

NEDERLANDSE LOKALE
PUBLIEKE OMROEPEN



Wat is nieuws?

Journalistiek voor lokale omroepmedewerkers

Inhoud

1. Inleiding
2. Nieuws herkennen en selecteren
3. De journalistieke benadering
4. Journalistieke basisvaardigheden
5. Schrijven voor radio, televisie en internet
6. Rol van lokale media bij de informatievoorziening
7. Nieuws lokaal maken
8. Iedereen is journalist
9. Aanbevolen literatuur en websites

1. Inleiding

Het blijkt op dit moment meer dan ooit noodzakelijk om een onafhankelijke publiek bekostigde lokale nieuwsvoorziening te hebben. Dit is te lezen in het vernieuwingsconvenant lokale omroepen en gemeenten 2015-2018.

Regionale dagbladen verdwijnen en de regionale omroep richt zich in de meeste gevallen vooral op de grotere steden in hun gebied. De publieke lokale omroepen blijken meer en meer onmisbaar om de lokale democratie, de betrokkenheid van burgers en het dualisme tussen gemeenteraad en college werkelijk een kans te geven. Om dat te kunnen bewerkstelligen heb je een goede lokale omroep nodig, waar de journalist zijn werk kan doen.

(bron: *vernieuwingsconvenant lokale omroepen-gemeenten 2015-2018*)

Iedereen kan zich journalist noemen, want het is een vrij beroep. Het journalistieke werk bevindt zich in het krachtenveld van de vrijheid van meningsuiting. Daarin draagt een journalist hoe dan ook altijd, net zoals ieder ander, verantwoordelijkheid voor de wet. Veel journalisten hebben een opleiding aan de school voor journalistiek of een postdoctorale opleiding gevolgd, maar velen ook niet.

De journalistiek is een subjectief vak: er zijn geen absolute waarden. Er zijn wel veel normen en waarden, do's en don'ts. Met deze reader willen we enig inzicht bieden in het vak van journalist. Want het is een echt vak, je kunt echte fouten maken. Aan de andere kant kan je dingen op heel veel verschillende manieren tot een goed einde brengen: er zijn vele wegen die naar Rome leiden. De grootste truc: een kritische houding. Ten opzichte van alles en iedereen. En bovenal ten opzichte van jezelf.

Deze reader is geschreven in opdracht van de Stichting NLPO (Nederlandse Lokale Publieke Omroepen). De NLPO organiseert jaarlijks verschillende cursussen op het gebied van redactie, verslaggeving, presentatie, nieuwe media, enz.

In deze trainingen krijgen medewerkers van lokale omroepen adviezen en tips van ervaren professionals. Als ondersteuning voor deze trainingen is de lesstof ook op schrift gesteld.

De combinatie van theorie, leesvoer om over na te denken en leerzame opdrachten maken de reader tot een handige aanvulling op het cursusaanbod van de NLPO.

Wat is nieuws?

2. Nieuws herkennen en selecteren

‘Het nieuws ligt op straat!’ is een veelgebruikte kreet die beginnende redacteurs de stuipen op het lijf jaagt. Want waar is dat nieuws dan? En belangrijker: hoe herken ik het? Want wat is nieuws? En wat niet? Het lastige is dat er geen concrete definitie voor nieuws is. Het handige is dat er wel een aantal kenmerken bestaan die bepalen of iets nieuws is of niet. In het handboek Journalistiek wordt gebruikt gemaakt van de cababa-ladder, een hulpmiddel om te bepalen of en hoe groot het nieuws is.

Die ladder ziet er als volgt uit:

Conflict

Actualiteit: hoe verser het nieuws, hoe beter.

Belang voor de luisteraar: hoe groter het belang, hoe groter het nieuws.

Afstand: hoe dichterbij het nieuws, hoe belangrijker het wordt.

Bekendheid: bekende Nederlanders komen eerder in het nieuws dan hun onbekende landgenoten.

Afwijking: het is nieuws als iets buiten de normale gang van zaken gebeurt.

Hoe meer ‘treden’ van de ladder van toepassing zijn, hoe groter het nieuws is.

Daarnaast zijn er nog een paar ‘wetmatigheden’ die meespelen bij het vinden van nieuws:

-**De eerste de beste:** de eerste zeiler rond de wereld, de eerste gipsvlucht, maar ook de laatste mini die geproduceerd wordt, enzovoort. Leuke nieuwsfeiten, die zeker een bericht waard zijn.

-**Omvang en afstand:** hoe groot is het nieuwsfeit? Hoeveel mensen worden er door getroffen, hoe dichtbij is het? (Te) ver van mijn bed is een argument dat vaak gebruikt wordt om een verhaal niet te brengen. Een overstroming in Bangladesh is erg, maar een aardbeving in Turkije heeft in Nederland meer impact. Turkije is dichterbij, er wonen veel Turken in Nederland en er gaan veel Nederlanders naar Turkije op vakantie.

De combinatie van afstand, belang voor de luisteraar en omvang is bepalend voor de grootte van het nieuws en is daarmee van invloed op de keuzes die gemaakt worden. Er ontstaat ook vaak discussie over dit soort keuzes van de media, dat levert vaak stof op om over na te denken. Lees bijvoorbeeld [het artikel](#) over het verschil tussen de aandacht voor de aanslagen in Parijs en die in Beiroet. (zit achterin de reader als bijlage 1)

Een logisch gevolg van de criteria op de cababa-ladder is dat er bij de lokale omroep andere keuzes worden gemaakt dan bij de regionale en landelijke omroepen: het afstandscriterium heeft een andere reikwijdte. Wees je daarvan bewust, bespreek met de redactie welke regio's voor jullie belangrijk zijn en denk na over hoe je de vertaalslag van landelijk of regionaal nieuws maakt naar de lokale omroep. Meer daarover in hoofdstuk 7.

Je weet nu hoe je het nieuws moet rangschikken, maar waar vind je al die onderwerpen? Het al eerder genoemde cliché klopt wel: nieuws vind je (ook) op straat. Je moet alleen jezelf trainen in het herkennen ervan.

Je kunt het oefenen aan de hand van de volgende checklist:

Wat is nieuws?

Checklist nieuws herkennen

- Wees nieuwsgierig, kijk om je heen
- Benoem 3 dingen die opvallen
- Is het prikkelend? Wil je er meer van weten? Voldoet het aan een van de criteria voor nieuws? (actualiteit, afstand, bekendheid, afwijking)
- Ga na waarom juist deze 3 je prikkelen, van welk aspect zou je meer willen weten? (daar zit je invalshoek)
- Is het ook prikkelend voor een grotere groep? Zou het een gespreksonderwerp zijn bij het eten of op een borrel?
- Google het onderwerp en lees even kort wat achtergrond informatie. Heeft het onderwerp een link met de doelgroep?
- Maak een voorstel: zet op papier waar het item over gaat (invalshoek) en waarom het relevant is voor je doelgroep.

Voor het herkennen van nieuws moet je nieuwsgierig zijn en heb je een open blik nodig.

Waarom zijn de dingen zoals ze zijn? En waarom valt iets je op?

Probeer iedere dag dat je naar de redactie gaat vooraf een lijst met onderwerpen te maken, de checklist zal je daarbij helpen.

In het begin zal het lastiger gaan, maar je zult merken dat het makkelijker wordt als je het vaker doet. Zorg er ook voor dat je gebruik maakt van social media, richt je tijdlijn goed in.

Volg de belangrijke kranten, personen en andere media in je werkgebied, zodat je in 1 oogopslag kan zien wat er speelt.

Oefening

Deze oefening is leuk om te doen met de redactie van het programma waar je werkt.

Pak een plattegrond van je dorp of stad en zet een pijl bij je huis.

Trek er een cirkel omheen.

Als iedereen een cirkel heeft getekend pak je allemaal een geeltje en schrijf je op welke items 'hot' zijn in je cirkel.

Waar praat je over met de burens?

Waar spreekt iedereen schande van of is er iets waar iedereen heel blij van wordt?

Met andere woorden: wat leeft er?

Schrijf het op en ga vervolgens met de rest in discussie: wat is een item voor het nieuwsprogramma en wat niet?

Wat is nieuws?

3. De journalistieke benadering

Een journalistieke houding is een kritische houding. De basis van een kritische houding zit verscholen in 1 vuistregel: die van de 5 w-tjes. Je vraagt jezelf de volgende dingen af: wie, wat, wanneer, waar en waarom. De antwoorden op die vragen vormen in feite een kort bericht. Dat is de kern van het onderwerp. Verwar een kritische houding niet met een cynische houding, dat is iets heel anders!

Het nieuwsaanbod op redacties is vaak afkomstig uit de kranten, landelijke en regionale radio en televisie en persberichten. Een journalist moet kritisch zijn en zich in de voorbereiding altijd afvragen:

- wie is de afzender van bijvoorbeeld een persbericht?
- wat is zijn of haar belang daarbij?
- wat is het belang voor mijn luisteraars?
- zijn de nieuwsfeiten waar?
- kan iemand deze informatie bevestigen?
- hebben mijn 'nieuwsconsumenten' behoefte aan extra achtergrondinformatie?

Voorbeeld

Vergelijk de informatie van dit bericht:

Plastic bekens milieuvriendelijker dan mokken

Hoewel de meeste mensen denken dat plastic koffiebekertjes slecht zijn voor het milieu, wijst een studie van TNO uit dat eenmalige bekens juist milieuvriendelijker zijn.

Met name plastic en kartonnen bekens zijn minder belastend voor het milieu dan porseleinen of aardewerk mokken. Het afwassen van de mokken blijkt een nadeliger effect te hebben dan de productie van eenmalige bekertjes.

Met de inhoud van dit bericht:

*Plastic bekens milieuvriendelijker dan mokken
Hoewel de meeste mensen denken dat plastic koffiebekertjes slecht zijn voor het milieu, wijst een studie van TNO in opdracht van Stichting Disposables Benelux (SDB) uit dat eenmalige bekens juist milieuvriendelijker zijn. Dat blijkt uit een recente studie van TNO, maakte het SDB vrijdag bekend.*

Met name plastic en kartonnen bekens zijn minder belastend voor het milieu dan porseleinen of aardewerk mokken. Het afwassen van de mokken blijkt een nadeliger effect te hebben dan de productie van eenmalige bekertjes.

Een belangrijk detail uit het eerste bericht is weggelaten. Wat voor gevolgen heeft dat? De geloofwaardigheid van het eerste bericht is hoger dan het tweede, omdat TNO een neutraal en geloofwaardig onderzoeksinstituut is. Pas in het tweede bericht wordt duidelijk dat TNO het onderzoek in opdracht van een belanghebbende partij heeft uitgevoerd. Dat is op zich niet erg, maar wel goed om erbij te vermelden.

Wat is nieuws?

Een aantal vuistregels

Hoor en wederhoor!

Dit is de belangrijkste regel van de journalistiek. Als je de ene partij aan het woord laat, bel dan ook de andere partij. Laat iemand bijvoorbeeld niet zomaar beschuldigingen uiten, geef de ander de kans om zijn kant van het verhaal te vertellen. De journalistieke berichtgeving moet zo objectief en onpartijdig mogelijk zijn. Je mag je niet laten misbruiken. Zolang je geen reactie hebt van de andere partij of van een onpartijdige derde mag je iets niet uitzenden. Geen commentaar is natuurlijk ook een reactie.

Er zijn uitzonderingen. Bijvoorbeeld als de vrijwilliger die al 20 jaar in het bejaardenhuis komt voorlezen en nu op moet houden omdat hij of zij zelf het bejaardenhuis in gaat. In zo'n geval is wederhoor niet nodig. Maar als de vrijwilliger je vertelt dat hij of zij per se naar een ander bejaardenhuis wil omdat het eten in het huis te smerig voor woorden is, zou ik wel even in de keuken gaan kijken en desnoods proeven.

Check de feiten!

Met de komst van social media is feiten checken belangrijker dan ooit. Te vaak worden de meningen op twitter en facebook aangezien voor feiten. Maar dat zijn het niet, het zijn meningen. Niet erg, maar let op dat je ze niet als feit presenteert. Bel de persoon in kwestie en vraag of het klopt. Check de site van een bedrijf en kijk of er een persbericht staat waar het in staat. Zoek bevestiging voordat je iets publiceert.

Nog lastiger is het met foto's en beeldmateriaal. Regelmatig worden foto's gepubliceerd als nieuwsfoto die later vals blijken te zijn. Er zijn veel photoshop hobbyisten die het leuk vinden om valse nieuwsfoto's de wereld in te helpen.



Wat is nieuws?

Hoe je dit kan voorkomen kun je hier lezen: <http://www.volkskrant.nl/buitenland/wat-te-doen-tegen-valse-nieuwsfoto-s~a4188647/> (bijlage 2)

Hang dit artikel op de redactie en lees de tips die je hier vindt om de herkomst van een foto te checken: <https://www.google.nl/intl/nl/insidesearch/features/images/searchbyimage.html>

Wees zorgvuldig!

Zorg dat je informatie klopt. Dat doe je natuurlijk door de feiten te checken. Daarmee voorkom je hele pijnlijke fouten en blijf je een betrouwbare nieuwsbron. De lijst met voorbeelden van slordigheden is eindeloos.

Een paar opvallende:



De meneer op de foto is natuurlijk niet de Lau die overleden is. Een andere pijnlijke uitglijder is deze:



Wat is nieuws?

In deze tijd van social media en internet moet je ervoor zorgen dat dit soort fouten niet gemaakt worden. Wees alert, laat iemand meelesen ter controle. Lees een bericht hardop aan jezelf voor, ook als het voor internet is. Dan filter je meer fouten eruit, omdat je jezelf dwingt om echt te lezen wat er staat.

Verschillende perspectieven

Probeer je onderwerp vanuit verschillende perspectieven te benaderen. Dit helpt je om tot een juist beeld te komen. Bel mensen die een andere visie hebben. Luister naar hun argumenten, stel veel vragen. Kijk op internet, lees artikelen over dit onderwerp. Al deze dingen helpen je om een mening te vormen over je reportage en verhelderen het verhaal dat jij uiteindelijk wilt vertellen.

Keuzes maken

De aandachtswaarde voor een reportage waar iets langer over nagedacht is, is vaak hoger. Ga maar bij jezelf na: bij een eigenwijze vraagstelling of invalshoek let je beter op dan bij een 'gewone' nieuwsreportage. Goed voorbeeld zijn de reportages in het journaal van Peer Ulijn. Hij probeert om originele reportages en invalshoeken te kiezen. Dat lukt niet altijd natuurlijk, maar als het wel lukt, dan zit je met interesse te kijken. Of vergelijk de berichtgeving van het Journaal en het Jeugdjournaal. Dan zie je hoe je dezelfde feiten op totaal verschillende manieren kan vertalen en vertellen. Verderop in deze reader meer aandacht voor het maken van keuzes.

Inlezen en research plegen

Zorg dat je voldoende weet over het onderwerp wat je gaat behandelen. Lees de krant, verzamel extra informatie via internet. Zet de voors en tegens op een rij. Researchen is een onderwerp tot op de bodem uitzoeken. Dit is vaak heel tijdrovend en de kans bestaat dat het niets oplevert. Maar de mogelijkheid is ook aanwezig dat er wel iets boven tafel komt. Bij programma's als Zembla en Reporter wordt vaak maandenlang research gepleegd. Op de radio is het VPRO-programma Argos een goed voorbeeld. Maar ook bij lokale omroepen is er ruimte voor research: kijk bijvoorbeeld naar dit item van de lokale omroep in Oldambt: <https://www.youtube.com/watch?v=-fQoaLGVW8> De omroep sleepte hiermee in 2014 een nominatie voor de LOA in de wacht. Maak een goede afweging voordat je echt gaat researchen. Lees je echter altijd goed in voordat je aan een item begint.

Creatieve insteek

Het is een van de taken van de audiovisuele media om iets toe te voegen aan de berichten die in de krant staan. Je kunt niet volstaan met het in beeld vertellen van het krantenbericht, je moet iets toevoegen. Een eigen invalshoek, een andere kijk op de zaak. Denk daar over na, voordat je op pad gaat. Mensen hebben het bericht in de krant al gelezen, je moet een nieuwsfeit uitdiepen of creatief illustreren.

Wees niet cynisch

Ja, zul je denken, is dit allemaal niet een beetje vergezocht? Natuurlijk is het vergezocht, maar het is wel typerend voor een journalistieke houding: kritisch zonder cynisch te worden. Je mag dingen niet klakkeloos aannemen, zeker niet als er grote belangen mee gemoeid zijn. Het is de taak van de journalist om juist dan heel alert te zijn. Je bent de luis in de pels!

Wat is nieuws?

4. Journalistieke basisvaardigheden

Als journalist kom je in allerlei situaties terecht. Of het nu gaat om de bezoekers op de nieuwjaarsreceptie van de gemeente of mensen bij de voedselbank: je moet met allerlei verschillende soorten mensen een leuk gesprek voeren. En in staat zijn om een bericht erover te schrijven of er verslag van te doen.

Een aantal basisvaardigheden komen daarbij goed van pas:

Correct taalgebruik

Het gebruik van correct Nederlands is absoluut noodzakelijk. Of je nou voor internet, de radio of de televisie werkt: foutloos Nederlands! Je voorkomt daarmee het maken van fouten (denk aan spelfouten in een titel). Het werkt als een visitekaartje. Bij twijfel: vraag een collega of zoek het op. Op internet heb je verschillende websites die je kunt raadplegen, zoals de site van Onze Taal. Een hele goede leidraad is de site <http://spellingsite.nu/> Op redacties hoort 'Schrijfwijzer', 'het Groene Boekje' en het 'Stijlboek' van de Volkskrant in de kast te staan. Voor meer informatie zie aanbevolen literatuur.

Begrijpelijk taalgebruik

Naast foutloos moet het ook nog begrijpelijk zijn. Maak korte zinnen, gebruik eenvoudige woorden en schrijf direct en actief. Vermijd de lijdende vorm en pas op met ontkenningen. Die kunnen verwarring scheppen. Bijvoorbeeld: *Niet hij, maar die ander wordt door mij gebeld*. Je kunt ook zeggen: *Ik bel die ander*.

Verder moet je taalgebruik fris zijn en zoveel mogelijk in de onvoltooid tegenwoordige tijd. Met name bij teksten voor radio en televisie is dit heel belangrijk: mensen kunnen niet even een zinnetje teruglezen, dus het moet helder en eenduidig zijn. Zoveel mogelijk spreektaal en geen tangconstructies. Oftewel: onderbreek de hoofdzin NIET door een bijzin, splits het dan in twee zinnen. Vermijd clichés! In het volgende hoofdstuk krijg je nog meer tips voor het gebruik van radiotaal en het schrijven van berichten.

Sociale vaardigheden

Je moet als journalist met mensen op kunnen schieten. Je bent afhankelijk van mensen. Je moet ze op hun gemak kunnen stellen, je moet een snelle inschatting van iemand kunnen maken. Pak je iemand hard aan of heeft een vriendelijke aanpak meer effect? Dat is per persoon verschillend. Soms werkt een grapje heel goed, soms ook absoluut niet. Laat mensen te allen tijde in hun waarde.

Wat is nieuws?

5. Schrijven voor radio, televisie en internet

Het unieke aan het medium radio is dat men kan luisteren en tegelijkertijd wat anders kan doen: Huiswerk maken, koken, autorijden enzovoort. De concentratie zal dus niet altijd optimaal zijn. De aandacht van de luisteraar moet getrokken worden. Dit kan alleen met geluid én met gesproken woord. Bij televisie wordt de tekst ondersteund door beeld of andersom. Maar ook hier geldt dat de concentratie vaak niet optimaal is. Het mooie jasje van de presentator wordt eerst besproken voordat er geluisterd wordt wat hij of zij zegt.

Internet is het 'vluchtigste' medium: als je niet binnen 2 zinnen de aandacht te pakken hebt dan scrollt de lezer alweer verder. De lezer moet gelijk weten waarom hij of zij dit bericht wil lezen. Dus begin met het allerbelangrijkste nieuws!

Een belangrijk kenmerk van het medium radio is dat er gecommuniceerd wordt via het gesproken woord. Die woorden moeten helder en begrijpelijk zijn en maar voor één uitleg vatbaar. Een gesproken-tekst is vluchtig: de luisteraar kan niet nog eens nalezen wat hij niet begrepen heeft.

Voor welk medium je ook schrijft, een goede tekst moet aan een aantal eisen voldoen:

Schrijf complete spreektaal

Dat wil zeggen dat er geen dagelijkse omgangstaal wordt gebruikt maar ook geen schrijftaal zoals in kranten- en persberichten. In de omgangstaal worden zinnen niet afgemaakt, de grammatica klopt niet altijd en we ondersteunen hetgeen dat gezegd wordt ook nog eens met handgebaren, mimiek en lichaamstaal om duidelijk te maken wat we bedoelen.

Complete spreektaal heeft de inhoudelijke kenmerken van omgangstaal. De afwerking is als die van schrijftaal: complete zinnen die grammaticaal kloppen.

Vermijd moeilijke woorden

Om een tekst begrijpelijk te maken is het logisch dat er geen moeilijke woorden gebruikt worden. Is het noemen van bepaalde begrippen belangrijk voor de inhoud, leg dan uit wat met het moeilijke begrip bedoeld wordt.

Daarbij is het belangrijk steeds na te gaan wat bij het publiek al als bekend verondersteld mag worden. Als minister Bussemaker van Onderwijs voorstelt om de masteropleidingen duurder te maken, leg dan toch nog even kort het verschil tussen bachelor- en masteropleiding uit. Dit verschil is nog niet voor iedereen duidelijk. Hetzelfde geldt voor afkortingen. ANWB, VVD, PSV en WAO mag men als bekend beschouwen. Maar als je bijvoorbeeld over de ECB hebt dan is het handig om te vertellen dat ECB staat voor Europese Centrale Bank.

Ook moet de tekstschrijver oppassen voor het gebruik van jargon of vaktaal.

Vermijd schrijftaalwoorden

Die maken een tekst onnodig formeel en afstandelijk. In de normale omgangstaal gebruikt niemand het woord 'echter'. We zeggen dan 'maar'. 'Tevens' wordt 'ook'.

Gebruik zoveel mogelijk de tegenwoordige tijd

In de omgangstaal wordt dit ook veel gebruikt. Als we de verleden tijd gebruiken is dat om aan te geven dat een situatie nu verschilt met die van het verleden. In de spreektaal wordt dan de voltooid tegenwoordige tijd gebruikt: *'Ik heb gisteren naar Studio Sport gekeken'*.

Wat is nieuws?

Vermijd dubbele ontkenningen

De luisteraar/kijker moet dan veel te hard werken om de inhoud te begrijpen. *'Hij ontkent niet dat hij de misdaad heeft gepleegd'*. 'Heeft hij het nu wel of niet gedaan?' zal iemand zich afvragen. De rest van het bericht zal hem waarschijnlijk ontgaan. Kies in dit soort gevallen voor *'De verdachte heeft bekend'*.

Wissel korte en lange zinnen af

Een bericht dat alleen maar uit korte zinnen bestaat klinkt staccato en onnatuurlijk. Bovendien is het voor een presentator dan nog moeilijker om te klinken alsof hij het bericht 'vertelt'.

Teveel lange zinnen zijn ook verwarrend. Want wat werd er ook al weer aan het begin van de zin gezegd? Streef naar zoveel mogelijk afwisseling van korte en lange zinnen.

Probeer 'beeldend' te schrijven

De uitdaging van een goede tekst is dat de luisteraar een plaatje in zijn hoofd kan maken. Hij kan zich de beschreven situatie voor de geest halen. Dit betekent dat abstracte zaken concreet gemaakt moeten worden. Een prijsstijging van 10% van een pak koffie zegt minder dan dat er voor een pak koffie 25 eurocent meer betaald moet worden.

Pas op met getallen

Ook hierbij kan de situatie ontstaan dat de luisteraar/kijker veel te hard moet werken (rekenen in dit geval) en de essentie van het bericht kwijtraakt. Een aantal voorbeelden: *'Zij werd geboren in 1973'*. De luisteraar/kijker zal gaan zitten uitrekenen wat haar leeftijd is. Zeg *'Zij is 30 jaar'*. *'9% van de Nederlandse bevolking heeft last van overgewicht'* wordt *'Eén op de tien Nederlanders is te zwaar'*. *'11.898 vaten olie'* wordt *'Zo'n 12.000 vaten olie'*.

Gebruik alleen getallen als ze echt nodig zijn voor het begrip van de tekst.

Wees spaarzaam met informatie

Dat wil zeggen dat er niet teveel feiten en informatie in één zin gestopt moeten worden. Verdeel dit gelijkmatig over de tekst. Neem mensen stap voor stap mee in het verhaal dat je wilt vertellen. Gesproken tekst is vluchtig. Het kan geen kwaad belangrijke feiten of begrippen nog eens te herhalen. Probeer dan andere woorden te kiezen, dat komt de beluisterbaarheid ten goede. Let ook op de zogenaamde bijzinnen en tangconstructies, dat wil zeggen dat er informatie wordt opgesloten tussen verschillende zinsdelen: *'De zwaargewonde automobilist die rijdend in een groene Opel de maximum snelheid overtrad, is naar het ziekenhuis gebracht'*. Splits de zinnen: *'De zwaargewonde automobilist is naar het ziekenhuis gebracht. Hij reed in een groene Opel en overtrad de maximum snelheid'*. De vuistregel die je hierbij voor ogen kan houden is KISS: Keep It Short and Simple.

Pas op met verwijzingen

Een gesproken tekst kan niet teruggelezen worden. Bij het noemen van een naam en verder verwijzen naar die persoon in de vorm van 'hij' of 'zij' zal de luisteraar zich op een gegeven moment gaan afvragen: 'Over wie ging het ook alweer?' Hetzelfde geldt voor het verwijzen naar feiten door middel van 'dit', 'deze' en 'dat'. Wissel het verwijzen en het feitelijk benoemen van personen of zaken af.

Wat is nieuws?

Voorbeeld: *Het Friese topmodel Doutzen Kroes is het nieuwste gezicht van L'Oréal. Het cosmeticaconcern noemt Kroes 'de perfecte keuze' wegens haar 'onuitputtelijke talent en oogverblindende schoonheid'. Het is de eerste keer dat een Nederlands topmodel samenwerkt met de Franse cosmeticagigant.*

Door de megadeal is Kroes het bestbetaalde model dat Nederland ooit heeft gekend. De 21-jarige zal vanaf oktober reclame gaan maken voor de haarkleuring Préférence Récital. Volgens de eigenaresse van het Amsterdamse modellenbureau Paparazzi Models, dat het topmodel vertegenwoordigt, is een deal als deze het hoogst haalbare voor een model. © ANP

Opbouw van het bericht

De aandacht moet gevangen worden. Begin een tekst daarom met de belangrijkste of opvallendste zaken. Dit geldt eigenlijk voor ieder soort tekst. Of het nu een nieuwsbericht is of een aankondiging van een life-style item. Veel journalisten hanteren de vuistregel 'wie, wat, waar, wanneer, waarom en hoe'. Of een variant daarop (waarmee). Voor beginnende tekstschrijvers een handig ezelsbruggetje. Probeer op den duur de eigen creativiteit aan te wenden. 'Wie' aan het begin van een bericht doet misschien helemaal niet ter zake voor de doelgroep. Of het bericht wordt er niet beeldend van. Probeer uit wat de effecten zijn als je een keertje begint met 'wat' of met 'waarom'. Zorg in ieder geval dat je duidelijke en correcte taal spreekt. Als je dan ook nog in staat bent de fantasie van de luisteraar te prikkelen, dan mag je jezelf een succesvolle tekstschrijver noemen.

6. Rol van lokale media bij de informatievoorziening

De lokale omroep vervult een belangrijke rol in de Nederlandse samenleving. Voor veel mensen zijn de lokale radio- en televisieprogramma's de beste manier om op de hoogte te blijven van de ontwikkelingen in hun woonplaats. Ontwikkelingen in de breedste zin van het woord: van verkeersopstoppingen tot nieuwe restaurants, uitleg over het lokale beleid, nieuwe bouwplannen en de besluitvorming in de gemeenteraad. Daarnaast hebben lokale omroepen oog voor bijzondere initiatieven, interessante mensen en spontane hulpacties. Om maar een paar voorbeelden te noemen.

Columnist Sheila Sitalsing verwoordt de rol van de lokale media heel mooi in haar column in het Volkskrant magazine van 21-10-2015. De rol van de lokale omroep is belangrijk maar wordt niet overal goed ingevuld, blijkt ook uit de Nieuwsuur uitzending over [de controle op de zorgtaken](#) van de gemeente.

Hoe dicht je als lokale mediamaker op de huid van de wethouder kan zitten blijkt uit de volgende filmpjes:

<https://www.youtube.com/watch?v=eLHHD9fq488> Uiteindelijk is de wethouder opgestapt, kijk hier zijn verhaal:

<https://www.youtube.com/watch?v=Lap964axM7M>



Wat is nieuws?

7. Nieuws lokaal maken

De keuze uit het nieuwsaanbod is afhankelijk van het medium waar je voor werkt. Een lokale nieuwszender heeft veel belang bij lokaal nieuws. Maar ook bij landelijk of regionaal nieuws, mits er een vertaalslag gemaakt wordt naar de lokale situatie. Het is dan ook van groot belang om binnenlandse ontwikkelingen in de gaten te houden, analyses te lezen en uit te zoeken wat een bepaalde beleidsbeslissing voor de mensen in je stad of dorp inhoudt. Want dat willen mensen weten.

Voorbeeld: de decentralisatie van de uitvoering van het persoonsgebonden budget, het PGB. De landelijke overheid heeft de uitvoering overgeheveld aan de gemeenten en dat heeft tot grote problemen geleid. Als lokale omroep krijg je de items op een presenteerblaadje aangereikt: Wat betekent dat voor mensen in je eigen omgeving? Voor zorgverleners en voor mensen die zorg krijgen? En hoe gaat de lokale politiek om met deze nieuwe verantwoordelijkheid? Met dit soort vragen kun je als lokale omroep goed inspelen op een landelijke actualiteit. Een voorbeeld daarvan kan je hier vinden, Omroep Houten heeft een serie gemaakt over de gevolgen van de invoering van de WMO: <http://loa.olon.nl/inzending/5468277>

Daarnaast is het belangrijk om te zorgen dat je goede contacten hebt. Met de gemeente en de politici, maar ook met belangenorganisaties en de verschillende maatschappelijke instellingen, zoals vluchtelingenwerk, winkeliersverenigingen en buurtverenigingen. Ga regelmatig naar raadsvergaderingen, maak een verslag van de jaarlijkse intocht van Sinterklaas en informeer bij alle partijen naar de bezwaren en de voordelen van een nieuw plan voor het winkelcentrum. Zorg dat je goede lijsten hebt met alle telefoonnummers, werk, mobiel en privé, hou je redactionele agenda op orde. Dat kan tegenwoordig heel gemakkelijk. Maak bijvoorbeeld een gmail-account aan voor de redactie, dan kan iedereen via internet bij de agenda en de telefoonnummers. Ook als je niet op de redactie zelf zit.

Landelijk of regionaal nieuws lokaal maken is makkelijk als je voor lokale sprekers kiest. Hou daar rekening mee bij de selectie van gasten. Maak een beleidsmaatregel concreet door een lokaal voorbeeld te gebruiken. Abstracte informatie blijft beter hangen als het verpakt wordt in concrete voorbeelden. Ook als er iets gebeurt waar het hele land diep van onder de indruk is, is het mogelijk om daar een lokale draai aan te geven. Zoals Studio040 laat zien, een dag na de ramp met de MH17: <http://loa.olon.nl/inzending/5533084>

Uit het nieuwsaanbod moet een keuze gemaakt worden. Je kunt niet alles brengen, daarvoor ontbreekt het aan zendtijd en mankracht. Soms is dat makkelijk, soms heel moeilijk. Voor een deel wordt de keuze bepaald door het medium waar je voor werkt en het soort programma wat je maakt. Een redacteur voor een muziekprogramma met een aantal items over het cultuuraanbod in de regio maakt andere keuzes dan iemand die bij een politiek programma werkt.

Bij lokale omroepen is het vaak zo dat verschillende redacteuren op verschillende tijdstippen aan hetzelfde programma werken. Het is dan van belang dat iedereen goed weet wat wel en niet bij het programma past. Op die manier kan je continuïteit in je aanbod aanbrenge, zodat luisteraars weten wat ze kunnen verwachten. Maak daar duidelijke afspraken over.

Een journalistieke keuze is een subjectieve keuze. Wees je daar bewust van.

Wat is nieuws?

Hou er rekening mee dat in je journalistieke afwegingen regelmatig persoonlijke voorkeuren en oordelen een rol spelen. Wees zorgvuldig in de afwegingen die je maakt om een bepaald onderwerp te gaan coveren. Waarom wil ik dit, wat wil ik ermee bereiken, wie heeft er wat aan als ik dit uitzend? Je verplicht je ook als journalist om feiten en meningen te scheiden. Feiten dien je in een helder kader te plaatsen waardoor je het oorspronkelijke journalistieke handwerk kunt maken. Dit noemen we scheppen en duiden. In een feitenweergave dien jij afstand te houden van je persoonlijke of redactionele mening.

Tot slot nog een klein voorbeeld dat illustreert hoe een nieuwswaardige kwestie, ontwikkeling of vraagstuk aandacht krijgt van media. Of juist niet. De situatie in de probleemwijken is op zich nieuwswaardig. Alleen bepaalt een redactie of het onderwerp ook journalistieke aandacht behoeft. Vaak zie je dat media achter elkaar aanlopen in de media dat ze onderling op elkaar loeren: als gezaghebbende kranten als Volkskrant en het Algemeen Dagblad aan een bepaald nieuwsfeit uitgebreid aandacht besteden, dan zal het wel nieuws zijn. En helemaal als ook het Journaal er aandacht aan besteed. Zo blijkt dat een klein onderzoek grote importantie krijgt. Juist omdat verschillende media er aandacht aan besteden.

Het kan echter ook andersom: dat het onderzoek volledig genegeerd wordt door de media. Maar wil dat dan zeggen dat het geen nieuwswaarde heeft en dus geen belang....? Journalisten horen het niet graag, maar ze papegaaien zonder schroom elkaar na. Het is niet moeilijk om mee te gaan in een nieuwshype.

8. Iedereen is journalist

Bij de NCRV worden ze regiocorrespondenten genoemd, bij de KRO zijn het mobiele reporters. EenVandaag heeft een burger-opiniepanel met 30.000 leden. En ook voor websites als youtube.com, dichtbij.nl en geenstijl.nl zijn ze erg belangrijk: de zogenoemde burgerjournalisten. 'Gewone' mensen die met hun mobiele telefoon verslag doen van gebeurtenissen in hun eigen omgeving. Een voorbijganger die toevallig een ongeluk filmt en dat doorstuurt naar geenstijl.nl. Een inwoner van Huizen die de hond uitlaat met de auto, wordt gefilmd en komt op facebook terecht. De kwaliteit van de camera's van mobiele telefoons wordt steeds beter, door het maken van de vele selfie's en andere foto's wordt er sneller naar de mobiele telefoon gegrepen dan ooit.

De combinatie van mobiele telefoons en internet zorgt ervoor dat iedereen die dat wil een verslag kan maken. Vrijwel direct nadat er in Alphen aan den Rijn 2 bouwkransen omvielen was er al beeldmateriaal op twitter te vinden. Maar niet iedere mediamaker maakt een journalistieke afweging. Daar zit je kracht als lokale omroep.

Daarnaast is het zo dat deze nieuwe vorm van journalistiek ook voor lokale omroepen interessante mogelijkheden biedt. Natuurlijk is het zo dat veel mensen die geïnteresseerd zijn in journalistiek en radio of televisie maken vrijwilliger kunnen worden bij de lokale omroep. Maar er zijn natuurlijk ook genoeg mensen die het leuk vinden om zo nu en dan een verslag te maken, maar geen tijd hebben om vrijwilliger te zijn.

Geef ze die mogelijkheid! Het is goed voor je naamsbekendheid als omroep en levert waarschijnlijk hele leuke bijdragen op. Maak goed gebruik van de mogelijkheden die een goede mobiele telefoon heeft.

Geef verschillende wethouders een week lang een mobiel en vraag ze om een videolog bij te houden. Of laat jongeren zelf in beeld brengen wat zij vinden van het uitgaansleven in hun woonplaats. Geef een korte cursus filmen met je mobiel voor geïnteresseerden en biedt ruimte voor hun bijdragen op bijvoorbeeld je facebook of op de site.

9. Aanbevolen literatuur

- Wat is nieuws, tegenstellingen in de journalistiek, geschreven door Freerk Theunissen
- Nieuws voor RTV, van bron tot uitzending, geschreven door Harrie Kiekebosch
- Radiojournalistiek, geschreven door Lieneke van Schaardenburg
- basisboek Journalistiek, geschreven door Nico Kussendrager, Dick van der Lugt en Ben Rogmans
- Werkwijzer voor Journalistiek Denken en Doen van Piet Heil
- Helder schrijven, spreken, denken van Rudolf Flesch

Aanbevolen websites:

www.google.com

www.twitter.com

www.wikipedia.nl

www.nu.nl

www.nos.nl

www.onzetaal.nl

www.spellingsite.nu

www.villamedia.nl: de site van de Nederlandse Vereniging van Journalisten

www.cbs.nl: om cijfers en statistieken na te zoeken.

www.parlement.nl: alles over de eerste en tweede kamer

www.europa.nl: alles over het Europees Parlement

www.rechtspraak.nl: alles over het Nederlandse rechtstelsel, uitspraken

Verder: alle landelijke en regionale dagbladen, politieke partijen.

Universiteiten en andere onderwijsinstellingen hebben eigen sites, vaak met zeer goede zoekmogelijkheden.

Denk daaraan als je achtergrondinformatie zoekt voor je item.

Over de auteurs:

Carmen Fernald (1971) is een allround journalist (o.a. als redacteur/verslaggever/programmamaker bij Twee Dingen op Radio 1, KRO's Kruispunt TV en Spoorloos Magazine). Als media- en presentatietrainer ontwikkelde ze het programma Presenteren voor de Rechtbank in opdracht van Nederlands Instituut voor Forensische Psychiatrie en Psychologie, NIFP. Daarnaast geeft ze trainingen voor OLON/NLPO.

Mireille van der Werff (1973) is journalist, trainer en als regisseur verbonden aan vrijwel alle dagelijkse nieuwsprogramma's op Radio 1 (NOS, KRO-NCRV, AVRO/TROS en EO). Ze geeft en ontwikkelt onder meer basistrainingen journalistiek en bureauredactie voor de NPO, de OLON/NLPO en de Universiteit van Wageningen. Daarnaast is ze verbonden aan het Trainersburo.
Meer informatie: www.mediawerff.nl

Disclaimer:

Deze reader is geschreven in opdracht van de NLPO. Niets uit deze publicatie mag worden veeleenvoudigd en/of openbaar gemaakt worden d.m.v. druk, fotokopie of op welke andere wijze ook, zonder schriftelijke toestemming van een van de auteurs of van de NLPO.

Wat is nieuws?

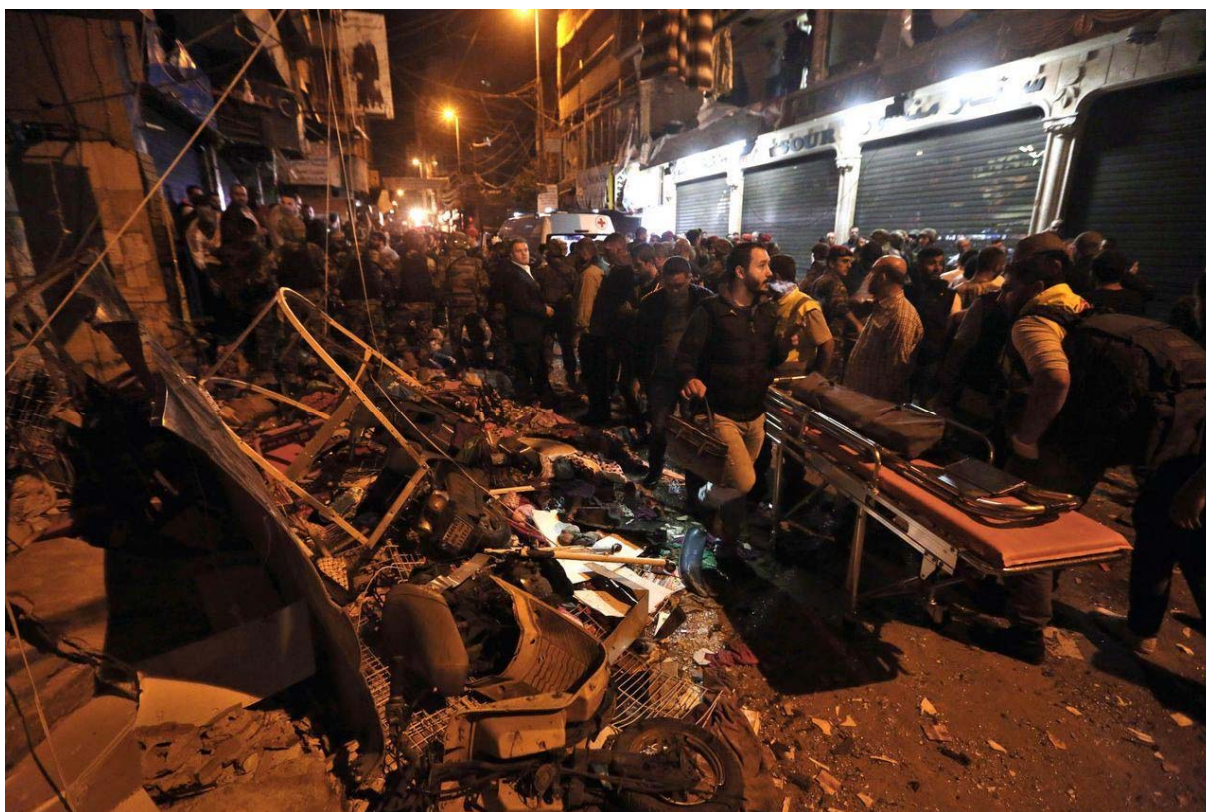
Bijlage 1: Column van Gert van Langendonk, gepubliceerd in NRC op 16 november 2015

Waarom is Beiroet geen wereldnieuws en Parijs wel?

Column | Na de aanslag in Beiroet wilde correspondent Gert van Langendonck onder de aandacht brengen hoe boos veel mensen in Libanon worden, telkens wanneer de internationale media het hebben over Zuid-Beiroet als een 'Hezbollah-bolwerk'.

- Gert van Langendonck

16 november 2015



Ravage in de straten van Beiroet, na een dubbele aanslag afgelopen donderdag. Foto AP / Bilal Hussein

Ik ben deze rubriek vele malen opnieuw begonnen. Voor de aanslag van afgelopen donderdag in Beiroet zou hij gaan over het verkeerde beeld dat veel mensen in Europa hebben van Libanon. Na de aanslag wilde ik onder de aandacht brengen hoe boos veel mensen in Libanon worden, telkens wanneer de internationale media het hebben over Zuid-Beiroet als een 'Hezbollah-bolwerk'. Dat geeft de indruk dat de slachtoffers allen fanatiekelingen zijn, geen gewone burgers die

Wat is nieuws?

boodschappen aan het doen waren toen de twee zelfmoordterroristen zichzelf opbliezen met ruim veertig doden als gevolg.

En toen was er Parijs. Ik geloof dat Dalia Khamissy, een vriendin en fotografe, de eerste was die de vraag stelde. Het is een beetje haar stokpaardje. „Blij te zien dat de ene na de andere vriend in Parijs zich als ‘veilig’ aanmeldt op Facebook. Maar ik vraag mij af waarom Facebook dit gisteren niet heeft gedaan voor Beiroet?”

Beiroet is bommen

Niet dat Facebook geen benul heeft waar Libanon ligt. In 2006, toen veel mensen in Nederland nog nooit van Facebook hadden gehoord, zaten de Libanezen er massaal op. „Misschien denken ze wel dat bomaanslagen ons dagelijks leven zijn”, schreef Dalia.

Beiroet is een cliché. Veel mensen in Europa denken bij Beiroet inderdaad aan oorlog en bommen. Maar de laatste bomaanslag in Beiroet was 17 maanden geleden; de laatste terreuraanslag in Parijs was in januari.

Voor andere Arabieren, of voor wie de regio een beetje kent, is Beiroet dat andere cliché: party town, speeltuin van het Midden-Oosten, of die andere vreselijke term, nu wel toepasselijk: ‘het Parijs van het Midden-Oosten’.

Zondag werd het regionale sociale mediastormpje over Facebook weggeblazen door een andere, wereldwijde storm. Mensen gingen massaal artikelen delen over de aanslag in Beiroet, die in Bagdad op dezelfde dag als Parijs, en vreemd genoeg, de aanslag door Al Shabaab tegen een universiteit in Kenia in april.

Onbekende helden

De boodschap: de westerse media hanteren een dubbele standaard. Westerse levens zijn belangrijker dan niet-westerlingen. Men verzwijgt deze andere aanslagen. Maar er kwam ook meteen kritiek op de selectieve verontwaardiging, en wel uit... Beiroet.

„Ik erger mij rot aan die plotse solidariteit met Beiroet”, schreef Samah Hadid, een jonge Australisch-Libanese mensenrechtenactiviste.

„Deze mensen zijn niet solidair met de slachtoffers; ze willen alleen een politiek punt maken. Al die mensen die nu pas interesse tonen voor de aanslag in Beiroet: spaar ons uw bullshit.”

En toch. Op vrijdag kreeg ik van de krant 100 woorden om de aanslag in Beiroet uit te leggen. Met een grote foto, dat wel. Ik was toevallig in Amsterdam. Misschien had ik meer plaats gekregen als ik ter plekke was geweest. Misschien ook niet.

Daardoor heeft u niet het verhaal gelezen van Adel Termos. Hij was met zijn dochter vlakbij toen de eerste zelfmoordenaar in Beiroet zich opblies. Terwijl van alle kanten mensen te hulp schoten zag Termos een tweede zelfmoordterrorist naderen. Hij aarzelde geen moment en wierp zich op de man. Termos stierf bij de explosie die volgde, maar hij heeft wellicht tientallen andere levens gered.

Gevoed door de tijdlijn

De sociale media hebben onze blik tegelijk verruimd en vernauwd. Veel mensen krijgen hun nieuws via links die gedeeld worden door vrienden. Dat wil ook zeggen dat de vrienden die je hebt, bepalen wat je te zien krijgt.

Mijn tijdlijn staat dagelijks vol met vreselijke dingen, die van u staat misschien vol met babyfoto's. Daar is niks mis mee. Maar weet wel: de links die nu gedeeld worden naar de aanslagen van Beiroet,

Wat is nieuws?

Bagdad en Kenia voeren naar artikelen die door journalisten zijn gemaakt, vaak met gevaar voor hun eigen leven. We hebben ze niet verzwegen, ze zijn alleen niet op uw netvlies beland.

Neem nu het Egyptische paspoort dat in Stade de France is gevonden. Dat moest wel van een van de terroristen zijn.

Alleen: het was van Walid.

Bij Beiroet denk je aan oorlog en bommen maar de laatste bomaanslag was 17 maanden geleden; de laatste terreuraanslag tot vrijdag in Parijs was in januari dit jaar

Walid is een fanaticus maar dan van voetbal, schrijft Facebook-vriendin Dalia Ezzat, die hem kent.

„Hij was in Parijs met zijn moeder en zijn broer Wael, die een medische ingreep moest ondergaan. En omdat hij voetbalgek is was hij in het stadion toen de aanslag plaatsvond. Walid is slachtoffer, geen dader. Hij vecht nu voor zijn leven in een ziekenhuis in Parijs.”

Hoeveel mensen hebben meegekregen dat er een Egyptisch paspoort is gevonden in Parijs? En hoeveel dat het om een slachtoffer ging? Het hangt er een beetje vanaf wie uw Facebook-vrienden zijn.

Toch heeft de hetze rond Beiroet al één concreet resultaat gehad. De kritiek heeft Facebookbaas Mark Zuckerberg bereikt. Hij belooft dat de Safety Check, voor het eerst gebruikt tijdens de aardbeving in Nepal, vanaf nu niet alleen voor natuurrampen maar ook voor menselijke rampen geactiveerd zal worden. Parijs kreeg de primeur, de volgende keer dat er een bom ontploft in Beiroet zullen ook de Libanezen zich veilig kunnen melden, belooft Zuckerberg.

Bijlage 2: Artikel uit de Volkskrant van 17 november 2015



Wat te doen tegen valse nieuwsfoto's?

Vlak na aanslagen razen nepbeelden en -bijschriften als een virus over het internet. Tips hoe je je hiertegen moet wapenen van de Leidse onderzoeker Peter Burger.

Door: Tonie Mudde 17 november 2015, 15:30

Wakker worden en ontdekken dat het halve internet je uitmaakt voor zelfmoordterrorist. Het overkwam de Canadees Veerender Jubbal. Vlak na de terroristische aanslagen in Parijs raasde een foto over social media van een glimlachende Jubbal met bomgordel en Koran. Spaanse en Italiaanse nieuwsmedia namen de foto over en bestempelden Jubbal tot een van de verdachten van het bloedbad.

Bomgordel

In werkelijkheid is Jubbal een Canadese recensent van videogames die nooit een voet in Parijs heeft gezet. En die foto met bomgordel en Koran dan? Gephotoshopt door een onbekende zieke geest. Kijk maar naar de originele foto die Jubbal op zijn twitter-account zette. De 'Koran' in zijn hand is eigenlijk een iPad. Jubbal is trouwens ook geen Moslim maar een Sikh, vandaar de tulband op zijn hoofd. Die getrukte foto van Jubbal zou bij een volgende aanslag dus zomaar weer kunnen opduiken

Franse vlag

Na grote aanslagen verspreiden onzinfoto's zich razendsnel, weet Peter Burger, broodje aap-onderzoeker en fact checker bij de Universiteit Leiden. De afgelopen tijd debunkte hij zich dan ook

Wat is nieuws?

een slag in de rondte. Man met baard vertrappelt juichend de Franse vlag? Foto circuleert al sinds 2013 en is dus geen reactie op de recente aanslagen.

Gesluierde IS-slavinnen

Een rij van geketende, gesluierde IS-slavinnen in het kalifaat? Je kunt die jongens van IS veel verwijten maar deze foto werd toch echt gemaakt in december 2011 in Libanon, bij een religieus rouwritueel.

Omgekeerd googelen

Onzinbeelden kunnen de beeldvorming flink sturen, maar gelukkig zijn er krachtige wapens beschikbaar om jezelf hiertegen te beschermen. Zo maakte Burger een handleiding om foto's 'omgekeerd te googelen'.

Sleep de verdachte foto naar Google Images en je ziet snel welke websites de foto publiceerde én wanneer.

Cynisch

De woordvoerder van moskee - met een flinke baard - ontvangt zijn gasten beleefd maar wil niet op de foto

Handig voor de kritische nieuwsconsument, al is 't voor ervaren fact checkers wel moeilijk om niet cynisch te worden. In zijn recente onderzoekersrapport Lies, Damn Lies and Viral content toont de Amerikaanse journalist Craig Silverman zien hoe onzinnieuws veel meer mensen bereikt dan correcties die daarop volgen.

Die getructe foto van Jubbal zou bij een volgende aanslag dus zomaar weer kunnen opduiken en driftig worden verspreid met opruiende bijschriften. Misschien dat zelfs die bomgordel daarvoor niet eens nodig is. De Volkskrant maakte deze week een reportage in de moskee van Aubervilliers, vlakbij het voetbalstadion waar drie jihadi's zichzelf opbliezen. De woordvoerder van moskee - met een flinke baard - ontvangt zijn gasten beleefd maar wil niet op de foto. 'Als ik serieus kijk, denken mensen dat ik een terrorist ben en als ik glimlach vinden ze het ongepast.' Een wijs besluit.