

**week van het
NIEUWS**

**Inspiratie voor
redacties: Nieuws-
en publiekswijsheid**

Leeswijzer

In dit document vind je verschillende manieren waarop je als redactie kunt meedoen aan de Week van het Nieuws:

Van klein tot groot

- Kleine acties (enkele uren): Een post op sociale media, een behind-the-scenes video, een vraag in je nieuwsbrief
- Middel (halve dag tot dag): Een uitstap naar je publiek, een gastles op een school, feedback ophalen via je panel
- Grote projecten (meerdere dagen): Een pop-up redactie, een burgerdialoog, een open redactiedag

Van interne focus tot externe samenwerking

- Op je eigen platform: Paywall open, totstandkoming-artikel, nieuwsbrief
- Naar buiten toe: Cirkelmethode, marktbezoek, schoolbezoek
- Co-creatie met publiek: Burgerdialogen, samen onderzoek doen, jongerenredacties

Voor verschillende doelgroepen

- Op je eigen platform: Paywall open, totstandkoming-artikel, nieuwsbrief
- Naar buiten toe: Cirkelmethode, marktbezoek, schoolbezoek
- Co-creatie met publiek: Burgerdialogen, samen onderzoek doen, jongerenredacties

Naar type activiteit

1. Verspreid de boodschap - Laat zien dat je meedoet
2. Praat met je publiek - Ga het gesprek aan (offline & online)
3. Werk samen met publiek - Co-creatie en participatie
4. Organiseer een activiteit - Bijeenkomsten en evenementen
5. Voor en door jongeren - Speciale focus op jongere doelgroepen
6. Redactionele aandacht - Verhalen over journalistiek zelf

Hoe te gebruiken

Kies wat bij je past: Je hoeft niet alles te doen. Kies één of twee activiteiten die aansluiten bij je redactie, je capaciteit en je doelgroep.

Combineer indien mogelijk: Een klein begin (socialemediapost) kan leiden naar meer (panel bevragen, publiek ontmoeten).

Maak het zichtbaar: Communiceer dat het onderdeel is van de Week van het Nieuws. Gebruik de hashtag, vermeld het in je artikel of uitzending.

Wat kunnen redacties doen?

Elke dag ben je als redactie bezig met nieuws. Je maakt keuzes, checkt je bronnen, geeft duiding, schrijft, filmt of monteert. Tijdens de Week van het Nieuws nodigen we journalisten en redacties uit om daar één laag aan toe te voegen: niet alleen berichten over wat er gebeurt in de wereld om ons heen, maar ook laten zien hoe je werkt en waarom je bepaalde keuzes maakt. En vooral: het gesprek aangaan met het publiek.

Onze tips:

1. Ga naar buiten
2. Verzamel feedback - en reageer
3. Gebruik je panel
4. Nodig publiek uit
5. Geef aandacht aan journalistiek
6. Maak contact met jongeren

I. Ga naar buiten

Tijdens de Week van het Nieuws kun je met een kleine, toegankelijke publieksactie beginnen, bijvoorbeeld zo:

1. Kies een plek waar mensen vanzelf samenkomen (denk aan een markt, een bibliotheek of wijkcentrum).
2. Maak ter plekke duidelijk dat je er bent vanwege de Week van het Nieuws en dat je in gesprek wilt over hoe het nieuws aansluit op de belevingswereld van de mensen die je spreekt.
3. Stel één open vraag, bijvoorbeeld: 'Wat mist er volgens jullie in onze berichtgeving?' of een gesloten vraag die wel uitnodigt tot gesprek als: 'Herkennen jullie jezelf in het nieuws dat wij maken?'

4. Spreek minimaal 10 mensen en ga echt in gesprek; het is dus géén snelle voxpop, maar een manier om te luisteren.
5. Noteer terugkerende thema's en opvallende inzichten en neem die mee terug naar de redactie.
6. Publiceer een kort verslag of maak één item op basis van wat je ophaalt, en benoem dat het gesprek onderdeel was van de Week van het Nieuws.

De [Cirkelmethode van Wildeman Lab](#) kan je helpen om op een open manier een gesprek te voeren. Je hebt eigenlijk niet meer nodig dan een doosje stoepkrijt en twee redacteuren met een uurtje tijd. Onder meer Omroep Gelderland, het Noordhollands Dagblad en BN/De Stem gingen je voor.

2. Verzamel feedback - en reageer

Trouw organiseerde onlangs een lezersavond waarbij publieksredacteur Edwin Kreulen een [lezersmanifest](#) presenteerde dat tot stand kwam in samenwerking met Club Trouw, [het lezerspanel](#) van de krant.

Leden van het panel dachten mee over de koers van de krant en formuleerden concrete adviezen over onder meer de toon van het debat, de balans tussen verschillende perspectieven, de zichtbaarheid van vrouwelijke deskundigen en onderwerpen die zij misten in de berichtgeving. Vervolgens werden deze adviezen publiekelijk besproken door hoofdredacteuren Karel Smouter en Wendelmoet Boersema.

Anders, maar ook inspirerend: Het Parool interviewde de fanatiekste [brievenschrijvers](#). En De Volkskrant maakte een [speciale productie](#) over de ingezonden brieven die de redactie de afgelopen vijf jaar ontving..

3. Gebruik je panel

Veel redacties hebben al een vorm van een panel. De Week van het Nieuws is een goed moment om die bestaande groep gericht te bevragen *over* het nieuws. NUjij van NU.nl werkt met stellingen, oproepen en 'praat mee'-verzoeken. De redactie krijgt dagelijks zo'n 25.000 reacties te verwerken; de inbreng van het publiek is inmiddels onmisbaar geworden voor de redactie.

Het [RTL Nieuwspanel](#) legt deelnemers met regelmaat actuele kwesties voor. Trouw heeft recent een [jongerenpanel](#) in het leven geroepen, en ook veel lokale titels ([AT5](#), [1Almere](#), [OOG](#)) hebben een vorm van een opiniepanel.

EenVandaag heeft naast een Opiniepanel ook een Interactiepanel in de vorm van een chatgroep, waar actief wordt meegedacht over onderwerpen en

invalshoeken (lees [hier](#) de gids van eindredacteur Gerson Veenstra).

Tijdens de Week van het Nieuws kun je bijvoorbeeld een journalistieke vraag of dilemma voorleggen aan een (deel van het) bestaande panel. Denk aan vragen als:

- Wat missen jullie in onze berichtgeving?
- Wanneer herkennen jullie jezelf wél of juist niet in ons nieuws?
- Welke onderwerpen verdienen volgens jullie meer aandacht?

Je kunt je panel ook inzetten voor burgerjournalistiek of crowdsourcing (of dat doen met met een andere doelgroep bijvoorbeeld jongeren). De redacties van Investico en NU.nl maakten gebruik van crowdsourcing bij hun onderzoek naar staalslakken. Tientallen [burgers](#) gingen met een magneet op zoek naar dit vervuilende restproduct van de staalindustrie in hun eigen omgeving. Hun tips leverden veel nieuwe locaties op.

Heb je geen panel? Dan kun je het ook simpeler aanpakken. Plaats één gerichte oproep via je nieuwsbrief of social media (met een poll of een formulier op Instagram) en verzamel reacties gedurende een paar dagen. Maak vervolgens zichtbaar wat je hebt opgehaald en wat je ermee doet.

4. Nodig publiek uit

Het Nederlands Dagblad vierde zijn 80-jarige verjaardag met een [ND Lezersdag](#). [NU.nl](#) organiseert jaarlijks een dag voor hun lezers op de redactie. Er worden 150 mensen uitgenodigd die een presentatie krijgen van de hoofdredacteur, mee kunnen doen aan workshops en vragen stellen aan redacteuren.

In kleinere vorm organiseerde NRC jarenlang vragensessies voor abonnees op de redactie met een van de leden uit de hoofdredactie en deed 'belavonden' waar redacteuren met abonnees (die zich hiervoor hadden opgegeven) gingen bellen over hun werk.

Online kan natuurlijk ook: Investico organiseert met enige regelmaat bijeenkomsten via webinarageek met redacteuren en publiek om te vertellen over een groot onderzoek of hoe ze in het algemeen te werk gaan. Redacteuren geven dan een presentatie en er is veel ruimte om vragen te stellen.

Tips bij het organiseren van een event:

- Kies een thema waarover je graag met je publiek in gesprek zou willen. Een groot onderzoek kan interessant zijn, maar de manier van werken op de redactie ook.
- Bedenk voor wie je dit doet: het vaste publiek of juist nieuw publiek.
- Kies de locatie: wil je mensen rondleiden over de redactie of kies je voor online of een externe locatie? Vaste lezers, kijkers of luisteraars nemen graag een kijkje op de redactie. Een externe locatie zorgt weer meer voor een gelijk speelveld, wat voor een nieuw publiek prettig kan zijn.
- Vergeet niet de uitgeverij, klantenservice en/of de social media redactie te betrekken. Zij hebben ervaring met communicatie met het publiek en kunnen wellicht een leuke uitnodigingspost maken. En de klantenservice weet goed welke vragen je publiek heeft.
- Regel een leuk presentje voor de deelnemers.

Een bijzondere vorm van op een open manier in gesprek gaan met het publiek is de Burgerdialoog. Redacties als De Gelderlander, Vers Beton en diverse regionale publieke omroepen deden dit al. DichterBijNieuws [ontwikkelde een handleiding voor redacties](#) om zelf een dialoogsessie te organiseren. En redacteur Saskia Klaassen van Vers Beton [schreef over zo'n sessie](#).

5. Geef aandacht aan journalistiek

Tijdens de Week van het Nieuws kun je in de productie ook aandacht besteden aan 'het nieuws', zonder dat het een wij-van-wc-eend verhaal wordt:

- Laat de hoofdredacteur interviewen door een kritische (freelance) redacteur of door een aantal lezers. Of interview een hoofdredacteur van een andere titel - eentje die het helemaal anders doet, zoals Eeva Liukku (Vers Beton), Rens van de Plas (Woeste Grond) of Joshi Herrmann (The Mill).
- Doe een onderzoek naar je eigen representatie, bijvoorbeeld man/vrouw in het gebruik van bronnen.
- Interview een journalistiek expert over de toekomst van de journalistiek, zoals Mitali Mukherjee, Marty Baron, Rasmus Kleis Nielsen, Jody Kantor & Megan Twohey, Shirish Kulkarni, Sophia Smith Galer, Irene Costera Meijer, Kiki de Bruin.
- Besteed aandacht aan een thema als persvrijheid in de EU, jongeren en nieuws, persveiligheid et cetera.

6. Maak contact met jongeren

De Week van het Nieuws is ook een kans om in contact te komen met je doelgroep van de toekomst: jongeren.

Dat kan op verschillende manieren.

[De Orkaan](#) ontwikkelde bijvoorbeeld een lesbief voor groep 7 en 8, waarin elke week één of twee actuele berichten uit de Zaanstreek worden herschreven op het niveau van leerlingen.

In Heerlen-Noord startte De Limburger in 2025 het project Krant van de Buurvrouw. Honderden kinderen en hun families kregen toegang tot de digitale krant. Journalisten Monique Parren en Tom Janssen hielpen bij de productie van duizend schoolkranten en gaven gastlessen aan 1500 leerlingen. Ze merkten dat mediawijsheid geen vanzelfsprekendheid is, zo vertelden ze aan [Villamedia](#): veel leerlingen halen hun informatie vooral van sociale media en kennen het journalistieke proces nauwelijks.

Als journalist de klas ingaan en vertellen over je vak is altijd een goed idee. Nieuws in de Klas (initiatief van NDP Nieuwsmedia) organiseert elk jaar in april Journalist in de klas. Op de website vind je [lesmateriaal](#) om bij je verhaal te gebruiken. Voor meer inspiratie over het als journalist lesgeven op scholen, zie deze [10 tips & tricks](#) van Netwerk Mediawijsheid.

De Week van het Nieuws is ook een goed moment om samen met jongeren nieuws te maken. Een aantal voorbeelden:

Kalm An (Regionale Publieke Omroepen)

[Kalm An](#) is het mediaplatform voor plattelandsjongeren van Omroep Gelderland. Via Instagram en TikTok brengt Kalm An het leven van plattelandsjongeren in beeld en gaat de redactie met hen in gesprek. Zoals redacteur Charlotte van de Kant zegt: 'Er wordt vaak over plattelandsjongeren gesproken, maar weinig mét hen. Wij laten zien hoe het er echt aan toegaat op het platteland en wat jongeren allemaal doen.' In dit interview met Broadcast Magazine [lees je er meer over](#) of [hier](#) bij SvdJ.

T-reporters (Omroep Tilburg)

[Omroep Tilburg](#) laat jongeren zelf nieuws maken via de T-reporters: een groep van circa 25 jongeren tussen 13 en 25 jaar die tegen vergoeding reportages maken onder begeleiding van de redactie. Het project startte na onderzoek naar de nieuwsbehoeften van jongeren en brengt de deelnemers journalistieke basisprincipes bij. Jongeren ontwikkelen zo journalistieke én persoonlijke vaardigheden en brengen tegelijk nieuwe perspectieven naar de redactie. In dit artikel van [UseTheNews](#) lees je wat voor content dat de redactie oplevert.

Wij Zijn Amsterdam (AT5)

De Amsterdamse stadsomroep AT5 is al jaren een springplank voor journalistiek talent en geeft jonge makers via het project [Wij zijn Amsterdam](#) de ruimte

om hun eigen blik op de stad vast te leggen. Jongeren filmen en monteren zelf reportages over thema's die hen raken of verwonderen, onder begeleiding van de redactie. Zo draagt de omroep bij aan talentontwikkeling, maar krijgt de redactie ook een blik op de stad vanuit de leefwereld van jonge Amsterdammers.

Het Parool Columnfestival

Het Parool organiseert samen met Stichting Nowhere het jaarlijkse [Het Parool Columnfestival](#), waar Amsterdamse middelbare scholieren columns schrijven en voordragen. Leerlingen van vmbo tot vwo volgen masterclasses van gastdocenten, werken hun teksten uit onder begeleiding van hun docent en dragen een selectie columns voor in een volle zaal met leeftijdsgenoten.

'Echte' columnisten van Het Parool verzorgen de randprogrammering. De beste inzendingen worden gepubliceerd in een speciale editie van PS: het Column Magazine, sommige columns verschijnen in Het Parool zelf en citaten uit het werk worden getoond op digitale billboards door de stad.

Ook hier geldt: deze projecten zet je niet in een week tijd op, maar het kan natuurlijk ook laagdrempeliger:

1. Kies een ingang.

Benader één school, jongerenorganisatie, jongeren-centrum of bestaande jongerencommunity. Dat kan ook via Instagram of TikTok als je daar al publiek hebt.

2. Stel één open vraag. Bijvoorbeeld:

- Waar herkennen jullie jezelf niet in ons nieuws?
- Welk onderwerp missen jullie in onze berichtgeving?
- Wat zouden wij anders moeten doen om beter aan te sluiten bij jullie leefwereld?

3. Nodig een kleine groep uit.

Organiseer één sessie van 60–90 minuten op school, op de redactie of online. Houd het klein: 5-10 jongeren is genoeg.

4. Maak samen iets concreets. Dat kan zijn:

- één kort artikel
- één video-item
- een Instagram-post of stelling
- een gesprek dat je publiceert

Belangrijk hier is dat je zichtbaar maakt dat het samen is gemaakt.

5. Koppel terug.

Laat zien wat je met hun input doet. Publiceer het resultaat met een korte uitleg: dit maakten we samen in het kader van de Week van het Nieuws.

Vragen? Opmerkingen?

Heb je vragen, of opmerkingen aan de hand van dit inspiratiedocument? Of wil je verder sparren over de Week van het Nieuws? Neem dan contact met ons op via weekvanhetnieuws.nl.