



## Journalist wil vooral vertaler voor het publiek zijn

*Geplaatst: juni 2009, laatste aanvulling juni 2011*

Door internet verandert geleidelijk de taakopvatting van de journalistieke beroepsgroep in Nederland. Journalisten vinden het minder belangrijk dan voorheen om snel informatie te verspreiden en gewone mensen aan het woord te laten. Dankzij internet komen burgers toch wel aan nieuws en andere informatie. Internet biedt de gebruikers bovendien volop gelegenheid hun mening te spuien. Daarom richt de journalistiek zich liever op andere functies waarin zij meerwaarde kan bieden.

Als belangrijkste taak in het internettijdperk zien journalisten het vertalen van ingewikkelde informatie voor hun publiek. Daarnaast zijn zij het belangrijker gaan vinden om nieuwe ontwikkelingen te signaleren en de maatschappelijke belangstelling van mensen te bevorderen.

Dit zijn taken die niet direct met de traditionele taak van informatiever spreider te maken hebben. De verschuiving in opvattingen wijst erop dat de journalist zichzelf meer gaat zien als de professional die signaleert wat er aan de hand is, uit de overvloed aan informatie haalt wat van maatschappelijk belang is en deze informatie begrijpelijk maakt.

Dit concluderen de Nijmeegse communicatiewetenschappers Liesbeth Hermans en Maurice Vergeer uit een enquête onder leden van de Nederlandse Vereniging van Journalisten die in 2006 is gehouden.<sup>1</sup> De vragen kwamen grotendeels overeen met een enquête die Mark Deuze in 1999 hield onder NVJ-leden. Hierdoor kunnen de opvattingen over de eigen beroepsrol uit beide onderzoeken met elkaar worden vergeleken.

### Creëren van burgerschap

In 1999 zag de journalistiek in hoofdzaak nog drie beroepsrollen voor zichzelf weggelegd. Deuze onderscheidde een kritische rol ten opzichte van de overheid en andere officiële bronnen, een meer neutrale rol als nieuwsverspreider en een rol als trendwatcher die inspeelt op wat maatschappelijk in de belangstelling staat.

In 2006 tekende zich een verschuiving in rol opvattingen af. Hermans en Vergeer distilleren uit hun enquête vier beroepsrollen. De rol van de journalist als neutrale waarnemer en



nieuwsverspreider is niet meer herkenbaar. In plaats daarvan is er de rol van interpretator en duiders. Andere rollen die de journalist in 2006 belangrijk noemde, zijn die van controleur en kritische volger, de rol van bevorderaar van burgerschap en een marktgerichte rol. Journalisten blijken niet eenkennig in hun rolopvattingen. Zo vinden degenen die de rol van controle en kritiek belangrijk vinden, ook het creëren van burgerschap en de rol van interpretator belangrijk.

Analyse en duiding werden door de journalisten zowel in 1999 als in 2006 het hoogst aangeslagen. Aan het commerciële belang hechtte de journalistiek in 1999 het minst, en dat bleef zo in 2006. Taken die eveneens laag stonden aangeschreven, zijn: een spreekbuis vormen voor de mensen, invloed uitoefenen op de politieke agenda en spanning en vermaak brengen.

### **Publieke functie**

Internet verandert de rol die journalisten spelen in de nieuwsvoorziening, verwachtten Hermans e.a.: 'Zij zijn niet meer de professionals die bepalen welke informatie voor burgers belangrijk is, omdat burgers tegenwoordig gemakkelijk zelf aan relevante informatie kunnen komen. De journalistiek zal zich niet kunnen onttrekken aan een heroriëntering op de manier waarop de publieke functie wordt vormgegeven.'<sup>2</sup>

De Amsterdamse hoogleraar José van Dijck wijst eveneens op de noodzaak van fundamentele keuzes ten aanzien van de journalistieke rol die men wil vervullen in een multimediale, digitale omgeving.<sup>3</sup> Het oude speelveld waarop de journalistieke organisatie het evenwicht behield door gepaste afstand te houden van adverteerders, lezers, uitgever en overheid is voorgoed veranderd door de toetreding van nieuwe spelers en functies. Volgens Van Dijck moet de journalistieke organisatie zich in het internettijdperk nestelen in netwerken van adverteerders, zoekmachines, digitale diensten, providers en gebruikers. Maar dan zal men eerst moeten kiezen: willen zij een gesloten product maken (zoals: eenmaal per etmaal een krant), een digitale kiosk of beide; willen zij wel of geen vermenging van journalistieke content en commercie; willen zij lezers benaderen als consumenten, burgers of netwerkgemeenschappen, enzovoort. Keuzes die vragen om bezinning op wat



voor journalistieke organisatie men wil zijn. En die vraag hangt weer samen met de beroepsrol die journalisten voor zichzelf weggelegd zien.

### Noten

1 L. Hermans & M. Vergeer (2009). *Een nieuw journalistiek tijdperk? Beroepsrolopvattingen van journalisten in 2006 vergeleken met 1999*. Paper Etmaal van de Communicatiewetenschap (aangepaste versie). Radboud Universiteit Nijmegen.

2 L. Hermans, M. Vergeer, L. d'Haenens & K. Joniaux (2009). Journalistiek en internet in de Lage Landen. Een vergelijkende studie naar het internetgebruik van Nederlandse en Vlaamse journalisten. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap* 37 (2).

3 J. van Dijck (2010). Professionele journalistieke identiteit in een digitale omgeving. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap* 38 (1).