

Bedankt voor het downloaden van dit artikel. De artikelen uit de (online)tijdschriften van Uitgeverij Boom zijn auteursrechtelijk beschermd. U kunt er natuurlijk uit citeren (voorzien van een bronvermelding) maar voor reproductie in welke vorm dan ook moet toestemming aan de uitgever worden gevraagd.

Boom

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet van 1912 gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch door fotokopieën, opnamen of enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van kopieën uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikelen 16h t/m 16m Auteurswet 1912 jo. Besluit van 27 november 2002, Stb 575, dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoeding te voldoen aan de Stichting Reprorecht te Hoofddorp (postbus 3060, 2130 KB, www.reprorecht.nl) of contact op te nemen met de uitgever voor het treffen van een rechtstreekse regeling in de zin van art. 16l, vijfde lid, Auteurswet 1912.

Voor het overnemen van (een) gedeelte(n) uit deze uitgave in bijvoorbeeld een (digitale) leeromgeving of een reader in het onderwijs (op grond van artikel 16, Auteurswet 1912) kan men zich wenden tot Stichting Uitgeversorganisatie voor Onderwijslicenties (Postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.stichting-uvo.nl).

No part of this book may be reproduced in any way whatsoever without the written permission of the publisher.

info@bua.nl
www.boomuitgeversamsterdam.nl

De dringende noodzaak van professionele lokale journalistiek

De politiek ziet, mede als gevolg van alarmerende rapporten, steeds meer de ernst in van de verschraling van de professionele lokale en regionale journalistiek. Ondanks recente maatregelen lijken eenvoudige oplossingen echter niet voorhanden. Toch is het voor een goed functionerende democratie van wezenlijk belang dat er ook in dorpen en steden sprake is van deskundige journalistiek.

door René van Zanten De auteur is oud-journalist van de *Haagsche Courant*, oud-hoofdredacteur van het *Utrechts Nieuwsblad*, oud-directeur/uitgever van *De Gelderlander* en oud-directeur van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek.

Na lange tijd van verwaarlozing is er sinds enkele jaren vanuit ‘de politiek’ een opvallende bezorgdheid over de kwaliteit van lokaal en regionaal nieuws. Al enkele jaren terug kwam er op last van de Tweede Kamer geld vrij voor de professionalisering van lokale omroepen, en er werd geld beschikbaar gesteld om lokale media te ondersteunen tijdens de pandemie. Er verschenen kort na elkaar maar liefst drie onderzoeken naar lokale journalistiek. In opdracht van of op verzoek van de minister van OC&W werden analyses, adviezen en aanbevelingen geleverd door de Raad voor Cultuur en de Raad voor het Openbaar Bestuur,¹ door de VNG² en door het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek.³

Die adviezen schetsen een wat somber beeld over lokale nieuwsvoorziening. Vooral in kleine gemeenten moet je soms met een kaarsje zoeken naar nieuws van maatschappelijk belang. Zoals wordt opgemerkt in het rapport *Op het tweede gezicht...*: ‘Op het eerste gezicht kunnen Nederlanders kiezen uit een veelzijdig lokaal media-aanbod van kranten, radio, televisie en websites. Op het tweede gezicht blijkt die veelzijdigheid optisch bedrog. Achter het lokale media-aanbod gaat een werkelijkheid schuil waarin bestaande spelers het moeilijk hebben en het gebruik van printmedia en omroepen onder druk staat.’⁴

Al dan niet als reactie op de voornoemde onderzoeken werd in oktober van dit jaar zestien miljoen euro beschikbaar gesteld voor investeringen in lokale omroepen. Op verzoek van de Tweede Kamer is dat voornemen afhankelijk gemaakt van een onderzoek naar de effecten van zo’n financiële injectie, met name naar wat deze betekent voor niet-publieke commerciële lokale media-aanbieders, voor wie de markt verstoord wordt doordat de publieke concurrent subsidies krijgt.

Maar wat de uitkomst van dat onderzoek ook gaat zijn, de belangstelling voor lokaal en regionaal nieuws is onmiskenbaar, deels natuurlijk ook te verklaren uit het feit dat in de afgelopen jaren een aantal rijkstaken is overgeheveld naar gemeenten. Dat werd nog versterkt tijdens de pandemie, toen er logischerwijs veel interesse ontstond naar de situatie in de eigen omgeving.

Die belangstelling voor het ‘nieuws in de haarvaten van de samenleving’ is toe te juichen, maar er zal heel wat moeten gebeuren om nieuwsconsumenten ertoe te bewegen meer te gaan luisteren naar lokale en regionale zenders. De samenhang is er op de meeste plekken in Nederland helemaal uit. Daar zijn straten, buurten, wijken, dorpen en steden niet veel meer dan verzamelingen van mensen, instellingen, bedrijven, organisaties, diensten en voorzieningen die elkaar pas vinden als er sprake is van een gemeenschappelijke vijand, een bedreiging of een gedeelde, heftige, ervaring.

Journalisten in dienst van de gemeente

Al het voornoemde onderzoek toont aan dat het publiek in het algemeen (maar vooral jongeren) steeds minder weet over het reilen en zeilen van stad of dorp. Het probleem is zelfs zo groot dat menig gemeentebestuur eigen fondsen in het leven roept om lokale media aan te moedigen. Soms stellen gemeentebesturen zelfs journalisten aan om verslag te doen van beleidsbeslissingen en -discussies. Er zijn voorbeelden in onder meer Almere en Oudewater; Den Haag kent zelfs een heuse *newsroom*. Die acties – het

De belangstelling voor lokaal en regionaal nieuws komt ook doordat een aantal rijkstaken is overgeheveld naar gemeenten

benoemen van journalisten, het beschikbaar stellen van geld – zijn tekenen dat er zorgen zijn over de verschraving van de lokale journalistiek. Veel gemeentebesturen missen lokale journalisten, omdat hun boodschap, hun verhaal, niet meer vanzelfsprekend onder de

aandacht van de burgers in hun gemeenschap wordt gebracht. Maar ook omdat ze, dankzij diezelfde journalisten en hun media, een goed beeld kregen van wat er in hun gemeenschap speelde, wat nu niet meer het geval is.

Er zijn zeker ook gemeenten waar de bestuurders het wel prima vinden dat ze, zonder al te veel kritische volgers, hun beleid kunnen uitvoeren. Zo was er een aandachttrekkende quote van een beginnend burgemeester, die bij zijn aantreden zei: ‘Gelukkig zijn hier geen journalisten.’⁵ Maar veel vaker zien we bestuurders die zich opstellen als een wethouder die ooit – desgevraagd – zei: ‘Het gaat er niet om dat ik bij alles wat ik doe word gecontroleerd; nee, de wetenschap dat ik bij wat ik doe kán worden gecontroleerd, is bepalend voor mijn manier van handelen.’

Nu is het een hardnekkig misverstand om te denken dat ‘het internet’ er de oorzaak van is dat de vraag naar lokaal nieuws is afgenomen. Dagbladen zagen hun oplages al veel eerder teruglopen. Vór voor de komst van de iPhone werd al van alles geprobeerd om – met name – jongere lezers aan te trekken: er waren experimenten waarin ‘de burger’ werd gevraagd wat hem of haar vooral interesseerde, om dat te vertalen naar de journalistiek. Er waren zelfs experimenten waarin de burger werd uitgedaagd om mee te schrijven. Redacties gingen met man en macht ‘de wijk in’; er werden extreme cadeaus uitgedeeld bij het aangaan van een abonnement (zoals de iPad bij NRC

Handelsblad), geen idee bleef onbeproefd. Hotels en conferentiecentra zaten vol met krantenmensen die werden uitgedaagd om out of the box te denken om in vredesnaam iets te verzinnen om nieuwe – met name jonge – lezers aan te trekken.

Al dat nadenken heeft misschien voor enige vertraging in de oplagedaling gezorgd, ook al omdat de krantenlezende en televisiekijkende en naar de radio luisterende generatie uit de vorige eeuw

redelijk trouw is gebleven. Bij jongeren zijn sociale media en online kijken en luisteren echter de belangrijkste mediatypen, zoals blijkt uit de *Mediamonitor 2023* van het Commissariaat voor de Media.⁶ En daar begint het punt van grote

zorg. Journalistiek in digitale vorm bevindt zich op hetzelfde platform als nepnieuws, flauwekul, bedrog en manipulatie. Het is lastig om daar onderscheid te maken tussen professionele journalistiek en de beweringen van zelfverklaarde decisionmakers, ijdeltuigen, aandachtjunks en influencers die zich in het mediamenu van menigeen hebben gewurmd; soms gewoon onnozel, soms ronduit kwaadaardig.

Het is een hardnekkig misverstand te denken dat de vraag naar lokaal nieuws minder is geworden door de opkomst van internet



Bron: iStock

Stilstaande drukpersen

Op lokaal niveau is het medialandschap sterk gefragmenteerd. Er zijn om te beginnen regionale kranten (of eigenlijk landelijke kranten met regionale katernen of pagina's). Die kranten kennen uiteraard ook digitale verschijningsvormen, die terrein winnen ten koste van het papieren product. Dat lijkt een goede ontwikkeling, maar een digitaal product levert een uitgever minder geld op (adverteerders hebben digitaal elders veel meer mogelijkheden), terwijl tegelijkertijd het maken van 'de papieren krant' almaar duurder wordt, omdat het schaalvoordeel is weggevallen. Waar een bezorger ooit bijna in elke brievenbus een krant gooide, slaat deze nu telkens een heleboel brievenbussen over; er moet derhalve een heleboel extra moeite worden gedaan. Drukpersen zijn vooral duur als ze stilstaan, en dat is – ondanks het feit dat er al heel wat grote drukkerijen zijn verdwenen – steeds vaker het geval.

De concurrentie wordt gevormd door (met publiek geld gefinancierde) regionale en lokale omroepen. Daarnaast kennen we op lokaal niveau ook nog nieuwsbladen en huis-aan-huiskranten. Daarvan verdwijnen er steeds meer. Het model is een krant vol advertenties met een percentage aan journalistieke producties. Die advertenties zijn sterk teruggedropen, en daarnaast heeft dit soort uitgaven veel last van de stickers op de brievenbus waarmee kan worden aangegeven dat ook de huis-aan-huiskrant niet gewenst is. Uit allerlei onderzoek (zowel van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek als van het Commissariaat voor de Media) blijkt dat de lezers het plaatselijke advertentieblad

zeer waarderen, maar uit de cijfers blijkt ook dat deze vorm van uitgeven in commerciële zin zwaar onder druk staat.

Omdat de journalistiek de regie op lokaal nieuw goeddeels is kwijtgeraakt, zou je kunnen zeggen dat de democratie onder druk komt te staan. In een volwassen democratie worden besluiten immers transparant genomen en

uitgevoerd, en moeten beleidsmakers het hoe en waarom van die besluiten kunnen uitleggen. Dat alles valt weg als er geen journalisten zijn om dat proces te controleren en die vragen te stellen. Sowieso hebben inwoners van kleinere gemeenten (minder dan 50.000 inwoners) moeite om vaker dan eens per twee weken over hun gemeente berichtgeving te vinden die in soortelijk gewicht uitstijgt boven overgeschreven persberichten of 112-nieuws.⁷ En dat is zorgelijk, want regionale en lokale media, zo schrijven de Raad voor Cultuur en de ROB in hun advies, hebben behalve die controlerende functie ook een informerende, een verbindende, een educatieve en een culturele functie.⁸

De digitale wereld helpt het lokale nieuws slechts ten dele om burgers te bereiken. Dagbladen hebben weliswaar goede sites (en soms apps), maar proberen daar uiteraard geld mee te verdienen, waardoor drempels worden opgeworpen. Inhoudelijk nieuws staat – voor niet-abonnees – achter betaalmuren. *Hyperlocals* (zelfstandig draaiende lokale sites) zijn er in overvloed, maar hebben doorgaans moeite om het hoofd boven water te houden en hebben als gevolg daarvan gemiddeld een korte levenscyclus. Er zijn wel veel sites die nieuws van anderen publiceren (knip en plak), zoals er ook een ruim aanbod is aan zogenoemd 112-nieuws. Halen mensen nieuws van sociale media? Welzeker. Of althans: ze denken dat ze nieuws zien. Want inmiddels weten we dat verontrustend veel mensen het onderscheid tussen nieuws en onzin maar moeilijk kunnen maken.

*Verontrustend veel mensen kunnen
het onderscheid tussen nieuws en
onzin maar moeilijk maken*

Gezonde bedrijven

De sleutel ligt in het aanbieden van nieuws van goed kwalitatief niveau en van betrouwbare afzenders. Daar is – zeker op lokaal niveau – nog een heleboel te winnen. Het zal nog niet meevallen om een manier te vinden om lokale publieke zenders te versterken (lees: professionaliseren) zonder commerciële mediabedrijven (vooral dagbladen) te bruuskeren. Aan de andere kant is het ook lastig voorstelbaar dat de politiek miljoenen beschikbaar zou stellen voor bedrijven die gezonde winsten maken.

Belangrijk is een goed functionerende lokale en regionale journalistiek wel. Zo wordt het ook gevoeld, bijvoorbeeld door de wethouder die het van belang vindt kritisch te worden gevolgd. Het is evenzo te hopen dat de burgemeester die daarop geen prijs stelt, reden krijgt om zich zorgen te maken. Geen enkele bestuurder zou moeten kunnen zeggen: ‘Gelukkig zijn hier geen journalisten.’

Artikel in het kort:

- * De nationale politiek beseft steeds meer dat de lokale en regionale journalistiek onder druk staat en probeert deze gericht met subsidies te versterken
- * Probleem is echter dat subsidiëring van publieke regionale en lokale omroepen oneerlijke concurrentie voor commerciële journalistieke bedrijven kan betekenen
- * Dit komt vooral doordat zowel de publieke als de commerciële omroepen en dagbladen zich allemaal op hetzelfde digitale platform van internet manifesteren, waar zich bovendien ook het nepnieuws manifesteert
- * Lokale en regionale politici moeten beseffen en uitstralen dat ook in provincies, steden en dorpen goede lokale journalistiek essentieel is voor de democratie

-
- 1 Raad voor Cultuur en Raad voor het Openbaar Bestuur, *Lokale media: niet te missen*. Den Haag: auteurs, november 2020.
 - 2 Expertiseteam Vitalisering Lokale Journalistiek, *Handvatten voor een breed gemeentelijk mediabeleid. Wachten kan niet meer*. Den Haag: Vereniging van Nederlandse Gemeenten, november 2020.
 - 3 Stimuleringsfonds voor de Journalistiek, *Lokale omroepen op stoom. De weg naar professionalisering. Onderzoeksrapport Pilot Professionalisering Lokale Publieke Mediadiensten*. Den Haag: auteur, april 2021.
 - 4 Piet Bakker en Quint Kik, *Op het tweede gezicht... Regionale en lokale media en journalistiek, 2000-2017*. Den Haag, juni 2018, p. 1.
 - 5 Dominic Schrijer in een interview in *Binnenlands Bestuur* bij zijn aantreden in Zwijndrecht in 2014; zie <https://www.binnenlandsbestuur.nl/bestuur-en-organisatie/interview-met-burgemeester-dominic-schrijer>.
 - 6 Jorien Scholtens, Janet Slabbekoorn en Edmund Lauf (red.), *Mediamonitor 2023*. Hilversum: Commissariaat voor de Media, oktober 2023.
 - 7 Quint Kik en Lammert Landman (red.), *Nieuwsvoorziening in de regio*. Den Haag: Het Stimuleringsfonds voor de Pers, 2013.
 - 8 Raad voor Cultuur en Raad voor het Openbaar Bestuur 2020, p. 3.
-