

# **Een Journalistieke Basis**

**Theorie, voorbeelden uit de praktijk  
en opdrachten**

**door: Carmen Fernald en Mireille van der Werff**

**In opdracht van OLON**

**December 2011**

# Inhoud

1. Inleiding	blz. 3
2. De journalistieke houding	blz. 4
3. Rol van lokale media bij de informatievoorziening	blz. 7
4. Nieuws lokaal maken	blz. 8
5. Burgerjournalistiek	blz. 10
6. Journalistieke basisvaardigheden	blz. 11
7. Nieuwsselectie en journalistieke keuzes	blz. 12
8. Radio- en televisietaal	blz. 14
9. Aanbevolen literatuur en websites	blz. 17

# 1. Inleiding

Journalistiek is een vrij beroep. Iedereen kan zich journalist noemen. 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. Toch is er in de loop der jaren een soort definiëring van het beroep ontstaan, die verder reikt dan 'iemand die veel rookt, drinkt en zijn nieuws van de straat haalt.' 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 dont's. 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 OLON, de Organisatie van Lokale Omroepen in Nederland. De OLON organiseert ieder jaar verschillende cursussen, onder meer op het gebied van redactie, verslaggeving en presentatie. In deze trainingen krijgen medewerkers van lokale omroepen adviezen en tips van ervaren professionals. Als ondersteuning voor deze trainingen is de lesstof nu op schrift gesteld en gebundeld in deze reader. De combinatie van theorie, interviews met bekende presentatoren en leerzame opdrachten maken de reader tot een handige en praktische aanvulling op het cursusaanbod van de OLON.

Carmen Fernald  
Mireille van der Werff

## 2. De journalistieke houding

Een journalistieke houding is een kritische houding. De basis van een kritische houding zit verscholen in één vuistregel: die van de vijf 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. Verwar een kritische houding niet met een cynische houding, dat is iets heel anders!

### Voorbeeld:

#### ***Wonen in probleemwijk ongezond***

*Bewoners van achterstandswijken (wie) hebben gemiddeld een hogere kans op chronische ziekten en aandoeningen (wat). Dit heeft niets te maken met leeftijd, geslacht, etniciteit en de hoogte van het inkomen.*

*Van de veertig 'prachtwijken' (waar) die Vogelaar aan heeft gewezen, bekeek onderzoeksbureau Nivel er 24 in de afgelopen zes maanden (wanneer). Hieruit blijkt dat er in achterstandswijken meer gevallen zijn van hoge bloeddruk, migraine, astma en de longziekte copd. Alleen al het wonen in deze wijken geeft een extra risico op vijf tot zes van zulke aandoeningen.*

*Volgens onderzoeker Walter Devillé hangen veel van deze aandoeningen samen met de manier van leven (waarom). Hij vindt de plannen van minister Vogelaar ontoereikend. Het leefklimaat in deze wijken laat volgens Devillé sporen na op het lichamelijk en geestelijk welbevinden van de bewoners. Dat verbetert niet met het opknappen van om de wijken en mooie nieuwe buurtpleinen. "Om de gezondheid in de wijken te verbeteren, moeten we ons om te beginnen concentreren op de leefstijl."*

Het nieuwsaanbod op redacties van lokale omroepen 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 (pers)bericht?
- 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?

### **Opdracht:**

*Schrijf een radiobericht aan de hand van een persbericht. Breng daarbij in kaart wat het belang is van de afzender en wat het belang is voor de luisteraar.*

## 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.

### ■ 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.

### ■ 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. Check ook de social media, om een beeld te krijgen hoe er over gedacht wordt.

In het voorbeeld van de ongezonde woonwijken kun je verschillende keuzes maken. Je belt met de onderzoeker voor meer informatie. Dat gesprek kan ook in de uitzending en is dan toegespitst op de situatie in je eigen stad. Maar je kunt ook met die informatie naar de probleemwijk in je eigen stad gaan en aan de bewoners zelf vragen of ze dezelfde klachten hebben als in het onderzoek naar voren komt. Of bij de huisarts in de wachtkamer gaan zitten. Kijk in hoeverre het beleid van jouw gemeente oog heeft voor deze problematiek en ga met de verantwoordelijke wethouder op stap door de betreffende wijk. Confronteer de wethouder met het eigen beleid op het moment dat het haaks staat op zijn of haar uitspraken.

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!

## Gedragscode voor Nederlandse journalisten van het Nederlands Genootschap van Hoofdredacteuren:

1. De journalist beschouwt een deugdelijke publieke nieuwsvoorziening als een algemeen belang van de eerste orde. Ten behoeve daarvan geeft hij via zijn medium informatie door, die bestaat uit feiten, meningen en/of beelden. Daarbij neemt hij de werkelijkheid, zoals hij die aantreft en waarneemt, als uitgangspunt.

2. Bij het verzamelen, vormgeven en doorgeven van informatie komt de journalist vrijheid en onafhankelijkheid toe; een onbelemmerde nieuwsgaring is daartoe een primaire maatschappelijke voorwaarde. Op zijn beurt gaat de journalist bij zijn berichtgeving, ook in maatschappelijk opzicht, zorgvuldig en integer te werk.

3. De journalist verwerpt:

- het aannemen van materiële of immateriële vergoedingen die bedoeld zijn berichtgeving te beïnvloeden, te bevorderen of tegen te gaan;
- het opzettelijk onjuist, onvolledig of niet weergegeven van beschikbare informatie, die voor een goede publieke nieuwsvoorziening relevant is;
- het bedrijven van informatievervalsing of andere vormen van misleiding;
- het in berichtgeving uiten van ongegronde beschuldigingen;
- het misbruik maken van zijn positie als journalist.

4. De feiten, meningen en/of beelden die de journalist weergeeft, berusten uitsluitend op eigen waarneming of op bronnen die hem bekend zijn en die hij betrouwbaar acht. De journalist zal overeengekomen vertrouwelijkheid van deze bronnen respecteren en zoveel als in zijn vermogen ligt garanderen. Hij past hoor en wederhoor toe waar dit geboden is voor het verwerven

*vervolg op pagina 6*

## ■ 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 over economie in het NOS 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 NOS 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

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. Maak een goede afweging voordat je echt gaat researchen. Lees je echter altijd goed in voordat je aan een item begint.

### **Van de professional: Felix Meurders. Radio- en tv presentator voor de VARA. Voorheen Kassa en de Leugen regeert, nu Spijkers met Koppen en de Gids.**

'Een goede journalist is volgens mij een uitermate nieuwsgierig iemand die altijd speurt naar opvallende en bijzondere gebeurtenissen. Hij of zij kan heel goed luisteren en kan een interview laten klinken als een gewoon gesprek. Wees kritisch en nieuwsgierig! Een goede voorbereiding gaat daar als vanzelfsprekend aan vooraf. Check je feiten driedubbel en zorg ervoor dat de beschuldigende partij wordt gehoord. Dat wordt in de primeurdrang vaak vergeten, jammer genoeg. Mensen die politiek verantwoordelijk zijn moet je zo zakelijk mogelijk benaderen. Zeg u, hou afstand. Het is je taak als journalist om de politiek te controleren. Maak duidelijk dat je iemand op zijn functie aanspreekt en niet op zijn persoon.'

*vervolg van pagina 5*

van de feiten. Hij past eveneens hoor en wederhoor toe om niet door het algemeen belang gerechtvaardigde eenzijdigheid in berichtgeving te voorkomen.

5. In beginsel maakt de journalist zich bij het verzamelen van informatie als zodanig bekend. Hierop kan een uitzondering worden gemaakt wanneer informatie die het algemeen belang dient, alleen op een andere manier kan worden verkregen.

6. De journalist ontziet de privacy van slachtoffers, nabestaanden, patiënten, verdachten, veroordeelden en eventueel anderen door de algemene herkenbaarheid van betrokkenen in de berichtgeving te vermijden in al die gevallen waarin deze personen onevenredig nadeel van herkenbaarheid zullen ondervinden en voor zover het vermijden van herkenbaarheid niet in strijd is met het belang van een adequate berichtgeving. De journalist hoeft met betrekking tot de privacy geen of minder terughoudendheid te betrachten:

- indien anders verwarring met anderen kan ontstaan;
- indien het nieuwsfeit van dien aard is dat de identiteit van een betrokkene als integrerend onderdeel van de berichtgeving moet worden gezien;
- indien een betrokkene in lokale, regionale, nationale of internationale zin geacht kan worden een publieke of bekende persoonlijkheid te zijn;

7. De journalist van wie blijkt dat hij zich schuldig heeft gemaakt aan onjuiste berichtgeving, zal op de kortst mogelijke termijn tot een passende rechtzetting overgaan c.q. deze bevorderen. Voorts bevordert de journalist dat een betrokkene die zich door zijn berichtgeving in redelijkheid tekort gedaan voelt, de gelegenheid krijgt binnen de daarvoor door het medium gestelde spelregels te reageren.  
Bron:

[www.genootschapvanhoofredacteuren.nl](http://www.genootschapvanhoofredacteuren.nl)

### 3. 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.

Medio 2008 telt Nederland bijna 300 publieke lokale omroepen. Hiermee bestrijkt de lokale omroep 90% van Nederland, een verzorgingsgebied van circa 15 miljoen inwoners. Lokale omroepen hebben dus een landelijke dekking. Uit het Bereiksonderzoek Lokale omroepen in Nederland dat de OLON uit heeft laten voeren blijkt dat de lokale televisie, kabelkrant, teletekst vooral worden gebruikt omdat ze nieuws over de woonplaats en lokale informatie verschaffen, voor de radioluisteraars gaat het in de eerste plaats om de muziek die gedraaid wordt. Lokaal nieuws staat daar op een goede tweede plaats.

*Bron: Bereiksonderzoek Lokale omroepen in Nederland van de OLON*

## 4. 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 invoering van de Wet Maatschappelijke Ondersteuning, de WMO. De gemeente is tegenwoordig verantwoordelijk voor de zorgverlening en mensen die zorg nodig hebben moeten dat zelf aanvragen. Burgers hebben ook inspraak als het gaat om de voorzieningen in hun woonplaats. 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.

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. Via de social media kun je ook op lokatie zoeken. Meer hierover in de reader over crossmediaal programmamaken.

### **Voorbeeld:**

**In mei 2007 raakte het drinkwater in Hoofddorp besmet met de bacterie e-coli. Dit werd aan het begin van de avond bekend. MeerRadio, de lokale omroep van de Haarlemmermeer, past vrijwel direct haar programmering aan om te berichten over deze besmetting. Een adresboek met mobiele nummers van woordvoerders is op zo'n moment van groot belang.**



*Gemeenten willen strenger alcoholbeleid jeugd.*

**AMSTERDAM** - Jongeren zouden strafbaar moeten zijn op het moment dat ze met drank op de straat op gaan. Met die maatregel willen de gemeenten voorkomen dat jongeren onder de 16 jaar thuis of in keten 'indrinken' en vervolgens buitenshuis voor problemen zorgen.

De Vereniging van Nederlandse Gemeenten (VNG) presenteerde dit voorstel vrijdag als alternatief voor een verbod voor jongeren om met alcohol over straat te gaan.

De koepelorganisatie van gemeenten wil zo de verantwoordelijkheid voor drankgebruik bij de ouders en jongeren zelf neerleggen. Controle van de regel zou kunnen door een simpele blaastest.

De VNG verzet zich tegen ideeën om gemeenten de vrijheid te geven de leeftijdsgrens voor verkoop van licht-alcoholische dranken te verhogen van 16 naar 18 jaar. Zo'n besluit zou volgens vrijwel alle gemeenten op landelijk niveau moeten worden genomen.

De ministers Ab Klink (Volksgezondheid), André Rouvoet (Jeugd) en Guusje ter Horst (Binnenlandse Zaken) hebben de afgelopen maanden diverse maatregelen in overweging genomen om het drankgebruik door jongeren aan banden te leggen.

Een van de ideeën is om jongeren onder de zestien die met drank over straat lopen, te beboeten. Ook verdwijnen zoete mixdrankjes mogelijk uit de supermarkt.

Klink wilde vrijdag niet inhoudelijk reageren op het voorstel van de gemeenten. De minister verwees naar een brief met voornemens die hij binnenkort naar de Tweede Kamer stuurt. Het parlement wil dat het overmatige drankgebruik door jongeren steviger wordt aangepakt.

De koepel van supermarkten CBL schaart zich achter het VNG-plan, omdat de verantwoordelijkheid wordt neergelegd bij de ouders en jongeren. Daarnaast zou de overheid volgens de supermarkten een duidelijkere campagne moeten beginnen "om goed tussen de oren te krijgen" dat jongeren onder de 16 geen alcohol mogen kopen.

"We moeten de bestaande regels eerst beter handhaven, voordat we met allemaal nieuwe regels komen", aldus een woordvoerder. De Tweede Kamer wil dat het overmatige drankgebruik door jongeren steviger wordt aangepakt.

© ANP

### Opdracht

*Verzin drie verschillende lokale invalshoeken bij het volgende bericht: Gemeenten willen strenger alcoholbeleid jeugd. Werk de invalshoeken kort uit, geef aan welke spreker(s) er bij de verschillende invalshoeken horen en motiveer de keuzes die je maakt door te kiezen voor deze specifieke invalshoek.*

## 5. Burgerjournalistiek

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, skoeps.nl en geenstijl.nl zijn ze erg belangrijk: de zogenoemde burgerjournalisten. Een betrekkelijk nieuwe term in journalistiek Nederland. '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. Op Skoeps.nl staat bijvoorbeeld een filmpje waarin inwoners van Laren hun mening geven over de komst van een Hema in hun woonplaats. Doordat de kwaliteit van de camera's van mobiele telefoons steeds beter wordt kunnen dit soort filmpjes vrij gemakkelijk uitgezonden worden.

De combinatie van mobiele telefoons en internet zorgt ervoor dat iedereen die dat wil een verslag kan maken. Vlak na de bomaanslagen op de metro in Londen was er al een fotoverslag op internet te vinden. Gemaakt door een forens. In Amerika zijn dit soort 'eigen-nieuws'-sites al zeer populair, in Nederland begint het te komen. De deskundigen zijn het er nog niet over eens in hoeverre het in ons land een succes zal worden.

Wel is het zo dat deze 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 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. In het boekje 'Ben ik in beeld' van Roek Lips worden een aantal van dit soort voorbeelden belicht.

### Voorbeelden van websites:

[www.denieuwereporter.nl](http://www.denieuwereporter.nl)

[www.nujij.nl](http://www.nujij.nl)

[www.unieuws.nl](http://www.unieuws.nl)

[www.digg.com](http://www.digg.com)

[www.technorati.com](http://www.technorati.com)

[www.patch.com](http://www.patch.com)

## 6. Journalistieke basisvaardigheden

Als journalist kom je in allerlei situaties terecht. Of het nu gaat om de bezoekers aan de Miljonairsfair of aan de voedselbank: je moet met allerlei verschillende soorten mensen een leuk gesprek voeren. Of een bericht schrijven over het evenement waar je geweest bent, een verslag maken van de gemeenteraadsvergadering.

Een aantal basisvaardigheden komen daarbij goed van pas:

### ■ correct taalgebruik

Het gebruik van correct Nederlands is absoluut noodzakelijk. Of je nou voor de krant, 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. 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! Verderop in deze reader krijg je nog meer tips voor het gebruik van radiotaal.

### ■ 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.

**Van de professional:  
Wilma Borgman.  
Politiek redacteur en  
verslaggever voor de NOS.  
Maakte politieke programma's bij  
4 verschillende lokale omroepen.**

'Verplaats je in je buurman. Dat is de grote kracht van de lokale omroep. Het gaat over dingen die in je eigen achtertuin gebeuren. Een goed gesprek gaat over één centrale vraag, de zogenoemde kapstok. Die vraag moet aan het eind van het gesprek beantwoord zijn. Vuur geen vragen af op iemand maar voer een gesprek met iemand. Wees kritisch en zorg dat je weet waar je het over hebt, dat geeft je zelfvertrouwen. Dat klinkt door in je stem en geeft je gezag. Zorg dat je informatie klopt, want als het één keer niet klopt ben je je geloofwaardigheid kwijt. Programma's maken bij de lokale omroep is het leukste wat er is, je krijgt zoveel vrijheid!

## 7. Nieuwsselectie en journalistieke keuzes

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 aanbrengen, zodat luisteraars weten wat ze kunnen verwachten. Maak daar duidelijke afspraken over.

Je kunt bij de nieuwsselectie gebruik maken van een aantal handige criteria:

- **Actualiteit:** hoe verser het nieuws, hoe beter. Actualiteitswaarde is het belangrijkste criterium voor nieuws.
- **Belang voor de luisteraar:** hoe groter het belang, hoe groter het nieuws.
- **Afstand:** hoe dichterbij het nieuws, hoe belangrijker het wordt.
- **Bekendheid:** bekende Nederlanders/plaatsgenoten komen eerder in het nieuws dan hun onbekende landgenoten.
- **Afwijking:** het is nieuws als iets buiten de normale gang van zaken gebeurt. Hoe meer criteria van toepassing zijn hoe groter het nieuws. Daarnaast zijn er nog een paar 'wetmatigheden' die meespelen bij de grootte 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.

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

## 8. Radio- en televisietaal

Een belangrijk kenmerk van 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.

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.

Het is noodzakelijk om dit gegeven in het achterhoofd te houden bij het schrijven van een tekst. Een goede tekst moet daarom aan een aantal eisen voldoen:

### Opdracht:

*Schrijf aan de hand van het openingsartikel van de lokale krant een radiobERICHT voor de eerstvolgende nieuwsuitzending.*

#### ■ 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 Plasterk 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'.

### ■ 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 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'.

**Van de professional:  
Sven Kockelmann.  
Presenteer t voor de KRO radio-  
en televisieprogramma's  
als Goedemorgen Nederland,  
Brandpunt en Oog in Oog.  
Maakte sportprogramma's voor  
de MOS in Maarsssen.**

'Bereid je goed voor, hou het onderwerp begrijpelijk. Je moet in één zin kunnen zeggen waar het over gaat. Weet hoe het zit voor je aan een interview begint. Je moet in kunnen schatten welke antwoorden er komen. Val met de deur in huis, speel de advocaat van de duivel. Dan wordt het spannend van om naar te luisteren. Anders is het te vrijblijvend en kan de gast zijn gang gaan. Wees niet bang, bel gewoon. Nee heb je, ja kan je krijgen! Wij belden bijvoorbeeld iedere week met de presentatoren van Studio Sport. Die vonden dat harstikke leuk en vertelden dan wat er 's avonds in hun uitzending zat. Als je enthousiast bent en het echt wil heb je de halve wereld. Luister en kijk veel naar anderen. Dat helpt om je eigen stijl te ontwikkelen. En zorg dat je lol hebt in je werk, dan luisteren mensen met plezier naar je.'

### ■ 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.

*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.



## 9. Aanbevolen literatuur

- 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
- Het Stijlboek van de Volkskrant
- Schrijfwijzer van Jan Renkema
- Het Groene Boekje
- Ben ik in beeld van Roek Lips

### Aanbevolen websites:

[www.google.com](http://www.google.com)  
[www.wikipedia.nl](http://www.wikipedia.nl)  
[www.nu.nl](http://www.nu.nl)  
[www.kranten.com](http://www.kranten.com)  
[www.onzetaal.nl](http://www.onzetaal.nl)  
[www.villamedia.nl](http://www.villamedia.nl): de site van de Nederlandse Vereniging van Journalisten  
[www.cbs.nl](http://www.cbs.nl): om cijfers en statistieken na te zoeken.  
[www.parlement.nl](http://www.parlement.nl): alles over de eerste en tweede kamer  
[www.europa.nl](http://www.europa.nl): alles over het Europees Parlement  
[www.rechtspraak.nl](http://www.rechtspraak.nl): alles over het Nederlandse rechtssysteem, uitspraken  
[www.popinstituut.nl](http://www.popinstituut.nl): voor als je info over een artiest oid zoekt  
[www.cultuurnet.nl](http://www.cultuurnet.nl): een database van cultuurminnend Nederland  
[www.omroep.nl](http://www.omroep.nl)  
[www.olon.nl](http://www.olon.nl)

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 sinds 1995 werkzaam als programmamaker voor verschillende omroepen in Hilversum. 'Als kind luisterde ik 's nachts stiekem naar een transistorradiootje, zo is mijn liefde voor de radio ontstaan'. Het is daarom niet vreemd dat Carmen op de School voor Journalistiek in Zwolle radio als specialisatie kiest.

Na haar studie gaat ze aan de slag voor onder meer de NOS, NPS en de NCRV. Voor deze omroepen maakt ze verschillende programma's in binnen- en buitenland. Daarnaast geeft ze communicatie- en mediatrainingen, onder meer voor de OLON en is ze actief als tekstschrijver. Op dit moment werkt ze als bureauredacteur bij het tv-programma Kruispunt van de KRO/RKK.

Mireille van der Werff (1973) is sinds 1996 als redacteur en regisseur actief in de Hilversumse omroepwereld. Op de School voor Journalistiek in Zwolle komt Mireille voor het eerst in contact met het radiovac. 'Als vrijwilliger bij de schoolradio zat ik iedere week urenlang in de radiostudio', vertelt ze. Al tijdens haar studie komt ze bij de KRO terecht waar ze ruim 10 jaar zal blijven als redacteur en regisseur voor verschillende programma's op radio 1, 2 en 5. Een aantal jaar is ze plaatsvervangend eindredacteur bij KRO's Tijd voor Twee. Nu werkt Mireille als freelance regisseur en redacteur en geeft ze workshops, onder meer voor de OLON. Meer informatie: [www.mediawerff.nl](http://www.mediawerff.nl)

Carmen Fernald en Mireille van der Werff zijn allebei lid van het jurysecretariaat van de LOA Awards. Meer informatie daarover is te vinden op [www.olon.nl](http://www.olon.nl)

### Disclaimer:

Deze reader is geschreven in opdracht van de Organisatie voor Lokale Omroepen in Nederland, OLON. Niets uit deze publicatie mag worden veelevoudigd 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 OLON.

### Colofon

Teksten:

Carmen Fernald en Mireille van der Werff

Coördinatie OLON:

Marie-José van den Berg en Ilja Geukers

Vormgeving: Van Domburg Ontwerp

© OLON 2011