat je nodig hebt
om te starten.



Robin van Deutekom

Journalist, essayist & cultuurwetenschapper

Ilse Louise van der Woude

Social designer, kunstenaar, journalist & fotograaf

Joost Bos

Creatief onderzoeker & social designer

Rosa Surachno

Antropoloog & conceptontwikkelaar voor
binnenstedelijke gebiedsontwikkeling

Celine van Haaren

Journalist, content marketeer & SEO-copywriter

Jille Sol

Innovatiespecialist

Marielle Schuurman

vormgeving

Jack Tummers

fotografie

**RAAK is ontwikkeld tijdens de Incubator 2025
Publieksbetrokkenheid van het Stimuleringsfonds
voor de Journalistiek.**

