

Impactanalyse Burgerdialogen

In opdracht van DichterBijNieuws

Uitgevoerd door
Kiki de Bruin, onderzoeker Hogeschool Utrecht, lectoraat Journalistiek

Oplevering: 11 februari 2026

Inhoudsopgave

INTRODUCTIE.....	3
DE BURGERDIALOGEN EN CASUSSEN.....	5
UITVOERING IMPACTANALYSE	8
IMPACTANALYSE: RESULTATEN	9
IMPACTFACTOREN BIJ BURGERDIALOGEN TUSSEN PUBLIEK EN JOURNALISTIEK	11
REFLECTIE.....	16
ADVIES: DOELGERICHT, GELIJKWAARDIG, WEDERKERIG EN OPVOLGING.....	17

Introductie

Van oudsher is de journalistiek afhankelijk van haar publiek. Zonder een publiek kan de journalistiek haar democratische functies, zoals (o.a.) informeren, mobiliseren, agenderen en controleren, niet vervullen. In het huidige medialandschap staat de relatie tussen publiek en journalistiek onder druk. Vertrouwen in nieuwsmedia is niet meer vanzelfsprekend. Journalisten ervaren toenemende kritiek, wantrouwen en soms zelfs bedreigingen. Het publiek consumeert informatie gefragmenteerd en individueel over verschillende kanalen, waardoor bereik en betrokkenheid moeilijker te realiseren is. In reactie hierop zoeken lokale en regionale redacties naar manieren om het publiek actiever te betrekken en het wederzijds begrip te versterken. Het organiseren van burgerdialogen is één van die manieren.

DichterBijNieuws is een initiatief om de relatie tussen burgers en journalistiek te versterken. Binnen het initiatief DichterBijNieuws zijn in 2024 twaalf burgerdialogen georganiseerd waarin journalisten en burgers met elkaar in gesprek gingen over de rol, werkwijze en betekenis van de journalistiek. Deze dialogen hadden als doel de afstand tussen journalistiek en publiek te verkleinen door ruimte te bieden voor uitwisseling van perspectieven en ervaringen. Thema's als vertrouwen, nieuwsmijding en persvrijheid stonden hierbij centraal. Uit de [eerdere rapportage](#) blijkt dat de dialogen hebben bijgedragen aan meer wederzijds begrip: burgers kregen meer inzicht in journalistieke afwegingen, terwijl journalisten beter zicht kregen op het wantrouwen, de verwachtingen en de nieuwsbeleving van hun publiek.

"Een gezonde relatie tussen burgers en journalistiek is van levensbelang voor een goed geïnformeerde, nieuwswijze samenleving, waarin journalisten veilig en vrij hun werk kunnen doen." - DichterBijNieuws

DichterBijNieuws organiseerde en financierde deze burgerdialogen vanuit het idee dat een structureel dialoog kan bijdragen aan een sterkere relatie tussen journalistiek en publiek, en daarmee aan een weerbare en democratisch relevante journalistiek. Na de eerste reeks dialogen in 2024 is besloten het traject voort te zetten; er zijn nog vier burgerdialogen georganiseerd in samenwerking met verschillende lokale en regionale redacties voor een impactanalyse.

Om concreet inzicht te krijgen in de waarde en impact van deze burgerdialogen, wordt in opdracht van DichterBijNieuws een impactanalyse uitgevoerd door een onafhankelijk

onderzoeker. Deze analyse richt zich op de ervaringen van zowel journalisten als burgers en onderzoekt hoe de dialoog bijdraagt aan de onderlinge relatie. Daarbij wordt specifiek gekeken naar factoren die bepalend zijn voor het creëren van impact van burgerdialogen.

De onderzoeksvraag is: Hoe beïnvloeden burgerdialogen de relatie tussen lokale en regionale journalisten en hun publiek, en welke factoren bepalen de (duurzame) impact van deze dialogen?

De impactanalyse wordt uitgevoerd door Kiki de Bruin, onderzoeker aan de Hogeschool Utrecht, in opdracht van en gefinancierd door DichterBijNieuws.

De burgerdialogen en casussen

Deze impactanalyse is gebaseerd op vier burgerdialogen van drie uur, georganiseerd door lokale en regionale redacties. De vier dialogen zijn opgezet aan de hand van de handleiding uitgereikt door DichterBijNieuws. De [DichterBijNieuws-handleiding](#) voor redacties beschrijft burgerdialogen als wederkerige, gelijkwaardige gesprekken tussen journalisten en burgers, gericht op luisteren, perspectieven delen en begrip vergroten. Centraal staat een neutrale gespreksleider en een socratische gespreksmethode, waarmee de dialoog vooral gericht is op het verkennen van verschillende standpunten in plaats van debat. Vooraf bepalen de deelnemende journalisten het doel en thema van de sessie. De dialogen vinden plaats op een geschikte neutrale locatie en met een beperkt aantal deelnemers om iedereen aan bod te laten komen. De handleiding geeft praktische adviezen voor financiering, werving van deelnemers via redactionele en externe kanalen, en benadrukt het belang van een duidelijke follow-up: de uitkomsten moeten teruggekoppeld worden aan deelnemers en benut worden binnen de redactionele praktijk. Daarnaast wordt aanbevolen om lokale voorbeelden en actuele cases te gebruiken om het gesprek te voeren. De volgende vier redacties organiseerden via DichterBijNieuws een burgerdialoog:

Vers Beton – 25 november 2025

Vers Beton is een onafhankelijk lokaal medium gericht op onderzoeksjournalistiek in en over Rotterdam. De stichting wordt gefinancierd vanuit lidmaatschappen en fondsen. Het is een kleine vaste redactie die veel samenwerken met freelancers.

Vers Beton organiseerde een burgerdialoog met ervaringsdeskundigen van Warm Rotterdam. Warm Rotterdam is een netwerk van ervaringsdeskundigen, informele organisaties, bedrijven en instanties dat (ervarings-)kennis over armoede en schulden deelt, met als doel armoede in Rotterdam op de agenda te zetten en terug te dringen. De dialoog vond plaats in het buurthuis Post West, waar Warm Rotterdam regelmatig samen komt.

Het doel van Vers Beton was enerzijds om beter inzicht te krijgen in hoe deze doelgroep nieuwsmedia gebruikt en wat zij van de journalistiek van (o.a.) Vers Beton vinden, en anderzijds om vanuit de ervaringsdeskundigen informatie en ideeën op te halen hoe er inclusief en representatief over deze problematiek in Rotterdam geschreven kan worden.

Er waren bij deze dialoog drie journalisten (hoofdredacteur en twee redacteurs) van Vers Beton, twaalf ervaringsdeskundigen van Warm Rotterdam en een gespreksleider aanwezig.

De Gelderlander – 1 december 2025

De Gelderlander is een van de grootste regionale kranten in Nederland en bedient heel Gelderland met acht verschillende edities. Er werken iets meer dan 100 medewerkers in gedecentraliseerde redacties. De voornaamste inkomens komen van abonnees en advertenties. Het valt onder DPG Media.

De Gelderlander organiseerde een burgerdialoog in theater De Kik in Elst. Het doel van de journalisten van de Gelderlander is om in gesprek te gaan met lezers over hoe de redactie betrokkenheid en betrouwbaarheid kan vergroten, en te praten over de inhoud van de krant: welke onderwerpen moeten erin, wat is de taak van de Gelderlander en wat zijn de verwachtingen van het publiek van De Gelderlander.

Aan de dialoog namen twee journalisten (hoofdredacteur en redacteur), tien burgers en een gespreksleider deel.

De Westkrant – 3 december 2025

De Westkrant is een onafhankelijk nieuwsmedium voor Amsterdam-West. De twee oprichters zijn de voornaamste redacteurs en werken samen met freelancejournalisten en fotografen aan De Westkrant. De inkomsten komen van advertenties en donaties.

De Westkrant organiseerde een burgerdialoog in buurthuis MidWest in Amsterdam West. Het doel van De Westkrant voor de burgerdialoog is om met betrokken lezers in gesprek te gaan over wat goed gaat en wat beter kan, en zo te komen tot meer reflectie, verdieping en nieuwe inzichten voor de redactie.

Er waren negen burgers, de twee oprichters, drie freelanceschrijvers en een gespreksleider aanwezig.

RTV Drenthe – 15 december 2025

RTV Drenthe is een regionale omroep voor de provincie Drenthe. Ze publiceren nieuws online en zenden een nieuwsuitzending en andere programma's (over cultuur en natuur) uit. RTV

Drenthe is grotendeels afhankelijk van overheidsfinanciering. Ze werken dagelijks met 30 redacteurs aan de nieuwsvoorziening.

RTV Drenthe organiseerde een burgerdialoog in Van der Valk hotel in Emmen. Het doel van de burgerdialoog is om op een constructieve manier in gesprek te gaan met inwoners van de regio Emmen, om wederzijds inzicht te krijgen in elkaars perspectieven en wat het publiek van de journalistiek van RTV Drenthe vindt.

Bij de dialoog waren één redacteur, de (externe) organisator, de gespreksleider en acht burgers aanwezig.

Uitvoering impactanalyse

De impactanalyse is onderzocht door middel van een kwalitatieve aanpak en bestond uit vier fasen. Voorafgaand aan de burgerdialogen zijn interviews gehouden met de (adjunct)hoofdredacteuren om inzicht te krijgen in de motivatie, verwachtingen en doelstellingen van de deelnemende redacties en inzicht te krijgen wat de huidige visie op publieksinteractie is. Daarnaast is onder deelnemende journalisten en burgers een korte survey met open vragen afgenomen (N = 32), gericht op hun verwachtingen en motivaties voor deelname aan de dialoog. Alle deelnemers hebben voorafgaand aan het onderzoek *informed consent* getekend.

Tijdens de burgerdialogen is op locatie geobserveerd¹ door de onderzoeker. Hierbij is gebruikgemaakt van een observatielijst die zich richtte op aspecten zoals interactie tussen journalisten en burgers, type vragen, opmerkingen en inbreng, sfeer, toon van het gesprek, mate van betrokkenheid en gelijkwaardigheid binnen de dialoog.

Na afloop van de burgerdialogen zijn telefonische interviews gehouden met burgers die hadden aangegeven hiertoe bereid te zijn (ongeveer 20 minuten per gesprek) om hun ervaringen en waargenomen impact te verkennen (N = 27) (zie tabel 1). Daarnaast zijn zeven journalisten geïnterviewd; enkele dagen na de dialoog zijn korte telefonische terugblikgesprekken (ongeveer 20 minuten per interview) gevoerd, gericht op eerste reflecties en mogelijke doorwerking in de journalistieke praktijk.

Tabel 1. Overzicht participanten²

	Aantal aanwezige burgers	Aantal survey ingevuld	Aantal gesproken na afloop
Vers Beton	12	9	7
De Gelderlander	10	9	9
De Westkrant	9	6	5
RTV Drenthe	8	6	6

¹ De onderzoeker kon de dialoog bij RTV Drenthe wegens ziekte niet bijwonen; de organisator heeft een gespreksverslag toegestuurd voor de analyse.

² Sommige deelnemers hebben de survey niet ingevuld, vroegtijdig beëindigd, of in de survey aangegeven niet teruggebeld te willen worden.

De analyse en rapportage zijn gebaseerd op een thematische analyse van de interviewdata. Hierbij zijn patronen en terugkerende thema's geïdentificeerd die inzicht geven in de ervaren impact van de burgerdialogen en in factoren die bijdragen aan het slagen ervan.

De vier geanalyseerde casussen zijn erg uiteenlopend. Ze verschillen bijvoorbeeld in type redactie—van hyperlokaal tot regionaal, en van onderzoeksjournalistiek platform tot omroep—en in de doelen en motivaties die de redacties met de dialogen nastreven. Daarnaast verschilt per dialoog de werving van de deelnemers, en loopt dus de relatie tussen de aanwezige deelnemers en de titels erg uiteen. Zo is bij Vers Beton een specifieke doelgroep benaderd via het netwerk Warm Rotterdam. Dit zijn niet per se leden of lezers van het medium. Bij De Gelderlander stond de oproep alleen in de papierenkrant, waardoor er trouwe abonnees op af kwamen. Bij De Westkrant was er ook een oproep geplaatst in de krant en waren betrokken lezers uitgenodigd, waarvan enkele met een journalistieke achtergrond. Op de oproep van RTV Drenthe kwamen ook betrokken kijkers (meesten ouder dan 60) af. Door de variatie is het complex om de impact op een eenduidige manier te analyseren: context, schaal en intenties lopen sterk uiteen. Toch zijn er een aantal punten te herkennen die invloed hebben op hoe de deelnemers de impact van de dialogen ervaren.

Impactanalyse: Resultaten

Ter voorbereiding van de impactanalyse zijn (adjunct-)hoofdredacteuren geïnterviewd over hun visie op burgerparticipatie: wat zij hieronder verstaan, in hoeverre het onderdeel is van de redactionele werkzaamheden en wat zij met de burgerdialoog hopen te bereiken. Uit deze gesprekken bleek dat burgerparticipatie breed gewaardeerd wordt en de noodzaak ervan erkend wordt, maar in de praktijk vaak wordt beperkt door tijdsdruk en schaarse middelen (met name bij kleine redacties). De meeste interactie met lezers vindt nu plaats achteraf het productieproces via mails, social media, of reacties onder nieuwsberichten, waardoor diepgang en wederzijds begrip beperkt blijven, wat juist geambieerd wordt met de burgerdialogen. De doelen die de redacties nastreven met het organiseren van dit burgerdialoog verschilden: enkele redacties (zoals Vers Beton) begonnen met een scherp, afgebakend doel voor verandering in hun eigen werkwijze; andere redacties bleven wat breder en algemener en wilden bijvoorbeeld de methode eens uitproberen, lezers ontmoeten en luisteren naar wat lezers vinden, of om meer diepgang te bereiken dan via onlinecontact mogelijk is.

Uit de survey voorafgaande de dialoog bleek dat de burgers vooral de dialoog ingingen vanuit nieuwsgierigheid en betrokkenheid, met de wens om beter te begrijpen hoe journalistiek werkt, een kijkje achter de schermen te krijgen, of om hun eigen ervaringen, vragen, ideeën en suggesties te delen, of als tegenreactie op de vele negatieve onlinereacties. Zij hoopten op een constructief, wederkerig gesprek waarin ruimte was voor diepgang, reflectie op berichtgeving en het doorbreken van afstand tussen burgers en journalisten. Achteraf hoopten deelnemers vooral op meer inzicht, wederzijds begrip en het gevoel dat hun inbreng serieus werd genomen, liefst met zicht op vervolg of doorwerking.

De observaties van de sessies tonen een overwegend constructieve en ontspannen sfeer. Wanneer journalisten zich open en kwetsbaar opstelden, nam een wij-versus-zij-gevoel duidelijk af en ontstond gelijkwaardigheid. Face-to-face contact werd door zowel burgers als journalisten als waardevol ervaren: het vergrootte empathie en waardering van elkaar. Er is een groot belang van een goede gespreksleider die zorgt dat iedereen aan het woord komt, er niet te veel afgedwaald wordt en niet door elkaar heen gepraat wordt, maar ook op momenten meer diepgang creëert.

In de nagesprekken ontstaat over de vier burgerdialogen een consistent beeld: ze vergroten begrip en wederzijds inzicht tussen burgers en journalisten, maar leiden minder vaak tot direct waarneembare structurele verandering. De burgerdialoog had voor een deel van de deelnemers een verzachtend en verhelderend effect op hun beeld van de journalistiek: zij kregen meer inzicht in journalistieke werkwijzen en dilemma's, vonden journalisten benaderbaar en ontwikkelden meer begrip voor de complexiteit van het vak. Tegelijkertijd bleef het basisbeeld van de journalistiek bij veel deelnemers grotendeels intact: positief ingestelde deelnemers bleven positief, terwijl kritisch of wantrouwend ingestelde deelnemers hun kritische houding behielden of zelfs versterkten wanneer diepgang, (zelf)reflectie en terugkoppeling uitbleef. De dialoog bracht dus wel nuancering en wederzijdse inzichten, maar geen structurele attitudeverandering. De impact is het grootst wanneer de dialoog wordt ervaren als open, gelijkwaardig en betekenisvol, en wanneer burgers het gevoel hebben dat hun inbreng serieus wordt genomen en doorwerkt op de redactie. Kort gezegd: gehoord worden en wederkerigheid is voor burgers een erg belangrijke factor voor hoe ze de journalistiek waarderen en in de impact op de relatie.

De deelnemers (zowel journalisten als burgers) noemden ook wat praktische uitdagingen/bezwaren: er is maar een kleine groep aanwezig waardoor het gevoel heerst dat

de impact van de dialoog klein blijft. Tegelijkertijd was er soms behoefte aan meer diepgang en bleef de inhoud soms te oppervlakkig doordat iedereen aan bod moet komen in drie uur. Daarnaast werd de organisatie van de dialogen als arbeidsintensief ervaren, vooral wanneer men specifieke deelnemers wil werven en een voorgesprek en -selectie wil maken. Als laatste is er weinig structurele opvolging aan de dialogen gegeven, wat de doorwerking en impact beperkt; alleen bij Vers Beton leidde de dialoog tot aanpassingen in de werkwijze op de redactie en is dit teruggekoppeld aan de deelnemers en lezers.

Samenvattend: de burgerdialogen leveren een duidelijke meerwaarde op (nieuwe inzichten, wederzijds begrip, concrete suggesties vanuit het publiek), maar de mate waarin het zichtbare impact heeft hangt af van doelbepaling, werving, moderatie en vooral *opvolging*. Uit de nagesprekken blijkt dat een burgerdialoog vooral effect heeft wanneer duidelijk is waarom het gesprek wordt gevoerd, journalisten zich open opstellen en deelnemers merken dat hun inbreng serieus wordt genomen en hier iets mee gedaan wordt in de toekomst. Dan ervaren burgers meer begrip, betrokkenheid, vertrouwen en in enkele gevallen zelfs 'empowerment'. Wanneer die factoren ontbreken, blijft de impact beperkt tot een prettige, leerzame avond zonder duidelijke doorwerking. Hieronder worden de belangrijkste factoren beschreven die bepalen hoeveel impact een burgerdialoog uiteindelijk heeft.

Impactfactoren bij burgerdialogen tussen publiek en journalistiek

1. Doel van de dialoog

Een helder geformuleerd doel voor de dialoog is van belang voor het vergroten van de impact. Dit bakent het gesprek af, stimuleert diepgang tijdens de dialoog, zorgt voor betrokkenheid van de burgers en vergroot het gevoel dat de inbreng en tijd van de deelnemers serieus genomen wordt. Voor een burgerdialoog van drie uur met gemiddeld tien burgers zijn sommige doelen geschikter dan anderen; bijvoorbeeld een algemene peiling zoals 'wat de lezers van ons vinden' is minder geschikt voor deze methode dan een vraag zoals 'wat is de functie en rol van ons nieuws binnen de gemeenschap', dat meer diepgang vereist.

"Je moet weten wat je eruit wil halen (red. de dialoog). Daardoor was het voor ons heel inzicht gevend. We hebben de dag erna direct de koppen van eerdere stukken aangepast met de suggesties van de deelnemers. [...] We gaan structureel onze werkwijze aanpassen. Wat ons betreft organiseren we structureel een burgerdialoog wanneer we nieuwe

onderwerpen of community onderzoeken. Hierdoor maken we de mensen over wie het gaat onderdeel van het verhaal en win je hun vertrouwen. Dus, in plaats van eerst experts te spreken, gaan we nu eerst naar de ervaringsdeskundigen. Dat past beter bij onze principes en missie.” – Deelnemende journalist.

Succes factoren zijn:

- Een helder, expliciet en gedeeld doel (bijv. reflectie op specifieke berichtgeving, suggesties ophalen voor het vergroten van betrokkenheid of vertrouwen, verbeteren van toon of beeldvorming, werkwijze delen met publiek).
- Een concrete casus of voorbeeld uit de praktijk die richting geeft aan het gesprek.
- Van tevoren inlichten van deelnemers over het doel of vraag, zodat zij zich kunnen voorbereiden.
- Duidelijkheid over wat er met de opbrengst gebeurt (leren, vernieuwen, etc.).

Wat werkt minder:

- Een te breed of vaag doel (“we willen luisteren”) zonder concretisering van doorwerking.
- Onduidelijkheid bij deelnemers over wat er met de inhoud van dialoog gedaan wordt.

2. Deelnemers en werving

De werving van deelnemers hangt samen met het geformuleerde doel. Dit vereist dus in sommige gevallen een specifiekere werving van burgers (bijvoorbeeld ervaringsdeskundigen, of vertegenwoordigers van bepaalde doelgroepen). Wanneer dit goed gedaan wordt, kan dit in sommige gevallen zelfs leiden tot een duurzame relatie of samenwerking. Daarnaast is er belang van kwaliteit boven kwantiteit: kleinschalige, *diverse* werving levert vaak kwalitatieve, diepere inzichten, al is dat wel arbeidsintensiever. Ook gaven deelnemers aan dat het fijn was als zij meer ingelicht werden over het verloop van de avond, zodat ze zich konden voorbereiden door bijvoorbeeld wat (goede/slechte) voorbeelden te verzamelen. Tegelijkertijd is het van belang dat de aanwezige journalisten ook deelnemen met een bepaald (leer)doel en interesse.

Succes factoren zijn:

- Diversiteit in perspectieven van aanwezigen (actief op zoek naar variatie onder deelnemers, bijvoorbeeld jongeren en diverse achtergronden).
- Bewuste en actieve werving van specifieke doelgroepen passend bij doel van dialoog.
- Voorselectie, screening en briefing van deelnemers.

- Aanwezigheid van hoofdredactie vergroot ervaren serieusheid, waardering, en begrip over de journalistiek en de uitdagingen.

Wat werkt minder:

- Oververtegenwoordiging van dominante deelnemers; dit beperkt het constructieve gesprek en diepgang. (*Kanttekening: anderzijds wil je ook kritische burgers en dit is moeilijk van tevoren te filteren*).
- Alleen werving via open oproepen (trekt vooral betrokkenen).
- Verwachting dat één dialoog representatief is voor het hele publiek.

3. Organisatie van de dialoog

De grootste meerwaarde van het organiseren van de dialogen is dat het kleinschalig is en face-to-face waardoor er meer diepgang en wederzijds begrip ontstaat. Vooral omdat dit in contrast is met de gebruikelijke afstandelijke, online interactie tussen journalisten en het publiek. Hierbij is het van belang dat het zo wordt opgezet dat er gelijkwaardigheid en veiligheid is tussen alle deelnemers (journalisten en burgers) die met elkaar in gesprek gaan. Dit vereist een persoon die de organisatie op zich kan nemen (incl. werving van deelnemers), (financiële) middelen, een goede locatie en een professionele, ervaren gespreksleider. Het is effectief om zorgvuldig na te denken over de locatie van de dialoog. Voor sommige groepen, met name moeilijk bereikbare of gemarginaliseerde groepen, kan het veel betekenen wanneer de bijeenkomst plaatsvindt in hun eigen leefwereld of op een vertrouwde plek. De inspanning om naar hen toe te komen kan op zichzelf al bijdragen aan waardering en vertrouwen.

Succesfactoren zijn:

- Kleinschalige opzet (max. 12 deelnemers inclusief journalisten).
- Fysieke, neutrale, goed bereikbare locatie.
- Professionele en onafhankelijke gespreksleider.
- Heldere en goede communicatie vanuit organisatie.

Wat werkt minder:

- Onvoldoende tijd of middelen om dialoog te organiseren.

4. Verloop van de dialoog

De manier waarop het gesprek verloopt bepaalt of burgers zich gehoord voelen en of het wij-zij-denken afneemt. Zo werd het erg gewaardeerd wanneer journalisten een open, reflectieve

en kwetsbare houding aannamen. Verder werd het gewaardeerd dat iedereen door elkaar in een kring zat (geen onderscheid en afstand tussen journalist en publiek), en dat de journalisten actief deelnamen aan stellingen of vragen waardoor iedereen's perspectief aan bod kwam en er gelijkwaardigheid was. Hierbij speelt de onafhankelijke gespreksleider een grote rol. Deelnemers ervoeren het als prettig wanneer de gespreksleider de regie hield en oog had voor iedereen. In sommige gevallen nam een deelnemer de overhand, maar door goede begeleiding van de gespreksleider werd dit ingeperkt.

"Het maakte echt verschil dat de hoofdredacteur zelf aanwezig was en zich open en kwetsbaar opstelde. Doordat zij (red. journalisten) hun dilemma's uitlegden en ook toegaven dat volledige objectiviteit niet bestaat, ontstond er een gelijkwaardig gesprek. Je zat niet tegenover 'de krant' als instituut, maar met mensen. Dat je elkaar in de ogen kunt kijken en elkaar kunt bevragen, zorgt voor meer begrip en vertrouwen. Hun intenties zijn goed." –
Deelnemende burger

Succes factoren zijn:

- Open, kwetsbare en luisterende houding van journalisten (uitleg geven, niet verdedigen).
- Ruimte voor ervaringen en kennis van burgers.
- Actief bewaken van spreektijd en groepsdynamiek, met ruimte voor diepgang door bijvoorbeeld de groep tijdelijk in kleinere groepen op te breken.
- Professionele opzet en afbakening van verschillende onderdelen van de dialoog door gespreksleider.

Wat werkt minder:

- Iedereen (precies) evenveel spreektijd willen geven in alle onderdelen waardoor alle reacties erg op de oppervlakte blijven.
- Defensieve reacties.

5. Na afloop: terugkoppeling en opvolging

Impact is alleen aanwezig wanneer redacties expliciet laten zien welke input is meegenomen en verwerkt. Zo gaven burgers aan het fijn te vinden er iets over terug te lezen. Dit creëert vertrouwen bij de burgers. Zonder zichtbare follow-up blijft de waarde van de dialoog beperkt zowel voor burgers (dan heeft het alleen effect op hoe zij persoonlijk naar de journalist kijken) als voor de redactie (de gedane inzichten verdwijnen 'in de la').

"De lessen zitten wel in het achterhoofd, maar zijn nog niet gedeeld op de redactie en hebben nog niet geleid tot veranderingen op de werkvloer. Tegenspraak op de redactie organiseren (red. suggestie van deelnemers) was al het plan, maar dat is nog niet gebeurd. Ik weet ook nog niet of dit echt zoden aan de dijk zet – het is vooral een spiegel die wordt voorgehouden." – Deelnemende journalist

Succes factoren:

- Expliciete terugkoppeling naar deelnemers (bij wijze van in redactioneel commentaar): wat zijn de ervaringen van de journalisten, wat is opgehaald en wat wordt daarmee gedaan?
- Interne bespreking of terugkoppeling aan redactie.
- Zichtbare (kleine) aanpassingen of veranderingen (bijv. taalgebruik, koppen of onderwerpen).

Wat werkt minder:

- Niet aan deelnemers meegeven wat de journalisten met de input van plan zijn.
- Geen terugkoppeling achteraf naar deelnemers en redactie.
- Dialoog als een eenmalige, losstaande activiteit zien; dan blijft het bij een 'leuke' en 'leerzame' avond, maar is de structurele impact klein.

Kort op een rij:

Versterkende factoren

- Aanwezigheid en openheid van hoofdredactie.
- Een afgebakend gedeeld doel voor dialoog, met passende werving en verloop van dialoog.
- Serieus nemen van de input van de burgers.
- Kwetsbaarheid van journalisten (twijfel durven tonen, fouten erkennen).
- Concrete casussen uit de praktijk (daar leren burgers veel van).
- Goede gespreksleiding (balans, veiligheid).
- Kleinschaligheid met ruimte voor diepgang.
- Gelijkwaardigheid en face-to-face contact (kringopstelling, bewegen, geen podium).
- Actieve implementatie en terugkoppeling naar redactie en burgers.

Beperkende factoren

- Onhelder doel of onduidelijke verwachtingen vooraf.
- Gebrek aan zicht op wat er met de opbrengst gebeurt.
- Selectie van vooral betrokken, hoger opgeleide en mediagezinde burgers (gebrek aan diverse of minder gehoorde perspectieven).
- Beperkte ruimte voor scherpe of confronterende kritiek.

Reflectie

Voor deze impactanalyse werd de hoofdvraag gesteld: Hoe beïnvloeden burgerdialogen de relatie tussen lokale en regionale journalisten en hun publiek, en welke factoren bepalen de (duurzame) impact van deze dialogen?

De analyse laat zien dat burgerdialogen invloed hebben op de relatie tussen lokale en regionale journalisten en hun publiek op voornamelijk persoonlijk niveau. Door face-to-face in gesprek te gaan, krijgen burgers inzicht in journalistieke afwegingen en dilemma's en ervaren journalisten als benaderbaar en zien hun goede intenties, terwijl journalisten hun publiek leren kennen buiten online reacties om en krijgen nieuwe inzichten in het perspectief van het publiek. Dit leidt bij burgers tot meer nuance in hoe zij naar journalisten kijken en meer

mediawijsheid, en leidt bij journalisten tot meer publiekswijsheid en besef van het publieksperspectief. Tegelijkertijd verandert het algemene beeld over de journalistiek beperkt, en wordt weinig van de opgedane kennis toegepast of teruggekoppeld in het redactionele werk. Dit laatste is met name funest voor de impact. Wanneer er geen inhoudelijk doel is en er niets met de inzichten wordt gedaan heeft dit een averechts effect op de relatie met burgers en daalt het vertrouwen en begrip van burgers. Dit vereist ook een open, nieuwsgierige, wederkerige houding van de journalisten.

"Ik heb er niet heel veel uit meegenomen waar ik echt wat aan heb. Het was vooral leuk om te vertellen hoe wij werken en wat vooroordelen weg te nemen. Het is ook niet de bedoeling om heel direct in contact te blijven. Mensen hebben toch een duidelijke mening; die overtuig je niet zomaar. Soms merk je ook dat mensen gewoon niet goed begrijpen hoe journalistiek werkt." – Deelnemende journalist

De (duurzame) impact van burgerdialogen hangt dus sterk af van een aantal randvoorwaarden. Een helder en gedeeld doel, een zorgvuldige organisatie en werving, open en luisterende journaliste, professionele gespreksleiding en zichtbare opvolging bepalen in of deelnemers het gevoel hebben dat hun inbreng ertoe doet en ze gehoord worden. Zonder terugkoppeling of doorwerking blijft de impact vooral beperkt tot een positieve, maar tijdelijke ervaring.

Advies: doelgericht, gelijkwaardig, wederkerig en opvolging

Wanneer redacties burgerdialogen inzetten om de relatie met het publiek te versterken, is het essentieel dat dit gebeurt vanuit een gezamenlijk en concreet doel. Een dialoog is geen op zichzelf staand gesprek, maar een middel om samen te werken aan een gedeelde ambitie: betere journalistiek en een sterkere relatie tussen redactie en publiek. Het uitgangspunt moet zijn: *we hebben hier allebei iets aan, en we doen dit samen.*

Dat vraagt om een specifieke doelstelling die past bij de methode én om gerichte werving van een duidelijke doelgroep – geen algemene oproep in de krant, maar bewuste selectie.

Een onafhankelijke organisatie en gespreksleider is aan te bevelen om kwaliteit en gelijkwaardigheid te waarborgen en tijdsdruk of financiële druk bij journalistieke organisaties

weg te nemen. Tijdens de dialoog moet de opstelling – letterlijk en figuurlijk – gelijkwaardig zijn. Goede voorbereiding is daarbij essentieel: journalisten moeten bereid zijn zich echt te verdiepen, deelnemers moeten worden uitgenodigd en geïnstrueerd zijn over het doel van de dialoog, om op die manier concrete voorbeelden en ervaringen in te kunnen brengen.

Tot slot is terugkoppeling essentieel voor impact. Zowel intern (naar de redactie) als extern (naar de deelnemers) moet helder worden wat er met de opbrengsten gebeurt. Zonder zichtbare opvolging blijft een dialoog een eenmalige ontmoeting; met concrete terugkoppeling wordt het een stap richting een duurzame relatie.