

## **Alcohol en jongeren: ouders aan zet**

Hoeveel mag jij drinken van je ouders? "Mwah, gewoon, niet teveel. Zo lang ik maar niet kotsend thuis kom." De zestienjarige Wilco trekt er een onverschillig gezicht bij. "Ze hebben nog nooit een grens gesteld."

Wilco's ouders zijn geen uitzondering. Op een maandagavond in Oss, tijdens de Leerstraf alcohol van Halt, blijkt dat geen van de vijf jongens - in leeftijd variërend van 15 tot 18 jaar - regels heeft gekregen omtrent alcoholgebruik. Sterker nog, de meeste ouders weten dat hun kinderen ieder weekend gemiddeld acht glazen bier - per avond - achterover slaan. Ze vinden het heel normaal. En daar zit nou precies het probleem.

### **'Alle hoop gevestigd op ouders'**

Suzanne Eijssen, preventiemedewerkster van Novadic-Kentron (een instelling voor verslavingszorg in Noord-Brabant) zucht diep als de jongeren de deur uit zijn. Ze geeft maandelijks twee 'lessen' over de gevaren van alcohol. De voorlichtingsavonden vormen de Leerstraf alcohol die sinds 2008 gegeven wordt in de provincies Twente, Gelderland en Noord-Brabant. De bedoeling is dat deze aanpak straks, na de effectmeting in 2012, in heel Nederland gebruikt wordt. De straf is voor jongeren onder de achttien die een delict hebben gepleegd in relatie tot alcohol; dat kan vernieling zijn maar bijvoorbeeld ook openbare dronkenschap.

"Ik maak mezelf geen illusies. In twee avonden kun je het gedrag van kinderen niet veranderen. Ze zijn vaak zo apathisch. Al mijn hoop is gevestigd op hun ouders. Die moeten het vele drinken niet meer normaal vinden. Er moet een normverschuiving plaatsvinden".

De Leerstraf alcohol, die ontwikkeld is door Halt Oost-Brabant samen met Novadic-Kentron, is opgezet met die gedachte in het achterhoofd. Het drinken van alcohol op jonge leeftijd moet niet langer een geaccepteerd beeld zijn. "Het zit in de katholieke cultuur van Brabant om veel te drinken", zegt Marieke Wijnen, projectmedewerker van Halt. "Vroeger was het heel normaal om na de zondagsmis de kroeg in te duiken. In de kerk komen de mensen niet meer, maar in de kroeg of zuipkeet des te meer." Volgens haar vinden volwassenen dat ze na een week hard werken, het verdienen hebben om in het weekend los te gaan. Een flinke portie alcohol hoort daarbij. Dit geven ze, veelal onbewust, door aan hun kinderen.

### **Gezellig samen thuis drinken**

De deskundigen zijn het roerend eens over de voorbeeldfunctie van ouders bij alcoholgebruik. Rutger Engels, hoogleraar opvoedings- en gedragsproblemen aan de Radboud Universiteit in Nijmegen, deed onderzoek naar de invloed van drinkgedrag van ouders op hun kinderen. In zijn rapport staat: "Veel kinderen groeien op in gezinnen waarin alcohol gewoon is. Iedere zaterdagavond een glaasje wijn of biertje bij de tv is 'gezellig'. Kinderen ontwikkelen zo positieve associaties terwijl de negatieve effecten van alcohol verborgen blijven. Ouders zouden veel minder moeten drinken in het bijzijn van hun kinderen."

Dat staat haaks op het idee van veel ouders die het eerste biertje in huiselijke kring veilig achten. "Ik dacht juist dat het goed is om samen met je kind thuis te drinken. Zo houd je de

controle", zegt een moeder tijdens de leerstraf bijeenkomst. Dat misverstand is volgens Wijnen wijdverbreid. "In de jaren zestig is het opvoedkundig idee ontstaan dat je kinderen moet 'leren' drinken. Dat is echter al lang achterhaald. Je moet niet samen met het kind drinken. Het beste is nog om het helemaal niet te laten drinken."

Van uitstel komt afstel is in dit geval positief. Engels onderschrijft dit. "Uitstel van drinkgedrag is essentieel. Uit onderzoek blijkt dat als iemand op latere leeftijd, na zijn twintigste, begint met drinken, het drinkgedrag binnen de perken blijft. Hoe jonger men begint met drinken, hoe groter de kans op excessen. Verslaving of alcoholmisbruik liggen dan op de loer."

### **Geen zin in een preek**

Ouderdeelname is niet verplicht. Halt laat in een brief weten dat ze 'verwacht' dat minimaal één ouder mee komt naar de eerste avond. (De leerstraf bestaat uit twee bijeenkomsten.) In Brabant geeft 92 procent van de ouders hieraan gehoor. Meestal met frisse tegenzin overigens.

Een van de vaders zegt mokkend: "Ik vraag me af wat ik hier moet komen doen. Mijn kind heeft iets uitgehaald, ik niet." Wijnen bevestigt de sceptische instelling van veel ouders. "Ze zijn bang een preek te krijgen maar zo werken wij niet. Wij willen ouders informeren en nuttige tips geven. Als ze eenmaal binnen zijn, staan ze er wel voor open."

Ouders en kinderen volgen gescheiden van elkaar 'les'. Dat is gedaan om de jongeren meer op hun praatstoel te krijgen en bij de ouders dieper op de gezinssituatie in te gaan. De oudergroep krijgt een film te zien over de gevaren van alcohol en de lichamelijke gevolgen ervan in een jong lichaam. Velen weten bijvoorbeeld niet dat de hersenen tot een leeftijd van 24 jaar groeien en dat iedere keer als een jongere onder invloed is, die groei even stil staat. Naast voorlichting geeft Halt tips, zoals 'Stel een duidelijke grens'. Zeg niet: 'Niet teveel' maar bijvoorbeeld: 'Maximaal drie op een avond'. Ook wordt aangeraden om indrinken te verbieden en kinderen pas vanaf 18 jaar (liefst op nog latere leeftijd) alcohol te laten drinken.

### **'Met ons is het toch ook goed gekomen?'**

Dat klinkt allemaal heel logisch als je de schadelijke gevolgen van drank op jonge leeftijd kent, maar niet alle ouders zijn meteen overtuigd: "Wij dronken vroeger ook en met ons is het toch ook goed gekomen?" Het pasklare antwoord van Wijnen hierop is: "Vijftig jaar geleden wisten we ook niet wat de gevaren van roken waren, inmiddels wel en daarom zijn maatregelen genomen en is de wetgeving aangepast. Hetzelfde geldt voor alcohol. We weten nu pas precies wat voor effecten dit op adolescenten heeft. Wat ook meespeelt, is de opkomst van mixdrankjes en shooters, zoals Flügel, en de toename van binge-drinken (in een paar uur tijd meer dan vijf glazen alcohol drinken, red.). Dat bestond vroeger bijna niet."

Blijft de vraag wat je als ouder tegen je kind moet zeggen als je zelf wel drinkt. Engels heeft daar als vader van twee tienerdochters ervaring mee. "Ik zeg altijd: ik rijd auto en dat mag jij ook nog niet. Drank heeft op mijn lijf minder invloed en ik ben als volwassene in staat mijn drinkgedrag onder controle te houden."

De aarzelende vader aan het begin van de avond reageert achteraf positief: "Ik was sceptisch maar na het zien van de dvd over de gevaren van alcohol raakte ik onder de indruk. Ik had geen idee dat een lichaam nog zo lang in ontwikkeling is. Daarna kregen we tips om het drinken binnen de perken te houden. Ik vond het ook handig om te horen hoe andere ouders dit aanpakken. Het enige nadeel is dat het me mijn vrije avond kostte."

***Wolf, achttien jaar (ten tijde van het delict zeventien), aangehouden voor diefstal, vernieling en brandstichting onder invloed van alcohol***

Wolf is geen prater. Hij zit aan tafel met gebogen hoofd en lokende ogen, kijkt nauwelijks iemand aan. Alsof het hem allemaal niet interesseert en hij 'zijn tijd uitzit'. Suzan Eijssen, medewerkster van Novadic-Kentron, vraagt hem hoe het allemaal zo gekomen is. "Mijn jas was gejat met carnaval en toen heb ik er een terug gejat. Maar da was niks, die viel uit elkaar." De andere jongens lachen. "Daarom heb ik 'm in de fik gestoken op straat." Hij werd aangehouden en heeft drie uur in de cel gezeten. "Er zijn leukere dingen." Hoeveel hij op had? "Misschien één kratje die dag, maar wel samen met twee vrienden."

Zijn ouders waren naar eigen zeggen 'boos en teleurgesteld' maar hij kreeg geen straf. Wolf drinkt iedere vrijdag en zaterdag acht flesjes, met carnaval 'ietsje meer'. Zondags nooit, tenzij er een verjaardag gevierd wordt. Zijn ouders weten dit en vinden het oké. Ze zijn niet aanwezig op de voorlichtingsavond.

***Jarno, zeventien jaar, aangehouden voor openbare dronkenschap***

Jarno is een beetje een vreemde eend in de bijt. Als enige van de vijf jongens praat hij niet plat. Hij gedraagt zich beleefd ten opzichte van de preventiemedewerkster en geeft keurig antwoord op alle vragen. "Ik weet niet meer precies wat er gebeurd is. Na het stappen ben ik alleen naar huis gefietst en werd ik wakker voor de flat van mijn vader." (Zijn ouders zijn gescheiden.) "De politie had me gevonden om vier uur 's nachts en me aangehouden. Ik had helemaal niet zoveel op, een stuk of negen. Maar wel snel achter elkaar en ik had weinig gegeten. Ik vond het wel grappig dat de oudjes in de flat de volgende dag bezorgd waren. Ze knuffelden me en vroegen hoe het ging."

"Mijn vader zei alleen: 'Ik hoop dat je er iets van geleerd hebt'." Jarno gaat bijna nooit op stap. Meestal drinkt hij thuis bij vrienden, een stuk of vijf flesjes op zondag. Zijn ouders hebben geen limiet gesteld. Zijn moeder zit deze avond in het oudergroepje.

*Om privacyredenen zijn de namen van de jongeren gefingeerd.*

### **Hoeveel en hoe vaak?**

- De eerste ervaring met alcohol hebben de meeste jongeren als ze nog niet op het voortgezet onderwijs zitten. Ruim 50% van de 12-jarigen heeft al eens gedronken. Dit stijgt tot een percentage van ruim 85% bij 15-jarigen.
- 23% van de 12-jarige leerlingen op het voortgezet onderwijs drinkt regelmatig. Dit percentage gaat gemiddeld per levensjaar met ongeveer 12% omhoog. Van de 16-jarigen drinkt 71%.
- Een kwart van de jonge drinkers (12 t/m 16 jaar) drinkt meer dan één keer per week. Driekwart van de drinkers heeft wel eens aan binge-dinken gedaan. Dit komt bij jongens en meisjes ongeveer evenveel voor.
- Jaarlijks worden 2.300 jongeren in de leeftijd van 10 tot en met 24 jaar behandeld op de spoedeisende hulp vanwege een alcoholvergiftiging. Eén op de tien is jonger dan 15 en ruim de helft is tussen de 15 en 20 jaar. Veertig procent van deze jongeren moet na behandeling worden opgenomen in het ziekenhuis.

*Bronnen: RIVM rapport 'Spelen met gezondheid' en onderzoek 'Alcoholvergiftigingen en ongevallen met alcohol bij jongeren' Consument en Veiligheid*

### **Welke gezondheidsrisico's?**

- Aan jongeren kun je niet merken dat ze aangeschoten of dronken zijn. Het verdovende effect dat alcohol op volwassenen heeft, is bij jongeren veel kleiner. Dat is waarschijnlijk de reden dat zij eerder geneigd zijn 'door te drinken'. Bij een overdosis alcohol krijgen ze een black-out (het korte termijn geheugen wordt uitgeschakeld). De ernstigere variant is alcoholvergiftiging. Hiervoor is spoedeisende hulp nodig. Iemand kan bewusteloos of zelfs in coma raken. Bij zeer ernstige gevallen kan de dood erop volgen.
- Bij jongeren die regelmatig drinken kan de groei van diverse organen, zoals hersenen, lever en nieren, vertragen. Hersenbeschadigingen treden vooral op in delen die belangrijk zijn voor het geheugen en leervermogen. Ze zijn onomkeerbaar en kunnen ook plaatsvinden bij incidenteel overmatig drinken. Op de lange termijn kan regelmatig alcoholgebruik leiden tot maagdarmkanker, leverkanker en borstkanker.

*Bron: Novadic Kentron*

Meer informatie: [www.alcoholinfo.nl](http://www.alcoholinfo.nl) (een initiatief van het Trimbos-instituut)

## Hoe ouder, hoe reislustiger

### *Vijftigplussers willen niet worden aangesproken op hun leeftijd*

*De vergrijzing is niet meer te stuiten. Met name het aantal 65-plussers – de babyboomgeneratie van de naoorlogse geboortegolf - neemt vanaf dit jaar in rap tempo toe. De komende vijf jaar komen er een half miljoen bij. Wat voor kansen biedt deze demografische ontwikkeling de reisbranche?*

Madonna wordt dit jaar 53. Elton John is op zijn 63<sup>e</sup> vader geworden. Patricia Paay poseerde op haar zestigste voor Playboy. En Matthijs van Nieuwkerk zag vorig jaar Abraham. Vier totaal verschillende types met één gemene deler: ze behoren allemaal tot de leeftijdscategorie vijftig plus. Ofwel, volgens de officiële definitie, tot de senioren. Deze groeiende doelgroep laat zich niet gemakkelijk in een hokje stoppen. Iets wat marketeers maar al te graag doen, beweert Arjan in 't Veld.

### **Geen toverformule**

In 't Veld is eigenaar en directeur van Bureauvijftig, een marketingcommunicatiebureau dat gespecialiseerd is in de doelgroep vijftigplussers. "Dé vijftigplusser bestaat niet. Er zijn methoden om ouderen in te delen in segmenten maar niet één typologie is specifiek voor mensen van vijftig jaar en ouder." De marketingman spitst de communicatie voor deze doelgroep daarom per product toe. "Op deze manier spreek je ouderen aan op hun belevingswereld." Als voorbeeld geeft hij de campagne die het bureau ontwikkelde om Noorwegen te promoten.

"Je moet achterhalen wat voor type 'de Noorwegen reiziger' is. Waarin zijn deze mensen geïnteresseerd? En wat zit er in het product Noorwegen dat hen aanspreekt?" Om antwoorden op dit soort vragen te vinden, beschikt Bureauvijftig over een onderzoekspanel van twintigduizend vijftigplussers. Na raadpleging van het panel bleek dat er vijf typen Noorwegen reizigers zijn. Hierop inspeland werden vijf stellen, allen vijftig plus, geselecteerd die elk op hun eigen manier door het land reisden. Een stel reed bijvoorbeeld met eigen auto door de fjorden, een ander stel koos voor een familievakantie met kinderen en kleinkinderen in het zuiden van het land. De reisverslagen zette het bureau op de site [ikhouvannoorwegen.nl](http://ikhouvannoorwegen.nl) om zo te appelleren aan het gevoel van diverse typen reizigers.

### **Tijd en geld**

Frank Oostdam, directeur van de ANVR en zelf vijftiger, ziet dezelfde diversiteit binnen de doelgroep als In 't Veld. "Cruises worden traditioneel vaak door ouderen geboekt maar ik zie ook dat vijftigplussers steeds vaker kiezen voor camperreizen van langere duur. Actieve wandel- en fietsvakanties, waarbij de bagage wordt nagebracht, zijn ook in trek bij deze doelgroep." De trend is volgens Oostdam 'slow travel'. Dat wil zeggen een langere periode door een bepaald gebied reizen. Dat kost uiteraard meer tijd maar die heeft deze doelgroep meestal in overvloed.

**Tabel 1 Uitgaven per vakantieganger per lange vakantie naar leeftijdscategorie volwassenen, 2010**

Leeftijd in jaren	Nederland			Buitenland				
	totaal	gemiddelde duur	gemiddelde uitgaven p.p. per dag	met eigen vervoer	met overig vervoer	totaal	Gemiddelde duur	gemiddelde uitgaven p.p. per dag
	euro	dagen	euro				dagen	euro
18-24	224	9,5	23	515	1 008	862	12,7	68
25-34	212	9,8	22	445	1 220	863	12,2	71
35-44	213	9,3	23	481	1 128	788	12,6	62
45-54	248	10,0	25	533	1 085	792	12,3	64
55-64	218	10,0	22	547	1 102	814	13,0	63
65 en ouder	208	9,7	21	553	1 112	846	14,0	61

Bron: Vakanties van Nederlanders 2010, CBS

Behalve de nodige tijd hebben vijftigplussers over het algemeen ook voldoende geld om langere reizen te maken. Uit cijfers van het CBS (*zie tabel 1*) blijkt dat mensen in de leeftijdscategorie van 45 tot 54 jaar het meest besteden aan vakanties in Nederland. De uitgaven aan buitenlandse vakanties zijn het hoogst bij mensen van 65 jaar en ouder. Met eigen vervoer geven zij 553 euro uit bij een gemiddelde duur van 14 dagen. Met ander vervoer (veelal per vliegtuig) is dat bedrag 1.112 euro per persoon bij dezelfde duur.

### **Géén speciale seniorenreizen**

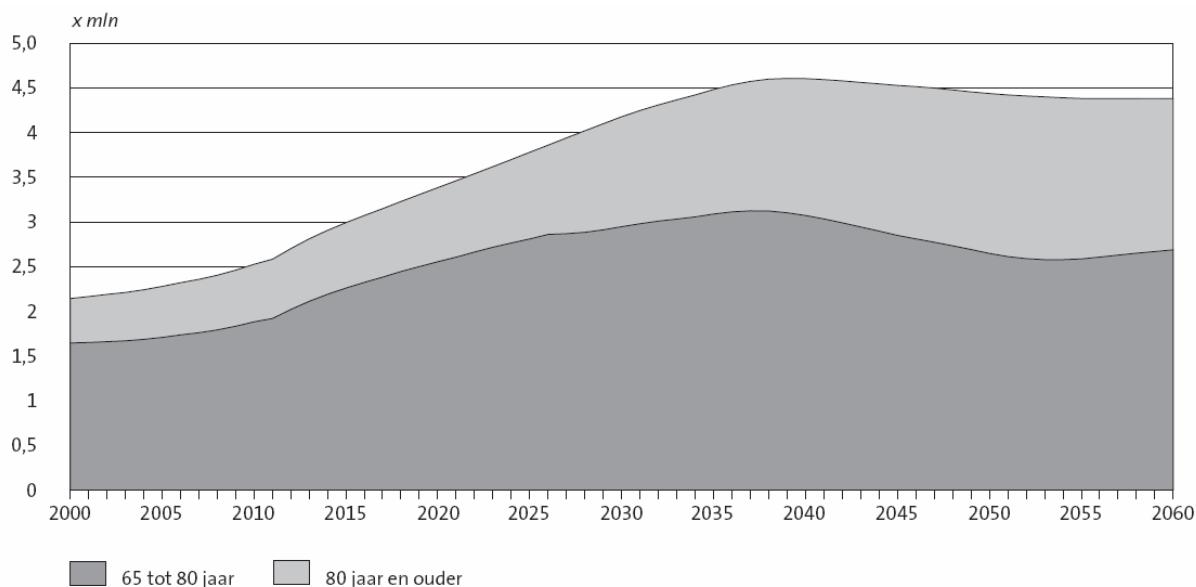
Een koopkrachtige doelgroep dus maar hoe spreek je hem aan? In ieder geval niet op hun leeftijd zeggen deskundigen zoals In 't Veld. "Deze groep wil niet als 'oud' betiteld worden. De tijd is geweest dat senioren met bussen vol richting Volendam gingen voor een uitstapje. Tegenwoordig willen ze landen ontdekken waar ze nog nooit eerder zijn geweest." Oostdam beaamt dat de ouderen van nu niet als zodanig gezien willen worden. "Ze zijn veel fitter en vitaler dan bijvoorbeeld de 65-plussers van tien jaar geleden. Ze zien er ook jonger uit."

'Speciaal voor senioren' is dus uit den boze maar hoe pak je het dan aan? Volgens In 't Veld moet je deze doelgroep aanspreken op hun belevingswereld. "Toen ze nog thuiswonende kinderen hadden en werkten, keken ze het hele jaar uit naar 'de welverdiende vakantie'. Die ging meestal naar één bestemming. Terwijl nu, in deze levensfase, het reizen op zich veel interessanter is geworden. Ouderen nemen de tijd voor de voorbereiding maar ook voor de reis zelf."

### **Persoonlijke service**

Uit diverse onderzoeken naar de babyboomgeneratie (geboren tussen 1946 en 1964) blijkt dat deze groep bestaat uit kritische consumenten. Dat wil zeggen dat zij niet zomaar hun geld ergens aan uitgeven maar dat er uitgebreide informatiewinning aan vooraf gaat. Babyboomers hechten grote waarde aan eerlijke informatie, goede service en kwaliteit. Ze laten zich bij hun keuzes leiden door logisch nadenken maar gevoel speelt ook een rol. Daarom is het belangrijk dat reisbureaus hun troef – persoonlijke aandacht – uitspelen. Is de klant daarmee eenmaal over de streep getrokken, dan is de kans groot dat hij terugkomt. Deze generatie staat namelijk bekend om haar loyaliteit en merkentrouw.

**Grafiek Ontwikkeling aantal 65-plussers van 2000 tot 2060**



Bron: Demografie van de vergrijzing, CBS, 14 juni 2011

**Veelbelovende markt**

Senioren vormen de doelgroep van nu en de nabije toekomst, zoals blijkt uit de cijfers. De komende jaren groeit het aantal 65-plussers explosief (zie grafiek). Men verwacht dat er in 2020 zo'n zeven miljoen vijftigplussers zijn. Nu al neemt deze groep het grootste deel van de buitenlandvakanties voor zijn rekening (zie tabel 2) en besteedt hij hieraan jaarlijks 1,1 miljard euro. Dat bedrag zal nog verder toenemen door de verwachting dat het besteedbaar inkomen van deze 'nieuwe ouderen' groeit.

Alle factoren zijn aanwezig om commercieel succes te halen uit de huidige vergrijzing. De doelgroep heeft de middelen - tijd en geld - en de wil om te reizen. Senioren zijn reislustig; willen nieuwe landen ontdekken, samen met kinderen en kleinkinderen erop uit of actieve reizen maken. Als de reisbranche hen voorziet van gedegen, uitgebreide informatie en veel persoonlijke aandacht dan boort zij een veelbelovende markt aan.

**Tabel 2 Participatie aan lange vakanties en aantal vakanties van de volwassen bevolking, 2010**

	Omvang van de populatie	Participatie aan lange vakanties	Gemiddeld aantal lange vakanties	Totaal aantal lange vakanties	Waarvan in Nederland	Waarvan in het buitenland
Leeftijd	X 1000	%		X 1000	%	%
18-24 jaar	1 350	71	1,81	1 720	28	72
25-34 jaar	1 760	75	1,80	2 380	31	69
35-44 jaar	2 320	77	1,85	3 300	32	68
45-54 jaar	2 350	76	2,04	3 650	28	72
55-64 jaar	2 090	79	2,41	3 970	37	63
65-74 jaar	1 380	72	2,29	2 270	44	56
75 plus	1 050	51	2,23	1 190	55	45

Bron: Vakanties van Nederlanders 2010, CBS



*Arno Huibers, ruim dertig jaar theatermaker in hart en nieren. 'Maker' is de juiste benaming; niet acteur, mimespeler of clown. Ook niet bewegingskunstenaar of poppenspeler. Allemaal disciplines die Huibers verstaat, maar niet dekken wat hij doet.*

*Zijn maatschappelijke betrokkenheid brengt hem verder dan de vier muren van zijn theatertje aan de Eindhovense Kalverstraat, want: "Ik ben dan wel een clown maar ik ben niet alleen bezig met vermaak in mijn leven."*

*Een portret in drie acten: de oudere man en zijn clown, de reiziger en de thuiskomst.*

### **Acte 1: de oudere man en zijn clown**

In de allereerste scène van 'Kus me, de clown en zijn muze' - een voorstelling die Huibers een half jaar lang ieder weekend in zijn eigen theatertje speelt - wordt de relatie tussen Huibers en de clown meteen duidelijk. Hij stuurt 'zijn clown', zoals hij hem liefkozend en consequent noemt, op pad om een inspirerende muze te vinden. Giletje aan, hoedje op, rode neus, en de transformatie is compleet. Zo'n alter ego kun je van alles laten doen en beleven. Een ideaal vehikel om de hobbels van het leven mee te nemen.

Een van die hobbels is ouderdom. Huibers is 58 jaar en 'volop bezig'. "Ik ben niet bang om ouder te worden zo lang ik alles nog kan. Sommige dingen komen wel gevoeliger te liggen, zoals omgaan met jonge vrouwen. Ik kan iemand wel een mooie meid vinden, maar zij vindt mij misschien een ouwe zak, daar moet ik rekening mee houden. Ik wil niemand afstoten. Een clown kan op zo'n manier dingen verwoorden of uitbeelden dat hij dwars door alle leeftijden heen gaat. Hij is leeftijdsloos door het gevoel dat hij creëert. Kijk maar naar het publiek; kinderen, jonge vrouwen, oudere mannen, allemaal omarmen ze die clown. Allemaal gaan ze met hem mee. Ik gebruik die clown om mijn jeugdiger ik neer te zetten."

Na 58 jaar levenservaring, waarvan 32 werkervaring, is Huibers soms nog steeds onzeker. Hij knikt: "Mmm, da's verschrikkelijk en ook belachelijk. Eigenlijk vind ik dat ik na zoveel jaren moet ophouden met twijfelen. Ik weet dat mijn voorstellingen uiteindelijk altijd mooi worden omdat ik ze met zoveel precisie en zorgvuldigheid maak. Maar als het moment komt dat ik ze ga toetsen aan het publiek, ben ik bloednervus, nog steeds. Die onzekerheid heeft ook te maken met het feit dat je zo kwetsbaar bent op het podium. Ik heb geen lessenaar of bureau om me achter te verschuilen. Ik sta daar alleen met mijn lijf terwijl mensen in het donker met hun armen over elkaar 'er iets van zitten te vinden'. Die kwetsbaarheid moet ik zien te overwinnen."



## Acte 2: de reiziger

Huibers, beter gezegd zijn clown, neemt zijn publiek tijdens de voorstelling mee op reis. Vertrekpunt: een intiem theater in zijn achtertuin met zestig met rood pluche beklede klapstoeltjes in tribuneopstelling. De pipowagen buiten doet niet alleen dienst als kassa, maar staat tevens symbool voor de manier van leven die Huibers zich zo'n dertig jaar geleden eigen maakte. Na een korte loopbaan als onderwijzer op de woonwagenschol - "Zal wel geen toeval zijn" – volgde Huibers de toenmalige Academie voor Expressie, tegenwoordig de Hogeschool voor de Kunsten. Aanvankelijk bleef hij het onderwijs trouw en studeerde hij voor dramadocent, maar tijdens zijn eerste stage raakte hij bevangen door clownerie. Zijn eerste clownscheden zette hij bij Hoepla, een minicircus dat werd voortgetrokken door tractoren. Later werkte hij onder andere bij circus Sjoukje Dijkstra en circus Holiday en toerde hij door Europa met Franse en Italiaanse circussen. "Het idee van vrijheid trok me enorm. Die vrijheid is tweërlei: je bent op reis en ontdekt continu nieuwe culturen, nieuwe mensen, nieuwe plekken. Ik kon mijn clown telkens toetsen aan nieuwe omstandigheden. En ik kon als clown mijn eigen niveau bepalen. Ik hoefde niet meer te voldoen aan bepaalde richtlijnen die van buitenaf worden opgelegd, zoals in het onderwijs. Het gaat om mijn talenten, mijn zoektocht naar die clown. Daar ben ik ook altijd mee bezig geweest, en nog steeds. Waarom lachen mensen? Wat boeit mensen nou?"

Die zoektocht, of clownsodyssee, zoals Huibers 'm graag noemt, is voor hem de jeu van het vak. Dat ook hier beperkingen aan bleken te zitten, viel hem zwaar. "Na tientallen jaren met verschillende circussen rondgezworven te hebben, wilde ik mijn clown terug naar Nederland brengen. Ik wilde optreden in theaters maar ik kreeg er als individu en als clown geen voet aan de grond. Men kent hier 'de clown als kunstvorm' niet. Dat komt omdat clownerie in ons land geen historie heeft. Wij kennen het verschijnsel pas sinds de negentiende eeuw, terwijl bijvoorbeeld in Italië al 'buffone' (hofnarren, red.) bestonden in 1500. Ik moest dus andere wegen vinden om mijn clown aan het publiek te tonen. Ik wilde geen grote producties doen, want dan zou ik mijn vrijheid kwijt zijn. Ik werk heel anders dan in de theaterwereld gebruikelijk is. Daar werken ze met een team, van dramaturg tot decormaker, aan één voorstelling. Die zetten ze in vijf weken op poten. Dat kan ik niet, maar dat wil ik ook niet."

De eigen weg die Huibers wilde en moest gaan – "Het voelt als een noodzaak" – leidde tot een grote verscheidenheid in theatervormen en plekken waar hij optrad. Zo creëerde hij de zogenoemde 'zeepbelbol', een doorzichtige plastic koepel waarin hij speelde tijdens festivals, en met zijn pipowagen, die nu in de tuin staat, reisde hij de Nederlandse dorppleinen af. Telkens veranderend van stijl, van uiterlijk en van werkwijze maar met één gemene deler: op zoek naar het publiek. "Ik heb mime gedaan, Butoh (Japanse dansvorm, red.), poppenspel, noem maar op. Elke keer had ik het gevoel: dit moeten mensen geweldig vinden. Meestal kwamen er kleine groepjes toeschouwers op af. Dan voelde ik teleurstelling en dacht: Jongens, het is zo mooi!"

Toen Huibers aan de slag ging met zijn huidige voorstelling, ontdekte hij gaandeweg dat hij zijn eigen levensverhaal aan het neerzetten was. Hij was altijd op zoek naar zijn muze, het grote publiek. Nu eindigt zijn reis hier, in zijn eigen achtertuin, met zijn eigen publiek dat speciaal voor hem komt. Verwachtingen over aantallen heeft hij losgelaten.

### Acte 3: de thuiskomst

"Ik heb hard moeten werken om de drang naar roem achter me te laten. Clownerie is gebaseerd op het grote publiek, de grote lach en volle zalen. Die heb ik ook gekend, vooral tijdens mijn tijd in Italië (Huibers speelde onder meer in de Arena van Verona), maar ik ben blij dat ik die verlangens nu overboord heb gegooid. Ik speel liever tien keer voor vijftig mensen, dan één keer voor elfhonderd man in de stadsschouwburg. Ik ben niet meer bezig met de massa."

Getallen heeft Huibers in de ban gedaan. "Laat ik het zo zeggen: een tv-programma wordt afgebrand als er 'maar' 150.000 mensen naar kijken op één avond, weet je hoeveel voorstellingen ik moet spelen om dat aantal te halen? Er wordt zoveel waarde toegedicht aan getallen, terwijl ze zo nietszeggend zijn. Ik zie het nut er niet van in."

Geld, daar draait het volgens Huibers ook niet om in dit leven. Hij bezit rijkdom op een heel ander vlak en die wil hij graag delen met anderen. "Ik leef in vrijheid die ik op mijn eigen manier, in mijn eigen vak heb veroverd. Ik kan mijn ideeën kwijt, dat gun ik iedereen. Dat wil ik deels via mijn voorstellingen verspreiden, maar ook daarbuiten. Ik sluit me niet op binnen mijn theater. Ook al ben ik een clown, dat wil niet zeggen dat ik alleen bezig ben met vermaak."

De politiek in om zijn maatschappelijke steentje bij te dragen, dat leek hem wel wat, maar volgens zijn vriendin zou hij daar doodongelukkig van worden. "Het duurt veel te lang om op die manier daadwerkelijk dingen te veranderen." Toen ontstond het idee om zijn alter ego in te zetten als bescheiden wereldverbeteraar. Huibers stond in 1992 mede aan de wieg van CliniClowns Nederland. Tien jaar later richtte hij 'Mijn vriend de clown' op, de huidige Stichting miMakkus. De stichting leidt toekomstige clowns op om te spelen voor dementerenden en mensen met een verstandelijke beperking. Inmiddels staan beide organisaties op eigen benen. "Mijn uitgangspunt is altijd: binnen vijf jaar moet er iets staan wat zonder mij verder kan. Bovendien komt er een moment dat een project bekendheid genereert en geld een grotere rol gaat spelen, dan gaat het toch weer over getallen. Ik heb me daarbij neergelegd. Dan trek ik me terug en begin ik met iets nieuws. Ik heb nog zoveel andere liefdes." Een daarvan is zijn oude liefde, het onderwijs. In Lifeskills, een educatieproject voor kansarme Roemeense kinderen, kan Huibers deze passie kwijt.

"Mensen laten genieten van mijn rijkdom is een noodzaak die ik voel. Waar die vandaan komt? Dat kun je uit-en-te-na analyseren maar ik zeg: ik voel het, dus ik doe het!"



## Objectiviteit op de schop

Ik besef dat ik me waag aan een heikel onderwerp voor dit vakreflectieproduct. Een basaal journalistiek principe, een grondregel die je in de eerste les van de opleiding leert, ter discussie stellen. En toch doe ik het. Sterker nog, ik ga uiteindelijk zover dat ik pleit voor renovatie van deze vuistregel. Waarom? Lees mijn beweegredenen in dit epistel. Eerst de ontstaansgeschiedenis.

In het derde leerjaar hield ik een presentatie over participerende journalistiek. Deze vorm had mijn interesse gewekt. Iets aan deze wijze van journalistiek bedrijven intrigeert mij, maar wat? Journalisten kunnen grof gezien op twee manieren participeren, met het vizier open of dicht, dat laatste wordt in de volksmond 'undercover' genoemd. Zou het dat zijn? De geheimzinnigheid die daar omheen hangt, het acteerwerk om je cover te behouden en de onthullingen achteraf. Toegegeven, dat klinkt allemaal best spannend maar zo'n zucht naar sensatie dicht ik mezelf niet toe. Maar wat is het dan? Subculturen hebben me altijd al geboeid, ook voordat ik journalistiek ging studeren. Sekteleden, skaters, heksen, hardrockers, en zo kan ik nog wel even doorgaan; ze leven allemaal in hun eigen, zelf gecreëerde wereldje. Vaak geïsoleerd van de 'gewone mensenmaatschappij' en soms zelfs met eigen wetten en regels. Superinteressant, vind ik, om deze andere 'levensvormen' te ontdekken en misschien wel op een participerende wijze. Maar toch is dat ook niet dé reden waarom ik zo geïntrigeerd ben. Er zit meer achter. Iets wat dieper geworteld zit in de journalistiek in het algemeen en iets wat niet alleen voorbehouden is aan participerende journalisten. Ik besloot op (zelf)onderzoek uit te gaan.

Ik las boeken van 'oude New Journalists', zoals Truman Capote en Ryszard Kapuscinski – toen nog niet ontmaskerd als fictieschrijver - en 'nieuwe New Journalists', zoals Arnon Grunberg en Joris van Casteren. Ik verdiepte me in 'embedded journalism' – voor mij ook een vorm van participeren – en in verschillende participerende reportages die her en der steeds vaker in kranten en tijdschriften verschijnen. Ik kwam tot de conclusie dat de betrokkenheid van die journalisten bij hun verhalen – al dan niet expliciet genoemd of impliciet tussen de regels door te lezen – mij het meest intrigeerde. Want hoe kun je zo'n verhaal schrijven, zo (letterlijk soms) meelevend, van binnenuit, met gevoel en dan toch objectief blijven? Dat is toch niet mogelijk? En hoe zit het met de banden, soms zelfs vriendschappen, die ontstaan tussen de journalist en zijn subject, informant of medegroeps lid? Waar blijven de journalistieke basisprincipes, zoals neutraliteit, objectiviteit en onafhankelijkheid dan?

Letterlijk die laatste vraag werd mijn slotzin aan het einde van de presentatie. Om de boel een beetje wakker te schudden, om discussie los te krijgen en om eens te horen hoe mijn medestudenten daarover denken. Sindsdien heeft die vraag me eigenlijk niet meer losgelaten. Zie hier het resultaat.

Laten we bij het begin beginnen. Afbakening en basisvorming dus. De vraag die ik mezelf stel, draait vooral om het begrip objectiviteit. In de boeken die tot de standaarduitrusting van een student journalistiek behoren, is dit een veelbesproken beginsel, vaak terug te vinden als onderdeel van ethische codes of als een van de basisprincipes waarop

journalistiek geschoeid is. Ik haal eerst de beroepsideologie van Deuze aan<sup>1</sup>. Hij stelde naar eigen zeggen waarden op die de journalistiek tot een vak maken. Volgens Buijs worden deze 'aangehangen' door journalisten in westerse landen. Een van die waarden is: "Journalisten zijn onpartijdig, neutraal, *objectief*, eerlijk en (dus) geloofwaardig." Het woord objectief is niet door mij benadrukt maar zo overgenomen uit de literatuur. Die benadrukking is natuurlijk niet voor niets gedaan. Het geeft aan hoeveel waarde wordt gehecht aan objectiviteit in deze ideologie. (Overigens wordt hij als tweede genoemd in een rij van vijf, wat ook iets zegt over het belang.)

Zoals gezegd zijn er veel codes en basisprincipes opgesteld waarin objectiviteit in meer of mindere mate wordt genoemd. Ik wil er hier nog een aanhalen die de maatschappelijke verantwoordelijkheid van de pers als uitgangspunt heeft. Dat doe ik omdat die verantwoordelijkheid – of eigenlijk de maatschappelijke functie – voor mij een van de redenen was om journalistiek te gaan studeren. Het gaat hier om 'The social responsibility theory of the press'<sup>2</sup>, ontstaan na de Tweede Wereldoorlog in de VS. Hierin staan vijf eisen genoemd die het publiek zou mogen stellen aan de pers. De eerste (!) daarvan is: "Allereerst dient de pers te zorgen voor 'a thruthfull, comprehensive and intelligent account of the day's events in a context which gives them meaning'. Dat betekent dat de media nauwgezet, betrouwbaar en veelzijdig moeten berichten. Nieuws en commentaar moeten worden gescheiden. *Objectiviteit wordt gezien als het hoogste goed.*"

Deze theorie is inmiddels wat op leeftijd maar heeft een belangrijke invloed gehad op de ontwikkeling van journalistiek in de jaren erna. Ook vormde hij de aanleiding voor het opstellen van ethische codes en aandacht voor ethiek op de journalistenopleidingen.<sup>3</sup> Hiermee wil ik aangeven dat objectiviteit een belangrijke pijler is waarop de journalistieke basis van nu rust.

Een mooi uitgangspunt, nobel ook, die journalistieke codes en waarden. Maar hoe zit dat in de praktijk? Wij journalisten zijn toch ook mensen? Wij zijn geen robots die volledig neutraal, objectief en onbewogen kunnen blijven bij ieder verhaal. Je kunt het menselijke aspect niet uitschakelen, en dus niet voorkomen dat jouw kijk op de wereld, je gevoelens bij een bepaald onderwerp of je vooroordelen over een bepaalde bevolkingsgroep doorsijpelen in een verhaal. Ernaar streven, ja, het honderd procent voor elkaar krijgen, nee. Ik denk dat in ieder verhaal dat ik tot nu toe geschreven heb, al is het een nieuwsbericht, een stukje van mij zit. Dat begint al bij de keuze van een onderwerp en de beslissing of iets wel of geen nieuws is. (Vooral tijdens mijn eerste stage heb ik gemerkt dat redactieleden het regelmatig oneens waren over de nieuwswaardigheid van items.) Dat gaat verder bij het wel of niet stellen van bepaalde vragen, researchen, de keuze welke personen aan het woord te laten, enzovoort. We selecteren voortdurend en zo'n proces verloopt bij iedere journalist anders. Conclusie: volledige objectiviteit is een onhaalbare norm. En dan druk ik me nog voorzichtig

---

<sup>1</sup> Buijs, K. (2008) Journalistieke kwaliteit in het crossmediale tijdperk, pag. 150

<sup>2</sup> Evers, H. (2007) Media-Ethiek, pag. 28-29

<sup>3</sup> Evers, H. (2007) Media-Ethiek, pag. 29

uit. Mijn stagedocent destijds, Roy Mevissen, beweerde ronduit: "Niets is zo subjectief als journalistiek."

De Amerikaanse journalist Douglas McGill weet nog veel treffender te verwoorden dat objectiviteit onhaalbaar is. Hij schreef in 2004, na 27 jaar ervaring bij de New York Times, het essay *'Our code is falling into pieces: Doug McGill on the fading mystique of an objective press'* Een veelzeggend stukje hieruit<sup>4</sup>: "Ik ben ervan overtuigd dat de norm van objectiviteit als praktische en ethische gids is mislukt. Is de democratie er werkelijk bij gebaat als we beide kanten van een kwestie hebben gegeven? Wat moet een journalist doen, als hij meer tijd zou hebben om beide te bestuderen en tot de conclusie komt dat een van de twee het bij het rechte eind heeft? Is hij dan niet verplicht dat ook te melden? (...) In het zogenaamd dienen van de samenleving moeten journalisten allerlei tegengestelde doelen proberen te halen. Ze moeten neutraal zijn, en toch zo veel mogelijk aandacht zien te trekken. Ze moeten onpartijdig zijn, en tegelijkertijd ergens voor staan. Ze moeten een onbevooroordeeld doorgeefluik van de feiten zijn, maar ook hun eigen neus volgen, wat niets minder inhoudt dan dat ze hun individuele geweten volgen. Mijn lange ervaring als verslaggever bracht mij tot de conclusie dat het onmogelijk is al die tegenstellingen met elkaar te verzoenen. (...) Objectiviteit is een illusie."

Oké, objectiviteit in zijn 'oorspronkelijk bedoelde vorm', uitgaande van ethische codes, zoals de Code van Bordeaux<sup>5</sup> en The Elements of Journalism van Kovach en Rosenstiel<sup>6</sup>, bestaat niet, concludeer ik. Dat wil niet zeggen dat ik vind dat we deze waarde zomaar bij het vuil moeten zetten. Maar wat ik wel denk, is dat we in dit turbulente tijdperk voor de journalistiek, onze beroepsnormen weer eens goed tegen het licht moeten houden. De tijden zijn behoorlijk veranderd sinds het moment dat deze ethische codes zijn opgesteld. De opkomst van internet, en het vele gratis nieuws dat daarop te vinden is, heeft gezorgd voor een 'overlevingsreactie' bij de media<sup>7</sup>. Vooral redacties van dagbladen en tijdschriften gingen zich afvragen wat hun toegevoegde waarde is of kan zijn, op het moment dat het nieuws al lang en breed bij hun abonnees digitaal is gearriveerd.

Persoonlijk ben ik niet van het 'hoe sneller, hoe beter' adagium dat rondom internetjournalistiek hangt. Dat komt vooral omdat ik liever zaken uitzoek, me erin verdiep en op zoek ga naar de mensen of verhalen die áchter het nieuws zitten. Ik denk ook dat de printmedia daar hun heil moeten zoeken, in het analyseren, duiden en becommentariëren van nieuws. Dat houdt automatisch in dat de mening van de journalist vaker en duidelijker naar voren komt. Het is een logisch gevolg van het gebruik van analyses, achtergrondverhalen, commentaren en opinies.

Ik ben niet de enige die denkt dat 'slow journalism' het antwoord is op 'a.s.a.p.- journalism', om het zo maar even te noemen. Uit cijfers van het Vlaamse Fonds Pascal Decroos, dat

---

<sup>4</sup> Ziel, van der T. (2011) Een goed verhaal, pag. 68

<sup>5</sup> Evers, H. (2007) Media-Ethiek, pag. 55

<sup>6</sup> Buijs, K. (2008) Journalistieke kwaliteit in het crossmediale tijdperk, pag.151

<sup>7</sup> Meulen, van der T. (2009) Storm in de media, pag. 11

bijzondere journalistieke projecten (voornamelijk onderzoeksjournalistiek) financiert, blijkt dat er een groeiende belangstelling is voor slow journalism<sup>8</sup>. In 2010 was voor meer dan 500.000 euro aan beurzen aangevraagd. Volgens het fonds is dat meer dan ooit. De roep om diepgravende journalistiek is op meerdere plekken in onze branche hoorbaar. Tjirk van der Ziel, auteur van 'Een goed verhaal' en docent aan de Edense journalistiekopleiding, maakt er geen geheim van<sup>9</sup>. "Soms moet je maar eens minder aandacht geven aan een bepaalde gebeurtenis als 'feit'; zet het nieuwsbericht op de website en leg in de krant uit wat deze feiten betekenen. 'We moeten beter zijn dan onze bronnen. Het gaat om de vijf "i's": *informed, intelligent, interested, industrious, en insightful*' (Stephens, 2007). Journalisten hebben daarom veel tijd nodig om uit te zoeken welke van de meningen juist of juist is dan de andere, om dat met gezag dan ook te vertellen. In deze tijd hebben lezers meer dan ooit betrouwbare nieuwsvoorziening nodig die aangeeft wat waar is en wat niet. Dit is een regelrecht pleidooi voor onderzoeksjournalistiek. Men moet weer leren diep te graven." Van der Ziel geeft toe dat journalisten niet alles zullen en kunnen begrijpen, maar dat moeten ze niet camoufleren. Volgens hem moeten we juist toegeven dat ons werk veel minder objectief is dan het publiek wil geloven. De keuzes die we iedere dag maken, zijn subjectief.

Dat brengt mij terug bij mijn eigen stelling dat objectiviteit onhaalbaar is. Ook financieel journaliste Maureen Tkacik vindt dat we ons niet moeten vastklampen aan die rol als objectieve waarnemer. Ze schreef in 2010 in het Amerikaanse vakblad *Columbia Journalism Review*<sup>10</sup> dat journalisten in paniek raken omdat ze het monopolie op het nieuws kwijtraken (ten gunste van bloggers) en nog steviger dan eerst zogenaamde objectiviteit omarmen. Ze hebben niet in de gaten dat blogs veel eerder en beter nieuws weten te brengen. Volgens Tkacik moet de journalistiek het belang van de burger en de gemeenschap centraal stellen en de manier om dat te doen is het combineren van het beste van 'oude' journalistiek – onderzoek doen, feiten checken en complexe zaken uitleggen – met 'nieuwe' journalistiek: verhalen die over échte mensen gaan, hun successen, mislukkingen, zorgen, plannen, drijfveren en relaties.

Met die laatste verwijzing legt Tkacik onbedoeld (?) een link naar de verhalende, ook wel literaire, journalistiek. Deze vorm lijkt steeds meer voet aan de grond te krijgen. Mijns inziens ook als een soort tegenbeweging ten opzichte van de 'snelle' journalistiek. Tekenen van deze toename neem ik waar als ik met medestudenten praat en als ik van docenten hoor dat er steeds meer animo is voor de minor 'creatief schrijven' en de studie-eenheden die te maken hebben met *narrative journalism*. Maar niet alleen in die micro-omgeving zie ik toenemende interesse in langere, diepgaandere verhalen, ook wijder verspreid in ons vakgebied. De eerste conferentie voor verhalende journalistiek in Nederland, was binnen enkele dagen uitverkocht en bijna ieder zichzelf respecterend tijdschrift heeft voortaan een verhalende reportage in zijn repertoire staan.

---

<sup>8</sup> <http://www.villamedia.nl/nieuws/bericht/grote-vraag-naar-slow-journalism/50303/>

<sup>9</sup> Ziel, van der T. (2011) Een goed verhaal, pag. 58-59

<sup>10</sup> [http://www.cjr.org/cover\\_story/look\\_at\\_me.php](http://www.cjr.org/cover_story/look_at_me.php)

Verhalende journalistiek vindt meestal zijn weg in boeken of langere reportages. Voorbeelden van boeken zijn: Lelystad van Joris van Casteren en Kamermeisjes & soldaten van Arnon Grunberg, waarin beide auteurs – de een als buurtbewoner, de ander als kamermeisje en embedded soldaat – verslag doen van door hen meegemaakte gebeurtenissen. In het reportagegenre zijn Marcel van Roosmalen (onder andere voor Volkskrant Magazine en HP/De Tijd) en Henk van Straten (voor de Nieuwe Revu en FRITS Magazine) sprekende voorbeelden. Een kenmerk hiervan is het veelvuldig gebruik van de ik-vorm als vertelperspectief. De beleving van de journalist staat centraal met als logisch gevolg dat de mate van subjectiviteit hoog is ten opzichte van meer 'traditionele journalistiek'. Het levert vaak mooie en meeslepende verhalen op maar hoe zit het met de ethische kant? En dan ben ik weer terug bij mijn worsteling van het begin: de objectiviteit raakt onvermijdelijk in het geding bij deze vorm. Maar, vraag ik mezelf nu af, is dat zo erg?

Ja, zeggen tegenstanders van het gebruik van de ik-vorm. Het hoort niet om jezelf als journalist in een hoofdrol te plaatsen, zeggen tijdschriftdocente Marieke van Willigen en journalist Steven VanderBergh van dagblad De Morgen. Ze vinden het moreel niet kunnen. Romy van der Sande vraagt zich in haar reflectieproduct<sup>11</sup> ook af of het centraal plaatsen van de journalist in het verhaal wel zo verantwoord is. "Is er nog wel sprake van objectiviteit als de schrijver zijn emoties en gedachten zo duidelijk aan bod laat komen? Is het voor bepaalde onderwerpen niet beter juist verder van het onderwerp af te staan, om te voorkomen dat het een te 'gekleurd' verhaal wordt?" Volgens Van der Sande krijgt de lezer een vertekend beeld omdat het verhaal vanuit één gezichtspunt wordt verteld. Er ontstaat een tunnelvisie.

Beoefenaars van verhalende journalistiek zien het zo: "Literaire journalistiek is niet meer of minder objectief dan de traditionele variant. Je bent als journalist altijd een mechanisme, een overbrenger. Je geeft je eigen draai aan het verhaal, of je nu wilt of niet", zegt Amy Ellis Nutt<sup>12</sup>, werkzaam bij The Star-Ledger in New Jersey en Pulitzer Prize winnares. Haar Belgische collega Chris de Stoop denkt er net zo over. "Je selecteert, reconstrueert en interpreteert een bepaald verhaal en dat is altijd persoonlijk. (...) Betrokkenheid staat niet synoniem voor een bevooroordeelde houding. De kleinere afstand tussen de journalist en zijn object/subject wil niet zeggen dat hij de feiten verdraait. Ik zie het juist als een manier om dieper te graven en 'de werkelijkheid achter de werkelijkheid' boven te halen."<sup>13</sup>

Dat diepere graven vereist vaak diepgaandere relaties, of zoals David van Reybrouck, auteur van onder andere Congo, dit uitlegt<sup>14</sup>: "Hoe het leven van sommige mensen beïnvloed is door die grote (koloniale, B.M.) geschiedenis, dat vertellen mensen niet in een half uurtje. Met sommigen heb ik drie, vier dagen opgetrokken en dan pas komen de verhalen." Hij beseft terdege dat de banden die hij opbouwt met geïnterviewden soms ethische grenzen

---

<sup>11</sup> Sande, van der R. (2008) Waarom maken vrouwenbladen regelmatig gebruik van de ik-vorm?

<sup>12</sup> Key Note speech tijdens Tweede conferentie voor verhalende journalistiek, 20 april 2012.

<sup>13</sup> Vriendt, de M. (2010) Literaire journalistiek in Vlaanderen, Masterproef communicatiewetenschap, pag. 48

<sup>14</sup> Vriendt, de M. (2010) Literaire journalistiek in Vlaanderen, Masterproef communicatiewetenschap, pag. 48

raken of overschrijden. In De Plaag geeft hij dit zelfs ronduit toe<sup>15</sup>: "In hoeverre is een jongen met wie ik meer dan twaalf uur optrek, vaak moet lachen en het uitstekend kan vinden, nog een informant? In hoeverre maakt hij nog aanspraak op zo'n neutrale titel? Mijn probleem met Willy gaat om meer dan de journalistieke beroepscode, het gaat om mijn persoonlijke ethiek."

Undercover-journalisten Alberto Stegeman en Stella Braam zijn zich ook bewust van de ethische risico's die kleven aan een lange tijd optrekken met bepaalde mensen. In het radioprogramma Lunch!<sup>16</sup> zegt Stegeman hierover: "In eerste instantie moet een journalist zo dicht mogelijk bij de waarheid blijven, vind ik, maar als je langere tijd participeert, en dus letterlijk in een wereldje zit, dan word je een van hen en ga je vinden wat zij vinden." Braam vult aan: "Het risico van participerende journalistiek is: wie met pek omgaat, wordt met pek besmet. Dingen die volstrekt niet normaal zijn, ga je na een tijdje normaal vinden." De vraag is hoe je als journalist je objectiviteit kunt behouden en zorgen dat je niet meegaat in een bepaald wereldje. Braam ziet de oplossing in dosering<sup>17</sup>: "Eerst kom je heel dichtbij - je staat inderdaad op gespannen voet met de journalistieke wetten – en daarna bekijk je het op afstand, met een helicopterview. Je moet het in fasen doen. Trek je op tijd terug met 'gewone' mensen en zorg dat anderen je in de gaten houden zodat ze je terug kunnen fluiten als het mis gaat."

Braam heeft een uitgesproken mening over het vermeende gebrek aan objectiviteit bij participerende journalistiek<sup>18</sup>: "Het gaat niet om objectief of subjectief maar om perspectief. Kijk naar de wereld vanuit een ander perspectief. Ik streef er altijd naar om mijn verhalen goed te onderbouwen met literatuur en onderzoek. Dat is mijn manier van objectiviteit."

Ondertussen signaleer ik een nieuwe tendens die aanschurkt tegen de oude principes van journalistieke neutraliteit en objectiviteit. Ik noem het maar even 'betrokkenheid'. In tegenstelling tot wat vroeger *not done* was, zie ik steeds vaker journalisten hun eigen gevoelens, ervaringen en belevingen kenbaar maken. Dat varieert van participerende reportages, zoals meelopen in een carnavalsoptocht of het ondergaan van alternatieve behandelingen, tot commentaren en opiniërende artikelen, zoals een ingezonden brief van een journalist wiens vrouw besmet is met het Q-koorts virus. Ik zie het niet alleen regelmatig in dagbladen en tijdschriften, maar zelfs bij de NOS, die ik op een of andere manier beschouw als 'schatbewaarder' van de traditionele journalistieke waarden en normen. In maart van dit jaar kondigde hoofdredacteur Marcel Gelauff aan het voortaan over een 'persoonlijke' boeg te gooien<sup>19</sup>: "Het journaal moet dichterbij komen, het moet toegankelijker, menselijker. Ik vind het prima als een verslaggever meer laat blijken van hoe hij zelf het nieuws beleeft. Dat ie ook maar een mens is en niet een statisch individu die zonder enige persoonlijkheid het

---

<sup>15</sup> Vriendt, de M. (2010) Literaire journalistiek in Vlaanderen, Masterproef communicatiewetenschap, pag. 49

<sup>16</sup> Radioprogramma Lunch! NCRV, radio 1, uitzending 25 april 2011

<sup>17</sup> Interview Stella Braam 31 maart 2012

<sup>18</sup> Interview Stella Braam 31 maart 2012

<sup>19</sup> Radioprogramma Lunch! NCRV, radio 1, uitzending 28 maart 2012



nieuws brengt." Gelauff bedoelt niet dat NOS-journalisten nu ook hun mening moeten geven. Het gaat hem om gevoelens. "Als een verslaggever bijvoorbeeld bang is of ontdaan door een gebeurtenis, dan mag hij dat best laten merken. Niet louter neutraal dus, maar een passende houding."

Hij heeft zich ongetwijfeld laten inspireren door Blanken en Deuze<sup>20</sup> die de 'Negen geboden voor een nieuwe journalistiek' hebben opgesteld. Dit deden ze als reactie op de veranderende mediawereld, waar ik aan het begin van dit essay over schreef. Volgens hen gaan nieuwe waarden een rol spelen naast de oude journalistieke principes. Een van die waarden is: 'Geïndividualiseerde *betrokkenheid* moet in de plaats komen van de steeds professioneler, killer, afstandelijker en harteloos geworden journalistiek. (...) De krant is niet het ijkpunt van betrouwbaarheid maar de persoon van de auteur.'

Als ik dit alles bij elkaar optel, valt mij op dat authenticiteit, betrokkenheid en inlevingsvermogen een grotere rol zijn gaan spelen in de journalistiek. Begrippen die niet matchen met de journalistieke 'oerwaarden', zoals opgesteld in de twintigste eeuw ten tijde van de professionalisering van ons vak. Verhalen die toen ondenkbaar waren, verschijnen nu met regelmaat in de media, en er is niemand die er van opkijkt. Tijden zijn veranderd en nog steeds aan het veranderen. Daarom ben ik het eens met de heersende opvatting op de Nieman Narrative Conference in Boston drie jaar geleden<sup>21</sup>: 'Belangrijker nog dan het ontwikkelen van een goed verdienmodel voor internet, is de hand in eigen boezem te steken. Wij zijn zelf deel van het probleem want we brengen het nieuws nog altijd op de oude manier. Het is tijd om onze journalistieke waarden te heroverwegen, en het verhaal van de journalistiek zelf te herschrijven.'

Hierbij komt dat objectiviteit in absolute zin sowieso onmogelijk is om te handhaven. Zoals ik al eerder betoogde, zijn journalisten continu bezig met het maken van keuzes en zodoende geven zij continu hun eigen draai aan een verhaal. Het heeft mijns inziens dan ook geen zin een nieuwe ethische code of ideologie op te stellen. Begrippen die daarin gebruikt zouden worden, zoals authenticiteit en betrokkenheid, zullen per persoon verschillend geïnterpreteerd worden. Ik denk dat we moeten vertrouwen op het geweten van de journalist zelf. Dat áls hij besluit undercover te gaan, te participeren of literaire middelen te gebruiken, hij dat weloverwogen doet en hard nadenkt over de consequenties ervan voor het verhaal. En wat ik nog belangrijker hierin vind, is openheid. Wij moeten naar het publiek toe duidelijk maken waaróm we die keuzes gemaakt hebben. Waarom ben je undercover gegaan? Leg uit waarom je vindt dat dat nodig was. Waarom heb je geparticipeerd in plaats van aan de zijlijn gestaan? Wat zijn de gevolgen van het feit dat je dagen met een persoon hebt doorgebracht om zaken boven water te krijgen?

Gelukkig gebeurt dat nu al. Ik ken verschillende journalisten die heel bewust bezig zijn met de ethische kanten van hun vak en de openheid naar de lezer toe. Zo verzekerde Ivo van Woerden, werkzaam bij HP/DeTijd en schrijver van het boek 'Undercover in de ouderenzorg',

<sup>20</sup> Buijs K. (2008) Journalistieke kwaliteit in het crossmediale tijdperk, pag. 217

<sup>21</sup> <http://www.nieman.harvard.edu/Microsites/2009NiemanConferenceOnNarrativeJournalismTellingTrueStoriesInTurbulentTimes/Home.aspx>

me<sup>22</sup> dat hij zich heel erg bewust was van het feit dat zijn 'objectiviteit' tanende was toen hij undercover was. "Natuurlijk is je eigen invloed op het verhaal groter als je zelf ook voelt wat er gebeurt. Maar je gaat niet zomaar participeren, dit is gewoon een van de consequenties. Je moet in de gaten houden dat het zo is. Daarom schreef ik ook vanuit de ik-vorm. Dit is wat ik zie, wat ik voel en hoe ik het ervaar." Dat komt heel sterk overeen met de werkwijze die Truman Capote<sup>23</sup> ten tijde van de New Journalism stroming had. Hij bood de lezer zijn eigen werkelijkheid aan en zei er meteen bij: dit is zoals ik het zie, maak ervan wat u wilt.

Billy Kahora, hoofdredacteur van het Keniase literaire tijdschrift Kwani? en auteur van het boek 'The True Story of David Munyakei', deelde een ander trucje met zijn toehoorders tijdens de conferentie over verhalende journalistiek<sup>24</sup>. Hij gebruikt wat hij noemt 'sub-text' om omschrijvingen van zijn gevoelens een plek te geven. Het gaat om zaken die niet tot de harde feiten behoren, maar die hij intuïtief aanvoelt. Om dit duidelijk te maken aan zijn lezers, definieert hij deze omschrijvingen als 'sub-text'.

De manier waarop journalisten van nu omgaan met ethische waarden van toen, sluit – toevallig of niet – uitstekend aan bij het eerste gebod van eerdergenoemde Blanken en Deuze<sup>25</sup> dat luidt: '*Transparantie*: de journalist moet laten zien wie hij is, waar hij voor staat, hoe hij te werk gaat, waarom hij zijn invalshoeken zo en niet anders heeft gekozen.' Dat is precies het voorbehoud waaronder journalisten naar mijn mening zouden moeten opereren als ze kiezen voor vormen van journalistiek die objectiviteit en neutraliteit in het gedrang brengen. Het moet helder zijn voor het publiek dat het gaat om de mening, beleving, ervaring of het gevoel van de journalist. Deze openheid zie ik als het 'nieuwe open vizier'. Nog een klassiek journalistiek beginsel dat de schop op kan...

---

<sup>22</sup> Interview Ivo van Woerden, 7 april 2012

<sup>23</sup> [elpincheholandes.nl/author/jan-albert-hootsen/page/22/](http://elpincheholandes.nl/author/jan-albert-hootsen/page/22/)

<sup>24</sup> Tweede conferentie verhalende journalistiek, Billy Kahora 20 april 2012

<sup>25</sup> Buijs K. (2008) Journalistieke kwaliteit in het crossmediale tijdperk, pag. 217