



DSP

Onderzoeksjournalistiek in Nederland

Verkenning en analyse

DSP in samenwerking met prof. dr. Henri Beunders

19 juni 2018

DSP

Van Diemenstraat 410

1013 CR Amsterdam

020 625 75 37

Justin de Kleuver

j.dekleuver@dsp-groep.nl

Annelies van der Horst (projectleider)

avanderhorst@dsp-groep.nl

Arjun Swami-Persaud

aswamipersaud@dsp-groep.nl

In samenwerking met prof. dr. Henri Beunders

hbeunders@gmail.com

“[...] een bewijs dat het ingeslagen pad van De Limburger een voorbeeld is voor andere regionale titels: inzetten op kwaliteit en onderzoeksjournalistiek in de provincie.”

Recensie van *Sultan en de lokroep van de jihad* van de onderzoeksjournalisten Johan van de Beek en Claire van Dyck van De Limburger (De Groene Amsterdammer, 30 mei 2018)

Inhoud

Samenvatting	4
1 Inleiding	9
2 Introductie: een essay	11
3 Definiëring onderzoeksjournalistiek	14
4 Ontwikkelingen onderzoeksjournalistiek	20
5 Onderzoeksjournalisten en onderzoeks-journalistieke media: een stand van zaken	27
6 Slotbeschouwing	41
Bijlagen	
Bijlage 1 Onderzoeksverantwoording	44
Bijlage 2 Documentatieoverzicht	45
Bijlage 3 Overzicht gesprekspartners	46

Samenvatting

In opdracht van het ministerie van OCW onderzocht DSP de onderzoeksjournalistiek in Nederland. Daarvoor werkte DSP samen met prof. dr. Henri Beunders, hoogleraar Ontwikkelingen in de publieke opinie aan de Erasmus Universiteit Rotterdam. Henri Beunders is daarnaast als onderzoeksjournalist actief en kent zodoende de onderzoeksjournalistiek van binnenuit. De centrale vraag in dit onderzoek was hoe het huidige landschap van de onderzoeksjournalistiek in Nederland er uit ziet.

Definitie

Bij de aanvang van het onderzoek hebben we in overleg met experts een definitie van onderzoeksjournalistiek opgesteld en deze vervolgens getoetst bij onderzoeksjournalisten en media. De basis vormde de definitie van de Vereniging van Onderzoeksjournalisten (VVO) dat onderzoeksjournalistiek 'kritische en diepgravende journalistiek' is. Daaraan hebben we de volgende kenmerken toegevoegd:

- ③ Onderzoeksjournalistiek start met een eigen – in onafhankelijkheid geformuleerde – onderzoeksvraag.
- ③ Onderzoeksjournalistiek beoogt feiten en verbanden bloot te leggen die apart of in hun samenhang nog niet zichtbaar waren.
- ③ Er moet een zeker 'algemeen belang' in het geding zijn.
- ③ Er worden onderzoeksjournalistieke methoden ingezet.
- ③ Onderzoeksjournalistiek kost over het algemeen meer tijd dan reguliere journalistiek.

Onderzoeksjournalistiek 'at a glance'

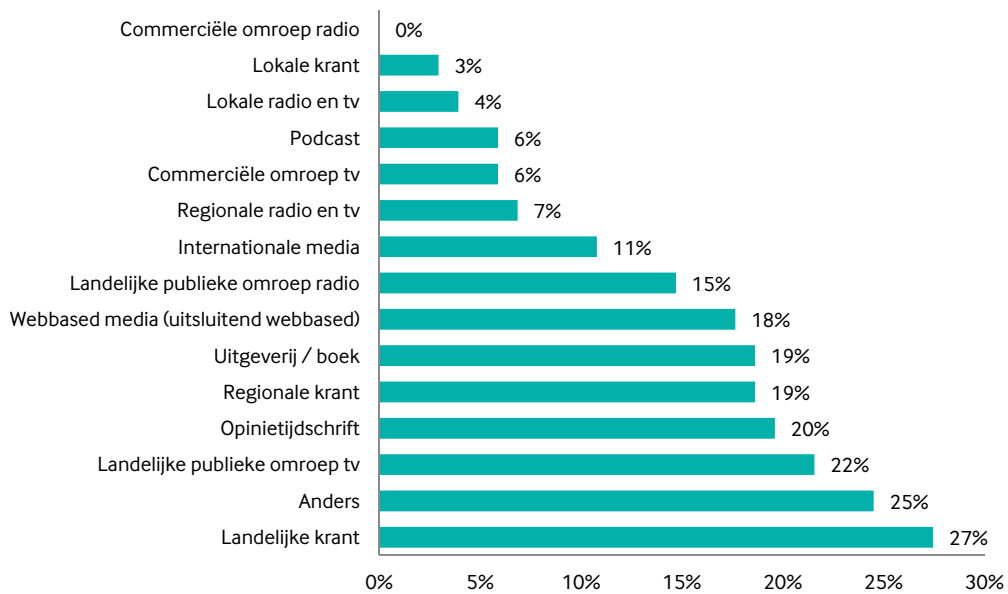
Het precies vaststellen van het aantal onderzoeksjournalisten in Nederland is om verschillende redenen lastig, maar op basis van een aantal gegevens komen we tot een bandbreedte van 300 tot 600 onderzoeksjournalisten in Nederland. Aangezien het beroep onderzoeksjournalist overwegend een parttime-beroep is, geldt voor de meeste onderzoeksjournalisten dat ze daarnaast 'regulier' journalist zijn.

Onderdeel van dit onderzoek was een enquête onder onderzoeksjournalisten (n=102). We geven in een aantal figuren een selectie van de uitkomsten.

Soort medium

De geënquêteerde onderzoeksjournalisten hebben aangegeven bij welk soort medium ze actief zijn. Het was mogelijk om meerdere antwoorden te geven, zodat ook zzp'ers met verschillende opdrachtgevers hun antwoorden kwijt konden. Landelijke kranten en de landelijke publieke tv blijken het vaakst als opdrachtgever op te treden. Voor lokale media en commerciële radio en televisie zijn de geënquêteerde onderzoeksjournalisten zelden actief. Een veelgenoemde categorie is 'anders'; het betreft hier onder meer vakbladen en NGO-werk.

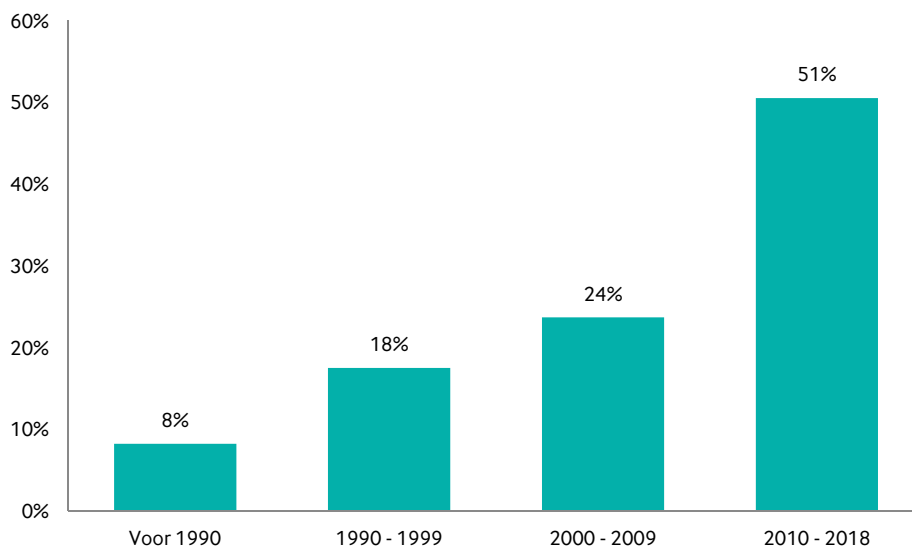
Percentage van geënquêteerde onderzoeksjournalisten dat actief is voor bepaald medium, meerdere antwoorden mogelijk



Startjaar onderzoeksjournalistiek

Het is opvallend dat de helft van de geënquêteerde onderzoeksjournalisten aangeeft in 2010 of daarna met onderzoeksjournalistiek te zijn begonnen. Er is geen relatie met leeftijd of geslacht. Een mogelijke verklaring is dat het steeds gebruikelijker is geworden om onderzoeksjournalisten als aparte beroepsgroep te beschouwen. De oprichting van de VVOJ in 2002 is hiervoor illustratief. Het kan ook samenhangen met de grotere behoefte en noodzaak van journalisten om zich te onderscheiden van hun collega-concurrenten. Het past in een beeld van een opmars van de onderzoeksjournalistiek.

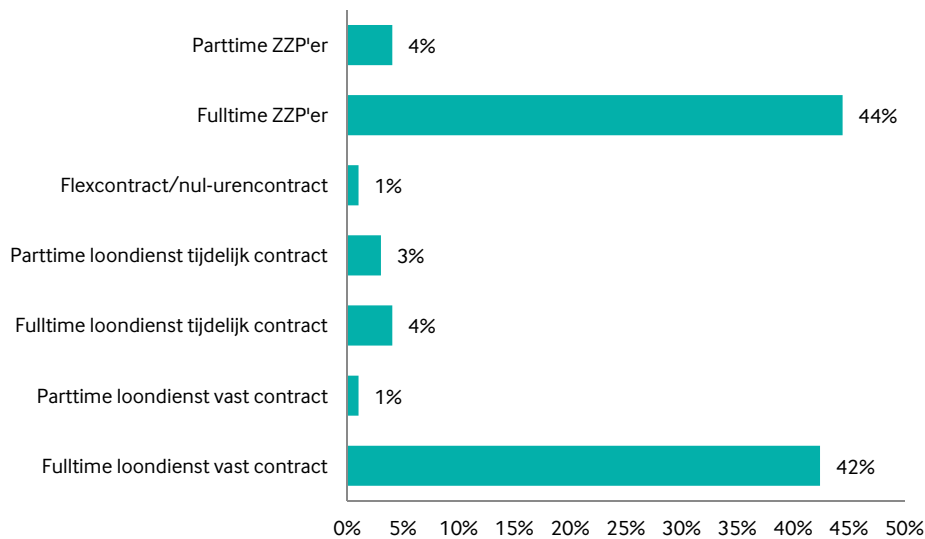
Startjaar professie van geënquêteerde onderzoeksjournalisten



Arbeidsrelatie

De arbeidsrelatie van de geënquêteerde onderzoeksjournalisten laat zich eenvoudig samenvatten: ruim 40% is in voltijds loondienst met een vast contract en ruim 40% is zzp'er. Daartussen zit weinig: weinig tijdelijke contracten en weinig parttime contracten. Hieruit blijkt een duidelijke tweedeling in de onderzoeksjournalistiek. De tweedeling heeft geen relatie met leeftijd, wel met geslacht: onder vrouwen is het percentage fulltime zzp'ers hoger en het percentage fulltime vaste contracten lager. Onder mannen is dat beeld omgekeerd.

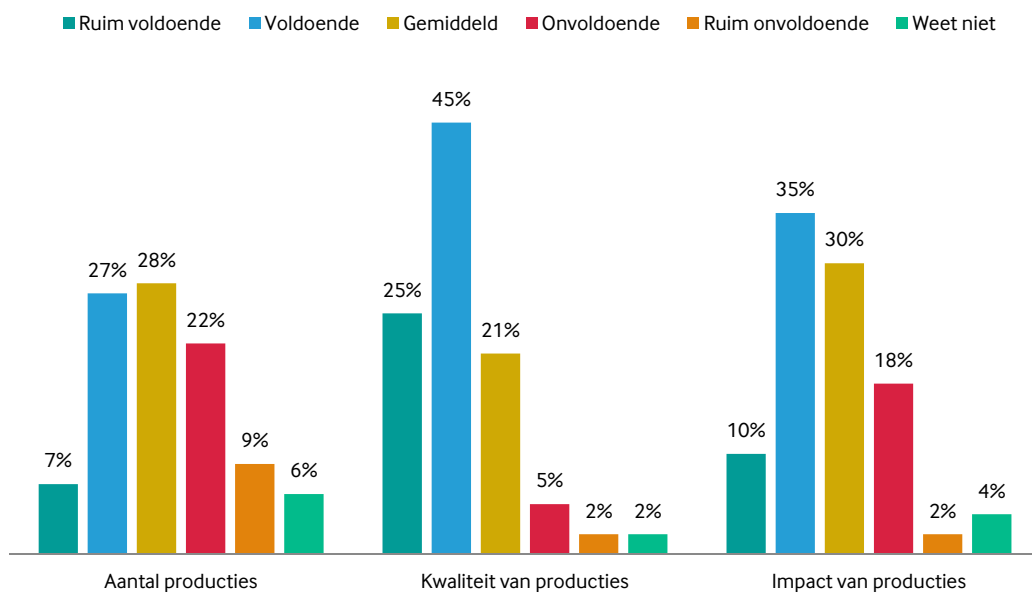
Arbeidsrelatie van geënquêteerde onderzoeksjournalisten, meerdere antwoorden mogelijk



Onderzoeksjournalisten over onderzoeksjournalistiek

We hebben de geënquêteerde onderzoeksjournalisten gevraagd naar hun beoordeling van een aantal aspecten van onderzoeksjournalistiek, te weten: het aantal onderzoeksjournalistieke producties in Nederland, de kwaliteit daarvan, en de politiek-maatschappelijke impact van die producties. Het meest positieve oordeel is over de kwaliteit van de producties (overwegend ruim voldoende en voldoende). Over de impact van de onderzoeksjournalistieke producties is men neutraler (overwegend voldoende tot gemiddeld). Over het aantal producties lopen de meningen uiteen (van voldoende tot onvoldoende).

Beoordeling door geënquêteerde onderzoeksjournalisten van drie aspecten van onderzoeksjournalistiek



Knelpunten

Top 3 knelpunten genoemd door de geënquêteerde onderzoeksjournalisten:

- 1 Beschikbaar gestelde tijd
- 2 Geld/ financiering
- 3 Obstructie/ tegenwerking door overheden/ bedrijven

De grootste knelpunten die geënquêteerde onderzoeksjournalisten ervaren, zijn beschikbaar gestelde tijd en de financiering van hun werkzaamheden. In zekere zin gaat het over hetzelfde: wie maakt tijd (en dus geld) vrij voor onderzoeksjournalistiek? Ook veel genoemd worden obstructie en actieve tegenwerking door met name overheden (maar ook bedrijven). Een bijzondere vorm van tegenwerking door de overheid rondom openbaarmaking van overheidsdocumentatie wordt 'wobstructie' genoemd.

Beoordeling van het landschap

In dit onderzoek is een beeld ontstaan van onderzoeksjournalistiek als een glas dat half vol of half leeg is, al naar gelang de positie die je kiest.

Als we de onderzoeksjournalistiek optimistisch beschouwen, ontstaat het volgende beeld:

- 🕒 De onderzoeksjournalistiek maakt een bloeiperiode door: het aantal onderzoeksjournalistieke producties neemt toe en het is een segment waarmee een medium zich kan profileren.
- 🕒 Er zijn nieuwe online initiatieven ontstaan die (mede) aan onderzoeksjournalistiek doen.
- 🕒 Datajournalistiek biedt nieuwe mogelijkheden om grote hoeveelheden digitale gegevens te 'ontginnen', met belangrijke onthullingen tot gevolg.
- 🕒 Er ontstaan allerlei nieuwe samenwerkingsvormen (incidenteel en structureel, nationaal en internationaal) die de kracht en impact van de onderzoeksjournalistiek vergroten.

- De financieringsmogelijkheden nemen toe (particulier maar ook via lokale en regionale mediafondsen).
- Er is een steeds ruimer aanbod aan bij- en nascholing op (aspecten van) onderzoeksjournalistiek.

Daar kan het volgende - pessimistische - beeld tegenover geplaatst worden:

- Onderzoeksjournalistiek krijgt niet de tijd en (financiële) middelen die het behoort te hebben, waardoor er onderwerpen blijven liggen. Voor de meeste redacties geldt dat het vrijstellen van journalistieke capaciteit voor onderzoeksjournalistiek, vanwege het tijdsintensieve karakter ervan, op gespannen voet staat met de doorlopende journalistieke nieuwsvoorziening.
- Op lokaal niveau is de onderzoeksjournalistiek nagenoeg afwezig (waarbij opgemerkt wordt dat ook 'gewone' journalistiek zeer beperkt aanwezig is). Op regionaal niveau zijn er media die bewust kiezen voor onderzoeksjournalistiek, maar ook veel media die er geen ruimte voor vrij maken.
- Zzp'ers onder onderzoeksjournalisten blijven vaak achter in beloning en arbeidsvoorwaarden, wat hun positie penibel maakt.
- Onderzoeksjournalisten hebben het niet gemakkelijk als het gaat om toegankelijkheid van bronnen en de bescherming van hun veiligheid. Tegenwerking door overheden en bedrijven, ondoordringbare linies van persvoorlichters en juridische procedures die tegen journalisten worden aangespannen, maken het werk lastig en risicovol.

Op de vraag hoe de onderzoeksjournalistiek bevorderd kan worden, geven experts, media en onderzoeksjournalisten de volgende antwoorden:

- Het faciliteren en ondersteunen van onderzoeksjournalistieke samenwerkingsverbanden.
- Ondersteuning van talentontwikkeling van (aankomende) onderzoeksjournalisten.
- Ondersteuning van zzp'ers.
- Ondersteuning / vereenvoudiging subsidie- en fondsaanvragen.
- Subsidiëring van opleidingsmogelijkheden.

Vanuit het perspectief van de onderzoekers komt daar nog een aantal overwegingen bij:

- Omdat beschikbare tijd/budget zo'n belangrijk knelpunt is, zou het (financieel) ondersteunen van producties een optie zijn.
- De onderzoeksjournalistiek op lokaal en regionaal niveau verdient aandacht.
- Een belangrijke ondersteuningsbehoefte ligt in het faciliteren van de onderzoeksjournalist om zijn/haar werk gemakkelijker en beter te kunnen doen, in het bijzonder ten aanzien van de zzp'ers onder hen.
- Bij elke ondersteuningsvorm die door de overheid gekozen wordt, is samenwerking een belangrijk aandachtspunt. Tegelijkertijd is nog weinig bekend over succes- en faalfactoren bij onderzoeksjournalistieke samenwerkingen.

In het hoofdrapport staan de elementen in deze samenvatting uitgebreider beschreven.

1 Inleiding

De journalistieke sector in Nederland staat in de belangstelling van kabinet en Tweede Kamer. Dat zien we onder andere terug in een motie (32 827 nr. 105) en toezeggingen van de voormalige staatssecretaris voor Media en de huidige minister voor Media (32 827 nr. 116 en nr. 122, 32 837 nr. 122). Op verzoek van de Tweede Kamer vindt in opdracht van het ministerie van OCW een aantal onderzoeken plaats naar de duurzaamheid van de onafhankelijke journalistiek in Nederland. Eén van die onderzoeken betreft het verkennen van de stand van zaken van de onderzoeksjournalistiek in Nederland. DSP en prof. dr. Henri Beunders, hoogleraar Ontwikkelingen in de publieke opinie aan de Erasmus Universiteit Rotterdam, hebben dit onderzoek in 2018 uitgevoerd. Het onderzoek vormt de aanloop naar de besteding van de met het Regeerakkoord beschikbaar gestelde middelen voor onderzoeksjournalistiek (€5 miljoen per jaar).

De hoofdvraag van dit onderzoek is: **hoe ziet het huidige landschap van de onderzoeksjournalistiek in Nederland er uit?** Daarbij gaan we in op de volgende deelvragen:

- 1 Wat is een definitie van onderzoeksjournalistiek waar draagvlak voor is onder experts en ervaringsdeskundigen?
- 2 Welke media oefenen regelmatig onderzoeksjournalistiek uit, welke journalisten zijn hier bij betrokken en over wat voor soort onderwerpen gaat het?
- 3 Wat is het perspectief van de onderzoeksjournalist (onder andere de route tussen onderzoeksonderwerp en publicatie, bronnen van financiering, inkomensperspectieven en de rol van opleidingen)?
- 4 Wat zijn specifieke leemtes en knelpunten in het Nederlandse landschap van de onderzoeksjournalistiek (denk bijvoorbeeld aan kosten, publieksbereik, effecten)?

Uitvoering onderzoek

Het onderzoek had een korte doorlooptijd, van eind maart tot half juni 2018, en had de volgende onderdelen:

- ③ Een expertmeeting met onderzoeksjournalisten, vertegenwoordigers van media die aan onderzoeksjournalistiek doen en andere experts over:
 - Een gedragen definitie van onderzoeksjournalistiek.
 - De belangrijkste ontwikkelingen in de onderzoeksjournalistiek in Nederland in Nederland.
 - De belangrijkste knelpunten in de onderzoeksjournalistiek inclusief de vraag in hoeverre deze knelpunten aandacht en ondersteuning verdienen, en zo ja, van wie.
- ③ Een studie van de documentatie over onderzoeksjournalistiek en een analyse van diverse jaargangen van inzendingen voor de belangrijkste prijs voor onderzoeksjournalistiek in Nederland: De Loep.
- ③ Bezoek aan de uitreikingen van De Loep en De Tegel, en diverse symposia en discussieavonden over journalistiek.
- ③ Twee enquêtes: één onder onderzoeksjournalisten, verzonden onder het ledenbestand van de Vereniging van Onderzoeksjournalisten (VVOJ), en één onder media, verzonden aan de leden van het

Genootschap van Hoofdredacteuren. De laatste enquête is, om de representativiteit te verhogen, ook aan een aantal andere onderzoeksjournalistieke media verstuurd.

🔄 Verdiepende interviews met onderzoeksjournalisten, media en experts over de volgende thema's:

- Veranderingen in de keten van onderzoeksjournalistiek: van keuze voor onderwerp tot publicatie.
- Diversiteit in beroepspraktijken.
- Lokale en regionale onderzoeksjournalistiek: kwaliteit en kwantiteit?

De respons onder onderzoeksjournalisten was ruim voldoende (20%, n=102) om een stevig beeld te krijgen. De enquête onder de media (14%, n=17) leverde onvoldoende respons op om wetenschappelijk betrouwbare uitspraken te kunnen doen, maar geeft wel indicaties die, in combinatie met de resultaten van de enquête onder onderzoeksjournalisten, duiding geven. DSP en Henri Beunders danken de VVOJ en het Genootschap van Hoofdredacteuren voor de genereuze medewerking bij dit onderzoek. Ook danken wij onze opdrachtgevers bij het ministerie van OCW voor hun ondersteuning bij het organiseren van bijeenkomsten in het kader van dit onderzoek.

Leeswijzer

We hebben er voor gekozen om het landschap van de onderzoeksjournalistiek op een journalistieke wijze te beschrijven (hoofdstukken 2 tot en met 4), waardoor vorm en inhoud samenvallen. Tegelijkertijd wilden we ook recht doen aan alle enquêteresultaten. Daarom hebben we deze integraal in het rapport opgenomen (hoofdstuk 5).

In hoofdstuk 2 staat het essay dat Henri Beunders schreef vóór aanvang van het onderzoek, als een schets van de reikwijdte van het onderwerp en introductie van enkele belangrijke vraagstukken in de hedendaagse onderzoeksjournalistiek. In hoofdstuk 3 gaan wij in op de afbakening van het onderwerp: wat is onderzoeksjournalistiek, hoeveel onderzoeksjournalisten zijn er in Nederland en wat is het profiel van een onderzoeksjournalist? Hoofdstuk 4 schetst enkele belangrijke ontwikkelingen in de hedendaagse onderzoeksjournalistiek, van samenwerking tot zzp-schap, van datajournalistiek tot lokale en regionale onderzoeksjournalistiek. Hoofdstuk 5 heeft, zoals gezegd, een ander karakter: het geeft de opbrengsten weer van de enquêtes onder onderzoeksjournalisten en onderzoeksjournalistieke media. Hoofdstuk 6 tenslotte is een slotbeschouwing waarin verschillende manieren staan beschreven om waargenomen knelpunten in het onderzoeksjournalistieke landschap aan te pakken.

2 Introductie: een essay

Door prof. dr. Henri Beunders

Kwaliteit van informatie anno 2018

De revolutie in de communicatiemiddelen als gevolg van de komst van internet en mobiele telefonie, heeft de eerste decennia van zijn bestaan vooral een goede pers gehad. Het betekende een verruiming van de informatie voor de burgers, die ook sneller te verkrijgen was dan via de 'oude media' en de aloude bibliotheek of videotheek. De online communicatie van één naar één per email was niet meer dan een versnelling in de correspondentie – letterlijk: brieven schrijven. De communicatie van één naar allen (via een website) maakte het voor het eerst mogelijk dat burgers zich zonder veel kosten of moeite konden richten tot allen die een pc en een modem hadden.

De uitbreiding van interactief internet sinds de komst van platforms als Wikipedia, YouTube, Facebook en Twitter betekende een verdere emancipatie van alle burgers in communicatief opzicht, en ook een explosieve groei in de uitwisseling van berichten, commentaren en stilstaande of bewegende beelden met of zonder geluid.

In de eerste jaren werd de komst van het veel interactievere internet 2.0 – vanaf circa 2005 – ook nog alom toegejuicht. Mede door zijn slogan 'Change, yes we can' en de campagnestijl via internet en crowdfunding – 'netroots' – werd Barack Obama in 2008 president. Acht jaar later drongen de keerzijden van deze communicatierevolutie op acute wijze door in het bewustzijn. De keuze van de Britse kiezers voor een Brexit en de keuze van de Amerikaanse kiezers voor Donald Trump als president zorgden voor een schok. Beide campagnes werden gekenmerkt door een opgewonden retoriek waarin volgens neutrale waarnemers de desinformatie domineerde. 'Twitter maakt het debat soms bitter', zei koning Willem-Alexander eind 2017 in zijn kerstrede.

Alom in het Westen worden nu de ontwikkelingen in 'de media' met grote zorg bekeken: te snel, te sensationeel, te polariserend enerzijds en te weinig diepgang, te

weinig nuchtere debatten op basis van feiten anderzijds. De kwestie van fake news (nepnieuws) verscherpt de vraag welke rol 'de media' in de democratische rechtsstaat spelen en zouden moeten spelen. De kwestie van de kwaliteit van de informatie is mondiaal een issue geworden in dit Hashtag-tijdperk. Maar de 'open samenlevingen' van het Westen – en zeker het open handels- en transitoland Nederland – blijken gevoeliger te zijn voor ontsporing van informatie dan meer autoritaire landen zoals Rusland, China, Turkije. In deze landen is de greep van de overheid op 'de media' inclusief internet veel groter, onder andere door censuur.

Versnelling van het nieuws

Hiermee is de context geschetst voor de vraag welke vormen van onafhankelijke informatievestiging het 'all sail, no anchor'-karakter van de hedendaagse politieke cultuur weer van enige ankers kunnen voorzien. Een betrouwbare en open communicatie door overheden, bedrijven en instanties naar de burgers toe is een van de methoden om in het chaotischer, onvoorspelbaarder en harder wordende 'spel van de vrije maatschappelijke krachten' enige rust en reflectie te brengen.

In een democratische rechtsstaat is van oudsher aan onafhankelijke media een grote rol toegekend om op te treden als 'vierde macht' die de bekende drie machten – wetgevende, uitvoerende en rechtelijke – controleren en aanvullen.

In informatie-opzicht is in het algemeen door de communicatierevolutie de oude (en vertrouwde) piramide van informatievoorziening omver gekegeld. De 'oude media' – krant, weekblad, radio en tv – zorgden een lang tijdperk voor een verzuild en pluriform medialandschap, waarin de relatie tussen overheden, parlement, en bestuurders in het algemeen met de media (en zo met de burgers) voor iedereen min of meer volgens vaste spelregels verliep. Die spelregels zijn er nu niet meer. Nu kan iedere burger en elke actiegroep zich journalist noemen, en ook zonder die titel proberen invloed uit te oefenen op de politiek, de ambtenarij en de

maatschappij, al dan niet via de publieke opinie. Inzake de 'publieke druk' is het al met al minder duidelijk geworden wie de afzender is van boodschappen, bestaande media, nieuwe media, ngo's met een activistisch persbeleid en bedrijven, instanties en lagere overheden met een eveneens activistisch digitaal communicatiebeleid: iedereen is zender geworden, hoor en wederhoor tellen hierbij minder of niet meer. In deze sneeuwstorm van communicatieve veranderingen hebben ook de 'oude media' drastische maatregelen moeten nemen om overeind te blijven. De landelijke media – dagbladen, omroepen – hebben dat gedaan door ook digitaal te gaan, en ook door de verscheidenheid aan onderwerpen te vergroten, en door meer human interest en minder nieuwsberichten te brengen. Nieuwsberichten zijn namelijk steeds meer gratis te vinden op alle mogelijke websites. De drang digitaal meer lezers en kijkers te trekken, heeft volgens vele onderzoeken geleid tot een hijgerig mediagebruik, en daardoor tot snellere oordelen over zaken van algemeen belang, en tot meer emotionele uitbarstingen over misdrijven, en ander onoorbaar (geacht) gedrag.

Rol van onderzoeksjournalistiek

Veel onafhankelijke media hebben zich van oudsher een taak toegedicht in het dienen van het algemeen belang, door de burgers ook te voorzien van informatie die zij nodig hebben om vrij en zelfstandig te leven in de samenleving, en ook om vrij en zelfstandig te kunnen oordelen over zaken die de res publica aangaan. Daarom heeft de journalistiek zich naast de verslaggevende functie – dit gebeurt er – en de analyserende functie – zo kun/moet je de beschikbare gegevens óók interpreteren – ook de functie van nieuwsgierige onderzoeker en die van 'waakhond van de macht' toegemeten. Die analyserende, onderzoekende en controlerende functie vereisen tijd en energie, en is dus kostbaarder dan registrerende journalistiek. Het commerciële belang voor media om aan onderzoeksjournalistiek te doen varieert per tijdperk. Rond 1900 lag de nadruk op onthullende sociale reportages over corruptie en sociaaleconomische misstanden zoals uitbuiting van werknemers (zoals kinderen en vrouwen). Deze journalistiek verschilde niet

veel van wat parlementaire onderzoekscommissies deden. De overheden hadden zelf ook vaak voordeel van onderzoeksjournalistiek, aangezien ze zelf niet voldoende mankracht hadden alle hoeken en gaten van de samenleving voortdurend te bestuderen.

Vanaf de jaren zestig verschoof het accent in de onderzoeksjournalistiek naar 'onthullingsjournalistiek', in het bijzonder naar onthullingen van misstanden en corruptie in kringen van politiek, lagere en hogere overheden. 'Watergate' is hiervan het bekendste voorbeeld. Na die 'kritische' jaren zeventig en tachtig verschoof het accent naar onderzoek naar effecten van beleid, zoals milieubeleid, ontwikkelingssamenwerking, defensie e.d. En vanaf het moment dat de computer standaard werd, kwam hier de 'computer assisted research' (CAR) bij, die in de complexer wordende informatiesamenleving steeds meer data verzamelde en opnieuw sorteerde. Deze vorm van onderzoeksjournalistiek werd vooral toegepast bij verkiezingen, demografische en sociaaleconomische ontwikkelingen, maar ook bij 'vergelijkende warentests' als het gaat om voorbeeld scholen, ziekenhuizen en alledaagsere zaken als de beste wijken en de beste haringverkopers.

Door de proliferatie van actoren die zich met media, journalistiek en ook onderzoeksjournalistiek bezig houden – soms zeer incidenteel, soms op reguliere basis – enerzijds, en door de omvergeworpen piramide in de informatievoorziening in de samenleving anderzijds, is het anno nu tamelijk ondoorzichtig geworden welke rol onderzoeksjournalistiek speelt binnen de oude en nieuwe media. En is het ook ondoorzichtig geworden hoe onderzoeksjournalistiek bijdraagt en kan bijdragen aan een goed functionerende democratische rechtsstaat en een samenleving en economie die in alle betekenissen van het woord floreren.

Op basis van de bestaande kennis en expertise kan worden gesteld dat een *state-of-the-art*-onderzoek naar onderzoeksjournalistiek een zekere urgentie heeft. Het laatste Europese rapport dateert uit 2005, uitgevoerd door de Nederlandse Vereniging van Onderzoeksjournalisten (VVO). Zoals uit het voorgaande mag blijken is de wereld van de communicatie binnen de

nationale samenleving, Europa en de wereld daarbuiten, sindsdien revolutionair veranderd.

De vragen die nu centraal in onderzoek dienen te staan zijn divers, maar de volgende horen er in elk geval toe:

- Wat is de definitie van onderzoeksjournalistiek? Welke vormen van 'kritische en diepgravende journalistiek'

horen er wel en welke niet toe? Horen de woorden 'algemeen belang', en 'mondige burger' er per se in? Of horen ook vormen van warenonderzoek ertoe? En 'bijzondere journalistieke projecten' zoals historische reconstructies en autobiografisch getinte reportages?

De vragen zijn legio. Het aanbrengen van concentrische en/of overlappende cirkels en vlakken kan nuttig zijn.

- Wie moeten worden gerekend tot onafhankelijke onderzoeksjournalisten? Naast de bestaande commerciële mediabedrijven en de door de overheid gesubsidieerde fondsen (SvdJ en FBJP) zijn er belangrijke financiers bijgekomen die onderzoeksjournalistieke projecten (voor)financieren. Te noemen zijn hier:

boekenuitgevers en particuliere fondsen zoals SDM, Adessium, Soros Foundation, Stichting 1877, bedrijven als Google. En tenslotte aan politieke partijen gelieerde Denktanks, en – in sterk groeiende mate – NGO's zoals sociale bewegingen en actiegroepen (Greenpeace, Milieudefensie, TabakNee, Pro-Life, Oxfam e.d.).

Al deze particuliere stichtingen, fondsen en verenigingen geven steeds meer geld uit aan onafhankelijk en

semionafhankelijk journalistiek onderzoek - door vooral zzp-journalisten – ten behoeve van hun missie. Deze proliferatie maakt de vraag ook relevant naar onafhankelijkheid, en of er in het algemeen voldoende muren zijn opgericht tussen de financier en de uitvoerder van onderzoeksjournalistiek.

- Op lokaal en regionaal niveau zijn er intussen ook overheden (gemeenten, provincies en waterschappen) die, al dan niet in samenwerkingsverbanden met mediapartijen, journalistiek onderzoek laten verrichten. Ook hier geldt niet alleen de vraag wat wordt onderzocht, maar ook voor wie en in welke mate van onafhankelijkheid.

Onderzoeksjournalistiek wordt naast waakhond ook wel, iets bescheidener, de zaklantaarn genoemd die op onderdelen van de samenleving en de beheersstructuren ervan wordt gericht. Dat is ook het doel van dit verkennende onderzoek. In de hoop dat zo helder wordt wie nu bezig zijn met welke soorten van onderzoeksjournalistiek, met welk doel, en *last but not least* met welke resultaten. Pas daarna kunnen er enigermate onderbouwde beslissingen worden genomen over de vraag of en zo ja hoe onderzoeksjournalistiek kan worden versterkt, ten behoeve van de publieke zaak, en een ordentelijke samenleving in het algemeen.

3 Definiëring onderzoeksjournalistiek

In dit hoofdstuk definiëren we het begrip onderzoeksjournalistiek (en we bepalen de kenmerkende elementen ervan), komen tot een grove inschatting van het aantal (actieve) onderzoeksjournalisten in Nederland en geven een kwalitatieve karakterisering van onderzoeksjournalisten.

Definitie met draagvlak

Een definitie is vaak nuttig, maar is niet altijd strikt noodzakelijk. Dit geldt ook voor de definitie van de term onderzoeksjournalistiek. Onderzoeksjournalistiek is namelijk geen onbekend fenomeen dat nauwelijks kan worden geschetst. Over de vraag wat de kernen van het begrip onderzoeksjournalistiek zijn, is onder de journalistieke experts zelfs grote overeenstemming. Of er ook duidelijke grenzen zijn aan te geven van de ruimte waarbinnen nog wel en waarbuiten niet meer van onderzoeksjournalistiek kan worden gesproken is daarentegen minder eenstemmig. Hierover bestaat weinig bezorgdheid: de fluiditeit van het begrip voorkomt vruchteloze haarkloverij, en laat ook ruimte voor de journalistiek om zich meer op het ene of het andere deel van het onderzoeksjournalistieke terrein te richten.

De minst gedetailleerde definitie is die de Vereniging van Onderzoeksjournalisten (VVOJ) hanteert:

Onderzoeksjournalistiek is kritische en diepgravende journalistiek.

De VVOJ onderscheidt hierbij drie vormen: (1) het opsporen van misstanden, (2) het controleren van de macht en (3) het signaleren van maatschappelijke veranderingen¹.

Ook al wordt erkend dat 'gewone' journalistiek – het registreren en duiden van de voor iedereen zichtbare werkelijkheid volgens de formule van de 5 W's en de H (wie, wat, waar, wanneer, waarom en hoe) – soms overlapt met onderzoeksjournalistiek, geven de meeste gesprekspartners extra kenmerken waaraan onderzoeksjournalistiek moet voldoen. Aan de definitie van de VVOJ kunnen daarom, op basis van input van gesprekspartners, een aantal kenmerken worden toegevoegd:

- ③ Onderzoeksjournalistiek start met een eigen – in onafhankelijkheid geformuleerde – onderzoeksvraag.
- ③ Onderzoeksjournalistiek beoogt feiten en verbanden bloot te leggen die apart of in hun samenhang nog niet zichtbaar waren. Deze kunnen voor het oog verborgen zijn doordat doorsnee burgers het geheel der feiten en ontwikkelingen niet konden overzien, of kunnen door betrokken personen of instanties doelbewust aan het zicht worden onttrokken. In het bijzonder overtredingen van regels, misstanden en onwenselijke maatschappelijke ontwikkelingen hebben de aandacht en/of de controle van de macht.
- ③ Er moet een zeker 'algemeen belang' in het geding zijn, en dus voor meer burgers relevant zijn dan de 'eigen parochie' van mediaconsumenten. Het Fonds Bijzondere Journalistieke Projecten (FBPJ) hanteert bijvoorbeeld voor het toenemende aantal subsidieaanvragen voor onderzoeksjournalistieke

¹ <https://www.vvoj.nl/over-de-vereniging/onderzoeksjournalistiek-de-visie-van-de-vvoj/>

projecten het argument van 'het fundamentele belang daarvan voor het functioneren van democratie en rechtspraak'.

- ③ Er worden specifiek onderzoeksjournalistieke methoden ingezet die soms meer lijken op wetenschappelijke methoden en rechermethoden dan op het dagelijkse journalistieke werk (bijvoorbeeld Wob-verzoeken, uitgebreide dataresearch en netwerkanalyse, enquêtes, en off-the-record-gesprekken met bronnen c.q. klokkenluiders).
- ③ Onderzoeksjournalistiek kost over het algemeen meer tijd dan reguliere journalistiek. Dit is inherent aan de eigen onderzoeksvraag: het is bij het begin van het traject op weg naar het antwoord niet duidelijk hoe het traject er uit zal zien, en evenmin hoe lang het traject zal duren. De onderzoeksjournalistiek kent dan ook geen harde deadline. Het verhaal moet eerst 'rond' zijn alvorens publicatie gerechtvaardigd is.

Onderzoeksjournalistiek is, kan men met een van de gesprekspartners concluderen, een 'verhevigde vorm van reguliere journalistiek', maar met ook een set specifieke eigenschappen, waarbij naast de factor tijd ook de factoren onderwerpkeuze, begeleiding en presentatie een belangrijke rol spelen. Sommige experts vinden dat het vooral de onderwerpkeuze is die de grens tussen reguliere en onderzoeksjournalistiek bepaalt. En dat het bij die onderwerpkeuze wel gaat om het 'opsporen van overtredingen', 'het controleren van de macht' en 'het signaleren van maatschappelijk relevante veranderingen', zoals de VVOJ stelt, maar dat het overkoepelende doel van alle onderzoeksjournalistiek is dat deze 'de waakhond van mensenrechten' is. De bekende functie van de journalistiek als 'waakhond van de democratie' wordt dan als onderdeel van dit hogere doel beschouwd.

Wij hebben de VVOJ-definitie, aangevuld met kenmerken zoals hierboven vermeld, voorgelegd aan geënquêteerde onderzoeksjournalisten en hen gevraagd er een rapportcijfer aan te geven. Het gemiddelde cijfer is een 8,4 (n=102). Er werden vijf onvoldoendes aan de definitie gegeven². Geënquêteerde hoofdredacteuren van onderzoeksjournalistieke media gaven gemiddeld een 8,6 (n=17). Zij gaven geen onvoldoendes.

De conclusie is derhalve dat de door ons gehanteerde definitie, aangevuld met de vermelde kenmerken, kan rekenen op een groot draagvlak onder onderzoeksjournalisten, experts, leidinggevenden en ervaringsdeskundigen in het journalistieke veld in Nederland.

Zoals gezegd, over de grenzen van onderzoeksjournalistiek is minder overeenstemming. De definitie van onderzoeksjournalistiek zoals hierboven is geformuleerd en besproken heeft dan ook geen gesloten karakter. Er is een overlap met de reguliere journalistiek en ook is er overlap met andere disciplines zoals wetenschap, rechermewerk, onderzoekscommissies en ngo's en commerciële (consumenten) onderzoeken.

² De respondenten die een onvoldoende gaven vertonen geen onderscheidende kenmerken.

De vraag is of deze glijdende schaal (dan wel overlappende concentrische cirkels) een probleem vormt. Vanuit de journalistiek gezien is dit niet zo, en wel om ten minste twee redenen. Ten eerste is bij alle overeenkomsten met andere onderzoeksdisciplines het verschil het startpunt van de onafhankelijk geformuleerde onderzoeksvraag en het eindpunt van de eigen verantwoordelijkheid voor het te publiceren resultaat. Ten tweede is het volgens menig respondent zaak om te voorkomen dat er een fundamenteel verschil ontstaat tussen 'gewone journalisten' en 'onderzoeksjournalisten'. In de praktijk is het vaak zo, zoals we nog zullen zien, dat journalisten soms 'gewone journalistiek' bedrijven en soms 'onderzoeksjournalistiek'.

Vergelijkbare waakhonden

De overheid staat naar eigen zeggen positief tegenover de onafhankelijke media, en daarbinnen tegenover de onderzoeksjournalistiek. In het regeerakkoord van het kabinet Rutte III staat: 'Daarnaast trekt het kabinet geld uit voor de bevordering van onderzoeksjournalistiek. Deze vorm van journalistiek staat onder druk, maar is van vitaal belang voor de controlerende taak die de journalistiek heeft'.

Toch is 'de journalistiek' in onze democratische rechtsstaat niet de enige macht buiten de trias politica die het doen en laten van de overheid controleert. De overheid heeft, niet zelden op last van het parlement, diverse onafhankelijke commissies en raden ingesteld om zichzelf te laten controleren, zoals de Algemene Rekenkamer, de Nationale Ombudsman en de Onderzoeksraad voor Veiligheid (OVV). Daarnaast kennen we de speciale, door de regering ingestelde, onderzoekscommissies en de parlementaire enquêtecommissies, die het parlement zelf instelt, beide tijdelijk van aard, meestal na rampen en ongelukken of verkeerd uitpakkend beleid.

De OVV schrijft in het in 2018 verschenen boek 'Onafhankelijk onderzoek in het publiek belang' dit: 'de feiten op een rij zetten en daar een zuiver oordeel over vellen: dat is de opdracht van commissies en instanties die onafhankelijk onderzoek verrichten naar kwesties die de publieke orde hebben verstoord'.

Het doel ervan is, naar eigen zeggen, het terugbrengen van maatschappelijke rust en het stutten van de democratische rechtsstaat. Onderzoeksjournalistiek is niet uit op rust, maar verder overlappen deze controlerende machten elkaar in doel en werkwijzen.

Verschillen zijn er ook, en deze verschillen laten zien dat het voor onderzoeksjournalistiek vaak lastiger opereren is. Onderzoekscommissies kunnen bijvoorbeeld vaak onder ede verhoren. De Wet openbaarheid van bestuur (Wob) is niet van toepassing op onafhankelijke instellingen als Algemene Rekenkamer of Ombudsman, en zij hoeven ook niet in strafzaken te komen opdraven. En ander verschil is dat onderzoekscommissies soms geheimhoudingsplicht hebben, terwijl de publicatie juist het sluitstuk vormt van de onderzoeksjournalistiek, waardoor sommige informanten minder geneigd zullen zijn mee te doen.

Ook de vergelijking met wetenschappelijk onderzoek is interessant. Bij de wetenschap staat weliswaar 'de waarheid' dan wel 'het wetenschappelijke belang' voorop, maar uitkomsten van wetenschappelijk onderzoek dienen ook het maatschappelijk belang (en de wetenschap wil graag 'maatschappelijk relevant' zijn). Bij onderzoekscommissies is de maatschappelijke betekenis van het onderzoek zelf (zoals rouwverwerking na rampen) en de politieke betekenis – gehoor geven aan de eis van het parlement – niet zelden net zo belangrijk als de reconstructie en het leervermogen dat het onderzoek oplevert.

Een belangrijke overeenkomst tussen wetenschap, commissies en onderzoeksjournalistiek is misschien wel de presentatie van de uitkomsten. Als die niet goed worden gepresenteerd, zullen de effecten tegenvallen of zelfs averechts kunnen uitpakken. Het gezag van de voorzitter, de wetenschapper en de journalist(en) en medium (of combinatie van media) is zeer belangrijk voor de impact van het onderzoek.

Ook wat betreft financiering lijken wetenschap en onderzoeksjournalistiek steeds meer op elkaar: industrie, fondsen en burgers subsidiëren steeds vaker onderzoek.

Weer een verschil is de begrenzing in de tijd. Wetenschap is een doorlopend proces, tijdelijke onderzoekscommissies zijn per definitie tijdelijk, en onafhankelijke toezichtsorganen zoals de OVV houden in de regel ook op met hun werk na afronding van het onderzoek, al is daar nu de tendens om meer follow-uponderzoek te doen. Journalistiek is letterlijk de waan van de dag – vandaar het woord dagblad – en ook de meeste onderzoeksjournalisten gaan zich na publicatie van hun onderzoek met een ander onderzoek bezighouden. Een uitzondering vormen onderzoeksdoSSIERS die verschillende media aanleggen over bepaalde onderwerpen.

Onderzoeksjournalistiek heeft dus, vanuit verschillende invalshoeken bekeken, overeenkomsten en verschillen met wetenschap en onafhankelijke politieke onderzoekscommissies. De vraag is of het gescheiden werelden blijven of dat ze steeds dichterbij elkaar toegroeien. Hier wordt binnen wetenschap en journalistiek vooralsnog nauwelijks over nagedacht of gedebatteerd.

Aantal onderzoeksjournalisten in Nederland

In dit onderzoek hebben de fluïde grenzen van het begrip onderzoeksjournalistiek een nadeel. Omdat de groep niet precies kan worden afgebakend – iedere burger kan zich tenslotte journalist noemen en dus ook onderzoeksjournalist – kunnen we niet precies becijferen hoeveel onderzoeksjournalisten er in Nederland actief zijn. De VVOJ telt circa 600 leden, maar dat is inclusief Vlaanderen. In Nederland zijn het er circa 500. De Nederlandse Vereniging van Journalisten (NVJ) kent geen aparte afdeling onderzoeksjournalisten. En voor beide verenigingen geldt dat zij slechts een deel van de journalisten tot hun leden kunnen rekenen. Om een andere weg te bewandelen bij de bepaling van het aantal onderzoeksjournalisten in Nederland hebben we voor de journalisten die begin 2018 producties inzonden voor de prijs voor onderzoeksjournalistiek, De Loep, bekeken of zij lid zijn van de VVOJ. Van de 123 inzendingen blijkt ruim 55% van de inzeggende journalisten lid te zijn van de VVOJ. Dit betekent niet dat al die inzeggende onderzoeksjournalisten lid zijn van de VVOJ, maar dat zij in 2017 één of meer producties hebben vervaardigd die zij de prijs van De Loep waardig vonden.

Daarnaast is het onduidelijk hoe representatief de VVOJ is voor het hele journalistieke veld in Nederland. Dit vereist meer onderzoek. Er wordt in ieder geval gezegd dat regionale onderzoeksjournalisten binnen de vereniging nog ondervetegenwoordigd zijn.

Kortom, er zijn journalisten die lid zijn van de VVOJ ook al doen ze nauwelijks of geen onderzoeksjournalistiek (meer). En er zijn nog meer journalisten die onderzoeksjournalistiek bedrijven, (op fulltime of parttime-basis), zonder lid te zijn van een vereniging als VVOJ of NVJ.

Daarom is vooralsnog de beste indicatie voor het aantal *actieve* onderzoeksjournalisten in Nederland het aantal journalisten dat producties inzendt voor de drie prijzen die jaarlijks worden uitgereikt aan de beste onderzoeksjournalistieke publicaties/producties: De Loep (door de VVOJ), De Tegel (Stichting Jaarprijzen voor de Journalistiek) en de M.J. Brusseprijs voor het beste journalistieke boek (Fonds voor Bijzondere Journalistieke Projecten). Over het jaar 2017 werden voor De Loep 123 producties ingezonden, voor de afdeling Onderzoek van De Tegel circa 40, en voor de M.J. Brusseprijs 166. (Daarnaast zijn er nog tal van andere nationale, regionale en lokale journalistieke prijzen die hier onvermeld moeten blijven, evenals de

internationale European Press Prize). Het totaal aantal Nederlandse inzenders voor bovengenoemde prijzen, overlap verdisconteerd, bedraagt naar schatting tussen de 200 en 250 journalisten.

Toch is er reden om aan te nemen dat het aantal onderzoeksjournalisten in Nederland in werkelijkheid hoger is. Er zijn ook onderzoeksjournalisten die geen producties hebben ingezonden (uit de combinatie van inhoudelijke analyse van de inzendingen van De Loep en de enquêteresultaten van onderzoeksjournalisten blijkt een zeker bias voor onderwerpen met een politieke impact, andere onderwerpen/journalisten hebben kennelijk niet ingezonden. Zie ook hoofdstuk 4 en 5).

Een andere benadering is om de verhouding tussen 'gewone' journalisten en onderzoeksjournalisten te bepalen. Dat is lastig omdat onderzoeksjournalisten vaak ook 'gewone' journalistiek bedrijven. Respondenten in de enquête onder onderzoeksjournalistieke media geven een verhouding van één-op-zes, dat wil zeggen één journalist die (ook) aan onderzoeksjournalistiek doet, op een totaal van zes journalisten. Bij redacties waar fulltime onderzoeksjournalisten werkzaam zijn, zijn de verhoudingen anders. De onderzoeksredactie van NRC Handelsblad telt 5 tot 6 redacteuren (op een redactie van circa 200 redacteuren – in vaste dienst en zzp) en de onderzoeksredactie van het NPO-tv-programma Nieuwsuur telt 4 à 5 fulltime onderzoeksjournalisten (op een redactie van circa 50 personen). Hier ligt de verhouding dus eerder op één-op-tien tot één-op-dertig. Als we uitgaan van een getal van 10% onderzoeksjournalisten op een totaal aantal journalisten, komt dit voor het ledenbestand van de NVJ op 6.803^3 leden (exclusief studenten) $\times 10\% =$ ongeveer 680 onderzoeksjournalisten.

De verschillen tussen de schattingen lopen dus zeer uiteen waardoor een ruime bandbreedte nodig is; 300-600 onderzoeksjournalisten in Nederland lijkt een redelijke inschatting. Om een nauwkeurige bepaling te doen is een precieze afbakening nodig. Daarbij moet ook rekening worden gehouden met de toename van het aantal onderzoeksjournalistieke publicaties van zzp'ers in met name printmedia.

Karakterisering onderzoeksjournalisten

Aangezien de eigen onderzoeksvraag het belangrijkste element is van onderzoeksjournalistiek, is het hoofdkenmerk van een onderzoeksjournalist dat deze zelf een vraag kan formuleren, zonder dat die vraag reeds allerwegen wordt gesteld. Natuurlijk, de vraag kan wel worden gesteld – in parlement, in de media of door het publiek – maar als niemand het de moeite waard vindt deze te beantwoorden, en de onderzoeksjournalist wel, dan is ook dit een eigen onderzoeksvraag. En natuurlijk, niet zelden of zelfs vaak wordt de vraag voorgelegd door een burger, boze werknemer of een 'klokkenluider', en soms het antwoord ook. In het laatste geval moet de journalist in staat zijn de waarde van deze informatie te taxeren voordat hij/zij de vraag overneemt en aan het werk gaat. Scherpzinnig, argwaan en een gevoel voor dingen die niet zichtbaar of hoorbaar zijn in de gemedieerde werkelijkheid zijn de eigenschappen die het meest worden genoemd bij het profiel van de onderzoeksjournalist.

³ Uit jaarverslag NVJ 2017.

De vraag naar de verhouding tussen vaardigheden enerzijds en intuïtie, karakter en gedrevenheid anderzijds wordt op verschillende manieren beantwoord. Sommigen zeggen dat vaardigheden 90% van het werk vormen en gedrevenheid 10%. Anderen leggen de meeste nadruk op de gedrevenheid van de journalist om misstanden bloot te leggen of, om het breder en neutraler te trekken, 'de werkelijkheid achter de werkelijkheid' te laten zien. De vaardigheden die hiervoor nodig zijn, zijn dan, met vallen en opstaan, te leren. Het omgekeerde is niet mogelijk: als de vaardigheden er wel zijn, maar de wil ontbreekt om al die moeite te doen en alle risico's die bij onderzoeksjournalistiek horen – intern-organisatorisch, privé, juridisch en financieel – dan is een onderzoeksproject gedoemd te mislukken. Uithoudingsvermogen en een stevige ruggengraat zijn daarom vereisten.

Over de vraag waar de onderzoeksjournalist door wordt gedreven, bestaat geen eenstemmigheid. Sommigen zeggen: rechtvaardigheid. Anderen zeggen: de waarheid. En sommigen geven toe dat eigen karakter en ego er ook toe bijdragen om onderzoeksjournalistiek te bedrijven. De eer van een 'scoop' en een uniek verhaal daarbij, en mogelijk een prijs naderhand, is een drijfveer die geheel terecht is. De eer, het politiek-maatschappelijke effect, en die mogelijke prijs vormen tenslotte drijfveren die in menig professioneel beroep gelden, ook als het om amateursport of amateurtoneel en dergelijke gaat. De onderzoeksjournalisten die zeggen rechtvaardigheid na te streven, conform de Universele Verklaring van de Rechten van de Mens, hebben eenzelfde instelling als sommige politici, sociale bewegingen, activisten en NGO's. Dat is ook de reden dat anderen binnen de onderzoeksjournalistiek 'de waarheid' liever als drijfveer hanteren: 'Tell the truth, and run' (Drew Sullivan). Dit lijkt een minderheidsopvatting te zijn. De meerderheid lijkt het oordeel van de oprichter van de online onderzoekssite Follow The Money, Eric Smit, te delen: 'Als je je niet betrokken voelt, hou je het niet vol. Je moet overtuigd zijn dat die lui die je onderzoekt slecht zijn'⁴.

In beide gevallen – waarheid of rechtvaardigheid – verschilt de werkwijze van de onderzoeksjournalist van die van zijn 'gewone' collega. De laatste kan zich verschuilen achter een woordvoerder, de eerste niet. Bronnen kunnen niet op hun blauwe ogen worden vertrouwd. En alle informatie kan alleen publiek worden gemaakt als deze zelf is gecheckt, dan wel in de samenhang de bewijskracht vormt, waarbij er onderliggende bewijsstukken dienen te zijn, zoals in een rechtszaak. In de praktijk is de onderzoeksjournalist soms aanklager en rechter tegelijk. Maar bij fouten – verzinsels, plagiaat - loopt hij, meer dan een gewone journalist, het risico de eigen reputatie aan diggelen te zien vallen.

⁴ Uitreiking De Loep, Pakhuis de Zwijger, 6 april 2018

4 Ontwikkelingen onderzoeksjournalistiek

In dit hoofdstuk schetsen we een aantal belangrijke ontwikkelingen in de onderzoeksjournalistiek, met als belangrijkste elementen de toename van de (erkenning van het belang van de) onderzoeksjournalistiek, de toename van uiteenlopende vormen van samenwerking tussen onderzoeksjournalisten en media, de positie van zzp'ers versus journalisten in vaste dienst, het gebrek aan onderzoeksjournalistiek op lokaal niveau (en het gevarieerde beeld op regionaal niveau), de veranderende financiering van onderzoeksjournalistiek en het belang van datajournalistiek.

Somberheid en vreugde

Er is somberheid en er is vreugde over de onderzoeksjournalistiek. Er is sprake van sterke groei hier, en het verdwijnen van de onderzoeksjournalistiek daar. Er is sprake van een explosieve groei van het aantal journalisten dat zich met onderzoeksjournalistiek bezighoudt in Nederland. Maar er is ook sterke mate van (letterlijke) verarming in de onderzoeksjournalistiek: naast de onderzoeksjournalisten in vaste dienst – met ook een juridische back-up – zijn er steeds meer zzp'ers die ver onder het minimumloon onderzoeksjournalistieke producties vervaardigen. Er is, afgaande op de inzendingen voor journalistieke prijzen, een enorme groei in het aantal journalistieke producties dat zich als onderzoeksjournalistiek presenteert. Tegelijkertijd wordt er op alle niveaus – lokaal, regionaal maar ook landelijk en internationaal – geklaagd dat een deel van de publicaties weliswaar politiek-maatschappelijke impact heeft en leidt tot follow-up-onderzoek, maar dat voor veel publicaties de impact onvoldoende wordt geacht.

Wat de financiering betreft is er ook sprake van een groeiende polarisatie en verscheidenheid. Er zijn online onderzoekssites, zoals de Rotterdamse redactie Vers Beton in Rotterdam, die nauwelijks tot geen externe inkomsten hebben en nagenoeg geheel uit vrijwilligerswerk bestaan. Daartegenover staan de gevestigde nationale 'oude media' die over het algemeen geld beschikbaar hebben maar niet kunnen (of willen) aangeven hoeveel geld ze besteden aan onderzoeksjournalistiek. Dit onder het motto: 'Als het nodig is, doen we het'. Op lokaal niveau daarentegen is de onderzoeksjournalistiek in de meeste gemeenten bijna geheel verdwenen.

Een fenomeen dat sinds begin deze eeuw steeds grotere vormen aanneemt, is dat van het 'geefgeld'. Naast de reeds enkele decennia bestaande fondsen zoals de Stichting Democratie en Media en het door de overheid gefinancierde Fonds Bijzondere Journalistieke Projecten (FBJP) – die beide op bescheiden schaal onderzoeksjournalistieke projecten subsidiëren – is er een scala van bekende en minder bekende geldschieters bijgekomen die naast andere sociale en culturele projecten ook onderzoeksjournalistiek subsidiëren. Het gaat hierbij om fondsen van rijke families, zoals de familie Van Vliet, of van stichtingen die op staatsgesteunde manieren hun geld verdienen en deels weer teruggeven aan 'de burgerij', zoals de Postcodeloterij. Internationaal behoren tot de grootste geldschieters aan projecten die geheel of gedeeltelijk journalistiek van aard zijn de Soros Foundation, Robert Mercer en Google terwijl ook sommige overheden, zoals de Amerikaanse, onderzoeksjournalistieke redacties mede financieren, zoals de OCCRP, The Organized Crime and Corruption Reporting Project van oprichter Drew Sullivan.

Een groeiende loot aan de boom van de onderzoeksjournalistiek wordt louter en alleen gefinancierd door donaties en abonnees, zoals het International Consortium of Investigative Journalists (ICIJ). Tenslotte is een nieuw fenomeen dat in Nederland nog nauwelijks tot geen aandacht heeft gekregen, behalve dan in een van de mogelijke consequenties ervan: de Brexit en vooral de verkiezing van Donald Trump tot president van de Verenigde Staten van Amerika. Dat nieuwe fenomeen bestaat uit de rijke private fondsen die media opkopen of journalistieke projecten starten om politieke invloed te genereren. De voorbeelden in de VS zijn het bekendst. Daar zijn de media onderdeel geworden van een harde politieke strijd, zoals die tussen Amazon-eigenaar Jeff Bezos en president Donald Trump. Bezos, rijkste man ter wereld, kocht The Washington Post om Trump te bestrijden. Trump ondersteunt de regionale zenders die hem positief gezind zijn, en probeert permanent de beurswaarde van Amazon omlaag te twitteren. In de Amerikaanse traditie is deze inzet van media in de politieke strijd altijd gangbaar geweest, terwijl in Nederland in de tijd van de verzuiling vrijwel alle media propagandakanalen voor de eigen zuil waren. In de VS is er een steeds breder en gevarieerder palet aan stichtingen gekomen die zich ook met media en onderzoeksjournalistiek bezighouden: van de regelrechte ideologische vlammenwerpers als de Heritage Foundation en de American Enterprise Institute tot tamelijk progressieve en ook transparante stichtingen als Not on my Watch van George Clooney.

Het fenomeen van de 'stakeholder-driven media' is dus een fenomeen met twee gezichten. Het reactionaire Breitbart.com van Steve Bannon hoort er toe, maar ook greenpeace.org. Wat ze gemeen hebben, is dat ze verschillen van de ons bekende 'oude media' in hoe ze hun media-activiteiten ondergeschikt maken aan hun politieke doel. En hoe ze hun doel bereiken door 'communities' te vormen buiten de bestaande gemeenschappen en media om. Ook in Nederland is dit (beperkt) zichtbaar, denk aan Geen Stijl en allerlei Facebook-communities.

Internationaal is de trend dus enerzijds 'geefgeld', met alle zon- en schaduwzijden hiervan voor de onafhankelijkheid en objectiviteit van de berichtgeving, en anderzijds non-profit-media-organisaties die geheel gefinancierd worden door donaties en subsidies van burgers, en ook steeds meer input krijgen van vrijwillige 'burgerjournalisten'. Volgens Mark Hunter van The Stakeholder Media Project is, gezien de afnemende inkomsten van de 'oude media', de toekomst aan de door burgers gefinancierde 'stakeholder-driven media' (SDM).

Het idee dat media niet langer afhankelijk kunnen of moeten zijn van advertentie-inkomsten, maar geheel moeten worden gefinancierd door donaties of abonneegelden is ook in Nederland in toenemende mate aan de orde. Bij vele 'oude media' – print en av-media – lopen de advertentie-inkomsten al sinds jaar en dag gestaag terug. Bij nieuwe online-media zoals Follow The Money en De Correspondent – begonnen met grote startsubsidies van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek en/of de Stichting Democratie en Media – is nu het verdienmodel vrijwel of geheel gebaseerd op abonneegelden.

Al met al is er alleen op lokaal niveau een eenduidig beeld van de onderzoeksjournalistiek. En dat is regelrechte somberheid. Op alle andere niveaus is het beeld gemengd, waarbij het beeld ook sterk verandert omdat zowel de complexiteit van de wereld sterk toeneemt als de op elkaar inwerkende politieke, economische en technologische krachten in de mediawereld. Tegenover het grote optimisme over de komst van internet en de 'datajournalistiek' – die inderdaad al voor vele scoops en prijzen heeft gezorgd –

voor de onderzoeksjournalistiek, groeit ook het pessimisme over de 'tegenkrachten', zowel van de overheden als van het nationale en vooral internationale bedrijfsleven.

Drew Sullivan van OCCRP meent dat de digitale Big Brother-capaciteit van overheden en bedrijfsleven vele malen sneller groeit dan het gelukkig toegenomen vermogen van onderzoeksjournalisten om met voor hen beschikbare software – datamining, datascraping e.d. – verborgen gegevens boven water te halen.

Voorbeelden zijn onderzoek naar Airbnb en vastgoed-zaken die worden blootgelegd. Volgens Sullivan is de onderzoeksjournalistiek bezig deze wapenwedloop met overheden en bedrijfsleven te verliezen. De enige oplossing is zijns inziens het oprichten van een, zeg maar, National Security Agency (NSA) van de burgers zelf. Samenwerking op non-profit-basis met de burgers is zijns inziens de enige toekomst voor de onderzoeksjournalistiek. (Over de reeds op gang gekomen en gewenste samenwerkingsverbanden hierna meer).

Lokale leegte, samenwerking elders

De 'leegte in het landschap' op mediagebied is op lokaal niveau eerder door ons vastgesteld (2014). In vele gemeenten onder de 50.000 inwoners vindt er weinig tot geen nieuwsgaring meer plaats. De huis-aan-huisbladen zijn daar soms de enige printmedia die de burgers nog kunnen ontvangen, en die hebben veelal louter commerciële doelstellingen en geen onafhankelijk-journalistieke. Regionale omroepen kunnen de lokale leegte ook nauwelijks vullen. Een voorbeeld: Omroep Gelderland heeft 12 regioverslaggevers om 35 gemeenten te coveren.

De gemeentelijke overheden domineren de nieuwsvoorziening, via deze huis-aan-huisbladen en via direct mail en via de eigen elektronische websites. Dit wil overigens niet zeggen dat deze dominantie ook altijd politieke stabiliteit oplevert voor de colleges van Burgermeester en Wethouders. Uiteindelijk gaat het in de politiek om vertrouwen. En de verdere groei van de lokale partijen bij de gemeenteraadsverkiezingen bewijst dat burgers, ondanks die mediadominantie, minder vertrouwen hebben in de gemeentelijke 'powers that be'.

Op regionaal niveau is het beeld veel gevarieerder. Het beeld daarvan dat nu bestaat, en dat deels gebaseerd is op gesprekken met regionale mediaexperts, kan alleen door grootschalig onderzoek verder worden ingevuld. Het beeld nu is dat op regionale schaal er een grote verscheidenheid bestaat: van fletse gebieden hier tot grote mediale successen daar. Dit heeft te maken met het beleid van de media-eigenaars, en hier loopt het verschil niet alleen tussen publieke omroepen en commerciële media en online-platforms, maar ook tussen de commerciële mediabedrijven onderling.

Zo kent het Noord-Hollands Dagblad (180.000 abonnees) geen onderzoekstraditie. De reden daarvoor is dat het onderdeel is van de Holland Media Combinatie, dat weer onderdeel is van de Telegraaf Media Groep (TMG), die nagenoeg geen onderzoeksjournalistiek bedrijft, behalve op het gebied van misdaad en showbizz.

De samenwerking tussen regionale kranten zoals De Gelderlander en Tubantia/Twentse Courant en de regionale publieke omroep RTV Oost en RTV Gelderland is afgebroken sinds de regionale kranten in handen zijn gekomen van De Persgroep. De eigenaar van De Persgroep, de Vlaming Van Thillo, beschouwt structurele samenwerking tussen zijn private mediaorganisaties en door publieke gelden gefinancierde

publieke omroepen als een spel op een 'ongelijk speelveld'. Anders gezegd wil hij de publiek betaalde omroepen niet extra steunen door privaat gefinancierd journalistiek onderzoek. Slechts in enkele gevallen komt samenwerking tussen private kranten en publieke lokale en/of regionale omroepen en commerciële 'startups' van de grond. Hierbij spelen ook, als vanouds, de cultuurverschillen tussen de verschillende mediavormen een rol: een tv-verslaggever denkt in beelden, een dagbladjournalist in woorden: 'Culture eats strategy for breakfast' (Peter Drucker).

Doordat de oude printbedrijven nu in toenemende mate multimediale bedrijven worden, en audiovisuele media als de NOS in toenemende mate ook digitale kranten gratis leveren, ontstaat er wel meer een multimediaal-georiënteerde journalist, en ook een multimediale denkwijze. Zo zijn er diverse regionale onderzoeksjournalistieke producties met prijzen bekroond, mede omdat ze multimediaal van vormgeving zijn. Een voorbeeld is het dossier aardbevingen van het Dagblad van het Noorden, en de digitale kaart van de aardbevingen van RTV Noord, mede gemaakt door input van burgers.

De aardbevingen in Groningen zijn, na lange jaren, nationaal nieuws geworden, en een zaak van permanente aandacht en zorg in rijksbeleid. Dat geldt niet of minder voor vele andere regionale onderzoeksjournalistieke producties. Ook al geldt in de onderzoeksjournalistiek het motto 'Alles begint lokaal' – met een verzakking, met een boos telefoontje, met een vastgoedzaak, een milieuverontreiniging, de Wmo – veel regionale projecten dringen door het gebrek aan samenwerking tussen de diverse regionale media onderling en regionale en landelijke media maar mondjesmaat door tot het landelijke politieke niveau (denk aan FC Twente, arts Jansen Steur, salmonella en voedselveiligheid in het algemeen). Wat overigens niet wil zeggen dat op lokaal, regionaal en provinciaal niveau de onderzoeksjournalistiek geen effecten sorteert, dat gebeurt vaak wel, en de uitslagen van de gemeenteraadsverkiezingen getuigen daar vaak ook van⁵.

Op landelijk niveau is er steeds meer sprake van samenwerking: tussen vaste redacties en freelancers, en tussen verschillende media, zoals krant/weekblad en een omroep. De meningen over de grenzen van deze samenwerking lopen overigens uiteen. Een van de bekendste 'tussenorganisaties is De Coöperatie, die zpp'er met een lidmaatschap ondersteuning biedt op gebied van faciliteiten, financiering en publicatiemogelijkheden. In de praktijk is het succes van dergelijke 'journalistieke uitzendbureaus' nog niet duidelijk. De meeste bestaande media van enige omvang – kranten, weekbladen, omroepen – willen behalve exclusiviteit ook greep op het hele proces van de formulering van de onderzoeksvraag tot het eindproduct en de vorm waarin dat wordt gegoten.

Waar de bestaande media – waartoe inmiddels ook de online abonnee-sites als De Correspondent en Follow The Money kunnen worden gerekend – wel veel voordeel in zien is de samenwerking op projectbasis tussen schrijvende en audiovisuele-journalisten. Dit omdat het bronnenmateriaal door de digitalisering behalve uit cijfers en letters ook steeds meer uit beeld bestaat, maar vooral omdat in een gezamenlijke presentatie van de onderzoeksjournalistieke productie de effectiviteit enorm vergroot. Wat veel regionale, maar ook soms landelijke media, ervaren is dat de tegenwerking van de onderwerpen van onderzoek – bedrijven, instanties, overheden – steeds groter wordt, en dat na publicatie de tegenacties ook heftiger worden, en als die geen

⁵ Zie het onderzoek van het SvdJ naar de gemeenteraadsverkiezingen 2018 (<https://www.svdj.nl/gr18/>) waaruit blijkt dat lokale partijen vaak daar winnen waar weinig lokale journalistiek is.

zin hebben, het stilzwijgen ook een steeds vaker gebruikte tactiek is. Samenwerking tussen onderzoeksplatforms zoals Investico, en een medium zoals De Groene Amsterdammer, of samenwerking tussen een krant als NRC Handelsblad en een tv-programma als Nieuwsuur kan voldoende onderzoeksjournalistieke massa maken om in onze versplinterde én overvolle 24/7-mediawereld impact te hebben.

Internationaal zijn de media die zelf aparte onderzoeksredacties hebben, zoals NRC Handelsblad, de afgelopen jaren ook steeds meer de samenwerking gaan opzoeken. Met gelijksoortige media, zoals The Guardian of De Standaard of Der Spiegel en/of internationale verenigingen op het gebied van de onderzoeksjournalistiek, zoals de European Investigative Collaboration (eic.network) en de genoemde International Consortium of Investigative Journalists (ICIJ)⁶. Er zijn ook tal van kleinere netwerken ontstaan die gezamenlijke onderzoeken hebben gepubliceerd, soms met steun van het Europese Journalismfund.eu dat cross-border onderzoeksjournalistiek steunt. De jaarlijks uitgereikte European Press Prize wil op Europese schaal de onderzoeksjournalistiek bevorderen, waarbij sommige vruchten van samenwerking bij voorkeur worden bekroond.

De bekendste voorbeelden van internationale samenwerking zijn tot nu geweest Wikileaks, de Panama Papers en de Paradise Papers. Hierbij werden consortia gevormd van media, die elk een deel van de vele miljoenen files bestudeerden die over hun eigen land gingen. Deze samenwerking toonde de potentiële slagkracht van geconcentreerde onderzoeksjournalistiek aan. Het kostte menig politicus zijn of haar baan, terwijl de diverse nationale belastingdiensten vele tientallen tot soms honderden miljoenen euro's aan achterstallige belasting, en boetes, konden innen. Daarom wordt door sommigen geopperd dat de onderzoeksjournalistiek recht moet krijgen op 'vindesloon', waarmee deze sector in den brede versterkt zou kunnen worden.

Samenwerking is dus troef in de onderzoeksjournalistiek. Het behoeft dan ook geen verbazing dat regionale media-experts de noodzaak onderstrepen van samenwerking tussen media en journalisten. Zij zien weinig in versterking van bestaande mediastructuren, zoals de lokale omroepen, en veel in projectmatige clustering van thema's over alle provincies en regio's, uitgevoerd door ad hoc-teams van deels of geheel gesubsidieerde onderzoeksjournalisten. De thema's voor 'de stand van het land' die zij op tafel leggen zijn legio. Voorbeelden: 'ondermijning', milieuverontreiniging, vastgoedfraude, voedselveiligheid, plagen als de teek en processierups, de gemeentelijke financiële en praktische problemen op het gebied van de Wmo, de jeugdzorg, het leerlingenvervoer, discriminatie en grensoverschrijdend gedrag in de sport. De samenwerking met de burgers als informant en leverancier van documenten (zoals inzake Wmo en ziektekosten) die bij sommige van deze thema's al wordt gepraktiseerd, zou naast de samenwerking tussen de journalisten een extra kracht kunnen vormen.

Volgens deze regionale experts zouden de overheden ook veel baat kunnen hebben bij dit soort projecten, al dan niet gebaseerd op enquêtes of burgerjournalistiek. Als concreet voorbeeld wordt het faillissement van de DSB-bank genoemd. Hier zou een consortium van onderzoeksjournalisten een grotere vuist hebben kunnen maken.

⁶ Zie <https://eic.network/> en <https://www.icij.org/>

Vast versus freelance

Over een aantal ontwikkelingen lopen de meningen onder de experts uiteen. Dat geldt inhoudelijk voor de dominante thematiek van de onderzoeksjournalistiek, en dat geldt in praktische zin voor de financiële en juridische gevolgen van onderzoeksjournalistiek voor de gevestigde media en nog meer voor de freelancers.

Afgaande op de nationale en Europese prijzen die voor onderzoeksjournalistieke producties worden uitgereikt kan een zekere eenzijdigheid in de gekozen thema's worden geconstateerd. De focus ligt erg op corruptie, geldstromen vastgoed, maffia, milieu, vrouwenhandel, kortom op 'zware onderwerpen'. Deze voorkeur vloeit ongetwijfeld voort uit de geschiedenis van de onderzoeksjournalistiek die vanaf de tijd van 'the muckrakers' (slijkdelvers) in de USA rond 1900 gericht was op corruptie en misstanden in het bedrijfsleven en de politiek. Hoe terecht deze focus ook moge zijn, sommige onderzoeksjournalisten, zoals Drew Sullivan, menen dat hierdoor de sociaal-culturele aardverschuivingen – als gevolg van bijvoorbeeld de toenemende financiële tweedeling in de wereld, en de migratiestromen – niet genoeg zijn bestudeerd. En die aardverschuivingen hebben tot Brexit en Donald Trump geleid.

In Nederland is er ook relatief weinig aandacht voor geestelijk leven, kunst en cultuur, sport en sociale zaken. De jury van de Bruseprijs 2018 voor het beste journalistieke boek constateerde in juni 2018 dat er onder de 166 ingezonden boeken veel reportages uit verre buitenlandse landen waren, en nauwelijks uit het binnenland. En dat een van de felste debatthema's in media en politiek – identiteit – nauwelijks onderwerp was van onderzoeksjournalistiek in 2017.

Over de groeiende welvaarts kloof binnen de onderzoeksjournalistiek – tussen de vaste-dienst-verbanders en de zzp'ers – en de ideale financiering van onderzoeksjournalistiek staan twee kampen tegenover elkaar. Sommigen zeggen dat vooral de zzp-journalist moet worden gesteund, en dat dit het beste kan via fondsen en projectsubsidies. Anderen benadrukken juist de waarde van de grote institutionele media als het gaat om onderzoeksjournalistiek. Om drie redenen: 'tijd, kwaliteit & veiligheid'.

Een zzp'er kan wel een subsidie krijgen voor een onderzoek, en zelfs een contract hebben met een uitgever, maar dan nog is een afdoende inkomen en enig publicitair effect nauwelijks gegarandeerd. Een journalist in vaste dienst kan zich langdurig vastbijten in een dossier, en afhankelijk van zijn of haar reputatie kan die tijd lang zijn, wat de werkgever al gauw vele tienduizenden euro's of meer per productie kan kosten.

De kwaliteit van zzp-journalisten is moeilijker vast te stellen dan die van onderzoeksjournalisten in vaste dienst. Dat zijn vaak doorgewinterde, en gespecialiseerde, journalisten die in staat zijn ingewikkelde dossiers te doorgronden en begrijpelijk aan een publiek te presenteren. Zij hebben ook minder moeite de eigen organisatie van nut en noodzaak te overtuigen dan een freelancer.

De veiligheid van de onderzoeksjournalist tenslotte is een veel genoemd punt dat acuut verbetering behoeft. Onderzoeksjournalisten doen vaak onderzoek naar dossiers die hen in conflict brengen met machthebbers op zeer divers terrein. Bekende burgers en bedrijven aarzelen steeds minder advocaten in stelling te brengen, terwijl overheden, ook het OM, steeds minder aarzelen opsporingsmethoden – afluisteren, opvragen telefoongegevens van de journalist – in te zetten om onwelkome publicaties te voorkomen. Deze groeiende tegenwerking van de onderzoeksjournalist vraagt om morele en concrete steun van hoofdredacties en directies. Vaste arbeidscontracten zijn hierbij noodzaak, daar bij rechtszaken dan het medium gedaagd wordt en niet de journalist. Een zzp'er moet zichzelf verweren, en eventuele advocatenkosten zelf betalen. De juridische ondersteuning door de beroepsvereniging NVJ is nu zeer bescheiden, zo niet minimaal.

Ondanks de veelgenoemde bloei van de onderzoeksjournalistiek in Nederland wordt de toekomst dus niet unisono positief beoordeeld. Nu het dagelijkse nieuws steeds meer gratis is voor de burgers, levert het dagelijkse nieuws steeds minder op voor de grote media. Waar een landelijke krant decennia geleden nog, zeg, honderd eigen nieuwsberichten per dag leverde, zijn dat er nu soms nog geen tien. De rest bestaat uit columns, achtergronden, varia én eigen onderzoeksjournalistieke producties. Onderzoeksjournalistiek is hiermee onderdeel van het 'business model' geworden, een van de weinig overgebleven middelen om zich te onderscheiden. Dit wordt als positief beschouwd, ook vanwege de politieke en maatschappelijke effecten ervan.

Aan de andere kant zijn de ontwikkelingen in omroep- en krantenland dat er steeds projectmatiger wordt gewerkt, en dat journalisten steeds meer als contractmedewerkers worden gebruikt en behandeld, waarbij ze soms zelfs een 'vrijwaring' dienen te tekenen dat alle mogelijke juridische en financiële claims voor eigen rekening zijn. Zijn de honoraria voor langlopende producties dus alleen maar lager geworden, de pogingen van overheden en bedrijven om informatie aan het zicht van de journalistiek te onttrekken worden steeds heftiger en de tijd die het kost om die info te vergaren dus langer, terwijl de risico's voor de freelance-onderzoeksjournalist alleen maar zijn toegenomen.

5 Onderzoeksjournalisten en onderzoeksjournalistieke media: een stand van zaken

In dit hoofdstuk geven we de uitkomsten weer van twee enquêtes: één onder onderzoeksjournalisten, verzonden onder het ledenbestand van de Vereniging van Onderzoeksjournalisten (VVO), en één onder media, verzonden aan de leden van het Genootschap van Hoofdredacteuren. De laatste enquête is, om de representativiteit te verhogen, ook aan een aantal andere onderzoeksjournalistieke media verstuurd. De respons onder onderzoeksjournalistieke media was beperkt. We hebben er daarom overwegend voor gekozen om de resultaten onder media niet in figuren en tabellen weer te geven maar tekstueel om er niet meer gewicht aan te hechten dan gerechtvaardigd is.

Onderzoeksjournalistieke media

Alle respondenten in de enquête onder media (n=17) geven aan dat zij aan onderzoeksjournalistiek doen conform de definitie die wij voorlegden. Dat betekent niet dat ze alléén aan onderzoeksjournalistiek doen, zo blijkt onder meer uit hun opgave van het percentage bij hen actieve journalisten dat aan onderzoeksjournalistiek doet: 16% (222 onderzoeksjournalisten op een totaal van 1383 journalisten). Van de respondenten (media) geven er 4 aan dat ze onderzoeksjournalisten in dienst hebben die uitsluitend zijn aangesteld voor onderzoeksjournalistiek en 13 dat ze zowel onderzoeksjournalistiek als 'reguliere' journalistiek bedrijven.

Er zijn onder respondenten (media) drie belangrijke redenen om aan onderzoeksjournalistiek te doen: (1) het is onderdeel van de kerntaak of opdracht, (2) het is een keuze van de redactie en (3) het gaat om het vervullen van een maatschappelijke functie. Minder vaak wordt genoemd het voldoen aan een vraag van het publiek.

Tabel 5.1 Redenen om aan onderzoeksjournalistiek te doen, meerdere antwoorden mogelijk (n=17)

	Aantal media
Onderdeel van de kerntaak of opdracht	13
Uit eigen keuze van de redactie	13
Vanwege de maatschappelijke functie	12
Het beantwoorden aan een vraag vanuit het publiek	5
Verhalen dienen zich aan	1
Behoefte onderscheidend te zijn	1

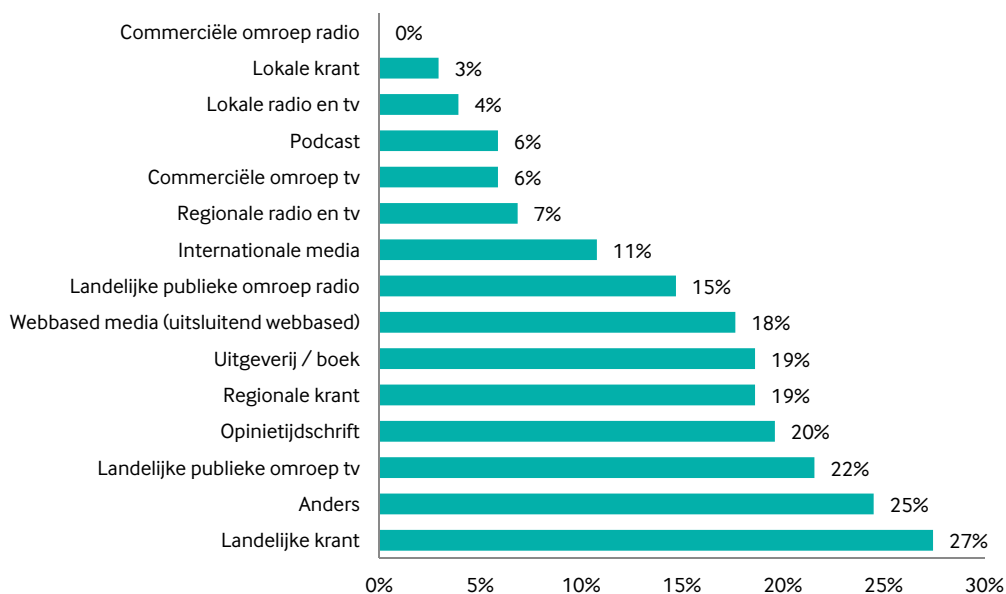
De respondenten geven aan dat gemiddeld 18% van hun totale aantal producties onder onderzoeksjournalistiek valt. De verschillen zijn groot, 12 respondenten geven aan dat minder dan 10% onderzoeksjournalistiek betreft, twee geven aan dat het meer dan 80% is.

Onderzoeksjournalisten

Voltijds onderzoeksjournalisten zijn er maar weinig. In de enquête onder onderzoeksjournalisten geeft zo'n 60% van de respondenten aan dat hun onderzoeksjournalistieke werkzaamheden minder dan driekwart van hun tijdsbesteding beslaan. Gemiddeld besteden de respondenten iets meer dan de helft van hun tijd aan onderzoeksjournalistiek. Dat terwijl de respondenten wel overwegend voltijds journalisten zijn (gemiddeld werken ze zo'n 0,9 fte). Kortom, de geënquêteerden zijn journalisten van een bepaald type: journalisten die een meer of minder groot deel van hun tijd besteden aan onderzoeksjournalistiek. Zo moeten de onderzoeksuitkomsten dan ook gelezen worden, als antwoorden van journalisten met een specialisatie in de onderzoeksjournalistiek.

De respondenten van de enquête onder onderzoeksjournalisten hebben aangegeven bij welk soort medium ze actief zijn. Het was mogelijk om meerdere antwoorden te geven, zodat ook zzp'ers met verschillende opdrachtgevers hun antwoorden kwijt konden. Landelijke kranten en de landelijke publieke tv-zenders blijken het vaakst als opdrachtgever op te treden. Voor lokale media en commerciële radio en televisie zijn respondenten zelden actief. Een veelgenoemde categorie is 'anders'; het betreft hier onder meer vakbladen (5x), onderwijs (3x) en actieonderzoek en NGO-werk (3x).

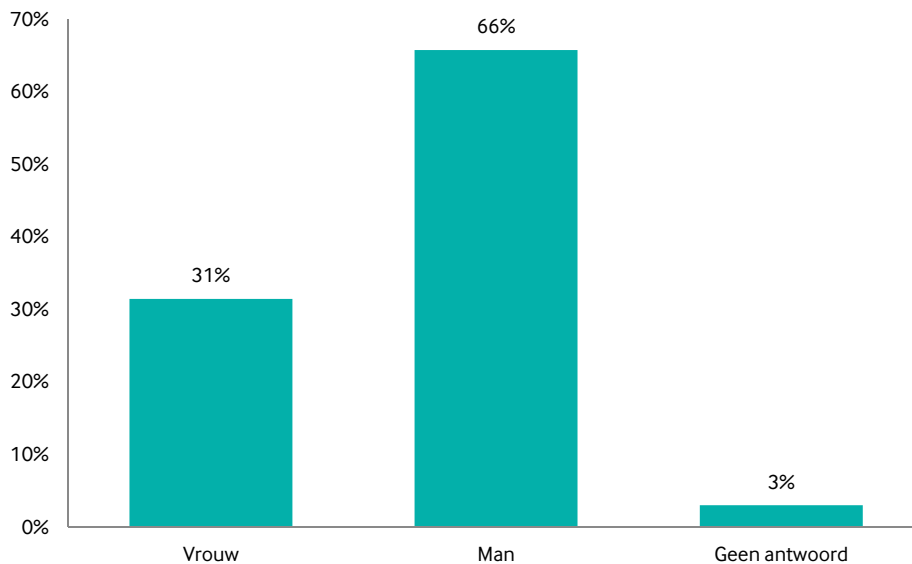
Figuur 5.1 Percentage van respondenten (onderzoeksjournalisten) dat actief is voor een bepaald medium, meerdere antwoorden mogelijk



Van de respondenten is twee-derde man en een-derde vrouw. Dat roept de vraag op of de onderzoeksjournalistiek een typisch mannenberoep is. Uit onderzoek onder redacties blijkt dat in de journalistiek in zijn algemeenheid mannen in de meerderheid zijn (65%-35% volgens de laatste representatieve meting uit 2009), hoewel (jonge) vrouwen aan een opmars bezig zijn, in het bijzonder in de

groep zzp'ers⁷. De opmars vertraagt waar het gaat om vaste aanstellingen voor vrouwen. De sekseverdeling onder onderzoeksjournalisten zou dus niet veel afwijken van die onder alle journalisten.

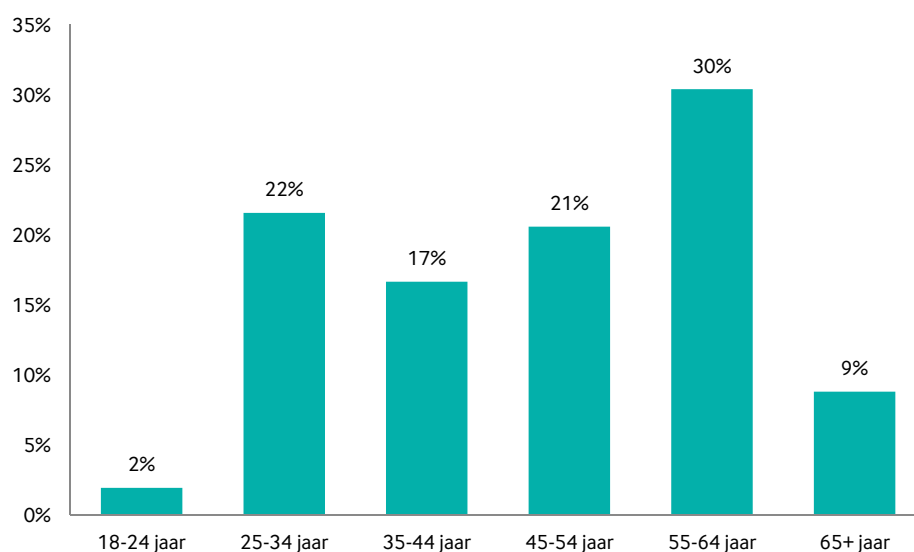
Figuur 5.2 Geslacht van respondenten (onderzoeksjournalisten)



De leeftjidsverdeling onder respondenten is vrij gelijkmatig, met een lichte oververtegenwoordiging van de groep 55-64 terwijl de groep 35-44 licht ondervertegenwoordigd is. Er van uitgaande dat de respondenten representatief zijn voor de beroepsgroep zou een verklaring kunnen zijn dat onder de groep 35-44 relatief veel onderzoeksjournalisten voor een ander beroep hebben gekozen omdat er, met name bij landelijke en regionale kranten, bezuinigd is en geen vaste contracten meer werden aangeboden. De oudere groep 55-64 behield wel zijn vaste aanstelling. Onder de groep 25-34 zouden dan meer zzp'ers moeten zijn. Deze relatie wordt echter niet bevestigd in de enquête, de leeftjidsopbouw onder zzp'ers en onderzoeksjournalisten met vaste contracten komt zeer sterk overeen.

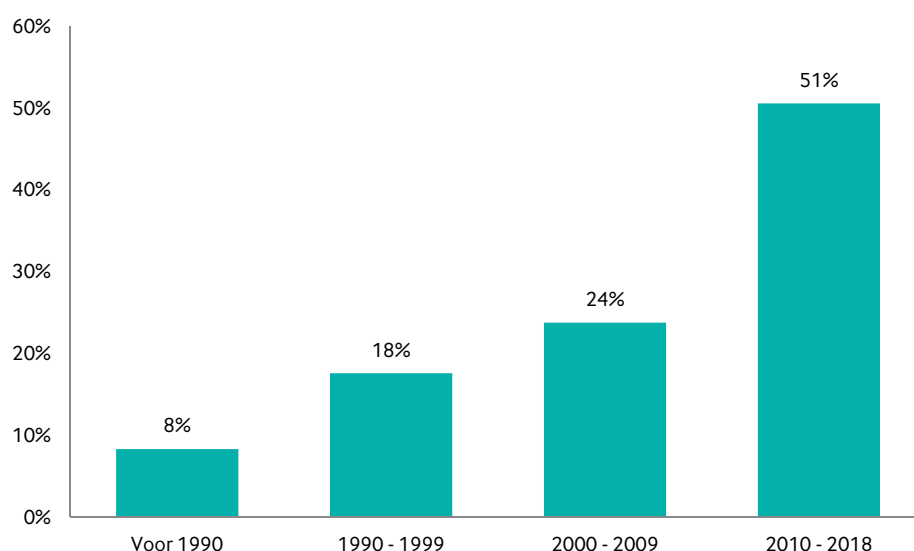
⁷ Voor een samenvatting van onderzoek over man-vrouwverhoudingen op redacties zie: <https://www.villamedia.nl/artikel/aan-vrouwen-geen-gebrek-maar/26830848-43574d0f> (geraadpleegd op 12 juni 2018).

Figuur 5.3 Leeftijdverdeling van respondenten (onderzoeksjournalisten)



Het is opvallend dat de helft van de respondenten aangeeft in 2010 of daarna met onderzoeksjournalistiek te zijn begonnen. Er is geen relatie met leeftijd of geslacht. Een mogelijke verklaring is dat het steeds gebruikelijker is geworden om onderzoeksjournalisten als aparte beroepsgroep te beschouwen. De oprichting van de VVOJ in 2002 is hiervoor illustratief. Het kan ook samenhangen met de grotere behoefte en noodzaak van journalisten om zich te onderscheiden van hun collega's-concurrenten. Het past in een beeld (dat elders in dit onderzoek ook aan de orde komt) van een opmars van onderzoeksjournalistiek.

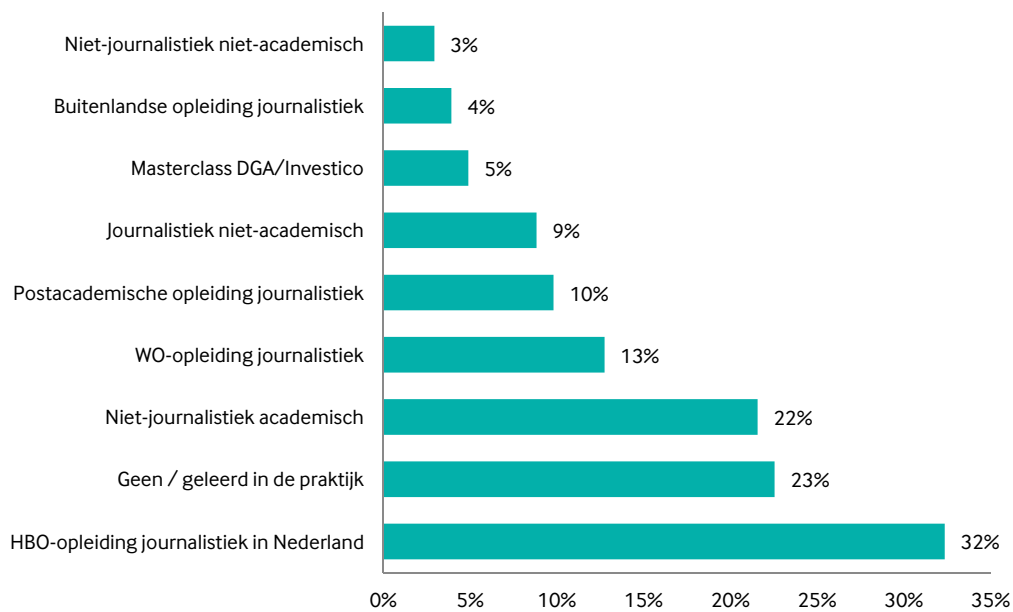
Figuur 5.4 Startjaar professie van respondenten (onderzoeksjournalisten)



Een-derde van de respondenten heeft een HBO-opleiding journalistiek gevolgd. Ongeveer een kwart van de respondenten zegt het vak te hebben geleerd in de praktijk en heeft geen andere antwoordoptie aangegeven. Ruim een-vijfde heeft een niet-journalistieke academische achtergrond. Opvallend is dat 5%

van de respondenten aangeeft de masterclass van Investico te hebben gevolgd. Het is één van de relatief recente opleidingsinitiatieven voor onderzoeksjournalisten. Zeer recent is een vakschool voor onderzoeksjournalistiek gestart, Open Eyes. Ook trainingen en cursussen van de VVOJ, de NVJ en Campus De Persgroep richten zich op (aspecten) van onderzoeksjournalistiek. Onder meer de toename van datajournalistiek vergt het bijleren van vaardigheden (en leidt overigens ook tot instroom van een heel nieuw type journalist: de datajournalist). Er is aldus sprake van een groei van bij- en nascholingsmogelijkheden in de onderzoeksjournalistiek.

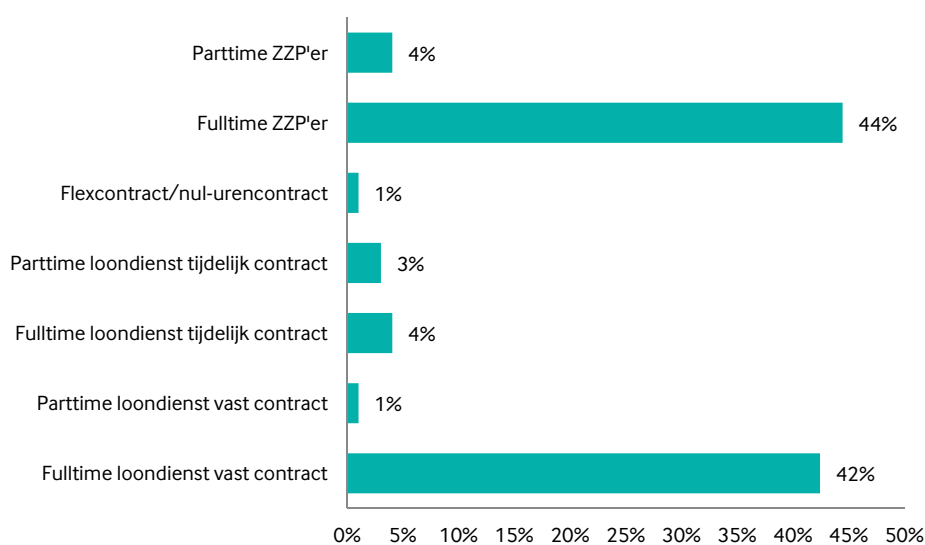
Figuur 5.5 Genoten opleiding van respondenten (onderzoeksjournalisten), meerdere antwoorden mogelijk



We hebben aan media gevraagd (in een open vraag) wat het profiel is van een goede onderzoeksjournalist. Meest genoemd is een academisch (kritisch/analytisch) werk- en denkniveau. Ook veel genoemd is mentaliteit: durf, uithoudingsvermogen en vasthoudenheid. Daarnaast moet een goede onderzoeksjournalist in staat zijn complexe materie te vertalen in een goed geschreven stuk. Tenslotte wordt kennis en ervaring genoemd, zowel van inhoudelijke thema's als met betrekking tot procedures en instrumenten (Wob-procedures, datajournalistiek).

De arbeidsrelatie van respondenten laat zich eenvoudig samenvatten: ruim 40% is in voltijds loondienst met een vast contact en ruim 40% is zzp'er. Daartussen zit weinig: weinig tijdelijke contracten en weinig parttime contracten. Drie respondenten combineren een tijdelijk contract met zzp-schap. Hieruit blijkt een duidelijke tweedeling in de onderzoeksjournalistiek. De tweedeling heeft geen relatie met leeftijd maar wel met geslacht: onder vrouwen is het percentage fulltime zzp'ers hoger en percentage fulltime vaste contracten lager (65% om 22%), onder mannen is dat beeld omgekeerd (34% om 54%).

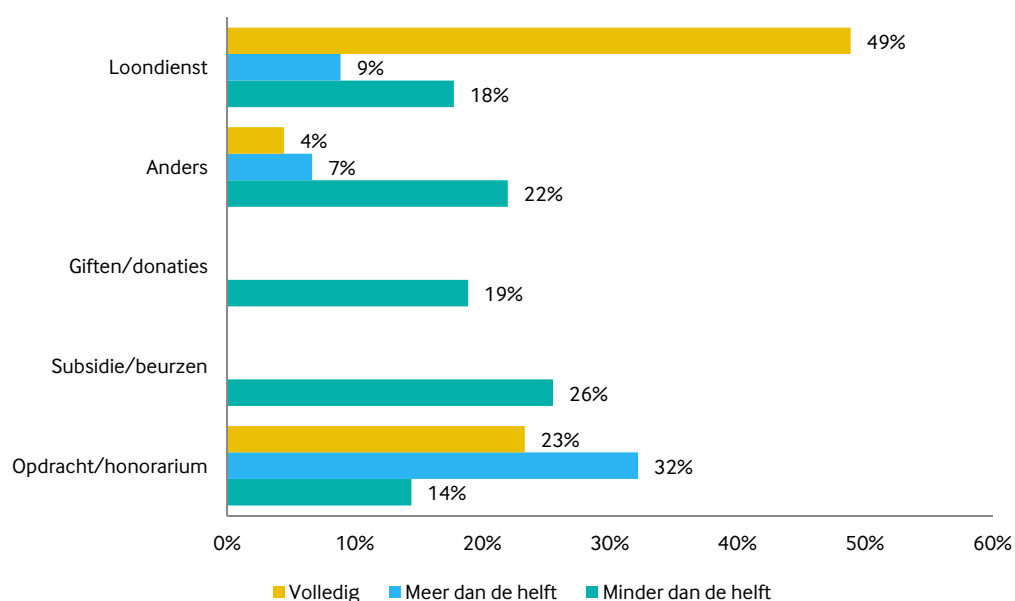
Figuur 5.6 Arbeidsrelatie van respondenten (onderzoeksjournalisten), meerdere antwoorden mogelijk



We hebben aan de media gevraagd hoeveel zzp'ers er op jaarbasis actief bij ze zijn. Bij 17 respondenten zijn dat 839 zzp'ers, waarvan er 230 zich bezig houden met onderzoeksjournalistiek (27%).

Vanuit het perspectief van de inkomstenbronnen van respondenten (onderzoeksjournalisten) blijkt dat de helft volledig afhankelijk is van inkomsten uit loondienst. Dit correspondeert in hoge mate met het percentage voltijds loondienst met een vast contact uit figuur 5.6. Het percentage respondenten dat volledig steunt op inkomsten uit opdrachten is met 23% lager dan het percentage voltijds zzp'ers uit figuur 5.6. Kennelijk betekent voltijds werken als zzp-onderzoeksjournalist niet dat hier een volledig inkomen mee verdiend kan worden. Je kunt stellen op basis van figuur 5.7 dat ongeveer driekwart van de respondenten een volledig inkomen heeft, dan wel uit vaste loondienst of zzp-schap en dat een kwart ook op andere inkomstenbronnen is aangewezen, onder meer subsidies/beurzen en giften/donaties.

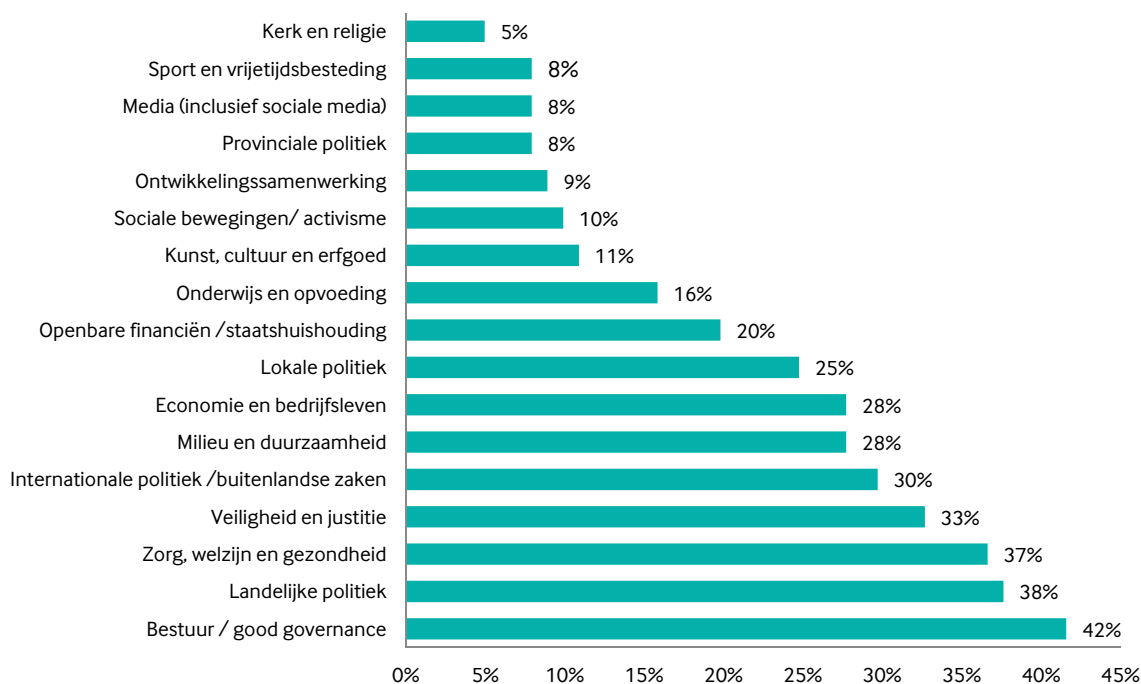
Figuur 5.7 Inkomstenbronnen van respondenten (onderzoeksjournalisten), meerdere antwoorden mogelijk



Inhoudelijke domeinen van publicaties

We hebben zowel de onderzoeksjournalisten als de media gevraagd op welke domeinen hun onderzoeksjournalistieke producties betrekking hebben. We nemen alleen de figuur op voor onderzoeksjournalisten omdat de figuur voor media eenzelfde beeld vertoont (maar gebaseerd is op een veel kleinere respons). Bestuur/good governance, landelijke politiek, zorg en welzijn en veiligheid en justitie zijn de meeste genoemde domeinen. In de enquête media wijkt dit beeld op één punt af: ook lokale politiek scoort daar hoog. Mogelijk vertekent hier een oververtegenwoordiging van lokale/regionale media (internationale politiek scoort juist lager). Onderwerpen als provinciale politiek, sport en vrijetijdsbesteding en kerk en religie scoren laag, zowel in de enquête onder onderzoeksjournalisten als media. Bij deze vraag was tevens de mogelijkheid om open antwoorden toe te voegen. Hierin werden de volgende domeinen verschillende malen genoemd: privacy/gegevensbescherming, schulden/faillissementen en defensie.

Figuur 5.8 Domeinen waarop onderzoeksjournalistieke producties van respondenten (onderzoeksjournalisten) betrekking hebben, meerdere antwoorden mogelijk

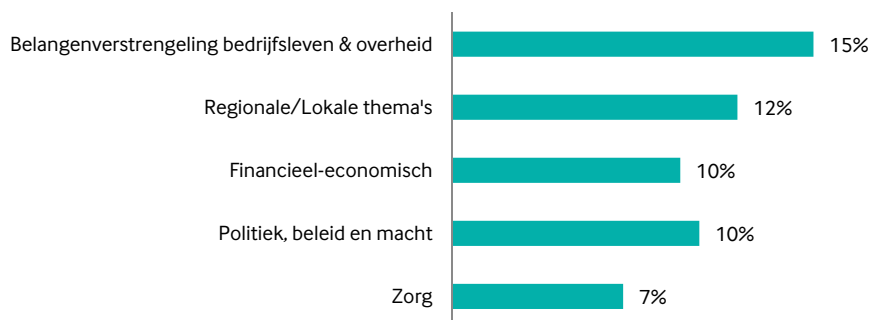


De vraag is hoe we deze informatie moeten duiden, zeker in vergelijking met het beeld dat uit de inzendingen van De Loep oprijst van een onderzoeksjournalistiek die tamelijk eenzijdige gefocust is op onderwerpen over misstanden op bestuurlijk/politiek/financieel gebied. Daarover kunnen twee opmerkingen gemaakt worden:

- 🔄 Ook uit figuur 5.8 blijkt dat sommige domeinen meer dan andere aan de orde komen. Een verklaring zou kunnen zijn dat sommige domeinen zich meer lenen voor onderzoeksjournalistiek, bijvoorbeeld omdat de misstanden er groter zijn of meer in de publieke belangstelling staan. Aan de andere kant pretendeert de onderzoeksjournalistiek in alle maatschappelijke onderwerpen geïnteresseerd te zijn.
- 🔄 Uit figuur 5.8 blijkt minder eenzijdigheid dan uit de inzendingen (en prijstoekenningen) voor De Loep. Kennelijk is De Loep vooral aantrekkelijk voor onderzoeksjournalistieke producties met een focus op bestuurlijk/politiek/financieel gebied met een directe politieke impact, terwijl de totale hoeveelheid onderzoeksjournalistiek in Nederland inhoudelijk breder is.

We hebben respondenten in een open vraag gevraagd welke onderwerpen meer aandacht behoeven van de onderzoeksjournalistiek.

Figuur 5.9 Top 5 onderwerpen die meer aandacht behoeven van onderzoeksjournalistiek volgens respondenten (onderzoeksjournalisten)

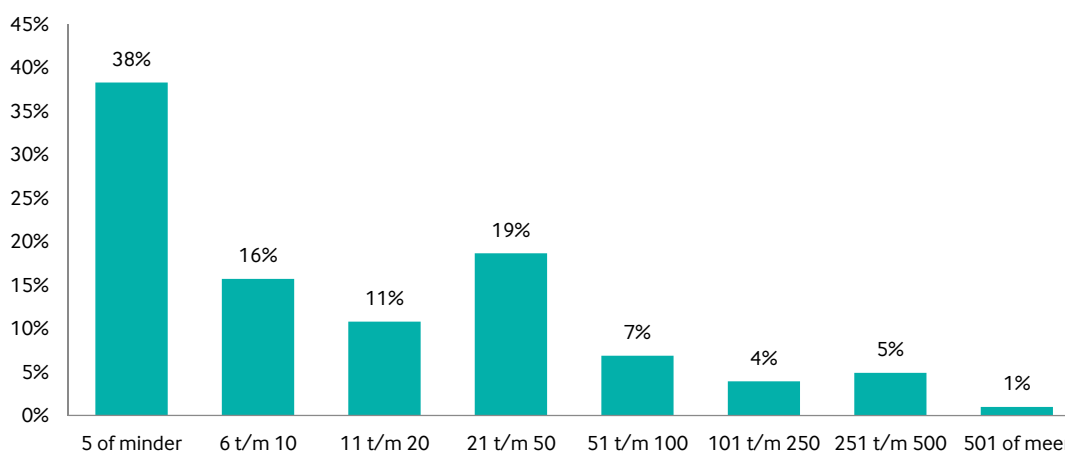


Dezelfde vraag hebben we gesteld aan media. De respondenten onder de media noemen dezelfde thema's maar voegen daar een aantal maal aan toe dat het nodig is om voorbij incidenten en schandalen te kijken en meer op grote, maatschappelijke ontwikkelingen te focussen zoals de gevolgen van economische groei, vergrijzing en digitalisering.

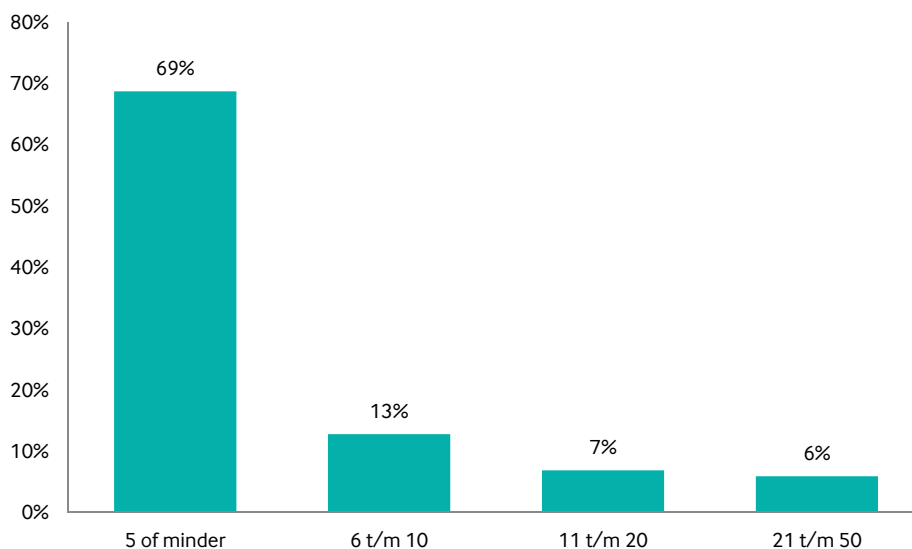
Tijdsbeslag

We hebben respondenten (onderzoeksjournalisten) gevraagd om aan te geven hoeveel journalistieke producties ze jaarlijks verzorgen en welke deel daarvan onderzoeksjournalistiek betreft. In figuur 5.10 zijn de onderzoeksjournalistieke producties dus inbegrepen. Uit figuur 5.11 blijkt duidelijke dat de meeste journalisten (69%) 5 of minder *onderzoeksjournalistieke* publicaties verzorgen. Uit 5.10 blijkt dat dezelfde groep journalisten veel grotere aantallen *journalistieke* producties verzorgen. Gezien het eerder genoemde gegeven dat respondenten gemiddeld iets meer dan de helft van hun tijd aan onderzoeksjournalistiek besteden, kun je concluderen dat onderzoeksjournalistieke producties meer tijd vergen, iets dat nauwelijks vermelding behoeft.

Figuur 5.10 Percentage respondenten (onderzoeksjournalisten) dat bepaald aantal *journalistieke* producties per jaar verzorgd



Figuur 5.11 Percentage respondentent (onderzoeksjournalisten) dat bepaald aantal *onderzoeksjournalistieke* producties per jaar verzorgd

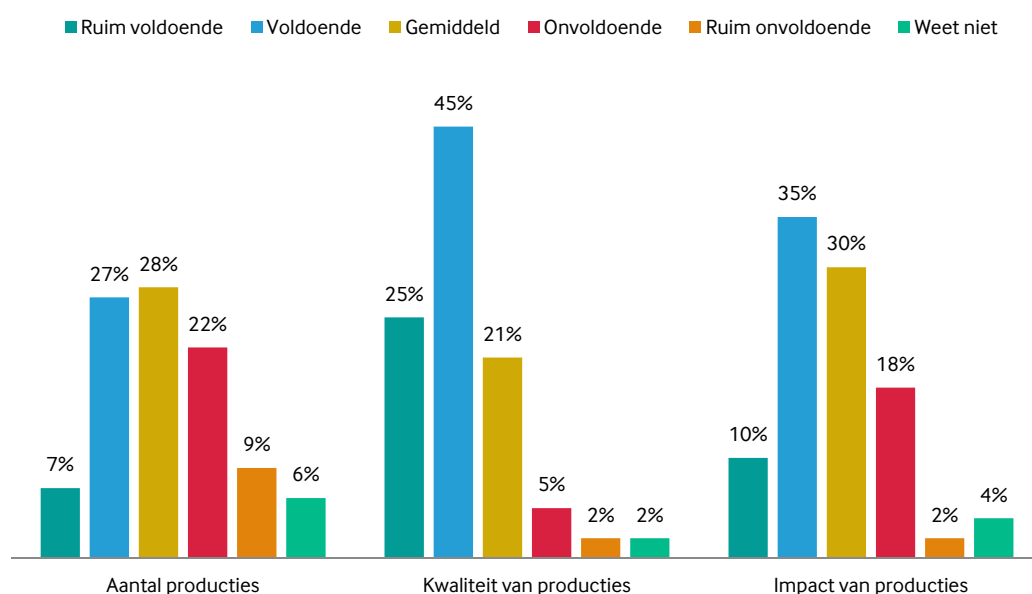


We hebben aan media gevraagd hoeveel tijd een onderzoeksjournalistieke productie gemiddeld meer kost dan een 'reguliere' journalistieke productie. Een aantal respondentent merkt op dat dit te zeer afhankelijk is van de specifieke productie om daar een algemeen antwoord op te geven. Andere respondentent (n=14) geven wel een gemiddelde: onderzoeksjournalistieke producties kosten gemiddeld 25 keer meer tijd dan reguliere journalistieke producties (waarbij de opgegeven getallen variëren van 3 meer tot 100 keer meer, waarbij 7 respondentent tussen de 10 en 25 keer meer zitten).

Effecten en waardering onderzoeksjournalistiek

We hebben de respondentent (onderzoeksjournalisten) gevraagd naar hun beoordeling van een aantal aspecten van onderzoeksjournalistiek, te weten: het aantal onderzoeksjournalistieke producties in Nederland, de kwaliteit daarvan, en de politiek-maatschappelijke impact van die producties. Het meeste positieve oordeel is over de kwaliteit van de producties (overwegend ruim voldoende en voldoende). Over de impact van de onderzoeksjournalistieke producties is men neutraler (overwegend voldoende tot gemiddeld). Over het aantal producties lopen de meningen uiteen (van voldoende tot onvoldoende).

Figuur 5.12 Beoordeling door respondenten (onderzoeksjournalisten) van drie aspecten van onderzoeksjournalistiek



Aan onderzoeksjournalistieke media is dezelfde vraag gesteld. Het beeld onder de respondenten (media) is hetzelfde zij het dat men het aantal producties iets negatiever beoordeelt.

Een andere indicatie van de impact van onderzoeksjournalistieke producties is het publiekbereik. We hebben de onderzoeksjournalistieke media gevraagd in welke mate onderzoeksjournalistieke producties meer publiek bereiken dan reguliere producties. Een aantal respondenten geeft aan dat dit te zeer varieert om één antwoord op te geven of dat de impact zich niet laat meten (aan de hand van publieksbereik). Voor dat laatste is wat te zeggen, bepalender voor het feit of het publieksbereik groot is, is waarschijnlijk de mate waarin de uitkomsten van het onderzoek worden overgenomen door andere media. Als dat op landelijke schaal het geval is, is denkbaar dat de productie – indirect – een veelvoud van het aantal directe lezers, kijkers of luisteraars trekt. Van de respondenten gaven 13 wel een antwoord op de vraag: het gemiddelde komt op bijna 2 keer zo veel publieksbereik (waarbij 3 respondenten een lager publieksbereik opgaven en 10 respondenten een hoger publieksbereik).

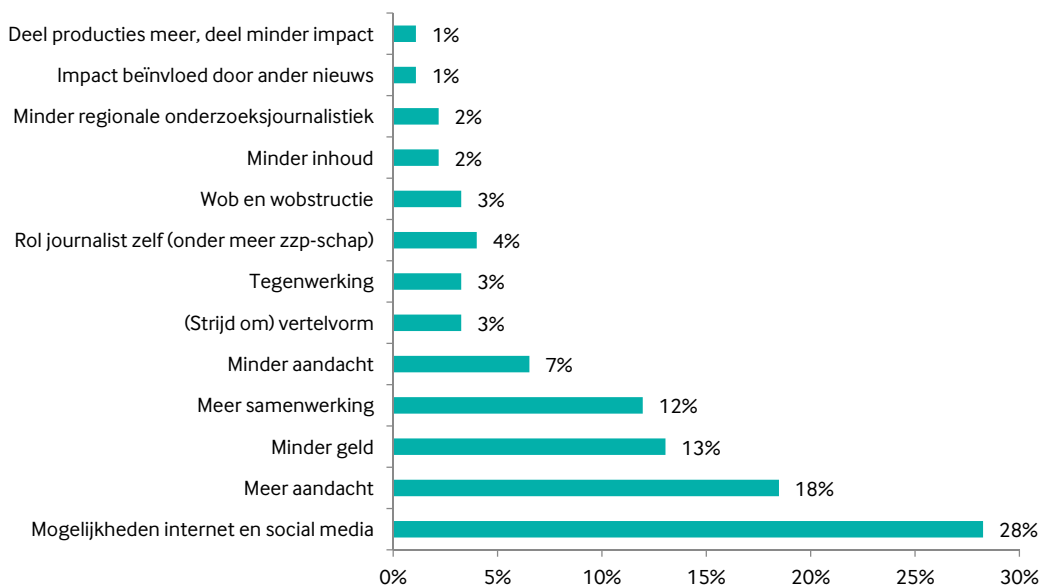
Financiering onderzoeksjournalistieke producties

Gevraagd naar de manier waarop media hun onderzoeksjournalistieke producties financieren zijn respondenten (media) eensluidend: 14 van 16 respondenten doen dit voor 80% of meer door het tijd beschikbaar stellen aan onderzoeksjournalisten om hun werk te doen, betaald uit reguliere loonkosten dus. Daarnaast wordt op kleine schaal gebruik gemaakt van fondsen, subsidies, beurzen, crowdfunding. Eén respondent heeft een apart budget voor onderzoeksjournalistiek gereserveerd. Eén respondent meldt voor 75% gefinancierd te worden door middel van giften, donaties en sponsoring.

Ontwikkelingen afgelopen tien jaar

Respondenten (onderzoeksjournalisten) is gevraagd wat volgens hen de grootste veranderingen in de productie en distributie van onderzoeksjournalistiek zijn geweest de afgelopen tien jaar. Daarin staan de mogelijkheden die internet en sociale media bieden bovenaan. Vervolgens vindt een deel van de respondenten dat er de afgelopen tien jaar meer aandacht is voor onderzoeksjournalistiek. Een iets kleiner deel vindt dat er juist minder geld en minder aandacht voor is.

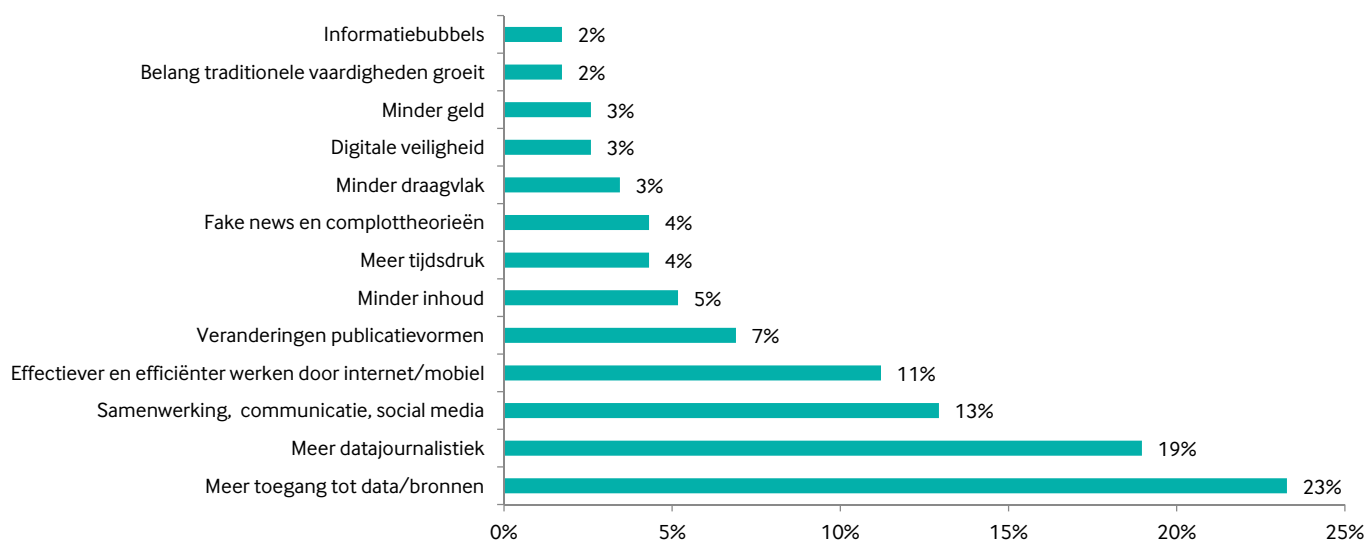
Figuur 5.13 Percentage respondenten (onderzoeksjournalisten) dat een verandering noemt in de productie en distributie van onderzoeksjournalistiek de afgelopen tien jaar, open antwoorden gelabeld



Respondenten van onderzoeksjournalistieke media noemen deels dezelfde veranderingen maar voegen daarbij het beschikbaar komen van grote databestanden en opkomst van datajournalistiek. Ook samenwerking en internationalisering wordt een aantal maal genoemd.

We hebben dieper ingezoomd op de technologische veranderingen de afgelopen tien jaar. Daarin staat de grotere beschikbaarheid van databestanden bovenaan gevold door de opkomst van datajournalistiek.

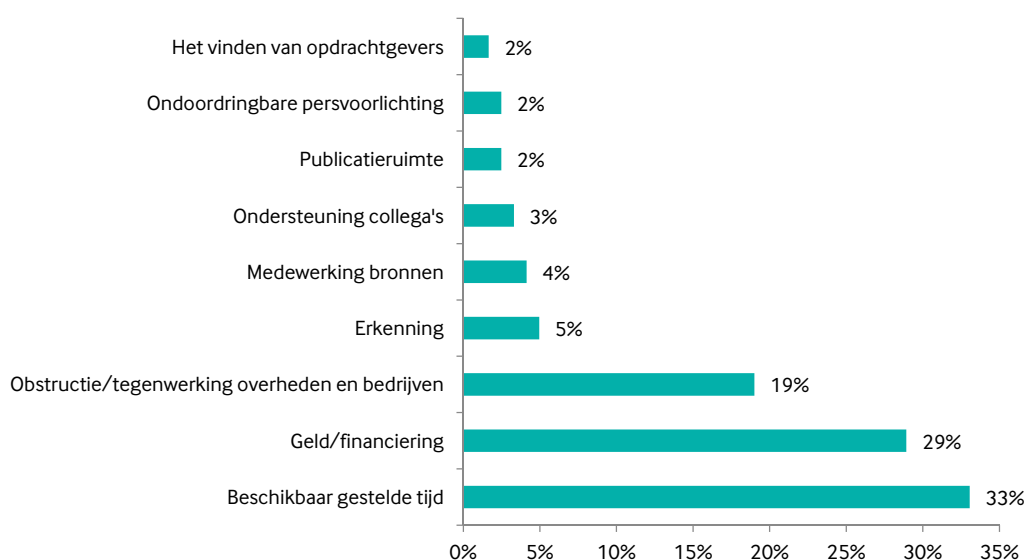
Figuur 5.14 Percentage respondentent (onderzoeksjournalisten) dat een technologische ontwikkeling noemt in de onderzoeksjournalistiek de afgelopen tien jaar, open antwoorden gelabeld



Knelpunten en leemtes onderzoeksjournalistiek

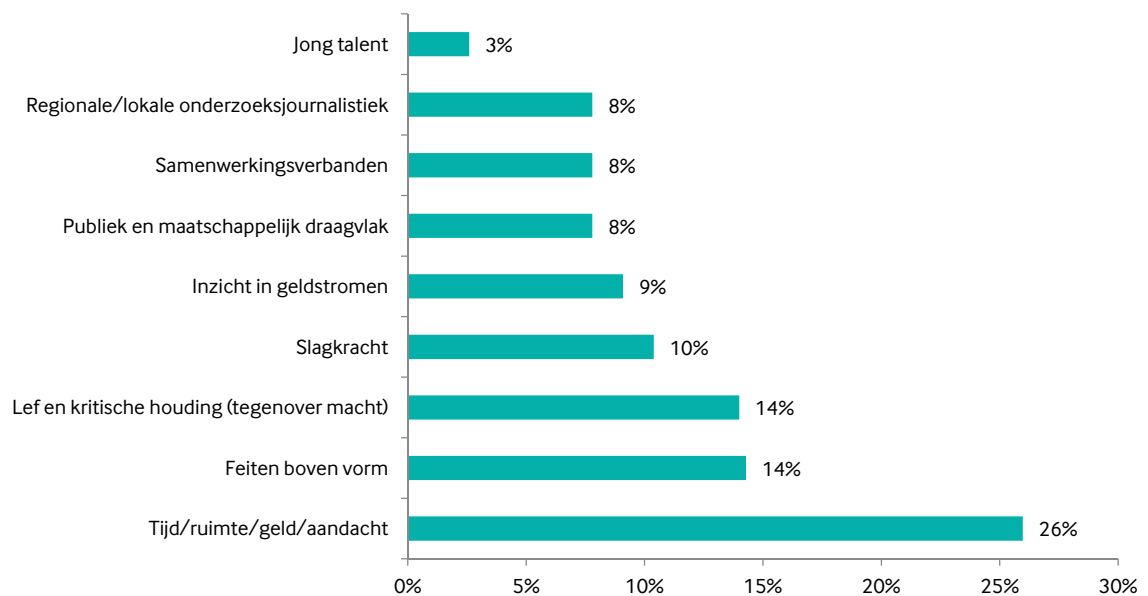
De grootste knelpunten die respondenten (onderzoeksjournalisten) ervaren zijn beschikbaar gestelde tijd en de financiering van hun werkzaamheden. In zekere zin gaat het over hetzelfde: wie maakt tijd (en dus geld) vrij voor onderzoeksjournalistiek? Ook veel genoemd wordt obstructie en actieve tegenwerking door met name overheden (maar ook bedrijven). Een bijzondere vorm van tegenwerking door de overheid rondom openbaarmaking van overheidsdocumentatie wordt 'wobstructie' genoemd.

Figuur 5.15 Percentage respondentent (onderzoeksjournalisten) dat een bepaald knelpunt in de onderzoeksjournalistiek noemt, open antwoorden gelabeld



De vraag welke leemtes de onderzoeksjournalistiek kent wijzen veel respondenten (onderzoeksjournalisten) op het hiervoor al benoemde gebrek aan tijd en geld. Andere leemtes zijn dat feiten niet altijd boven vorm worden gesteld en dat onderzoeksjournalisten meer lef en een kritische houding mogen tonen, in het bijzonder ten aanzien van overheidshandelen.

Figuur 5.16 Percentage respondenten (onderzoeksjournalisten) dat een bepaalde leemte in de onderzoeksjournalistiek noemt, open antwoorden gelabeld



Onderzoeksjournalistieke media noemen ook het knelpunt van tijd en geld wederom. Daarnaast vindt een aantal respondenten dat de basis smal is, er zijn weinig onderzoeksjournalisten en de institutionele verankering van hun positie is beperkt.

6 Slotbeschouwing

Afgaande op een aantal grote successen van de onderzoeksjournalistiek de afgelopen jaren (met in Nederland de publicaties rondom de Teevendeal door Nieuwsuur-journalist Bas Haan als veelbekroond hoogtepunt) maakt de onderzoeksjournalistiek een bloeiperiode door. Er zijn nieuwe online initiatieven ontstaan die (mede) aan onderzoeksjournalistiek doen zoals Follow The Money en De Correspondent; datajournalistiek biedt nieuwe mogelijkheden om grote hoeveelheden digitale gegevens te 'ontginnen' met onder meer onthullingen uit de Panama papers en Paradise papers tot gevolg; er ontstaan allerlei nieuwe samenwerkingsvormen (incidenteel en structureel, nationaal en internationaal) die de kracht en impact van de onderzoeksjournalistiek vergroten; de financieringsmogelijkheden nemen toe (particulier maar ook via lokale en regionale mediafondsen) en er is een steeds ruimer aanbod aan bij- en nascholing op (aspecten van) onderzoeksjournalistiek. Ook de landelijke politiek schaart zich achter het belang van onderzoeksjournalistiek als controlerend mechanisme en stelt geld ter beschikking voor de bevordering ervan.

Daar kan een beeld tegenover geplaatst worden van een onderzoeksjournalistiek die niet de tijd en (financiële) middelen krijgt die zij behoort te hebben, waardoor er onderwerpen blijven liggen en het controlerend mechanisme dus niet optimaal wordt benut. Hoewel een beperkt aantal media een eigen onderzoeksredactie heeft of een apart budget voor onderzoeksjournalistiek, geldt voor de meeste redacties dat het vrijstellen van journalistieke capaciteit voor onderzoeksjournalistiek, vanwege het tijdsintensieve karakter ervan, op gespannen voet staat met de doorlopende journalistieke nieuwsvoorziening. Bij sommige media valt die keuze vaker uit in het voordeel van onderzoeksjournalistiek dan bij andere. Deze spanning is het duidelijkst zichtbaar bij de regionale journalistiek, zowel bij kranten als radio en tv, waar het aantal redacteuren beperkt is. Onderzoeksjournalistiek moet dan een bewuste keuze zijn, met als goed voorbeeld De Limburger die structureel capaciteit vrijmaakt voor onderzoeksjournalistiek.

Onderzoeksjournalistiek kost veel tijd en is daarom duur. Soms is de impact van een onderzoeksjournalistieke productie groot, maar het betekent niet dat hierdoor het aantal lezers en kijkers, en daarmee de inkomsten, toeneemt; het nieuws wordt door andere media overgenomen en de oorsprong ervan raakt uit beeld. Voor private media waar commerciële doelstellingen leidend zijn, is de keuze voor onderzoeksjournalistiek daarom niet vanzelfsprekend; er is (ook) een ideële doelstelling nodig. Op lokaal niveau is de onderzoeksjournalistiek nagenoeg afwezig (waarbij opgemerkt wordt dat ook 'gewone' journalistiek, in de zin van oorspronkelijke berichtgeving, zeer beperkt aanwezig is). Regionale media zijn vanwege hun beperkte bezetting, slechts mondjesmaat in staat om aan het lokale niveau recht te doen.

Als we het perspectief verleggen van onderzoeksjournalistiek naar onderzoeksjournalisten blijkt een tweedeling zichtbaar (die trouwens binnen de gehele beroepsgroep van journalisten speelt) van journalisten op vaste contracten enerzijds en zzp'ers anderzijds. De laatsten blijven vaak (niet altijd) achter in beloning en arbeidsvoorwaarden hetgeen hun positie penibel maakt. Zzp'ers zijn vaak ongeorganiseerd hetgeen hun

onderhandelingspositie zwakker maakt. Vrouwen lijken oververtegenwoordigd onder zzp'ers. Het initiatief De Coöperatie, waar je als zzp'er lid van kunt worden en die je ondersteunt in faciliteiten, financiering en publicatiemogelijkheden, biedt een model dat de beroepspraktijk van zzp'ers kan ondersteunen en versterken. Tegelijkertijd zijn gevestigde media krachtig en machtig, waardoor de genoemde tweedeling waarschijnlijk nog wel even blijft bestaan.

Tenslotte hebben onderzoeksjournalisten het niet makkelijk als het gaat om toegankelijkheid van bronnen en de bescherming van hun veiligheid. Tegenwerking door overheden en bedrijven, ondoordringbare linies van persvoorlichters en juridische procedures die tegen journalisten worden aangespannen maken het werk lastig en risicovol.

En zo ontstaat een beeld van een onderzoeksjournalistiek als een glas dat half vol of half leeg is, al naar gelang de positie die je kiest. Maar wat te doen om het glas voller te krijgen? In dit onderzoek zijn we verschillende manieren tegengekomen om de onderzoeksjournalistiek te ondersteunen en stimuleren. We noemen hier de manieren die bij experts, media en doelgroep meeste weerklank vinden, zonder dat we een oordeel willen uitspreken over de wenselijkheid om deze oplossingen daadwerkelijk toe te passen:

- ③ *Faciliteren van samenwerking.* Een knelpunt bij samenwerking voor een onderzoeksjournalistieke productie is (vaardigheden met betrekking tot) de organisatie, coördinatie en begeleiding; hierdoor sneuvelen samenwerkingsprojecten soms. Faciliteer onderzoeksjournalistieke samenwerkingen (platforms) op gebied van organisatie, coördinatie en begeleiding, denk aan een model als het International Consortium of Investigative Journalists.
- ③ *Talentontwikkeling.* Het is lastig om aan onderzoeksjournalistiek talent te komen, bovendien wordt het beroep van journalist onaantrekkelijker gevonden vanwege slechte inkomensperspectieven. Creëer daarom gesubsidieerde werkervaringsplekken bij (samenwerkingsverbanden van) onderzoeksjournalistieke media.
- ③ *Ondersteuning zzp'ers.* Om zzp'ers te helpen zou sterker ingezet moeten worden op ondersteuningsstructuren als De Coöperatie of een vorm van agentschappen. Een dergelijk model zou ook op lokale en regionale schaal ontwikkeld kunnen worden. In het bijzonder dient aandacht te zijn voor juridische back-up voor zzp'ers. Ook ondersteuning bij het indienen van Wob-verzoeken is gewenst (iets dat ook voor niet-zzp'ers geldt).
- ③ *Ondersteuning en/of vereenvoudiging subsidie- en fondsaanvragen.* Voor onderzoeksjournalisten die afhankelijk zijn van subsidies, fondsen, crowdfunding of andere financiering van derden, is het aanvragen vaak een tijdrovende en complexe zaak. Kunnen onderzoeksjournalisten hierin ondersteund worden of kunnen de voorwaarden vereenvoudigd worden zodat de journalist voor een onderzoek maar één keer een aanvraag hoeft te doen?
- ③ *Opleidingsmogelijkheden.* Er is al een aanbod bij- en nascholingsmogelijkheden voor onderzoeksjournalisten. Een deel van de hierboven genoemde knelpunten kan ook via de opleidingen worden geadresseerd: Wob-verzoeken, organisatievaardigheden en aanvragen financiering. Dergelijke opleidingen zouden gesubsidieerd kunnen worden.

- ③ *Fiscale verlichting.* Dagbladen, weekbladen en tijdschriften vallen onder het 6%-btw-tarief, terwijl voor online journalistiek het hoge tarief geldt. Verlaag het online tarief. (De minister heeft overigens aangekondigd dit zo snel mogelijk te gaan doen als Europese besluitvorming hierover is afgerond.)
- ③ *Statuut voor financiering door derden.* Er zijn steeds meer mogelijkheden om onderzoeksjournalistiek gefinancierd te krijgen door derden, denk aan bedrijven, ngo's, caritas en vermogende privépersonen. Dergelijke financiering is ook controversieel want het kan op gespannen voet staan met de publieke functie van de onderzoeksjournalistiek. Het is nodig om een 'garantie' tussen financier en onderzoek te plaatsen. Dit zou kunnen door het onderschrijven van een – nog op te stellen – statuut waarin de onafhankelijkheid van het onderzoek wordt vastgelegd.

Aan bovenstaande suggesties voegen wij nog een aantal overwegingen toe:

- ③ Uit ons onderzoek volgt dat beschikbare tijd/budget voor onderzoeksjournalistieke producties het voornaamste knelpunt is dat door respondenten naar voren wordt gebracht. Het (financieel) ondersteunen van producties zou dan ook draagvlak hebben in het veld. Aan de andere kant is het knelpunt deels ook het gevolg van een bewuste keuze van sommige media (om beperkt aan onderzoeksjournalistiek te doen). Vraag is dus hoe ondersteuning daar terecht komt waar het het meest nodig en toepasselijk is.
- ③ De onderzoeksjournalistiek op regionaal en lokaal niveau is beperkt tot niet-aanwezig. Gezien de grote beleidsverschuivingen naar lokaal niveau (decentralisaties sociaal domein en omgevingswet) en de grote belangstelling voor lokale vraagstukken (zie de opkomst van lokale partijen) kan gesteld worden dat juist daar het gewenste controlerend mechanisme van de onderzoeksjournalistiek versterkt mag worden.
- ③ Een belangrijke ondersteuningsbehoefte ligt in het faciliteren van de onderzoeksjournalist om zijn werk makkelijker en beter te kunnen doen. Het gaat om kennisbevordering, talentontwikkeling, het opruimen of verlagen van barrières en het toegankelijker maken van onder meer juridische bijstand. In het bijzonder mag wat dit betreft gedacht worden aan de positie van zzp'ers.
- ③ Omdat de onderzoeksjournalistiek zonder samenwerking vaak kleinschalig is en daardoor minder massa en impact heeft, is samenwerking belangrijk. Bij elke ondersteuningsvorm voor onderzoeksjournalistiek die door de overheid gekozen wordt, zou samenwerking daarom een aandachtspunt moeten zijn. Tegelijkertijd weten we nog te weinig van samenwerkingsverbanden. Waarom zijn sommige samenwerkingen (zoals tussen Investico en De Groene Amsterdammer en het internationale verband waar Trouw deel uit maakte ten behoeve van de Paradise papers) succesvol en andere niet? Hier is nader onderzoek op zijn plaats.

Bijlage 1 Onderzoeksverantwoording

Enquête onderzoeksjournalisten

De enquête is uitgezet onder onderzoeksjournalisten in Nederland. Om hen te benaderen is gebruik gemaakt van het ledenbestand van de Vereniging van Onderzoeksjournalisten (VVOJ). Hun ledenbestand bevat ook Vlaamse onderzoeksjournalisten, maar deze zijn niet benaderd. De VVOJ heeft de enquête verspreid onder 506 leden. We stuurden tussentijds één reminder. We hebben in totaal 134 responses ontvangen. 90 hiervan zijn volledig ingevuld. Van de 42 onvolledig ingevulde enquêtes waren er 12 voldoende ingevuld om bruikbaar te zijn en hebben we er 30 gediskwalificeerd.

Veldwerkperiode: Week 17 t/m 20, 2018

Netto respons: (20%, 102 van de 506)

Enquête onderzoeksjournalistieke media

Deze enquête is uitgezet onder onderzoeksjournalistieke media in Nederland. Zij zijn benaderd via het Genootschap van Hoofdredacteuren. Omdat het ledenbestand ook media bevat die geen onderzoeksjournalistiek bedrijven en omdat van bepaalde media meer dan één hoofdredacteur lid is, is in het begeleidend schrijven het doel van het onderzoek toegelicht en gevraagd om één reactie per medium. Om de representativiteit te vergroten hebben we de enquête tevens aan aantal hoofdredacteuren uit ons eigen netwerk gestuurd. In totaal is de enquête aan 121 hoofdredacteuren gestuurd, we hebben 19 reacties gekregen, waarvan 17 bruikbaar waren voor verwerking.

Veldwerkperiode: Week 18 t/m 20, 2018

Netto respons: 14% (17 van de 121)

Bijlage 2 Documentatieoverzicht

Handelingen Tweede kamer. *Toekomst mediabeleid*, verslag van een schriftelijk overleg, Tweede Kamer, nr 32827, 20 november 2017.

Inzendingen De Loep, prijs voor onderzoeksjournalistiek 2017, in: <https://loep.vvoj.nl/>

Jaarboeken Onderzoeksjournalistiek 2012, 2013, 2013, 2014, 2015, 2016 en 2017. Amsterdam: VVOJ

Jaarverslagen Fonds Bijzondere Journalistieke Projecten, 2016. Amsterdam: FBJP.

Juryrapport Brusseprijs 2018. www.fbp.nl

Juryrapport De Loep 2018. www.vvoj.nl

Juryrapport De Tegel 2018. www.detegel.info.nl

Juryrapport European Press Prize 2018. www.europeanpressprize.com/2018-european-press-prize-winners

Onafhankelijk onderzoek in het publiek belang (2018). Onderzoeksraad voor Veiligheid. Den Haag, OVV

Beunders, Henri, Annelies van der Horst, Justin de Kleuver (2015), *Leegte in het landschap. Nieuwsvoorziening in de regio 2014*. Diemen: AMB.

Beunders, Henri (2018), *Hoeveel media kan de democratie verdragen?*, in: Woest. De kracht van verontwaardiging. Red. Sarah L. de Lange & Jasper Zuure ROB, Amsterdam: AUP, 120-136

Beunders, Henri (2018), *Nepnieuws & alternatieve feiten: De crisis der zekerheden*, in: CDV, Lentenummer 2018, 112-117.

Bransen, Jan, *Wie lult maakt een echte discussie onmogelijk*, in: de Volkskrant, 19 oktober 2016

Desmet, Lieven et al. (2002), *Onderzoeksjournalistiek in Nederland en Vlaanderen. Een verkenning*. Amsterdam: VVOJ.

Eijk, Dick van (ed.) (2005), *Investigative Journalism in Europe*. Amsterdam/Zellik: VVOJ.

Haan, Bas (2017), *Betonrot in de media. De opmars van de onderzoeksvrije journalistiek*. Amsterdam, VVOJ. www.vvoj.nl

Hollander, A.N.J. den (1976), *Demasqué in de samenleving. De journalistiek van de anti-schijn*. Amsterdam: Atheneum-Polak & Van Gennip.

Hunter, Mark Lee et al (2017) *Power is Everywhere. How stakeholder-driven media build the future of watchdog news*. In: <https://indd.adobe.com/view/b83cde7c-df9a-4c44-bc4e-001fc0e5200f>

Jong, J.C. de & A.W.M. Koetsenruijter (2017), *Het versterken van lokale nieuwsmedia: naar een Projectfonds Leidse Journalistiek*. Leiden: UL.

Sengers, Luuk en Mark Lee Hunter (2018), *Het verborgen scenario. Journalistiek onderzoek plannen en organiseren*. Story-Based Inquiry Group, www.storybasedinquiry.com

Bijlage 3 Overzicht gesprekspartners

Deelnemers expertmeeting 16 april 2018

Tanja van Bergen	VVOJ
Allard Berends	Omroep Flevoland
Willem Feenstra	De Volkskrant
Teun Gautier	De Coöperatie
Sjoerd de Jong	NRC Handelsblad
Marc Josten	Human / Medialogica / Argos
Wilma Haan	Het Parool
Maurits Martijn	De Correspondent
Bjorn Oostra	De Limburger
Joost Oranje	NPO / Nieuwsuur
Esther Rosenberg	NRC Handelsblad
Xandra Schutte	Stichting Fonds 1877 / De Groene Amsterdammer
Luuk Sengers	Onafhankelijk journalist / docent
Eric Smit	Follow The Money
Rosan Smits	De Correspondent
Marc Visch	Nederlandse Lokale Publieke Omroepen

Geïnterviewden

Erdal Balci	De Volkskrant
Tanja van Bergen	VVOJ
Ghassan Dahhan	Trouw
Elma Drayer	De Volkskrant
Dick van Eijk	NRC Handelsblad
Frits van Exter	Raad voor de Journalistiek / SvdJ
Teun Gautier	De Coöperatie
Katrien Gottlieb	360 Magazine
Sandrina Hadderingh	Omroep Gelderland
Sjoerd de Jong	NRC Handelsblad
Marc Josten	Human / Medialogica / Argos
Quint Kik	SvdJ
Marco Knippen	Noordhollands Dagblad
Pieter Klok	De Volkskrant
Kees Kraaijeveld	De Argumentenfabriek
Martha Riemsma	Tubantia/ Twentse Courant

Daan Roovers

Margot Smolenaars

Judith Spanjers

Jessica Swinkels

Guusje Tromp

Max van Weezel

Filosoof, docent, trainer

Vers Beton

Omroep Gelderland

Fonds Bijzondere Journalistieke Projecten

Noordhollands Dagblad

Vrij Nederland

DSP-groep BV
Van Diemenstraat 410
1013 CR Amsterdam
+31 (0)20 625 75 37

dsp@dsp-groep.nl
KvK 33176766
www.dsp-groep.nl

DSP-groep is een onafhankelijk bureau voor onderzoek, advies en management, gevestigd aan de IJ-oeveren in Amsterdam. Sinds de oprichting van het bureau in 1984 werken wij veelvuldig in opdracht van de overheid (ministeries, provincies en gemeenten), maar ook voor maatschappelijke organisaties op landelijk, regionaal of lokaal niveau. Het bureau bestaat uit 40 medewerkers en een groot aantal freelancers.

Dienstverlening

Onze inzet is vooral gericht op het ondersteunen van opdrachtgevers bij het aanpakken van complexe beleidsvraagstukken binnen de samenleving. We richten ons daarbij met name op de sociale, ruimtelijke of bestuurlijke kanten van zo'n vraagstuk. In dit kader kunnen we bijvoorbeeld een onderzoek doen, een registratie- of monitorsysteem ontwikkelen, een advies uitbrengen, een beleidsvisie voorbereiden, een plan toetsen of (tijdelijk) het management van een project of organisatie voeren.

Expertise

Onze focus richt zich met name op de sociale, ruimtelijke of bestuurlijke kanten van een vraagstuk. Wij hebben o.a. expertise op het gebied van transitie in het sociaal domein, kwetsbare groepen in de samenleving, openbare orde & veiligheid, wonen, jeugd, sport & cultuur.

Meer weten?

Neem vrijblijvend contact met ons op voor meer informatie of om een afspraak te maken. Bezoek onze website www.dsp-groep.nl voor onze projecten, publicaties en opdrachtgevers..



DSP-groep is ISO 9001:2008 (kwaliteitsmanagement) gecertificeerd en aangesloten bij VBO en OOA.

