

H.M. van Randwijklezing 2018



H.M. VAN 25 JAAR
RANDWIJKLEZING

“Steunt ons in ons streven de waarheid te verbreiden” *

Waarom de journalistiek onder vuur ligt en dat (ook) zichzelf moet aanrekenen

(* Vrij Nederland, nr. 1, 31 augustus 1940)

door:

Peter Vandermeersch



Dames en heren,

Voor u staat een 'vijand van het volk', zoals Donald Trump dat zegt. Of iemand van een beroepsgroep die vorig jaar door Geert Wilders 'laaghartig tuig' werd genoemd. Om maar meteen met de deur in huis te vallen: journalisten zijn niet zo populair dezer dagen. En journalistiek, toch een nobele zoektocht naar de juiste feiten en de waarheid, zit in het maatschappelijke verdomhoekje.

De kritiek op de pers klinkt hard en luid. En die kritiek komt niet enkel van machthebbers die de pers om allerlei redenen slecht gezind zijn. Luister eens naar wat de wijze en intussen hoogbejaarde Harold Evans, veertien jaar lang hoofdredacteur van de Britse Sunday Times, midden april 2017 zei in een interview met NRC, namelijk dat 'Trump werd grootgemaakt door slechte journalisten'. Hij voegde eraan toe dat de Brexit de schuld was van 'journalisten die zwijgen of desinformatie verspreiden'.

Journalistiek. Daarover wil ik het vandaag op deze Van Randwijklezing hebben. Want de man, naar wie deze lezing is genoemd, de verzetsman H.M. Van Randwijk, was toch in eerste plaats een journalist. Hij stond, tijdens de Tweede Wereldoorlog mee aan de wieg van het blad Vrij Nederland, waarvan hij tijdens en na de oorlog hoofdredacteur was. En in de jaren zestig schreef hij vijf jaar lang zijn herinneringen aan die oorlog op in een rubriek die hij verzorgde in het Algemeen Handelsblad, de krant die in 1970 zou fuseren met de Nieuwe Rotterdamsche Courant tot NRC Handelsblad.

U weet natuurlijk allemaal dat er een behoorlijk actieve ondergrondse pers was in Nederland tijdens de bezettingsjaren.

Toen ontstonden kranten als De Waarheid, het communistische dagblad dat tot het begin van de jaren negentig zou blijven bestaan en Het Parool en Trouw, twee dagbladen die we tot vandaag kennen.

Zelf schreef Van Randwijk het volgende over die ondergrondse pers in de Tweede Wereldoorlog. 'In de herfst van 1941 en de daaropvolgende eerste wintermaanden sloeg de Duitse Gestapo voor het eerst hard toe in de kring van de ondergrondse pers. De meeste gearresteerden werkten voor Vrij Nederland en Nederland Vrij, door animositeit en ambitie eigenlijk de eerste afsplintering van de hoofdgroep. Maar het ging ook om andere blaadjes... als De Schijnwerper, Uit de Woestijn, Vrije Pers en De Vrije Nederlander.

Kleine blaadjes, miezerige blaadjes vaak, op slecht papier vervaardigd met een slechte stencilmachine. De moeite en het gevaar nauwelijks waard, kan men gemakkelijk zeggen... Maar in die tijd waren ze de bewijzen van de ongebroke geestkracht van veel Nederlanders, signalen voor een verzet dat grotendeels nog komen moest, protesten tegen Duitse schanddaden toen het scheen alsof zwijgen de enige Nederlandse reactie was, een ietwat stuntelig maar duidelijk 'neen' tegen de leugenachtigheid van de gelijkgeschakelde pers, radio en andere vormen van voorlichting.'

Dat najaar van 1941 werden 65 mensen uit de ondergrondse pers aangeklaagd. Van Randwijk: 'Ze werden in het voorjaar van 1942 veroordeeld, meest tot zware gevangenisstraffen. Velen zijn nooit uit Duitsland teruggekeerd. Ze stierven in gevangenissen, als puinruimers op de gevaarlijkste plaatsen bij bombardementen, aan tyfus en andere ziekten. Jonge mensen veelal, Heel jong nog! Vijftien van de 65 waren nauwelijks 20 jaar. Nog veel meer onder de dertig.'

Je moet inderdaad maar de stichtingsverhalen lezen van de kranten die ik daarjuist noemde om te beseffen wat ondergrondse journalistiek in die jaren betekende. Een tachtigtal medewerkers van Het Parool hebben de oorlog niet overleefd. Tientallen medewerkers aan De Waarheid bekochten hun journalistieke activiteiten met hun leven. Van de verzetsmensen die het illegale Trouw maakten zijn er honderden opgepakt en gedood.

Maar nog even terug naar Vrij Nederland, het blad van Van Randwijk. Het eerste exemplaar daarvan verscheen op 31 augustus 1940, dus krap drieënhalve maand na de Duitse inval in Nederland. Het was een onhandig gestencild blaadje.

Maar luister eens naar de tekst die erop stond:

'Sedert enige maanden gevoelt de Nederlander behoefte aan een werkelijk Nederlandse krant. De dagbladen publiceren berichten en artikelen welke hun oorsprong vinden in het filiaal van het propagandistisch leugenministerie

van een zekere 'Germaanse' staat. Deze artikelen hebben ten doel de volksmening te vergiftigen en de Nederlander te doen geloven dat Engeland de bedrieger en Duitsland de bedrogene is. Dat is een van de redenen die ons ertoe gebracht hebben VRIJ NEDERLAND op te richten.... Steunt ons in ons streven de waarheid te verbreiden!

Deze tekst, dames en heren, mag dan 78 jaar geleden zijn opgeschreven, het zijn woorden die nog niks aan actualiteit hebben ingeboet. Want wat de stichters van Vrij Nederland opschrijven over 'volksmening vergiftigen' kan je zo vertalen in het moderne woord 'nepnieuws'. Het 'propagandistisch leugenministerie' zou zomaar even de public relation-organisatie of het trollenleger van politieke machthebbers of bedrijven kunnen zijn. En de oproep 'Steunt ons in ons streven de waarheid te verbreiden' is eigenlijk de opdracht die elke goede journalistieke organisatie zichzelf moet stellen: de waarheid verbreiden.

Daarover wil ik het vandaag graag uitgebreid met u hebben. Over journalistiek en die moeizame, in de ogen van sommigen zelfs onmogelijke, zoektocht de waarheid.

Die zoektocht is natuurlijk van alle tijden. Die was dat zeker in de Tweede Wereldoorlog. Maar is anno 2018 misschien wel dringender en dwingender dan ooit.

We kennen intussen allen het Nederlandse woord nepnieuws. Post-truth is een begrip dat in de Angelsaksische media opgang maakt. Een van de medewerkers van Donald Trump, Kellyann Conway, heeft het begrip alternative facts gemunt. Is Truth Dead? zo luidde de cover van Time, op 3 april 2017.

Maar nepnieuws, misinformatie en propaganda zijn van alle tijden. En kritiek op de pers is even oud als die pers zelf. Donald Trump was niet de eerste president die zei dat media vijanden van het volk zijn. Richard Nixon zei al in 1972 aan zijn minister Henry Kissinger: Never forget the press is the enemy. Het verschil is wel dat Nixon dat deed in een besloten gesprek in the oval office. En Trump het bij elke gelegenheid publiekelijk uitroept.

Het is trouwens niet moeilijk om enkele voorbeelden dichterbij huis te vinden. Geert Wilders noemde in de laatste campagne voor de verkiezingen van de Tweede Kamer journalisten 'ongelooflijk laaghartig tuig'. En de relatie van Vlaanderens meest invloedrijke politicus van dit decennium Bart De Wever met de pers, wordt gekleurd door uitspraken als 'geen hond die de media nog gelooft'.

Nu vind ik dat journalisten geen lange tenen moeten hebben. Als je ziet hoe scherp media soms zelf zijn, hoe hard ze zelf soms uithalen, hoe ongenueanceerd ze bij momenten zijn, dan moet je ook kunnen incasseren en niet huilen als je zelf eens wordt aangepakt. Journalistiek is 'Geen vak voor bange mensen', om een boek van collega's Bernard Hammelburg en Paul van Liempt te citeren.

Maar je kan maar vaststellen dat de periode waarin de founding father en verre voorganger van Donald Trump, Thomas Jefferson, de pers prees toch wel echt voorbij is. U weet misschien wel dat hij schreef: 'Indien ik mocht kiezen tussen een regering zonder kranten, of kranten zonder een regering, dan zou ik voor die laatste kiezen'.

En we hoeven niet eens terug naar het begin van de negentiende eeuw om een Amerikaans president de lof over de pers te horen zingen.

In het allerlaatste gesprek dat Barack Obama als president had met de politieke journalisten die zijn regering hadden gecoverd, benadrukte hij dat 'democratie niet functioneert als we geen burgers hebben die goed zijn geïnformeerd'. America needs you, and democracy needs you, zei hij bemoedigend.

De publieke demonisering door mensen als Donald Trump lijkt succes te hebben. Dat blijkt uit een onderzoek door Pew Research, dat begin dit jaar werd gepubliceerd. Tot 2016, zo toonde dat onderzoek, vond driekwart van de Democraten en Republikeinen dat kritiek van de pers op de politiek gezond was voor een gezonde democratie. In 2017 vond 90 procent van de Democraten dat nog steeds. Maar nauwelijks 42 procent van de Republikeinen geloofde nog dat kritiek door journalisten op politieke leiders nuttig was. (Economist, 11 januari 2018) Met andere woorden: steeds meer van de aanhangers van Trump twijfelen openlijk aan het nut van de pers in het democratisch bestel.

(ER ZIJN GEVAREN)

Dames en heren,

Wordt persvrijheid anno 2018 bedreigd? Ja. Maak ik mij zorgen over de kwaliteit van ons informatieaanbod? Zeker. Staat onafhankelijke journalistiek onder druk? Ik ben overtuigd van wel.

Ik wil eerst enkele van de gevaren noemen die ik zie. Een aantal ervan zijn niet nieuw. Sommigen zijn belangrijker dan andere. Dan wil ik het hebben over een aantal kansen die er onmiskenbaar ook zijn. En tenslotte wil ik het vooral hebben over onze eigen verantwoordelijkheid, die van journalisten en van de journalistiek zelf.

Eerst dus enkele gevaren. Een eerste noemde ik al. Een aantal politieke machthebbers zoals Trump of Erdogan of de Filippijnse president Duterte en een aantal politieke spelers dichterbij huis. Omwille van politiek eigenbelang proberen zij, min of meer systematisch, de klassieke journalistiek _ zij noemen het graag Main Stream Media _ in het diskrediet te brengen. Feiten worden herleid tot meningen.

Je hebt feiten en alternatieve feiten. Jij hebt jouw waarheid en ik de mijne. Zo creëren ze een wereld waarin de rol van de journalistiek als een poortwachter van de democratie, herleid wordt tot die van individuele en meestal meningenmakelaar.

Die aanval op de journalistiek vanuit, zeg maar, de politieke macht loopt parallel met een misschien nog veel groter gevaar. Dat betreft de gezondheid van wat je het informatie-ecosysteem zou kunnen noemen.

Niet zo vreselijk lang geleden waren we erg optimistisch over dat ecosysteem. Het internet, zo hoopten we, zou helpen bij het doorbreken van machtsmonopolies van grote mediagiganten, het zou democratische structuren versterken (denk maar aan de Arabische Lente of de hoop die sommigen in het Chinese Weibo stelden), het zou een leveled playing field bewerkstelligen. Die hoop is in een paar jaar tijd vervlogen.

Want we stellen vast dat het informatie-ecosysteem, intussen wordt beheerst door letterlijk een handvol bedrijven. Het zijn er vijf. Microsoft, Apple, Amazon, Facebook en Alphabet (het moederbedrijf van Google). De New York Times noemt hen wel eens The Frightful Five. Vijf giganten die zo sterk zijn en zo goed beschermd tegen start-ups dat de opkomst van nieuwe bedrijven hen in de meeste gevallen enkel versterkt.

Alle vijf hebben ze een cruciale impact op de journalistiek wereldwijd. Om er hier maar één te noemen: Facebook, dat intussen bijna twee miljard mensen per maand bereikt, is uitgegroeid tot het machtigste distributiekanaal voor nieuws in de geschiedenis van de mensheid. Het platform heeft een grotere impact op wat we wel en niet te zien krijgen dan gelijk welke journalistieke organisatie of regering ooit ter wereld.

Het zou me te ver leiden om hier alle consequenties daarvan te bespreken. Maar met name het voorbije jaar is er veel te doen geweest over nepnieuws.

Algoritmes die nepnieuws, bewust frauduleus gekleurde berichten of sensationeel nieuws van lage kwaliteit op allerlei manieren bevoordelen en financieel belonen dreigen ook op Facebook kwaliteitsnieuws weg te drukken.

De klassieke regels die we met zijn allen hebben uitgewerkt, lijken niet te gelden voor The Frightful Five. Facebook en Google worden bijvoorbeeld, in tegenstelling tot uitgeverij, nauwelijks verantwoordelijk gehouden voor de inhoud. Hun diensten lijken gratis maar gebruikers betalen met hun gegevens,

De stemmen om Facebook, Amazon en Google aan banden te leggen klinken steeds luider. Steeds meer mensen vragen zich af of met deze bedrijven niet zou moeten gebeuren wat eind negentiende eeuw gebeurde met Standard Oil, destijds het grootste bedrijf ter wereld destijds dat door wetgeving werd verplicht zich op te splitsen en daardoor aan de basis lag van een bloeiende petroleumindustrie. In dat licht is het bijzonder interessant om te zien dat de EU Google in 2017 een megaboete van 2,4 miljard euro oplegde.

Over de vijf wordt wel eens gezegd dat ze BAADD zijn.

Too big (tachtig procent van alle bezoekers die bij Amerikaanse nieuwsuitgevers komen doen dat via Google en Facebook)

anti-competitive (de grote vijf kopen hun concurrenten als die hen bedreigen, zoals Facebook Instagram en Whatsapp heeft gekocht)

- addictive (met name tieners zijn er verslaafd aan)
- destructive to democracy (houdt mensen in hun bubbel)

Met name dat laatste baart zorgen. 'De voortgangsindeologie van de techgiganten heeft een inktzwarte kant', schreef Bas Heijne terecht in NRC (dec 2017). 'Men pretendeert de burger heel gericht te bedienen, hen te beschouwen als een zelfstandig individu dat heel de wereld tot zijn beschikking heeft en zijn eigen keuzes maakt, terwijl hij in werkelijkheid gezien wordt als een eindeloos te sturen en te manipuleren object'.

Nauw met The Frightful five, en met name met Facebook en Google verbonden is vanzelfsprekend het probleem van het nepnieuws. Het is inmiddels voldoende gedocumenteerd dat met name vanuit Rusland gestuurde nepaccounts geprobeerd hebben om kiezers bij de Amerikaanse presidentsverkiezingen, bij de Brexit en bij het referendum over Catalonïe te beïnvloeden. Ook de Nederlandse minister van Binnenlandse Zaken Kajsa Ollongren waarschuwde in haar Kamerbrief voor 'de integrale, veelal heimelijke inzet van (dru)argumenten, selectieve informatie en desinformatie (omtrent politieke gevoelige thema's) om 'politieke doeleinden richting een vooraf bepaald publiek' te realiseren. Daarbij moet dan wel opgemerkt dat Ollongren niet echt veel voorbeeld kon noemen van nepnieuws dat de Nederlandse publieke opinie zou willen beïnvloeden.

Het is duidelijk dat overheden nog volop worstelen met de vraag hoe dit nepnieuws aan te pakken. Vanuit de EU werd onder meer de East Stratcom Taskforce die zich richt tegen onjuist pro-Kremlinnews. Maar echt efficiënt lijkt die tasforce vooralsnog niet. En in Duitsland is er sedert begin dit jaar een omstreden wet van kracht die het verspreiden van nepnieuws op sociale media aan banden moet leggen. Maar ook hier rijst meteen de vraag of daar de vrijheid van meningsuiting niet te sterk mee gebreedeld wordt.

Ook andere gevaren voor de onafhankelijke kwaliteitsjournalistiek sluimeren, zeker in de westerse wereld, minstens even zeer in de economische als in de politieke hoek. Want het economisch model voor met name kranten en tijdschriften zoals we dat in de negentiende en de twintigste eeuw kenden is de voorbije twee decennia totaal veranderd.

Intussen is een tweede generatie aan het opgroeien die gewend is aan gratis informatie. En omdat gratis ook in de journalistiek niet bestaat, wil het zeggen dat het hier om informatie gaat die gefinancierd wordt door adverteerders.

Informatie en journalistiek wordt dan ondergeschikt gemaakt aan en in dienst gesteld van het realiseren van zoveel mogelijke advertentieclicks. Journalistiek of wat ervoor moet doorgaan wordt het glijmiddel voor het verkopen van advertenties.

Wie wil zien tot wat dat ook in de Lage Landen leidt moet het debat van in Nederland maar volgen over sites als Geen Stijl en Dumpert, van de TMG, die van verwerpelijke vrouwonvriendelijkheid en seksisme hun handelsmerk gemaakt hebben, met een helder doel: advertentie-euro's binnen harken.

Maar zelfs in minder extreme gevallen is de gratis-economie nefast voor de journalistiek en de maatschappelijke opdracht ervan. Gratis kranten en tijdschriften doen meestal niet aan (onderzoeks)journalistiek, spelen nauwelijks een maatschappelijke rol, hebben redacties met bijzonder weinig redactionele bescherming en zwakke of ontbrekende redactiestatuten.

Maar ook veel kranten en tijdschriften die wel betalend zijn, hebben het voorbije kwarteeuw zware besparingen moeten realiseren. Het grootste slachtoffer daarvan is zonder meer de lokale journalistiek. Hoewel er in België en Nederland nog een aantal grote en stevig verankerde lokale kranten zijn, is de controle van de macht op lokaal en regionaal niveau onmiskenbaar ontoereikend.

En laten we bij dit alles niet doen alsof eigenaren van kranten die het wel goed blijven doen zonder meer hun redacties inzetten voor de publieke zaak. Er zijn te veel gevallen waarin we vaststellen dat journalistiek gewoon niet

onafhankelijk genoeg is van het commerciële belang van de eigenaren. 'De Angelsaksische journalistiek is gecorrumpeerd door geld en machtshonger', aldus nog eens de wijze Harold Evans, gewezen hoofdredacteur van The Sunday Times in NRC. 'De pers dient een politiek doel, of het commerciële belang van de eigenaren. Het publieke belang is ondergeschikt gemaakt'.

Ik kan wel even blijven doorgaan op de gevaren die ons bedreigen en de problemen waarmee we wereldwijd kampen.

Ik zou het kunnen hebben over de slechte copyrightbescherming bijvoorbeeld, waardoor nieuwsorganisaties die investeren in dure onderzoeksjournalistiek onvoldoende worden beloond voor hun werk. De resultaten van weken- of maandenlange onderzoeksactiviteiten worden, ik wik mijn woorden, gestolen door concurrerende sites die er dan, via advertenties, geld proberen aan te verdienen.

Ik zou het ook kunnen hebben over de soms eigenaardige rol van de overheid, die privé-initiatief dreigt te versmachten door soms ondoordacht beleid met hun publieke omroep of door het afnemen van advertentie inkomsten door publieke zenders en daarmee geen leveled playing field garandeert.

Ik zou kunnen spreken over de befaamde bubbel waarin we ons elk voor zich bevinden. Die bubbel die, gestuurd door ondoorzichtige algoritmes, de burger lijkt af te schermen voor feiten en meningen die u of mij onwelgevallig zijn.

(MAAR ER ZIJN KANSEN)

Ik zou kunnen spreken over... Maar ik ga het niet doen. Want hier stopt, geacht publiek, mijn litanie. Want ik zie ook veel mogelijkheden en veel kansen, opportuniteiten en prachtige initiatieven om aan journalistiek te doen, of, in de woorden van Vrij Nederland op 31 augustus 1940 'de waarheid te verbreiden'.

Want kijken we nog eens naar Google en Facebook. Neen zij zijn natuurlijk niet die ruiters van de Apocalyps.

Zij bieden namelijk kansen voor de verspreiding van onze journalistiek waar je een decennium geleden zelfs niet kon over dromen. Gedaan die vervelende periode waarin het een week duurde voor je in Jakarta de NRC kon lezen. Nu kan je dat even goed en even snel als iemand in Groningen, Sao Paolo, Vlissingen of Brasschaat.

Google en Facebook bieden lezers kansen om met een druk op de knop op hun mobieltje artikelen te lezen of video's te zien van de andere kant van de wereld. Zij laten journalisten toe om veel makkelijker origineel bronnenmateriaal te raadplegen en veel grondiger dan ooit te zijn.

En niet het minst: zij verplichten redacties om de lat veel hoger te leggen want met een klik lees je het betere, genuanceerdere, grondiger verhaal bij een concurrent. Zij zorgen er dus voor, en dat is een harde maar heerlijke realiteit, dat middelmatigheid, ook in de journalistiek, niet meer loont.

Ik had het eerder al over goed betalend fake news in Macedonie en op ander plaatsen geproduceerd, dat onder meer een rol speelde in de Amerikaanse campagne. Maar is het niet bemoedigend om vast te stellen hoe snel daar de voorbije maanden is op gereageerd, hoe groot het bewustzijn daarover is bij veel mensen en welke (ongetwijfeld onvolmaakte) initiatieven intussen genomen worden. Dat maakt me inderdaad weer optimistisch

Ik noemde Apple bij The Frightful Five. Maar laten we hier een diepe buiging maken voor de iPad en iPhone innovaties die het mobiel consumeren van journalistiek een ongeziene boost hebben gegeven.

Ik vermeldde de digitalisering van de journalistiek die de gratis-cultuur in de hand heeft gewerkt, maar die digitalisering laat ons toe artikelen te schrijven met links naar video, bronnen, andere media, waardoor de rijkdom van wat we produceren zoveel groter is. De nuance zoveel beter.

Ik stel bij nogal wat serieuze mediabedrijven een zeker optimisme vast. In 2014 publiceerde de New York Times

nog een rapport dat erg pessimistisch was. Een van de belangrijkste nieuwsorganisaties ter wereld beschreef in een zwartgallige analyse van 100 bladzijden lang dat het eigenlijk de digitale revolutie aan het missen was. Organisaties als Buzz Feed of Vox Media zouden de winnaars van de toekomst worden. Het vlaggenschip van de Amerikaanse journalistiek leek te kapseizen.

Begin 2017, drie jaar later dus, publiceerde diezelfde New York Times haar visie op de toekomst tegen 2020. Het rapport was niet enkel veel dunner, zowat 37 bladzijden, maar de toon was ook totaal anders. De digitale abonnementen groeien snel. De redactie werkt veel meer met lees- en bereik cijfers. Er is een duidelijke digitale strategie.

Neen niet alles is volmaakt. Het rapport beschreef hoe de redactie nog steeds te veel in tekst en te weinig in andere vormen van journalistiek denkt. Er worden nog veel overbodige stukken worden gemaakt. De redactie denkt nog meer in pagina's dan in deadlines voor de site. Maar het algehele plaatje was veel positiever in 2017 dan in 2014.

Ook voor een krant als NRC ben ik veel optimistischer dan ik enkele jaren geleden was. In 2013 maakten we een strategisch plan waarbij we ervan uitgingen dat de lezersinkomsten behoorlijk zouden dalen, wat een negatieve impact op onze journalistieke slagkracht kon hebben. Het omgekeerde was de voorbije jaren waar. De snel stijgende inkomsten van digitale abonnementen vervangen ruimschoots de daling van de papieren abonnementen. Onze journalistieke slagkracht op papier en digitaal is daardoor misschien wel sterker dan ooit. We werven jonge mensen aan. En we kijken vooral met erg veel vertrouwen de toekomst tegemoet.

De financiële cijfers onderstrepen dat. De twee grote Belgisch-Nederlandse mediagroepen, de Persgroep en Mediahuis publiceerden bijvoorbeeld voor 2017 bijzonder mooie financiële cijfers. NRC maakte enkele weken geleden bekend dat het, op een omzet van ongeveer 100 miljoen euro een bruto winst maakt van ruim 20 miljoen.

Dus ja ik ben wel degelijk optimistisch over journalistiek. In een stroom van ongecontroleerde berichten, van nepnieuws, van geruchten en halve waarheden, zijn mensen wel degelijk op zoek naar betrouwbaarheid. Dat The New York Times in een Trump-tijdperk zijn oplage zag stijgen of dat het goed gaat met oplages van kranten als De Standaard, De Volkskrant, NRC en het Financieel Dagblad kan ons maar blij maken.

Vroeger werd al eens gezegd dat good journalism is bad business and bad journalism mostly good business. Als je twintig jaar geleden de verkochte oplage van pakweg The Sun, met zijn naakte vrouwen vergeleek met die van The Guardian, moest je dat ook wel concluderen. De Sun verkocht een veelvoud van The Guardian. Maar ook daar zijn zaken aan het veranderen. Roddel, blote vrouwen en personality-interviews vind je nu zo makkelijk op andere plekken. En de behoefte van veel mensen naar echt nieuws neemt alleen maar toe. Good journalism is good business aan het worden. En, tot mijn vreugde, bad journalism bad business.

MAAR

Maar ik zie wel voorwaarden waaraan die journalistiek, meer dan nu al het geval is, zal moeten beantwoorden. Want, ondanks mij optimisme: je kan er niet om heen. Het vertrouwen in de journalistiek is bijzonder laag.

Nu kan je beargumenteren dat het vertrouwen in allerlei maatschappelijke instellingen de voorbije decennia een stevige knauw heeft gekregen. Maar wij, journalisten, delen toch wel erg in de brokken. Volgens een Gallup-poll vertrouwden in 2016 maar 32 procent van alle ondervraagde Amerikanen 'grotendeels' de mainstream media. Dat wil zeggen dat twee op de drie Amerikanen dat niet doen. Volgens het Reuters Institute for the Study of Journalism vertrouwen net iets meer dan de helft van de Nederlanders hun nieuwsorganisaties. Een helft dus niet.

Dames en heren. De belangrijkste opdracht van de journalistiek ligt erin om dat vertrouwen terug te winnen. En dat moeten we niet overlaten aan Trump, Erdogan of Wilders. Dat moeten we niet overlaten aan de overheid, aan Google of Facebook of onze eigenaren.

Dat moeten wij doen. Wij, journalisten en uitgevers moeten, willen we overleven in tijden van populisme bewijzen

dat we het vertrouwen van onze digitale en papieren lezers, luisteraars en kijkers waard zijn. Want wij zitten niet in de business van papier, van sites en zelfs niet van nieuws. Wij zitten in de business van Waarheid en vertrouwen. Van Truth en Trust.

En neen, we hebben de voorbije tijden niet echt een geweldig track record. Neen, wij de media, van CNN tot de New York Times, voelden niet of veel te weinig aan dat Trump een dusdanige aantrekkingskracht had dat hij de Republikeinse nominatie in de wacht zou slepen, laat staan president zou worden. Neen, wij de media voelden niet of te weinig aan dat meer dan de helft van de deelnemers aan het Brexit-referendum wel degelijk voor een afscheid van de Europese Unie zou stemmen. Verbaast het ons dan dat mensen ons niet echt vertrouwen?

The New York Times, de krant die ik in mijn hart sloot toen ik einde vorige eeuw een tijdlang correspondent mocht zijn voor De Standaard in die stad, heeft sedert een jaar een nieuwe reclamecampagne. 'The truth is...hard...hard to find...hard to know...more important now than ever', zo luidt die.

De grote concurrent van The Times, The Washington Post, u weet wel de krant die destijds vasthoudend berichtte over Watergate en Richard Nixon op de knieën kreeg, lanceerde min of meer op hetzelfde moment de slogan 'Democracy Dies in Darkness'.

Die twee slogans (The truth is more important than ever en Democracy Dies in Darkeness) mogen dan nogal zwaar op de hand zijn, ze vertellen beiden uitstekend wat de opdracht van de media was, is en meer dan ooit zal zijn. En dat is een onverdroten zoektocht naar Truth, naar de waarheid. Het is een even volhardende inspanning om licht te werpen op onze democratie.

Maar wat is de Truth? Dat Rusland de Amerikaanse verkiezingen beïnvloedt of was dat toch niet het geval? Dat vluchtelingen onze maatschappij ontwrichten, of doen ze dat niet? Dat de monetaire politiek van de ECB de economie aanzwengelt, of net ongewenste doping toedient?

Om maar te zeggen, de zoektocht naar die Truth, is een immense opgave. En wij journalisten hebben daar de voorbije decennia een arsenaal aan technieken voor ontwikkeld. Die moeten we, meer dan ooit, scherper dan ooit en vooral brutaler dan ooit toepassen. Ik wil er de volgende minuten een aantal opsommen. Want het is slechts door het toepassen van deze technieken en door het minutieus naleven van deze attitudes dat wij de journalistiek ten dienste kunnen stellen van de democratie.

1. De scheiding van feiten en mening. Vanzelfsprekend voor mainstream media? Ja. Maar we maken er veel te veel fouten tegen. Ik lees en zie bijna dagelijks in berichten, analyses en reportages verpakte commentaren. Daar hoort, het is een van mijn stokpaardjes, exact, zorgvuldig en genuanceerd woordgebruik bij. De New York Times twijfelde lange tijd welke beweringen van Donald Trump 'lies' (leugens) konden worden genoemd en voor welke beweringen dit niet opgaat. Zo hoort het. Taal is ons scalpel en daarmee moeten we chirurgisch correct omgaan.

2. Factchecking. Is het eigenlijk geen klap in het gezicht van alle journalisten dat fact-checking de voorbije vijf jaren zo groot werd? Dat we, ook bij NRC daarvoor een aparte rubriek in het leven riepen? Alle journalistiek zou natuurlijk fact-checking moeten zijn. En dat doen we met zijn allen niet goed genoeg.

Maar toch: ik ben bijzonder verheugd dat dat fact-checking zo'n hoge vlucht heeft genomen. Dat bij verkiezingen in Nederland bijvoorbeeld NRC en de Volkskrant de grote politieke debatten live checkten.

3. Wie feiten zegt, zegt veldwerk. Doen we wel genoeg voetenwerk? De hoofdredacteur van Reuters zond in 2017 geleden een memo naar zijn redactie: 'Trek erop uit in het land en kijk hoe de mensen leven, wat ze denken, wat goed is voor hen en wat hen schaadt, en hoe zij, niet wij, denken over het beleid van de overheid'. Vanzelfsprekend toch? Maar als de hoofdredacteur van Reuters dat in een memo moet neerschrijven, weten we met zijn allen dat het te weinig gebeurt.

4. Wie veldwerk zegt, zegt open geest. Hebben wij met zijn allen in onze media de afgelopen tijden genoeg pro-Erdogan stemmers uit Nederland en België aan het woord gelaten? Hebben we genoeg Brexiteers gehoord? Genoeg

Trump-aanhangers? Genoeg tegenstanders van het EU-associatieverdrag met Oekraïne? Genoeg Le Pen stemmers? Noem maar op. Slagen wij, media er goed genoeg in om mensen van buiten onze bubbel in onze kranten en op sites aan het woord te laten? Staan er genoeg stukken op onze opiniepagina's waar we het zelf mee oneens zijn? Genoeg columnisten van wie we de mening eigenlijk niet instemmend delen?

5. Onderzoeksjournalistiek. Alle journalistiek moet onderzoeksjournalistiek zijn. Ja, ook de man die over theater schrijft of de vrouw die de atletiek covert. Wij zijn niet op de wereld om aan promotiejournalistiek te doen. Wel om tegels te lichten. Grote en kleine tegels. Dat lukt in veel gevallen en daar moeten we terecht trots op zijn. Maar laten we eerlijk zijn: bij veel redacties wereldwijd gaat nog veel te weinig van de beschikbare journalistieke capaciteit naar onderzoek. Die onderzoeksjournalistiek hoeft niet altijd te bestaan uit maandenlange projecten. Vaak volstaan enkele telefoontjes en het kritisch lezen van een persbericht.

6. Veel onderzoeksjournalistiek is lokaal. Daar moet gewoon meer aandacht voor komen. Capaciteit die nu gestopt wordt in berichtgeving met weinig journalistieke meerwaarde moet ingezet worden op de controle van de lokale en regionale macht. Hier rijst trouwens de vraag of er lokaal en regionaal genoeg financiële draagkracht bestaat en of de overheid hier niet moet tussenkomen.

7. Maar veel onderzoeksjournalistiek is ook wereldwijd. Daarom moeten we, meer en brutaler dan we tot nu toe doen, internationale samenwerkingsverbanden opzetten. Wikileaks, Panama Papers, Footballleaks zijn mooie voorbeelden van verschillende projecten die er eigenlijk maar konden komen omdat journalistieke organisaties wereldwijd de handen in elkaar sloegen.

8. Willen we de waarheid beter in kaart brengen dan moeten we betere journalistieke technieken ontwikkelen en omarmen. Te veel redacties worden nog te veel bemand door historici en taalkundigen, juristen en politieke wetenschappers die geen Beta-opleidingen hebben, te weinig technisch onderlegd zijn, te weinig gebruik van big data, te weinig verstand hebben van hoe algoritmes functioneren.

9. Dat brengt me bij een ander, minstens even belangrijk punt van aandacht voor de samenstelling van onze redacties. Te veel redacties, ook die van De Standaard en de NRC die ik de voorbije achttien jaar heb mogen leiden, zijn bijna uitsluitend samengesteld uit witte mannen en vrouwen. Het betekent dat we over grote groepen en thema's die bij die groepen spelen onvoldoende informatie hebben en dus de waarheid niet dicht genoeg benaderen. En het betekent dat we vanzelfsprekend door die groepen onvoldoende vertrouwd worden. Onze redacties hebben grote behoefte aan meer kleur dan wit.

10. Weer over vertrouwen. Willen we dat (gedeeltelijk) terugwinnen, dan moeten we veel transparanter worden dan we nu zijn. Uitleggen waarom we doen wat we doen en hoe we het doen is een essentieel deel van onze journalistieke missie geworden. In blogs en in inzetjes bij artikelen, in hoofdredactionele commentaren. Bij transparantie hoort ook een brutaal gevecht op elke redactie tegen anonieme bronnen. Neen, het kan soms niet anders, maar we verschuilen ons massaal en in veel gevallen onnodig achter anonieme bronnen.

11. Dat sluit aan bij: journalistiek bedrijven die de burger serieus neemt. Die reageert op lezers/luister/kijkers-vragen en opmerkingen. Die de burger en al zijn slimheid als bron betreft. En ja ik was zelf de eerste om de reactiemogelijkheden op onze NRC-site uit te laten zetten omdat er dagelijks zo'n stroom van bagger over ons heen werd gestort. Maar voorzichtig en gecontroleerd proberen we die reacties weer op gang te krijgen. Sommige sites slagen daar intussen al goed in.

12. Daar ook bij aansluitend: je als mediabedrijf kwetsbaar opstellen. Jezelf laten controleren. Jezelf op de vingers laten tikken. In Nederland hebben enkel de Volkskrant, Trouw en NRC een voltijds ombudsman in dienst die wekelijks de krant de les leest. Niet de pakweg twintig andere kranten. In Vlaanderen zie ik er geen meer. De VRT heeft een ombudsman van wie de stukken dan wel weer op de site staan, maar voor zover ik weet jammer genoeg zelden of nooit het televisiescherm halen.

13. Bij transparantie en ombudsmannen staat: zeggen dat je iets niet weet. Of zelfs: toegeven dat je iets fout hebt gedaan en dat ruimhartig toegeven. Ik leg de nadruk op ruimhartig. Het gebeurt gewoon te weinig. Laten we als journalistiek bescheiden zijn. Erg bescheiden.

14. Journalistiek is belangrijk voor de hygiëne van een samenleving. Schandalen onthullen maakt daar een essentieel onderdeel van uit.

Maar goede journalistiek is ook opbouwende journalistiek.

Journalistieke prijzen krijg je voor het onthullen van corruptie in een bedrijf of in de politieke wereld. Niet voor verhalen van mensen die met vallen en opstaan redelijke successen boeken. Good News is no News, Only bad news is news, is het adagium. En daar moeten we dus, voor een stuk althans, van af. Want goede journalistiek gaat daarom ook verder dan het onthullen of aanstippen van problemen. Goede journalistiek reikt ook, hoe onvolkomen ook, oplossingen aan.

15. Maar bovenal hebben we behoefte aan onafhankelijke journalisten die afstand hebben en houden van hun bronnen. Vanzelfsprekend? Ik denk het niet als ik het Correspondents Dinner dat Nederland naar Amerikaans voorbeeld heeft geïntroduceerd waarbij de hele pers gezellig met Mark Rutte in avondkledij champagne drinkt. Neen, ik hou niet van journalisten die de politicus van het jaar verkiezen. Ik hou niet van wieljournalisten die ook een gala van de wielrenner organiseren. Van voetbaljournalisten die Gouden Schoenen uitreiken. Ik sta zelfs huiverig ten opzichte van literaire journalisten die op boekenbals en boekenbeurzen te veel verbroederen met uitgevers en auteurs. Zoals ik huiver van journalistiek die meegaat in promotiemachines. Ingaat op uitnodigingen van toeristische organisaties, van musea, van Formule-1-promotoren, en ja ook uitnodigingen tot fotoshoots van prinsen op vakantie of koninklijke families. Daar is journalistiek niet voor op deze wereld.

16. Kijk ik neer op Formule 1, toeristische repro's, foto's van het koninklijk huis enzovoort? Neen. Integendeel. Maar wil de journalistiek relevant en het vertrouwen van de lezer houden of terugwinnen, dan moeten we luidop zeggen dat er thema's zijn die belangrijker zijn dan andere. Ik noem klimaat, de rechtstaat, de gezondheidszorg, het onderwijs, de kwaliteit van onze democratie. Laten we daar vooral de schaarse journalistieke middelen voor inzetten.

17. Laten wij, journalisten en uitgevers, maar ook ngo's en de overheid werken aan een beter mediakennis, mediawijsheid of nieuwsgelletterdheid. Laten we bij onderwijs en opleidingsprogramma's vooral jongeren veel beter dan nu het geval is leren omgaan met media. Weten wat het gevaar van de bubbel is. Weten hoe gevaarlijk taalgebruik kan zijn. Weten wat framing is. Weten waar het gevaar van nepnieuws schuilt.

18. Nog eentje: we kunnen steeds beter meten wat hoelang gelezen wordt. Dat is goed. Want we schrijven voor een publiek. Dat publiek betaalt voor een groot stuk ons werk. Zoals dat bijvoorbeeld ook het geval is bij El Pais of The Guardian begint ook bij NRC de ochtendvergadering tegenwoordig met een korte bespreking van de stukken die het best en het langst gelezen werden. Maar ook hier schuilt natuurlijk een gevaar. Een cruciale analyse over het verkwanzelen van privacy kan veel waardevoller zijn dan een lijstje van tien films die je moet gezien hebben. Terwijl dat laatste beter scoort in de leescijfers. Ja we moeten met zijn allen meer data gebruiken. Maar we moeten er verstandig mee omspringen.

19. Tot slot. Goede journalistiek is niet zwart-wit. Is grijs. Is veel keer enerzijds-anderzijds. Maar is het dat ook in vele gevallen niet. Journalistiek is niet dat sommigen zeggen dat de wereld opwarmt en anderen zeggen dat dat niet het geval is. De wereld warmt op. Journalistiek is niet dat Bosniërs en Serviërs beiden wel boter op het hoofd hadden. Het waren de Serviërs. Journalistiek is de moeilijke zoektocht naar de waarheid. Niet het gemakzuchtig optekenen van enkele meningen.

Dames en heren,

Ik besluit.

De machtigste politicus ter wereld heeft de media uitgeroepen tot vijanden van het volk. When they go low, we go high, zou ik antwoorden met de woorden van Michelle Obama. Laten we de woorden van de Amerikaanse president beantwoorden niet door terug te schelden of verongelijkt te zitten doen. Maar door aan betere journalistiek te doen.

Ik heb de vele bedreigingen beschreven voor die journalistiek. Ik heb een aantal kansen aangehaald die die wereld ons, journalisten, onmiskenbaar biedt. Maar ik heb vooral de nadruk gelegd op onze eigen verantwoordelijkheid in die wereld.

Willen we in die wereld onze democratische rol spelen, dan moeten wij strengere normen en waarden hanteren, transparanter zijn over onszelf, genuanceerder zijn, een grotere afstand bewaren, onze professionele hygiëne beter op orde hebben, bescheidener zijn, meer aan introspectie doen. Of anders gezegd, dames en heren, wij journalisten moeten in Nederland en daarbuiten gewoon onze job professioneler doen.

Is journalistiek een verduiveld moeilijk en lastig vak? Zeker. Maar als we dat vak, ongetwijfeld met vallen en opstaan beter uitoefenen, zullen we het vertrouwen van het publiek terug winnen. Dan zullen de burgers ons misschien niet op handen dragen, maar wel waarderen. Omdat journalistiek wel degelijk de poortwachter blijft van een gezonde democratische samenleving.

Op die manier gedenken wij niet enkel mensen van H. M. van Randwijk en de vele anderen die in uiterst moeilijke omstandigheden en met gevaar voor eigen leven stonden voor wat journalistiek moet zijn. Maar we zetten in een andere tijd en totaal andere situatie hun werk verder en dragen, straks driekwart eeuw na het einde van de Tweede Wereldoorlog, de waarden uit die de hunne waren.