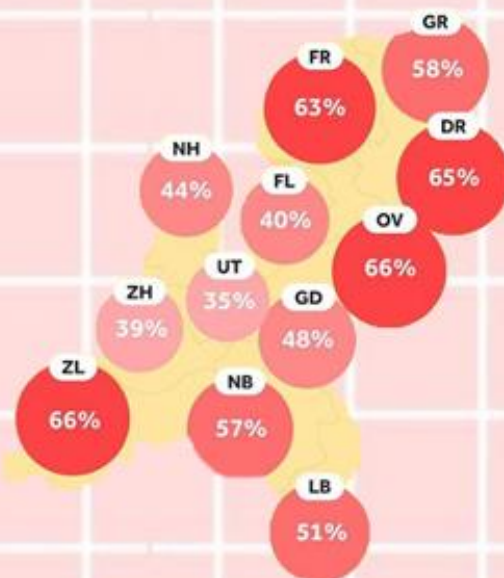




9 megaton CO₂ besparen

UBI



In hoeverre wordt de wereld visueler en op welke manieren moet de journalist hierin meegaan?

Een reflectieonderzoek in opdracht van de Fontys Hogeschool Journalistiek.

- Loeki van den Broek

INHOUDSOPGAVE

1. INLEIDING EN AANLEIDING	3
1.1 Leeswijzer	4
2. AANPAK	4
3. THEORETISCH KADER	4
4. OP WELKE MANIEREN WORDT DE WERELD VISUELER?	6
4.1 Tijdlijn visualisaties	6
4.2 In hoeverre wordt de wereld visueler?	7
5. WAAROM ZOU DE JOURNALIST MEEGAAN ALS DE WERELD VISUELER WORDT?	9
5.1 Kritische blik naar nieuws	9
5.2 Rol van de journalist	9
5.3 Belang van het publiek	9
5.4 Meerwaarde journalist	10
6. WAT BETEKENT DEZE ONTWIKKELING VOOR DE DAGELIJKSE PRAKTIJK VAN DE JOURNALIST?	11
6.1 Designer of journalist?	11
6.3 De lezer aan de hand nemen of vrijlaten?	12
6.4 Werkwijze	14
6.5 Verfraaiing of niet?	14
6.6 De toekomst	15
7. CONCLUSIE	17
8. REFLECTIE	20
Een drempel en de lezer aan de hand nemen?	20
Journalist of designer?	21
Keuzevak	21
Vormkeuze en werkwijze	22
Verfraaiing	22
Nieuwe vormen	22
Mobile first	22
Conclusie	23
9. BIBLIOGRAFIE	23
10. BIJLAGEN	25

1. INLEIDING EN AANLEIDING

Gedurende mijn vier jaar op de opleiding journalistiek in Tilburg ben ik altijd geïnteresseerd geweest in visualisaties en nieuwe journalistieke vormen. Zo volgde ik het vak visualisaties waarin we experimenteerden met tools en haalde ik mijn derdejaars assessment met een zelfvormgegeven website. Tijdens mijn stagesollicitatie bij de VPRO Gids, maakte ik duidelijk dat ik naast de schrijvende journalistiek ook geïnteresseerd was in de visuele kant van de journalistiek. Volgens mijn stagebegeleider kon ik daar de 'vrije ruimte' voor benutten. Uiteindelijk, na drie maanden stage, bleek dat ik mijn goede voornemens om vernieuwende vormen te ontdekken, verloren was in de dagelijkse schrijftaken. Deadlines gingen voor en de tijd nemen voor extra journalistieke vormen, zoals visualisaties, bleek lastig. Voor mijn stage dacht ik dat het makkelijk was om een nieuwe werkvorm te introduceren op een redactie. Dat bleek dus niet het geval; dagelijkse zaken gaan voor en de werkdruk in de journalistiek ligt hoog.

Echter, zijn er ook nieuwsmedia die visualisaties al wel gebruiken als vertelvorm. Neem bijvoorbeeld de Instagrampagina van NOS op 3, die alleen visualisaties publiceert. De pagina heeft maar liefst 88 duizend volgers, de pagina van RTL Z heeft bijvoorbeeld maar 10,7 duizend volgers. In het onderzoek *Data Visualization in Scandinavian Newsrooms: Emerging Trends in Journalistic Visualization Practices*, van Engebretsen, Kennedy en Weber blijkt ook dat er een grote ontwikkeling gaande is op visueel vlak (Engebretsen, Kennedy, & Weber, 2018). De auteurs van het onderzoek interviewden 60 journalisten, werkzaam op 26 nieuwsredacties in zes Europese landen. Daaruit bleek dat er een verschuiving is van tekst als centraal element naar data en visualisatie als centrale elementen in journalistieke verhalen. 'Meerdere interviewkandidaten stelden dat datavisualisatie de drijvende kracht is van een verhaal. Zelfs wanneer het een simpele graphic of diagram is.' De resultaten van dat onderzoek zette mij aan het denken; wat betekent dat voor mijn toekomst als journalist? Dat is dan ook de relevantie van dit onderzoek. Het visueler worden van de mens kan gevolgen hebben voor de journalist en dat kan resulteren in het gebruik van nieuwe nieuwsvormen. Dat resulteerde in de volgende hoofdvraag:

In hoeverre wordt de wereld visueler en op welke manieren moet de journalist hierin meegaan?

Daarvoor ga ik in gesprek met journalisten van nieuwsmedia die al gebruik maken van visuele storytelling en spreek ik docenten van de opleidingen Journalistiek in Nederland. In dit onderzoek wordt er met visuele storytelling het gebruik van beeld, graphics en datavisualisaties bedoeld. *Dat is nog uitgebreider uitgelegd in hoofdstuk 3.1.*

In dit onderzoek zullen de volgende deelvragen worden beantwoord om uiteindelijk een antwoord op de hoofdvraag te formuleren:

Deelvraag 1: *Op welke manieren wordt de wereld visueler?*

Deelvraag 2: *Waarom zou de journalist meegaan als de wereld visueler wordt?*

Deelvraag 3: *Wat betekent deze ontwikkeling voor de dagelijkse praktijk van de journalist?*

1.1 Leeswijzer

Na de inleiding volgt **hoofdstuk 2 Aanpak**, waarin de werkwijze en de productie van het onderzoek worden beschreven. Vervolgens wordt er in **hoofdstuk 3 Theoretisch kader** het begrip visuele storytelling uitgelegd. In **hoofdstuk 4, 5 en 6** worden de deelvragen behandeld. In **hoofdstuk 7 Conclusie** volgt de conclusie van de bevindingen. Naar aanleiding van de conclusie volgt **hoofdstuk 8 Reflectie**, waarin de mening van de auteur naar voren komt. Alle bronnen die zijn gebruikt in het onderzoek zijn te vinden in **hoofdstuk 9 Bronnen**. De bijlagen zijn te raadplegen in **hoofdstuk 10 Bijlagen**.

2. AANPAK

Gedurende dit onderzoek is literatuuronderzoek van belang. Er is gebruik gemaakt van onderzoeken en (wetenschappelijke) artikelen die via Google Scholar, biep.nu en de Hbo Kennisbank gezocht werden met de termen 'visual storytelling in journalism', 'visualisaties in de journalistiek', 'de invloed van visualisaties op het publiek' en 'the future of reading'.

Voor dit onderzoek was het van belang om ook actuele nieuwsmedia te spreken. Ik selecteerde nieuwsmedia die al bezig zijn met visuele storytelling. Ik begon met Sarah Joosten van Maps4News. Sarah Joosten wees mij erop dat het Financieele dagblad visualisaties had omarmd in hun werkwijze, dus interviewde ik visueel journalist Els Engel en ex-hoofddesigner Hans Spoelman van het FD. Om een nog breder beeld te creëren van visualisaties in de Nederlandse nieuwsmedia, nam ik contact op met:

- NRC informatiedesigner Erik van Gameren;
- datajournalist Thomas Mulder van Pointer, het dataplatform van de KRO-NCRV;
- informatiedesigner Frederik Ruys, die o.a. werkzaam is geweest bij het AD;
- Marijke van den Berg, projectleider Nieuws Onderwijsconcept en docent journalistiek Windesheim;
- Rosanne van Schiek, Medewerker van de Techdesk en instructeur nieuwe vormen bij de opleiding journalistiek in Tilburg;
- Douwe Schaaf, docent journalistiek en trekker van de Media & Creatielijn binnen de opleiding journalistiek in Ede;
- Ernst-Jan Hamel, docent datajournalistiek en datavisualisaties binnen de opleiding journalistiek in Utrecht.

Tot slot nam ik contact op met LocalFocus, waarbij ik sprak met medeoprichter Yordi Dam.

3. THEORETISCH KADER

3.1 Visuele storytelling

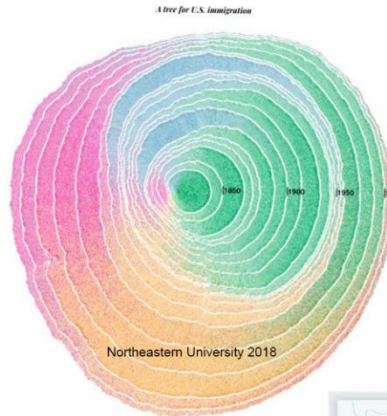
In dit onderzoek wordt het begrip visuele storytelling vaak genoemd. Daarbij wordt het gebruik van visualisaties en graphics bedoeld. Visuele storytelling is een overkoepelend begrip. Volgens Jess Scherman, content-specialist bij Rasmussen College (Scherman, 2016), worden graphics, afbeeldingen en video's gebruikt om lezers te betrekken door middel van emoties en interactie. Daarbij is, volgens Bryan Berendsen, visuele storytelling de manier waarop het verhaal wordt verteld, en worden visualisaties – ofwel visuals – gebruikt om het verhaal daadwerkelijk te vertellen (Berendsen, 2014). Daarnaast worden visualisaties vaak gebruikt om data te visualiseren. Hierbij valt niet alleen te denken aan datavisualisatie in de vorm van infographics, maar ook aan video's en artikelen waarbij de juiste vormgeving is gebruikt en dus het beeld leidend is (Vader, 2018).

De onderstaande afbeelding laat een figuur zien uit het rapport '*Narrative Visualization: Telling Stories with Data*' (Heer & Segel, 2010), die de zeven verschillende soorten visualisaties weergeeft. In dat rapport werden er aan de hand van casestudies van nieuwsmedia verschillende genres van visuele storytelling vastgesteld. Deze vormen waren in 2010 leidend, de bijgevoegde voorbeelden zijn recenter.

Een afbeelding in een tijdschrift of krant helpt de lezer om de tekst beter te begrijpen en creëert een pauze in het tekstoppervlak.

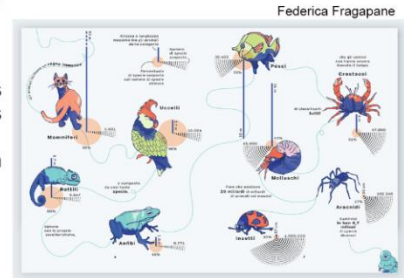


VPPO Gids 2019

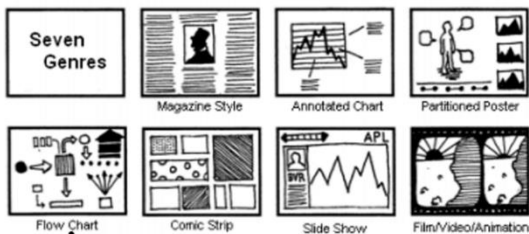


De annotated chart is een grafische verbeelding van data, die wordt uitgelegd aan de hand van aantekeningen.

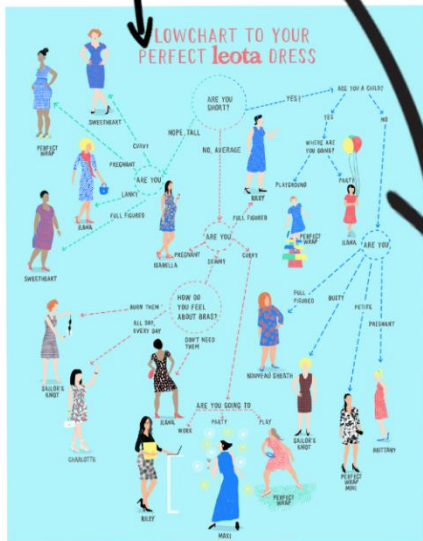
Een partitioned poster is een poster dat verdeeld is in verschillende delen. Deze delen hebben ieder hun eigen informatie en in het geheel biedt het de lezer uitgebreide kennis over het onderwerp.



Edward Segel and Jeffrey Heer



Een animatie biedt veel vrijheid. Een maker kan er veel kanten mee op. In een animatie kan een lastig onderwerp bijvoorbeeld makkelijk worden toegelicht.



Rachel Sender 2016

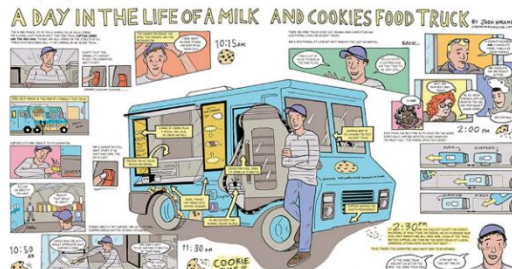
Een flow chart is een stroomdiagram of stroomschema, waarmee een proces kan worden gevisualiseerd. Dit kan voor de lezer een proces verduidelijken en beeldend maken.

Een slideshow is een reeks van verschillende beelden waar de lezer zelf door moet klikken.

Nos op 3 2019



Susy Cagle



Een stripverhaal is een vertelvorm waarbij een verhaal wordt verbeeld door afbeeldingen. Deze verbeelden achtereenvolgende scènes in het verhaal.

Visual 1 (Deen, 2019) (Mark, 2018) (Fragapane, 2018) (Cagle, 2015) (Sender, 2016) (NOS op 3, 2019)

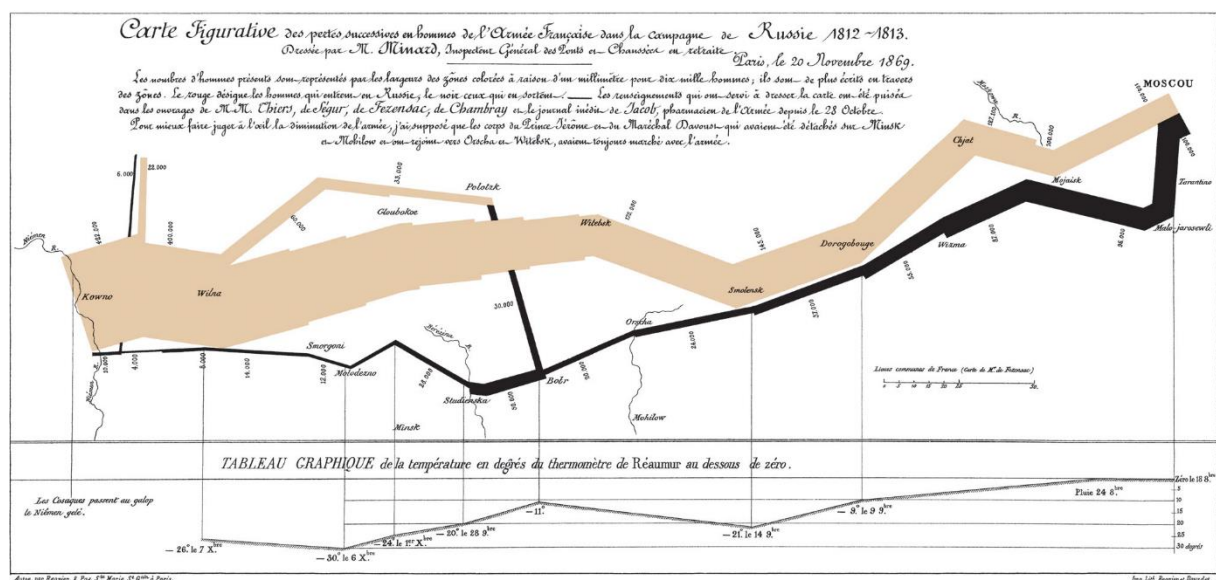
4. OP WELKE MANIEREN WORDT DE WERELD VISUELER?

4.1 Tijdlijn visualisaties

Visualisaties bestaan al eeuwen. Een van de eerste visualisaties is de Babylonische wereldkaart die stamt uit 550 voor christus. Op de uit klei gevormde kaart werd de wereld, gezien vanuit de Babyloniërs, geïllustreerd. Daarbij werd Babylon als centrum gezien. (Irene, 2018)



Daarna werd geëxperimenteerd met verschillende visualisatievormen (Jongsma & Sanders, 2008). De tweede helft van de 19^e eeuw werd het gouden tijdperk voor datavisualisatie genoemd. Minard visualiseerde de verliezen van Napoleons leger tijdens de tocht naar Moskou. Deze visualisatie is een klassieker, omdat er grote hoeveelheden informatie op worden weergegeven.



Visuele storytelling bleef zich ontwikkelen. Door het internet kwamen er veel mogelijkheden bij. Nieuwsmedia embedden quizitems en kaarten op hun website om het publiek te betrekken bij het nieuws en er worden gehele interactieve websites en producties gemaakt. Daarnaast maken virtual reality, animated storytelling en augmented reality hun intrede. Animated storytelling is het gebruik van animaties, met name in video's. Augmented reality voegt digitale elementen toe aan een livebeeld, denk hierbij aan Pokemon Go. Virtual reality zorgt ervoor dat de gebruiker in een compleet andere fysieke

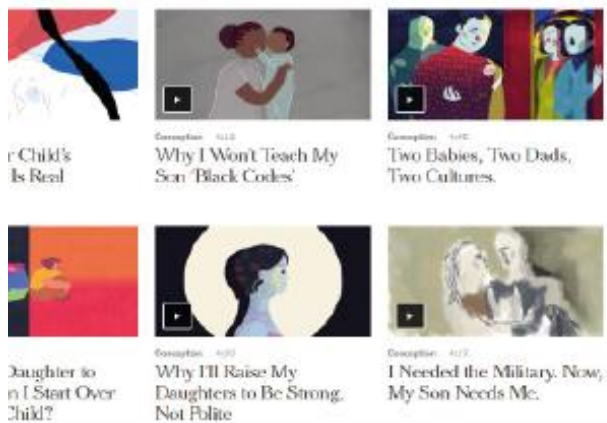
wereld terecht komt. (Larry Dubinski, n.b.) (Velarde, 2018) Hieronder staan zes voorbeelden van visuele storytelling:



Volkskrant - De grote statistiekquiz 2017



Reuters - Nieuwskaartje



The New York Times - animatievideo's



The New York Times - Virtual Reality



KRO-NCRV- Interactieve website



Pokemon Go - Augmented Reality

Visual 2 (Smeets, 2017) (Reuters, N.B.) (Scmp, Conception Season 2: What's It Like to Be a Parent in 2018?, 2018) (Omnivirt, 2018) (Vermaen & Waszink, 2019) (Stein, 2017)

4.2 In hoeverre wordt de wereld visueler?

Toenemend gebruik visuele storytelling

Uit het boek *Infographic Designers' Sketchbooks* blijkt dat de vraag naar makkelijke verteerbare informatie in de vorm van visualisaties is toegenomen (Heller & Landers, 2014). Dat is volgens hen ook de reden waarom visualisaties zijn uitgebreid in reikwijdte. Volgens het onderzoek *Data Visualization in Scandinavian Newsrooms: Emerging Trends in Journalistic Visualization Practices* is er een grote ontwikkeling gaande (Engelbrechtsen, Kennedy, & Weber, 2018). De centrale rol van tekst verschuift naar een centrale rol van data en visualisatie. Daarnaast werken foto's en illustraties als een magneet,

volgens het boek *Beeldtaal: Perspectieven voor makers en gebruikers* (Broek, Koetsenruijter, de Jong, & Smit, 2019). Zo kijken de lezers van papieren kranten eerst naar foto's en koppen. Ook blijven feiten uit de krant veel beter hangen als ze in een infographic worden gevoegd in plaats van in een journalistiek verhaal.

Uit het onderzoek *When Does an Infographic Say More Than a Thousand Words?* blijkt dat visualisaties de nieuwsconsumenten kunnen helpen om complexe nieuwsonderwerpen te begrijpen en dat ze positief verband houden met politieke kennis en nieuwsgebruik (Haan de, Kruikemeier, Lecheler, Smit, & Nat van der, 2017). In dat onderzoek werd een eye-tracking onderzoek uitgevoerd met 122 Nederlanders. Zij moesten visualisaties bekijken in printkrant, in e-krant en op nieuwswebsites. Ook werden er bij drie nieuwsmedia focusgroepen opgericht om de waardering van visualisaties te testen.

Hans Spoelman, ex-hoofddesigner bij het Financieel Dagblad twijfelt er niet over dat de wereld visueler wordt (Bijlage 10.12). Volgens hem verwachten mensen dat je verhalen toegankelijker presenteert. 'Visual storytelling is het brede pakket van hoe je een lezer bereikt. Dat kan heel ouderwets zijn door een krantenpagina, maar ook via apps en de desktopsite. Voor elk platform geldt een ander uitgangspunt.' Een visualisatie kan niet meer ontbreken volgens Spoelman. 'Goede visual storytelling kan een lezer helpen om het verhaal beter te begrijpen, tijd te besparen en het verhaal toegankelijker te maken.' Douwe Schaaf, docent Journalistiek en trekker van de Media & creatie-lijn binnen de opleiding Journalistiek in Ede vindt dat vorm en inhoud niet van elkaar los gezien kunnen worden (Bijlage 10.9). 'Je kunt prachtige inhoud hebben met de beste quotes maar je moet het in een vorm weten te gieten die mensen prettig vinden om te consumeren. Anders werkt het niet.'

Visuele geletterdheid

In het boek *Beeldtaal* maken de auteurs duidelijk dat visuele storytelling niet meer weg te denken is (Broek, Koetsenruijter, de Jong, & Smit, 2019). Volgens hen leert iedereen om te schrijven, maar het produceren van beeldtaal daarentegen niet. 'We pleiten voor véél meer aandacht voor beeld. Het is tijd dat we ons bezinnen op visuele geletterdheid als tegenhanger van wat doorgaans onder 'geletterdheid' wordt verstaan.' Frédéric Ruys is de medeoprichter van The Infographic Congress en freelance informatiedesigner en datajournalist (Bijlage 10.11). Hij is ook van mening dat 'tekst gedreven' er bij mensen is ingeramd door het onderwijs dat gegeven werd door geletterden. 'Wij hebben allemaal bij onze eerste kleuterklasjes getekend. Op een gegeven moment moesten we letters gaan maken en netjes gaan schrijven.' Ruys was, zoals hij zelf stelt, nog nooit zo somber, maar nu ziet hij wel in dat tekst steeds minder wordt. 'Waarom zouden we ook zoveel moeten lezen als er ook andere manieren zijn waarop informatie overgebracht kan worden die net zo effectief zijn? Dat wil niet zeggen dat het makkelijker is om zulke boodschappen te maken, het kost meer tijd, meer energie, meer tools en meer techniek.'

De auteurs van het artikel *What If Colorful Images Become More Important than Words? Visual Representations as the Basic Building Blocks of Human Communication and Dynamic Storytelling* voorzien zelfs het ontstaan van een nieuwe taal voor in de toekomst. (Au-Yong-Oliveira & Pinto Ferreira, 2014). 'Prehistorische communicatie bestond uit grottschilderingen. De komst en populariteit van sociale netwerken op het internet zijn gebaseerd op het uitwisselen van berichten, maar voor het grootste deel ook op het delen van afbeeldingen en video's.' In het artikel, dat zich vooral richt op communicatievaardigheden in bedrijven, wordt leiders in het bedrijfsleven aangeraden om visueler en schematischer te communiceren met hun werknemers. Tekst zonder visuals zou namelijk zorgen voor incomplete communicatie.

De auteurs van *Beeldtaal* denken niet dat tekst volledig verdreven wordt. 'De woorden, zinnen of tekstelementen worden daarbij gebruikt als bijschriften, inschriften en/of geïntegreerd met de beelden en beelelementen tot één visuele eenheid.' (Broek, Koetsenruijter, de Jong, & Smit, 2019) Volgens Erik van Gameren, informatiedesigner NRC, moet je het ook zien als een persoonlijke ontwikkeling (Bijlage 10.5). 'Er zijn mensen die in beeld leven en mensen die in tekst leven. Door de opkomst van de smartphone en de digitale ontwikkelingen is het natuurlijk wel veel groter geworden.' Maar Van Gameren gelooft niet dat er minder mensen lezen. 'Ik denk wel dat we meer informatie visueel kunnen aanbieden en dat dat vaak beter is.'

Er zijn ook argumenten tegen visuele storytelling. Een voorbeeld daarvan is de gedachte dat het toenemende gebruik van visualisaties het nieuws voor het publiek verwarrend kan maken. Visualisaties kunnen te complex zijn om te begrijpen en verwerken. (Haan de, Kruikemeier, Lecheler, Smit, & Nat van der, 2017)

5. WAAROM ZOU DE JOURNALIST MEEGAAN ALS DE WERELD VISUELER WORDT?

5.1 Kritische blik naar nieuws

Tijdens het International Journalism Festival in Perugia 2019 bespraken MIT Media Lab onderzoeker Derakhshshan, hoofddigitaal van The Financial Times Kwong, visueel journalist bij The Wall Street Journal Nessa en Snapchatedacteur bij The Economist Rorh, de toekomst van de journalistiek tijdens *Goodbye news, hello drama: visual forms and post-news journalism* (Derakhshshan, Kwong, Nessa, & Rorh, 2019). Uit dit panel bleek dat de journalistiek aan het afbrokkelen is - met name omdat mensen niet meer willen betalen voor feiten. Volgens de vier panelleden zou de journalistiek op het punt kunnen komen om van zijn droge feitelijke rapportering af te stappen en zich meer in emotionele verhalen te gaan verdiepen. Dan worden visualisaties ook belangrijker. Hans Spoelman, ex hoofddesigner bij het FD, weet niet of het direct emotionele verhalen zouden worden (Bijlage 10.12). Hij denkt dat de beleving het belangrijkste is. 'Het wordt steeds belangrijker om je van de massa te onderscheiden. Daarom probeert het FD artikelen te schrijven die je nergens gratis vindt.' Derakhshshan spreekt ook over het einde van nieuws, maar zeker niet het einde van de journalistiek. Aan de journalist rest de vraag hoe ze deze ontwikkeling gaan aanpakken (Derakhshshan, Kwong, Nessa, & Rorh, 2019). Spoelman beaamt dat er nog een enorme toekomst is voor de journalist. 'Ik denk dat het vertellen van verhalen nog heel lang blijft bestaan en dat mensen daar ook geïnteresseerd in blijven.' Maar hij denkt wel dat de verschijningsvorm gaat veranderen. Hij benoemt: Instagram, Snapchat en 'alle platformen die de komende jaren nog ontwikkeld gaan worden'. Spoelman raadt ieder medium aan om te kijken wat de beste verschijningsvorm is voor de doelgroep.

5.2 Rol van de journalist

Periode van specialisatie

Volgens het rapport *The Future of Journalism* (van der Haak, Parks, & Castells, 2012), is er door de vele verschillende nieuwsplatformen, sociale media en burgerjournalistiek een belangrijke rol voor de journalist ontstaan. Juist omdat de beschikbare informatie zo aan het groeien is en sommige informatie zo complex is om over te rapporteren, ontstaat er een periode van specialisatie binnen de journalistiek. Gigantische datasets vereisen specialistische hulp en journalisten moeten zich gaan onderscheiden van de burgers die ook nieuws delen op hun sociale media. Volgens de auteurs rest de journalist twee opties: of beter worden in het zoeken en verwerken van data, of samenwerken met experts. Ze zijn van mening dat de journalist bij dataverwerking een belangrijke rol kan spelen. 'Geconfronteerd met grote datasets kunnen journalisten analyse, context, uitleg en storytelling toevoegen.' (van der Haak, Parks, & Castells, 2012)

Yordi Dam, oprichter van LocalFocus, merkt dat er steeds meer redacteuren geïnteresseerd zijn in visuele storytelling. Daar hoeft je volgens Dam geen designer voor te zijn (Bijlage 10.3). 'LocalFocus kan juist als een handvat dienen voor verhalen en visuals.' De rol verandert; schrijvende journalisten moeten nu nadenken over foto's en graphics. 'Dat is voor mensen die dat niet gewend zijn misschien een extra kluit werk, maar voor onze generatie wordt het de standaard.' Diezelfde verandering merkte Hans Spoelman, ex-hoofddesigner bij het FD, op zijn redactie (Bijlage 10.12). Daar verschoof de rol in dertien jaar van schrijvende redacteur, fotoredacteur en graphics redacteur naar schrijvende redacteur die meer in staat is om dat zelf te doen. Volgens Spoelman kunnen ze zelf infographics maken door middel van LocalFocus. Op een gegeven moment zit er wel een grens aan. 'Ik vind dat je als schrijvend journalist oog moet hebben voor wat er is maar dat niet allemaal zelf hoeft te kunnen.' Hij verwacht van een journalist dat hij kan beslissen welke vorm erbij past en dat hij daarna naar een collega stapt die het werkelijk kan maken. Anders kan het ten koste gaan van een goed verhaal. Daar is Dam het over eens. Hij zegt daarover: 'Ze moeten weten wat de mogelijkheden zijn, maar ze hoeven het niet per se zelf uit te voeren. Je hoeft niet te weten op welk knopje je drukt, als je visualisaties maar meeneemt in je proces.'

5.3 Belang van het publiek

Rol van visualisaties

Volgens het boek *Beeldtaal* kunnen sommige complexe zaken onmogelijk in woorden uitgelegd worden. Daar biedt visuele storytelling mogelijkheden. 'Infographics laten namelijk vaak dingen zien die op een

andere manier verborgen zouden blijven.’ Het is volgens de auteurs meer dan een ‘plaatje-bij-een-praatje’. Een infographic vereist juist veel research (Broek, Koetsenruijter, de Jong, & Smit, 2019).

Freelancejournalist Sarah Joosten werkt bij Maps4News waar kaarten worden ontworpen voor verschillende nieuwsmedia (Bijlage 10.6). Naar haar mening bevatten deze kaarten toegevoegde waarde omdat het onnodige woorden scheelt en mensen de nieuwslocatie beter kunnen visualiseren. Dat is volgens Els Engel, visueel journalist bij o.a. het Financieele Dagblad, een van de belangrijkste aspecten (Bijlage 10.7). ‘Je kunt in één oogopslag duidelijk maken waar je op een andere manier heel veel woorden voor nodig had. In deze tijd worden mensen steeds visueller: we kijken filmpjes en plaatjes. Teksten lezen wordt steeds minder interessant.’ Volgens Dam kunnen visualisaties veel opleveren voor het publiek. ‘Als je meer dan drie getallen gebruikt in een tekst, is de lezer zo de kluts kwijt. Na een paar getallen worden het voor de lezer gewoon vreemde tekens.’ De Haan, Kruikemeier, Lecheler, Smit en Van de Nat (2017) toonden aan dat nieuwsconsumenten visualisaties bekijken, ongeacht het platform waar ze op worden gepubliceerd. Daarnaast worden visualisaties zeer gewaardeerd als ze in het nieuwsverhaal geïntegreerd zijn. Als een infographic een ander onderwerp behandelt dan de bijhorende tekst, vinden de respondenten het onduidelijk. Uit het onderzoek bleek ook dat de leestijd voor de infographic veel lager was dan voor de tekst en dat interesse in een onderwerp een belangrijke keuzefactor is om een artikel te lezen met een visualisatie. Ook het design blijkt belangrijk (Haan de, Kruikemeier, Lecheler, Smit, & Nat van der, 2017).

Een nadeel van visualisaties kan zijn dat beeld makkelijk gemanipuleerd kan worden. Volgens informatiedesigner Frédéric Ruys kan je heel goed liegen met grafieken (Bijlage 10.11). ‘Toch kun je ook liegen met een lap tekst, maar dat is moeilijker,’ zegt Ruys. Daarnaast kan het lastig zijn om een bepaalde situatie te visualiseren, als daar nog weinig informatie over is. ‘Je weet niet hoe iemand eruitzag en in welke auto hij reed, maar je gaat toch wat tekenen.’ Daar is LocalFocus oprichter, datajournalist en datavisualisatie-designer Yordi Dam het mee eens (Bijlage 10.3). Volgens Dam lijkt iets betrouwbaar als het in een visualisatie staat. Maar dat hoeft niet altijd zo te zijn. ‘Als jij wil dat een lijn spectaculair stijgt, dan breek je de verticale as een beetje af en dan zul je zien dat die een stuk steiler omhoog gaat.’

5.4 Meerwaarde journalist

Spoelman denkt dat journalisten een meerwaarde in visuele storytelling kunnen leveren (Bijlage 10.12). ‘Wat ik vaak zie, zijn goede vormgevers en artdirectors die ook graphics maken. Dan kijk je naar die plaatjes en zie je leuke icoontjes, pijltjes en cijfers maar vooral hele mooie plaatjes waarbij het niet altijd gaat om het goede verhaal.’ Hij is van mening dat de journalistiek zich meer moet toelagen op het verhaal. Een visualisatie hoeft niet altijd heel mooi en spectaculair te zijn. Ruys vindt ook dat de journalist een belangrijke rol kan spelen (Bijlage 10.11). ‘Als je een animator vraagt om een verhaal te vertellen, krijg je een animatie. Als je een tekenaar vraagt om een verhaal te vertellen, krijg je een tekening. Als je het een journalist vraagt, gaat hij de gepaste tools uitzoeken en wellicht op zoek naar een specialist die zijn verhaal het beste kan vertellen.’ Volgens Marijke van den Berg, projectleider Nieuw Onderwijsconcept en docent journalistiek Windesheim, is het een voordeel dat journalisten getraind worden in het nadenken over de beste vertelvorm (Bijlage 10.8). ‘Je hebt de informatie en feiten en gaat daarna bedenken hoe je dat moet vertellen. Dat vertellen van verhalen is een hele belangrijke eigenschap.’ In het boek Beeldtaal wordt ook benadrukt dat ontwerpers en vormgevers er vaak voor kiezen om geen bijschriften bij te voegen, omdat dit het beeld zou verstoren. Dan worden het zoekplaatjes (Broek, Koetsenruijter, de Jong, & Smit, 2019).

Daarnaast vindt Ruys dat visualisaties heel belangrijk zijn, omdat de journalist letterlijk met een andere blik naar het nieuws kijkt. ‘Je verslaat het nieuws via foto, via video, via bronnenonderzoek, maar je kan ook het nieuws verslaan via visuele reconstructies. Simpelweg omdat je een ander standpunt kunt innemen. Dat maakt het al heel waardevol.’ Ruys vindt het zorgwekkend als een journalist simpelweg zegt dat een visualisatie niet nodig is. ‘Er verdwijnt dan een kritische blik die nodig is voor het maken van een visualisatie.’

6. WAT BETEKENT DEZE ONTWIKKELING VOOR DE DAGELIJKSE PRAKTIJK VAN DE JOURNALIST?

6.1 Designer of journalist?

Designers op redacties

In Bijlage 10.1 is een samenvatting te vinden van de geselecteerde redacties en hun geschiedenis met visuele storytelling. In Bijlage 10.2 zijn visualisatievoorbeelden te vinden van de geselecteerde redacties.

Thomas Mulder, data-analist bij KRO-NCRV dataplatform Pointer, vindt dat er veel nuttelose grafieken gebruikt worden in de media (Bijlage 10.4). Hij neemt als voorbeeld een staafdiagram waarin twee cijfers worden vergeleken. Dat kun je volgens hem beter in de tekst uitleggen. Mulder ziet soms ook foute grafieken, bijvoorbeeld een cirkeldiagram: 'Wanneer deze gekanteld wordt in 3D en wordt schuingetrokken, kan het anders geïnterpreteerd worden.' Dat is volgens Els Engel, visueel journalist bij het FD, één van de redenen waarom er informatiedesigners en visuele journalisten werkzaam moeten blijven op redacties (Bijlage 10.7). Ze noemt visualiseren een vak apart, waar je veel tijd in moet steken en wat je er niet zomaar naast zou kunnen doen. Zelfs met simpele grafieken gaat het soms bij een algemene journalist mis. Engel noemt een taartgrafiek met twintig taartstukken: 'Dat is veel te veel, waardoor het totaal onoverzichtelijk wordt. Soms worden er ook staafgrafieken gemaakt waarbij elk staafje een andere kleur heeft. De lezer weet dan niet meer waar hij moet kijken.' Sarah Joosten, journalist bij visualisatiebedrijf Maps4News, vindt het een toevoeging als journalisten zelf een visual kunnen maken, maar ziet ook het belang van infographic designers (Bijlage 10.6). Vooral bij ingewikkelde verhalen met veel data. Spoelman vindt dat een schrijvend journalist bewust moet zijn van de impact van beeld en hierover moet nadenken (Bijlage 10.12). Vervolgens kan de journalist het altijd nog uitbesteden.

Ontwikkeling van de opleiding Journalistiek

Thomas Mulder studeerde in 2012 aan de opleiding journalistiek in Windesheim en vond dat er weinig aandacht werd besteed aan visuele storytelling (Bijlage 10.4). Het enige wat hij aan vormgeving moest doen was het maken van een toets Indesign. Marijke van den Berg, projectleider Nieuws Onderwijsconcept en docent journalistiek Windesheim (Bijlage 10.8), beaamt dat er in de eerste twee jaar van de opleiding weinig aandacht aan visuele storytelling wordt besteed. Dat komt vooral doordat de opleiding ervan uitgaat dat er op iedere redactie een vormgever is. 'De journalist levert de gegevens en dan gaat de ander ermee aan de slag.' Rosanne van Schriek, medewerker van de Techdesk en instructeur nieuwe vormen bij de opleiding journalistiek in Tilburg, vindt dat een verkeerde instelling die zij haar studenten liever niet meegeeft (Bijlage 10.10). 'Als jij als journalist kunt visualiseren, al is het een schets, kun je samenwerken. Dat is veel beter dan: 'Ik heb mijn deel gedaan, dit is jouw deel: succes ermee.' Volgens Van Schriek is het ook handig als je een conceptuele visual kan maken. 'Dit is wat ik ongeveer wil, kan jij daar nu echt een visual van maken?' Douwe Schaaf, docent Journalistiek en trekker van de Media & creatie-lijn binnen de opleiding journalistiek in Ede, gelooft erin dat een journalist later niet alles zelf hoeft te doen (Bijlage 10.9). 'Maar wij vinden het wel belangrijk dat de student de taal snapt en de mogelijkheden kent. Dat hij weet wat voor beslissingen daar allemaal in zitten.' Het is volgens Schaaf tweeledig: wanneer je namelijk als journalist ook design skills hebt, heb je meer mogelijkheden.

In het eerste jaar krijgen de studenten in Windesheim vooral te zien wat er op visueel vlak mogelijk is en moeten ze soms een kleine visualisatie maken bij een verhaal. Hoewel jaar één al volledig ingevuld wordt met de basisaspecten van het vak, is er in jaar drie wel ruimte voor visuele storytelling. Er wordt zelfs gewerkt aan een minor datavisualisatie. Van Schriek vindt ook dat studenten eerst de basis moeten leren. 'Om een visual te maken moet je bijvoorbeeld eerst leren selecteren en ik denk dat tekst daar nog steeds de beste manier voor is.' Ondanks dat moeten studenten ook leren om aan andere vormen te denken. 'Wanneer ze veel cijfers in een tekst hebben, moet er automatisch een lampje gaan branden: hier zou ik wat anders mee moeten doen. Die manier van denken moeten wij hen aanleren, ook al in het eerste jaar.' Schaaf gelooft niet in een basis van schrijven. In Ede maken de studenten in het eerste blok van jaar één een krant en leren ze de basis van vormgeving van printmedia en werken ze met indesign en photoshop. 'Ik geloof dat je het eerste jaar prima complexer kunt maken en dat dat heel leerzaam is. Bij ons is het uitgangspunt dat de praktijk voorop staat. De praktijk is niet zo geïsoleerd dat je alleen maar aan het schrijven bent. Je gaat een krant maken, dus dan ga je in het gehele krantproces zitten. Dan moet je ook snappen dat er vormgeving bijhoort en hoe dat werkt.' In Ede wordt er bij iedere

specialisatie aandacht besteed aan vormgeving en verschillende vormen. Zo wordt er bijvoorbeeld bij het maken van een podcast gedacht aan het opbouwen van een merk en de opmaak.

In Tilburg wordt er in leerjaar twee een uitleg over visualisaties gegeven en in leerjaar drie kunnen de studenten vakken kiezen zoals Experimentele vormen en Tech. In het eerste jaar wordt er steeds meer aandacht aan besteed. Zo informeerde Van Schriek dit jaar twintig eerstejaarsstudenten over visualisaties tijdens een ervaringsweek. Tijdens zo'n week wil Van Schriek de studenten meegeven dat iedereen het kan en dat de tools er zijn. Op de opleiding in Utrecht wordt er volgens Ernst-Jan Hamel, docent datajournalistiek en datavisualisaties, wel degelijk aandacht besteed aan datavisualisatie en interactieve onlinejournalistiek (Bijlage 10.13). Zo is er in jaar twee het vak datajournalistiek, waarin studenten over Excel, beeldtheorie en grafiekprogramma's leren en is er het vak Multimediale Productie, waarin studenten een longread met multimediale storytelling elementen maken. In de bovenbouw is er een keuzeworkshop Datavisualisatie en hebben ze de minor Datavisualisatie & Infographics.

Joosten studeerde aan de Fontys Hogeschool Journalistiek in Tilburg (Bijlage 10.6). Zij vindt dat je meteen in je eerste jaar in aanraking moet komen met visualiseren. Dat begint al bij Première en Adobe. Van Schriek vindt dat er op de opleiding kennis moet zijn om deze programma's uit te leggen, maar dat de student het verder zelf moet doen. Mulder vindt ook dat eerstejaars studenten journalistiek in aanraking moeten komen met Adobeprogramma's, waarvan voornamelijk photoshop. Daarnaast vindt hij dat de opleiding meer aandacht moet besteden aan het visueel vertellen van een verhaal. Daarbij moet de opleiding niet bij de basics blijven. Dat hoeft niet groot te zijn. Het kan volgens de Pointerjournalist ook slechts met een simpele schets. Zolang de student maar creatief bezig is. Dam is van mening dat iedere student journalistiek de basics zou moeten kennen (Bijlage 10.3). 'Net zoals een rechtbankverslag in het eerste jaar. Je moet de studenten leren welke databronnen er zijn, welke berekeningen ze moeten kennen en wat de valkuilen zijn. Pas daarna kunnen ze kiezen waarin ze verder gaan.' Volgens Dam is er dan in ieder geval geen blinde vlek meer, die er voor een hele lichte student volgens hem nu nog wel is.

Samenwerkingsverbanden

Spoelman denkt dat er steeds meer samenwerkingsverbanden komen tussen de vormgever, de infographic redacteur en de programmeur (Bijlage 10.12). 'Ik denk dat de technische kant van het verhaal te gespecialiseerd wordt voor een journalist. En dat zou altijd ten koste gaan van het inhoudelijke deel.' Mulders carrière begon in een driehoekssamenwerking met een developer en visualisator. Hij vindt dat een aanrader voor de opleiding journalistiek. 'De opleiding zou mini-redacties kunnen opzetten, waarbij iedere dag samen aan producties wordt gewerkt. De journalist zou dan de inhoud verzorgen en met de vormgever en developer meedenken. Dat lijkt me een hele goede les.' Volgens Dam moeten we over de schutting kijken. 'Wat doen de mensen om mij heen en wat voor rol speel ik daarin?' vraagt Dam zich af. Daar is Van den Berg het helemaal mee eens. De opleiding in Windesheim is momenteel bezig met een samenwerking met Cibap, een creatieve opleiding. Ook zorgt de minor *Media Innovation* ervoor dat verschillende opleidingen samen komen. Bij de opleiding in Tilburg wordt er bij een project al samengewerkt met studenten ICT. Dat is volgens Van Schriek een goed begin. Zij merkte tijdens haar afstudeerstage bij Submarine Channel dat samenwerking niet meer weg te denken is. 'Wij werkten met een developer, tekenaar, journalist, filmmaker en fotograaf. Het is leerzaam om de verschillende keuzes van hen mee te krijgen.' De opleiding in Ede is volgens Schaaf te klein voor samenwerkingen met andere opleidingen (Bijlage 10.9). 'Maar als het bij ons zou kunnen, zou dat te gek zijn. Ik geloof er wel heel erg in.'

6.3 De lezer aan de hand nemen of vrijlaten?

Dashboard

Na tien jaar werkzaam te zijn bij de NRC, merkt van Gameren dat zijn werkstijl veranderd is (Bijlage 10.5). 'Wat ik tien jaar geleden maakte, zou ik nu nooit meer maken. Ik vind het echt verschrikkelijke 'monsters' van dingen.' In het begin maakte hij visualisaties waarbij je op een klein oppervlak heel veel kon zien. Hieronder een visualisatie van Van Gameren uit 2011.

Interactieve kaart: onrust in de Arabische wereld en het Midden-Oosten

David Haakman 3 februari 2011



De lezer kan hier kiezen voor de maand en het land.
Hij moet het zelf uitzoeken.



Visual 3 (Haakman & Van Gameren, 2011)

Gedurende deze jaren is de werkwijze van Van Gameren veranderd van 'kijk eens, hier staat alles – zoek het maar uit', naar 'hier moet je kijken'. Ook Ruys benoemde deze ontwikkeling (Bijlage 10.11). Hij gelooft zelf in lineaire vertelling, maar met de komst van het internet en de mogelijkheden, zijn er veel media overgestapt op een interactieve infographic. Dat zijn vaak hele uitgebreide dashboards waar je op kan klikken. 'Die tools kunnen vanuit een onderzoekoogpunt super interessant en waardevol zijn, maar vanuit een vertelling verschrikkelijk. Je geeft de regie uit handen en de gebruiker moet kiezen uit een boom van mogelijkheden.' Dam deelt deze mening en stelt dat in 95 procent van de gevallen, een dashboard compleet ongeschikt is (Bijlage 10.3). 'Iemand moet de lezer aan de hand nemen. Ik denk dat veel journalisten onderschatten hoe goed zo'n lezer in een statistiek zit of überhaupt bekend is met visualisaties.'

Doelgroepen

Els Engel is van mening dat een visualisatie niet te begrijpen is voor iedere lezer (Bijlage 10.7). Je moet volgens haar altijd werk maken voor één bepaalde doelgroep. Zo vergelijkt ze FD, waar een hoogopgeleide doelgroep het leuk vindt om een uitdaging aan te gaan, met NOS, waar ook rekening gehouden moet worden met laagopgeleide mensen. Dat creëert een volledig ander beeld voor iedere doelgroep.

Frédéric Ruys deelt deze mening niet (Bijlage 10.11). Volgens hem is het juist relevant om zo makkelijk mogelijk te beginnen. 'Tegenwoordig wordt elk plaatje op een bepaalde manier gedeeld. Sluit geen doelgroepen uit, maar laat die personen het zelf bepalen.' Volgens Ruys is het niet aan de journalist om jargon of ingewikkelde woorden te gebruiken. De gebruiker kan na vijf minuten alsnog afhaken. Ruys benadrukt dit door te zeggen dat er gelaagdheid in een visualisatie wordt aangebracht; maar je moet

volgens hem niet met een drempel beginnen. Zo werkte hij mee aan een animatie, bedoeld voor de politiek. Vanuit een 'heel saai politiek document' maakte hij een virtual reality animatie. Tijdens het testen viel het op dat kinderen het ook interessant vonden. Daarom werd er een voice-over voor kinderen ingesproken. Dit bleek uiteindelijk ook goed te werken voor politici en ingenieurs.

6.4 Werkwijze

Volgorde

Bij het bedrijf Maps4News kunnen nieuwsmedia een bestaande kaart downloaden en deze embedden. Daarnaast is het ook mogelijk om een dataset aan te leveren, een kaart in huisstijl te krijgen en zelf een kaart te ontwerpen. Joosten weet uit ervaring dat bijna alle kranten eerst werken vanuit de tekst en er daarna een illustratie bij zoeken (Bijlage 10.6). Dat moet anders, vindt ze. 'Het is heel belangrijk om die stap te maken naar visualiserend denken.' Dat is precies wat Erik van Gameren doet bij de NRC (Bijlage 10.5). Hij gaat aan de slag met een onderwerp en gedurende zijn research bedenkt hij welke vorm hierbij zou passen. In de ideale wereld zou hij het kiezen van een vorm zo lang mogelijk uitstellen. 'Maar dat is moeilijk, je staat onder druk van een organisatie die dingen van je verwacht. Morgen moet het in de krant, dus je bent nooit vrij om je eigen project te doen. De vormgevers moeten weten of iets liggend, groot of klein wordt. Het moet al vastgelegd worden, anders is er geen plek voor je visualisatie.'

Voor Els Engel, werkzaam bij het FD, verschilt het proces per visualisatie (Bijlage 10.7). 'Soms is er al een verhaal bij geschreven en soms moet ik het helemaal zelf doen. Als dat het geval is, denk ik aan dingen die ik mij afvraag. Dan ga ik uitzoeken of daar data en informatie over te vinden is. Tijdens de research krijg ik altijd al ideeën hoe ik het visueel moet aanpakken en dan begin ik met schetsen.' Dat is volgens Engel de enige manier om de vorm te bepalen.

Yordi Dam (Bijlage 10.3) ziet vooruitgang in de journalistiek. Een aantal jaar geleden werden er 'vette video's of graphics' gemaakt maar dan stond de tekst er nog naast. 'Dat was dubbelop en dus onnodig.' Nu vertelt het beeld het hele verhaal. Wanneer Yordi Dam voor LocalFocus werkt, begint hij altijd in Excel, daar laat hij analyses los op zijn spreadsheet. Als hij klaar is met zijn berekeningen, zet hij het in de visualisatie tool, die hij vervolgens ook weer gebruikt als analysemiddel. 'Datavisualisaties zijn enerzijds een tool om aan het grote publiek je ontdekkingen te laten zien, anderzijds helpt het je als journalist te vinden waar het verhaal zit.' Daarna wordt de vorm gekozen. Volgens Dam is het met regionale data verleidelijk om alles in een kaartje te gieten. Dat correspondeert niet altijd met het verhaal dat je wilt vertellen. 'Het journalistieke deel gaat hand in hand met je visualisatie vorm.'

Checken voor publicatie

Voor freelancer Frédéric Ruys is het verhaal altijd leidend (Bijlage 10.11). Ondanks dat het een visualisatie is, wordt het wel een redactioneel journalistiek verhaal. Hij probeert een visualisatie altijd te voorzien van adaptaties, zodat de lezer wel uitgelegd krijgt wat hij ziet en wat er gebeurd is. Het proces van zijn productie verschilt. 'Soms ben je aan het begin van een onderzoeksfase, soms zijn er al veel bronnen benaderd en dan moet je een selectie maken. Maar in de meeste gevallen laat ik me informeren, dan ga ik schetsen en denken wat heb ik nodig om die schets tot stand te brengen. Dat koppel ik steeds terug naar de inhoudsdeskundige.'

Bij LocalFocus worden de visualisaties niet getest voordat ze online komen (Bijlage 10.3). Ze houden wel interactie op grafieken bij. Daaruit blijkt dat maar een klein deel van de gebruikers op een menubalk klikt. 'Heel veel mensen kijken alleen naar de grafiek, halen daar informatie uit en klikken niet verder in de grafiek.' Volgens Dam hoeft dat niet erg te zijn; de informatie in de menubalk kan ook voor de fijnproever zijn. Het risico bij menubalkjes is wel dat er de belangrijke informatie, die bijdraagt aan het volledig vertellen van het verhaal, ongezien blijft. Bij Pointer wordt een visualisatie door het gehele team bekeken om fouten te tackelen. (Bijlage 10.4)

6.5 Verfraaiing of niet?

Uit het onderzoek *Making information attractive and graphics comprehensible* (Roest, 2018), bleek dat de minst versierde visualisaties als het meest aantrekkelijk worden ervaren – zelfs als de verfraaiingen thematisch relevant zijn. In het onderzoek werden vier verschillende visualisaties getest bij 128 deelnemers. De uitkomst van het onderzoek komt overeen met de mening van datavisualisatie

wetenschapper Edward Tufte, geparafraseerd door Roest, die vindt dat visuele beelden de lezer alleen maar afleiden van de informatie. Het onderzoek *The effect of aesthetic on the usability of data visualization* uit 2007 (Cawhton & Vande Moere, 2007), spreekt dit weer tegen. In dit onderzoek werd er een online-enquête afgenomen bij 285 deelnemers om erachter te komen wat het publiek van verfraaiing vond. Volgens Cawhton en Vande Moere worden visualisaties niet onduidelijker of onnauwkeuriger door extra verfraaiing. Zij ondervonden juist dat lezers meer moeite steken in het begrijpen en onthouden van informatie als deze in een aantrekkelijke vorm wordt gepresenteerd.

Dat komt overeen met het onderzoek *Useful Junk? The effects of visual embellishment on comprehension and memorability of charts* van Bateman, Mandryk, Genest en Gutwin, (Bateman, Mandryk, Genest, & Gutwin, 2010). Voor dat onderzoek moesten twintig deelnemers acht visualisaties bestuderen en werd er gekeken naar het effect van (on)verfraaide visualisaties op het publiek. Uit de studie blijkt dat zowel verfraaide als niet verfraaide visualisaties nauwkeurig kunnen zijn. Echter, herinnerden de proefpersonen na twee weken de verfraaide visualisatie veel beter. In Beeldtaal wordt beredeneerd dat individuele smaak bij grafische vormgeving ook een rol speelt (Broek, Koetsenruijter, de Jong, & Smit, 2019).



Visual 4 (Gameren & van Loon, 2019) (NOS op 3, 2019)

Spoelman vindt dat er te veel 'mooie plaatjes' in de omgang zijn. Hij is van mening dat een goede visualisatie begint met het verhaal dat erachter zit. 'Op basis daarvan ga je elementen toevoegen en ga je nadenken over je soort infographic.' Een mooie infographic is volgens Spoelman juist aantrekkelijk. 'Maar niet genoeg an sich. Een visualisatie moet goed zijn, het moet zijn doel dienen. Je kunt dus kleur gebruiken om binnen een visualisatie dingen uit te leggen. Maar een regenboog aan kleuren kan het plaatje juist ontoegankelijk maken.' Van Gameren heeft door de jaren geleerd dat hij het veel soberder en uitleggender moet maken (Bijlage 10.5). Dam prefereert dat ook. Hij wil alleen de essentiële dingen om een verhaal te vertellen. Volgens Dam verschilt dat wel per medium en per huisstijl (Bijlage 10.3). Ook komt het weleens voor dat een onderwerp niet geschikt is voor een visual en dat het in tekst toch beter is. Daar is Thomas Mulder het mee eens (Bijlage 10.4). 'Soms blijft tekst de beste manier om iets te vertellen. Met visuals kun je heel veel informatie tegelijkertijd vertellen, maar het hoeft niet altijd de beste manier te zijn.' Verfraaiing kan volgens Roest (2018) ook voor verkeerde interpretaties zorgen. Als sommige cijfers erg groot worden neer gezet, gaat de lezer ervan uit dat die het belangrijkste zijn.

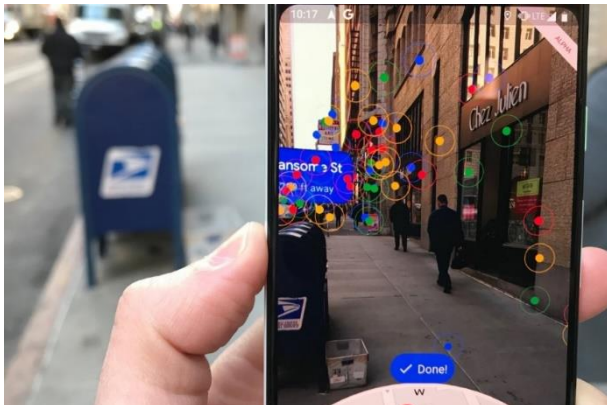
6.6 De toekomst

Nieuwe vormen

Thomas Mulder denkt dat virtual reality een grote rol gaat spelen in de toekomst maar dat het nu nog niet echt interessant is omdat bijna niemand een VR-bril heeft (Bijlage 10.4). Volgens Engel (9.7) is dat niet ver in de toekomst. 'De New York Times heeft al een app met augmented reality.' Deze app werd in 2015 gelanceerd en werd meteen de meest gedownloade app van de New York Times. Op de

applicatie zijn verschillende VR-verhalen te zien. (New York Times, 2015) Deze verhalen staan ook op [Youtube](#). (New York Times, 2018)

Mulder denkt dat we veel visuele elementen terug gaan zien in de toekomst. 'Kortere video's voor op televisie. Bijvoorbeeld wat Bellingcat doet, zij maken een soort reconstructies van tien minuten waarin ze met veel visuele elementen aan de gang gaan. Ik denk dat die snelle behapbare content wat meer naar voren komt.' Sarah Joosten denkt aan soortgelijke ontwikkelingen (Bijlage 10.6). 'Ik denk dat je in de toekomst video's kunt maken van kaarten, of dat je visuals kunt laten bewegen.' Ook denkt ze dat interactiviteit steeds simpeler gaat worden. Frédéric Ruys denkt dat het publiek steeds meer ondergedompeld gaat worden in de gebeurtenis (Bijlage 10.11). Bijvoorbeeld door immersive journalistiek en 360 graden video's of foto's. Immersive journalistiek is het aanwezig zijn bij nieuwsgebeurtenissen door virtual reality-technieken (Steen, 2013).



Visual 5 (Redactie, Will Google's new augmented reality maps save us from ever getting lost again?, 2019)

Erik van Gameren ziet grote kansen voor de datajournalistiek (Bijlage 10.5). Zo zou het in de nabije toekomst mogelijk zijn om gigantische datasets in te voeren. 'Dat zie je nu al terug in grote producties waar op een hele slimme manier data in wolken of in kaarten wordt geladen. Daarbij word je juist niet overspoeld door informatie maar wordt de informatie op een hele subtiele manier getoond.' Volgens Van Gameren betekent dit dat grote datasets serieuzer worden genomen en dat journalisten zich hierin gaan specialiseren en dat goed gaan beheersen. Dat beaamt Els Engel, die de komst van ingewikkeldere visualisaties, met maar liefst tienduizenden of honderdduizenden datapunten voorspelt.

Mobile first

Engel voorziet een verandering van grote print graphics naar mobile first. De mooie krantenpagina valt weg en er moet dus een visualisatie worden gemaakt die werkt op dat kleine scherm. 'Toch denk ik dat het gebruik van visualisaties uiteindelijk niet minder gaat worden. Op kleine schermen kun je ook een verhaal in beeld vertellen. De lezer wil toch graag visueel en interactief de informatie tot zich nemen.' Yordi Dam denkt ook dat visualisaties steeds meer mobile first worden. Dat betekent dat dashboard-visualisaties niet meer gebruikt gaan worden bij nieuwsmedia. Daarnaast denkt hij dat de journalistieke visualisaties steeds simpeler gaan worden. Als je erlangs scrollt wordt meteen duidelijk wat het belangrijkste is. Daarna heb je als lezer nog de keuze om dieper in het onderwerp te gaan met een scrollmodule die verschillende onderdelen laat zien. Het onderzoek *Data Visualisations: Newsroom Trends and Everyday Engagements* (Engebretsen, Kennedy, & Weber, 2018), omschrijft dat de mobile first ontwikkeling ervoor heeft gezorgd dat bepaalde visualisaties vaker worden gebruikt. De interactieve visualisaties zijn verleden tijd. Barcharts, linecharts en scrollytelling zijn van deze tijd.



Visual 6 (NOS op 3, 2019) (Kosara, 2016)

7. CONCLUSIE

8. REFLECTIE

Gedurende dit reflectieonderzoek zocht ik het antwoord op mijn hoofdvraag: *In hoeverre wordt de wereld visueler en op welke manieren moet de journalist hierin meegaan?* Aan het begin van mijn onderzoek dacht ik dat er maar weinig redacties gebruik maakten van visuele storytelling. Dat bleek een foute vooronderstelling. Uit mijn interviews werd namelijk duidelijk dat op de redacties van het AD, het FD, de NRC en Pointer al kritisch wordt nagedacht over visuele storytelling. Daarbij hebben LocalFocus en Maps4News een ondersteunende rol voor deze redacties.

'Seeing comes before words. The child looks and recognizes before it can speak' – (Berger, 2016)

Deze quote illustreert de denkwijze van mijn interviewkandidaten. Voor de meeste van hen is het logisch dat visualisaties hun intrede maken in de journalistieke wereld. Dat besepte ik tijdens mijn gesprek met Frédéric Ruys, die uitlegde dat onze wereld tekst gedreven is, terwijl we opgroeien met beelden. Het is voor de mens dus niets nieuws om met visualisaties te werken. Die visie maakte indruk op mij. Nu begrijp ik waarom de consument het gebruik van visualisaties prettig kan vinden; het ligt in de aard van het beestje.

Visuele storytelling is een vak apart, dat veel oefening en tijd vereist. Toch is één ding zeker; Het is volgens Hans Spoelman, het boek *Beeldtaal en Els Engel* niet meer weg te denken. Ik geloof ook dat visuele storytelling altijd een plekje zal hebben in deze wereld. Zelf baseer ik dat bijvoorbeeld op het onderzoek *Data Visualization in Scandinavian Newsrooms: Emerging Trends in Journalistic Visualization Practices*, waaruit blijkt dat de centrale rol van tekst naar een centrale rol van visualisaties aan het veranderen is. Ik denk dat het publiek steeds meer in beeld wil zien. We kijken ook de hele dag naar onze telefoon waar tientallen video's en afbeeldingen voorbij komen. Het onderzoek *What If Colorful Images Become More Important than Words? Visual Representations as the Basic Building Blocks of Human Communication and Dynamic Storytelling*, denkt zelfs dat we weer een nieuwe taal gaan ontwikkelen met afbeeldingen en video's. Daar ben ik het niet zo zeer mee eens. Ik denk niet dat tekst verdwijnt; ik denk dat de mens niet zonder tekst kan. Wel denk ik dat tekst en visualisaties een mooie combinatie kan zijn. Ook voor de journalist; die erdoor kan opvallen en de lezer zo goed mogelijk kan informeren.

Gebaseerd op de onderzoeken hierboven, denk ik dat het slim is als journalisten visueler gaan denken. Dat kan beginnen met het nadenken over nieuwe vormen. Frédéric Ruys vindt het bijvoorbeeld zorgwekkend als een journalist simpelweg zegt dat een visualisatie niet nodig is. Daar ben ik het mee eens. Dan neem je niet eens de moeite om met een kritische blik naar je productie te kijken. Ik vind dat een journalist stil moet staan bij de verschillende manieren om informatie te werken. Dat is al een goede eerste stap. De volgende stap zou het gebruik van visuele storytelling zijn. Daar komen nog veel keuzes bij kijken. *In onderstaande alinea's bespreek ik deze en verklaar ik mijn visie.*

Een drempel en de lezer aan de hand nemen?

Volgens Erik van Gameren en Frédéric Ruys is de werkwijze van visuele storytelling veranderd van 'zoek het maar uit', naar 'hier moet je kijken'. Zelf denk ik, net zoals Van Gameren en Ruys, dat de tijd van grote dashboards voorbij is. Voor mijn gevoel zijn we toch allemaal - door het grote aanbod van informatie - snel verveeld. Daarbij deel ik de mening van Van Gameren die zegt dat tientallen mogelijkheden niet werken en er alleen maar voor zorgen dat de consument afhaakt. Zelf zou ik aanraden om het simpel te houden en ervoor te zorgen dat een visualisatie vragen beantwoordt en niet oproept. Daarnaast denk ik dat een dashboard wel interessant kan zijn voor de expert, maar dat sluit ook weer consumenten uit.

Dat lijkt op het standpunt van Engel die denkt dat een visualisatie niet te begrijpen is voor iedere lezer en dat je voor een specifieke doelgroep een uitdagendere visualisatie kan maken. Toch ben ik het eens met Frédéric Ruys die het liefst aan de drempel wil beginnen. Het is dan voor iedereen toegankelijk waardoor je niemand uitsluit. Volgens Ruys is het zelfs voor hoogopgeleiden fijn om makkelijke informatie tot je te krijgen. Zo maakte hij ooit een voice-over voor kinderen die uiteindelijk goed bleek te werken bij politici en ingenieurs. Daarnaast zei Ruys dat een visualisatie voor alle doelgroepen nog niet hoeft te betekenen dat er informatie ontbreekt. De journalist moet er gelaagdheid in brengen om dat te voorkomen. Daar ben ik het mee eens. Ik vind dat er geen drempel moet zijn maar dat wel alle informatie erin moet zitten. Daarbij kan de lezer altijd nog afhaken als het te lastig of oninteressant voor hem wordt. Maar mensen uitsluiten bij een productie vind ik niet de taak van de journalist.

Journalist of designer?

Mulder en Engel zijn het erover eens dat er informatiedesigners en visuele journalisten werkzaam moeten blijven op redacties. Joosten ziet het als toevoeging als journalisten zelf een visual kunnen maken maar ziet ook het belang van infographic designers. Zelf vind ik het niet meer van deze tijd dat een journalist alleen een artikel schrijft en vervolgens het beeld aan iemand anders overlaat. In mijn ideale wereld zou iedere journalist moeten weten hoe je een simpele visualisatie maakt. Ook vind ik het heel sterk als een journalist zelf schetsen kan maken voor een complexe visualisatie. Deze hoeft hij vervolgens niet zelf uit te werken want dat kan volgens Hans Spoelman ook ten koste gaan van de informatie. Daar ben ik het mee eens. Een journalist is in eerste instantie opgeleid om verhalen te vertellen. De een kiest in die opleiding voor het werken met video, de ander met visuals en nog een ander met tekst. Wanneer jij een schrijvende journalist bent, wil dat dus niet zeggen dat jij aanleg hebt voor het maken van visualisaties. Dat zou dan ook averechts kunnen werken. Een visualisatie is bedoeld om informatie te verduidelijken. Het moet geen vragen oproepen maar beantwoorden.

Ik vind dus dat een journalist een simpele visualisatie wel zelf zou kunnen maken met behulp van sites als Localfocus en Maps4News. Dat scheelt veel tijd en biedt mogelijkheden in journalistieke verhalen. Toch zitten daar ook schaduwkanten aan. Volgens Mulder zijn er veel nutteloze en foutieve grafieken te vinden in de media. Naar mijn mening zou het opzetten van een cursus voor de redactie wel rendabel zijn. Het zou ervoor zorgen dat de journalisten weten wat de mogelijkheden zijn en dat biedt weer ruimte voor nieuwe ideeën. Ideeën die natuurlijk alsnog door een designer kunnen worden uitgevoerd als ze te complex zijn. Toch is het volgens Spoelman en Ruys niet zo dat iedere designer een duidelijke graphic kan maken. Een designer denkt toch eerder aan het design dan aan het verhaal. Volgens Ruys kan een journalist daar dus ook veel mee winnen. Daar ben ik het mee eens; de focus van de journalist ligt op het vertellen van het verhaal. Daarbij heeft hij als hoofddoel 'informer' en heeft hij de research gedaan dus beschikt hij over alle kennis. Het verhaal staat altijd op nummer één. Een journalist kan naar een verhaal kijken en bedenken welke vorm het beste zou passen om het verhaal over te brengen. De volgende stap zou kunnen zijn om het alsnog naar een designer te sturen, maar dan dus wel met een concept voor ogen. Ik zie ook het voordeel van gespecialiseerde journalisten. De journalist weet wat hij wil overbrengen en kan dit vervolgens zelf perfectioneren. Zo hoeft hij niets uit handen te geven. Echter, is dat niet voor iedere journalist weggelegd.

Keuzevak

Wat betreft de opleiding Journalistiek waren Joosten en Mulder van mening dat hun opleidingen achterliepen wat betreft visuele storytelling. Zelf ben ik van mening dat de opleiding Journalistiek in Tilburg inderdaad meer aandacht zou kunnen besteden aan visuele storytelling. Dat kan al beginnen met het verplicht maken van de basisvaardigheden. Daar hoort bij dat je een simpele schets kunt maken en dat je kennis maakt met sites zoals LocalFocus. De student weet dan in ieder geval wat er mogelijk is en kan zelf beslissen of hij hierin verdergaat. Gelukkig heb ik het gevoel dat er steeds meer aandacht aan wordt besteed. Toch is het uitgangspunt bij de opleiding in Windesheim dat er 'toch wel een vormgever op de redactie is'. Persoonlijk vind ik dat geen goed uitgangspunt. Uiteindelijk is het de journalist die een verhaal wil vertellen en die moet wel kennis hebben over de mogelijkheden en over de uitvoering. Dan kan een vormgever een ondersteunende rol hebben maar dat betekent niet dat de journalist niets hoeft te doen. Daarnaast is het niet meer vanzelfsprekend dat je op een redactie werkt. Als freelancer kan het een groot voordeel zijn als je het tot op zekere hoogte zelf kan doen.

Van Schriek is van mening dat de basis van de student eerst goed moet zijn. Daar ben ik het mee eens. De basis van de journalistiek blijft schrijven. Een student moet leren hoe hij een verhaal opbouwt en hoe hij informatie selecteert. Toch kan ik de visie van Schaaf ook waarderen, hij vindt het ouderwets dat schrijven de basis is. Die werkwijze laat de studenten wel meteen kennis maken met alle mogelijkheden en alle aspecten van de journalistiek. Dat vind ik dan ook zeker een must voor de opleiding in Tilburg, visualisaties moeten net zo snel aan bod moeten komen in het vakkenpakket als video en audio. Dat zijn ook manieren om een verhaal te vertellen, net zoals visualisaties. Ik vind het zonde als visualisaties nog als 'toevoeging' worden gezien.

Mulder en Spoelman raden opleidingen aan om de studenten samen te laten werken met andere sectoren. Van den Berg reageerde hier enthousiast op en vertelde dat ze al bezig zijn met een samenwerking met een creatieve opleiding. Ik denk dat dit een goede optie zou zijn voor de opleiding Journalistiek. Het laat studenten weer over de schutting kijken en ze worden bewust van de mogelijkheden die er zijn. Dat kan weer interessante producties opleveren in de toekomst. Daarnaast denk ik dat samenwerking uiteindelijk van pas komt in het werkveld. Dat beaamt van Schriek ook, zij

moest op stage veel samenwerken met andere disciplines. Ik denk, net zoals Schriek, dat samenwerken de toekomst is. De tijd van de journalist die het allemaal alleen doet is verleden tijd.

Vormkeuze en werkwijze

Mijn ideale werkwijze zou eerst het bedenken van een onderwerp en het algemeen zoeken van informatie zijn. Vervolgens bepaal ik mijn invalshoek en verzamel ik nog meer informatie om een compleet verhaal te krijgen. Op het einde of tijdens mijn laatste research kom ik erachter wat ik zelf het interessante vind en kies ik daar een passende vorm voor. Door deze werkwijze komt het nieuwsverhaal het beste tot zijn recht en wordt de consument op de beste manier geïnformeerd. Deze visie heb ik vooral gekregen na mijn gesprek met Erik van Gameren. Hij zou in de ideale wereld het kiezen van een vorm zo lang mogelijk uitstellen. Tekst hoeft niet het uitgangspunt te zijn en door de vorm tot het einde los te laten, staat niets je creativiteit in de weg.

Het controleren van visualisaties verschilt per nieuwsmedia. Bij Pointer wordt een visualisatie door het gehele team bekeken om fouten te tackelen. Dat lijkt mij ook de slimste manier. Als (visuele) journalist ben je al zolang bezig met een onderwerp dat het voor jou duidelijk lijkt. Een collega, die niets van het onderwerp af weet, ziet dan wellicht wel onduidelijkheden. Door het zo te testen zorg je ervoor dat jouw publiek de beste visualisatie krijgt. Daarnaast zou het nog beter zijn om de visualisatie bij de doelgroep te testen. Toch doet niemand van mijn interviewkandidaten dat. Ik denk dat dat te maken heeft met deadlines en de druk van de journalistiek. Toch vind ik het heel belangrijk. Stuur enquêtes, laat visualisaties zien aan de doelgroep en vraag naar hun mening, anders weet je nooit wat zij ervan vinden.

Verfraaiing

Er kan worden gekozen voor een verfraaide visualisatie of juist een sobere visualisatie. De meningen over wat goed en wat slecht is verschillen. Zelf volg ik Dam zijn visie, ik denk dat het per medium en doelgroep verschilt. Maak je een visualisatie voor NOS op 3? Dan kunnen er veel afbeeldingen en animaties in worden gebruikt. Een visualisatie voor NRC daarentegen is veel soberder. Van Gameren merkte namelijk dat de informatie dan beter overkomt bij zijn doelgroep. Want dat blijft het belangrijkste doel: informeren. Sommige visualisaties streven hun doel voorbij en worden onduidelijk. Ik denk dat de journalist bij iedere designkeuze moet bedenken of het in het voordeel van de lezer werkt. Verder kun je als nieuwsmedia ook goed bijhouden welke visualisaties goed worden bekeken en welke snel worden weggeklikt. Dat zijn ook indicaties dat een visualisatie niet goed werkt bij die specifieke doelgroep. Kortom, er is niet één goed antwoord. De journalist moet aan de doelgroep blijven denken en het doel van de visualisatie in gedachten houden: informeren.

Nieuwe vormen

Voor de journalist kunnen nieuwe vormen de uitkomst zijn. Mulder voorziet een groei van kort en snel behapbaar nieuws in de toekomst; in de vorm van kortere video's. Dat is een ontwikkeling die ik wel geloofwaardig vind. Ik merk dat ik vaak geen zin heb om lange artikelen te lezen op mijn telefoon. Toch consumeer ik al mijn nieuws via mijn telefoon. Naast behapbaar nieuws denk ik, net zoals Mulder, dat technieken als virtual reality een grote rol kunnen gaan spelen. Ik ben van mening dat VR heel veel mogelijkheden biedt. Om jezelf te onderscheiden in deze journalistieke wereld, waarin sociale media ook veel invloed heeft, kan virtual reality een verschil maken. Daarvoor is expertise, geld en tijd nodig en dat heeft niet ieder platform. Daarnaast is het in de toekomst, volgens Van Gameren en Engel, mogelijk om grotere datasets in te voeren. Dat zou ervoor zorgen dat visualisaties met duizenden punten mogelijk worden. Ik denk dat dat weer nieuwe mogelijkheden biedt voor deze specialisatie. Mede daarom denk ik dat datajournalistiek niet snel verdwijnt. Ik denk dat het alleen nog maar belangrijker wordt en dat steeds meer media gaan begrijpen hoe ze data moeten gebruiken.

Mobile first

Ik denk, net zoals Engel dat verandering naar mobile first niet het einde van visualisaties hoeft te betekenen. Er moeten simpelweg andere vormen van mobiele visualisaties ontstaan. Zo noemde Dam scrollmodules die verschillende onderdelen laten zien. Dat past goed op je scherm en daarbij kun je zelf kiezen wat je wilt lezen. Ik denk dat het geen optie is om te stoppen met visualisaties. Uit dit onderzoek bleek namelijk dat de mens steeds visueller wordt. Het is ook geen optie om niets mobile first te doen. Het enige wat dan nog rest is het aanpassen van visualisaties aan ons mobiele scherm. Het onderzoek *Data Visualisations: Newsroom Trends and Everyday Engagements* wees bijvoorbeeld al uit dat de ontwikkeling naar mobile first ervoor heeft gezorgd dat we meer barcharts, linecharts en scrollytelling

gebruiken. Dan moeten we daar maar meer op gaan specialiseren. Visualisaties zijn namelijk niet weg te denken en onze mobiele telefoons ook niet.

Conclusie

Dit onderzoek heeft niet alle redacties van Nederland geïnventariseerd. De aandacht is gelegd op zes redacties die al gebruik maken van visuele storytelling en vier opleidingen Journalistiek. Wat dat betreft kan het onderzoek nog breder worden ingestoken. Echter, was dat niet mijn doel van dit reflectieonderzoek. Ik was nieuwsgierig naar het eventuele visuele worden van de wereld en de rol die de journalist hierin kan gaan spelen. Daarvoor is geen analyse nodig van alle redacties in Nederland. Voornamelijk het toekomstbeeld van visuele storytelling heeft mij gunstig gestemd. Hierdoor overweeg ik na mijn bachelor Journalistiek een opleiding Graphic Design te volgen. Met de kennis die ik dan zou opdoen, zou ik de consument nog beter kunnen helpen met het verduidelijken van informatie. Want daar gaat het uiteindelijk om; informatie zo goed mogelijk overbrengen naar de lezer. Engel: 'We zijn visuele wezens. Er blijft altijd visuele journalistiek bestaan.'

Dit onderzoek is omgezet naar een fictief artikel voor Villa Media. Die is hier te vinden:

<http://www.loekivandenbroek.fhj.nl/wp-content/uploads/2019/10/Villa-Media-tijdschrift.pdf>

9. BIBLIOGRAFIE

Gesproken bronnen:

13 mei

Sarah Joosten – langsgedaan bij Maps4News in Eindhoven

Els Engel – telefonisch interview - els@zone5.design

20 mei

Erik van Gameren – telefonisch interview - e.vangameren@nrc.nl

4 oktober nogmaals gebeld voor extra informatie.

21 mei

Thomas Mulder – telefonisch interview

6 juni

Hans Spoelman – telefonisch interview

14 oktober nogmaals gebeld voor extra informatie.

14 juni

Frédérík Ruys – telefonisch interview f.ruys@vizualism.com

21 juni

Yordi Dam - telefonisch interview - yordi@localfocus.nl

24 september nogmaals gebeld voor extra informatie.

29 augustus

Marijke van den Berg – telefonisch interview - mg.vanden.berg@windesheim.nl

11 september

Rosanne van Schriek – afgesproken op de Fontys Hogeschool Journalistiek - r.vanschriek@fontys.nl

15 oktober

Ernst-Jan Hamel – via mail - ernst-jan.hamel@hu.nl

17 oktober

Douwe Schaaf – telefonisch interview – dcschaaf@che.nl

Geschreven bronnen:

Au-Yong-Oliveira, M., & Pinto Ferreira, J. (2014). *What If Colorful Images Become More Important than Words? Visual Representations as the Basic Building Blocks of Human Communication and Dynamic Storytelling*. Retrieved september 19, 2019, from https://journals-sagepub-com.lib.fontys.nl/doi/full/10.1177/1946756714528880#_i7

- Bateman, S., Mandryk, R. L., Genest, A., & Gutwin, C. (2010). *Useful Junk? The effects of visual embellishment on comprehension and memorability of charts*. Retrieved april 2019, from https://www.researchgate.net/profile/Scott_Bateman/publication/221517808_Useful_Junk_The_effects_of_visual_embellishment_on_comprehension_and_memorability_of_charts/links/0deec5281274548361000000/Useful-Junk-The-effects-of-visual-embellishment-on-comprehe
- Berendsen, B. (2014, januari 28). *Visual content is vele malen effectiever*. Retrieved februari 1, 2019, from Internet Marketing Unie: <https://imu.nl/content-marketing/visual-content-vele-malen-effectiever/>
- Berger, J. (2016). *Quotable Quote*. Retrieved Augustus 28, 2019, from Goodreads: <https://www.goodreads.com/quotes/7726912-seeing-come-before-words-the-child-looks-and-recognizes-before>
- Broek, J. v., Koetsenruijter, W., de Jong, J., & Smit, L. (2019). *Beeldtaal: Perspectieven voor makers en gebruikers*. Boom. Retrieved september 20, 2019
- Cagle, S. (2015, mei). *Breaking into Comics Journalism*. Retrieved april 2019, from columbiavisuals: <http://columbiavisuals.com/2015/05/05/breaking-into-comics-journalism/>
- Cawhton, N., & Vande Moere, A. (2007). The Effect of Aesthetic on the Usability of Data Visualization. Retrieved mei 2019, from <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.208.6756&rep=rep1&type=pdf>
- Deen, M. (2019). *Stemmen van de Noordzee*. VPRO Gids. Retrieved april 2019
- Derakshshan, H., Kwong, R., Nessa, S., & Rorh, L. (2019). Goodbye news, hello drama: visual forms and post-news journalism. Opgeroepen op mei 2019, van <https://www.journalismfestival.com/programme/2019/goodbye-news-hello-drama-visual-forms-and-post-news-journalism>
- Engelbrechtsen, M., Kennedy, H., & Weber, W. (2018). *Data Visualisations: Newsroom Trends and Everyday Engagements*. Retrieved september 19, 2019, from Journalism.com: <https://datajournalism.com/read/handbook/two/experiencing-data/data-visualisations-newsroom-trends-and-everyday-engagements>
- Fragapane, F. (2018). *Episode 29: 3 Essential Steps To Finding Your Unique Style - Featured Data Visualization by Federica Fragapane*. Retrieved april 2019, from dataviztoday: <https://dataviztoday.com/shownotes/29>
- Gameren, E. v., & van Loon, W. (2019). *Hoe Nederland opwarmt en de neerslag extremer wordt*. Retrieved oktober 2019, from NRC: <https://www.nrc.nl/nieuws/2019/01/26/hoe-nederland-opwarmt-en-de-neerslag-extremer-wordt-a3651385>
- Haakman, D., & Van Gameren, E. (2011). *Interactieve kaart: onrust in de Arabische wereld en het Midden-Oosten*. Retrieved september 2019, from NRC: <https://www.nrc.nl/nieuws/2011/02/03/interactieve-kaart-onrust-in-de-arabische-wereld-a1503422>
- Haan de, Y., Kruijkemeier, S., Lecheler, S., Smit, G., & Nat van der, R. (2017). *When Does an Infographic Say More Than a Thousand Words?* Retrieved februari 15, 2019, from <https://www.tandfonline.com/eprint/NghRzbWXF4BJfPXdmhd/full>
- Heer, J., & Segel, E. (2010). *Narrative Visualization: Telling Stories with Data*. Retrieved april 2019, from <http://vis.stanford.edu/files/2010-Narrative-InfoVis.pdf>
- Heller, S., & Landers, R. (2014). *Infographic designers' sketchbooks*. Princeton Architectural Press. Retrieved september 19, 2019
- Irene. (2018). <https://www.catawiki.nl/stories/5325-reis-door-de-geschiedenis-met-de-oudste-wereldkaarten>. Retrieved mei 17, 2019, from Catawiki: <https://www.catawiki.nl/stories/5325-reis-door-de-geschiedenis-met-de-oudste-wereldkaarten>
- Jongsma, P., & Sanders, N. (2008). *De geschiedenis van data visualisatie in vogelvlucht*. Retrieved mei 17, 2019, from Webtic: <https://webtic.eu/late-bytes/highlights/2008/10/de-geschiedenis-van-data-visualisatie-in-vogelvlucht/>
- Kosara, R. (2016). *The Scrollytelling Scourge*. Retrieved oktober 2019, from eagereyes: <https://eagereyes.org/blog/2016/the-scrollytelling-scourge>

- Larry Dubinski. (n.b.). *What's the difference between AR, VR, and MR?* Retrieved oktober 9, 2019, from The Franklin Institute: <https://www.fi.edu/difference-between-ar-vr-and-mr>
- Mark, M. (2018). *This stunning visualization of US immigration over 226 years will make you rethink how America's population has evolved.* Retrieved april 2019, from <https://www.businessinsider.com/us-immigration-over-time-as-a-tree-2018-12?international=true&r=US&IR=T>
- New York Times. (2015). *Times Users Immerse Themselves in NYT VR.* Retrieved oktober 10, 2019, from NYTco: <https://www.nytc.com/press/times-users-immense-themselves-in-nyt-vr/>
- New York Times. (2018). *360 VR | The New York Times.* Retrieved from Youtube: https://www.youtube.com/playlist?list=PL4CGYNsoW2iCGZa3_Pes8LP_jQ_GPTW8w
- New York Times. (2018). *Conception Season 2: What's It Like to Be a Parent in 2018?* Retrieved september 2019, from The New York Times: <https://www.nytimes.com/video/well/family/100000005653903/conception-trailer.html>
- NOS op 3. (2019). *Nos op 3.* Retrieved oktober 12, 2019, from Instagram: <https://www.instagram.com/nosop3/?hl=nl>
- Omnivirt. (2018). *Best Branded Virtual Reality (VR) Apps for iPhone.* Retrieved oktober 2019, from Medium: <https://medium.com/@OmniVirt/best-branded-virtual-reality-vr-apps-for-iphone-d7e514658cf3>
- Reuters. (N.B.). *Current situation.* Retrieved september 2019, from Maps4News: <https://maps4news.com/assets/images/examples/examples/Reuters/Reuters-large.png>
- Roest, J. (2018). *Making information attractive and graphics comprehensible.* Retrieved april 2019, from <http://arno.uvt.nl/show.cgi?fid=146755>
- Scherman, J. (2016, mei 30). *What is Visual Storytelling? The Growing Trend in Multimedia Design.* Retrieved mei 17, 2019, from Rasmussen College: <https://www.rasmussen.edu/degrees/design/blog/visual-story-telling/>
- Scmp. (2019). *Will Google's new augmented reality maps save us from ever getting lost again?* Retrieved oktober 16, 2019, from Scmp: <https://www.scmp.com/magazines/style/tech-design/article/2186736/will-googles-new-augmented-reality-maps-save-us-ever>
- Sender, R. (2016). *Leota Flowchart.* Retrieved april 2019, from rachelsender.com: <http://rachelsender.com/Leota-Flowchart>
- Smeets, I. (2017). *De grote statistiekquiz.* Retrieved september 2019, from Volkskrant Kijk verder: <https://www.volkskrant.nl/kijkverder/2017/statquiz/?referer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F>
- Steen, S. v. (2013). *Immersive journalism gaat heel groot worden'.* Retrieved Oktober 11, 2019, from Stimulerings fonds voor de journalistiek: <https://www.svdj.nl/nieuws/immersive-journalism-gaat-heel-groot-worden/>
- Stein, S. (2017). *Pokemon Go changed the way people look at their phones forever.* Retrieved oktober 2019, from Cnet: <https://www.cnet.com/news/for-better-or-worse-pokemon-go-is-ars-signature-killer-app/>
- Vader, C. (2018, juni 14). *Storytelling op zijn mooist: een belangrijkere rol voor datavisualisatie.* Retrieved februari 1, 2019, from Bladen Dokter: <http://www.bladendokter.nl/storytelling-op-zijn-mooist-een-belangrijkere-rol-voor-datavisualisatie/>
- van der Haak, B., Parks, M., & Castells, M. (2012). *The Future of Journalism: Networked Journalism Rethinking Journalism in the.* Retrieved april 2019, from https://www.researchgate.net/publication/265964583_The_Future_of_Journalism_Networked_Journalism_Rethinking_Journalism_in_the_Networked_Digital_Age
- Velarde, O. (2018). *Infographics 2.0: How to Make Yours Stand Out in the Age of Infographic Fatigue.* Retrieved april 2019, from Visual Learning Center: <https://visme.co/blog/cool-infographics/>
- Vermanen, J., & Waszink, V. (2019). *Taalbaas.* Retrieved oktober 2019, from Taalbaas: <https://data.kro-ncrv.nl/taalbaas/#/>

10. BIJLAGEN

Bijlage 10.1 Geschiedenis geselecteerde redacties wat betreft visuele storytelling

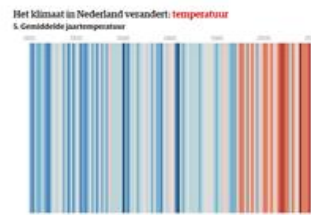
Het Financieele Dagblad is een voorloper qua visualisaties. 'Het FD is wel zo'n beetje het enige dagblad waar het goed mee gaat qua abonnee bestanden. Ik denk dat dat komt doordat het een klein bedrijf is. Voor ons is het makkelijk om wendbaar te zijn en mee te gaan met nieuwe ontwikkelingen.' Toen Spoelman één jaar in dienst was bij het FD ging men denken over het design. Ze wilden visueel toegankelijk gaan presenteren maar dat was nog best een strijd omdat het een plek moest vinden binnen de schrijvende redactie. Bij **het Algemeen Dagblad**, waar Ruys in 1996 stageliep, was de infographic redactie dienbaar aan de schrijvende redactie. Alles wat geen tekst of foto was, werd gedaan door de studio. 'Rond 2000 heb ik gezegd dat ik echt serieuzere dingen wilde gaan doen, maar dan moest het wel infographic redactie gaan heten en moest er meer aangestuurd worden op onderwerpen.' Dat werkte, er werden zelf onderwerpen geïnitieerd en de redactie draaide mee als volwaardige journalistieke redactie. Bij **de NRC** werd tien jaar geleden begonnen met het gebruik van visualisaties. Daarvoor werd wel gebruik gemaakt van simpele kaartjes en grafieken maar dat is volgens information designer Erik van Gameren niet te vergelijken. Hij werd in 2010 speciaal aangenomen voor visualisaties. 'Destijds keken we naar de New York Times en de Washington Post, daar waren ze veel verder. Zij lieten zien hoe je op een hele mooie manier informatie kunt laten zien.' Het was volgens van Gameren geen hele bewuste beleidskeuze om met visualisaties te gaan werken. 'Het gevoel van belang was er, iedereen was enorm enthousiast en dat werd opgepikt door de organisatie.' De NRC begon eerst met visualisaties op de website, die destijds nog gratis was. Lezers reageerden positief maar vanwege de kosten koos de NRC voor een betaalmuur en werd de aandacht weer meer op de krant gericht. Dat was het punt dat er meer abonnementen werden afgesloten, dat er veel vraag naar visualisaties kwam en dat de NRC weer tijd en geld ging besteden aan visuele storytelling.

Toen Mulder stageliep bij de Monitor van **KRO-NCRV** merkte hij dat daar nog niets werd gedaan met cijfers en infographics. De samenwerking van innovatie en journalistiek was destijds heel klein. Met zijn achtergrond als vormgever en journalist sprak hij met redacteuren en verzorgde hij de vormgeving. Vervolgens werd er bij KRO-NCRV een datateam opgericht; bestaande uit een vormgever, developer en analist. Dat bleek zo'n goede wisselwerking dat het drie jaar later nog verder uitgebreid werd. In februari 2019 is de dataredactie uitgebreid tot het online platform **Pointer**. Momenteel zijn er drie analisten, drie researchers, twee developers, twee vormgevers en een freelance vormgever werkzaam.

Het bedrijf **Maps4News** ontwerpt kaarten voor verschillende nieuwsmedia over de hele wereld en bestaat nu tien jaar. Het bedrijf ontstond door gesprekken met redacties, waaruit bleek dat er een gat was wat betreft nieuwsredacties en kaarten. Redacties kunnen nu zelf een kaart creëren of een gemaakte kaart downloaden. Volgens Joosten kunnen lezers zich beter visualiseren waar het zich afspeelt en 'breekt het de pagina lekker'. Een soortgelijk bedrijf is **LocalFocus**. Het biedt een platform waar visualisaties gecreëerd kunnen worden en een nieuwsdienst waar regionale nieuwsmedia verhalen kunnen halen. Dam richtte het bedrijf in 2013 op samen met Jelle Kamsma. Het idee ontstond vanuit praktijkervaringen; Dam liep stage bij RTV Utrecht en merkte dat daar behoefte was aan datajournalisten. Hier was alleen nog geen ruimte voor. Kamsmas praktijkervaring was bij Nu.nl, hij merkte daar dat op regionaal niveau verhalen bleven liggen. Dam: 'Er moest een manier zijn om datajournalistiek toegankelijk te maken voor lokale regionale nieuwsmedia. Uiteindelijk lukte dat met LocalFocus, we zetten enerzijds een persbureau, op basis van statistieken, op en anderzijds maakten we een visualisatietool die het voor iedere journalist mogelijk maakte om infographics en datavisualisaties te bouwen.' Volgens Dam gebruiken de Correspondent, het FD en de Volkskrant, LocalFocus vooral als tool. Daarnaast nemen bijvoorbeeld Nu.nl, AD en BN de stem veel journalistieke verhalen over.

Bijlage 10.2 Voorbeeld visuals van geselecteerde media

nrc
Hoe Nederland opwarmt en
de neerslag extremer wordt
2019



Interactief

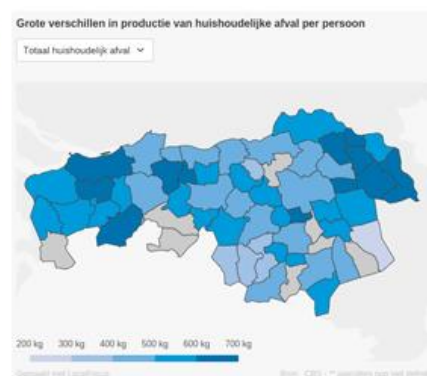
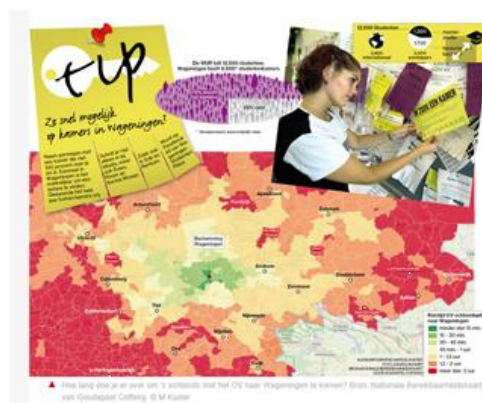
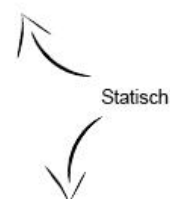
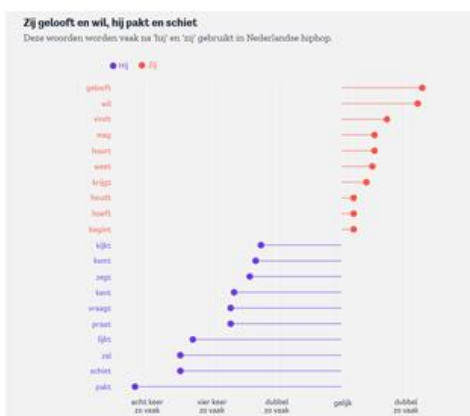
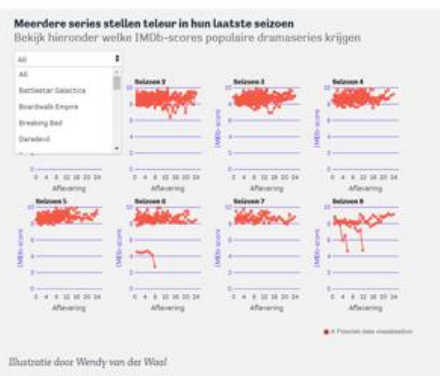
Interactief

MAPS4
news



Statisch

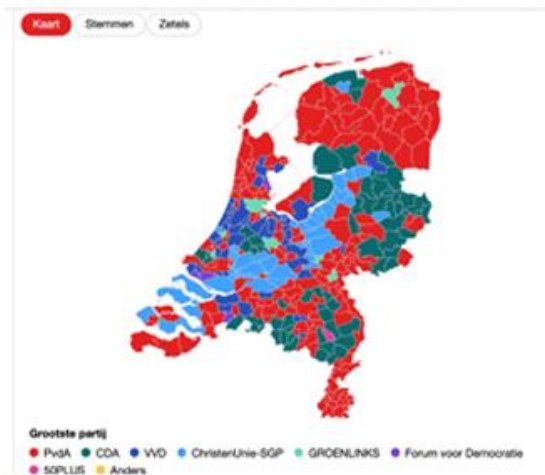
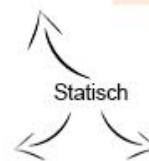
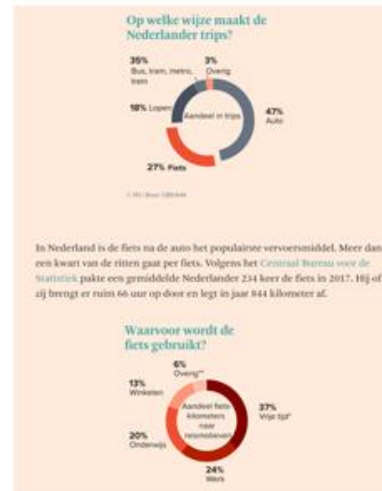




De vaccinatiegraad onder tieners van 14 en 16 jaar tijdens de laatste prikronde komt daarmee op 93,8 procent en daar is gezondheidsorganisatie GGD dik tevreden mee. „Het zit ruim boven het gemiddelde van 84,5 procent in onze 21 gemeenten samen en net onder de veilige grens van 95 procent”, zegt Erna de Vries van de GGD Noord- en Oost Gelderland, die de inentingen heeft verzorgd.



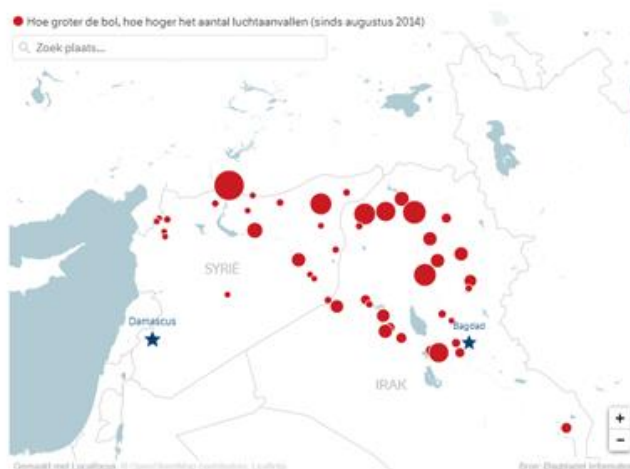
Per gemeente zijn er onderling wel grote verschillen (zie graphic). Vooral in Bronckhorst (78 procent) en Montferland (80 procent) hebben relatief weinig tieners zich laten inenten tegen de bacterie die onder meer hersenloesontsteking of bloedvergiftiging kan veroorzaken, terwijl in Aalten en Doetinchem een opkomst was van meer dan 100 procent.



NOS 2019



Het Parool 2016



Maar volgens de organisatie Airwars, die onderzoek doet naar de luchtoorlog tegen IS in Irak en Syrië, kwamen bij 132 andere incidenten nog eens 846 tot 1.166 burgers om. Ondanks uitgebreid bewijs van Airwars, werden veel beschuldigingen door de coalitie binnen 48 uur afgedaan als „niet geloofwaardig“.

NRC 2016

Bijlage 10.3 Interview Yordi Dam (Datajournalist, visualisatie designer en oprichter LocalFocus)

Aanvullend interview Yordi Dam 24-9

Merk jij dat de wereld visueller wordt?

Ik merk in de media dat er meer waarde wordt gehecht aan beeld en dat het in veel gevallen als noodzakelijk wordt gezien. En zeker met graphics, waar voorheen iemand een artikeltje tikt en dat is het dan. Op basis van die cijfers, wordt er nu al veel bewuster verwacht van ons dat daar iets bij komt om het op een makkelijke manier inzichtelijk te maken. Er wordt ook veel meer dan eerst gekeken of er alternatieven zijn. Visuele vertelvormen die het verhaal over kunnen brengen. Dus waar het vroeger bij de site van een krant standaard een hele lange lap met letters was, is dat nu niet per se meer de standaard. Wat ik wel een hele goede voortuitgang daarin vind, is waar ik een aantal jaar geleden ook mee begon te experimenteren. Bijvoorbeeld bij het NRC. We maken een vette video of graphic, gewoon leuk. Maar dan stond de tekst er alsnog gewoon bij. Dus dan heb je dubbelop. Beetje onnodig. En ik zie nu een verschuiving van het beeld dat het verhaal vertelt en de tekst staat daar niet meer naast. Het moet een soort vervanging zijn van wat je in letters vertelt. Anders kun je net zo goed niet doen. Je hoeft niet twee keer hetzelfde te vertellen.

Mensen willen wel steeds meer aan de hand genomen worden. Bij een video, die zet je aan, kijk je van begin tot eind en dan ben je klaar. Dat kan enerzijds een manier zijn om de kijker aan de hand te nemen. Bij visuals denk ik dat de tijd voorbij is van interactieve dingen met moeilijke toeters en bellen. Ik denk dat je daar ook veel krijgt met swipen en handvaten. Met de tekst in het algemeen, misschien verdwijnt het wel. Maar uiteindelijk verwacht ik niet dat alles video wordt. Dat zeker niet. Ik denk wel dat er nog veel te bereiken is op het gebied van audio. Dat het voorgelezen wordt.

Wat betekent dat in de praktijk voor de journalist? (Denk hierbij aan het gebruik van nieuwe vormen, het aannemen van nieuwe redacteurs en het verminderen van tekst etc. etc.) Moet iedere nieuwsmedia aan visuals beginnen?

Journalisten worden verplicht om na te denken over nieuwe vertelvormen. Daarbij hoeven ze niet zelf die video te gaan maken. Daar zijn mensen in gespecialiseerd. Maar je moet wel bedenken hoe je dat verhaal wilt vertellen. Als je een video maakt zou het de rol van de journalist zijn om het script te schrijven. En natuurlijk, research te doen. En dat niet met een x-aantal woorden. Daarmee zal de rol van de journalist een beetje veranderen. Van iemand die een idee heeft, het uitzoekt en het uittipt. Tot iemand die een regisseur is van zijn of haar eigen verhaal. Visualisaties maken of beeld maken is een vak apart en dat vergt weer samenwerking.

Interactieve scroll visualisatie. VR al jaren een hot ding. In elke branch wordt VR als de toekomst genoemd maar nog geen enkele keer is het ontpopt. Misschien bij games ofzo maar verder helemaal niet. Ik vind VR iets heel sexy's maar helemaal niet praktisch. Dus ik verwacht niet dat dat een onderdeel wordt waarmee je verhalen kunt vertellen. Het zal altijd een smakelijke add-on zijn op de andere verhalen die ze maken. Audio heel praktisch. Podcasts luisteren. Vormen waar je door het verhaal gelooft wordt met verschillende multimediale vormen. Ik denk dat dat op korte manieren kan. Dat je een korte nieuwsbrief hebt met wat beeld en wat tekst. NOS Stories doet daar ook dingen mee. Dat vind ik interessant. Klassieke letters die op papier een artikel vormen. Ik denk niet dat dat gaat verdwijnen. Maar die praktische samenwerking tussen tekst en beeld. Ik denk dat dat voor een deel van de jongere doelgroep wel zou kunnen werken.

Uitgebreider interview

Jij bent datajournalist en designer, kun je misschien eens omschrijven wat je allemaal doet bij Local Focus?

Ik ben een van de oprichters van local focus. IK noem mezelf datajournalist en datavisualisatie designer. Dat zijn twee dingen die niet zonder elkaar kunnen bestaan. Als datajournalist verzamel ik cijfers, die analyseer ik en daar zoek ik naar de verhalen en vanuit daar maak ik nieuwsberichten. Bij local focus zijn we gericht op regionale gegevens. Dus cijfers per gemeente of provincie. Als datajournalist is het de taak om uit een soort van spreadsheet statistieken, gehaald bij het CBS, om daar een interessante trend en ontwikkeling en regionale verschil uit te tikken. Omdat je zo'n grote bak met cijfers niet zomaar over de schutting kunt gooien is het belangrijk om die cijfers te visualiseren. Dat doen we met een tool die we gemaakt hebben, maar je kunt dat ook op allerlei andere manieren doen. Daar is in ieder geval de taak om te zorgen dat die gegevens in grafieken of kaarten, allemaal afhankelijk van de soort gegevens die je hebt, om die dan voor het publiek in een oogopslag duidelijk te maken.

Jij bent ook medeoprichter van Local Focus, hoe ging dat in zijn werk? Samen met mijn collega Jelle Kamsma begonnen. Eigenlijk een beetje vanuit de praktijk. Ik liep destijds stage bij RTV Utrecht, daar heb ik daarna ook nog hele even gewerkt. Ik merkte dat daar ook behoefte was aan datajournalistiek maar op dat moment was daar geen ruimte om datajournalisten op de redactie aan te nemen. Terwijl het qua inhoud heel goed werkte. Er moet een manier zijn om datajournalistiek voor lokale regionale nieuwsmedia alsnog toegankelijk te maken voor een groot publiek. Uiteindelijk zijn we dat met local focus gaan doen. Enerzijds een soort persbureau op te zetten, allemaal nieuwsberichten op basis van statistieken. En anderzijds een visualisatietool te maken die het voor elke journalist

mogelijk maakt om die infographics en datavisualisaties te bouwen. Zonder dat je daarin gespecialiseerd bent of expertise nodig hebt. Dit heb ik niet helemaal zelf verzonnen. Het was Jelles idee, hij maakte vanuit nu.nl iets soortgelijks mee. Nu.nl daar werkte hij als datajournalist, een landelijke titel, maar hij merkte dat er op regionaal niveau verhalen bleven liggen. Toen kwam hij met local focus. Toen zijn we vanuit een heel vroeg stadium met onze praktijkervaringen, die net wat anders waren, maar wel erg goed bij elkaar aansloten en zijn we een bedrijf begonnen. Doormiddel van de challenge in 2013. Zodoende hebben we wat startkapitaal gekregen om te beginnen met local focus. Ik was net afgestudeerd, had geen rode cent dus dat was wel heel prettig. In 2013 zijn we begonnen, Jelle n ik met zijn tweede, maar we zijn allebei journalisten en geen technen. Local focus is naast inhoud Een wezenlijk deel is inhoud, we moeten de nieuwsfeed voeden met verhalen maar techniek is ook heel belangrijk. We hebben een platform nodig om al die graphics te maken en al die cijfers in kwijt te kunnen. Daarvoor wilden wij een technen als onderdeel van het team hebben. We hadden ook een opdracht kunnen geven aan iemand uit India, maar dat wilden we bewust niet. Techniek is zo'n groot onderdeel, toen zijn wij wonder boven wonder tegen Erik Willems aangelopen.

Waren er toen ook al veel andere datavisualisatie redacties en bedrijven? Er zijn veel meer datavisualisatie tools. Heel bekende zijn datawrapper of infogram. Daar kun je allemaal leuke tools mee maken. Waar wij uniek in zijn is dat wij naast die visualisatietool ook onze eigen redactie hebben waar andere nieuwsmedia verhalen uit kunnen halen. Daarmee zijn wij nog steeds uniek. In 2013 waren er veel minder tools en was het echt wel een stukje moeilijker dan nu. Wat betreft de moeilijkheidsgraad. In 2013 waren er echt wel meer stappen om de criminaliteit telkens per gemeente te visualiseren. Nu doe je dat echt binnen een minuut.

Hoe gaat het in de praktijk in zijn werk? Maken veel nieuwsmedia visualisaties of nemen ze jullie visuals over? Dat wisselt een beetje. We hebben bepaalde klanten die een eigen datajournalist hebben of mensen die daar mee werken. Bijvoorbeeld de Correspondent, het FD, de Volkskrant. Die gebruiken Localfocus puur als visualisatie tool. Local focus helpt daarbij om heel snel visuals te maken. Een heel groot deel gebruikt het ook om onze verhalen over te nemen en ook bijvoorbeeld een nu.nl en een ad, BN de stem. Die gebruiken vaak onze regionale data analyse. Dat is het journalistieke deel, we hebben ook nog klanten bij overheidsbedrijven.

Hoe gaat de productie van een visual bij jou in zijn werk? Kun je dat stap voor stap toelichten? Het begint in Excel. Ik heb cijfers van een bepaalde bron, dat staat op een spreadsheet. Dan ga ik eerst in Excel analyses erop los laten. Dingen bereken, percentages. Als ik dat allemaal heb gedaan dan zet ik het in onze tool en vervolgens gebruik ik de datavisualisaties ook weer als analyse middel. Want datavisualisaties zijn enerzijds een tool om aan het grote publiek je ontdekkingen te laten zien. Maar anderzijds helpt het je als journalist ook om te vinden waar het verhaal dan zit. Ik heb zo'n gigantische spreadsheet over alle gemeentes en de inbraken. Als ik dat zelf in kaart zet, zie ik ook meteen oh deze gemeente zit bovenaan deze zit onderaan. Kijk je naar de procentuele ontwikkeling die ik zelf heb berekend, en je zet die in een kaartje dan kan ik heel snel het regionale patroon in de stijging of daling zien. Of als ik wil zien hoe het landelijk is. Zo helpt me dat ook bij het vinden van het verhaal. Dat is deel 1. Als ik dat al heb gedaan is het ook belangrijk om een visualisatie te kiezen die goed bij je verhaal past. Wij werken bij local focus altijd met regionale data en daarbij is het heel verleidelijk om een kaartje te maken. Kaartjes zijn sexy, ziet er best wel vet uit, je hebt vakjes dingetjes, best cool. Maar als jouw verhaal gaat over de stijging van het aantal woninginbraken en je laat op de kaart het aantal woninginbraken per duizend inwoners zien omdat dat er leuk uitziet op het kaartje correspondeert wat je wilt vertellen helemaal niet met wat er e zien is. Als het over een stijging of daling gaat is die lijngrafiek handiger dan dat kaartje. Op die manier zijn er visualisatievormen die wel of niet aansluiten. Dat is iets wat soms nog weleens een beetje vergeten wordt. Ik heb regio's of landen, dus dan zet ik het in een kaart dan heb ik dat in ieder geval goed gedaan. Terwijl het soms helemaal niet is wat je wilt vertellen. Die keuze maak je door op een journalistieke manier te beslissen waar het voornaamste verhaal zit. Soms is dat een regionaal patroon, dan heb je visualisaties die daar goed bij passen. Stel dat ik inbraken in een huis heb waarbij wel geweld of geen geweld is gebruikt. Dan kan ik een taartdiagram maken, want dan is er een verschil. Zo gaat het journalistieke deel hand in hand met je visualisatie vorm. En als je die twee combineert heb je als lezer in een oog op slag het belangrijkste.

Je maakt altijd een bepaalde visualisatie om een verhaal te vertellen. Daarbij moet je altijd nadenken wat je wilt laten zien en waarom. Zelfde dat jij financiële jaarcijfers inzichtelijk maakt, kies je dan voor een lijngrafiek als je wilt laten zien hoeveel verlies je hebt gemaakt. Je moet visualiseren wel beheersen en er goed over nadenken. Vanuit local focus verzorg ik ook alle workshops, dus ik ben heel vaak bij redacties om enerzijds uit te leggen hoe een tool werkt, maar anderzijds ook een stukje data literacy. Wat zeggen de cijfers, wat betekenen die en wat zeggen de visualisatie vormen. Als je dat nooit doet moet je best even oefenen.

Hoe moet het eruit zien? (Veel keuzes dus groot dashboard, of een lineaire vertelling, sober of juist heel versierd?) Het hangt ontzettend van je doelgroep af, ik vind dashboarddingen waar je mee kunt spelen harstikke leuk. Maar 95 procent van de gevallen zijn ze compleet ongeschikt. Als jij een mediagebruiker bent, ken je 9 van de 10 keer de statistieken niet en het onderwerp niet. Dus iemand moet jou even aan de hand nemen. Wat heb ik hier, waar kijken we naar en waar moet ik opletten. Daarom denk ik dat het beter is om een grafiek in bepaalde blokjes op te delen, omdat je als lezer dan ziet de lijn gaat omhoog en dat betekent dit. Vervolgens heb je een

stukje tekst met een kaartje want dan moet je even naar die cijfers kijken. Want ik denk dat heel veel journalisten onderschatten hoe goed zo'n lezer in een statistiek zit of überhaupt bekend is met visualisaties. Je kunt de lezer beter aan de hand nemen dan zo'n grote bak data op die persoon uitstorten en zeggen hier heb je een dashboard ga maar lekker spelen. Dat is echt alleen maar voor die hele kleine groep fijnproevers die die data al kent en daar heel diep door zou willen graven. Maar het gros van de nieuws consumenten heeft dat helemaal niet.

Ik hou wel van hele strakke cleane visualisaties zonder onnodige opsmuk. Dus eigenlijk de essentiële dingen om je verhaal te vertellen. Kan dan nog steeds strak vormgegeven zijn, maar ik ben zelf gewoon niet van de illustraties of zo. Dat verschilt ontzettend per medium natuurlijk. IK weet dat ze bij de telegraaf artikelen altijd combineren met foto's. Dat past bij de stijl die de lezer van de telegraaf prettig vindt. Dat is een stijl. Sommige mensen willen bij een artikel over bier, ook een daadwerkelijke foto van Heineken. IK denk zelf dat ik om de verkoop van Heineken te begrijpen niet per se een Heineken foto hoeft te zien. Laat een cleane grafiek het verhaal maar vertellen. Het verschilt dus echt per huisstijl. De eerste datavisualisatie wetenschapper Edward Tufte, die schreef in de jaren 80 een paar baanbrekende boeken. Die noemt het onnodig opmaken van grafieken chart junk en hij vindt dat je chart junk tot het minimum moet beperken. Dus als je geen blikje bier hoeft te zien om te weten dat het over bier gaat, dan kan het eruit. Daar heft hij een bepaalde term voor bedacht en dat is de data ink-ratio. Dat komt nog vanuit de printtijd. Hoeveel inkt heb je nodig om de data goed over te brengen en het verhaal te vertellen. Geen onnodige kleurtjes, schaduwtjes en blokjes. Gewoon puur wat is er nodig om het verhaal over te brengen. Hij is daar heel strikt in. Vanuit de theorie is er in ieder geval dus wel over nagedacht, dertig jaar geleden.

Test je je visualisaties? Hadden we wel aan het begin van het proces kunnen doen. Maar toen zijn we eigenlijk meteen begonnen. We hebben nu alle visualisatievormen die we willen, in het platform. Wat wij wel bijhouden is interactie op grafieken. Het gros van de grafieken wordt natuurlijk online gebruikt. Wij houden bij hoeveel procent van de kijkers zo'n menubalk in klinkt. Dat heeft ons heel veel inzicht gegeven. Je kan gaan overdrijven namelijk. Je kan in zo'n grafiek heel veel stoppen in menubalkjes. Maar uit de statistieken die wij twee jaar geleden gemonitord hebben, blijkt dat maar een heel klein deel de informatie uit de menubalkjes bekijkt. Heel veel mensen kijken alleen naar de grafiek, halen daar informatie uit en dat is het dan. Dat is niet per se erg. Je kan ook denken, wat er in die menubalkjes staat is voor de fijnproever. Mensen die echt in het onderwerp willen duiken, veel plezier. Maar als er echt belangrijke informatie in die menubalk staat die je wilt doorbrengen op de lezer om het verhaal te vertellen. Dan moet je er rekening mee houden dat misschien wel 80 procent niet op dat menublokje klinkt. Dat heeft ons wel echt aan het denken gezet. We zorgend at daar geen essentiële informatie instaat. Je moet het los trekken en in twee grafiekjes zetten bijvoorbeeld. Dat geef ik ook altijd mee aan journalisten die ik een workshop geef. Het is namelijk heel makkelijk om allemaal toeters en bellen in je grafiek te zetten. Op basis van de statistieken doet de gemiddelde lezer dat niet. Daarmee wil ik niet zeggen dat grafieken geen interactieve elementen moeten hebben. Ik kan zelf namelijk ook bij een onderwerp dat me boeit, dat heel lang mee spelen. Ik ben dan misschien ook wel een echte datanerd, maar mijn buurvrouw die gaat dat niet doen. Dat is iets om in afweging te nemen.

Denk je dat redacties werken vanuit de infographics of vanuit tekst? Journalisten maken zelf infographics? Dat wisselt. IK zie steeds vaker, ook bij regionale media, datajournalisten. Toen we begonnen was dat echt niet zo. Nu weet ik dat er bij omroep Friesland mensen zitten, bij omroep Brabant volgens mij ook en BN de stem. Allemaal mensen die daar dus mee bezig zijn. Die denken wat wil ik vanuit de cijfers vertellen en hoe maak ik dat inzichtelijk. Maar wat ik daarbij heel tof vind is dat ik wel zie dat steeds meer redacteuren geïnteresseerd zijn. Dat ze eerst dachten, ik doe alleen tekst laat mensen dit maar doen die meer bèta zijn. Dat is helemaal niet zo. Visuals zijn getallen maar het is uiteindelijk ook gewoon een verhaal vertellen net zoals letters. Ik vind het super cool om bij een redactie te komen die eigen datajournalisten hebben om dat die local focus tot het maximum gebruiken. Dat vind ik heel cool om te zien. Het kan elkaar versterken. Wij kunnen ook juist een handvat zijn voor verhalen en visuals. Op een redactie heb je wel een voortrekker nodig. Als er iemand is die veel met data doet, kan het zijn dat die andere enthousiast maakt. 'He dit is vet, dit kan ik ook zelf maken.' Die pionier op de redactie, die lekker met data aan de slag gaat, die werkt alleen maar aanstekelijk voor de rest van de redactie.

Waarom visualisaties gebruiken? Ik vind niet dat iedereen eigen data visualisaties zou moeten maken. Maar ik vind wel dat iedereen zou moeten weten wat de mogelijkheden zijn. Als ik een workshop geef, krijg ik de opmerkingen ik vind het wel moeilijk hoor en ik weet niet of dit wel iets voor mij is. Dan zeg ik altijd, no worries, jij hoeft niet de persoon te zijn die die kaarten gaat maken. Maar de volgende keer dat jij met een verhaal bezig bent en je ziet mogelijkheden voor een datavisualisatie. Je hoeft niet per se te weten op welk knopje je moet klikken en welk design je moet kiezen. Als je maar als journalist visualisaties mee in het proces neemt. Er moet een foto bij, wat zou daar bij moeten staan. Het moet gewoon onderdeel worden van je creatieve proces bij het maken van een artikel. Net zo goed als met een foto. IK denk niet dat iemand niet over een afbeelding zou nadenken. Er zijn altijd wel mensen die kunnen helpen op de redactie maar het moet wel onderdeel zijn van het proces. Daar hamer ik altijd op. Als je cijfers over de stoep gooit, is het lastig om een patroon te zien. Het zorgt dus voor een hele makkelijke vertaling van een trend of een stijging. Daarnaast maakt het je tekst duidelijker. Als je meer dan drie getallen gebruikt in de tekst, is de lezer zo de kluts kwijt. Na een paar getallen worden het voor de lezer gewoon vreemde tekens. Je kunt het niet meer van elkaar onderscheiden. Daarbij vind ik het belangrijker, voor de begrijpbaarheid

van de tekst, de cijfers eruit te slopen. Dus bijvoorbeeld door een graphic die ook die stijging laat zien. Of het wat meer globaal te noemen. Enerzijds het laat in een oog opslag een trend zien die je uit een tabel niet zo zou kunnen halen. Anderzijds zorgt het voor meer leesbaarheid in een tekst. Dat laatste; ik zie in sommige artikelen heel veel getallen die worden overgenomen. Omdat de redacteur dan denkt, ik heb in ieder geval de belangrijke getallen overgenomen. Dat kan in een visueel veel cleaner en duidelijker.

Hebben visualisaties valkuilen? De voornaamste is; als je iets in een visualisatie zet, is het waar. Althans, het lijkt waar. Je kunt een lijn die stijl omhoog gaat, die stijgt. Als je het laat zien voelt het ineens waar. Die waarheid die moet aan twee dingen voldoen. Enerzijds moeten de cijfers kloppen. De journalist moet dat checken. Maar bij het visuele gedeelte kun je enorm manipuleren. Als jij wil dat een lijn spectaculair stijgt, dan breek je de verticale as een beetje af en dan zul je zien dat die een stuk steiler omhoog gaat. Een ander dingetje is framen. Van 2000 tot 2015 allemaal gestegen, vanaf 2015 is het een klein beetje gedaald. Maar je denkt dat je dat langere plaatje niet gaat laten zien omdat je wil dat het daalt. Dan kan je framen. Dan voelt het ineens heel erg waar. Dat zijn mogelijke valkuilen. Dat kan bewust maar ook onbewust. Je hebt er niet over nagedacht of je vindt je grafiek er zo mooi uit zien. Daarom is het wel handig om iemand op de redactie te hebben die veel ervaring heeft met datavisualisaties, dat die er even naar kan kijken. Bij het NRC is er ook eindredactie op visualisaties. Dat is ook erg belangrijk. Dan checken ze of het ze het begrijpen, of het klopt. De maker kan super in de materie zitten. Kloppen de assen, kloppen de labels, kun je die cijfers vergelijken. Andere redacties weet ik niet hoe dat gaat. Die dingen van local focus checken we alles van elkaar. Tekstueel maar ook visueel.

Hoe vind je dat de opleiding journalistiek inspeelt op visuals storytelling? Ik studeerde in Utrecht. Zes jaar geleden was er de eerste lichting van een minor datavisualisatie. Samen met een andere journalistiek student. In de journalistiek was er totaal geen animo voor. Binnen het curriculum was er ook nog niks, dus ik heb het mezelf aangeleerd. En ook nog veel gezeik gehad omdat ik daarin stage wilde lopen. Dat was een beetje pionieren en een beetje gedoe. Ik zie wel dat dat nu bij onderwijs een stuk meer aan bod komt. Je hebt masters in Groningen en Amsterdam, bij jullie ook in Tilburg. Dat slijpelt langzaam maar zeker door in het curriculum. Ik word ook nog vaak uitgenodigd voor workshops en dat vind ik goed want dat betekent dat het wordt opgenomen in keuzevakken etc. Uiteindelijk vind ik datajournalistiek een expertise, daar moet je voor kunnen kiezen. Net zoals onderzoeksjournalistiek of video reportage. Maar ik denk wel dat iedere journalistiek student de basics zou moeten kunnen. Net zoals dat je in het eerste jaar een rechtbank verslag leert te schrijven. Ik heb sindsdien nooit meer een rechtbank verslag geschreven want het is totaal niet de kant die ik op ben gegaan. Maar ik heb het wel ooit geleerd. Ik denk dat datajournalistiek als expertise altijd zou blijven bestaan maar ik denk wel dat je als student journalistiek in je eerste jaar de basics zou moeten weten. Dus welke databronnen zijn er, welke berekeningen moet ik kennen, wat zijn de valkuilen. Zodat je uiteindelijk kunt kiezen of je er verder in gaat. Je weet dan wat er mogelijk is. En er is altijd wel een nerd nabij die je kan helpen met die data-dingen. Maar dan is het in ieder geval geen blinde vlek meer. Die het voor een hele lichting studenten journalistiek wel is. Misschien is het ook wel gewoon een tijding. Zes jaar geleden moest ik nog met heel veel gedoe langs het stagebureau van de hogeschool Utrecht om stage te kunnen lopen als datajournalist binnen een afstudeerrichting multimedia die ook nog niet echt bestond. Dat is nu al anders. Wie weet dat het over een paar jaar als in het eerste jaar aan bod komt. Zou ik heel tof vinden.

Heb je enig idee hoe visuals in de toekomst gebruikt gaan worden in de journalistiek? Welke technische mogelijkheden zijn er? In de toekomst gaan we nog veel meer op mobiel lezen. Dus ik denk dat visuals steeds meer mobile first worden gemaakt, net zoals bij het fd. Dat betekent dat die dashboard achtige dingen die je nog weleens ziet – dat die er nog een keer uitgaan bij alle nieuwsmedia. Nieuws wordt gelezen op je mobiel, maar dashboards, die kun je echt niet gebruiken op een mobiel. IK heb hele dikke duimen maar zelfs met hele dunne duimen gaat dat niet lukken. Dat werkt niet. IK denk dat we als datavisualisatie makers van de journalistiek, steeds simpelere infographics gaan maken. Als je er langs scrolt meteen duidelijk maken wat het belangrijkste is en als je dieper wilt gaan. Kun je met die scrolmodule verschillende onderdelen zien. Zodat je met je duimscroll beweging er doorheen wordt geleid. Het is moeilijk op je mobiel en wij hebben ontdekt dat bijna niemand het leest. Je moet het lezen op een klein schermje aan de hand nemen. En zo'n dashboard met toeters en bellen, tof voor op je desktop maar voor nieuwsmedia niet. Op mobiel is dat heel lastig te gebruiken. Graphics worden steeds lichter en sneller.

Blijft de rol van de journalist hetzelfde of zal deze meer de design kant op moeten gaan? Ik denk dat dat wel hetzelfde blijft. Je blijft altijd mensen hebben die designer zijn en specifieke moeilijke infographics kunnen maken. IK verwacht niet dat journalisten dat allemaal gaan doen. Maar de rol verandert wel, vroeger moest een schrijvende journalist alleen een stukje schrijven, als het af was hij klaar. Nu wordt er geacht om ook mee te denken over foto's, graphics en andere dingen. Dat is voor mensen die dat niet gewend zijn misschien een extra kluit werk. Maar voor onze generatie en jouw generatie, wordt het de standaard. Je wil een verhaal maken, je denkt welk verhaal past daarbij en welke vormen heb ik buiten mijn stuk tekst nodig. Het pakket wordt verbreed waarbij ik wel verwacht dat je altijd een expertise blijft houden. Samenwerken wordt ontzettend belangrijk. De tijd dat je je stuk inleverde bij de eindredacteur en dat je dan klaar was, dat is wel voorbij. Die samenwerking dat is iets waar opleidingen in kunnen springen. In een vroeg stadium juist samenwerken met een designer of een programmeur. Dat is het meest

noodzakelijke. Die samenwerking en dan kun je meer naar elkaar kijken. Want als jij een beetje weet hoe een datajournalist of een programmeur werkt. Dan gaat die samenwerking alleen maar soepeler. Als je in je eigen hokje blijft zitten en je hebt geen idee wat er mogelijk is, dan ga je ook nooit je project of product goed samen kunnen maken. Je moet over de schutting kijken. Wat doen de mensen om mij heen en wat voor rol speel ik

Bijlage 10.4 Interview Thomas Mulder (data-analist bij Pointer)

Hoe luidt jouw functie precies? Drie jaar geleden binnengekomen bij kro-ncrv als stagiair bij de monitor. Dat was meer een online stage, dus ik schreef wel wat artikelen. Het viel mij op dat de presentatie bij de monitor, qua cijfers en infographics nihil was. We konden daar veel meer meedoen, zoals visualisaties maken om informatie duidelijk te maken. Dus daar ben ik toen vooral mee bezig geweest uiteindelijk. Ik ging met veel redacteurs praten en deed hun vormgeving. Dat lukte ook omdat ik een vormgevingsachtergrond heb. Toen heeft mijn eindredacteur bij de monitor gevraagd of ik de vacature van datavisualisator iets vond. Dat zou dan binnen een datateam zijn, die kro-ncrv op zou zetten. Dat datateam is drie jaar geleden opgericht, we waren met drie man en ik was de vormgeving datavisualisator. Dat was een wisselwerking tussen developer, vormgever en analist. We gingen met zijn drieën zitten en bedenken wat we ermee gingen maken en hoe het eruit komt te zien. Ik deed dan de vormgeving en mijn collega maakte het dan interactief. En dat was zo'n goede formule dat we aan uitbreiding gingen denken. We maakten zo'n toffe dingen. Uiteindelijk zijn we in februari/april begonnen met pointer, dat komt dus voort uit die dataredactie en inmiddels ben ik data-analist. Dus ik zit alleen nog maar op de inhoud en ik doe alleen nog maar een beetje vormgeving als in barcharts en grafieken. Wat wij met zijn drieën waren, dat bestaat nu uit drie analisten, drie researchers, twee developers en we hebben twee vormgevers met een freelance vormgever.

Wanneer had visual storytelling zijn intrede, bij de KRO-NCRV maar weet je het ook van Nederland? Drie jaar geleden en daarvoor was er nog niets van datavisualisatie aanwezig. Totaal niet. Er was nog niet zo iemand. Binnen onze omroep hebben we een afdeling innovatie en daar zitten wel een paar vormgevers en jongens die zich bezighouden met animaties. Maar die samenwerking tussen innovatie en journalistiek was eigenlijk drie jaar geleden heel klein. Ik was wel zeker een van de eerste vormgevers die hier op journalistiek gebied mee aan de slag ging.

Hoe is het bedrijf tot dit besluit gekomen? Ik denk omdat ze er waarde in zagen wat het kan brengen. Stel je voor dat je best een lastige case moet uitleggen, en dat moet je dan in tekst doen want de monitor publiceert eerst geschreven artikelen online en ze hebben tv-uitzendingen. Wat ten tweede interessant was dat de tv-uitzending van de monitor best voorliep qua animaties. De informatie werd dan best wel makkelijk gemaakt, dat deed dan een externe vormgever. Maar we merkten dat daar best wel goede feedback op kwam, dus we dachten meteen waarom kunnen we dat niet doortrekken naar online. Het werd gewoon makkelijker om verhalen te vertellen en dat vind ik nog best een mankement soms. In de journalistiek leggen we soms makkelijke verhalen heel moeilijk uit. Terwijl je met visuele elementen juist steeds meer de nadruk kan leggen op iets of het ziet er verzorgder uit ofzo. Dat werd allemaal goed ontvangen, iedereen vond het leuk, er kwamen kaartjes en grafieken. Dus toen zei kro-ncrv dat ze daar iets meer mee moesten doen. En daarbij komt dat datajournalistiek toen best opkomend was. Ik heb op mijn journalistiek opleiding in Zwolle, heb ik wel een minor datavisualisatie gehad, dus we waren er toen al een klein beetje mee bezig. En er werden toen steeds meer kleine dataredacties opgezet. Nu.nl had een dataredacteur, waarbij data ook omgezet werd in visualisaties. Dus we hebben eigenlijk drie jaar lang mogen experimenteren met datavisualisatie. En daar is pointer uitgekomen. Het slaat wel aan.

Was KRO-NCRV een van de eerste? Van de publieke omroep wel, alhoewel ze met Winny de Jong al een datajournalist hadden. RTL had wel wat data-visualisatoren in dienst. Dus dan zijn we weer niet de eerste. Localfocus bestaat ook al veel langer. We waren niet de eerste dataredactie van Nederland maar wel van de publieke omroep.

Waarom kon het drie jaar terug ineens? Ik denk dat het een soort van experiment was. KRO deed het journalistiek goed met de monitor als best wel innovatief programma. Werd ook erg goed ontvangen door de NPO. Maar het zijn best wel bijzondere tijden als je kijkt naar de verschuiving van krant, televisie en online. Op dat gebied wilde de NPO experimenteren met nieuwe vormen van journalistiek. We kunnen niet altijd achter blijven lopen en ik vermoed dat dat een van de redenen was. Wij hebben dit plan zelf ingediend en waarschijnlijk dachten zij dat dit er interessant uitzag wat betreft cijfertjes en journalistiek. En hebben we omroep breed ook nog niet. Laten we eens proberen of dit goed wordt ontvangen.

Hebben jullie een specifieke doelgroep? Is dat juist voordelig of niet wat betreft visualisaties? Net iets ouder dan de millennials tussen de dertig en vijftig. Mensen die op het punt staan om belangrijke beslissingen te nemen. Deze groep denkt vanuit de bijgedachte, we willen graag goede keuzes maken, voor zichzelf maar ook in het algemeen. Zit ik bijvoorbeeld bij de goede bank? Thema's staan dichtbij de leefwereld van het publiek en maatschappelijke onderwerpen waar je dagelijks mee te maken hebt. Omdat het bij kro-ncrv hoort moeten er maatschappelijke thema's behandeld worden. We hadden een Amerikaans voorbeeld: <https://fivethirtyeight.com/>, dat is veel onze inspiratie geweest. Dat is wel echt een platform gericht op de datanerd. Onze inspiratie komt daar wel vandaan maar we willen niet alleen voor de nerds interessant zijn. We willen interessant zijn voor een groot publiek. Stel je voor dat we een productie maken over keurmerken van vis, dan moet de lezer ook denken wat

betekent dit voor mij en waarom is dit interessant voor mij om te begrijpen. Dus dan proberen we het te vertalen naar de vis die jij op je bord hebt liggen.

Wat is de valkuil van een visualisatie: Soms kan je er een verhaal ook moeilijker van maken. Je hebt ook soms hele nutteloze grafieken. Bijvoorbeeld dat er twee cijfers met elkaar vergeleken worden. Bijvoorbeeld dat tachtig procent van de kiezers wel op kwam dagen en twintig procent niet. Dat ze dat dan in een staafdiagram gaan zetten met twee staven. Dan had je dat net zo goed in de tekst kunnen uitleggen. Een valkuil is natuurlijk dat grafieken niet goed worden gemaakt. Dat je een pie-chart hebt die dan een beetje gekanteld is in 3D, waardoor het anders geïnterpreteerd zou kunnen worden. Als je die schuin trekt lijkt het onderste gedeelte veel groter dan het bovenste. Dat zijn wel dingen die weleens voorkomen. Of dat de x en y as niet goed staan. Soms blijft tekst ook gewoon de beste manier om iets te vertellen. Met visuals kun je heel veel informatie tegelijkertijd vertellen maar het hoeft niet altijd de beste manier te zijn.

Jerry vermanen etc. hebben een visual gemaakt over YouTube. 'Kruip in de huid van een moderator'. Je krijgt een filmpje te zien en na elk filmpje worden er dingen gevraagd. Zo kruip je in de huid en dat is wel echt waarom dat artikel goed werkt opgepakt. En natuurlijk verkeerde informatie. Laatst hadden wij een foutje in een visualisatie over voetbalranglijsten. We hadden informatie over hoeveel punten ze hadden gehaald maar als een club gelijk stond kwamen ze onder elkaar te staan. Maar dat klopt dus helemaal niet – degene die de meeste doelpunten hadden gemaakt staan dan bovenaan. Daardoor hadden we een paar fouten.

Welke keuzes worden er gemaakt bij het produceren van een visueel verhaal? Ik denk dat je het niet te moeilijk moet maken. Wij zitten heel erg in de data en kunnen daar heel veel over vertellen maar wat jij als lezer misschien wel helemaal niet begrijpt. Dus daar zijn we mee bezig. We laten het bijvoorbeeld lezen aan mensen die niet zo heel met data te maken hebben. Maar ook op visueel vlak, je kunt hele uitgebreide visuals maken maar dat moet ook wel heel goed leesbaar zijn voor mensen die niet zo vaak met visualisaties te maken hebben. 16:55

Dat moet je heel goed inleiden. Dus wat wij de laatste tijd veel doen is zeggen dat we data gevisualiseerd hebben, je kijkt hiernaar... Dus dat je het heel goed inleidt en dat je de lezer aan de hand neemt in een visualisatie. Dat proberen we heel veel te doen. Daarnaast vergaderen we ook veel en voordat een artikel wordt geplaatst gaat het nog door veel handen. Als iemand het dan niet snapt, snapt de lezer het al helemaal niet. We wegen dat goed af. Ook zijn we een team dat bestaat uit verschillende journalisten. Zo hebben we mensen die veel van data afweten maar ook de meer traditionele journalisten, of juist meer visueel of juist vanuit de technische kant. We kunnen het eigenlijk vanuit verschillende kanten benaderen. Dus als het onduidelijk is, is dat voor publicatie vaak al getackeld. Daarnaast hebben we een soort feedback uurtje. We maken dus wel echt hele afgewogen keuzes.

Hoe wordt een visualisatie gemaakt – eerst onderwerp of eerst vorm? Bij ons is het niet zo dat de vormgevers alleen maar bezig zijn met het vormgeven met foto's voor bij het artikel. Wat we heel vaak doen zijn brainstormen. Dan zitten we met z'n allen rond de tafel om nieuwe ideeën te pitchen. Dan kan het ook zijn dat een van onze vormgevers met een idee komt. Zij kunnen daar inhoudelijk misschien wat minder mee maar wij kunnen dan als analisten verder de inhoud in. Het is niet standaard dat de analist of de researcher met een idee komt. Maar bij ons kan iedereen een idee hebben en pitchen. Het leuke is dat een developer met een andere kijk naar een onderwerp kijkt dan ik. Dit merk ik vaak op journalistieke redacties. De verwevenheid tussen deze drie disciplines. (Developer, datavisualisator en inhoudelijk) Dat versterkt elkaar alleen al bij het verzinnen van een idee. 23:00 Maar andersom zou het ook kunnen werken bij het maken van een visual. Het is een kruisbestuiving en niet ieder zijn eigen afgebakende taak. Mijn mentor noemde de combinatie van vormgeving en journalistiek een ultieme combinatie waarmee ik goud in handen zou hebben. Vooral in die verschuiving van de journalistiek. 24:05 Tijdens mijn studie kwam ik er wel achter dat het heel belangrijk zou worden en is op dit moment in de journalistiek. (Het samenwerken met andere functies). Je ziet het nu ook goed terug in Amerika en de VPRO is ook heel goed bezig op het gebied van vormgeving. Fox.com is echt een goed voorbeeld van hoe vormgeving en journalistiek samengaat.

Had je veel les over visual storytelling? Nee, heel weinig. Ik vond het echt bizar. Laatst gaf ik een gastles en toen zei ik nog tegen mijn oud-docent dat ik het zo vreemd vond dat wij een toets moesten doen met Indesign. Waarbij we een inhoudspagina en een cover moesten maken van een tijdschrift. Dat was het enige wat ik in mijn opleiding voor vormgeving moest doen omdat ik de minor datavisualisatie koos en daar werd er meer ingegaan op de manier waarop je data omzet. That's it, animeren werd niet geleerd. Fotoshop, illustrator, tekenen, schetsen, al die shit werd allemaal niet aangeboden. Ik weet niet precies hoe het nu is, maar volgens mij is het nu ook nog vrij weinig. Het is ook lastig als je als opleiding ieder jaar weer een nieuw curriculum moet maken. Dat kost heel veel geld en moeite. Dus ik snap wel dat een opleiding iets kan achterlopen maar ik vond dat in Zwolle wel heel erg klein.

Er is veel vraag naar. Ja je kunt het wel zien. We begonnen hier met twee vormgevers maar inmiddels zijn er veel meer bij. Er is zoveel content te maken en te visualiseren. Dus dat zegt ook wel iets over die business.

Hoe zouden ze beter op visual storytelling kunnen inspelen? Ik vind sowieso dat je in het eerste jaar journalistiek al photoshop moet kennen. Niemand kende photoshop, al is het om een afbeelding kleiner of groter te maken of iets mooier te maken. Als je dat al niet aanbiedt, dat is echt een hele handige tool. Stel je doet schrijvende journalistiek. Ik snap dat dat gericht is op schrijven maar ik denk dat ze veel meer in crossmediale journalistiek

moeten springen. Oké je hebt dit nu zo opgeschreven, maar kun je dit ook vertellen op een hele andere manier – op een visuele manier. Ik denk dat het adobe pakket heel belangrijk is.

Hier is iedereen ook wel goed in het makkelijk maken van visuals. Bij ons zit het er redelijk ingebakken en ik denk dat dat nog veel meer kan op de opleiding. Dus ik zou niet bij de basics blijven als in schrijven – klaar. Nee, hoe kan ik het beter maken, hoe kan ik het duidelijker maken. Concreet zou ik niet weten hoe dat eruit moet komen te zien. Ik merk dat het zoveel lekkerder kan werken als je iets netter kan aankleden. Veel meer mogelijkheden, de standaardtemplates zijn al zo vaak gebruikt. Hier kun je het persoonlijker maken en unieker. Ik vind dat het adobepakket, zeker bij een journalistieke opleiding, bekend met zijn. Dat je daar ook echt les in moet krijgen. Maar even los van die programma's en software. Ik denk dat je ook in staat moet zijn om je verhaal anders te vertellen. Dat hoeft je maar met een schets te doen of iets, maar in ieder geval dat je er creatief mee bezig bent. En wat ik echt interessant zou vinden – hoe wij zijn begonnen met een developer, een visualisator en iemand die meer de inhoudelijke kant doet. Eigenlijk zou je dat soort mini-redacties ook al kunnen opzetten. Stel je komt dagelijks op een redactie waar je nieuwe content moet maken, dat degene die over de inhoud gaat zijn ding doet. Dat de vormgever meedenkt en de developer ook en dat uiteindelijk in elkaar kan zetten. Dat lijkt me een hele goede les.

Heb je enig idee hoe visuals in de toekomst gebruikt gaan worden in de journalistiek? Welke technische mogelijkheden zijn er? Ik heb echt iets heel vets gezien en ik denk dat dat in de toekomst nog meer gaat gebeuren. Onze afdeling innovatie. De monitor had een goed verhaal over verwarde mensen en daar zit best wat aan vast. Want wanneer ben je verward? Innovatie heeft een interview gedaan met een verward persoon en toen hebben ze alle situaties die die persoon had gehad opgeschreven. Dat hebben ze allemaal verzameld en iets nieuws bedacht. Uiteindelijk is het een VR-verhaal geworden. Dus je had een VR-bril op en dan kroop je letterlijk in die persoon die verward was. Dus je hoorde allemaal stemmen, zag vaag en moest beslissingen maken. Dat is misschien alweer twee jaar oud maar dat zag er visueel gezien zo sick uit. En ten tweede loopt het zo voor op de rest van de journalistiek. Alleen op dit moment is dat nog niet heel interessant omdat bijna niemand een VR bril heeft. Dat is dan het mankement wat er bij komt kijken. Maar het project was echt bizar goed. Dus dat is wel wat ik in de toekomst zou willen zien. Bellingcat doet heel goed onderzoek en dat is visueel gezien erg aantrekkelijk. Dus dat zijn een soort van reconstructies van 10 minuten waarin ze met veel visuele elementen aan de gang gaan. Daar hebben wij onze eerste televisie-uitzending op gebaseerd. Dus veel visuele elementen. Ik denk dat we dat de komende tijd ook wat meer gaan zien. Kortere video's ook voor op televisie. Die snelle behapbare content komt wat meer naar voren.

Bijlage 10.5 Interview Erik van Gameren (Information designer NRC)

Aanvullend interview 4-10

Merk jij of de wereld visueller wordt?

Vind ik een hele moeilijke vraag want het ligt er ook aan voor wie. Er zijn mensen die in beeld elven en mensen die in tekst leven. Kijk door de opkomst van de smartphone, de digitale ontwikkeling is natuurlijk veel groter geworden. De eerste computer kon alleen tekst aan, bij wijze van spreken. De eerste browser dat waren allemaal tekstdingetjes en toen kwam er af en toe een plaatje. En nu is alles beeld. Je ziet in de digitale wereld wel dat er veel meer beeld en bewegend beeld wordt aangeboden en ook dat dat makkelijker consumeert. IN die zin kun je wel zeggen dat de wereld visueller is. Maar vooral in digitale zin denk ik.

En vanuit jouw rol als journalist?

Mijn werk is natuurlijk heel visueel. In mijn werk ben ik vooral bezig om die informatie in beeld te brengen. Het is logisch dat ik daar altijd beeldend bezig ben. Maar dat betekent niet dat dat altijd de beste oplossing is. Als je de krantenpagina's naast elkaar legt, is er veel meer beeld in gekomen. Het heeft ook een technische oorzaak, het werd makkelijker en goedkoper om die foto's te drukken en later ook met kleur. Elke pagina heeft nu kleur. Dat was dertig jaar geleden wel anders. Dus dat is wel erg veranderd. De digitalisering zorgt er voor dat het ook geen issue meer is. Je kunt net zo goed beeld of tekst de wereld in sturen. Dat gaat zo makkelijk. Aan de ene kant zijn er technische ontwikkelingen die het mogelijk maken. Maar ik geloof er niet zo in dat mensen minder lezen of hun informatie beter visueel kunnen krijgen. Dat geloof ik niet. Ik denk wel dat we meer informatie visueel meer kunnen aanbieden en dat dat vaak beter is. Dat is prettiger of beter is.

Opiniërende stukken of recensies van boeken vind ik heel interessant maar daar hou ik me op mijn werk weinig mee bezig omdat ik daar niet veel mee kan. Als consument of als nieuwslezer vind ik al die andere manieren, ook tekstueel, heel prettig. Ik lees ontzette veel. Maar in mijn werk ben ik natuurlijk bezig met hoe kan ik hier de boel verbeteren of verrijken. Door beeld, door kaarten, door graphics. Je komt op een bepaald terrein van de journalistiek terecht. Op andere delen helemaal niet. Daar is beeld dan niet zo geschikt voor.

Wat betekent het in de praktijk voor de journalist:

De bedoeling van de journalistiek die verandert niet. Maar de werkwijze en de manier van presentatie die kan heel veel veranderen. Daardoor kan ook wel de manier van onderzoek ook veranderen. Of andere accenten krijgen.

Een misdaadjournalist bij ons die is gewend om de onderwereld te contacten en vervolgens gaat hij dat bij elkaar schrapen en vervolgens komt er een publicatie en dat is dan het verhaal. Maar tegenwoordig doen we veel meer met teelvisie en met podcasts. Dus we maken elke werkdag in de week podcasts gemaakt. Toen werd die journalist gevraagd om zijn verhaal daar te vertellen. Dan blijkt dat er dan heel andere dingen kunnen. Je kunt dingen laten horen en je gaat op een andere manier nadenken over de informatie die je hebt verzameld. De informatie komt tot een andere manier tot zijn recht. Zo ook met graphics, je kunt andere dingen laten zien die anders achterwege blijven. En die ook de journalist weer op nieuwe ideeën kan brengen. Als ik hier een accent op leg komt dit beter uit de verf. Het is fijn als die samenwerking zo loopt dat je elkaar helpt om een productie hoe dan ook beter kunt maken.

Beeld en tekst bieden beide veel mogelijkheden. Soms vertelt een foto het verhaal heel goed. De volgende keer kan dat niet want dan heb je niet zo'n foto.

Moeten journalisten gaan specialiseren?

Ik denk dat ze meer gevoel moeten hebben voor de mogelijkheden en nog veel meer moeten samenwerken. Journalisten zijn ontzettende eigenheimers en die doen het allemaal in hun eentje met eigen bronnen en dan komen ze flats met een verhaal zodat de hoofdredactie flabbergast is. Dat gebeurt minder. Samenwerken op allerlei terreinen. Daar zijn ze bij NRC steeds meer van bewust. Dus dat gaat ook steeds meer gebeuren. De hoofdredactie heeft dat ook gezegd dus daar was ik blij mee. We gaan nu meer samenwerken over de redacties heen. Dan moet je dus wel een beetje gevoel hebben voor wat er kan. Zo moet een journalist weten wat er dan in de video moet komen en de videomaker moet ook weer snappen hoe het inhoudelijk werkt. Je hebt niet allemaal specialisten nodig. Iemand die alleen maar heel goed is in het maken van stukken, het editen van video's en graphics kan maken. Maar je moet eigenlijk iemand hebben die inhoudelijk kan meedenken. Ook al ben ik geen inhoudelijk redacteur ik kan wel meedenken en kritische vragen stellen.

Uitgebreider interview

Hoe luidt jouw functie precies? Infographics redacteur, information designer. Houdt zich bezig met inhoud en de vormgeving ervan. Bij datavisualisatie gaat het meer om de gegevens die erin verwerkt zitten. Een infographic kan een grafiekje zijn, of een cirkeldiagram. Grote redactie dus verschillende mensen die zich bezighouden met wat je visual storytelling noemt.

Hoe gaat het in zijn werk? Een deel van het werk is in opdracht of er is een rapport, wordt besproken in de ochtend vergadering en dan bespreken we dat we die tabel goed kunnen gebruiken. In overleg maken we dan een plan. Soms is het 'we hebben zoveel ruimte, kun je daar een grafiekje bij maken'. En soms zet ik samen met een redacteur een productie op. Dan gaan we dingen uitzoeken en daar volgt vervolgens een publicatie uit.

Wanneer had visual storytelling zijn intrede, bij de NRC maar weet je het ook van Nederland?

Ik heb natuurlijk nu heel veel gesproken over mijn vak en dat is maar een deel van wat jij visual storytelling noemt. Het is vooral opgekomen online, omdat je daar een heel andere manier van lezen en presenteren hebt enz. Als je specifiek online wilt weten, kan ik dat heel goed aangeven want daar ben ik tien jaar geleden specifiek voor aangenomen. Er was destijds niemand die zich daar online mee bezig hield, en ik was de eerste die online meer ging doen met interactieve graphics en wat grotere producties. Tot nu toe waren het gewoon de krantenartikelen die online werden gezet. Soms kwam daar wel een kaartje bij, maar dat was een simpele afbeelding en dat was nog geen visual storytelling. Pas in die tijd gingen we erover na denken, en ik heb eerst in mijn eentje een aantal projecten gedaan. Dat was een groot succes en mensen wilden steeds meer met kaartjes en dingen. Dat was op de tijd dat alles op onze website gratis was. Daar is na een jaar/ander halfjaar mee gestopt, omdat we hier niet maar mee door konden gaan want hier verdienden we geen geld mee. Dus toen werd het allemaal wat minder en moest ik ook voor de krant gaan werken. Maar tegelijkertijd waren er ook heel veel andere ontwikkelingen. Het is heel moeilijk om te bedenken omdat veel ontwikkelingen door elkaar lopen. Opeens werd er veel minder aan visual storytelling gedaan. Dat was puur vanwege financiële noodzaak, we verdienden wel geld met de krant dus daar moesten we ons op toelleggen.

Toen gingen we ons toch weer, door de digitale abonnementen van mensen die behoefte hadden aan onze journalistiek – konden we daar meer tijd in stoppen en konden we daar ook weer nieuwe technieken in toepassen. Dus dat is eigenlijk mondjesmaat wel doorgegaan. En de laatste vier jaar is dat enorm gegroeid. Er zijn enorm veel mogelijkheden in en we zijn zelf veel beter geworden en er zijn online heel veel tools beschikbaar die het mogelijk maken om best snel een visualisatie te maken. Dat heeft ook nadelen want er zijn ook tools die niet meer bestaan dus dat creëert een gat in een oud verhaal op de site. Dat is ook ongewenst, dus dat is het lastige van online. De technieken zijn ook verantwoord, dan heb je bijvoorbeeld programmeertaal a geleerd, dan moet je ineens weer iets heel anders gaan doen en omscholen. Dus dat is ook constant schakelen en goede mensen binnenhalen die daar bedreven in zijn en de organisatie verder kunnen helpen. Dus dat is eigenlijk iets waar we constant mee bezig zijn. We moeten technisch bij blijven en ervoor zorgen dat we onze producties goed kunnen maken.

Denk je dat visualisaties zijn ontstaan doordat mensen gewoon nieuws saai gaan vinden? Het was denk ik meer een wens van uit redactie studio, de redactie waar alle mensen werken die infographics maken. Dat is heel breed van datavisualisatie tot illustratie. In de krant van NRC staan heel veel illustraties en degene die wij maken die zijn allemaal sterk gebonden aan een onderwerp. Die redactie bestaat al heel lang want grafiekjes worden al heel lang in de krant gezet. In die tijd, 2006/2007 had ik al af en toe contact met mensen van de studio. Het toeval was dat er in 2009 iemand met zwangerschapsverlof ging en dat ik die plek een tijdje kon innemen. Zij hadden bedacht om mij helemaal niks voor de krant te laten maken maar puur voor online. Dan proberen we te kijken of dat zo werkt dat je daarna onmisbaar bent. Dat ze denken dat dit echt een verrijking is van wat we doen. Dat was binnen zes, zeven maanden het geval. Ongelooflijk maar mensen waren zo enthousiast, ze vonden dit belangrijk. Er was niet echt een bewust iets, maar er was een gevoel. We keken naar de andere kant, naar de New York Times, de Washington Post – daar waren ze al veel verder. Zij laten zien hoe je op een hele mooie manier informatie kan laten zien. Dat is heel klein begonnen maar dat is ook het mooie van visualisaties. Door het doen en te laten zien kan je mensen overtuigen van wat een mooie manier het is om informatie te laten zien. Het was dus geen hele bewuste beleidskeuze van nu gaan we dat doen. Het gevoel van belang was er en dat werd opgepikt door de organisatie omdat iedereen zo enthousiast was.

Wat merk jij qua reacties, waarden lezers een verhaal dat visueel wordt verteld? Er werd intern en extern positief gereageerd. Dat was intern dat andere redacteuren naar mij toekwamen 'he ik heb dit gezien, kan je dit ook voor mij maken'. Zo iets. Het was heel gauw dat ik te veel werk had. De lezers reageerden heel positief dus dat was een groot succes.

Welke keuzes worden er gemaakt bij het produceren van een visueel verhaal? Wat ik tien jaar geleden maakte zou ik nu nooit meer maken. Ik vind het echt verschrikkelijke monsters van dingen. Hoe komt dat dan? Dat is misschien door voortschrijdend inzicht, maar ook denk ik de verandering van hoe mensen dat beleven. Heel kort gezegd, wat ik toen maakte waren mini programmatjes waarin je in een heel klein oppervlakte alle dingen kon zien. Er waren knopjes, slides, alle informatie was verborgen. Je kon over de Europese economie op een land klikken. Voor de echte liefhebber was dat fantastisch maar voor de gemiddelde lezer, wat 95 procent was, was dat niet goed. Ik denk dat die daar gewoon heel even naar keken en dachten oh leuk en dan weer verder gaan. Dan mis je heel veel. Bij andere, zoals de NYT, zie je dat ook. Die hebben ook van dat soort enorme producties gemaakt en die zijn er ook op terug gekomen omdat de mensen niet klikken. We moeten ze helpen om dat verhaal te vertellen, eigenlijk deden ze; kijk eens hier hebben we het allemaal staan. Zoek het maar uit. Terwijl dat het idee bij visual storytelling nu is dat je mensen moet helpen om het te lezen of zien. Dat is natuurlijk de uitdaging want je hebt heel veel verschillende soorten mensen. Mensen die al van het onderwerp afweten, of die niets weten – mensen die visueel ingesteld zijn en mensen die tekstueel zijn ingesteld. Al die mensen wil je op een manier bereiken, en dat is een hele kunst. Voor mij is het nu duidelijk dat het veel soberder moet en veel uitleggender. Dat helpt.

Hoe wordt een visualisatie gemaakt – eerst onderwerp of eerst vorm? Deel van het werk in opdracht. Rapport vrijgekomen. Ik vind het heel leuk om vanuit die inhoud te kijken wat er geschikt is. Dat kan zelfs zo zijn dat de redacteur zegt 'we hebben hier dit onderwerp over Europa en er moet een kaart bij'. Dan kan het best zo zijn dat ik even bezig ben geweest en dat ik het een slecht idee vind, dat ik denk dat we beter iets anders kunnen doen. Misschien moeten we het helemaal niet met een graphic doen maar doe het met een paar cijfers in een marge. Het kan ook dat een redacteur zegt, dan kunnen we dat zo mooi laten zien die trend. En dan ga ik het onderzoeken en dan blijkt die trend er helemaal niet in te zitten. Dan denk ik je verhaal klopt niet of we moeten er andere data bij verzinnen. Ik leg me dus eigenlijk het liefste op het laatste pas vast aan de vorm, want die komt pas met de data. Dan blijkt pas wat er geschikt is. Ik heb ook weleens gehad dat ik een hele zware visualisatie had gemaakt voor in de krant. En toen een jaar later waren er nieuwe cijfers en werd ik gevraagd of ik het opnieuw zo wilde maken. Dat lukte gewoon niet want het was een iets ander onderwerp. Iets andere cijfers en dan ga ik me eigenlijk vastleggen in een van tevoren bedacht format maar dat weet je vaak helemaal niet. Ik vind het veel fijner om dit zo aan te pakken. En natuurlijk is het wisselwerking, want wacht eens even morgen komt het in de krant en je gaat er nu mee aan de slag maar we moeten wel weten wat voor iets het wordt. Wordt het iets liggends, groots of klein. Je bent nooit vrij om je eigen projectje te doen en dan te zeggen mensen ik ben klaar, het kan gepubliceerd worden. Je zit ook in de druk van een organisatie waarin dingen verwacht worden. Het is ook geven en nemen, en dat is niet erg maar in de ideale wereld zou ik dat zo lang mogelijk uitstellen. Dat gaat natuurlijk beter bij grotere projecten, dan heb je meer ruimte en vormt het vervolgens en dan weet je oh dan gaan we dat doen. Dan komt het zo online en zo in de krant. Maar normaal gesproken moet je meteen een beeld hebben, ga je overleggen met een vormgever, met een redacteur en dan leg je het een beetje vast. Want anders is er geen plek voor je visualisatie.

Wordt er qua tijdgebrek wel eens besloten om geen visual te maken? Ik zie deadlines niet echt als deadlines. Je weet van tevoren hoeveel tijd je hebt. De deadline verschuiven gaat gewoon niet. Bij NRC handelsblad is om 12 uur alles klaar. Dat moet gewoon. Ik weet ik heb zoveel tijd, dus dan kan ik inschatten wat ik in die tijd ongeveer kan maken. Ik kan niet meer maken dan het is. Soms komt het wel voor, als er onvrede is en mensen vinden het toch geen goed idee. Dan kun je altijd nog denken oké we doen het niet. Maar daar moet je wel snel mee zijn. Maar het kan niet ineens. Je bent dus constant in overleg, ik ben nu daarmee bezig, het wordt ongeveer zo iets. Is dat wat. Je hebt met enorm veel mensen te maken, met een vormgever, een redacteur, een chef, een nieuwschef. Dus er zijn heel veel mensen die zich daarmee bezighouden en die daar iets over willen zeggen.

Wat vind je van de manier waarop de opleiding journalistiek omgaat met visual storytelling? Hoe zouden ze beter op visual storytelling kunnen inspelen? Ik weet dat ze in Utrecht en Zwolle bezig zijn met het opzetten van een module datavisualisatie. Wij hebben bij NRC een tijd gehad dat het helemaal niet goed ging. Zeker de laatste jaren. Dat betekent dat we minder mensen hadden en dat de toevoer van nieuwe mensen stakte. We hadden weinig nieuwe mensen. Hooguit als freelancer, maar dat is niet goed voor de samenstelling van een redactie. Die wordt dan onevenwichtig, dan zitten er wat oudere mensen in. Die jonge mensen hebben een onzeker bestaan want voordat je het weet krijg je geen opdracht meer als freelancer. Twee jaar geleden is dat iets veranderd. Nu hebben we elke twee jaar 8 plekken voor een tweejarig contract voor jonge journalisten. Die worden gescreend op een aantal zaken en wat ze moeten kunnen is naast hun journalistieke basisvaardigheden, die we verwachten van ze, ook in iets anders uitblinken. Dat hoeft helemaal geen journalistiek iets te zijn. Dat kan bijvoorbeeld zijn dat je heel gedreven bent in video en het editen daarvan, of dat je heel bedreven bent in het zoeken van data, of dat jij heel goed bent in visualisatie technieken. Daar wordt expliciet iets anders gevraagd van de jonge journalisten. We willen dat ze ook een andere vaardigheid of kennis van iets hebben, die van pas zou kunnen komen op de redactie. Ik denk dat studerende journalisten moeten weten dat ze naast de basisvaardigheden ook ergens in moeten uitblinken. Ze moeten zich daar echt goed in verdiepen en dat goed beheersen. Dan zo datavisualisatie een zo'n verdieping kunnen zijn. Het minste wat we verwachten van een journalist die afstudeert is dat ze echt weet hebben van wat er gebeurt. Dat ze dus met heel verschillende mensen kunnen praten. Ze moeten snappen wat een video is en wat voor soort informatie ze jou zouden moeten aanleveren, wat voor vragen er komen. Ze moeten weten wat een datavisualisatie is en hoe ze met een vormgever kunnen samenwerken. Je hoeft zelf niet te programmeren maar je moet wel snappen wat het is. Want als je niet oppast heb je dadelijk dat een journalist zegt: ik heb dit idee bedacht, ga jij het maar maken. Hij heeft geen idee wat ik dan zou moeten maken, hoeveel tijd dat zou kosten, dat overleg handig is, dat ik misschien iets heel anders moet maken dan hij wil. Dat is denk ik het grote verschil met een journalist van twintig jaar geleden. Een journalist van nu moet samenwerken, die moet echt altijd samenwerken met veel mensen. Veel meer dan dat de oude garde dat gewend is. Dat geldt op allerlei vlakken, of je nou podcasts maakt, datavisualisaties of video's. Je bent niet meer degene die het allemaal alleen doet en dat iemand er nog even een mooi plaatje bij maakt. Zo werkt het niet. Ik neem aan dat dat nu ook wel bij opleidingen gebeurt – dat je overal aan gaat snuffelen. Dat is dus goed, om het hele brede veld van de journalistiek te begrijpen. Maar dat je je ook echt specialiseert. Bijvoorbeeld datavisualisatie – daar moet je wel echt je best voor doen. Ik weet niet hoeveel ruimte er is binnen zo'n opleiding, maar het zou goed zijn als de student daar de ruimte voor krijgt.

Heb je enig idee hoe visuals in de toekomst gebruikt gaan worden in de journalistiek? Welke technische mogelijkheden zijn er? De processoren worden sneller, dat betekent dat er grafisch gezien meer mogelijkheden komen. Hoe ik nu al 100 gegevens in voer en iets laten werken, dat was vijf jaar geleden al niet mogelijk. Dat geeft al vele mogelijkheden en dat zie je ook in grote producties waarin op een hele slimme manier data in wolken of in kaarten laadt. Waarbij je juist niet zo zeer overspoeld wordt door informatie maar dat er juist op hele subtiële manier informatie wordt getoond. Er zijn nu visualisaties mogelijk voor gigantische datasets. Dat soort ontwikkelingen zie ik in mijn vak wel als belangrijk. We gaan grote datasets serieuzer nemen. Je ziet dat journalisten zich daarin specialiseren en dat ook goed beheersen.

Bijlage 10.6 Interview Sarah Joosten (Journalist Maps4News)

Kaart van Eurovisie songfestival kun je downloaden. Klant kan vervolgens wel eigen mapstyle selecteren. De data hebben ze al, vervolgens kan de klant de kaart gewoon embedden. Zoals in de schietpartij in Utrecht moet je het snel maken. Interactieve kaart kan alleen online gebruikt worden. RTL-nieuws heeft het bijvoorbeeld niet echt nodig want die heeft twintig man op de redactie zitten en die zijn van mening dat die zelf wel research kunnen doen. Wat dat betreft is het handig voor kleinere nieuwsmedia. Maar in het algemeen zijn de kaarten handig voor iedereen. Het scheelt veel zoeken van data – bijvoorbeeld voor de Giro. Onze tool is gemaakt voor journalisten, zodat ze zelf heel snel een kaartje kunnen maken in hun eigen stijl. Maar het wordt ook veel door vormgevers gebruikt, omdat een basiskaart krijgen al heel veel werk kan zijn maar die zit hier al helemaal in. Die bewerken ze dan vervolgens in Illustrator.

Is het duur? 4:07 Wat is duur. De abonnementen zijn per organisatie. We hebben ook een aantal freelancers en die betalen per kaartje die ze maken. Zoiets als een persgroep heeft een groot abonnement waarbij we kijken hoeveel ze het gebruiken, hoeveel kaarten per maand en hoe ingewikkeld de stijl moet zijn. Sommige klanten gebruiken ook de basiskaarten die we al hebben en welke kaarttypes je wilt gebruiken. Het is voor iedereen financieel haalbaar. We gaan in gesprek met de klant en kunnen het zo op maat laten maken.

5:42 voorbeelden van verschillende kaarten Uit mijn onderzoek blijkt dat redacties er wel mee bezig zijn maar achter de feiten aanlopen. Uit veel onderzoeken die gericht zijn op de manier waarop mensen visualisaties begrijpen, blijkt dat wij daar steeds beter in worden. Daar lopen de kranten een beetje achter de feiten aan want wij kunnen al veel meer begrijpen dan wat de kranten plaatsen. Een kaart konden we twintig jaar geleden ook al wel begrijpen maar als je hier een hexagoon van maakt snappen ze het ook.

Hoe is dit bedrijf ontstaan? 8:35 Het is voortgekomen uit Andes/Valk, een bedrijf dat echt landkaarten maakte. Die data hadden ze dus al maar ze moesten zich gaan vernieuwen. Toen kwamen ze erachter dat er een gat was

wat betreft redacties. Toen zijn ze met een paar grote redacties in gesprek gegaan met de vraag wat ze misten. Het bestaat nu tien jaar, maar tien jaar geleden was het nog niet zo met internet. Ze begonnen dus ook met een desktop versie. Robert heeft op den duur gezegd we gooien het om naar een online tool. Mapcreator is een nieuwe tool gebaseerd op de voorkeuren van gebruikers uit binnen- en buitenland. Dat zou de ultieme tool moeten zijn om dat we zoveel in gesprek zijn gegaan met de klanten. Het is lastig om in de nieuwswereld, omdat het niet zo goed gaat, het doel aan de man proberen te brengen. Het is een extra investering en extra geld. Heel veel mensen die het gebruiken zijn zo tevreden omdat het zo userfriendly is.

Hoe krijgen jullie nieuwe klanten? 12:08 Dat gaat twee kanten op, we nemen contact met klanten op – gaan naar beurzen. Google map in je nieuws en dan kom je bij ons. Mensen vragen vaak een free live demo. Over heel de wereld hebben we agenten zitten. We hebben ook een agent in Amerika en die werkt daar voor ons.

Wordt er ook weleens data opgestuurd? 15:12 Jazeker, soms wordt er ook geen data opgestuurd en vragen ze of ik een bepaald onderwerp kan uitwerken. Dat geef ik ook altijd aan, dat dat kan. Het gebeurt niet extreem vaak maar soms wordt er bijvoorbeeld gevraagd of we nog een featured map gaan maken over de marathon in Londen. Dan zoek ik even die data op en maak ik het. Dat scheelt heel veel tijd voor de klant. Sommige zet ik dan nog niet online maar ligt aan het geval.

Waarom heeft zo'n kaart toegevoegde waarde? 17:27 ik denk dat een kaart toegevoegde waarde heeft in een verhaal omdat mensen dan veel beter kunnen visualiseren waar het zich afspeelt. Of dat ze het kennen in de buurt. Ze hebben een veel beter beeld waar het heeft afgespeeld en kunnen zich daarom beter identificeren. Zeker als er iets in Afrika gebeurt, waar die landen precies liggen hebben ze geen idee waar iets zich afspeelt. Het helpt mensen beter een verhaal begrijpen in hun hoofd.

Denk je dat het ook helpt om het te onthouden? 18:18 Jazeker. Als je een plek op de kaart hebt gezien, kan je beter onthouden waar het is gebeurd. Je hebt natuurlijk de 5 w's en de h. Een kaart kan ook zoveel schelen met het aantal woorden wat je op moet schrijven. Je hoeft helemaal niet meer na te denken hoe ga ik uitleggen waar het ligt. Een vakje bij 2 bij 2 kan jou al makkelijk 20 woorden schelen. Het is heel belangrijk voor die 'waar'.

Denk je dat het een manier is om consumenten te betrekken bij klanten? 19:15 Ja dat denk ik zeker. Visualisaties breken de pagina lekker. Het maakt het verhaal veel aantrekkelijker. Het is voor een heel groot deel daarvoor. Als je kijkt hoe het zich heeft ontwikkeld. Toen het heel slecht ging met de kranten hebben ze al hun infographic designers ontslagen. Daar zijn ze echt wel weer een beetje op terug gekomen. Als je nu kijkt naar ook de kleine krantjes die hebben ook allemaal één of twee infographic designers. Ze zijn er zelf ook achter gekomen dat het belangrijk is. Er was ook wel een tijd dat ze alles deden met foto's.

Denk je dat redacties werken vanuit de infographics of vanuit tekst? 20:37 Ik weet door het onderzoek dat bijna alle kranten eerst werken vanuit de tekst en er daarna een afbeelding bij zoeken. Maar zeker met grote datasets kan het heel goed zijn om eerst vanuit de visualisatie te denken en daarna pas het verhaal erom heen te maken. Ik denk ook wel dat de ideale journalist op dit moment die kan in visuals denken maar ook in tekst. Het is wel heel belangrijk om die stap te maken naar het visualiserend denken. Dat je bij een verhaal niet meteen denkt dit zou een goede tekst zijn maar dat je denkt aan de visualisatie.

Bij het FD maken ze eerst een verhaal voor mobiel, dan voor online en dan pas voor de krant. Het is een heel andere manier van denken, die hebben ook regelmatig dat ze eerst een infographic of een afbeelding maken en dat ze daarna pas naar een tekstschrijver toe stappen. Die lopen heel erg voor. Het FD gaat het erg goed mee. Die hebben natuurlijk ook een hele niche doelgroep. Die doen heel veel met infographics. Die verhalen worden dus eerst gemaakt voor mobiel en dat doet nog bijna niemand. Ze hebben ook wel het geluk dat ze in een niche markt zitten. De mensen die dit lezen willen het ook echt lezen en kunnen het verhaal nergens anders halen. De gewone kranten hebben daar veel meer moeite mee. Het FD heeft gewoon geluk dat ze zo'n specifiek nieuws maken.

Wat betekent de verandering van deze visualisaties voor de toekomst van de journalistiek? 24:00 Ik denk dat het belangrijk is dat journalisten visueller gaan denken en dat dat invloed kan hebben op de verhalen van de toekomst. Soms ga je een verhaal beter in een visueel vertellen en dat trekt toch mensen aan. Ik denk dat er dan een verandering in komt in de volgorde. De journalisten gaan dan eerder denken 'hier kan ik echt een vette visueel van maken' i.p.v. een vette tekst. Er zitten wel veel cijfers in maar dat kan ik juist vet vertellen door het in een visualisatie te doen. Ik denk dat er dus sneller zulke verhalen worden gemaakt. Dat kan wel invloed hebben op visualisaties. Niet zo zeer kaartjes, maar visuals in het algemeen.

Gaan journalisten het zelf doen of zorgen bedrijven ervoor? 24:32 Ik denk dat het een mix gaat zijn en blijven. Ik denk dat het heel belangrijk is dat de gewone schrijvende journalist ook wat kan qua visuals. Daar zijn die tools heel makkelijk voor want die slaan veel stappen over want dan kan je heel snel zelf iets maken. Ik denk dat het heel veel toevoegt als journalisten zelf snel een visueel kunnen maken. Ik denk ook wel dat juist die infographic designers heel belangrijk zijn omdat juist ingewikkelde verhalen waar data achter zit, waar echt heel goed over nagedacht moet worden. Dat die mensen wel heel belangrijk zijn en blijven.

Zou de opleiding journalistiek moeten veranderen? 25:26 Ja. Het begint al bij première en adobe. Ik denk dat het heel belangrijk is dat we ze ook illustrator moeten leren. Adobe zou kennelijk voor designers zijn, maar dan zou première voor cameramannen zijn. Ik vind dat je visualiseren in de journalistiek op school veel meer moet gaan aanbieden. Als richting en als keuzevakken. Ik vind dat je het eerste jaar al één van de 5 w's en h moet kunnen visualiseren. En dat dan oploopt gedurende de jaren. Je hebt dan veel meer tekst nodig maar kunt het wel investeren in een visual. Juist doordat er zoveel websites zijn online, kan iedereen het heel makkelijk. Ik ben ook helemaal geen designer. Ik zie echt niet welke kleuren goed bij je elkaar horen. Maar juist door die tools online kan iedereen het. Het moeten niet alleen keuze vakken zijn. Je moet dit sowieso leren. Fhj huppelt achter de feiten aan.

Welke technische mogelijkheden zijn er mogelijk? 00:00 Ik ben zelf niet super technisch maar je kan nu al een heel verhaal vertellen door een interactieve kaart. Ik denk dat dingen die nu nog ingewikkeld zijn, steeds simpeler worden. Dus bijvoorbeeld een 3D-video maken. Wat wij nu nieuw hebben aan de tool is dat je de grootte van gebouwen kunt zien in 3D. Dat soort dingen worden alleen maar steeds makkelijker voor iedereen. Ook video's maken van kaarten of visuals laten bewegen. Ik denk dat dat soort dingen steeds makkelijk worden of dat daar tools voor worden bedacht.

Ik denk dat je in die interactiviteit steeds verder kunt gaan in een simpele manier. Dat kan nu nog lastig zijn, kost veel geld en zelfs programmering. Ik denk dat er een golf komt van mensen die kunnen programmeren. Ik denk dat dat de journalistiek op een heel nieuw niveau kan tillen en dat we dan misschien wel Harry potter-achtige scenario's gaan krijgen.

In hoeverre spelen visualisaties een rol in de toekomst van de journalistiek? Ik denk dat die steeds belangrijker worden. Omdat het zoveel kan vertellen in zo weinig tijd en zo makkelijk dat mensen het steeds sneller gaan begrijpen. Ook hoe je een visueel moet lezen. Dus ik denk dat ze in de toekomst van de journalistiek steeds belangrijker worden. Ik denk dat het heel belangrijk is dat de journalisten daar het belang van zien en daar meer mee gaan werken.

Bijlage 10.7 Interview Els Engel (Visueel journalist FD)

Ik ben freelancer maar ik werk drie dagen in de week bij het FD. Zone 5 is een bedrijfje dat ik samen met mijn partner heb. Wij zijn een multidisciplinair design bureau. Dat houdt in dat we ons bezighouden met allerlei manieren van onderwerpen en allerlei onderwerpen. We houden ons niet alleen met het ontwerp bezighouden maar ook met de inhoud.

Worden jullie ingehuurd door nieuwsmedia? Ik ben dus journalist. Bij FD ben ik ook visueel journalist. Aan de ene kant houd ik me bezig met de visuele kant en ook de inhoud.

Hoe ben je visueel journalist geworden? 02:30 Crossmediale journalistiek en multimedia vormgeving. Ja het was dus tegelijk en daarna heb ik stages gedaan bij verschillende kranten. Ik heb altijd die twee dingen tegelijkertijd ontwikkeld.

Denk je dat de toekomst gaat zijn? 03:40 Het verschilt per persoon. Het is best veel als je aan de inhoud kant zit en de design kant. Heel veel mensen zijn gespecialiseerd in een van de twee dingen omdat het twee heel verschillende dingen zijn.

Maar vanuit jouw perspectief, dat moeten meer mensen doen? Ik denk zeker dat meer mensen dat moeten doen. Er is heel veel werk en veel te weinig mensen om het doen. Het gaat wat meer de data kant op dat je een verhaal zoekt in data. Maar ook gewoon meer de informatieve illustraties. Maar vooral als je goed ent in data en dat verhaal dan ook vertellen in beeld dan is er heel veel werk voor je. En ik verwacht dat dat gaat toenemen. Steeds meer media ontdekken dat je daar een heel goed verhaal mee kunt vertellen. Dan wordt het al heel snel fijn als je een verhaal schrijft met heel veel getalletjes erin, terwijl je vaak met een visualisatie in een oog opslag duidelijk maakt wat e punt is.

Hoe werkt het met je freelance werk? Het verschilt. Het is wel heel vaak dat ze al bezig zijn met een report of een publicatie of ze hebben al een verhaal. Soms krijg ik dan gewoon wat ruwe Excels over de schutting gegooid maar kunnen ze zelf niet de stap maken over hoe je dat visueel maakt. Er is wel zeker vraag naar. Afgelopen herfst was er een infographic congres en bijna elke presentatie eindigde met we zoeken ook nog mensen. Er is echt heel veel werk, een collega vinden duurde een halfjaar.

Waarom vind jij dat infographics toegevoegde waarde hebben? Zoals ik al zei – je kunt in één oogopslag duidelijk maken waar je anders heel veel woorden nodig had. En in deze tijd worden mensen steeds visueller; filmpjes kijken, leuke plaatjes. Teksten lezen wordt steeds minder interessant. Dan kun je in één beeld heel veel overbrengen, waar je anders heel veel tekst voor nodig hebt.

Denk je dat iedere lezer het kan begrijpen? 08:47 Nee dat denk ik zeker niet. Je maakt altijd werk voor een bepaalde doelgroep. Ik werk nu drie dagen in de week bij FD, dat is een hoogopgeleide doelgroep die het leuk vindt om een uitdaging aan te gaan. Dat is ook leuk als maker, dan kun je leuke ingewikkelde dingen maken. Maar als je bij de NOS werkt heb je een hele brede doelgroep, met onder andere laagopgeleide mensen die moeten begrijpen wat je maakt. Dan maak je een heel ander soort beeld. Er zijn natuurlijk mensen die helemaal niks begrijpen van grafieken, die neem je dan eigenlijk niet mee. Niet iedereen begrijpt het dus. Je moet echt werken voor een bepaalde doelgroep.

Hoe ga jij aan de slag met een visualisatie? 10:05 Het verschilt of er een redacteur is die een verhaal heeft geschreven of dat je het helemaal zelf moet doen. Dat doen we in de spread Features. In dat geval begin je met iets wat je je afvraagt. Dan ga je uitzoeken of daar data over te vinden is. Of dat er rapporten over geschreven zijn en je hebt altijd wel een expert voor nodig. Dan ga je op zoek naar informatie, research, datasets zoeken. Soms heb je een grote dataset en die moet je dan analyseren. Dan komt er een beeld naar boven. Tijdens de research krijg ik altijd ideeën hoe ik het visueel moet aanpakken, dan ga ik schetsen maken met de hand. Dan zie je meteen of iets werkt of niet. Als je het probeert te schetsen, ook al is het maar heel ruw, dan krijg je veel beter een idee van wat er mogelijk is. Soms zoek ik er iemand bij die de teksten wil schrijven als het langere teksten zijn.

Er gaat wel super veel tijd inzitten toch? 12:50 Ja. Ik zeg altijd dat het denkwerk de helft van de tijd is. De uitwerking valt wel mee.

Zijn er veel redacties die nog niets met visualisaties doen? In de journalistiek wordt het steeds meer. Journalistiek is ook een van de bedrijfstakken die al lange geschiedenis heeft in visualisaties gebruiken. Wetenschap en juridische kantoren zijn nu aan het ontdekken dat het ook toegevoegde waarde heeft.

Moet een journalist een design achtergrond hebben? 14:04 Dat verschilt per persoon. David McCandless geeft in zijn Ted Talks aan dat hij geen design achtergrond maar hij vindt dat wij allemaal al heel design zijn opgegroeid. Hij heeft nooit geleerd voor designer. Als je info klopt is het ook niet heel moeilijk meer om iets heel moois te maken.

Journalisten kunnen over een tijdje zelf infographics maken. 15:37 Dat denk ik niet. Omdat het een vak apart is om echt goede visualisaties te maken. Daar moet je tijd in steken, je kunt het er niet even bij doen. Er komen steeds meer tools waarmee journalisten simpele grafiekjes mee kunnen maken. Maar zelfs daar komen zaken bij kijken. Ik denk dat als je infographic maker wil worden hoef je geen design achtergrond te hebben. Infographic makers zijn wel echt nodig. We hebben hier op de redactie ook een tooltje waarmee journalisten zelf een grafiekje kunnen maken. Maar er gebeuren soms dingen waarvan wij denken dat is toch logisch. Maar daar komt zo iemand dan niet op. Omdat die zich er te weinig mee bezig heeft gehouden. Bijvoorbeeld een taartgrafiek, waar twintig taartstukken inzitten. Dan is het totaal onoverzichtelijk geworden. Ze maken een staafgrafiekje waarbij elk staafje een andere kleur heeft. Dan weet je niet meer waar je naar moet kijken. Dingen die wij als infographic maker vanzelf doen, die zijn voor mensen die zich er niet zo mee bezig hebben gehouden niet zo vanzelfsprekend.

Zou de opleiding journalistiek ook mee moeten veranderen? 17:53 Zeker, ja. Een tijdje geleden is het allemaal afgeschaft. De vormgeving kant is een beetje afgeschaft. Het is een vak maar zou een afstudeerrichting moeten zijn. Het is zo zonde. Er is heel veel werk in en het heeft de toekomst. Ik snap het wel. De opleidingen willen weer terug naar de goede inhoudelijke journalistiek. Het laat een gapend gat achter.

Wat zou je als tips mee willen geven aan de opleiding journalistiek? De basics, taartgrafiekjes – maximaal vijf taartpuntjes - hoe je accenten legt in een grafiek, hoe je keuzes maakt tussen verschillende grafieken en ook gewoon basis statistiek dingen. Een relatie betekent nog geen oorzaak en gevolg. Als daar al een goede basis wordt gelegd – voor iedereen verplicht – dan krijgen journalisten er ook iets van mee. Dat zou al enorm schelen denk ik. Dan zou het een afstudeerrichting moeten zijn. En programmeren ook. HTML, CSS en Javascript. Ook data-analyse.

Welke technische mogelijkheden zijn er in de toekomst mogelijk? 21:27 Er wordt steeds meer mogelijk, ook aan de wetkant. Sinds kort is het bij moderne browsers ook mogelijk om niet alleen de rekenkracht van de browser te gebruiken maar ook van de processor van de computer van je lezer. Hierdoor kun je ingewikkeldere visualisaties maken. Waar je eerst bijvoorbeeld duizend datapunten kon gebruiken wordt het nu tienduizenden of honderdduizenden. Ik heb bijvoorbeeld ooit een visualisatie gezien, waarbij je real time kunt zien waar alle schepen zich bevonden. Dan zie je dus heel veel puntjes in je visualisatie. Maar ik denk ook dat de rekenkracht die een visualisatie nodig heeft nog niet per se wil zeggen dat het beter is. Uiteindelijk gaat het erom dat je je verhaal vertelt. Of je nou tienduizend datapuntjes ziet of duizend. Uiteindelijk gaat het erom dat het verhaal overkomt. Dat gaat niet veranderen in de toekomst. Het wordt misschien wel ingewikkelder, technischer en zwaarder. De basisprincipes van hoe vertel je een verhaal in beeld, dat blijft altijd hetzelfde.

Hoe komt het FD zo succesvol? Het FD is wel zo'n beetje het enige dagblad waar het goed mee gaat qua abonnee bestanden. Ik denk dat het ook wel komt omdat het een klein bedrijf is. Heel veel kranten zijn onderdelen van grote mediabedrijven. Dan is het heel moeilijk om wendbaar te zijn en mee te gaan met nieuwe ontwikkelingen. FD is een kleine krant en kan daarom sneller schakelen. Als er een goed idee is,

In hoeverre spelen visualisaties een rol in de toekomst van de journalistiek? Ik denk dat het alleen maar meer wordt. Ik weet dat er nu heel veel werk in is, en dat dat voorlopig niet minder wordt.

Wat zou een reden kunnen zijn van de vermindering van visualisaties in de toekomst? Ik denk wel dat het gaat veranderen om dat het steeds meer digitaal wordt. Waar we altijd hele grote print graphics maakten wordt het nu mobile first. Dat betekent dat je niet meer een hele mooie krantenpagina kunt maken maar dat je iets moet maken wat op dat kleine schermje werkt. Dat kan voor sommige media zorgen dat ze geen visualisaties meer gaan gebruiken. Maar ik denk uiteindelijk dat het niet minder gaat worden omdat je ook voor de kleine schermen goed in beeld een verhaal kan vertellen. Je gaat niet hele lange verhalen lezen op je mobiel. Je wil toch heel graag visueel en interactief de informatie tot je nemen. In de verre toekomst krijg je VR en augmented reality waarbij je weer heel erg bezig bent met visuele informatie. Dan is het misschien gedeeltelijk infographics, datavisualisaties maar ook 3D-beelden en werelden waarin je interactie kunt hebben. Maar goed, dan hebben we het over de verdere toekomst. Al is het niet heel ver in de toekomst want de New York Times heeft al een app waar je augmented reality in kunt doen. Dan kun je een schaatser in je kamer zetten en eromheen lopen met je mobiel. Dus misschien gaat het wel veranderen, maar het blijft. We zijn gewoon visuele wezens. Er blijft altijd visuele journalistiek bestaan.

Bijlage 10.8 Interview Marijke van den Berg (Windesheim, Projectleider Nieuw Onderwijsconcept)

Bij jullie opleiding journalistiek is het ook vooral in het derde jaar, klopt dat? Dat je aan de slag gaat met verhalende journalistiek met creatieve technieken? Of is dat iets anders? Eerste en tweede jaar doen we er heel weinig aan. Het wordt wel genoemd en ze moeten ook weleens in een verhaal een klein visuele voorstelling maken. Een simpele tabel of wat dan ook. Dan gaan ze op stage en komen ze terug en hebben wij het vak M5 verhalende onderzoeksjournalistiek. Daar besteden we er veel meer aandacht aan. Daar krijgen ze er ook oefeningen in en moeten ze een deel van hun onderzoek in een verhaal visueel laten zien. De uitkomst valt mij vaak tegen. Het is vaak niet meer dan een mooiere tabel of een mooiere vormgegeven kaart. Het is in die zin op dit moment nog erg in de kinderschoenen. We zijn op het moment bezig met het ontwikkelen van een kleine aanvullende minor van 5 EC. Die heet ook datavisualisatie. Het blijft in dat M5-vak en met andere mate in de andere jaren een keuzevak. Dat komt ook omdat we merken dat onze studenten het interessant vinden dat het kan. We laten ze in M5 veel voorbeelden zien maar we merken dat er minder interesse is om er daadwerkelijk mee aan de slag te gaan. Experimentjes daar gelaten. Echt erin verdiepen en vastbijten, dat zijn maar een paar studenten. Vandaar dat we hebben gezegd, in M5 moet het nog wat beter maar voor de mensen die er wat meer mee willen doen we het als keuzevak. Vooral omdat ons uitgangspunt een beetje is dat de journalist die iets wil visualiseren op een redactie een vormgever heeft. De journalist levert de gegevens en dan gaat de ander, geen journalist ermee aan de slag. Dat zie je ook bij de grote kranten. Dat daar iemand voor op de redactie is, in de praktijk zijn dat nog wel gescheiden werelden. Behalve de basis dan he, dat moet iedere journalist kunnen. Daarin hebben wij dus een af scheiding gemaakt, dat moet iedereen weten. De rest maakt je bijna een designer, wat goed is voor dat selecte groepje.

Eerste jaar krijg je vooral veel te zien, dit is er mogelijk. Wat heeft het NRC ermee gedaan. Wat is effectief en wat niet. Wanneer is het er gewoon bijgeplakt omdat overal een tabel bij staat en wanneer is het echt nuttig. Het eerste jaar moet je vooral inschatten dat ze het leren zien. Daarna gaan ze er pas weer mee doen.

Hoe is het bij jullie ingedeeld. Zijn datavisualisatie, Tech en visualiseren vrije vakken? Wanneer worden ze aangeboden? Onderzoeks journalistieke vaardigheden. Dat is opgesplitst in echte onderzoeksjournalistiek, datajournalistiek en datavisualisaties.

Word er in het eerste jaar al iets met visualiseren gedaan? Dat kan ook zijn het leren van adobe programma's zoals photoshop. Er is aandacht voor in het eerste jaar. Wat wij op de opleiding altijd met dit soort suggesties hebben, er wordt altijd gezegd dit moet in het eerste jaar. Maar er moet al zoveel in jaar een. Wij worstelen er al genoeg mee om de studenten te leren wat nieuws is. Hoe kom je erachter en hoe maak je er een verhaal van. Dat klinkt heel simpel, maar ons programma zit helemaal vol met de standaard dingen. Ze weten van niks en ze weten niet eens wat een journalist is. Om dan dat eerste jaar weer helemaal vol te zetten. Wij hebben juist ons eerste jaar een beetje uitgekleeft, omdat wij merkte dat we zoveel wilden met al die nieuwe vernieuwingen dat onze studenten erin verzopen. Het gewone wie wat waar verhaal lukte daardoor niet eens. Ze konden nog niet eens een goed nieuwsbericht schrijven omdat ze video etc. moesten doen. Ga maar eens even terug naar de basis, wat is journalistiek. Je moet eerst een goed verhaal hebben om die te kunnen vertellen. Hoe dan ook. Gegevens,

data vinden om te vinden zegt nog niet zoveel. En dan kun je het gaan visualiseren. We worstelen al genoeg met de basis om een goed verhaal te maken.

Een geïnterviewde van mij studeerde een hele tijd geleden af aan de opleiding journalistiek. Destijds was er alleen een Indesign toets in het eerste jaar. Dat was alles. Hij vond dat erg jammer en leerde het zichzelf aan. Denk je dat daar nu al iets in is veranderd? Bij onze krijgen ze een korte cursus en toets over Indesign. Dan maken ze hun eigen magazine. In jaar twee. Sommige gaan wel verder en dan zie ik dat ze in een volgend vak een mooie grafische website maken of wederom een magazine. Het inspireert wel. Studenten vinden het toch allemaal wel leuk om er even mee te prutsen. Sommige mensen hebben gewoon geen gevoel voor beeld, die kunnen niet kijken. Technisch snappen ze het wel maar ze zien het niet. Over cameramannen... 13:23. Het leren zien is een wezenlijk onderdeel.

Een geïnterviewde stelde voor om samenwerkingsverbanden tussen journalist, developer en vormgever te creëren. Ook al op de opleiding journalistiek. Wat vind jij daarvan? Helemaal mee eens. We hebben wel plannen voor een verdere samenwerking met cpap, een creatieve opleiding. Daar zijn we bezig in het mediahuis. Voor nu zijn we wel heel erg bezig met mijn minor media Innovation. Daar werken onze studenten samen met allerlei andere opleidingen. Communicatie, economie. Daar krijg ik allerlei studenten en die werken dan in kleinere team samen. Ik ben het helemaal met Thomas eens. Die combinatie vormgever, designer is op dit moment heel lastig omdat Windesheim die niet aanbiedt. Samenwerkingsverbanden met andere opleidingen zijn heel moeilijk. Onderwijs is een heel bureaucratisch systeem. Zit je weer met betalingen. Via kies op maat krijg ik gelukkige studenten van andere scholen en daar ben ik erg voor. Het is zo leuk om te zien als mijn studenten journalistiek met een bedrijfskundige moeten samenwerken. Iedereen heeft zo'n andere insteek bij dingen. Dat samenwerken moet je echt leren.

Zie jij visualiseren als een keuzevak of als een must? De basis is een must, weten wat er kan en als je met een verhaal bezig bent dat je ook over de vorm nadenkt. De echte technische uitvoering, het maken van visualisaties vind ik een keuzevak. Elke student moet met zijn mobiel fatsoenlijk een uitzend baar videotje maken. Wil je echt een goede cameraman worden, moet je het als keuzevak doen.

Denk jij dat de journalist een belangrijke rol kan verrichten met visualisaties? Heeft een journalist een voordeel ten opzichte van een andere sector? Wij worden toch getraind in het nadenken over ik heb informatie en feiten en hoe vertel ik dit nou. Wat ik ook zie in heel veel functies worden journalisten gevraagd. Ook meer in de communicatie, marketing en commerciële banen. Die bezig zijn met het vertellen van een verhaal. In de meer communicatieve dingen. Zelfs bij gemeenten zie je dat veel. Dat verhaal vertellen is een hele belangrijke eigenschap. Daar train je heel erg mee.

Vind jij vormgeving belangrijk voor een journalist? Ja en dan neem ik vormgeving heel breed. Bedoel ik niet alleen de opmaak, maar ook hoe je het vertelt. Als je een tekst schrijft hoe je het schrijft. Is heel belangrijk. Inhoud zonder dat je je verhaal goed verteld wordt niet gelezen.

Hoe zie jij de toekomst van de journalistiek voor je? Ik denk dat wij ons niet al te veel moeten vastbinden op de nieuwste rage. Maar ook vooral een student moeten leren kijk goed om je heen. Wat is er. Heb je basis skills als journalist gewoon op orde, sta open, wees flexibel en stel alles ter discussie. Wat we vaak zien is dat op stage het lijkt alsof het 'zo hoort in de journalistiek'. Na die stage moeten we dan duidelijk maken dat dat ook een maniertje is dat op die redactie misschien al tien of twintig jaar wordt gebruikt. Bevraag altijd alles. Waarom doen jullie zo, kan dit ook anders. IK denk dat dit een basishouding is. Een soort leergierigheid, nieuwsgierigheid en kan het dan anders. Dan sta je ook open voor visualisaties. Dan ben je met een verhaal bezig en denk je hoe kan ik dit beter en anders vertellen. Dan ga je op onderzoek uit hoe dan. Wij leren ze Indesign maar misschien is er over vijf jaar iets anders leidend. Open voor staan en oppikken. Ik denk dat dat belangrijker is dan dat wij ze een soort snuffe of gadget leren.

Ik denk wel dat een specialisatie ook heel belangrijk gaat worden. We zitten middenin een onderwijsvernieuwing en we gaan veel meer aandacht besteden aan. De uitstroomprofielen zijn helemaal weg. Iedere student studeert af op hun eigen profiel, die je zelf samenstelt. Daar hoort ook specialisatie in, onderscheid je in iets. Wees goed in iets. De leeruitkomst staat wel vast met competenties maar daarbinnen kunnen ze zich veel meer onderscheiden. Een tijd terug was het afstuderen met radio, tv of tekst. Dat is er niet meer. In de afgelopen jaren zien we nog wel studenten die op een documentaire of magazine afstuderen. Dat willen we eigenlijk nog breder zien. We willen daarin zien dat er combinaties worden gemaakt. Betrek er een website bij, alles kan, alle scheidslijnen zijn wat dat betreft weg. Er zijn altijd kaders maar de precieze invulling is veel vrijer. We hebben ook studenten die dadelijk niet precies weten of ze audio of geschreven zijn, ze zijn gewoon een journalist met een specialisatie. Inhoudelijk of technisch.

Bijlage 10.9 Douwe Schaaf (Docent Journalistiek Ede)

Wat doet Ede anno 2019 aan visuele storytelling?

Een van onze leerlijnen heet media en creatie. Ons onderwijs is zo ingericht dat je in elk blok, zeker in de eerste paar jaar, een combinatie van kennis garen en een grote opdracht die dicht bij de praktijk ligt. Dus de media en creatie lijn van journalistiek bestaat bij ons best wel uit een breed scala van vormgeving, audio visuele journalistiek. En er zijn nog wat tussenvormen als infographics of het maken van een website.

Wat zit er in elk blok?

Jaar 1 blok 1 maken studenten een krant in redacties en leren ze qua visualisatie onderwijs de basis van vormgeving van print media. Dan werken ze met indesign en photoshop. Je leert om gaan met de programma's en ze krijgen inhoudelijk college met beeldtaal. Dat passen ze praktisch toe, van hoe kan ik dan een beeld bewerken? Zoals zichzelf in een nieuwsfoto fotoshoppen. Dat is jaar één, blok één niveau. Daarmee leren ze om te gaan met programma's. Blok 1 richt zich vooral op beeldtaal en werken met programma's. Ze leren ook schrijven. Blok 2 is bij ons audio visuele journalistiek.

Basis met schrijven?

De creatieve kant bij onze opleiding, wij hebben een combinatie van communicatie en journalistiek. Misschien juist door die combinatie is dat best goed ingewikkeld. We hebben relatief veel mensen die dus met media bezig zijn. We hebben ook veel ruimte die dat faciliteren. We hebben een medialab. We zijn qua schaal altijd iets kleiner geweest dan de meeste opleidingen dus we hebben op een gang radio, televisie en lokaal met Apple computers voor vormgeving. Een heel stuk van de gang is bij ons het medialab. Daar zit een brainstorm ruimte en een werkplek ruimte in. En we hebben nog een streetlab. Dat is een ruimte waar je niet met je digitale apparatuur mag komen. Maar wel lekker met papier, knutselen allemaal manieren om met je handen bezig te zijn. Een fotohoek doen we wel.

Hoe werkt specialiseren bij jullie?

We hebben nog twee klassieke specialisaties: print en audiovisueel. En daarbinnen zijn er ook veel crossovers. We hebben gekozen om het crossmediale deel, het ideale dat je als AV-journalist ook veel moet schrijven en nog moet vormgeven, dat hebben we een beetje als een lijn eronder gelegd. Bij ons de specialisatie audiovisuele journalistiek; in jaar drie doen ze een formaat ontwikkeling. Dan maken ze eigenlijk een audioformat of een televisieformat voor een opdrachtgever. Die maken dan een podcastserie met een merk. Dus dat houdt niet op bij de podcast, daar hoort een stuk vormgeving bij. Daar komen veel visuele skills bij. En veel concreter in onze schrijvende journalistieke specialisatie maken studenten in het tweede jaar een tijdschrift. Dat bedenken ze van de grond af aan, die moeten ze ook helemaal zelf vormgeven en een druk laten maken.

Uitgangspunt journalist schrijft iets en geeft hij het aan een vormgeving.

Onze visie is ook wel dat je dat later echt niet allemaal zelf gaat doen. Het is een beetje tweeledig, als je op een redactie terecht komt zal je het waarschijnlijk niet zelf doen. Daar is een opgeleide vormgever voor. Wij vinden het wel belangrijk dat je de taal snapt en dat je de mogelijkheden kent. Dat je weet wat voor beslissingen daar allemaal in zitten. Dat je een gevoel krijgt hoeveel tijd het kost en welke vragen erbij komen. Wij vinden het belangrijk dat die studenten die vragen kunnen beantwoorden en kunnen zien. Beroepstest, het kan handig zijn als je zzz'er bent en dan zijn het echt handige skills om te hebben. Je kunt dan breder dingen. De mogelijkheid om te zeggen journalisten zijn journalisten, en we willen vormgevers inbrengen we hebben hier geen rijkheid in de opleiding om die samenwerking waar te maken. We hebben geen CMD bij onze hogeschool. Sinds kort hebben we wel ICT, dus daar beginnen wel lijntjes te ontstaan. Bij ons worden er ook weleens apps bedacht en het is lastig om dat dan te realiseren. En we hebben het ROC naast ons zitten en daar hebben we in het verleden wel samenwerkingsprojecten mee geprobeerd maar dat is eigenlijk nooit echt gelukt om dat van de grond te krijgen. Ik geloof er wel heel erg in, je hoort in het werkveld natuurlijk dat er steeds meer samengewerkt wordt met verschillende disciplines. Dat het echt wel anders is als een stel journalisten een tijdschrift maakt. Dan heb je toch echt wel een ander gesprek dan dat je een clubje journalisten en een clubje vormgevers bij elkaar zet. Als het bij ons zou kunnen zou dat te gek zijn.

Vijf w's en h?

Wij geloven heel erg in die integratie, dus het is heel vervelend als je kijkt naar de kranten van honderd jaar geleden zonder beeld en op elkaar gepropt op een pagina. Vorm en inhoud hebben zoveel met elkaar te maken. Je kunt prachtige inhoud hebben met de beste quotes maar je moet het in de vorm weten te gieten die mensen prettig vinden om te consumeren. Anders kom je helemaal nergens. Je kan dat eigenlijk niet los van elkaar zien. Wij hebben goede faciliteiten om dat te faciliteren en ik vind het ook echt bij je vak te horen als journalist. Bij ons moeten studenten voortdurend nadenken over wat uit dit verhaal ga ik op welke manieren visualiseren. Zoals in blok 1, dan doen we een aantal dingen met fotografie. Studenten krijgen alle media bij ons media, ze doen zowel audio als

schrijven als visueel als online. Dat brengen we dan ook wel weer bij elkaar. Zij leren bij tv lessen ook over het kaderen, dat zie je ook terug met fotografie. Op die manier is dat best wel verweven. En de media creatie lijn heeft in elk blok een plek in die praktijkopdracht. Wat zien wij dat studenten moeten leren vanuit het vak en dan stellen we ons elk blok de vraag; oké, welk stukje in de mediaproductie en creatie past hierbij en welk stukje willen we studenten daarin laten oefenen. Bij ons zit het helemaal geïntegreerd. Ik kan me eerlijk gezegd ook bijna niet voorstellen dat je niet als opleiding niet doet. Ik ben ook wel oprecht benieuwd hoe dat voor studenten is.

Basis

Ik ken die gedachte van 'eerst de basis en daarna creatief worden'. Die hoor ik ook weleens bij wat oudere docenten. Ik denk niet dat ik daarin geloof eigenlijk. Ik geloof wel dat er een basis is maar het voelt dan voor mij als een soort laboratorium. De gedachte zit er achter dat je de basis alleen kunt leren als je precies dat doet. Dus een soort hyperfocus op alleen dat stukje van de praktijk. Ongetwijfeld kun je het op die manier goed leren. Als je in een blok alleen maar met tekst oefent en aan niks anders hoeft te denken, ongetwijfeld krijg je dan sneller goede teksten. Wij worstelen ook nog wel eens met de taal van studenten, terwijl we daar veel tijd aan besteden. Ik geloof dat je het prima complexer kunt maken en dat je dat ook wel leerzaam is. Het gaat heel erg over de basis waarop je je onderwijs bouwt. Bij ons is het uitgangspunt dat de praktijk voorop staat. De praktijk is niet zo geïsoleerd dat je alleen maar aan het schrijven bent. Er zullen vast redacties zijn waar je alleen maar berichtjes tikt maar we hebben een opleiding voor een groter praktijkbeeld. Je gaat een krant maken dus dan ga je in het gehele krantproces zitten. Dan moet je ook snappen dat er een vormgeving kant aan zit en dat die ook terugpraat. Dus ik kan me het heel moeilijk voorstellen dat dat op die manier echt werkt en dat het heel motiverend is. Vinden studenten het nou echt leuk om alleen maar te schrijven. Er ligt altijd

Taal bij studenten: 23:10

'We doen een goed communicatieadvies en dan moet het nog eventjes langs de vormgever en dan is het klaar.' Dat zijn echt botsende visies. Dat interdisciplinerende werken is niet alleen maar vanuit een organisatie perspectief, maar dat komt ook echt vanuit inhoudelijke redenen. Vorm en inhoud moeten elkaar versterken anders haal je niet het bereik, haal je niet de impact die je graag zou willen hebben.

Vakken

Infographics zijn er alweer een beetje uit gevallen. Die tijd is meer geïntegreerd in het tijdschrift maken. Maar we hebben geen losse lessen infographics meer. Dat doen we te weinig naar mijn zin. Je hebt heel veel technieken en dat levert veel dilemma's op. Er komen veel nieuwe technieken op, zoals VR, AR, video animatie. Als opleiding is het wel lastig kiezen waar je echt onderwijs in wilt geven. Dat vereist echt nieuwe expertises. Dat is echt een dilemma van welke technologie en welke nieuwe format ga ik investeren. Dus bijvoorbeeld voor video animatie doen wij niks. We stimuleren het heel erg maar bieden er geen lessen in aan.

Bij infographics zat het risico eraan dat het teveel losse opdrachten werden, die niet helemaal aansloten op de rest van een grotere opdracht. Als een student het wil kunnen we het wel behandelen. Recent is er een student afgestudeerd op theater journalistiek en een ander op de rol van portrettekeningen in de krant. 29:10.

Wij stellen ons de vraag, als er rondom storytelling en kunst nieuwe vormen ontstaan, hoe kunnen we dan in bestaande opdrachten de kaders oprekken om studenten de ruimte te geven om dat soort vormen uit te proberen. Dan worden de studenten onze experts.

Bijlage 10.10 Interview Rosanne van Schriek (Techdesk en instructeur nieuwe vormen opleiding Journalistiek in Tilburg)

Functie: Het grootste gedeelte is het Tech desk. En af en toe kom ik bij bepaalde vakken langs om uit te leggen wat visuals zijn en dat gaat eigenlijk door alle jaren heen. In Onderzoeksredactie in het tweede jaar. In het derde jaar bij Tech en bij experimentele vormen. En AV-online. Dan kom ik langs.

Het heet niet meer visuals. We hebben het nu experimentele vormen genoemd omdat we vinden dat visueel veel breder is. Daarom past dit wat beter. Jongen heeft een cartoon gemaakt over boef. Tech is nog een apart vak.

Waarom denk je dat visuele storytelling belangrijk is?

Omdat ik denk en dat is een aanname, dat plaatjes mensen meer aanspreken. Dat het makkelijker is om dingen uit te leggen. Bij tekst moet je de tekst vaak een paar keer helemaal lezen voordat je begrijpt wat er staat. Bij een plaatje wordt dat soms gewoon wat makkelijker. Ik denk dat het in die zin echt wel belangrijk is dat wij studenten hier laten zien wat het doet.

Ik heb vorige week bij de eerstejaars, die hadden een ervaringsweek waarin ze van alle soorten journalistiek iets mee kregen. Toen heb ik ze als voorbeeld de visuals van NOS op 3 laten zien. Die ze op insta zetten. Omdat ik dat

een heel goed voorbeeld vind van: a. hoe kun je heel snel en makkelijk informatie over brengen en ik heb ze laten zien dat ze dat ook zelf kunnen.

Ze zijn toen aan de slag gegaan met wat tools. Dat waren twintig studenten. Ze konden zich inschrijven maar je ziet wel dat de meeste geen idee hebben waar ze zich voor inschrijven. Wat er hier op school veel gebeurt is dat ze op de nieuwsredactie zitten en dat ze opdracht en krijgen. Schrijf zoveel artikelen voor de nieuwsredactie in die week. De keer daarna moeten ze video's maken. Bij die artikelen moeten ze vaak een tool maken. Wat heel vaak gebeurt is dat studenten bij de Tech desk staan en zeggen 'ik moet een visual maken. Want ze zien het als een dingetje erbij. Maar de studenten die in de eerste week vrijwel blanco ineens met visuals in aanraking kwamen die vonden het eigenlijk allemaal heel leuk om te doen. Maar als ze hier komen hebben ze eigenlijk nog geen idee. Ze konden zelf geen visual opnoemen en als ik ze NOS op 3 laat zien dan blijkt dat ze die dingen iedere dag zien.

Linken aan Mulder. De basis moet in het eerste jaar verplicht zijn. Vind jij dat ook?

Ik ben wel van mening dat je eerst een bepaalde basiskennis nodig hebt. Het is heel leuk om eraan te beginnen maar om de visual te maken heb je uiteindelijk ook de kennis nodig of de goede informatie te selecteren en een opbouw te verzinnen. Ik weet niet of je die aan de hand van visuals zou moeten leren. Ik denk dat het goed is dat studenten als ze een tekst maken zich beseffen dat sommige dingen misschien op een andere manier makkelijker verteld kunnen worden. Bijvoorbeeld wanneer ze cijfers hebben dat ze misschien al in het eerste jaar wel aanleren dat het anders moet. Ik zou dit anders moeten doen. Het is niet handig. Die manier van denken zouden wij ze aan moeten leren. Iets wat ze ook moeten leren is verwerken. Daarin past dit natuurlijk perfect. Omdat jij besluit om informatie te verwerken in tekst maar volgens snapt niemand er iets van. Dan had je de keuze moeten maken om het op een andere manier te brengen. Dat zou dan een visual kunnen of moeten zijn. In die zin denk ik dat daar in het eerste jaar zo'n plaats zou moeten krijgen.

Maar dat is dus hetzelfde als denken over de vorm video?

Misschien is het makkelijker gezegd dan gedaan maar ik denk dat het ook beetje is wat je zelf eruit haalt. In de zin van dat ik ook wel blij ben dat ik in het eerste jaar alles een keer heb gedaan. Visuals zaten daar niet in en misschien omdat je die basis echt goed moet leren. Is in het tweede jaar met die visuals beginnen misschien wel vroeg genoeg. Maar ik denk wel dat het goed is om eerstejaars ervan bewust te maken dat het ook op een andere manier kan. En ik denk dat daar al een basis is gelegd bij die twintig studenten. De bedoeling was ook dat ze bij hun eigen groepje terugkwamen en daar over hebben.

Dat vind ik een hele goede stap. Maar ik vind video toch gelijk aan visual.

Ja en ik denk ook dat het steeds belangrijker wordt om. Die manier van communiceren die verandert toch. Het is niet meer tekst in een krant met een foto erbij.

Er is kennelijk veel vraag naar visuele journalisten.

Dat is de vraag, wil je een opgeleide journalist die ook visuals kan maken of je wil je iemand die heel goed visuals kan maken en toevallig ook wat kennis heeft van de journalistiek. Ik ben wel nieuwsgierig naar de mensen die visuals maken. Of die dan ook echt de journalistieke achtergrond hebben gehad en wat die ervoor hebben gedaan om die visuals te maken. Ik denk dat die combinatie goed is. Maar dat we de studenten hier dan bewust moeten maken van de andere stappen die ze nog kunnen doen. Meisjes die redactiewerkster hadden gestuurd wisten alles van visuals. Het leeft dus bij die opleiding. En terecht, want ik kan me eigenlijk geen medium meer bedenken dat geen gebruik maakt van visuals.

Iedereen kan het.

Dat is echt wel iets wat ik de studenten hier probeer mee te geven. Namelijk dat het echt niet moeilijk is. Ga met een tool aan de slag, ze werken allemaal hetzelfde. In no-time kun je iets maken wat mooi en past en goed werkt. En natuurlijk, moeten we niet zeggen dat het heel makkelijk is, want echt goede visuals daar heb je echt wel tijd voor nodig. En je moet er echt goed over nadenken. Maar letterlijk de tools die zijn er. Het wordt praktisch gezien voor je gedaan. Maar je moet als journalist heel goed weten welke informatie je er wel in doet en welke niet.

Dat is voor journalisten misschien wel weer een voordeel.

Zou het misschien een ding zijn om journalisten samen te laten werken met vormgevers.

Uitleg over uitspraken Mulder en Van Gameren over samenwerking/

Ik denk dat dat heel belangrijk is want de reden waarom ik het nu nog steeds interessant vind om hiermee bezig te zijn is omdat ik ook na het derde jaar erachter kwam dat ik het interessant vond om verhalen op een hele andere manier te vertellen. Stage bij submariene channel. Daar gebeurde niets anders. Oke er is een idee en wat hebben we daarvoor nodig. Om refuser public als voorbeeld te nemen. Daar hebben we een developer, een tekenaar, een

journalist en een filmmaker en een fotograaf. Omdat je in bepaalde overleggen kwam hoorde je ook vormgevingskeuzes, hoorde je keuzes die developers moesten maken. Je moet als journalist misschien ook helemaal niet willen om zo goed te visualiseren. Die mensen hebben niet voor niets zo'n opleiding gevolgd om developer te worden. Ik vraag me af of je als journalist of je dat wel moet willen en of je dat niet over moet laten aan de mensen die dat kunne. En dan samenwerken. Het is wel handig als je een visual kan maken van hoe je het ongeveer in gedachten hebt. En hoe je dat kan geven aan iemand. Dit is wat ik ongeveer wil, kan jij daar nu echt een visual maken.

Is al een verschil met een journalist die niets zelf maakt.

Ik denk dat dat ook niet handig is. Als jij een journalistieke visual wilt maken moet daar ook een journalistieke blik op zijn gevallen en ik denk dat juist het samenwerken ervoor zorgt dat je een goede visual krijgt. Ik denk dat het bij Submarine werkte omdat iedereen zijn eigen ding deed maar ze luisterde wel naar elkaar. Het werd samen gemaakt. Er werd samen gekeken naar de info die we hadden en hoe we die het beste konden vertellen.

Hoe zou je journalisten daarop kunnen voorbereiden in de opleiding?

Ik weet dat bij het project O&i, studneten samenwerken met studenten van ICT. Ik denk dat dat al een goed begin is. Maar dan zou je nieuwe projecten moeten maken of ontwikkelen.

Ik zat ook weleens aan nieuwsredactie te denken:

Daar leer je inderdaad ook al heel veel van. Ik denk dat je het zou moeten toepassen. Bijvoorbeeld bij een nieuwsredactie. Volgens mij is dat nu verdeeld in tekst met tool, audio, video. Als je daar bijvoorbeeld sport visual bij zou doen. Twee vormgeving studenten en twee developer studenten. Je leert sowieso van samenwerken met andere disciplines. Bij Submarine zaten ook mensen die animaties maakte en dat waren gewoon kinderseries. Daar was helemaal niks journalistieks aan. Want die tak heeft Submarine ook. Dat zorgt er uiteindelijk wel voor dat ik die mensen weleens spreek en dat ik ze zou kunnen benaderen voor tips etc. Alleen al die connecties helpt al enorm.

Ik heb ook weleens een student gesproken en die zei ja dat moet ik doen als ik als journalist wordt opgeleid. Want de student werkte ook bij een van de grotere nieuwsmedia en die zei bij ons gaat het zo, ik verzin iets en ik maak de content en vervolgens zorgt de vormgever ervoor dat het er komt. Ik denk niet dat dat de juiste instelling is. Ik denk niet dat we dat studenten heir mee moeten geven. Want als je zelf kan visualiseren dan werk je samen. In plaats van ik heb mijn deel gedaan ,dit is jouw deel succes ermee.

Dan heb je ook weer dat je nadenkt over het doel van het verhaal:

En uiteindelijk visualiseer je delen van jouw verhaal. Eigenlijk zou het moeten zijn als jij een alinea schrijft met heel veel cijfers, waarvan je zelf al niet meer snapt wat je aan het maken bent. Dan zou je het al niet meer moeten schrijven. Er zou dan een automatisch lampje moeten branden van hier hoort een grafiek of cirkeldiagram bij.

Ik denk dat studenten dat wel moeten kunnen en bedenken. Dat niet iemand anders later moet zeggen, goh had je hier geen visual bij kunnen doen.

Hoe denk jij over adobe programma's:

Een goede vraag omdat ik het prachtige programma's vind maar ik vind het heel jammer voor studenten dat het zo duur is. Ik ben wel van mening dat je dat soort programma's die je zelf moet doen. Die moet je oefenen en leren. En dat kan niet met één of twee of drie of vier lessen. Daar moet je thuis mee verder gaan. Je moet daar fouten in maken. Ik vind wel dat we het hier op school moeten kunnen uitleggen. Dat wij hier op school de kennis moeten hebben om dat uit te leggen maar uiteindelijk moet je dat zelf doen. En dan ken je ze , en dan ga je freelancen en dan moet je dat bedrag ophoesten. Dat is jammer.

Moet je dit verplicht maken:

Ik heb hier audio geleerd terwijl ik eigenlijk al wist, ik ga hier toch niks mee doen. Ik denk dat het ook niet zo moet zijn dat studneten indesign en illustrator moeten leren terwijl ze denken ik ga hier toch niets mee doen. Dus in die zin vind ik wel dat dat in experimentele vormen moet zitten. Maar daar zit het ook al in. Dat is bijvoorbeeld handig als je zelf animatiefilmpjes gaat maken. Ik vind wel dat het dan bij een vak hoort waar studenten voor kiezen omdat ze er iets mee willen. En dat het niet zo iets is dat je audio moet doen terwijl je eigenlijk weet dat je visuals wil maken.

In de tweede nog geen visuals nu.

Nee in de tweede zou qua visuals is dat inderdaad niet zo. Ik denk wel dat je in het tweede jaar audio en video moet krijgen. Wanneer jij dadelijk op een redactie zit gaan ze er vanuit dat je dat een beetje kan. Hoe goed je ook

kan schrijven, je moet ook wel een beetje kennis hebben van hoe dat beeld werkt. Maar goed dat is met visuals misschien ook zo. Ik denk dat schrijven de onderliggende lijn is van alle vormen.

Denk jij dat wij in een visuele wereld leven?

Ja, ik denk dat omdat we ooit begonnen met tekst en alleen maar krant. Er kwam geluid bij, toen kwam er beeld, toen kwamen we erachter dat beeld wel iets wat veel indruk kan maken. Bijvoorbeeld beeld van oorlogsgebieden. Wat je nu ziet is dat mensen op insta geen tekst meer willen zien. Ik hoef geen Instagram post met alleen tekst, dat ga ik niet lezen. Sterker nog, als ik iets op insta bekijk wat nieuws aangaat ik heb eigenlijk geen idee wat er in het onderschrift staat. En in die zin denk ik dat als mensen iets in beeld kunnen krijgen dat hun voorkeur daar dan naar uit gaat. Zeker omdat we steeds minder lang kunnen concentreren op een groot stuk tekst. Het begint al met dat je een axela of een siri of een google vraagt of die je even kan vertellen wat het weer is. Of zou je me even voor kunnen elzen wat er op pagina 2 in de Volkskrant staat. We luisteren podcasts, blendle laat tegenwoordig artikelen in spreken. In die zin wordt het alleen maar visueler.

Bijlage 10.11 Interview Frédéric Ruys (information design & data visualisatie)

U bent information designer en datajournalist. Kunt u misschien eens omschrijven wat u allemaal doet?

Ik probeer de informatie te verbeelden. Daarbij is voor mij het verhaal altijd leidend. Het wordt wel een redactioneel journalistiek verhaal. Het plaatje staat niet op zichzelf. Het is een deel van het geheel. Daarbij is de balans tussen tekst en beeld heel belangrijk. Voor mij is de informatie, dat kunnen harde cijfers zijn maar dat kunnen ook zachte factoren zijn als een omschrijving van een gebeurtenis. In alle gevallen probeer ik het te voorzien van adaptaties, wel uitgelegd krijgt wat je ziet en wat er gebeurd is. Ik ben zelfstandig, mensen benaderen mij. Dat kunnen nieuwsorganisaties zijn maar dat kunnen ook onderzoeksbureaus of inspectiediensten zijn. Eigenlijk iedereen die informatie heeft en dat toegankelijk wil maken. Een deel is journalistiek en een deel is niet journalistiek. Tenminste, dan is het geen onderdeel van een publicatie maar bijvoorbeeld een onderzoeksrapport. Maar ik zie het altijd als redactioneel werk. Dat heeft ook wel te maken met de aard van de opdracht en de opdrachtgever. Ik ben ook weleens benaderd door marketing en communicatie en dat soort opdrachten hou ik vaak af omdat dat veel minder interessant is. Het is heel marketing gedreven. De opdrachten die ik het liefst doe, daarbij laten we ons leiden door de informatie en dat proberen we te verduidelijken. Tervijl als het heel marketing gedreven is, staat de boodschap al vast en gaat het meer om een sfeer om de informatie te creëren. Daar heb ik nooit zo'n zin in. Het leuke van het vak is dat visualiseren van informatie overal kan. Het is niet alleen iets van de journalistiek. Er zijn heel veel bedrijven bezig zijn om informatie stromen te verbeelden. Dat heet dan business intelligence. Bedrijven hebben heel veel data en die proberen dat dan voor henzelf of voor hun stakeholders inzichtelijk te maken. Die zijn al blij als ze een heel dashboard hebben met grafieken. Voor mij is dat niet zo interessant.

Was jij al werkzaam in dit vakgebied toen visual storytelling net opkwam in de journalistiek? Hoe ging dat in zijn werk?

Het AD was heel erg vroeg. Dat was echt een van de eerste. In de jaren 80 toen kwamen die infographics ook in nieuwsbladen. Informatievisualisatie is eigenlijk iets wat al heel lang bestaat alleen dat het echt in populaire, redactioneel kranten verscheen is echt iets van de jaren 80. Bij de komst van de desktop kwam die techniek ook op de redactievloer en dat is echt jaren 90 geweest. Maar het AD was destijds het grootst en leidend, dat kon ook niet anders met zo'n grote redactie.

In de jaren 80 verscheen een nieuwe krant in Amerika, de USA Today. Dat was echt een nieuwe krant met een voorpagina in kleur en elke dag een fotografie linksonder. Ze hadden ook een grote kleurrijke weerpagina. En het gegeven dat die krant in no time razend populair werd heeft wel gezorgd dat dat soort visualisaties en in kleur groter in de aandacht kwamen. En vervolgens stond de hoofdredacteur van het AD er open voor. Thijs Under en Annet van den Berg, die hebben dat echt doorgezet om dat op te richten. Uiteindelijk heb je een aantal ingrediënten nodig om dat kenbaar te maken en ze deden het ontzettend goed. En in die tijd, wat nu nauwelijks voor te stellen is, wij hebben toen echt moeten vechten voor een ruimte op een pagina. Je had toen heel veel geletterden en tekstschrijvers en hun woorden waren leidend. Aan het begin moest je gewoon echt overtuigen dat een plaatje veel duidelijker kan zijn dan tekst.

Wanneer heb jij besloten om information designer te worden?

Ik heb de school voor de journalistiek gedaan in Utrecht en je had daar toen de differentiatie redactionele vormgeving. Dat vond ik eigenlijk heel erg leuk. Je moest teksten redigeren en vervolgens kijken hoe je die het beste kon publiceren. Welke visuele hulpmiddelen zou je eraan toe kunnen voegen om het te verduidelijken. Vanuit daaruit ben ik toen stage gaan lopen bij het Algemeen Dagblad en dat was dan vormgeving, gewoon de lay-out. Dat was erg leuk. De AD was toen heel erg beroemd vanwege hun infographic redactie. Dat heb ik toen geleerd en dat was een hele grote afdeling. Toen ik daar wegging was het een team van ongeveer 18 man. Die konden echt leuke dingen doen. 1996 daar stage lopen.

Toen ik daar net begon heette het de studio en dat werd meer gezien als een technische redactie. Dus ook dienstbaar aan de redactie. Als de redactie iets nodig had wat niet in het straatje van een gewoon artikel paste, dan werd er bij de studio aangeklopt en de studio die deed net iets meer dan alleen de foto's. Alles wat geen tekst was en geen foto, dat werd gedaan door de studio. Dus dat betekent ook de weerkaarten, de puzzels, de strips. Van daaruit is het gaan groeien. Rond 2000 heb ik gezegd dat ik hier echt meer serieuze dingen mee wilde doen maar dan moesten ze het wel infographic redactie gaan noemen. En meer aansturen op onderwerpen. Niet wachten tot iemand aanklopt maar zelf onderwerpen initiëren. Dat kon op een gegeven moment ook omdat het zo'n grote afdeling was geworden. Dan kun je ook volledig meedraaien. Dus dan draai je de werkwijze om van dienstbaar naar de redactie naar het bijna leidend onderwerp aanbrengen en aankaarten en op de agenda zetten. Natuurlijk blijft het ook wel onderwerpen ondersteunen maar je bent wel een volwaardige journalistieke redactie. Die ook onderzoek pleegt. In 2000 was er in Volendam een gruwelijke café brand. Toen waren er zeven verslaggevers die artikelen moesten schrijven ter plaatse. Wij waren tegelijkertijd vanuit de redactie in Rotterdam aan het kijken wat er precies gebeurt. We waren bezig met het reconstrueren van de brand en van binnenuit waar was de brand ontstaan. Maar het was heel moeilijk om die schrijvende redacteuren antwoord te laten geven op onze vragen. Uit welk raam zijn de mensen gevlucht en hoe kan het dat er aan de voorkant drie verdiepingen zijn en de achterkant maar twee. Vanaf toen werden we heel serieus genomen. Toen de redacteuren na een dag en nacht lang terugkwamen, gingen ze hun verhaal checken bij onze visualisatie. Terwijl dat zij ter plekke waren geweest. Juist doordat wij de informatie verzamelde en dit in een beeld zette, werd de kracht van het beeld duidelijk bij schrijvende redacteuren. Zeven mensen ter plekke die allemaal artikelen heeft geschreven, bleek dat de helft gewoon niet nodig was. Een plaatje maakt al veel meer duidelijk welk drama zich had voltrokken. Dat vind ik ook leuk aan dat proces, je kunt heel veel informatie kwijt en je brengt veel kennis samen in zo'n tekening.

Waarom visualisaties gebruiken?

Wat ik mooi vind; je kijkt letterlijk met een andere blik naar het nieuws. Niet meteen een betere blik maar het is gewoon een andere blik. Je verslaat het nieuws via foto, via video, via bronnenonderzoek maar je kan ook het nieuws verslaan via visuele reconstructies. Simpelweg omdat je een ander standpunt in kunt nemen. Het standpunt van vogelperspectief of vanbinnen, alleen al vanwege het simpele feit dat je vanuit een ander perspectief naar het nieuws kijkt. Dat maakt het al heel waardevol. Op het moment dat je dat niet meer doet, wil niet zeggen dat het nieuws slechter is. Maar daardoor verdwijnt een soort kritische blik naar jezelf als journalist. Heb ik wel vanuit alle punten bekeken. Een simpel voorbeeld is een onderzoeksredacteur bezig over seizoenwerkloosheid in een bepaalde sector. Die schrijft daar een verhaal bij, vervolgens gaan wij aan de slag en kijken we of wij getallen kunnen vinden die dat onderschrijven. Dan zagen we in het artikel een aantal cijfers, maar van een paar jaar ontbreken de cijfers. Dan kun jij al geen grafiek meer maken. Dan blijkt het verhaal dus heel anders dan dat de journalist in zijn verhaal met zijn bronnen heeft geschreven. Dan kun je kijken, waar ligt het aan. Ligt het aan datasets of gaat de journalist uit van vooronderstellingen. Of is er een bron die een eigen agenda voert en hoopt daarmee het nieuws te kunnen halen. Dat vind ik gewoon belangrijk voor de journalistiek. Het opent weer nieuwe perspectieven en dat helpt je het nieuws te duiden. Door simpelweg te zeggen het is niet nodig, sluit je toch wel een bepaalde visie uit. Dat is zorgwekkend.

Hebben visualisaties valkuilen?

Een vaak genoemde valkuil is dat je kunt manipuleren met beeld. Dat is absoluut waar je kunt liegen met grafieken. Maar je kunt ook liegen met een lap tekst. Wat vooral vergeten is dat dat veel moeite kost om onwaarheden uit een tekst te halen dan in een visualisatie. Als je in een visualisatie gaat zitten knoeien, valt het veel beter op. Het voorbeeld van de grafiek, als je een paar jaartallen mist – niemand zal er in de tekst achter komen. Maar in een grafiek zou het meteen duidelijk zijn of als je met de X en y-as gaat knoeien. Of als je een onwaarheid vertelt, hoe ziet iemand eruit in welke auto reed hij rond. Als je iets niet weet en je gaat wat tekenen, dan valt het altijd wel iemand op. Op het moment dat je iets gaat visualiseren is het veel transparanter. Het heeft nadelen maarja dat heeft tekst ook. Het is een andere vertelvorm maar dat maakt het niet slechter of beter. Wat je ook niet moet zeggen is dat we voortaan al het nieuws in plaatjes gaan gieten. Dat is ook niet de oplossing, het gaat om de combinatie. Niet blind staren op een vertelvorm, of het een animatie, video of betoog is. Ik denk dat je bij elk verhaal de beste manier moet vinden om dat onder de aandacht te brengen.

Hoe gaat de productie van een visual bij jou in zijn werk? Eerst vorm of eerst tekst?

Heel chaotisch. Ik probeer dat natuurlijk wel gestructureerd aan te pakken en het verschilt per opdrachtgever. Het verschilt hoe vroeg je in een stadium begint, soms begin je aan het begin van een onderzoeksfase, soms zijn er al veel bronnen benaderd en dan is het het maken van een selectie. Maar in de meeste gevallen laat ik me informeren, dan ga ik schetsen en denken wat heb ik nodig om die schets tot stand te brengen. Is het data, zijn het 3D modellen of is het een stuk beeld dat ik moet bewerken. Van daaruit maak ik schetsen en composities en dat koppel ik steeds terug naar de inhoudsdeskundige. Soms heb je deskundigen die het versimpelen niet begrijpen en denken dat het te ingewikkeld wordt. Ik denk dan als je er allebei moeite insteekt moet het in principe haalbaar zijn. Dat is ook leuk, als je al die deskundige aan tafel hebt en al die aanwijzingen van hoe je iets duidelijker kunt brengen. Volgens is al de informatie compleet, dan heb je je verhaal en kun je die gaan uitwerken. Maar dat proces is vrij iteratief, je probeert dingen uit en je kijkt of het werkt of niet. Soms doe je dingen expres fout om er zeker van te zijn datje daar

een reactie op krijgt. Je wilt natuurlijk dat een plaatje zo informatief mogelijk is. Als je dat ter goedkeuring ergens neerlegt bij een deskundige. Als ik wil uitleggen hoe een windmolen functioneert, als ik dat heel schetsmatig illustreer dan zal de inhoudsdeskundige zeggen ja zo werkt het wel ongeveer. Maar las ik zeg dat het veel meer uitgelegd moet worden, dus ik ga tekstjes neerzetten en ik weet dan niet of het klopt wat daarin staat. Pas als er dingen instaan die niet kloppen gaan ze reageren. Ik probeer reacties uit te lokken. Geen vage illustratie maar wel echt compleet. Ik werk ook nooit met dummy tekst. Ik wil dat dit daar komt te staan en niet langer dan zoveel woorden.

Hoe moet het eruit zien?

Het ligt heel erg aan het doel van je visualisatie. Is het een onderdeel van een presentatie, of een animatie, of een onderdeel van een onderzoeksproject. Sommige opdrachten gaat het juist om het zoeken naar het verhaal. Dan begin je met een zo compleet mogelijke visualisatie. Daarna ga je strippen en weggoien. Ten alle gevallen ben ik van mening dat een visual toegankelijk moet zijn en in de eerste drie seconden duidelijk moet zijn waar het over gaat. Als een visual daar niet aan voldoet, of omdat je eerst de tekst moet lezen of omdat je de legenda moet ontcijferen, dan heb je gefaald. Dat is wat je bijvoorbeeld ziet zijn van die hele rijke data visualisaties van stippen en lijnen. Dus op basis van big data zijn dat gegeneerde patronen en die zien er echt prachtig organisch uit. Maar omdat je in de eerste drie tellen niet kunt zien of het gaat over patiënten of over het autopark of over de energietransitie. Dus je moet altijd zoeken naar manieren om de sfeer en het onderwerp snel tot de aandacht kunt brengen. Daar zijn een aantal middelen voor. Dat kan kleur zijn, typografie, de titel of een deel wat je erbij zoekt. Dat vind ik zelf heel erg belangrijk, het moet gewoon super helder zijn.

Doelgroep

Veel collega's zeggen, ik maak een visualisatie voor een specifieke doelgroep dus het is niet erg als mensen er niet aan beginnen. Dat vind ik ook fout. Tegenwoordig wordt elk plaatje op een bepaalde manier gedeeld en als je doelgroepen uitsluit omdat het niet voor hen bedoeld is, dan denk ik laat die persoon dat zelf bepalen. Dat moet jij niet gaan doen door jargon of ingewikkelde woorden te gaan gebruiken. Dat het complexe materie is, dan mag een gebruiker na vijf minuten lezen altijd nog afhaken. Maar de boodschap moet in eerste instantie voor iedereen duidelijk zijn.

Toen ik naar het FD ging in 2007, was ik zelf helemaal niet financieel geletterd. Het werd gelezen door bankmedewerkers, verzekeraars, daar heb ik allemaal geen verstand van. Dan kom je erachter dat het juist in een specialistische omgeving toegankelijk moet blijven. Die verzekeraar die weet alles van zijn materie maar van de banken sector weet hij helemaal niets. Dus ook daar geldt dat je niet helder genoeg kunt zijn met het verduidelijken van informatie. Het is altijd makkelijker om om de hete brij heen te draaien, zo compact en toegankelijk mogelijk te verbeelden. Een visualisatie brengt gelaagdheid in, dat iemand na een minuut zegt nu wordt het wel erg ingewikkeld ik haak af. Dat gebeurt altijd, daar is niks mis mee. Maar je moet niet met een drempel beginnen, je moet zo laag mogelijk inzetten en net zoals met alles zo lang mogelijk die lezer aan je binden. Ik word altijd heel opstandig als mensen jargon of moeilijke woorden gaan gebruiken, dan denk ik voor wie doe je dat dan. Het is veel makkelijker om een analyse te schrijven van honderd pagina's dan een samenvatting van dertig regels. Die dertig regels kun je pas gaan schrijven als je daar echt goed in zit. Daar kom je ook achter dat heel veel redacteuren na kunnen schrijven wat iemand zegt en dan weten ze vaak ook niet wat dat precies betekende. Ik geloof ook echt dat ongeacht het onderwerp, het echt de kunst is om open te staan voor het verhelderen daarvan. Gezien de complexe gebeurtenissen en onderwerpen. Ik heb een keer mee gewerkt aan een animatie, bedoeld voor de politiek, de omgevingsvisie. Een heel saai politiek document en daar hebben we toen een VR-animatie van gemaakt. De insteek was om het zo helder mogelijk te maken. We hadden een hele goede voice-over. De VR gingen we testen in het provinciehuis en politici, raadsleden en omwonenden vonden het leuk. Maar ook kinderen, wilden de korte animatie te ervaren. Toen dacht ik laten we een voice-over maken voor kinderen. Blijkbaar vinden ze het ook leuk en interessant, laten we kijken of we het nog verder kunnen verduidelijken. De voice-over hebben we toen herschreven en ik begreep later dat een en dezelfde voice-over wordt gebruikt. Voor kinderen, maar ook politici en ingenieurs. Het is echt een jeugdjournaal effect. Als je het aan kinderen kunt uitleggen. Dat is ook mijn insteek. Dat wil niet zeggen dat kinderen overal in geïnteresseerd zijn maar je moet in iedergeval bij elk onderwerp niet met een drempel beginnen.

Test je je visualisaties?

Ik heb weleens een doelgroep analyse met Eye tracking gedaan. Maar dat is heel uniek. Die visualisaties die ik maak, daar kijken veel verschillende mensen naar. Daar krijg ik al veel feedback op. Als je aan tafel zit, en er is één iemand die twijfels heeft of het niet begrijpt dan is het dus gewoon nog niet goed. Zo simpel is dat. Het is gewoon met gezond verstand. Als er iets is wat niet goed genoeg is, gewoon opnieuw beginnen. Dat is niet erg, daar leer je gewoon van. Ik heb zoveel troep gemaakt, waarvan ik dacht dit gaat niet werken. Bijvoorbeeld metaforen, geldstromen vergelijken met waterstromen. Dat klinkt hartstikke leuk, ziet er best aardig uit. Vervolgens ga je er meer gelaagdheid in brengen en dan blijkt geld helemaal niet hetzelfde te zijn als water. En zo zijn er ook wel meer nadelen. Mensen denken dat het over rivieren gaat maar dan gaat het over het financieel systeem. Dus dan weet

je ook dat je dat soort wegen niet meer in moet slaan. Het klinkt heel leuk maar het komt tot niks. Van die dingen waarvan je weet, dit gaat werken of dit gaat niet werken.

Hoe vind je dat de opleiding journalistiek inspeelt op visuals storytelling?

In mijn tijd hobbelde het onderwijs ook al achter de feiten aan. En zeker in een sector waar de technologie niet bij te benen is. Voor zoverre ik kan inschatten, mijn opleiding liep eigenlijk al achter en nu nog steeds zo. Maar ondertussen is er wel ontzettend veel veranderd. Ik gaf toevallig gister een hoor college aan studenten bedrijfskunde en die hebben ook gewoon een onderdeel waarin ze een visualisatie moeten maken van hun economische analyse. Als je het mij twintigjaar geleden had gevraagd had ik gezegd er moet echt een aparte opleiding komen voor informatie visualisatie. Nu zie ik dat het doordringt wordt in alle sectoren. Net zoals wij allemaal goed moeten kunnen schrijven, moet het ook zijn dat we die drempel overwinnen om in beeld te schrijven en te beelden. Een journalist is in principe een geboren verhalen verteller. Die probeert de boodschap zo evenwichtig mogelijk te brengen. Daarom vind ik de journalistieke opdracht ook altijd het leukste om te doen. Je wil kennis overbrengen en mensen proberen om zich ergens in te verdiepen, je trekt alles uit de kast om dat te bereiken. Dat kan een stijlmiddel zijn, of schrijven of een sfeer die je oproept door middel van kleuren. Als journalist sta je zo open mogelijk en bedenk je wat het beste zou zijn om dat voor elkaar te krijgen. Soms wordt er heel erg nagedacht in tools en oplossingen. Als je een animator vraagt vertel een verhaal, komt er een animatie uit en hetzelfde bij een tekenaar. Als het bij de journalist gebeurt, gaat de journalist de tools of de specialist zelf opzoeken die zijn verhaal het beste kan vertellen.

Heb je enig idee hoe visuals in de toekomst gebruikt gaan worden in de journalistiek? Welke technische mogelijkheden zijn er?

Ik geloof zelf heel erg in lineaire vertelling. Met de komst van het internet en de mogelijkheden van interactiviteit zijn er ineens heel veel media overgestapt op een interactieve infographic. Vaak hele uitgebreide dashboards waar je op kon klikken en alle informatie die er was op een prachtige manier omsloten werd. Maar dat waren zulke ingewikkelde complexe tools geworden die vanuit een onderzoek oogpunt harstikke interessant en waardevol kunnen zijn. Maar vanuit een vertelling verschrikkelijk. Je geeft de regie van de vertelling uit handen aan de gebruiker en de gebruiker moet ergens opklikken. Een hele boom aan mogelijkheden. Ik vind zelf een lineaire vertelling het meest natuurlijke. Wat er waarschijnlijk aan gaat veranderen is dat je waarschijnlijk ondergedompeld wordt in de gebeurtenis. Alles wat tegenwoordig immersive heet, of 360 graden, of dat je voortbeweegt in een ruimte of dat je voorwerpen kunt projecteren in je eigen omgeving zodat dat meer gevoel en context geeft.

Bij de bosbranden in Californië had de New York times allemaal foto's gemaakt van objecten zoals speeltuintoestellen die door het vuur verzwolgen waren. Dan kon je zo'n kinderspeelglijbaan projecteren op je eigen stoep. Dat is best wel confronterend in je eigen omgeving. Dat soort trucjes kunnen heel goed werken. Maar het wil ook niet zeggen dat je altijd alleen nog op deze manier moet werken. Ik denk dat het alleen maar indrukwekkender en interessanter wordt. Als je kijkt naar de filmpjes die op Instagram en YouTube verschijnen, heb je ook alleen maar een talkinghead. Dat is heel erg low cost, low profile.

Blijft tekst bestaan? Dat tekst gedreven is bij ons mensen ingeramd omdat de laatste tweeduizend jaar het onderwijs werd gegeven door geletterden. Dat waren geleerden die konden lezen en schrijven maar daar ook heel erg goed in waren. Die konden boeken letterlijk verslinden. Het hele onderwijs is tweeduizend jaar lang vanuit boeken gebeurd. Terwijl we allemaal bij onze eerste kleuterklasjes getekend hebben. We moesten op een gegeven moment letters gaan maken en netjes gaan schrijven. Om toch dat geletterde erin te rammen. Ik denk zeker met de ontwikkeling van audio, podcasts en via het gesproken woord je devices aansluiten, onze luiheid en het feit dat we meerdere dingen tegelijkertijd kunnen doen, denk ik dat het lezen... Ik was daar misschien nooit zo somber in maar op een gegeven moment gaan we dat echt veel minder doen. Ik werk nu weleens met deskundige en ambtenaars die zelf ook zeggen wij lezen niet meer. Hebben we geen tijd voor en is veel te veel. Waarom zouden we ook zoveel moeten zijn als er ook manieren zijn waarop informatie overgebracht kan worden en net zo effectief is. Wil niet zeggen dat het makkelijker is om zulke boodschappen te maken, het kost meer tijd, meer energie, meer tools, meer techniek. Hoe kranten er twintig jaar geleden uit zagen, zie je nu al niet meer. Ik denk dat kranten veel minder worden. We zitten in een transitie moment. We zitten allemaal nieuws te consumeren via die vreselijke smartphone. Wat snel en compact is. Op het moment dat we toch een soort overzicht zoeken, als we dat kunnen bewerkstelligen dat op een grote oppervlakte kan projecteren of verbinden. Dus niet meer zo'n klein schermje maar op een magazine of een krantenformaat je nieuws zien. Dan gaat het fantastisch.

Blijft de rol van de journalist hetzelfde of zal deze meer de design kant op moeten gaan?

Journalist moet radio interviews afnemen, loopt met camera rond, doet zelf de editing, monteert zijn geluid. Dat was twintigjaar geleden ondenkbaar. Nu zijn de tools er. Dat geldt ook voor het creatief denken in visuele oplossingen. Het onderwijs wordt natuurlijk ook steeds beeldender. Scholieren maken nu visuele samenvattingen in plaats van ellenlange spiekbriefjes. En mindmaps etc., meer structuur geven aan informatie. He wordt eigenlijk een logisch onderdeel van het hele proces. Ik denk dat het nu al gebeurt, zonder dat we daar echt erg in hebben. Nu wordt ook duidelijk dat die dikke rapporten niet meer gelezen worden, ze worden meer als naslagwerk gemaakt. Iedereen gaat voor de visuele samenvatting van een rapport. Ik denk dat het meer als een soort tool wordt toegevoegd aan

wat die moet kunnen. Maar niet alleen een journalist. Ook in andere sectoren zie je dat het verbeelden van informatie veel vanzelf sprekender wordt.

Bijlage 10.12 Interview Hans Spoelman (Ex hoofdredacteur Financiële Dagblad)

Aanvullend interview 14-10

Merk jij dat de wereld visueler wordt?

Daar kan ik niet met nee op antwoorden. Ja het wordt aan alle kanten visueler en ja daarbij is ook de vraag hoe dat binnen de journalistiek op een goede manier mee omgaan en hoe wij dat kunnen toepassen. Wat je bijvoorbeeld bij het FD heel erg ziet. Iedereen roept dat video booming is, dat zei je ook heel erg maar dat zie je bijvoorbeeld ook heel erg in media en entertainment en in sport. AD is daar bijvoorbeeld heel erg mee bezig, dan zie je dat dat enorme publiekstrekkingen zijn. Dat zijn net niet de gebieden waar het FD op uitblinkt en waarbij het dus lastig is om ene eigen beleid te gaan voeren. Dus ja, het wordt aan alle kanten visueler en ja het is ook een uitdaging voor de journalistiek om daar op de juiste manier mee om te gaan.

Wat betekent dat in de praktijk voor de journalist? (Denk hierbij aan het gebruik van nieuwe vormen, het aannemen van nieuwe redacteuren en het verminderen van tekst etc. etc.) Moet iedere nieuwsmidia aan visuals beginnen?

Wat het in de praktijk in ieder geval betekent, vind ik in ieder geval. Dan beschrijf ik een journalist even als schrijvend journalist, je hebt natuurlijk ook visuele journalisten. Maar ik vind dat het voor een schrijvend journalist betekent dat je je bewust moet zijn van de impact van beeld en dat je er in ieder geval over na moet denken hoe je dat op een goede manier gaat organiseren. Dat kan op verschillende manieren zijn. Kan betekenen dat je zelf dingen doet, kan ook betekenen dat je dingen laat doen. Ik vind zeker als het over bepaalde specialisatie gaat, dat je als schrijvend journalist ook niet alle gebieden even goed kunt bedienen. Beeldredactie is gewoon een specialisme. Dus je moet je afvragen wat je daar zelf in gaat doen en wat je erin uitbesteed. Het begint er in ieder geval mee met het organiseren. Mensen vanuit een beeldredactie zijn soms ook juist heel gefocust op graphics terwijl je in sommige gevallen juist meer voor video of audio moet kiezen. Het is best heel lastig om een goede keuze te maken voor wat voor soort uitwerking je kiest. Dat betekent dat ik er vaak voor pleit dat een visuele journalist zo vroeg mogelijk in een stadium meekijkt met een schrijvend journalist. Wat je nog steeds in heel veel gevallen ziet.... Iemand heeft een idee etc. Vormgever mag er dan nog iets moois van maken. Dan krijg je een plaatje bij een praatje. Terwijl als een journalist tijdens het schrijven nadenkt over het beeld, dat je iets veel beters gaat maken.

Cursus?

Enigszins richtlijnen meegeven wat je wel en niet kunt downloaden. Wel vaak geld gerelateerd. Allerlei verschillende beeldcontracten die op redacties zijn afgesloten. Redacteuren hier zijn getraind op wat ze wel en niet mogen doen. Daarnaast hebben we ze geprobeerd te trainen op het beeld kwaliteit aspect. Dat je niet direct het eerste fotootje pakt dat je vindt. Dat is in de praktijk lastig. Schrijvende journalisten zijn daar toch vaak niet op gefocust. Ook jongere journalisten niet. Bij jongere journalisten merk je dat het hele veld soms veel is om te bevatten. Jawel zijn er wel cursussen. Op het moment dat iemand er dieper in wilt duiken of als we denken dat er extra begeleiding nodig is, dan kan dat ook gewoon. Heel vaak is het ook gewoon individueel, dat een beeldredacteur even bij iemand gaat zitten. Maar weet je, beeldredactie is ook een vak apart. Die laat je ook niet zomaar een artikel schrijven. Dat zijn vaak verschillende kwaliteiten die je moet hebben. Dat is vaak lastig. Daarom zeg ik altijd je hoeft het niet zelf te doen maar je moet je er wel bewust van zijn.

Volgens de vier panelleden zou de journalistiek op het punt kunnen komen van post-nieuws. Dan zou de journalistiek van zijn droge feitelijke rapportering afstappen en zich meer in emotionele verhalen gaan verdiepen. Ook worden visualisaties dan steeds belangrijker.

Of het direct in de emotionele verhalen zou zijn, weet ik niet. Beleving is natuurlijk wel de belangrijke. Wat ik wel zie is dat je in de dagblad journalistiek, of je dat nou in print of op een website presenteert. Dat het wel steeds belangrijker wordt om je van de massa te onderscheiden. Ik zeg altijd maar, als je iets produceert wat gelijk is aan nu.nl. Met alle respect voor de collega's daar. Maar dan heb je geen toegevoegde waarde, dat betekent dat je hetzelfde stukje maakt als je gratis kan lezen op nu.nl. Dan lever je geen toegevoegde waarde die mensen laat betalen voor de journalistiek. Dus ik weet niet of het puur alleen in emotie zit maar het zit wel in het leveren van een artikel die je ergens anders niet gratis krijgt. Op het moment dat je dat maakt en dat mensen bereid zijn om daar voor te betalen. Ik denk dat dat steeds belangrijker wordt. Dat is in ieder geval het gene wat we bij het FD proberen om juist die artikelen te schrijven die je ergens anders niet vindt. Dat is ook het gene waar je je geld mee verdient.

Derakshshan spreekt over het einde van nieuws, maar zeker niet het einde van de journalistiek. Moeten we van droge feitelijke rapportering overstappen naar emotionele verhalen? Einde van nieuws?

Nee, ik denk dat er nog een enorme toekomst is voor de journalistiek. Ik denk dat het vertellen van verhalen, dat is an sich duizenden jaren oud. Ik denk dat dat nog heel lang gaat bestaan en dat mensen daar ook heel lang in

geïnteresseerd zouden blijven. Ik denk de manier waarop we dat publiceren, print, digitaal, via Instagram, snap of noem alle platformen maar op die de komende jaren ontwikkelt gaan worden. Verschijningsvorm zal nog steeds verder veranderen. En tegelijkertijd denk ik dat er een toekomst voor print is. Als ik zie hoe de kranten op zaterdag nog worden gelezen. Dan gaat het nog heel lang duren voordat dat verdwenen is.

Cijfers?

Ik kan cijfers citeren die ik ook weleens in presentaties gebruik. In 2006 toen ik bij het FD begon, had het fd ongeveer 52 duizend abonnees. Dat waren vooral printabonnees. Op dit moment is het FD op 94 duizend abonnees zit. Dus nog net niet verdubbeld maar het gaat die kant op. Die toename is bijna compleet digitaal. In het grote deel digitaal zit ook een printkenmerk, want wat je op dit moment ook heel erg ziet dat een erg populair abonnement de zaterdagkrant met de andere dagen digitaal dus website en e-paper. Je ziet daar een combinatie ontstaan waarbij mensen meer tijd hebben in het weekend en tijd nemen om de krant te lezen. De rest van de dagen maken ze gebruik van de e-paper. Het concept verandert enorm. Het FD heeft een jaar geleden een compleet ander concept voor de krant doorgevoerd. Ik denk dat je nadrukkelijk moet kijken wat voor jouw specifieke medium de behoefte is. Waar hebben jouw lezers behoeften aan. Daar moet je onderzoek naar doen en op basis daarvan kun je het concept aanpassen. FD ander ritme. Ik denk dat het in die zin heel slim is voor ieder medium om te kijken wat de beste verschijningsvorm is.

Uitgebreider interview

U was hoofddesign bij het Financieel dagblad, wat hield dat precies in? Ik ben nu freelancer, gespecialiseerd in visual storytelling en graphics. Eigenlijk als design consultant. Er zijn steeds meer bedrijven, zowel commercieel als profit die ook een verhaal te vertellen hebben en dat ook willen visualiseren. Vroeger lag het alleenrecht van publiceren eigenlijk bij mainstream media, tegenwoordig zijn er veel meer organisaties die ook een verhaal te vertellen hebben en dit ook gewoon goed vormgegeven willen zien. Er ligt een enorme markt die veel breder is dan de bestaande media. Bij het FD was ik verantwoordelijk voor het rijmen en zeilen van het complete design traject binnen het fd. Zowel online als offline. Met name de krant, ik was niet zo bezig met het magazine. Die functie was bij het FD inclusief infographics, designs, fotografie, het maken van de krant, het maken van de bijlage. Het fd is niet zo heel groot dus we hebben dat in een afdeling gecombineerd. Bij de Volkskrant is er een apart hoofdfoto of graphics en hoofd vormgeving, bij het FD was dat een persoon en stuurde ik dat dus allemaal aan. Zowel inhoudelijk als organisatorisch.

Deels dacht ik mee over hoe we infographics maakte. Als we met een groot project bezig waren, dus de verandering van een Berliner krant naar een tabloid krant. Dat was een vrij groot project waar ik zelf ook projectleider van was. Dat was een fase dat ik niet heel erg toekwam aan dagelijkse vergaderingen en het zorgen van het nieuws. Op dat moment is er iemand anders geweest die dat overnam. In oktober ben ik het wel weer gaan oppakken en concreet betekent dat je als hoofddesign "s ochtends aansluit bij de vergaderingen. Meekrijgt wat er zoal gebeurt en besluiten neemt over wat je wel en niet gaat visualiseren. Bepalen wat je oppakt.

U werkte 13 jaar bij het FD, dan heb je het ontstaan van visual storytelling ook zeker meegemaakt. Hoe ging dat in zijn werk bij het fd? Ik ben in 2006 bij het FD begonnen, toen het nog een grote grijze krant was. In 2007 zijn we begonnen met design, wat vooral echt over de design vraagstukken ging. Dat ging niet zozeer inhoudelijk over het concept van de krant maar wel echt over het design. Dat was het eerste moment waarop we gingen nadenken over manieren om visueel toegankelijker te presenteren. In de loop van de jaren hebben we dat stap voor stap uitgewerkt, zijn we veel meer met infographics gaan doen en zijn we ons binnen onze afdeling steeds meer gaan toeleggen op visual storytelling. Dat is in de loop der jaren stap voor stap verder gegroeid. Dat is een ontwikkeling, het is een strijd geweest in die afdelingen. Het moest een plek vinden binnen de schrijvende redactie. Je gaat dat nooit in een keer helemaal omdraaien, onze hele redactie gaat niet ineens visueel werken. Zo werkt dat niet in de praktijk. Dat is gewoon jaar na jaar, stap voor stap meer aandacht daaraan geven en laten zien wat er allemaal mogelijk is.

Hoe is het bedrijf tot dit besluit gekomen? Het is meegaan in de tijdsgeest, dat speelt absoluut een rol. De wereld wordt visueller, verhalen worden visueller. Mensen verwachten ook dat je verhalen toegankelijker presenteert. Dat hoeft niet altijd alleen maar in infographics of beeld te zijn. Dat kan ook betekenen dat je nadenkt over de vorm van de koppen, de opbouw van de pagina. Er zijn een hele boel onderdelen van visual storytelling. Visual storytelling is wat mij betreft niet alleen maar een goede foto of een goede infographic. Dat is eigenlijk het brede pakket van hoe je een lezer bereikt. Een lezer bereik je nog steeds heel ouderwets eigenlijk door middel van een krantenpagina maar ook via apps en de desktopsite. In principe geldt voor elk platform een ander uitgangspunt. Daar zou je in ieder geval over na moeten denken omdat ieder platform zijn eigen mores heeft. Bepaalde foto's die op desktop het heel goed doen, kunnen in de app absoluut niet werken. Dat is stap voor stap wel belangrijk, ik moet daar wel bij zeggen dat zeker voor de lezer van het FD. De inhoud an sich altijd voorop staat. Betrouwbare goede informatie dat is het gene wat het FD onderscheidt van andere media. Ik kan het nog zo mooi vormgeven, ik kan er nog zo'n mooi plaatje bijvoegen maar als het verhaal niet goed is, niet betrouwbaar en niet uniek genoeg heeft

het voor de FD-lezer minder waarde. Het is dus altijd een combi van ontzettend goede verhalen zo toegankelijk mogelijk presenteren.

Uit mijn gesprekken met andere journalisten blijkt dat het Financieel dagblad het verrassend goed blijft doen. Waardoor komt dit denkt u? Uitgekiende marketingstrategie. Ik denk dat we de afgelopen paar jaar heel goed nagedacht hebben over alle zaken die met marketing en ingaging te maken hebben. Ik denk dat we daar heel veel stappen in hebben gemaakt. Ik denk ook dat het concept van het FD, dat is enerzijds die specifieke doelgroep – hoe je daarvoor schrijft. We zeggen wel eens voor de grap dat wanneer wij hetzelfde stukje tekst schrijven als wat nu.nl schrijft, doen we het niet goed. We moeten meer toegevoegde waarde bieden en ik denk dat FD over het algemeen heel veel toegevoegde waarde biedt. Het zijn de verhalen waar we ons mee onderscheiden, dat is het verdienmodel. Daar komt ook nog bij kijken dat we al in 2011 zijn begonnen met de paywall. Je ziet dat op dit moment het AD en de Telegraaf heel veel experimenteren met de premium en extra artikelen. Wij zijn dat experiment acht jaar geleden al ingegaan en hebben al die jaren heel veel geleerd over die betaalmuur en hoe we daar mee om moeten gaan. Dus, door dat al heel lang te doen heeft dat ons al heel veel opgeleverd. En wat voor ons op dit moment heel veel meespeelt is dat de manier van onze journalistiek – bijna ouderwetse manier van journalistiek bedrijven – is heel betrouwbaar schrijven volgens de feiten, niet schreeuwerig en zo objectief mogelijk. En wat je toch ziet in de huidige media dat dat principe toch wel onder druk staat. Dat is iets waar wij ons heel bewust van zijn, wij proberen echt heel objectief te schrijven. Het ouderwetse ‘een bron is geen bron’ wordt bijna nergens anders gehanteerd, bij ons wel. We publiceren niets als we maar een bron hebben gesproken over specifieke nieuwswaarden. Ik denk dat wij ons daar steeds meer onderscheiden. Probeer maar eens onderscheidend te zijn tussen al die nieuwsmedia. Bijvoorbeeld op je mobiel, wat klik je aan? Welke app ga ik gebruiken. Er is zo ontzettend veel keuze, daar abonneer je heel specifiek op, die ligt dan in principe elke ochtend bij je op de mat. Is toch een soort push medium. Dat is heel anders dan online waar je heel veel pull media hebt waarmee je zelf moeite moet doen om ergens naartoe te gaan. Ik heb denk ik twintig nieuwsapps op mijn telefoon staan. Wanneer maak ik de keuze om naar de ene te gaan. Dan staat ook nog WhatsApp open, komt er nog een mailtje binnen. Strategieën daarbij behorend zijn veel ingewikkelder.

Denkt u dat de specifieke doelgroep voordelig is? Ja dat scheelt, het is zelfs deel van het succes van het FD. We zijn de afgelopen paar jaren enorm gegroeid in abonnementenaantallen, vooral met digitaal. Dat is echt niet alleen maar het succes van betere storytelling of betere infographics. Dat is vooral ook een succesverhaal van een goed concept. Goede verhalen in een specifieke doelgroep. Ik denk dat de specifieke economische doelgroep, waar wij voor schrijven, die ook bereid zijn om te betalen voor nieuws, dat dat een unieke doelgroep is die wij goed bedienen. Dat maakt het voor ons makkelijker dan mainstream en algemene media. Als je geen specifieke doelgroep hebt is dat veel moeilijker. Dan moet je aan de onderkant zitten, ga je hem zo maken dat het voor iedereen te begrijpen is. Dat is op zich fijn maar soms wil je wel inhoudelijk wel meer vertellen. Wij hebben daar bij het FD ook wel mee te maken. Als je een graphic op de voorpagina plaatst, moet deze voor iedereen begrijpelijk zijn want in principe leest iedereen de voorpagina. Maar niet iedereen leest de beurspagina, zo'n beurssectie is wat gespecialiseerder. Daarom hoeft een graphic op de beurspagina niet voor iedereen begrijpelijk te zijn. Maar het moet wel begrijpelijk zijn voor die lezer die gespecialiseerd is en geïnteresseerd in dit soort nieuws. Dus daar kun je al wel een differentiatie in maken.

Waarom visualisaties gebruiken? De lezer vindt het interessant. Want goede visual storytelling kan een lezer helpen om het verhaal beter te begrijpen, daar beter doorheen te gaan, tijd te besparen en kan het toegankelijker maken. Dat kan er ook voor zorgen dat verhalen sneller gelezen worden. Wat ik net zei, van goed betrouwbaar nieuws, de tijd dat we dachten dat alleen een goede kop boven een verhaal van 1000 woorden voldoende zou zijn om een lezer te triggeren is natuurlijk allang voorbij. Dus, goede verhalen zijn belangrijk maar zijn niet meer voldoende aan sich. Je hebt middelen nodig om een verhaal toegankelijk te maken. Visual storytelling is daar een heel belangrijk onderdeel in.

Je helpt je lezer om:

- A. Beter keuzes te maken, van wat je wel gaat lezen en wat niet.
- B. Je biedt meer informatie op een andere manier.
- C. Zeker bij infographics denk ik dat een goede infographic je heel erg helpt om specifieke onderwerpen beter te begrijpen.

Wat zijn de valkuilen? Een visualisatie is niet de oplossing voor alles. Ik sprak laatst iemand die een rapport van 300 pagina's in een dubbelzijdig A4'tje wilde omzetten. Vooral mooi gevisualiseerd. Alles kan, maar in dat dubbelzijdig A4'tje kun je de highlights kwijt maar zeker niet alles. Dat betekent dat je ook keuzes moet maken over wat je wel vertelt en wat niet. Je moet heel bewust bedenken wat je weglaat. Daar gaan we alvast de fout mee in. Veel visualisaties zijn gemaakt om de mooie plaatjes. Ik roep dan altijd dat het mij niet gaat om het mooie plaatje maar om het goede plaatje. En als dat een fijn aantrekkelijk plaatje is, wat eigenlijk ook moet, en als dat er dan ook lekker uitziet is dat ook heel belangrijk. Een plaatje moet vooral kloppen, het moet goed zijn. En daarom zeker met infographics, er zijn veel te veel foute infographic in omloop. Daarbij wordt niet over de inhoud en het verhaal nagedacht, maar over het plaatje. Dat is het gevaar met visualisaties, het gaat te veel en te vaak om het nieuwe plaatje.

Hoe moeten ze worden gemaakt? Mooi is altijd fijn, ik denk dat een lezer niets tegen moois heeft. Ik denk ook dat tegenwoordig niemand een zwart witte visualisatie wil zien. Kleur mag dus maar je moet gewoon nadenken. Zeker bij inhoudelijke visualisaties, vind ik altijd dat je moet kunnen uitleggen waarom je iets doet. Dat is iets anders dan dat je een mooie afbeelding erbij voegt. Dat zie je met name online, 9 van de 10 bekijkt dat. Kijk naar nu.nl, kijk naar NOS.nl, elk verhaaltje heeft een plaatje en dat is eigenlijk al niet meer bedoeld om te informeren. Er moet gewoon een plaatje bij het verhaal en that's it. Er wordt een stockfoto gemaakt, de archieven van het ANP worden opengetrokken. Er is bijna geen verschil meer tussen al die verschillende plaatjes. Dan heeft het niet zo heel veel nut meer, behalve dat je online werkt en dat het er wel heel saai uitziet als je geen plaatje hebt. Als het gaat om een goede visualisatie begint het denk ik met het verhaal wat erachter zit. Waar gaat het over en wat wil je over hebben. Op basis daarvan ga je elementen toevoegen en ga je nadenken over je soort infographics. Ga ik een graphic maken, of een foto. Ik denk dat dat een verschil is met andere tijdschriften etc., het gaat ons altijd om de journalistiek, over het verhaal dat je wilt vertellen. Kleur kan dan heel nuttig zijn om binnen zo'n visualisatie dingen uit te leggen en om het aantrekkelijk te maken. Ik haak al snel af als ik ergens een zwartwit plaatje zie en ik denk dat dat bij veel mensen zo is. Op het moment dat ik een regenboog aan kleuren ga toevoegen kan het ook juist zijn dat mijn plaatje ontoegankelijk wordt. Dus kleur, absoluut. In veel gevallen noodzakelijk. Mooi an sich is niet genoeg. Een visualisatie moet goed zijn, het moet zijn doel dienen. Dat verschilt wel per medium, het zou bij het FD vast anders zijn dan voor het HVNL.

Welke keuzes worden gemaakt tijdens de productie? Dat is een hele lastige maar in heel veel gevallen komt dat er toch op neer dat je van tevoren een inschatting moet maken van de impact van een verhaal en aan de hand daarvan bepaal je ook hoeveel tijd je erin wilt steken. Soms is dat geen keuze en moet het snel af omdat het breaking news is en soms kun je wekenlang met een onderwerp bezig zijn. Daarin is toch altijd de afweging, zeker bij design waar veel tijd in technische uitwerking kan gaan zitten, vind ik het de moeite waard om veel tijd in dit onderwerp te steken. Er kunnen een paar redenen zijn waarom je dat doet. Je vindt het echt belangrijk nieuws, we willen hier visueel impact mee maken. Dan besteed je er mee tijd, geld en middelen aan. Je kunt ook zeggen ik vind het een heel interessant onderwerp maar de afweging van wat nu echt belangrijk is, doen we het nu even niet. We doen het simpel. En wat ook nog heeft meegespeeld, we proberen ons voortdurend te ontwikkelen en te vernieuwen. Nieuwe manieren van visualisaties ontdekken, dat betekent dat je ook vrij veel aan het experimenteren bent. Het kan soms dat je een onderwerp oppakt, dat journalistiek gezien niet het hoofditem van de dag is, maar waarvan je toch zegt dat je het een belangrijk onderwerp vindt. Nu kunnen we ermee experimenteren. Experimenteren met concrete dagelijkse onderwerpen dat zijn de beste experimenten. Je kunt gaan experimenteren met dummy of fake onderwerpen maar je kunt uiteindelijk toch het beste oefenen met de actualiteit. Nogmaals, dan kan het zijn dat je een afweging maakt waardoor je meer tijd aan het onderwerp besteedt dan dat het journalistiek inhoudelijk in eerste instantie waard zou zijn.

Hoe vind je dat de opleiding journalistiek inspeelt op visuals storytelling? In Utrecht merkte ik dat de designkant gericht werd op paginaontwerp. Volgens mij zijn ze daar zelfs volledig mee gestopt. Dat kan ik enigszins begrijpen aangezien paginaontwerp van kranten steeds minder wordt. Hier doen de eindredacteuren dat ook zelf. Op het eind wordt het wel nog bekeken door de vormgevers. Alleen die pagina's opmaken, daar zit geen toekomst meer in. Maar ik denk met name op online vormgeving ook journalistiek, zeker infographics dat daar een enorm gat valt. Ik ken geen goede opleiding die mensen opleidt tot infographic redacteur. Het is geminimaliseerd en in een minor kun je nog kiezen voor datavisualisatie. Dan ben je drie maanden bezig met een bepaalde richting. Maar het is echt een vak apart, de journalistieke basis heb je nodig – ook als infographic redacteur. Het gaat daarin altijd om het journalistieke denken en het verhaal dat je wilt vertellen. Er komt zoveel bij kijken en dat leer je niet even in drie maanden.

Het is best lastig en jammer dat studenten alleen dingen meepikken. Op dit vlak is nu namelijk enorm veel te doen, niet alleen op mediavlak maar ook commerciële bedrijven. Rapporten omzetten in visuele storytelling. Daar is niets mis mee. Een collega is bijvoorbeeld vorig jaar vertrokken naar het planbureau, die doen ook heel veel met visualisaties. Dus ik denk dat er heel veel mogelijkheden liggen buiten wat wij als mainstream media zien voor dit soort werkzaamheden en dan kun je dat nog steeds op een hele journalistieke manier aanvliegen.

Hoe zouden ze goed kunnen inspelen? Ik denk dat er in data een enorme toekomst zit. Ik denk dat het maken van visualisaties als infographic redacteur, daar ligt een soort basis. Als opleidingen daarin springen dan leer je wat er echt nodig is om goede visualisaties te maken. Nogmaals, gaat niet om het mooie maar het goede plaatje. Wat ik heel veel zie is dat goede vormgevers en artdirectors zeggen dat ze ook graphics maken. Dan kijk je naar die plaatjes en zie je leuke icoontjes, pijltjes en cijfers maar vooral hele mooie plaatjes waar het niet altijd gaat om het goede verhaal. Daar zit net het verschil tussen grafische opleidingen en journalistieke opleidingen. Journalistieke opleiding moet zich veel meer toeleggen op verhaal. Dat hoeft niet altijd heel mooi en spectaculair, nogmaals daar is heel veel in te winnen. Ik zou zeggen dat daar veel meer aandacht voor zou moeten zijn.

Ik heb voor mezelf besloten om niet html en CSS te leren. Iemand als Els die kan dat wel. Die is daar bijna uniek in. Er zijn maar weinig mensen in Nederland die zowel inhoudelijk en technisch het traject kunnen oppakken. Wat je denk ik steeds meer ziet is dat je samenwerkingsverbanden krijgt tussen de vormgever en de infographic redacteur die een inhoudelijk verhaal wilt vertellen waar je een programmeur naast hebt die het technisch kan uitwerken. Ik denk dat de technische kant van het verhaal zo gespecialiseerd wordt dat wanneer je dat als journaliste

zelf zou willen doen, dat dat altijd ten koste gaat van het inhoudelijke deel. Ik geloof heel erg in die poppetjes en die samenwerkingen. Dus het is leuk om iets van html te begrijpen, als basis. Je wilt natuurlijk ook niet voor alles een IT'er raadplegen dus opzich basiskennis is niet verkeerd maar ik denk dat als je echt doorgaat met projecten dat het goed is om teams te gaan vormen.

Heb je enig idee hoe visuals in de toekomst gebruikt gaan worden in de journalistiek? Welke technische mogelijkheden zijn er? Er is een hele goede ontwikkeling in, het wordt steeds meer. Het zal heel erg van je medium afhangen. Er zijn bepaalde media dat zijn puur plaatjes met een tekst erbij. Het FD zal dat op een heel andere manier aanvliegen. Video wordt steeds belangrijker. Uiteindelijk denk ik dat er voor datavisualisaties en graphics nog een wereld te winnen is. Als organisaties ergens nog een stap in willen maken dan is het in dat vlak. Er valt nog zo ontzettend veel in te ontwikkelen. Daar kunnen we nog zoveel verder mee. Het is niet meer weg te denken. Een smet visuals begonnen kun je daar niet meer mee stoppen. Grote nieuwsorganisaties gaan steeds verder met hun experimenten. Zo is de New York Times aan het experimenteren met augmented reality en virtual reality. Dat is onomkeerbaar en een richting die is in gezet maar ik denk dat je je voortdurend moet afvragen; was dat bij mijn organisatie toegevoegde waarde. Experimenteren is altijd goed maar waarom zou je VR toepassen. Als je dat dagelijks zou willen gaan toepassen. Wat the New York Times doet met VR is waanzinnig. Ik heb ook laatst een demo gezien van een infographic, waarbij je het geluid van een concertzaal in Berlijn kon horen als je daar doorheen scrolde. Daar word ik heel blij van maar het is tegelijkertijd een ver van mijn bed show omdat er zoveel geld in wordt gepompt dat het voor een organisatie als het FD niet haalbaar is. Dus daarin gaan we weer terug naar het begin. Toegevoegde waarde, onderscheiden van andere media. Er komen heel veel keuzes bij. Het wordt wel steeds meer, de technische mogelijkheden groeien en groeien. Het wordt steeds meer. Ik denk dat we dan vooral gewoon moeten gaan kiezen wat je wil. Het is niet zo dat ik ineens bij het FD twintig man erbij krijg om storytelling te gaan doen. Het is ook de keuze wat doe je wel en wat doe je niet en wat voor toegevoegde waarde. Alleen al wat visual storytelling is is lastig, maar het blijft hoe dan ook bestaan. Het visueel vertellen van verhalen is niet meer weg te denken. Het blijft altijd bestaan.

Blijft de rol van de journalist hetzelfde of zal deze meer de design kant op moeten gaan? Dat is een hele spannende. Al jaren mee bezig bij het FD. In mijn dertien jaar is het verschoven van redacteur die alleen een tekstje schrijft, een fotoredacteur die foto's zoekt en een graphic redacteur. Nu zien we steeds meer, mede door de techniek dat de schrijvende redacteurs steeds meer in staat zijn om dat zelf te doen. Die beginnen voor online, dus zelf linkjes plaatsen en foto's zoeken. Ze kunnen zelf door middel van Local Focus een infographic kunnen maken. Redacteurs zijn steeds verder geschoold om dat soort basiswerkzaamheden zelf te doen. Maar op een gegeven moment zit daar wel een grens aan. Ik vind dat je als schrijvende journalist heel erg oog moet hebben voor wat er is maar dat niet allemaal zelf hoeft te kunnen. Je moet weten wat er allemaal mogelijk is, maar je hoeft het niet zelf te kunnen. Je kunt niet verwachten dat een schrijvende redacteur kan verwachten wat voor ingewikkelde dingen mogelijk zijn. Maar ik verwacht wel dat de redacteur zelf zou moeten kunnen nadenken over een bepaald onderwerp en of daar bijvoorbeeld een motion graphic bij zou passen. Dan gaat hij naar zijn collega's die dat kunnen en dan maak je dat in gezamenlijkheid. Je moet weten wat er technisch mogelijk is en weten wat het beleid is in jouw organisatie. Tot op zekere hoogte dingen zelf kunnen. Maar ik twijfel wel hoever je daarin moet gaan. Een organisatie kan mensen een camera mee geven, camjo zijn en als je ergens in Afrika zit, snap ik dat je alles tegelijkertijd moet kunnen want je hebt geen mensen om je heen. Maar we hebben hier bij het FD twee jaar lang schrijvende journalisten uitgedaagd om bij alle online stukken zelf hun beelden te zoeken. Voor standaard stock kan dat ook wel, maar om echt kwalitatief goed beeld bij verhalen te zoeken, daar heb je toch een foto redacteur voor nodig. Dat is een vak apart. Dus de vraag is of hoe ver ga je. Op een gegeven moment kan het ten koste gaan van het maken van een goed verhaal. Dus daarom vind ik dat journalisten moeten weten wat er speelt, weten wat er mogelijk is en ook voor dat je begint te schrijven overleg hebben met een visueel journalist. Hoe gaan we dit presenteren? Voordat een journalist een verhaal van 1000 woorden schrijft, eerst een storyboard laten maken. Dat is een heel andere manier van aanvliegen.

Bijlage 10.13 Mail Ernst-Jan Hamel (docent datajournalistiek en datavisualisaties HU)

Ik ben docent bij Journalistiek in Utrecht en geef vakken datajournalistiek/datavisualisatie. Heel goed dat je voor hoor en wederhoor mailt. Allereerst een disclaimer: Ik weet niet precies wat er allemaal wel en niet onder de noemer visual storytelling valt. Daarbij ben ik pas drie jaar docent bij Journalistiek, dus ik kan het niet vergelijken met langer geleden. Wat ik wel kan vertellen is hoe het nu zit. We besteden bij de opleiding Journalistiek in Utrecht wel degelijk aandacht aan datavisualisatie en interactieve online journalistiek. Zo is er in jaar 2 een vak Datajournalistiek, waarin studenten Excel, beeldtheorie en grafiekprogramma's leren. En er is vak Multimediale Productie, waarin studenten een longread met multimediale storytelling elementen maken. In de bovenbouw is er vervolgens een keuzeworkshop Datavisualisatie en hebben we de minor Datavisualisatie & Infographics, naar mijn weten de enige minor in die richting in Nederland. Kortom: voor wie wil is er voldoende keuze in Utrecht! Of het vroeger beter was, kan ik niet zeggen. En ook niet of ik andere aspecten van visual storytelling over het hoofd zie.