

Grappen met tanden

Een vergelijking van satirisch nieuws met traditionele journalistiek

Student Name: Merel Smeets

Student Number: 749259

Supervisor: Chris Aalberts

Master Media Studies - Media & Journalistiek

Erasmus School of History, Culture and Communication

Erasmus University Rotterdam

Master's Thesis

June 2025

Word Count: 19920

GRAPPEN MET TANDEN

ABSTRACT

In deze thesis wordt onderzoek gedaan naar het productieproces van satirisch nieuws. Programma's zoals Lubach, Even tot Hier en Dit Was Het Nieuws worden door een groot publiek bekeken, net als online platform De Speld en radioprogramma Spijkers met Koppen. Er is nog relatief weinig onderzoek naar productieprocessen, vooral specifiek binnen dit genre. Daarom wordt met dit onderzoek antwoord gegeven op de onderzoeksvraag: "Hoe komt satirisch nieuws tot stand?" Deze onderzoeksvraag wordt beantwoord met een netwerkanalyse en diepte-interviews met makers. De netwerkanalyse biedt inzicht in de groep makers die verantwoordelijk is voor de inhoud van deze satirische producties. De diepte-interviews bieden inzicht in de praktijk op de redactie en gaan in op de inhoudelijke en praktische keuzes die worden gemaakt tijdens het productieproces. Ook wordt er gekeken naar de visie van de makers op hun eigen verhouding tot de journalistiek: zien zij zichzelf als journalisten, komieken of iets daar tussenin? Omdat satirische nieuwsprogramma's veel inhoudelijke en visuele overeenkomsten lijken te hebben met traditionele journalistiek, wordt het productieproces ervan ook vergeleken met het journalistieke productieproces. De journalistieke praktijk wordt geschetst in het theoretisch kader, waarna uit de diepte-interviews de praktijk van satirisch nieuws blijkt.

Uit het onderzoek bleek ten eerste dat het netwerk van makers van satirisch nieuws in Nederland relatief klein is, in de zin dat een kleine groep redacteuren voor verschillende satirische programma's werkt. Dit zorgt er mogelijk voor dat er geen divers beeld van de actualiteiten wordt gegeven in deze programma's. Ten tweede werd geconcludeerd dat deze redacties volgens vaste routines werken die in grote lijnen overeenkomen met de routines op een traditionele nieuwsredactie, maar in bepaalde opzichten ook verschillen. De productieverschillen die er zijn, lijken voort te komen uit een belangrijk inhoudelijk verschil tussen de twee genres: satirisch nieuws is niet alleen gericht op het verslaan van de actualiteiten, oftewel informatievoorziening, maar voegt een laag van humor en maatschappijkritiek toe aan die actualiteiten. Hierbij wordt het werk van journalisten dus als basis genomen, waarna de satire hier aan toegevoegd wordt. Die satirische laag krijgt inhoudelijk voorrang, wat ook tot kleine verschillen in het productieproces leidt. Zo wordt er veel waarde gehecht aan de manier waarop grappen vallen bij eigen crew tijdens de vergaderingen en repetities. Ook wordt er tijdens het schrijfproces constant in het oog gehouden of een stuk genoeg mening van de maker vertolkt, en of er om gelachen kan worden.

KEYWORDS: *Satire, Journalistiek, Actualiteiten, Productieproces, Democratie*

**“Dwazen hebben een niet te versmaden eigenschap:
ze zijn de enigen die ronduit de waarheid zeggen.”**

(Erasmus, *De lof der zotheid*, 1511, p. 125).

Inhoudsopgave

1. Inleiding	5
1.1 - Het raakvlak van satire en journalistiek	5
1.2 - Eerdere onderzoeken	7
2. Theoretisch kader	9
2.1 - Journalistiek en de democratie	9
De rol van journalistiek	9
Journalistieke codes	11
Fig. 1: Kenmerken van de journalistiek	12
Alternatieve journalistiek	12
2.2 - Satire	13
De rol van satire	13
Satire in Nederland	14
2.3 - De grens tussen satire en journalistiek	15
De rol van de satiricus en journalist	15
Satire als controle op reguliere journalistiek	16
De perceptie van satirisch nieuws	16
2.4 - Het productieproces van (satirisch) nieuws	17
Hierarchy of influences	17
Figuur 2. Het hierarchy of influences-model	18
Nieuwswaarden	19
Fig. 3: Een overzicht van de nieuwswaarden	20
3. Methode	22
Fig. 4: Een overzicht van de producties die in deze thesis besproken worden	24
3.1 - Netwerkanalyse	24
Methodekeuze	25
Dataset	25
Fig. 5: Overzicht van satirische programma's die zijn meegenomen in de netwerkanalyse, maar uitgesloten van de rest van het onderzoek	26
Operationalisatie	27
3.2 - Diepte-interviews	27
Methodekeuze	27
Dataset	27
Fig. 6: Een overzicht van de deelnemers van de diepte-interviews	28
Operationalisatie	29
Fig. 7: Topicijst	30
Analysemethode	30
Fig. 8: Codeboom van de thematische codering van de diepte-interviews	32
3.3 - Validiteit en betrouwbaarheid	32
4. Resultaten	35
4.1 - Netwerk van makers	35
Het werkveld	35
Fig. 9: Overlap tussen satirische redacties	36

Fig. 10: Overzicht van personen die voor meerdere programma's schrijven	37
Loopbaan	38
Zelfbeeld van de schrijver	39
Identiteit van de redactie	40
Relatie tot het publiek	41
4.2 - Productieproces	42
Rolverdeling en hiërarchie	42
Fig. 11: Omschrijving van de functies in een satirische productie	43
Informatie en ideeën verzamelen	44
Onderwerpkeuze en nieuwswaarde	45
Schrijfproces	47
Materiaal toetsen en selecteren	47
Rol van de presentator	49
4.3 Satirisch nieuws in verhouding tot de journalistiek	50
Doel en mikpunt van de satire	50
Verschil tussen satire en journalistiek	51
5. Conclusie	54
Tot slot	57
Suggesties voor volgend onderzoek	58
Bronnenlijst	59
Bijlagen	65
Bijlage 1 - Netwerkanalyse	65
Fig. 1: Overzicht van inhoudelijke medewerkers van Nederlandse satirische nieuwsproducties	65
Bijlage 2 - Interviewcodering	71
Bijlage 3- Declaration Page: Use of Generative AI Tools in Thesis	104

1. Inleiding

Satirisch nieuws brengt veel mensen in aanraking met de actualiteiten, op een luchtige manier. In Nederland worden programma's zoals *Even tot Hier*, *Dit Was Het Nieuws* en *Lubach* zeer goed bekeken: ze trekken regelmatig een miljoen kijkers of meer per aflevering (Kok, 2025; Mediacourant, 2025; Zuidberg, 2024). Ook zijn er sites zoals *De Speld* en *Nieuwspaal* die satirisch nieuws plaatsen met miljoenen weergaven op jaarbasis (De Speld & Partners, 2024; Nieuwspaal, z.d.) en populaire radioprogramma's zoals *Spijkers met Koppen* waarin wekelijks voor 500.000 luisteraars op satirische wijze over de actualiteiten wordt gepraat (BNNVARA, 2021). In Amerika en Engeland heb je vergelijkbare programma's zoals *The Daily Show*, *The Colbert Report* en *Saturday Night Live*. Satirische nieuwssite *The Onion* komt vrijwel een-op-een overeen met de essentie van de Nederlandse varianten en ook daar heb je satirische radioprogramma's die net als de Nederlandse varianten humor en een scherpe mening inzetten om verslag te doen van wat er gebeurt in de wereld.

Het genre bereikt een groot publiek, en vertoont veel overeenkomsten met nieuwsprogramma's. Dit roept de vraag op wat de overeenkomsten en verschillen zijn tussen satirisch nieuws en journalistiek nieuws. Dat wordt in deze thesis onderzocht. Dit wordt gedaan door een beeld te vormen van het productieproces van satirisch nieuws en dit te vergelijken met de productie van 'normale' nieuwsprogramma's. Hierbij worden zowel het netwerk van makers als hun routines geanalyseerd, en wordt bovendien gekeken naar hoe makers hun eigen vak zien.

1.1 - Het raakvlak van satire en journalistiek

Satire is een genre dat kritiek geeft op de zittende macht, in een komische vorm. Satirici controleren de politiek, net als journalisten. Een belangrijk verschil is echter dat satire óók de journalistiek en andere media bekritiseert. Voor satire is niemand veilig: ook niet de andere mediamakers.

Dat het genre 'satirisch nieuws' verschilt van traditionele journalistiek is onder andere ook te zien aan het feit dat het de journalistieke codes niet hoeft te volgen. Dat dit soms verwarrend kan werken, blijkt uit twee artikelen op de website van de Ombudsman van de NPO (Ombudsman Publieke Omroep, 2021; Ombudsman Publieke Omroep, 2023). De artikelen gaan over de programma's van Arjen Lubach, waarvan mensen niet altijd doorhebben dat het geen traditioneel nieuwsprogramma is. Men klaagt daarom dat hij zich niet aan de journalistieke code houdt. De Ombudsman reageert hierop dat Lubach dat ook niet hoeft te doen, omdat het programma onder 'satire' valt en niet onder 'journalistiek'.

Uit onderzoek is gebleken dat kijkers zich bewust zijn van het feit dat ze naar een satirisch programma kijken, en daarom ook de informatie niet zo letterlijk nemen als bij traditionele journalistieke programma's (Burgers & Brugman, 2022). Dit is een reden waarom dit genre belangrijk is om te onderzoeken: het publiek ziet de programma's als een medium dat hun vertelt wat er speelt op

een vermakelijke manier, maar zien de makers dat zelf ook zo? Zijn de grenzen voor hen net zo vaag als voor het publiek?

Lubach is niet de eerste die de randjes van het genre opzoekt. Eind jaren tachtig raakten Wim de Bie en Kees van Kooten met hun programma *Keek op de Week* vaak op vergelijkbare manier een gevoelige snaar in de manier waarop ze de zittende macht bekritiseerden. *Keek op de Week* was in die tijd recht na het journaal geprogrammeerd: gelijk na de weersvoorspelling begonnen Van Kooten en de Bie met hun satirische programma. Ze zaten letterlijk dicht op de actualiteit, en voelden daarom zelf na een tijdje ook de noodzaak om hun mening over de actualiteiten te delen, zelfs als dat betekende dat de komedie even wegviel en plaatsmaakte voor emotie. Ze zeggen hier zelf het volgende over in de documentaireserie *Van Kooten & De Bie sloegen weer toe!*:

“Kees van Kooten: “Dat is misschien wel de lijn dat het ons op den duur niet meer zo kon schelen wat men er van vond, en dat Wim op een gegeven moment fantastische woede-aanvallen kreeg met het schuim op zijn bek en dat we dan regelrecht persoonlijke aanvallen deden. Als we vonden dat die persoon het te bont had gemaakt en dat verdiende.”

Interviewer: “Terwijl je daarmee eigenlijk de satire overscheidt...”

Wim de Bie: “Dat is nou juist de reden om dat wél te doen. Om te kijken wat dat betekent.”

Kees van Kooten: “Na een hele omweg met tientallen pruiken en brillen dachten we af en toe als het te gek werd: “Dat is niet in te vullen door een type, en bovendien verschuilen we ons dan achter een type. Laten we het eens rechtuit zeggen.” En dat is wel steeds persoonlijker geworden”” (Van Kooten & De Bie, 2012, 5:35–6:20).

Zoals Van Kooten en De Bie hier aangeven, is de grens tussen satire en expliciet politiek commentaar een dunne lijn. Ook tussen satire en komedie valt soms weinig te differentiëren, al is het verschil wat duidelijker: in satire zit naast humor ook een duidelijke mening. Roel Maalders, programmamaker van satirisch programma *Plakshot* zegt hier het volgende over:

“In alle items die we maken, moeten twee lagen zitten: je wilt er wat mee zeggen, dat heb ik weleens de Bas Heijne-laag genoemd, en het moet grappig zijn, de André van Duin-laag. Als het alleen maar grappig is, maak je komedie, en in het andere uiterste schrijf je een essay. Wat we ermee willen zeggen, moet het startpunt zijn. Daarna komt pas de lol, hoe je het grappig

maakt. De vraag is altijd: waar zit het pijnpunt voor degene over wie je satire maakt?”
(Volkskrant Magazine, 2025, p. 16)

Uiteindelijk speelt satire veel verschillende rollen. Het verspreidt een boodschap, waarmee het zowel de politiek controleert als het publiek uitnodigt tot nadenken. Welk effect de programma's uiteindelijk op de kijker hebben is iets voor een ander onderzoek, maar in dit onderzoek wordt (volgens goed mediastudies-gebruik) in ieder geval gekeken naar de intentie. Roel Maalderink vat dit samen:

“Met satire creëer je in het beste geval een zekere lenigheid bij de kijker om vanuit een ander perspectief naar de actualiteit te kijken. Dat hoop ik in ieder geval met Plakshot te bereiken. Ik hou ervan als de bedoeling een beetje raadselachtig blijft, zodat mensen het op verschillende manieren kunnen interpreteren” (Volkskrant Magazine, 2025, p. 16).

Door te onderzoeken wat het productieproces van satirisch nieuws is, en hoe dit overeenkomt met journalistiek, wordt antwoord gegeven op de volgende onderzoeksvraag:

Hoofdvraag: Hoe komt satirisch nieuws tot stand?

Omdat deze vraag uit meerdere delen bestaat, wordt het onderzoek opgesplitst in drie deelvragen:

Deelvraag 1: Hoe is het netwerk van makers van Nederlands satirisch nieuws opgebouwd?

Deelvraag 2: Hoe verloopt het productieproces van satirisch nieuws?

Deelvraag 3: Hoe verhoudt het productieproces van satirisch nieuws zich tot de journalistiek?

1.2 - Eerdere onderzoeken

Satirisch nieuws als komische kritiek op de politiek is tot nu toe voornamelijk onderzocht binnen de context van het effect dat het heeft op het stemgedrag en politieke kompas van kijkers (i.e. Boukes et al., 2015; Lee & Kwak 2014; Becker, 2020; Hoffman & Young, 2011) en de invloed van satirische berichtgeving op het politieke discours (i.e. Stroud & Muddiman, 2013). Een mogelijke reden voor die focus is dat programmamakers van satire een rol in het politieke debat spelen die vergelijkbaar is met dat van andere nieuwsaanbieders. Hierdoor kan het verschil met traditionele journalistiek onduidelijk worden voor publiek (Nicolai et al., 2022). Naast onderzoek naar de effecten van satire op het publiek, is er ook een grotere trend in het wetenschappelijk debat waarin satirisch nieuws wordt weggezet als afgezwakte variant van de hardere, ‘traditionele’ berichtgeving. Concepten zoals *soft news*, *tabloidization*, *infotainment* en sensationisme worden hierbij gebruikt om aan te geven dat dit soort nieuws afwijkt van *hard news* (Otto et al., 2017, p. 142).

Waar het in communicatiestudies en politieke studies vaak gaat over het effect van mediaproducten, wordt in mediastudies eerder gekeken naar het mediaproduct zelf. Zo is er bijvoorbeeld kwantitatief onderzoek gedaan naar de tekstuele kenmerken van satirisch nieuws, en hoe die kenmerken ervoor zorgen dat het te onderscheiden is van regulier nieuws (Rubin et al., 2016). Vaak is er echter weinig oog voor het productieproces dat voorafgaat aan het mediaproduct. Specifiek op Nederlandse bodem is er zelfs vrijwel geen onderzoek naar productieprocessen gedaan. Alleen al daarom zou dit onderzoek nieuwe inzichten geven in het productieproces van dit genre.

Er zijn wel andere onderzoeken die kijken naar de overlap tussen journalistiek en satire, al gaat dit meestal over Amerikaanse mediaproducten. Iqbal Habib deed in 2014 bijvoorbeeld kwalitatief onderzoek naar de rol van journalistieke waarden in het programma *The Daily Show with Jon Stewart* (Habib, 2014). Ook is er onderzoek gedaan naar Zweedse en Finse televisieprogramma's, waarin werd gekeken naar de verhouding tussen de programma's en traditionele journalistieke waarden (Koivukoski, & Ödmark, 2020). Nederlandse programma's zijn hierin nog redelijk onderbelicht, al zijn de programma's van Arjen Lubach (*Zondag met Lubach* en *De Avondshow met Arjen Lubach*) wel onderwerp van onderzoeken en met name van veel niet-wetenschappelijke artikelen over de grens tussen satire en journalistiek.

2. Theoretisch kader

Over de praktische kant van het productieproces van satirisch nieuws zijn veel niet-wetenschappelijke teksten geschreven, bijvoorbeeld in de vorm van interviews met satirici. Vooral Arjen Lubach is vaak onderwerp van deze interviews. In zijn boek *Stoorzender* schrijft hij het volgende over dit proces:

“Over een paar weken beginnen de voorbereidingen van mijn televisieprogramma [*Zondag met Lubach*, MS]. In die periode onderzoeken we mogelijke onderwerpen en schrijven we al lapjes van verhalen die we later aan elkaar proberen te naaien, zonder de moordende deadline die in de uitzendweken over de werkdagen ligt. (...) Op woensdag is er vaak nog niks, op zondag moet ik een half uur lang grappen maken die inhoudelijk ook nog eens ergens op slaan” (Lubach, 2020, p. 226).

Dit is in vogelvlucht hoe Lubach het productieproces van een mediaproduct omschrijft, maar voor dit onderzoek wordt hier veel uitgebreider op ingegaan en wordt ook gekeken naar de overeenkomende praktijken tussen verschillende satirische media.

In dit hoofdstuk wordt eerst uitgewerkt wat de rol van journalistiek is in onze samenleving. Vervolgens wordt het genre ‘satire’ en ‘satirisch nieuws’ geïntroduceerd als aanvulling op de reguliere journalistiek. Als de genres zijn uitgewerkt, wordt in paragraaf 2.3 satire met journalistiek vergeleken. Tenslotte worden in paragraaf 2.4 ook het *hierarchy of influences*-model en het concept ‘nieuws waarde’ uitgewerkt, omdat de analyse uitgevoerd wordt aan de hand van die begrippen.

2.1 - Journalistiek en de democratie

Journalistiek speelt een belangrijke rol in een gezonde democratie. De trias politica, zoals Montesquieu die omschreef, scheidt de rechtsstaat in drie machten: de wetgevende, uitvoerende en rechtsprekende macht. Door deze machten te scheiden kunnen ze elkaar controleren, maar wie controleert die machten? De journalistiek wordt vaak gezien als vierde, controlerende macht. Omdat niet van elke burger verwacht kan worden dat zij los van elkaar op zoek gaan naar een waarheidsgetrouw beeld van de feiten, doet de journalistiek dit en koppelt dat terug naar het volk. De journalistiek zorgt er zo voor dat de andere machten niet té machtig worden (Montesquieu Instituut, z.j.). In deze paragraaf worden die rol, de manier waarop dat wordt georganiseerd en de gebreken ervan uitgewerkt.

De rol van journalistiek

Journalistiek vervult verschillende rollen in de samenleving. In de geschiedenis van journalistiek-studies wordt hier ook steeds anders naar verwezen, hoewel er wel veel overlap is in de

essentie van die rollen (Hanitzsch, 2017, p. 117; Harcup, 2020, p. 31). De veelheid aan termen komt echter steeds eigenlijk op dezelfde vier rollen neer, die hier uitgewerkt worden.

De eerste rol van de journalistiek is informatievoorzienend en faciliterend. De media staat in die zin in dienst van het volk: ze geven hen de informatie die ze nodig hebben voor geïnformeerd burgerschap. Geïnformeerd burgerschap is essentieel voor een goed functionerende democratie: het volk moet op de hoogte zijn van de politiek, om deze te kunnen controleren en steunen (Grabe, 2016, p. 217).

Ten tweede is de journalistiek er om de staat te monitoren en aan de bel te trekken wanneer die niet goed functioneert. Ook kan er met de staat samengewerkt worden om bepaalde boodschappen te verspreiden, om het volk op de hoogte te houden van ontwikkelingen in de politiek. Dit kan gaan op basis van berichten die de politiek zelf aan de journalistiek geeft, maar als er misstanden zijn is de journalistiek er ook om dat te signaleren en aan het volk te melden (Hanitzsch, 2017, p. 117).

Sommige mediawetenschappers, zoals Donsbach and Patterson (2004) en Hanitzsch (2007) hebben deze rollen op een schaal geplaatst, waarbij ze bijvoorbeeld gegroepeerd werden van actief tot passief en neutraal tot opiniërend met betrekking tot de mate waarin ze een rol spelen in het publieke debat (Donsbach & Patterson, 2004 in Hanitzsch, 2017, p. 117). Naast dat de rollen in de literatuur steeds anders genoemd worden, zijn ze ook per cultuur en land verschillend (Hanitzsch & Vos, 2019, p. 148). Dat duidt er al deels op dat deze rollen niet echt bestaan, maar alleen benamingen zijn voor fenomenen die worden waargenomen. De waarheid ligt daarom ergens tussen al die benamingen (Hanitzsch & Vos, 2019, p. 151-152).

Hanitzsch & Vos (2019) maken bovenstaande overweging, maar concluderen wel dat de journalistiek zich uiteindelijk voornamelijk manifesteert in twee delen van de samenleving: de politiek en het dagelijks leven. Journalistiek is iets wat (afhankelijk van hoe passief of actief je hun rol wilt benaderen) verslag doet van de politiek, deze controleert en hier zelfs invloed op kan hebben (Hanitzsch & Vos, 2019, p. 152-156). Tegelijkertijd speelt het in het persoonlijke, alledaagse leven een vermakende, commerciële rol (Hanitzsch & Vos, 2019, p. 156-159). Dit is een hele inclusieve benadering van de journalistiek, waarbij ook "*soft news*" een rol krijgt in plaats van alleen harde berichtgeving. Dat houdt in dat dit niet alleen 'harde' berichtgeving (actuele nieuwsfeiten) een plek krijgen in de media, maar ook onderwerpen die wat minder actueel zijn en bijvoorbeeld meer ingaan op lifestyle en entertainment (Otto et al., 2017, p. 142). Dit is in dit onderzoek erg relevant, omdat satirisch nieuws hierdoor ook gezien kan worden als een medium dat zich in dezelfde delen van de samenleving afspeelt als journalistiek nieuws. Hierover in de volgende paragraaf meer, maar eerst iets over hoe de journalistiek zich organiseert.

Journalistieke codes

Hoewel journalistiek geen beschermd beroep is, zijn er wel richtlijnen waar een betrouwbaar journalist zich aan dient te houden. Die richtlijnen staan beschreven in journalistieke codes, die per land (en soms zelfs per bedrijf) verschillen. De journalistieke codes die door de meeste journalisten in Nederland worden aangehouden zijn de *Code voor de Journalistiek* van het Nederlands Genootschap van Hoofdredacteuren (2008), de *NVJ-code* van de Nederlandse Vereniging voor Journalisten (2019) en de *Leidraad* van de Raad voor de Journalistiek (2010). Deze zijn grotendeels gebaseerd op internationale verdragen en richtlijnen voor journalistiek, waarvan de bekendste de *Code van Bordeaux* (International Federation of Journalists, 1986) en diens opvolger *Global Charter of Ethics for Journalists* (International Federation of Journalists, 2019) zijn. Ook stellen mediabedrijven vaak eigen richtlijnen op voor hun journalistieke medewerkers. Zo hebben de kwaliteitskranten hun eigen stijlboeken en codes (i.e. Volkskrant, 2013; NRC, 2017) en is er voor de omroepen de overkoepelende *Code Journalistiek Handelen* van de Ombudsman (2023).

De strekking van de meeste journalistieke codes is opgebouwd uit drie onderdelen. Ten eerste moet er evenwichtig gekeken worden naar (nieuws-)feiten. Hiermee wordt bedoeld dat alle kanten van een verhaal belicht moeten worden. Ten tweede wordt er gestreefd naar waarheidsvinding. Hiermee wordt niet bedoeld dat de absolute waarheid gevonden kan worden, maar wel dat er gestreefd moet worden naar een verhaal dat zo veel mogelijk overeenkomt met de realiteit. In de codes vind je namelijk terug dat er evenwichtig, transparant en onafhankelijk verslaggeving moet plaatsvinden, maar wordt ook benadrukt dat totaal neutrale of objectieve journalistiek niet mogelijk is. Ten derde moet er volgens de codes oog zijn voor de betrokkenen. Hiermee wordt bedoeld op bescherming van de privacy van daders, slachtoffer en bronnen. Als informatie over hun identiteit relevant is voor het verhaal, wordt hier een uitzondering op gemaakt. Tenslotte dient de journalist transparant te zijn over waar ze hun informatie vandaan halen, zodat het publiek de informatie kan controleren (Nederlands Genootschap van Hoofdredacteuren, 2008; Nederlandse Vereniging voor Journalisten, 2019; Raad voor de Journalistiek, 2010).

De onafhankelijke, genuanceerde houding die journalisten volgens deze codes dienen aan te nemen, ligt ook ten grondslag aan de definitie die Rijssenius (2014) geeft van de journalistiek. Volgens hem is de essentie van journalistiek dat het objectief is, en dus niet beladen met meningen en belangen (Rijssenius, 2014, p. 97). In zijn boek *Het Journalistieke Weten* onderscheidt hij acht regels waaraan een journalist zich dient te houden, die daarmee ook de essentie van de journalistiek weergeven. Deze zijn in onderstaande tabel samengevat weergegeven, en in verband gebracht met termen die vaak worden gebruikt als het over kenmerken van de journalistiek gaat:

Fig. 1: Kenmerken van de journalistiek

Journalistieke richtlijn (Rijssemus, 2014, p. 57-102)	Verwante termen
Een journalist selecteert nieuws op basis van het algemeen belang	Nieuwswaarde
Een journalist baseert zich op de feiten, checkt de feiten en onthoudt zich van interpretatie	Factchecking, researchers
Een journalist publiceert wederhoor	Hoor en wederhoor, transparantie
Een journalist is een vlieg op de muur	Neutraliteit
Een journalist laat de feiten voor zich spreken, brengt meningen in balans en onderscheidt ze van feiten en hanteert objectieve taal	Neutraliteit, onafhankelijkheid, neutraal taalgebruik

Alternatieve journalistiek

De journalistiek heeft, ondanks haar belangrijke rol voor de democratie, ook haar gebreken. Zo lukt het de journalistiek niet altijd om het volk te bereiken. Enerzijds omdat de journalistieke instituten lange tijd waren vastgeroest in traditionele methoden van nieuwsverspreiding, en dus bijvoorbeeld de jongere generatie niet goed bereikten omdat ze bleven publiceren via kranten in plaats van websites en sociale media. Hoewel daar nu wel verandering in aan het komen is, is er ook een dieper onderliggend gebrek. De journalistiek is namelijk niet altijd een goede stem voor gemarginaliseerde groepen. Doordat die groepen niet vertegenwoordigd worden, voelen ze zich ook minder snel geroepen om op de hoogte te blijven van het nieuws.

Chris Atton (2009) signaleert een stroming van journalistiek die hij de ‘alternatieve journalistiek’ noemt: een vorm van journalistiek die de traditionele nieuwsmedia aanvult en controleert, om op te komen voor groepen en individuen die daarin normaal gesproken niet vertegenwoordigd worden. Alternatieve journalistiek is volgens hem een vorm van journalistiek die vanuit het volk ontstaat, en zich dus ook minder bezighoudt met de routines die op journalistieke redacties de werkmethode en daarmee ook het journalistieke product bepalen (Atton, 2009, p.7). Satire kan gezien worden als een vorm van alternatieve journalistiek: het is een tegengeluid op wat er gezegd wordt in de politiek én in de journalistiek, waar veel minder ‘regels’ aan verbonden zitten dan aan reguliere journalistiek. Om satire met deze omschrijving van alternatieve journalistiek te kunnen vergelijken, wordt nu eerst uitgewerkt wat satire inhoudt.

2.2 - Satire

Satire is een methode van retoriek, gebaseerd op vermaak en spot. Het doel ervan is om kritiek te uiten op de heersende macht; vaak een politicus of politieke partij, maar dat kan in principe elke vorm van macht zijn. Het verschil tussen komedie en satire is dus dat satire een moreel oordeel uit over de persoon of machtsgroep die het bekritiseert (Turpin & Boler, 2008, p. 401). In deze paragraaf wordt besproken wat de geschiedenis van satire in Nederland is, welke rol het speelt in de samenleving en hoe humor hierbij wordt ingezet.

De rol van satire

Door kritiek te uiten op de zittende macht, is satire net als de journalistiek een belangrijk onderdeel van de democratie. Zoals Habermas (1989) al lang geleden concludeerde, is het van essentieel belang voor een goed functionerende democratie dat het publiek op de hoogte is van wat er speelt en hierover in discussie gaat met elkaar. Gray (2009) schrijft hierover dat satirische nieuwsprogramma's, hij haalt zelf *The Daily Show* en *The Colbert Report* aan, ervoor zorgen dat het gesprek over de politiek geopend wordt. De programma's zetten (politieke) actualiteiten op de dagelijkse gespreksagenda (Gray, 2009, p. 32) waarna ook discussie over die onderwerpen kan ontstaan.

Ook makers zien dit ook zo, blijkt bijvoorbeeld uit dit stuk uit een boek van Arjen Lubach:

“Satire is wat mij betreft de vierde ring in de democratische hiërarchie. In het centrum heb je de machthebbers (‘Wij gaan heel veel geld uitgeven aan belastingvoordeel voor bedrijven’), daaromheen de oppositie (Wij vinden dat jullie te veel geld gaan uitgeven aan het belastingvoordeel voor bedrijven’), dan de pers (‘Wij controleren of het klopt dat er te veel geld aan het belastingvoordeel voor bedrijven wordt uitgegeven en informeren de mensen’) en uiteindelijk de grapjassen die ervoor zouden moeten zorgen dat niks onschendbaar wordt (‘Hier een grappige montage van degene die belastingvoordeel voor bedrijven wil invoeren, want vorig jaar zei hij nog wat anders, en kijk: hij lijkt op een mal dier’)” (Lubach, 2020, p. 234).

In dit onderzoek gaat het specifiek om satirisch nieuws: satire waarbij de actualiteiten besproken worden. De grenzen van het genre zijn vaag, wat het genre interessant en ingewikkeld tegelijkertijd maakt. Satirisch nieuws is namelijk een hybride genre, met overlap tussen journalistiek en entertainment. Het ‘nieuws’-gedeelte duidt op de actualiteiten die in deze mediaproducten besproken wordt. De entertainment-factor zit voornamelijk in de rol van humor in het mediaproduct, waarmee een duidelijk verschil te zien is met de sobere berichtgeving die traditioneel nieuws normaal kent (Koivukoski, & Ödmark, 2020, p. 743).

Satire in Nederland

Satire is een eeuwenoud genre. Deze thesis gaat in op satire in verschillende media, al was er op het gebied van media vroeger natuurlijk minder om uit te kiezen. Bekende oude satirische teksten zijn *Van den Vos Reynaerde* van Willem die Madocke Maecte (geschreven rond 1260) en *De Lof der Zotheid* van Erasmus (geschreven in 1560). Toen in het begin van de twintigste eeuw de meeste mensen een radio in huis kregen, werden daar ook satirische stukken en cabaret op uitgezonden en zo kon het genre groeien.

Vanaf de jaren vijftig maakte ook de televisie zijn intrede en kwamen er satirische programma's zoals *Zo is het toevallig ook nog eens een keer*, *Hoep!a*, *Farce Majeure*, *Hadimassa* en *Het Gat van Nederland*. Deze programma's waren vaak gericht op de actualiteiten en werden gepresenteerd of bijgewoond door komieken. Later waren Kees van Kooten en Wim de Bie met hun verschillende sketchprogramma's toonaangevend in de Nederlandse satire. In eerste instantie was dit wel satirisch ingestoken maar was er nog geen nadruk op actualiteiten, onder hun programmaam *Simplisties Verbond*. Later kwam het programma *Keek op de Week*, waarin ze op zondagavond terugblikten op de week. Hierin waren dus wel ook actualiteiten verwerkt, komisch versterkt door hun typetjes. Ook het programma *Jiskefet* was toonaangevend in de Nederlandse satire, al was ook daar beduidend minder sprake van politieke satire of andere inspelings op de actualiteiten. Het satirische programma *Kopspijkers* werd vanaf eind jaren negentig gemaakt door Jack Spijkerman en had wel weer meer journalistieke kanten; er werd veel gereageerd op fragmenten uit andere televisieprogramma's.

Tegenwoordig is er nog steeds een breed scala aan satirische mediaproducten. In het geval van deze thesis gaat het om satire dat zich ook actief richt op de actualiteiten en huidige politiek. Binnen dit specifieke gedeelte van het genre heb je op televisie de programma's *Lubach*, *Even tot Hier* en *Dit Was Het Nieuws*. Op sociale media en het internet heb je *De Speld* en *Nieuwspaal*, parodieën op reguliere nieuwsberichtgeving. Op de radio is *Spijkers met Koppen* een bekend satirisch actualiteitenprogramma en zit *Villa VdB* een beetje op het randje tussen journalistiek en satire. Naast deze voorbeelden zijn er uiteraard ook nog specifieke columns, theatershows van comedians en boeken die onder dit genre vallen, maar wegens de grote hoeveelheid individuele gevallen met relatief weinig publiek worden deze hier niet behandeld.

Satire is een populair genre, zoals te zien aan de kijk- en luistercijfers (Kok, 2025; Mediacourant, 2025; Zuidberg, 2024; BNNVARA, 2021). Ook oudere satire was populair en invloedrijk. Destijds was dit al te merken aan bijvoorbeeld de Gouden Televizier-ring die werd uitgereikt aan *Kopspijkers* (Wikipedia, z.d.-d). Ook tegenwoordig is er nog erkenning voor deze programma's: *Jiskefet* won in 2025 een Ere Zilveren Nipkowschijf voor buitengewone betekenis voor de Nederlandse televisie, en over de programma's van Van Kooten en De Bie worden tot op de dag van vandaag documentaires gemaakt (VPRO, z.d.-d; RTL Nieuws, 2025).

De populariteit van het genre is deels te verklaren doordat het lichtvoetig en toegankelijk is, en daarom een groot publiek kan trekken. Dat grote publiek hangt samen met het feit dat het genre vaak in het weekend wordt geprogrammeerd. Het publiek wil in het weekend graag lichtere stof bekijken (of horen), na een werkweek vol serieuze en informatievere programmering. Als het niet in het weekend is, dan is het wel 's avonds, waarvoor een vergelijkbare logica opgaat. Op die momenten zijn de kijk- en luistercijfers ook het hoogst, dus de programma's bereiken automatisch een groter publiek. Het gaat dus om een substantieel publiek wat deze programma's ziet (Wikipedia, z.d.-k).

2.3 - De grens tussen satire en journalistiek

Omdat satire een kritiek is op de zittende macht, gaat het vrijwel automatisch over actuele thema's. Dat er actualiteiten besproken worden, maakt echter nog niet per definitie dat het journalistiek is. In deze paragraaf wordt besproken wat de verschillen en overeenkomsten zijn in de rollen van satire en journalistiek, en hoe satire gezien kan worden als een alternatieve vorm van journalistiek. Tenslotte wordt besproken hoe satire gezien wordt door het publiek, ten opzichte van reguliere journalistiek.

De rol van de satiricus en journalist

Zowel satire als journalistiek geeft informatie over de huidige stand van zaken (en met name de zittende macht) aan het publiek. Daarbij halen ze vaak ook standpunten aan die anders onderbelicht zouden blijven (Hanitzsch, 2017, p. 117). Satirici gaan echter veel verder in het geven van hun mening. Ze hoeven zich ook niet te houden aan journalistieke codes, waardoor neutraliteit minder relevant is. Door de afwezigheid van de richtlijnen uit de journalistieke codes hebben ze de creatieve vrijheid om grappen te schrijven waarin een duidelijke mening verwerkt zit en waarmee ze vaak ook de mening van de kijker sturen.

Satirici zien zichzelf over het algemeen ook als mensen die het debat op gang brengen door het bevragen van de status quo. Ödmark & Harvard (2021) onderzochten welke rol satirici zelf vinden dat ze vervullen, net als in dit onderzoek gebeurt. Satirici identificeerden zichzelf voornamelijk met de rol van *eye-opener*, *questioner* en *reporter*. Hiermee wordt bedoeld dat de satiricus nieuwe perspectieven aanreikt (*eye-opener*), genormaliseerde gedachtegoeden bevraagt en zo het debat op gang brengt (*questioner*) en bepaalde onderwerpen agendeert (*reporter*) (Ödmark & Harvard, 2021, p. 291-292).

Dat zijn dus rollen die overeenkomen met de informatievoorzienende en monitorende rol zoals Hanitzsch (2017, p. 117) die beschrijft, maar er is toch verschil in de vorm van het product wat ze maken (Lichtenstein et. al., 2021, p. 24). Dat concluderen ook Ödmark & Harvard (2021): volgens hen lijken de doelen van een satiricus sterk op die van een journalist, maar nemen ze een duidelijk perspectief in terwijl dat in de traditionele media veel minder gedaan wordt. Zo controleert satire de 'reguliere' journalistiek en vult deze aan met andere standpunten. Dit sluit aan op het idee van

“alternatieve journalistiek” zoals onder andere Atton (2009) dat omschrijft (zie paragraaf 2.1.3) (Ödmark & Harvard, 2021, p. 291-292).

Satire als controle op reguliere journalistiek

In het wetenschappelijk debat wordt satirisch nieuws niet alleen gezien als een tegenhanger van de reguliere journalistiek, maar signaleert communicatiewetenschapper Jonas Nicolai (2022) ook dat programma's zoals *Zondag met Lubach* het journalistieke veld betreden. Hij categoriseert *Zondag met Lubach* als “*investigative comedy*”: een komisch programma dat onderzoeksjournalistiek uitvoert, en zo langzamerhand een “*quasi-insider*” in de journalistiek wordt (Nicolai et al., 2022, p. 23).

Het ‘betreden’ van journalistiek territorium kan worden gezien als iets wat ‘echte’ journalisten scherp houdt, en goed na laat denken over hun rol in de samenleving en de manier waarop ze die uitoefenen. Dat wordt in het wetenschappelijk debat ook wel een ‘*critical incident*’ genoemd (Gerbner, 1972, p. 562 in Feldman, 2007): een historisch moment dat de journalistiek dwingt om te evalueren wat hun rol in de samenleving is en welke rol hun productieproces daarin speelt. Hierbij kan gedacht worden aan incidenten zoals het Watergateschandaal, een politiek schandaal als gevolg van onderzoeksjournalistiek (Schudson, 1992 in Feldman, 2007, p. 411) maar bijvoorbeeld ook aan de aanslag op de Amerikaanse president Kennedy, wat aanzette tot nadenken over wat voor gevolgen live-verslaggeving kan hebben (Zelizer, 1992 in Feldman, 2007, p. 411).

Hoewel onder andere media-onderzoeker Geoffrey Baym (2005) en McClennen & Maisel (2014) het standpunt innemen dat satire de nieuwe vorm van politieke verslaggeving is, zijn er ook geluiden die dit juist tegenspreken. De voornaamste reden hiervoor is dat satirisch nieuws afhankelijk is van journalistiek, en dit gebruikt om hun eigen product op te baseren. Het publiek wordt hierbij wel aangemoedigd om zichzelf verder in te lezen, maar niet via het satirische product zelf (Lichtenstein, 2021, p. 23).

De perceptie van satirisch nieuws

Niet alleen voor journalisten, maar ook voor het publiek kan satire door de overeenkomst met journalistiek een verwarrend genre zijn. Aan de ene kant blijft het publiek op de hoogte van het nieuws via deze satire, maar aan de andere kant voelen ze ook aan dat het een subjectieve weergave van die gebeurtenissen is. De aard van de satirische mediaproducten is daarom dubbelzinnig: het is te informatief om alleen als komedie gezien te worden, maar tegelijkertijd is de entertainmentfactor te hoog om het volledig als journalistiek te zien. Het genre kan zichzelf daardoor soms voorbij schieten: het wil het publiek kritisch laten nadenken over de heersende macht, maar door het hoge entertainmentgehalte wordt het niet serieus genomen (Rosen, 2012, p. 21-22).

Ook in de visuele kenmerken van de programma's zitten tegenstellingen die de mediaconsument op het verkeerde been kunnen zetten. Programma's zoals *The Daily Show of De*

Avondshow met Arjen Lubach imiteren een talkshowsetting en lijken daardoor erg op een traditioneel nieuwsprogramma, maar in hun teksten verwerken ze veel komedie en inhoudelijk hebben ze ook een satirische insteek. *Even tot Hier* verwerkt het nieuws in liedjes en lijkt in dat aspect op een muziekprogramma. Websites van *De Speld* en *The Onion* zien er op het eerste gezicht uit als normale nieuwssites, maar zijn eigenlijk satirisch van aard. De kenmerken van andere genres worden zo ingezet om de kijker bepaalde verwachtingen te geven, om die verwachtingen vervolgens weer te breken.

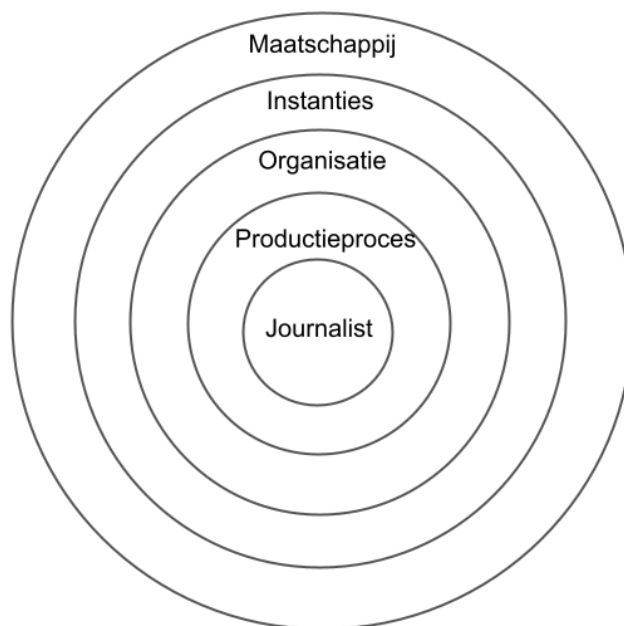
Geoffrey Baym schreef in 2008 over die combinatie van de visuele kenmerken van een satirisch programma en de inhoud die ze willen overbrengen. Hij plaatst het op een schaal van *infotainment*: van actuele onderwerpen die in een formele setting worden besproken tot aan informele onderwerpen die in een informelere setting worden besproken (Baym, 2008, p. 3). Binnen deze schaal is er dus veel variatie mogelijk, en kunnen makers van mediaproducten steeds kiezen in hoeverre ze de satire of juist de formele berichtgeving op willen zoeken. Die keuzes, zowel op uiterlijk als inhoudelijk gebied, zorgen er uiteindelijk voor dat het publiek kritisch na gaat denken en ook kan lachen. Die keuzes, en hoe die tot stand komen, worden behandeld in de volgende paragraaf.

2.4 - Het productieproces van (satirisch) nieuws

Er is, zoals hiervoor besproken, veel overlap tussen satire en traditioneel nieuws. Ook in het productieproces zit overlap. Om later in dit onderzoek het productieproces van satirisch nieuws te onderzoeken, wordt gebruikgemaakt van het *hierarchy of influences*-model en het begrip ‘nieuws waarde’. Deze begrippen worden normaal gebruikt in de context van normaal nieuws, maar in dit hoofdstuk wordt uitgewerkt waarom deze ook voor satirisch nieuws gebruikt kunnen worden.

Hierarchy of influences

Een journalistiek productieproces kan geanalyseerd worden aan de hand van het *hierarchy of influences*-model. Dit is een model dat van micro- tot macroniveau weergeeft welke factoren invloed kunnen hebben op het tot stand komen van een nieuwsproduct. Het model is toepasbaar op elke soort redactie of mediaproduct, dus geldt zowel voor de geschreven media als televisie en radio. Het model analyseert van individueel tot maatschappelijk niveau welke invloeden inwerken op het journalistieke proces (zie figuur 2) (Shoemaker & Reese, 1996; Shoemaker & Reese, 2014). In dit onderzoek wordt dit model ook gebruikt om het productieproces van satirisch nieuws te onderzoeken.



Figuur 2. Het *hierarchy of influences*-model

Ten eerste wordt bij dit model gekeken naar de journalist zelf, op individueel niveau. In het geval van de journalistieke routine betekent dat bijvoorbeeld de achtergrond, opleiding en overtuigingen van de individuele journalist. Ook hun eerdere journalistieke ervaring speelt hier een rol. Het gaat in het geval van dit onderzoek dus om de redacteuren en schrijvers en hun ideeën over het productieproces (Shoemaker & Reese, 1996, p. 63-104).

Ten tweede wordt gekeken naar de journalistieke routine op de redactie. Dit zijn de structuren waarmee ze werken, zoals de vergaderstructuur, de manier waarop opdrachten worden uitgezet en gecontroleerd en andere praktische omstandigheden waarbinnen het mediaproduct wordt gecreëerd. In dit onderzoek wordt dit het “productieproces” genoemd, oftewel de praktische gang van zaken op de redactie (Shoemaker & Reese, 1996, p. 105-138).

Ten derde wordt gekeken naar de organisatie en de manier waarop die bestuurd wordt. Het gaat hierbij bijvoorbeeld om de rolverdeling en hiërarchie binnen de organisatie, maar ook om de commerciële en maatschappelijke belangen van de organisatie. De economische motieven van het bedrijf staan soms in contrast met hun journalistieke idealen, en de prioritisering die daarin plaatsvindt is relevant om hier te analyseren (Shoemaker & Reese, 1996, p. 139-174).

Als vierde wordt gekeken naar het niveau van ‘instanties’, oftewel hoe media functioneren ten opzichte van sociale en politieke instanties. Hierbij is bijvoorbeeld de invloed van overheden, adverteerders en moederbedrijven/productiehuizen relevant. In het geval van satire is dit een

belangrijke ring om te analyseren: als satirici de macht bekritisieren, is het belangrijk om te kijken wie die macht is en op welke manier die kritiek geuit wordt (Shoemaker & Reese, 1996, p. 175-220).

Ten slotte wordt gekeken naar het maatschappelijk niveau, in dit geval de manier waarop het programma en de makers zichzelf positioneren in maatschappelijke context. Abstractere motieven zoals ideologie en culturele context bepalen wat er als vanzelfsprekend wordt gezien door een productie. In het geval van dit onderzoek kan het hierbij bijvoorbeeld ook gaan over hoe de makers zich verhouden aan de journalistieke codes, maar ook wat hun politieke standpunten zijn en in hoeverre die doorschemeren in hun product (Shoemaker & Reese, 1996, p. 221-252).

Door aan de hand van het *hierarchy of influences*-model naar een mediaproduct te kijken wordt op systematische wijze het volledige productieproces geanalyseerd. Dit kan ook voor satirisch nieuws goed werken, omdat het model zich richt op het tot stand komen van een mediaproduct en niet op het uiteindelijke resultaat. Bovendien is de redactiestructuur zeer vergelijkbaar. Ondanks dat satirisch nieuws geen journalistiek product is, kan dit model dus alsnog gebruikt worden om naar het productieproces ervan te kijken.

Nieuwswaarden

Een onderdeel van de journalistieke routine zijn nieuwswaarden. Nieuwswaarden zijn redenen waarom journalisten besluiten dat een gebeurtenis of onderwerp nieuws is. In de traditionele journalistiek is de waarde van een nieuwsfeit bepalend voor óf en met hoeveel aandacht een gebeurtenis naar buiten gebracht wordt op dat specifieke medium. De waarde van eenzelfde nieuwsfeit kan verschillen per redactie en zelfs per individuele journalist. Zo zal een regionale omroep de nieuwswaarde “lokaal” erg belangrijk vinden, terwijl een landelijke krant eerder nieuwsfeiten zal behandelen die een grote impact hebben (Harcup & O’Neill, 2017, p. 1472).

Het verschilt per redactie omdat het afhankelijk is van hun doelgroep en profilering, maar het verschilt ook per individuele journalist omdat het een erg subjectieve meetlat is. Er kan niet objectief bepaald worden ‘hoeveel’ nieuwswaarde iets heeft, maar er zijn wel namen aan de criteria gegeven zodat er over gesproken kan worden (Harcup & O’Neill, 2017, p. 1471). De nieuwswaarden zijn hieronder weergegeven:

Fig. 3: Een overzicht van de nieuwswaarden

(Harcup & O'Neill, 2017, p. 1471)

Nieuws waarde	Omschrijving
Machtige elite	Verhalen over machtige individuen, organisaties of instellingen
Bekendheden	Verhalen over bekende mensen
Entertainment	Verhalen over o.a. sex, amusement, dieren, human interest, drama, humor
Verrassing	Verhalen met een verrassingselement
Slecht nieuws	Overwegend negatieve verhalen, bijvoorbeeld over conflicten
Goed nieuws	Overwegend positieve verhalen, bijvoorbeeld over de genezing van ziektes of over reddingsacties
Grote impact	Verhalen over onderwerpen of groepen mensen die door betrokkenheid van een grote hoeveelheid mensen relevant zijn
Relevantie	Verhalen over onderwerpen of groepen mensen die specifiek voor de doelgroep van het medium relevant zijn
Follow-up	Verhalen die voortbouwen op iets wat al eerder in het nieuws is gekomen
Agenda van het medium	Verhalen die door de politieke, maatschappelijke of inhoudelijke agenda van het medium nieuwswaardig zijn

Er kunnen dus verschillende redenen zijn waarom iets 'nieuwswaardig' is. De nieuwswaarde kan zitten in de betrokkenen (zoals machtige instituten of individuen of bekende personen), in de aard van het nieuws (bijvoorbeeld een verrassend of vermakelijk verhaal of een gebeurtenis die erg goed of juist erg slecht uitpakt) of het staat in verband met de agenda van het medium (het gaat dan bijvoorbeeld over thema's of groepen mensen die tot de consument van dat medium spreken, of een gebeurtenis van een zodanige omvang dat het voor dat publiek wel relevant móet zijn) (Harcup & O'Neill, 2001, p. 1472).

Nieuws waarden zijn ook erg relevant in het geval van satirisch nieuws, omdat satirisch nieuwsredacties waarschijnlijk op basis van dezelfde nieuwswaarden hun onderwerpen kiezen. Het verschil is wel dat een onderwerp bij satirisch nieuws pas bruikbaar is als er ook op een grappige

manier een mening over gegeven kan worden, waardoor sommige onderwerpen ondanks hun nieuwswaardigheid alsnog uitgesloten zullen worden.

Concluderend zijn er uiteenlopende theorieën over de mate waarin journalistiek en satire overlappen. In dit theoretisch kader is daarom een overzicht gegeven van die verschillende theorieën, en is het *hierarchy of influences*-model toegelicht voor de analyse van het productieproces van (journalistieke) mediaproducten. In het volgende hoofdstuk wordt uitgewerkt hoe deze geoperationaliseerd worden in dit onderzoek, met als doel om het productieproces op wetenschappelijke wijze te benaderen.

3. Methode

Dit onderzoek naar het productieproces van satirisch nieuws is opgezet als een kwalitatief onderzoek, waarbij gebruik wordt gemaakt van twee methoden: een netwerkanalyse en diepte-interviews met makers. De combinatie van deze methoden maakt het mogelijk om zowel de structuur van het satirische medialandschap in kaart te brengen als inzicht te krijgen in de betekenisgeving en praktische werkwijzen van de makers. De hoofdvraag van dit onderzoek is als volgt geformuleerd:

Hoofdvraag: Hoe komt satirisch nieuws tot stand?

De keuze voor een kwalitatieve benadering is gebaseerd op het doel van het onderzoek: het bieden van theoretisch inzicht in de praktijk van satirische nieuwsproductie. Anders dan kwantitatieve studies, die vaak focussen op de inhoud of het bereik van satire (i.e. Rubin et al., 2016; Stroud & Muddiman, 2013; Boukes et al., 2015; Lee & Kwak 2014; Becker, 2020; Hoffman & Young, 2011), richt dit onderzoek zich op de manier waarop satire tot stand komt. Door te kijken naar de wijze waarop satire geproduceerd wordt, wordt zichtbaar in hoeverre dit productieproces overeenkomt met journalistieke werkwijzen. Om die reden is er bewust gekozen voor methodes die zowel de sociale structuren rondom satirische productie als de subjectieve beleving van betrokkenen blootleggen.

De hoofdvraag is via deelvragen opgedeeld in drie thema's: het netwerk van makers, het productieproces en de verhouding tot de journalistiek. De eerste deelvraag is als volgt opgesteld:

Deelvraag 1: Hoe is het netwerk van makers van Nederlands satirisch nieuws opgebouwd?

Dit vertaalt zich naar een concrete onderzoeksstap, namelijk de netwerkanalyse. Die methode is geschikt voor het beantwoorden van de eerste deelvraag, omdat er daarmee helder kan worden gemaakt wie de makers zijn van satirisch nieuws. Deze analyse wordt kwalitatief uitgevoerd, omdat het gaat om informatie die reeds online te vinden is en waarvoor dus geen kwantitatief onderzoek zoals een survey hoeft te worden uitgevoerd om tot deze informatie te komen.

Naast het makersnetwerk van satirisch nieuws wordt ook het productieproces onderzocht om antwoord te kunnen geven op de hoofdvraag. Hiervoor zijn de volgende deelvragen opgesteld

Deelvraag 2: Hoe verloopt het productieproces van satirisch nieuws?

Deelvraag 3: Hoe verhoudt het productieproces van satirisch nieuws zich tot de journalistiek?

Om deze deelvragen te beantwoorden, zijn diepte-interviews uitgevoerd. De diepte-interviews zijn geschikt voor het beantwoorden van deze vragen omdat het draait om de ervaring van de makers en de

betekenis die zij geven aan het genre waarbinnen ze werken. Een kwantitatieve analyse zou vooral inzicht kunnen geven over de ‘output’ van het productieproces: de letterlijke verschillen tussen satirische producties en traditionele nieuwsproducties. In dit onderzoek gaat het echter om de keuzes die gemaakt worden waardoor er verschil is tussen die producties, en dat is een subjectief proces dat alleen kan worden weergegeven door met ervaringsdeskundigen te praten.

Als aanvulling op deze twee methoden was het een optie geweest om participerende observatie uit te voeren, om zo direct inzicht te krijgen in de productiepraktijk. In de praktijk is die methode echter niet uitvoerbaar. Verschillende redacties (*Even tot Hier*, *De Speld en Lubach*) zijn benaderd voor deze methode, maar de redacties geven aan geen externe personen toe te laten op de werkvloer, om uiteenlopende redenen: het zou de schrijfdynamiek verstoren, te veel tijd kosten zonder dat daar iets voor terug komt of ze willen niet dat hun schrijfproces zo specifiek wordt opgeschreven.

Dat de satirische producties niet openstaan voor de aanwezigheid van externen op de werkvloer, zegt al veel over het productieproces. Dat de aanwezigheid van één onderzoeker het schrijfproces (voornamelijk bij de televisieprogramma’s) al zodanig kan verstoren dat dit niet toegelaten wordt, duidt erop dat de programma’s in relatief kleine kringen geschreven worden. Bovendien hanteren ze blijkbaar specifieke praktijken of routines waarvan ze niet willen dat iedereen die kent. De netwerkanalyse in combinatie met de diepte-interviews geven toch inzicht in dit proces aangezien dit onderzoek is naar de schrijvers/redacteuren zelf, oftewel de mensen die wél bij deze schrijfsessies en vergaderingen aanwezig mogen zijn (of zijn geweest). Deze keuze sluit goed aan bij het doel van het onderzoek: inzicht verkrijgen in zowel de structuur als de beleving van het productieproces van satirisch nieuws, en in de manier waarop dat zich verhoudt tot journalistieke normen en routines.

Het onderzoek gaat over momenteel lopende satirisch nieuwsproducties. Die producties en hun bereik staan hieronder opgesomd in figuur 4. Satirische nieuwssite *Nieuwspaal* is niet opgenomen in de tabel, omdat er geen bezoekersaantallen of gegevens van de redactie van die website te vinden zijn. Slechts één van de respondenten schrijft voor dit medium, en diegene schrijft ook voor het vergelijkbare platform *De Speld*. Omdat het wel onder ‘momenteel lopende satirisch nieuwsproducties’ valt maar er geen publiek toegankelijke informatie over hun productie en bereik beschikbaar is, wordt *Nieuwspaal* wel zijdelings genoemd in dit onderzoek maar wordt er verder niet diep op ingegaan.

Fig. 4: Een overzicht van de producties die in deze thesis besproken worden

Titel	Type	Bereik	Omschrijving
<i>Dit Was Het Nieuws</i>	Televisieprogramma	Eerste aflevering 2025: 939 duizend kijkers (Kok, 2025)	Wekelijks spelprogramma waarin twee teams tegen elkaar spelen en commentaar geven op het nieuws van de week.
<i>Lubach</i>	Televisieprogramma	Eerste aflevering 2025: 1,3 miljoen kijkers (Mediacourant, 2025)	Dagelijks praatprogramma met het nieuws van de dag, onderzoeksjournalistiek, gastoptredens en sketches. Opvolger van vergelijkbare programma's <i>Zondag met Lubach</i> en <i>De Avondshow met Arjen Lubach</i> .
<i>Even tot Hier</i>	Televisieprogramma	Eerste aflevering 2025: 1,5 miljoen kijkers	Wekelijks muzikaal programma dat met o.a. een muzikale gast en het "liedje van één minuut" het nieuws van de week samenvat.
<i>Spijkers met Koppen</i>	Radioprogramma	Geen recente cijfers bekend. 510.000 wekelijkse luisteraars in 2020 (BNNVARA, 2021)	Live uitgezonden vanuit een café, met interviews over actuele thema's, columns van cabaretiers en muzikale optredens.
<i>De Speld</i>	Website en sociale media	2,4 miljoen unieke websitebezoekers in 2024 (De Speld & Partners, 2024)	Dagelijks meerdere artikelen die regulier nieuws imiteren en zo bekritisieren. Zowel tekst als video als podcasts.

3.1 - Netwerkanalyse

De netwerkanalyse is het eerste deel van dit onderzoek. Deze methode is gekozen omdat uit het vooronderzoek al bleek dat het netwerk van satirische schrijvers in Nederland opvallend klein en verweven is. Veel schrijvers werken voor meerdere programma's of combineren hun werk voor televisieprogramma's met het schrijven voor online platforms zoals *De Speld* of radioprogramma's zoals *Spijkers met Koppen*. Door dit netwerk systematisch in kaart te brengen, wordt zichtbaar hoe

functies en rollen binnen de satirische wereld verdeeld zijn en hoe de samenwerking tussen redacties functioneert. Bovendien maakt deze analyse inzichtelijk dat het hier gaat om een betrekkelijk beperkte, maar hechte groep makers. Hiermee wordt ook gerechtvaardigd dat de steekproefgrootte voor de interviews relatief klein is.

Methodekeuze

De netwerkanalyse is een manier om in kaart te brengen hoe de groep schrijvers van satirisch nieuws eruitziet, en wat de hiërarchische verhoudingen binnen de redacties zijn. De aanleiding voor deze analyse was de observatie dat veel makers in Nederland betrokken zijn bij meerdere satirische producties tegelijk. Door deze verwevenheid te analyseren, wordt zichtbaar dat de satirische redacties niet bestaan uit losse groepen makers, maar uit een relatief kleine, onderling verbonden gemeenschap. Die observatie rechtvaardigt ook de operationalisatie van de diepte-interviews. Het verweven makersnetwerk maakt namelijk dat de informatie die uit de diepte-interviews wordt gehaald, veralgemeenbaar is: als dezelfde kleine groep makers voor meerdere programma's werkt, kan verwacht worden dat de werkwijze bij die producties vergelijkbaar is. Bovendien kan een enkele respondent iets vertellen over meerdere producties, omdat de respondenten vrijwel allemaal voor meerdere satirische producties werken of hebben gewerkt. De netwerkanalyse is daardoor ook een rechtvaardiging voor de grootte van de *sample group*, waar onder het volgende kopje verder op ingegaan wordt.

De netwerkanalyse is ook relevant voor de deelvragen over het praktische productieproces en de overlap met journalistiek. De netwerkanalyse geeft namelijk inzicht in de functies en rollen binnen redacties, wat belangrijk is om de machtsverhoudingen en verantwoordelijkheden in de productie van satire te begrijpen. Wanneer het inzichtelijk is wat de verhoudingen zijn binnen de redacties, kan ook geconcludeerd worden hoe de communicatielijnen lopen en kan bovendien onderzocht worden of de voorkeur voor bepaalde nieuwswaarden bijvoorbeeld vanuit de hoofdredactie wordt opgelegd of eerder vanuit de schrijvers zelf komt. Zo geeft de netwerkanalyse geen direct antwoord op de tweede en derde deelvraag, maar wordt er wel een basis gelegd voor het beantwoorden van die vragen.

Dataset

Voor dit eerste onderdeel van het onderzoek is het netwerk aan schrijvers geanalyseerd door online informatie te verzamelen. Vrijwel alle redacties hebben online uitgeschreven wie er voor hun productie werkt, meestal ook in welke rol. Verder hebben veel mensen op hun LinkedIn-profiel vermeld staan voor welke producties ze hebben gewerkt en hoe lang. Tenslotte zijn er ook Wikipedia-pagina's waarop de voormalig medewerkers van sommige producties nog te vinden zijn. Wanneer je vervolgens op Google zoekt naar de specifieke namen van schrijvers, komen hun eventuele theatershows en ander satirisch werk ook als zoekresultaat naar boven. Uiteraard is er

doorstroom van medewerkers op dit soort redacties. Bovendien zijn producties en redacteuren mogelijk niet volledig op hun online profielen. De netwerkanalyse is daarom geen definitieve lijst maar een benadering.

Voor het maken van deze overzichten zijn iets andere randvoorwaarden genomen dan voor de rest van dit onderzoek, om een wat breder en duidelijker beeld van het werkveld te krijgen. Ten eerste is ervoor gekozen om meer programma's hierin mee te nemen dan alleen de satirische nieuwsprogramma's. Er zijn ook een aantal satirische programma's meegenomen die zich niet richten op de actualiteiten, omdat de poule aan producties anders te klein is om er iets uit op te maken. Veel van de makers zijn comedians en satirici, dus schrijven niet alleen voor satirische nieuwsproducties maar ook voor satirische producties in het algemeen. In de volgende tabel is te zien welke programma's aan dit deel van het onderzoek zijn toegevoegd, met daarbij de reden waarom ze niet in de rest van het onderzoek worden meegenomen:

Fig. 5: Overzicht van satirische programma's die zijn meegenomen in de netwerkanalyse, maar uitgesloten van de rest van het onderzoek

Programma	Reden van uitsluiting van de rest van het onderzoek
<i>Plakshot</i>	Focus ligt voornamelijk op sketches en het imiteren van andere media, waarbij de actualiteiten eerder een hulpmiddel zijn dan het hoofdonderwerp.
<i>Promenade</i>	Focus ligt voornamelijk op het imiteren van andere media, niet echt op actualiteiten.
<i>Klikbeet</i>	Focus ligt meer op trends en sociale ontwikkelingen dan op actualiteiten. Ook heeft het de vorm van sketches, in plaats van de talkshowsetting die je bij satirisch nieuws vaak ziet.
<i>Spaanders</i>	Dit programma is na een seizoen gestopt, waardoor er geen huidige medewerkers van gesproken kunnen worden.
<i>Makkelijk Scoren</i>	Focus ligt op sport, wat te specifiek is om te vergelijken met programma's die over alle soorten actualiteiten gaan.

Bij het selecteren van de programma's die werden meegenomen voor de analyse, is gekeken naar relevante programma's vanaf 2021. Dit is het jaar dat *Zondag met Lubach* stopte, waarna een groot deel van die redactie overstapte naar *De Avondshow met Arjen Lubach*. Omdat een groot deel van die redacties en *Lubach* overeenkomen, leek dit een goed startpunt om naar relevante programma's te kijken.

Operationalisatie

De eerste onderzoeksvraag, over het netwerk van makers, is dus onderzocht met secundaire data. Hiervoor is gebruikgemaakt van publiek beschikbare bronnen zoals programmagegevens, auteursvermeldingen, mediaberichten en de websites van satirische producties. Van ieder individu in het netwerk van makers werd in kaart gebracht voor welke programma's of platforms hij of zij actief is of was, en in welke functie. Op basis hiervan werd een overzicht van het netwerk gemaakt waaruit overlap en verbondenheid tussen makers te zien waren. De dataverzameling vond plaats tussen december 2024 en mei 2025 en werd volledig uitgevoerd door de onderzoeker zelf. Het overzicht van de makers waarop de netwerkanalyse is gebaseerd, is te vinden in bijlage 1.

3.2 - Diepte-interviews

Als tweede onderdeel van dit onderzoek werden diepte-interviews afgenomen. Het doel hiervan was om het productieproces in meer detail te beschrijven en te analyseren. Waar de netwerkanalyse vooral de structuur toonde, gaven de interviews inzicht in de perspectieven van de makers zelf. Hoe ervaren zij hun rol? Welke keuzes maken zij inhoudelijk en organisatorisch? En hoe verhouden zij zich tot journalistieke normen en praktijken? De interviews maakten het mogelijk om subjectieve motivaties, routines en afwegingen te vangen, iets wat essentieel is om een praktisch beeld van het satirische productieproces te krijgen.

Methodekeuze

Na de netwerkanalyse zijn de diepte-interviews ingezet om de ervaringen, overtuigingen en werkwijzen van de makers verder te onderzoeken. Omdat de doelgroep zeer beperkt in omvang is, is gekozen voor acht interviewkandidaten, allemaal actief in de satirische producties die in figuur 4 genoemd zijn. De interviews leveren kwalitatieve data op over hoe de productie van satire in de praktijk verloopt, welke afwegingen makers maken, hoe zij hun relatie tot de journalistiek definiëren, en hoe zij hun positie binnen het bredere medialandschap ervaren. Deze subjectieve invalshoek is essentieel om het verschil en de overlap tussen journalistieke en satirische productieprocessen te begrijpen.

Dataset

Voor het tweede onderdeel, de diepte-interviews, zijn acht interviews afgenomen met redacteurs en schrijvers die actief zijn in de producties zoals genoemd in figuur 4. De groep van deelnemers is samengesteld door deze personen te benaderen via LinkedIn. Naar iedereen die binnen de voorwaarden van het onderzoek viel en van wie online contactgegevens te vinden waren, is een

uitnodiging gestuurd. Er bleken niet veel schrijvers beschikbaar voor interviews, onder andere omdat de meeste programma's in productie waren in de periode dat dit onderzoek werd uitgevoerd en de schrijvers daardoor een volle agenda hadden.

Uiteindelijk zijn er acht interviews uitgevoerd, wat in de praktijk ook voldoende bleek voor thematische verzadiging: na een aantal interviews traden nog weinig unieke inzichten op. De deelnemers zijn geanonimiseerd, met als reden dat geïnterviewden dan vrijer konden vertellen over gevoelige kwesties zoals de hiërarchie op de redacties. Er is aan de deelnemers verteld dat zij niet met hun volledige naam in de thesis genoemd worden, maar dat er naar hun rol binnen een bepaalde productie gerefereerd wordt. Dit is een geanonimiseerd overzicht van de deelnemers:

Fig. 6: Een overzicht van de deelnemers van de diepte-interviews

Nr.	Producties uit figuur 4 waarvoor zij hebben geschreven en een globale omschrijving van andere relevante producties
A	Voorheen schrijver voor televisieprogramma's <i>Zondag met Lubach</i> en <i>Dit Was Het Nieuws</i> . Momenteel schrijver van eigen satirische theatershow.
B	Voorheen schrijver voor verschillende satirische televisieprogramma's en radioprogramma <i>Spijkers met Koppen</i> . Momenteel schrijver voor televisieprogramma <i>Even tot Hier</i> .
C	Momenteel schrijver voor online satirische platforms <i>De Speld</i> en <i>Nieuwspaal</i> .
D	Voorheen redacteur voor televisieprogramma <i>Dit Was het Nieuws</i> en voor online satirische productie. Momenteel schrijver voor <i>Dit Was het Nieuws</i> , columnist voor radioprogramma <i>Spijkers met Koppen</i> en schrijver van eigen satirische comedyshow's.
E	Voorheen schrijver voor <i>De Pin</i> en <i>De Speld</i> . Momenteel schrijver/redacteur voor <i>Dit Was het Nieuws</i> en eigen theatershow's.
F	Voorheen redacteur voor <i>Dit Was het Nieuws</i> en schrijver voor <i>Even tot Hier</i> . Momenteel schrijver voor <i>Dit Was het Nieuws</i> .
G	Momenteel schrijver voor <i>De Speld</i> .
H	Voorheen schrijver voor <i>De Speld</i> en voor <i>Zondag met Lubach</i> , <i>De Avondshow met Arjen Lubach</i> en andere satirische programma's. Momenteel schrijver voor <i>Lubach</i> .

Het interviewverzoek werd door de meeste redactieleden van de programma's van Lubach (*Zondag met Lubach*, *De Avondshow met Arjen Lubach* en *Lubach*) geweigerd. Uit gesprekken met redacteurs

bleek dat er vanuit de productie was gevraagd om niet met externe personen te praten over het programma, zonder toestemming van de productie. Een onderzoeksverzoek aan de productie werd geweigerd, met de volgende reden: “We houden ons werkproces het liefst zoveel mogelijk voor onszelf, al is er online best wat te vinden door de interviews die Arjen Lubach of Janine Abbring wel eens hebben gegeven.” Dit sluit ook aan op wat Lubach hier zelf over schrijft in een van zijn boeken:

“Een paar jaar geleden ben ik na een aantal slechte ervaringen maar helemaal gestopt met interviews geven aan geschreven pers. Altijd weer werden een aantal zaken opgerakeld: een dode moeder, het feit dat ik verschillende disciplines lijk te beheersen, dat *Zondag met Lubach* niet alleen satire is, maar ook journalistiek en van invloed op de maatschappij. Dingen waar ik alles al wel over gezegd heb en zo niet, dan schrijf ik ze wel op in een boek.”
(Lubach, 2020, p. 159)

Het is opmerkelijk dat redacteuren worden verzocht niet deel te nemen aan wetenschappelijk onderzoek, ook aangezien de eerste twee programma's nog onder de publieke omroep werden uitgezonden en daarvan dus meer transparantie wordt verwacht. Er wordt later in dit onderzoeksrapport nog verder ingegaan op dit gebrek aan transparantie, ook bij de andere producties. Er is uiteindelijk wel een interview uitgevoerd met twee (oud-)redactieleden van deze programma's. Ook is er informatie gehaald uit de online interviews waar de productie van *Lubach* naar refereerde.

Operationalisatie

De tweede deelvraag, over het productieproces, is geoperationaliseerd aan de hand van vragen naar werkstructuur, taakverdeling, inhoudelijke afwegingen, tijdsdruk en feedbackmomenten. Tijdens de interviews werd makers gevraagd om het maakproces van een concrete uitzending of publicatie stap voor stap te beschrijven, waarbij aandacht was voor zowel inhoudelijke als organisatorische keuzes. Hiermee werd beoogd om zicht te krijgen op de dagelijkse praktijk van satirische producties, en om te achterhalen in hoeverre deze vergelijkbaar is met die van traditionele journalistieke redacties. In de meeste gevallen werd simpelweg gevraagd hoe het maakproces van één publicatie er doorgaans uit zag, waarop de geïnterviewden vaak heel uitgebreid reageerden en stap voor stap alle onderdelen van het productieproces langsliepen. Om hier verdiepend op in te kunnen gaan zijn in de topiclijst de aandachtspunten uitgeschreven, waarop kon worden teruggevallen en doorgevraagd.

De derde deelvraag, over de verhouding van satirisch nieuws ten opzichte van journalistiek, is geoperationaliseerd door te vragen hoe makers hun werk zien: in welk genre vinden ze dat ze schrijven? Hoe zien zij de productie waar ze voor werken ten opzichte van de rest van het medialandschap? Welke verantwoordelijkheid voelen ze daarbij richting het publiek met betrekking

tot objectiviteit en nieuwsvoorziening? De antwoorden gaven inzicht in de mate waarin satirische makers zich verwant voelen met de journalistiek.

De interviews vonden plaats via videogesprek en duurden 45 tot 60 minuten. Ze zijn met toestemming van de respondenten opgenomen en vervolgens getranscribeerd. Voorafgaand aan de interviews is een semigestructureerde topiclijst opgesteld, gebaseerd op de drie genoemde concepten. Deze lijst diende als leidraad, maar liet ruimte voor spontane uitweidingen en thematische verdieping.

Fig. 7: Topiclijst

- Welk werk doe je, voor welke producties?
 - Hoe zou je jouw functie omschrijven?
 - Hoe ben je daar terechtgekomen, en met welke ervaring?
 - Door wie ben je “opgeleid”?

 - Hoe zou je het genre noemen waarin jij schrijft?
 - Hoe verhoudt jouw platform zich tot andere platforms?

 - Hoe gaat het krijgen en uitvoeren van opdrachten in zijn werk?
 - Hoe verloopt jullie eindredactie/redirectie?
 - Wat is de structuur in functies, en voel je die?

 - Hoe selecteer jij je onderwerpen?
 - Hoe heb je het idee dat onderwerpen worden geselecteerd voor jou?

 - Vind jij jezelf journalist of comedian?
 - Denk je dat je ook goed zou zijn in normale journalistiek?
 - Ben je op de hoogte van de journalistieke code, en vind jij dat je je daarnaar moet houden?
-

Analysemethode

Creatieve processen zijn moeilijk te grijpen; dit ongrijpbare lijkt bijna inherent aan het proces van creativiteit. Toch was het voor dit onderzoek noodzakelijk om creatieve gedachtenprocessen te vangen en te kunnen veralgemeniseren. Daarom is er gebruikgemaakt van thematische codering. Dit is een geschikte methode voor het analyseren van de interviews omdat het uiteenlopende verwoordingen kan

samenvatten en zo toch een algemeen beeld kan geven van het proces. Thematische codering stelde de onderzoeker in staat om patronen, terugkerende motieven en onderliggende betekenissen binnen de interviews systematisch te identificeren (Williams & Moser, 2019, p. 45). Zo sloeg het een brug tussen de contextgebonden citaten uit de interviews en een uiteindelijk abstractere theoretische reflectie op de eigenschappen en rollen van satirisch nieuws binnen het medialandschap.

Dit onderzoek gaat over verschillende typen producties, die in *output* (beeld, tekst, geluid) relatief veel van elkaar kunnen verschillen. Het gaat in de analyse echter om de algemene gedachtegang achter de keuzes in het productieproces, en wat minder om de letterlijke benaming van die keuzes. Daarom is thematische codering geschikt: het geeft overkoepelende omschrijvingen van de thema's, waarbij de letterlijke praktijk wel relevant is om te benoemen maar uiteenlopende benamingen niet betekenen dat er niets algemeen gezegd kan worden over de productieprocessen. Als de ene productie iets bijvoorbeeld een "brainstorm" noemt en de andere voor datzelfde de term "onderzoekende redactievergadering" gebruikt, hoeft dat niet uit te maken voor de uiteindelijke omschrijving van het proces.

De interviews zijn eerst getranscribeerd, waarna een iteratief coderingsproces in drie rondes is toegepast. In de eerste ronde werd gebruikgemaakt van open codering: passages in de tekst werden voorzien van beschrijvende labels op basis van opvallende uitspraken of thematische relevantie. In deze fase lag de nadruk op het zo breed mogelijk identificeren van thema's, zonder direct te generaliseren of te abstraheren (Williams & Moser, 2019, p. 48-50; Scott & Medaugh, 2017, p. 1). Tijdens het interview werden uitspraken die opvielen (omdat ze sterk aan de thematiek grensten of bevindingen uit het theoretisch onderzoek sterk bevestigden of ontkrachtten) ook specifiek genoteerd, en meegenomen in de open codering.

Vervolgens zijn in de tweede ronde de codes gegroepeerd tot overkoepelende thema's: axiale codering. Hierbij worden verbanden tussen afzonderlijke codes gelegd en structuur aangebracht in de data (Williams & Moser, 2019, p. 50-52). Dit is praktisch uitgevoerd door alle open coderingen naast elkaar te liggen en onder te verdelen in overkoepelende thema's. De open en axiale codering zijn te vinden in bijlage 2.

De derde ronde bestond uit selectieve codering, waarbij de meest relevante thema's zijn uitgewerkt in relatie tot de onderzoeksvragen (Williams & Moser, 2019, p. 52-54). In deze fase is telkens gekeken naar de theoretische concepten die in de onderzoeksvragen en naar aanleiding van het theoretisch onderzoek het meest relevant bleken voor dit onderzoek. Dit werd gekoppeld aan de thema's die uit de axiale codering kwamen. Zo werd nagegaan in hoeverre de ervaringen van respondenten overeenkwamen met bredere opvattingen over journalistieke opvattingen en productieroutines. De hieruit volgende codeboom is hieronder te zien:

Fig. 8: Codeboom van de thematische codering van de diepte-interviews



Alle coderingsrondes zijn uitgevoerd door de onderzoeker zelf. Hierdoor was er volledige controle over de interpretatie van de data, en kon rekening worden gehouden met contextuele nuances die alleen opgemerkt kunnen worden als je de interviews zelf hebt afgenomen. De transparantie en consistentie van het analyseproces zijn gewaarborgd door het bijhouden van een codeboom, waarin elke code werd genoteerd voordat werd overgegaan naar de volgende fase van het coderingsproces.

3.3 - Validiteit en betrouwbaarheid

Binnen kwalitatief onderzoek wordt validiteit niet bepaald door meetnauwkeurigheid of generaliseerbaarheid in statistische zin, maar door de mate waarin de gekozen methoden daadwerkelijk inzicht bieden in de onderzochte werkelijkheid. In dit onderzoek is gestreefd naar interne validiteit: komt de interpretatie van de data overeen met de beleving van de geïnterviewde kandidaten? Er is een poging gedaan om de validiteit zo hoog mogelijk te maken door cyclisch te coderen, twee methodes te combineren en de topiclijst constant te evalueren.

Er is rekening gehouden met de subjectiviteit van de onderzoeker door cyclisch en iteratief te analyseren: door niet gelijk conclusies te trekken maar in verschillende rondes de thema's te ontwaren, is voorkomen dat er een heel subjectief beeld geschetst zou worden van de antwoorden (Smith, 2022, p. 80). Dit had met name betrekking op de vragen over de rol van satire ten opzichte van de journalistiek, omdat die vragen subjectiever van aard waren dan de vragen over het praktische

productieproces. Door cyclisch te analyseren worden niet te snel algemene conclusies getrokken uit die ervaringen.

Ook het combineren van twee methodes (een netwerkanalyse en interviews) versterkt de validiteit van het onderzoek, doordat beide methoden verschillende dimensies van hetzelfde fenomeen belichten. De netwerkanalyse biedt inzicht in de structuur van het werkveld, terwijl de interviews verdieping geven over de beleving, routines en zelfpositionering van individuele makers. Zo ontstaat er een genuanceerder beeld van het productieproces van satirisch nieuws dan wanneer slechts één methode zou worden ingezet.

Tenslotte is ook de topiclijst voortdurend geëvalueerd aan de hand van de uitgevoerde interviews. Dit klinkt misschien alsof er daardoor geen consistentie in de interviews zat, maar dat is niet het geval. De kern van de vragenlijst bleef namelijk hetzelfde, maar wanneer uit een interview bleek dat er delen van het productieproces of opvattingen over de aard van satirisch nieuws waren die niet in de literatuur of bij eerdere interviews naar boven waren gekomen, werden vragen over die thema's toegevoegd bij volgende interviews zodat gecheckt kon worden of dit ook voor andere geïnterviewden gold. Zo werd voorkomen dat er blinde vlekken in de topiclijst zaten.

Aangezien het onderzoek door één persoon is uitgevoerd, is er geen sprake van onderlinge controle tussen onderzoekers. Er is echter wel sprake van een consistente toepassing van de coderingsmethode. Door het zorgvuldig documenteren van alle stappen in de dataverzameling en -analyse is het ook mogelijk voor andere onderzoekers om het proces te volgen en te begrijpen.

Bij elk onderzoek, maar vooral bij kwalitatief onderzoek, speelt de achtergrond van de onderzoeker een grote rol in de betrouwbaarheid van de uiteindelijke resultaten. De emotionele en sociale vaardigheden van de onderzoeker beïnvloeden de interviews en ook de interpretatie van die interviews is afhankelijk van de context waarin de onderzoeker naar de wereld kijkt (Hansen, 1998, p. 36-37). De uitvoerder van dit onderzoek heeft enige ervaring met het afnemen van interviews in journalistieke context en ook enige ervaring in het afnemen van interviews in een wetenschappelijke context. Dit maakt dat de validiteit van de interviews redelijk goed is, maar niet zo goed als wanneer een doorgewinterd onderzoeker de interviews had afgenomen. Tegelijkertijd had de onderzoeker relatief ruime kennis van het productieproces van mediaproducties wegens eigen ervaring in het werkveld en dankzij haar wetenschappelijke achtergrond in mediastudies. Dit zal sterk positief hebben bijgedragen in het thematisch doorvragen tijdens de interviews.

Tot slot is in alle fases van het onderzoek rekening gehouden met ethische overwegingen die indirect bijdragen aan de validiteit en betrouwbaarheid, zoals het waarborgen van anonimiteit, vrijwillige deelname en open communicatie over de onderzoeksdoelen. Dit is praktisch uitgevoerd door aan het begin van het interview kort te vertellen waar het onderzoek over ging. Ook werd verteld dat de geïnterviewden in principe niet met volledige naam in het onderzoeksrapport zouden verschijnen, maar dat er naar ze zou worden gerefereerd aan de hand van hun rol in een specifieke

satirische productie. Alle geïnterviewden deden vrijwillig mee, en kregen het onderzoek na afronding ook toegestuurd.

De gekozen methoden vullen elkaar aan: de netwerkanalyse biedt een analytisch overzicht van de structuur en verwevenheid van het veld, terwijl de interviews de nodige diepgang en context bieden om de praktijk binnen die structuur te begrijpen. Door deze combinatie ontstaat een genuanceerd en samenhangend antwoord op de onderzoeksvraag.

4. Resultaten

4.1 - Netwerk van makers

Ten eerste wordt nu gekeken naar het netwerk van makers dat deze satirische nieuwsproducties produceert. Dit eerste onderdeel van de analyse is voortgekomen uit de diepte-interviews en de netwerkanalyse. Hierbij wordt de volgende deelvraag beantwoord:

Deelvraag 1: Hoe is het netwerk van makers van Nederlands satirisch nieuws opgebouwd?

Het werkveld

Het Nederlandse satirische medialandschap bestaat uit een opvallend kleinschalig en hecht netwerk van makers. De redactionele taken voor televisieprogramma's zoals *Lubach*, *Even tot Hier* en *Dit Was Het Nieuws*, online platforms zoals *De Speld* en *Nieuwspaal*, en radioprogramma's als *Spijkers met Koppen* worden voor een groot deel uitgevoerd door een kleine groep professionals die meerdere rollen combineren en vaak gelijktijdig (of juist met de seizoenen mee wisselend) betrokken zijn bij meerdere producties. Veel van hen hebben daarnaast ook nog een carrière als comedian, waarbij ze bijvoorbeeld eigen theatershows hebben of stand-up comedy doen. Deze netwerkanalyse geeft inzicht in de verwevenheid tussen de programma's en wie de productie en redactie van Nederlandse satirische nieuwsproducten doen.

Hieronder is ten eerste een overzicht te zien van het aantal schrijvers/redacteuren dat op elke redactie werkt, met daarbij hoeveel van hen ooit op andere satirische redacties hebben gewerkt en hoeveel daarvan momenteel nog voor andere satirische redacties werken. Een gedetailleerde versie van de netwerkanalyse is te vinden in bijlage 1.

Fig. 9: Overlap tussen satirische redacties

Productie	Aantal schrijvers/redacteuren	Aantal redacteuren dat voor andere satirische producties heeft gewerkt	Aantal redacteuren dat momenteel voor andere satirische producties werkt
<i>Even tot Hier</i>	9	5	2
<i>Lubach</i>	23	8 ¹	8
<i>Dit Was Het Nieuws</i>	9	2	2
<i>De Speld</i>	24	6	5
<i>Spijkers met Koppen</i>	11	1	1

De inzet van freelancers is vaak minder duidelijk op te maken uit de productiecredits, dus mogelijk missen er een aantal van die namen: het gaat in deze weergave voornamelijk om de mensen die een centrale rol in het schrijfproces spelen. Het overzicht is dan ook meer een illustratie van het gemaakte punt dan een uitputtende beschrijving van het netwerk. Sommige redacteuren zullen bijvoorbeeld in het verleden ook voor andere programma's gewerkt hebben, die hier niet genoemd staan.

Uit figuur 9 kan geconcludeerd worden dat er veel overlap tussen redacties is. Er is dus een kleine groep makers die een centrale rol hebben in het schrijven van veel van de satirische nieuwsproducten die in dit onderzoek worden bekeken. Daarnaast is er ook nog een groep makers die niet voor meerdere van deze programma's werkt, maar bijvoorbeeld wel naast de hier onderzochte mediaproducten ook nog andere relevante werkzaamheden verricht. Dan hebben ze bijvoorbeeld hun eigen cabaretvoorstellingen of schrijven komische teksten voor andere programma's. De meesten zijn ook in andere delen van de media- en cultuursector werkzaam, maar omdat ze dan niet voor een satirisch programma hebben geschreven zijn ze niet op die manier opgenomen in het overzicht.

Op basis van het overzicht in bijlage 1 is een overzicht gemaakt van de groep mensen die momenteel voor verschillende Nederlandse satirische nieuwsproducties werken en dus grotendeels bepalend zijn voor de toon van de hedendaagse Nederlandse satire. Die satirische producties zijn in onderstaande tabel weergegeven in combinatie met hun andere werkzaamheden, om aan te geven dat makers vaak voor veel verschillende programma's werken in verschillende delen van het mediaveld.

¹ Andere programma's van Lubach worden hierbij niet meegerekend.

Fig. 10: Overzicht van personen die voor meerdere programma's schrijven

Persoon	Betrokken (geweest) bij satirische producties	Overige relevante producties
Maarten Hopman	<i>Even tot Hier, Dit Was Het Nieuws, De Speld</i>	Schrijven cabaretmusicals (o.a. i.s.m. Owen Schumacher), schrijver podcast, schrijver/redacteur talkshows
Emilio Guzman	Programma's met Lubach, <i>De Speld, Even tot Hier, Spijkers met Koppen, Klikbeet, Spaanders</i>	Eigen cabaretvoorstellingen, Comedytrain
Owen Schumacher	<i>Even tot Hier, Spijkers met Koppen, Dit Was Het Nieuws, Kopspijkers, Koefnoen</i>	Eigen cabaretvoorstellingen, regisseren cabaretmusical (o.a. i.s.m. Maarten Hopman), columns, podcasts, Comedytrain
Peter Heerschop	<i>Even tot Hier, Spijkers met Koppen, Kopspijkers</i>	Eigen cabaretvoorstellingen, deelname showprogramma's, radiocolumns, verschillende komische televisieprogramma's waaronder <i>Vrienden van Van Swieten</i>
Tex de Wit	Programma's met Lubach, <i>Klikbeet, Makkelijk Scoren, Spijkers met Koppen</i>	Comedytrain, verhalenboek, podcast
Diederik Smit	Programma's met Lubach, <i>Spaanders, Makkelijk Scoren, De Speld</i> , satirische rubriek in <i>De Wereld Draait Door</i>	(Radio-)columns, cabaretoptredens
Jonathan van het Reve	Programma's met Lubach, <i>Makkelijk Scoren</i>	(Theater-)schrijver, columnist
Jop Eikelboom	<i>Lubach, De Speld, Makkelijk Scoren, Plakshot, Spaanders, Voor de Show</i>	
Cindy Pieterse	<i>Dit Was Het Nieuws, Klikbeet, Even tot Hier</i>	Comedytrain, teksten in magazines, komisch prentenboek, boekschrijver, tekstschrijver voor (kinder-)televisie (zeer uitgebreide hoeveelheid programma's)
Janneke Rinzema	<i>De Speld/De Pin, Spaanders, Dit Was Het Nieuws</i>	Scenarioschrijver, podcast, eigen cabaretvoorstellingen, boekschrijver
Jos Maalderink	<i>De Speld, Plakshot</i>	Schrijver vragen quizprogramma's
Vera van Zelm	<i>De Speld/De Pin, Plakshot, Spijkers met Koppen, Klikbeet, Dit Was Het Nieuws, Zondag met Lubach</i>	Comedytrain, boekschrijver
Danique Leenstra	Programma's met Lubach, <i>De Speld</i>	
Jop Eikelboom	Programma's met Lubach, <i>De Speld, Makkelijk Scoren, Plakshot, Spaanders</i>	

Omdat veel deze makers dus werkzaam zijn voor meerdere platforms tegelijk, kan allereerst geconcludeerd worden dat de satirische producties niet strikt opgedeeld zijn in afzonderlijke redacties, maar dat de schrijvers over verschillende programma's verdeeld worden. De informatie die uit de interviews komt kan dus enigszins gegeneraliseerd worden, omdat de meeste mensen met elkaar samenwerken of hebben samengewerkt, en er op elke redactie minstens één iemand zit die ook op de redactie van een ander satirisch nieuwsproduct werkt of heeft gewerkt.

Die kleinschaligheid van het netwerk heeft meerdere implicaties. Enerzijds kan het zorgen voor een hecht netwerk, waarbinnen kennis en ervaring onderling gedeeld kan worden. Dit kan een positief effect hebben op de mediaproducten. Anderzijds brengt het ook risico's met zich mee: als er veel overlap is tussen de redacties kan een verscheidenheid aan meningen en maatschappelijke standpunten ontbreken. Dit kan ervoor zorgen dat de inhoud eentonig wordt.

Ten tweede kan geconcludeerd worden dat werk voor bepaalde producties vaker gecombineerd wordt dan andere. Redacteuren die bijdragen aan *De Avondshow* blijken ook regelmatig te schrijven voor *De Speld*, waarbij hun expertise op het gebied van politieke satire en humor doorstroomt tussen de verschillende mediaplatforms. Ook tussen de schrijvers van *Even tot Hier* en *Dit Was Het Nieuws* zit opvallend veel overlap; veel van hun schrijvers/redacteuren zitten ook al een stuk langer in het vak (en zijn dus ook ouder) dan de gemiddelde redacteur bij de programma's van *Lubach* of *De Speld*.

Tenslotte zijn de redacties van de meeste programma's van Lubach ook overlappend; er komen af en toe nieuwe schrijvers bij, maar in grote lijnen blijft hij met dezelfde redactie werken. Dit is ook wel logisch, aangezien hij steeds ongeveer hetzelfde programma maakt maar steeds onder net iets andere logistieke voorwaarden (wekelijks vs. dagelijks en publieke omroep vs. commercieel).

Loopbaan

Veel satirici zijn het vak ingestroomd via eigen initiatief of informele netwerken. Een van de respondenten begon eerst met het schrijven van humoristische stukken voor zichzelf, voordat hij in contact kwam met platforms *De Speld* en *Nieuwspaal*. Twee andere respondenten liepen eerst stage bij *De Speld* en groeiden daarna door tot redacteur. Ook veel redacteuren hebben bij komediecollectief Comedy Train opgetreden, en zijn toen voor satirische televisieprogramma's gaan schrijven.

Dat er geen vaste doorstroomroute in het vak is, valt te verklaren door het feit dat er geen opleidingen zijn die je direct voor dit vak klaarstomen. De meeste respondenten hebben een universitaire studie gevolgd in de richting van bijvoorbeeld politicologie, media of een andere studierichting waarmee je goed op de hoogte bent van wat er speelt. Sommigen hebben een kleinkunstopleiding of -cursus gedaan. Ze benadrukken vaak het belang van leren in de praktijk. Een van de respondenten benoemt ook dat hij een persoonlijke mentor heeft gehad die hem coachte in zijn satirische teksten. Ze blijven tijdens het werk ook steeds leren van collega's:

“Dat kan ik wel zeggen over *Lubach*: daar zit natuurlijk zo'n enorme researchafdeling. En dat vind ik ook echt heel goed. Dat zijn ook de normen die ik mezelf opleg.”

- *Voormalig schrijver voor o.a. Zondag met Lubach (Interview A, p. 7)*

De loopbanen van de geïnterviewden zijn vaak niet-lineair en ze combineren vaak meerdere functies. Zo zijn ze vaak naast satiricus voor radio of televisie ook cabaretier, of doen ze bijvoorbeeld presentatiewerk. Dit soort opdrachtgevers werken vaak met seizoenen of losse projecten, dus daarom wisselen ze regelmatig. Een van de respondenten doet voor *De Speld* niet alleen redactie van satirische stukken maar werkt ook als freelancer op de sponsorafdeling: daarmee blijft ze wel binnen het satirische werkveld, maar is haar functie wel beduidend anders. De meeste respondenten doen geen journalistiek werk. Een van de respondenten wel: zij belichaamt daarmee het spanningsveld tussen satire en 'reguliere' journalistiek, zoals omschreven in het theoretisch kader. Ze signaleert de overlap tussen die twee rollen ook tijdens het schrijven:

“Ik merk dat ik echt nog steeds denk als een journalist.”

- *Schrijver voor Dit Was Het Nieuws (Interview E, p. 1)*

Zelfbeeld van de schrijver

De geïnterviewden verschillen in de manier waarop zij hun werk definiëren. De meesten nemen wel expliciet afstand van de journalistiek:

“Journalistiek suggereert een vorm van objectiviteit, wat veel grappenmakers, of satirici, niet eens proberen te zijn. Ik denk dat er altijd een verschil is tussen wat wij doen en wat journalisten doen.”

- *Schrijver voor o.a. Even tot Hier (Interview B, p. 28)*

“Ik vind 'journalist' bijna een soort beschermde titel. Ik heb altijd wel respect voor journalisten. Dus ik zou mezelf daar niet onder durven scharen. Ik ben gewoon een komiek die een krant leest en dan af en toe eens daaruit voorleest. Ik heb me ook nooit als redactielid van *Dit Was Het Nieuws* echt redacteur gevoeld. Ik heb me nooit met journalisten vereenzelvigd. Heel vaak kregen we echte journalisten als gast en dan dachten we: “Dit zijn de echte.””

- *Schrijver voor o.a. Dit Was Het Nieuws (interview D, p. 13)*

De meeste respondenten maken het volgende onderscheid: de journalistiek maakt het nieuws, terwijl satirici gebruikmaken van het nieuws om daar hun satire van te maken. Toch is er ook een respondent die vindt dat ze een vergelijkbare rol speelt met een journalist, en daar daarom ook onder valt:

“Wat ik persoonlijk kenmerkend vind aan de journalistiek, is dat mensen die journalistiek maken, schrijven en produceren ook bepalen wat mensen die er niet in zitten oppikken. En daar dragen we wel aan bij.”

- *Schrijver voor o.a. De Speld (Interview G, p. 7)*

In deze omschrijving van het vak heeft de journalist dus een actieve, agenderende rol. Dat is bij de andere respondenten wat passiever: volgens hun redenering agendeert de journalist, en levert de satiricus commentaar op die gebeurtenissen. Hun eigen beeld van hun vak gaat dus enigszins in tegen wat Gray (2009) schrijft over de satiricus die het politieke debat opent.

Identiteit van de redactie

De meeste respondenten geven aan dat de redactie is opgebouwd uit mensen met op detailniveau verschillende politieke meningen, al geven ze wel allemaal aan dat de redacties voornamelijk naar links hellen. Doordat iedereen echter wel een licht-afwijkende politieke voorkeur heeft, blijft de mening van de redactie volgens hen goed in balans. Hieruit vloeit ook voort dat er niet één identiteit of mening van de redactie geformuleerd kan worden:

“Per aflevering zijn er ongeveer tien verschillende schrijvers. Die hebben allemaal een eigen perspectief.”

- *Redacteur voor o.a. Dit Was Het Nieuws (Interview F, p. 4)*

Opvallend is dat de schrijvers van *De Speld* wél aangeven dat er een diverse redactie is met uiteenlopende politieke voorkeuren. Hierover wordt het volgende gezegd:

“*De Speld* is een soort pluriforme meningmachine. Waarbij je de ene dag Israël weer heel stom kunt vinden en de andere dag Hamas heel stom kunt vinden. Gewoon net afhankelijk van welke schrijver er bezig is.”

- *Schrijver voor o.a. De Speld (Interview H, p. 14)*

Dat dit niet voor alle redacties geldt, is wel interessant gezien het idee dat deze redacties een tegengeluid zouden moeten zijn van de zittende macht. Op het moment dat die macht niet rechts is maar links, zou dat dus problematisch kunnen worden. Hier is ook naar geïnformeerd in de

diepte-interviews, en de respondenten gaven meestal aan dat ze elke zittende macht zouden bekritisieren, ongeacht welke politieke kleur die macht heeft. Één respondent gaf wel aan dat, wanneer zij linke partijen bekritiseert, dat vaak op een andere manier gaat dan bij rechts:

“Het gaat dan over dierenrechten en mensenrechten en dat is het kader waar vanuit ik ook denk. Dus dan zit ik misschien bij links iets meer op de vorm en minder op de inhoud, als ik kritiek lever.”

- *Redacteur voor o.a. Dit Was Het Nieuws (Interview E, p. 13)*

Relatie tot het publiek

Uit de interviews blijkt dat de meeste satirici niet expliciet nadenken over hoe hun werk wordt ontvangen. Dit begint al met de essentie van het programma: respondenten geven aan dat ze ervan uitgaan dat het publiek hun programma niet als basisbron voor nieuws gebruikt. Het zou meer een aanvulling zijn op wat er al aan nieuws gebracht wordt door de traditionele journalistiek, waar zij als satirici extra aandacht voor vragen. Net als Lichtenstein (2021) spreekt dit dus de eerdere theorieën van Geoffrey Baym (2005) en McClennen & Maisel (2014) tegen: satire is niet een nieuwe vorm van politieke verslaggeving, maar eerder een product gebaseerd op die politieke verslaggeving waarmee het publiek wordt aangezet om zich verder in te lezen.

Satirici vinden ook niet dat zij verantwoordelijk zijn om hun publiek te activeren. Ze zien hun werk als iets wat passief ontvangen mag worden, waarbij de kijker niet verplicht is om er iets mee te doen:

“Als je de feiten geeft (...) en mensen thuis denken er nog steeds zo over, dan ga je dat misschien ook niet veranderen.”

- *Schrijver voor o.a. Spijkers met Koppen (Interview D, p. 11)*

Een uitzondering hierop is respondent A, die benoemt dat hij in zijn theatershows juist mensen aan wil zetten om iets goeds te doen. Dit maakt zijn rol als satiricus veel actiever dan hoe de andere respondenten dat zien. De meesten benoemen juist expliciet dat ze het publiek niet in hun achterhoofd houden wanneer ze schrijven. Ondanks dat ze achteraf kunnen beredeneren waarom een stuk succesvol was, nemen ze dat niet bewust mee in hun volgende stukken:

“Dingen met drugs en feesten werken vaak goed online, want we hebben natuurlijk best veel jonge volgers op Instagram. Die vinden het altijd wel grappig volgens mij. Maar ik denk niet dat iemand ooit een stukje schreef met het idee: “Ik ga nu even die jonge volgers

imponeren.”””

- *Schrijver voor De Speld (Interview G, p. 13)*

Concluderend is het netwerk van makers van Nederlands satirisch nieuws opgebouwd uit een kleine groep makers waarvan de kern ook voor meerdere producties werkt. Ze rollen vaak in het werkveld door een interesse voor komedie, niet persé via een specifieke (journalistieke) opleiding. Ze zien zichzelf dan ook niet als journalisten, eerder als schrijvers die komedie maken op basis van de actualiteiten. In hun optiek houden ze die schijn ook niet op naar het publiek, of naar elkaar. Ze zijn voornamelijk bezig met het maakproces, meer dan met het effect dat dat op het publiek zal hebben.

4.2 - Productieproces

Nu zal gekeken worden naar het productieproces van satirisch nieuws. Dit onderdeel van de analyse is voortgekomen uit de diepte-interviews. Hierbij wordt de volgende deelvraag beantwoord:

Deelvraag 2: Hoe verloopt het productieproces van satirisch nieuws?

Rolverdeling en hiërarchie

Het eerste onderdeel van het productieproces waar naar gevraagd is, is de rolverdeling op redacties. Zoals te zien was in figuur 9, verschilt het per productie hoeveel mensen er aan een productie werken. Waar *Lubach* 23 schrijvende medewerkers heeft, hebben *Dit Was Het Nieuws* en *Lubach* er momenteel 9. Uit de interviews blijkt ook wel dat *Lubach* meer gebruikmaakt van researchers en dieper op onderwerpen in gaat, wat verklaart dat ze meer mensen in dienst hebben. *De Speld* en *Nieuwspaal* hebben dan weer vrijwel niemand in dienst, en alleen freelancers.

De redacties van satirische programma's in Nederland zijn over het algemeen horizontaal georganiseerd, met relatief platte hiërarchieën. Er zijn wel hoofd- en eindredacteuren, maar uit de diepte-interviews bleek dat er niet echt een gevoel van hiërarchie gevoeld werd. De verschillende functies zijn in de tabel hieronder weergegeven.

Fig. 11: Omschrijving van de functies in een satirische productie

Rol	Omschrijving
Presentator/teamcaptain	Presenteren. In veel gevallen ook het deels of volledig schrijven van eigen teksten.
Hoofdredacteur	Stuurt de redacteurs aan en heeft inhoudelijk het laatste woord.
Eindredacteur	Zorgt ervoor dat alle details kloppen en bewaart het overzicht.
Redacteur	Selecteert onderwerpen en schrijft teksten. Ze zijn meer bezig met het eindproduct dan de schrijver, maar hebben niet zo veel verantwoordelijkheid als de hoofd- en eindredacteurs.
Researcher	Doet verder onderzoek naar de onderwerpen, zodat de redacteurs en schrijvers genoeg achtergrondinformatie hebben.
Schrijver	Schrijven de teksten op basis van input van de redacteurs en researchers.

Uit de interviews blijkt dat voornamelijk het takenpakket van redacteurs nogal fluïde kan zijn: redacteurs wisselen van rol naargelang de fase van het schrijfproces waar ze in zitten. Vaak beginnen ze de week in de brainstormfase als ‘klassieke’ redacteur en werken ze samen met de eindredacteur, worden ze vervolgens bij het uitwerken even schrijver en krijgen dan tijdens het opnameproces soms nog een wat praktischere rol zoals beeldredacteur of regisseur. Dit wijst op een werkwijze waarin gezamenlijke verantwoordelijkheid voor de inhoud centraal staat en rollen gedeeld worden. Zoals een van de respondenten aangeeft:

“Hoe ik mijn werk omschrijf? Schrijver. Maar het is best een breed begrip. We zijn een relatief klein team aan mensen, dus mijn rol verandert een beetje gedurende de week. Vandaag zijn we bijvoorbeeld met een klein groepje losse grappen aan het schrijven. Daarna ga ik met Jeroen [Woe, presentator, MS], Niels [van der Laan, presentator, MS] en [de eindredacteur, MS] ook weer brainstormen over wat we in het eindfilmpje gaan doen. (...) Later krijg ik een onderwerp wat ik uitdiep, dus dan ben ik aan het researchen en daar een verhaal van aan het schrijven. En vrijdag (...) verzamel ik alle beelden die in beeld komen op de keynote. (...) Zaterdag ben ik dan bij de opname aanwezig, en doe ik de timing van alles wat op het scherm komt. En als we klaar zijn met de opnames, ga ik weer de montage in samen met Hans [Riemens, eindredacteur, MS]. (...) Dus in mijn contract staat ‘schrijver’, en dat is misschien

ook wel een deel van wat ik doe hoor. Maar ik heb best veel verschillende petten op gedurende de week.”

- *Schrijver voor o.a. Even tot Hier (Interview B, p. 3)*

De rol van de respondenten lijkt vooral gebaseerd te zijn op ervaring in de komedie of media. Er zijn hoofdredacteuren en eindredacteuren die de toon en inhoud van de producties beïnvloeden. Zij zijn doorgaans ervaren mediamakers met een duidelijke visie op de maatschappelijke rol van satire. Vaak zijn ze verbonden aan één productie tegelijkertijd omdat hun rol veel tijd kost. Dat ze een leidende rol in het schrijfproces hebben, betekent daarom niet persé dat ze ook veel ervaring in komedie of satire hebben bij andere programma's. Voorbeelden hiervan zijn Janine Abbring (*Lubach*), Hans Riemens (*Even tot Hier*) en Jochem van den Berg (*De Speld*).

Informatie en ideeën verzamelen

De meeste redacties werken op weekbasis, omdat ze eens in de week een uitzending hebben. Voor *Lubach*, *De Speld* en *Nieuwspaal* geldt dit niet omdat ze dagelijks publiceren, dus bij hen wordt meestal eenzelfde soort structuur gehanteerd maar dan met een kortere looptijd. De week begint volgens de respondenten altijd met een vergadering waarin er onderwerpen genoemd worden die op dat moment in het nieuws zijn. In de programma's van Lubach wordt het lezen en bekijken van verschillende journalistieke programma's en kranten ook onderverdeeld, zodat er tijdens die vergadering een breed beeld is van wat er speelt. Vervolgens worden hieruit, onder leiding van de hoofdredactie, onderwerpen geselecteerd. Een van de respondenten omschrijft dit als een proces waarbij er vooral heel veel “geroepen” wordt, waarna uiteindelijk uit alle ideeën de daadwerkelijke onderwerpen gekozen worden. Later in de week komen er soms nog onderwerpen bij, op basis van wat er nog meer gebeurt.

Nadat de onderwerpen zijn gekozen, gaan de redacteuren in teams uit elkaar. Bij de programma's van Lubach gaat dit per onderwerp, waar dan redacteuren, researchers en schrijvers aan één onderwerp gaan werken. Bij *Dit Was Het Nieuws* en *Even tot Hier* gaan de schrijvers zelfstandig aan de slag, terwijl de eindredactie de grote lijnen bewaakt. Bij geschreven teksten en bij de radioprogramma's is dit proces veel individueler. De satirische stukken in radioprogramma's zijn eigenlijk uitgesproken columns, en ook de stukken van *De Speld* zijn zo kort dat ze door één redacteur worden geschreven. Hierbij is het verzamelen van ideeën ook wat persoonlijker, en vaak minder op de actualiteiten gebaseerd maar meer op wat de schrijver in zijn eigen omgeving ziet. De eerste ring van de *hierarchy of influences*, namelijk de individuele journalist, is hier dus doorslaggevend voor de selectie van ideeën:

“Ik moet gewoon de week op me in laten werken, en de gedachten die ik heb op vrijdagavond worden dan mijn column. Daar zit ik op dat moment mee in mijn hoofd. En dat kunnen gebeurtenissen zijn die ik die week heb meegemaakt - het zijn bij mij dus ook heel vaak politieke dingen.”

- *Columnschrijver voor o.a. Spijkers met Koppen (Interview D, p. 7)*

Onderwerpkeuze en nieuwswaarde

De keuze van het onderwerp komt overeen met hoe dat op journalistieke redacties gebeurt. Een aantal factoren zijn voor een redactie belangrijk (de nieuwswaarden) en op basis daarvan wordt geselecteerd. Bij satire is het, naast de actualiteit, ook belangrijk dat er een mening over gevormd kan worden en dat het grappig gemaakt kan worden.

De betrokkenheid van bekende of machtige personen is een belangrijke nieuwswaarde in traditioneel nieuws. Dat geldt ook voor satirisch nieuws, blijkt uit de interviews. Er wordt expliciet benoemd dat “de gewone mens” in principe niet bekritiseerd wordt in de producties, en dus vrijwel nooit benoemd:

“Het gebeurt niet zo vaak meer, dat mensen in het nieuws komen omdat ze zelf iets doms hebben gezegd. Maar als diegene helemaal niet bekend is, dan zijn we er niet op uit om iemand helemaal neer te sabelen. (...) Als we de gewone mens op de hak nemen, is het meer omdat iederéén zo doet dan dat we één specifiek persoon eruit pikken.”

- *Schrijver voor o.a. Dit Was Het Nieuws (Interview F, p. 8-9)*

Een tweede reden waarom iets nieuwswaardig kan zijn is de aard van het nieuws. Uit de interviews blijkt dat voornamelijk onderwerpen die zich in Nederland afspelen gekozen worden, al is dat dan vaak wel op landelijk niveau en komt regionaal nieuws zelden tot nooit voor. Een van de respondenten noemt wel dat ze de regionale omroepen in de gaten houden voor het geval daar iets bijzonders gebeurt.

Tenslotte kan de nieuwswaarde volgens Harcup & O’Neill (2001) ook voortkomen uit de agenda van de redactie. Hier komt de satirische laag erbij: als ergens een mening in kan zitten en er grappen over gemaakt kunnen worden, dan is het een goed onderwerp voor de productie. Uit de interviews blijkt echter wel dat dit een beperkende factor is, en geen scheppende. Dus er wordt eerst, op basis van de “traditionele” nieuwswaarden bepaald of iets actueel of bijzonder genoeg is om behandeld te worden, en vervolgens wordt hierin geschrapt als er geen kritische of humoristische laag aan toegevoegd kan worden.

Naast die satirische laag wordt ook door meerdere respondenten genoemd dat er iets “nieuws” of “fris” over moet kunnen worden gezegd:

“Het gesprek moet echt wel ‘van die week’ voelen. We moeten zin hebben om er iets over te zeggen. En ook het gevoel hebben dat we er iets over kunnen zeggen wat nog een beetje fris is.”

- *Schrijver voor o.a. Even tot Hier (Interview B, p. 7).*

Dat hier nadruk op ligt, kan verklaard worden door de journalistieke routine van de producties. Doordat er een week voorbereidingstijd is tot de uitzending van de meeste programma's, zijn sommige onderwerpen te klein of van te korte duur om er nog iets over te zeggen. De ring “media routine” van de *hierarchy of influences* is dus ook relevant voor de onderwerpkeuze.

Iets anders wat voortvloeit uit de journalistieke routine is het feit dat de programma's vaak geprogrammeerd worden op “entertainment”-tijdstippen; redelijk laat op de avond en in het weekend. Dat betekent dat er niet persé wordt verwacht dat de kijker zit te wachten op veel nieuws, en ook niet altijd op de hoogte is van het nieuws. Er is sprake van formele onderwerpen in een redelijk informele setting, zoals Baym (2008) dat ook omschrijft. Ook informele onderwerpen krijgen hier vaak de ruimte. Vooral schrijvers van *De Speld* benoemen dat sommige informele, non-actuele onderwerpen het vaak ook goed doen:

“Het heeft wel een bepaalde nieuwswaarde, maar nieuws is natuurlijk ook heel breed. Want iets zoals *GirlsScene* [online platform voor jonge vrouwen, MS] brengt ook nieuws naar buiten, maar de journalistieke waarde ervan is dan misschien wat lager.”

- *Schrijver voor De Speld (Interview G, p. 15)*

De respondenten geven aan dat ze weinig voorkennis over de actualiteiten verwachten van het publiek, en dus ook altijd kort toelichting geven op de onderwerpen. Van bepaalde belangrijke politici wordt wel uitgegaan dat men ze kent, maar over het algemeen wordt het verhaal ingeleid met een tekstje wat door de redacteurs is geschreven voor de presentator. Uiteindelijk zorgt dit ervoor dat de basiskennis zo snel mogelijk op peil is, zodat er grappen gemaakt kunnen worden:

“We zijn natuurlijk een satirisch programma, maar we begrijpen ook heel goed dat we zaterdagavond-satire zijn. Ik vind dat we best stevige satirische noten kraken, (...) maar je moet wel een complex onderwerp snel uiteen kunnen zetten. (...) Wij zitten als schrijvers natuurlijk de hele dag het nieuws te volgen, dus dan moet je inschatten: wat heeft de gemiddelde kijker meegekregen van het nieuws?”

- *Schrijver voor o.a. Even tot Hier (Interview B, p. 9)*

Naast onderwerpen die te klein zijn en daarom niet in de productie passen, zijn er ook onderwerpen zo groot dat ze niet vermeden kunnen worden:

“Er zijn gewoon dingen waar we niet omheen kunnen. Soms baal je: kut, we moeten het er weer over hebben. Maar het is te belangrijk om te negeren.”

- *Schrijver voor o.a. Dit Was Het Nieuws (Interview E, p. 3)*

Hieruit blijkt dat de actualiteit leidend is in de onderwerpkeuze. Toch kunnen ook hele grote onderwerpen bewust vermeden worden. Er is iets wat door vrijwel iedereen genoemd wordt als een onderwerp wat niet behandeld wordt: oorlog. Hier is vaak niks grappigs over te zeggen omdat er zo veel leed plaatsvindt. Bovendien is het iets wat zich over langere tijd uitstrekt en dus wel heel actueel is, maar niet “nieuw”.

Schrijfproces

Het schrijfproces is iets wat lastig in tekst te vangen is, omdat het een creatief proces is. De ene respondent omschrijft het als een iteratief proces, waarbij diegenen eerst alles opschrijven wat ze kunnen bedenken en daarna schrappen. De andere respondent begint juist met een klein onderwerp en gaat vanaf daar bouwen. Er zaten eigenlijk niet heel veel overeenkomende thema's in de interviews met betrekking tot dit onderwerp, wat van tevoren ook al zo ingeschat was. Het is een proces wat redelijk ongrijpbaar en persoonlijk is:

“Het is bijna alsof je in een ander soort hersenfrequentie terecht komt. Want je moet de hele tijd gaan associëren.”

- *Schrijver van o.a. eigen theaterstukken (Interview E, p. 6)*

“Het is wiskundig: het is een soort wiskunde om een goede grap te maken. Dus als het klopt, vind ik dat erg leuk.”

- *Schrijver van o.a. eigen theaterstukken (Interview A, p. 13)*

De respondenten hebben wel een aantal trucjes die volgens hen worden toegepast, zoals de ‘*reverse callback*’, een ‘omkering’, ‘verkeerd-been-grap’ of het plaatsen van een ‘*easter egg*’ in de tekst. Maar ze benoemen ook dat juist de grappen die volgens dat soort standaard rituelen geschreven worden, het minst leuk zijn.

Materiaal toetsen en selecteren

Als de schrijvers bezig zijn geweest met de gekozen onderwerpen, wordt dat materiaal door de

eindredactie doorgenomen en uiteindelijk wel of niet geselecteerd voor de productie. Uiteindelijk komt maar een klein deel van wat er geschreven wordt daadwerkelijk in een uitzending, of wordt het gepubliceerd:

“Er worden heel veel grappen geschreven, en uiteindelijk komen er maar tien in de uitzending.”

- *Schrijver voor o.a. Dit Was Het Nieuws (Interview E, p. 4)*

Hoe dit getest wordt, verloopt over het algemeen vrij informeel. Het is onderdeel van de journalistieke routine van de televisieprogramma's: de redactie komt bij elkaar en het volledige script wordt doorgelezen. Zo wordt informeel getest of het materiaal grappig is of niet, want als men moet lachen dan zit er dus iets leuks in. Bij *Dit Was Het Nieuws* wordt ook expliciet aan de aanwezigen van de vergadering gevraagd om het script niet voorafgaand aan de vergadering te lezen, zodat ze tijdens het doorlezen kunnen zien of er oprecht gelachen wordt. De comedians vertellen dat ze iets vergelijkbaars doen met het materiaal voor hun shows. Eerst schrijven ze het, waarna ze het tijdens een *try-out* opvoeren voor publiek om te kijken of er gelachen wordt:

“Ik maak eigenlijk dingen die mij opvallen, en dat zijn eigenlijk altijd wel actuele dingen waar ik iets van vind. Daar maak ik dan comedy over, en dat ga ik dan uittesten in een stand-up comedy setting. Dan maak ik een stuk van 5 á 15 minuten, en wat ik daarvan leuk blijf vinden komt uiteindelijk ook in mijn voorstelling terecht.”

- *Schrijver van o.a. eigen theaterstukken (Interview A, p. 2)*

Een andere opvallende informele manier waarop het materiaal getoetst wordt, is door tijdens een repetitie van de show te kijken of het technische personeel begint te lachen. Vrijwel iedere respondent die voor een televisieprogramma schrijft of heeft geschreven noemde dit als een belangrijke reden om een item er wel of niet in te laten:

“Om vijf uur is er een doorloop. En op een gegeven moment weet je als redactie niet meer waar je om moet lachen, want je hebt het dan zo vaak gehoord. En als dan de cameramensen lachen, dan weet je: oké, we zitten goed.””

- *Schrijver voor o.a. Dit Was Het Nieuws (Interview F, p. 15)*

Ook na de opnames wordt er soms nog materiaal geschrapt in de montage. Hoeveel er daadwerkelijk uit geknipt wordt verschilt van programma tot programma, maar de programma's zijn allemaal niet live dus er gebeurt altijd nog wel iets van montage. Uiteindelijk haalt alles wat grappig genoeg is het

uiteindelijke product. Hier zit wel ook nog een laatste inhoudelijke check in, ondanks dat tot aan de opnames voornamelijk op basis van humor werd geselecteerd. De eindredacteur, hoofdredacteur of presentator (afhankelijk van de redactie) is verantwoordelijk voor die inhoudelijke lijn:

“Maar soms komt er wel eens iets in waarvan de coach zegt: “Ja, maar ik wil dit er gewoon in hebben. Dan wordt er maar minder gelachen, maar ik vind het belangrijk dat dit erin zit.””

- *Schrijver voor o.a. Dit Was Het Nieuws (Interview F, p. 14)*

Het is niet altijd navolgbaar waarom iets wel of niet geselecteerd wordt. Voornamelijk bij *De Speld* wordt er vaak zonder onderbouwing gestemd op iets: andere redacteuren geven een positieve of negatieve reactie, zonder dat deze echt onderbouwd wordt:

“Ik weet eigenlijk nog steeds niet echt wat de criteria zijn waarop ze artikelen kiezen. Humor is sowieso iets heel persoonlijks.”

- *Schrijver voor De Speld (Interview C, p. 2)*

Rol van de presentator

Een belangrijk verschil tussen de programma's met een presentator en alle andere producties, is dat je anders gaat schrijven als je voor iemand anders een tekst schrijft dan wanneer je die zelf uit moet spreken. Voornamelijk de respondenten die zelf komedie-shows doen, benoemen dit. Ze vertellen dat ze extremer schrijven als ze de tekst niet zelf hoeven te presenteren, en dat de presentatoren dat wel durven. Wel passen ze de tekst ook aan naar de stijl van de presentator, zodat het wel bij ze past.

Hoewel de tekst voor ze geschreven wordt, zijn de presentatoren inhoudelijk erg betrokken bij de programma's. Arjen Lubach (*Lubach*), Jeroen Woo en Niels van der Laan (*Even tot Hier*) zijn ook echt kartrekker van hun programma's:

“Zij [Jeroen Woo en Niels van der Laan, MS] hebben volledig zeggenschap over wat er uiteindelijk echt inkomt. Daar moeten ze volledig achter staan. Er is geen seconde in het programma die niet door hun vingers is gegaan.”

- *Schrijver voor o.a. Even tot Hier (Interview B, p. 13)*

Harm Edens is wat minder inhoudelijk betrokken volgens de respondenten, maar Peter Pannenkoek en Jan-Jaap van der Wal (geen presentatoren maar wel teamcaptains, een vergelijkbare rol) schrijven wel hun eigen teksten voor *Dit Was Het Nieuws*.

Uiteindelijk zijn de presentatoren het gezicht van het programma, en moeten het dus in bepaalde mate ook eens zijn met wat er verteld wordt. Toch wordt er vanuit een hele redactie voor ze

geschreven, waardoor er zoals eerder genoemd een palet aan meningen in één verhaal gegoten wordt. Een van de respondenten vertelt dat dit uiteindelijk gewoon is hoe dat gaat bij zo'n programma, oftewel de journalistieke routine, en dat uiteindelijk de presentator ook wel achter de inhoud komt te staan:

“Uiteindelijk is het Arjen's mening, maar wel in de mond gelegd door anderen. (...) Dan heeft iemand Arjen van die mening overtuigd.”

- *Schrijver voor o.a. Lubach (Interview H, p. 12)*

Het productieproces van satirisch nieuws toont overeenkomsten met dat van journalistiek. De redactie functioneert op een vergelijkbare manier, met vaste routines waarin de productie tot stand komt. Deze komt ook redelijk overeen tussen de verschillende producties, voornamelijk tussen producties binnen hetzelfde medium. Net als bij traditionele journalistiek zijn de verschillende ringen van de *hierarchy of influences* van invloed op het uiteindelijke mediaproduct, al ligt er bij satirisch nieuws meer nadruk op de eerste ring: de journalist zelf. De reden hiervoor is dat de mening van de maker heel duidelijk naar voren komt in het uiteindelijke mediaproduct, in tegenstelling tot de neutraliteit die bij traditionele journalistiek nagestreefd wordt. Iets vergelijkbaars geldt voor de relevante nieuwswaarden: in principe zijn dezelfde nieuwswaarden van toepassing als bij traditionele journalistiek, maar als er over iets een mening en grap gevormd kan worden, dan maakt dat de kans veel groter dat het uiteindelijk als onderwerp gekozen wordt. Het productieproces is dus op onderdelen vergelijkbaar, maar met extra nadruk op de mening van de maker en humor.

4.3 Satirisch nieuws in verhouding tot de journalistiek

Tenslotte wordt nu gekeken naar de verhouding van satirisch nieuws tot de journalistiek. Ook dit onderdeel van de analyse is voortgekomen uit de diepte-interviews. Hierbij wordt de volgende deelvraag beantwoord:

Deelvraag 3: Hoe verhoudt het productieproces van satirisch nieuws zich tot de journalistiek?

Doel en mikpunt van de satire

Zoals al benoemd zien de respondenten hun vak als de kunst om een mening te verbinden en een laag van humor te verbinden aan de actualiteiten. Ook in de bespreking van het productieproces kwam naar voren dat een onderwerp alleen behandeld wordt als er ook iets inhoudelijks aan toegevoegd kan worden. Alleen een grap is niet genoeg, er moet volgens meerdere respondenten ook een duidelijke mening over de actualiteiten in het satirisch product zitten:

“Volgens mij is het onze taak dat we er iets wezenlijks over zeggen, waardoor mensen op andere gedachten komen door middel van humor.”

- *Schrijver voor o.a. Dit Was Het Nieuws (Interview E, p. 12)*

De respondenten geven ook aan dat dit tijdens het schrijfproces steeds terugkomt, zowel in de feedback die ze krijgen op hun geschreven stukken als tijdens het schrijven zelf. Om een duidelijke inhoudelijke lijn te behouden, houden ze steeds in de gaten op wie ze hun pijlen richten en waarom:

“Mensen die daar scherp op zijn, die zetten dat dan af en toe wel in de kantlijn: “Op wie zijn we hier nou precies boos? En waarom?” Want dat is vaak toch wel de kern van je betoog.”

- *Schrijver voor o.a. Lubach (Interview H, p. 6)*

Het mikpunt van de satire is de zittende macht, zoals Lichtenstein et al. (2021) ook signaleert. Hierbij is het volgens de respondenten dus ook belangrijk dat ze niet alleen hun eigen politieke tegenstanders op de hak nemen, maar hierin een open vizier houden. Volgens hen wordt dit ook tijdens het schrijfproces strak in de gaten gehouden:

“Goede satire is als je niet alleen andere groepen aanvalt, maar ook je eigen mensen.”

- *Schrijver voor o.a. Zondag met Lubach (Interview A, p. 10)*

Verschil tussen satire en journalistiek

Zoals in het theoretisch kader al uit de literatuur geconcludeerd werd, ligt satire en satirisch nieuws op een spectrum tussen komedie en journalistiek. Ook de geïnterviewden benoemen dit:

“We zitten ergens op het spectrum. We zijn sowieso geen poëzie aan het schrijven, dat voel ik vaak wel. Het is een beetje kindertaal, expres ook. Maar het is niet echt journalistiek, want we leunen volledig op het werk van anderen.”

- *Schrijver voor o.a. Lubach (Interview H, p.8)*

Er is een duidelijk verschil met komedie, want het doel van hun product is niet de grap. Dat is bij komedie wel zo, maar daar zit dus minder maatschappijkritiek in:

“Ik heb veel interviews gedaan met comedians en cabaretiers, en zelf ook op het podium gestaan. En toen dacht ik, dit is echt het verschil tussen ons. Want voor jullie is humor het doel. En bij mij is het een middel.”

- Schrijver van o.a. eigen theaterstukken (*Interview E*, p. 3)

Ze zien zichzelf niet als journalisten. Wel houden ze journalistieke praktijken aan, zoals het checken van informatie en een breed beeld krijgen van het onderwerp. De programma's van Lubach hebben ook echt researchers in dienst, die verantwoordelijk zijn voor het controleren van de feiten. Bij *Even tot Hier* schuift er regelmatig een politicoloog aan bij de redactievergaderingen om politieke context te geven. Op kleinere schaal, bijvoorbeeld bij *De Speld* en de columns, gebeurt dit op een veel informelere manier:

“Ik heb nog nooit iemand gebeld, maar als ik een onderwerp heb dan ga ik natuurlijk wel gewoon even op zoek naar de belangen in dat stuk.”

- Schrijver voor *De Speld* (*Interview G*, p. 12)

Het concept ‘hoor en wederhoor’ is iets wat de meeste respondenten wel kennen, maar ze noemen allemaal dat ze dit expliciet niet toepassen omdat het niet past binnen de vorm waarin ze schrijven. Ze verzamelen het nieuws immers niet zelf, maar lezen alleen online wat er al over gezegd is:

“Wij doen niet aan hoor en wederhoor in de zin dat we al onze bronnen gaan nabellen. (...) We gaan ervan uit dat de Volkskrant dat dan heeft gedaan. Wij leunen daar dan op en we doen dat een beetje in vertrouwen.”

- Schrijver voor o.a. *Lubach* (*Interview H*, p. 13)

“We doen wel aan ‘lees en wederlees’. Dat je kijkt van: “Klopt dat hier, en wat wordt er gezegd?””

- Schrijver voor o.a. *Dit Was Het Nieuws* (*Interview F*, p. 10)

Wel ligt de objectiviteit- en waarheids-lat een stuk lager bij satire dan bij journalistiek, blijkt uit de interviews. Hoewel er gecheckt wordt of het klopt wat er gezegd wordt, wordt dat volgens sommige respondenten soms ook bewust overboord gegooid als dat in dienst staat van de grappen. Toch heeft een deel van de respondenten het idee dat er door de maatschappij ook naar hún gekeken wordt met een kritisch oog: wat ze vertellen moet wel gegrond zijn, ook omdat het publiek inmiddels gewend is geraakt aan de *investigative comedy* zoals Nicolai (2022) dat omschrijft. Die satire die grenst aan onderzoeksjournalistiek wordt voornamelijk bij Lubach toegepast. Zij werken ook over langere periodes aan onderwerpen, zodat ze af en toe dieper in het onderwerp kunnen duiken:

“Het ontvouwt zich vaak op de dag zelf, maar soms plannen we het ook in. Dat we denken:

“We willen hier graag nog iets mee”, en dan plannen we het niet in op die dag. Maar dan willen we er over twee à drie weken iets mee doen. Dan is ons team groot genoeg om ook een beetje vooruit te werken aan onderwerpen.”

- *Schrijver voor o.a. Lubach (Interview H, p. 4)*

Programma's van Lubach krijgen door dit soort *investigative comedy* regelmatig de aandacht van het publiek, omdat ze hierdoor meer onderbouwde invloed krijgen op het publieke debat. Ook andere satirici gaan daardoor voorzichtig om met wat ze vertellen, omdat ze anders gewantrouwd worden:

“In Nederland worden politici aan lagere normen gehouden dan satirici. Van politici vindt men het mooi als ze ongenueanceerd zijn en onware dingen zeggen. Maar ik leg mezelf die norm wel op. Ik weet niet of het publiek mij dat ook oplegt, maar als ik met mensen in discussie ga, wil ik wel heel goed weten waar ik het over heb.”

- *Schrijver voor o.a. eigen theaterstukken (Interview A, p. 6-7)*

Uiteindelijk bepalen de satirici niet wát er in het nieuws komt, maar wel hoe dat nieuws geïnterpreteerd wordt. Ze geven hun (gemeenschappelijke) mening over de actualiteiten, in de vorm van een grap:

“Nou, Koos [eindredacteur, MS] zegt echt wel vaak: “We hebben grappen met tanden nodig.” Dus dat betekent: “Daar moet iets wezenlijks over worden gezegd.””

- *Schrijver voor o.a. Dit Was Het Nieuws (Interview E, p. 12)*

Uit deze vergelijking kan opgemaakt worden dat er overeenkomsten zijn tussen satirisch nieuws en journalistiek, maar dat de inhoudelijke nadruk bij satirisch nieuws altijd op de mening van de maker ligt. Qua vorm ligt de nadruk dan weer meer op humor. De journalistieke waarden van hoor en wederhoor en neutraal taalgebruik worden niet ingezet, al vinden makers het wel belangrijk dat ze geen onwaarheden verkondigen. Uiteindelijk is het voornamelijk te omschrijven als een grap met een mening, waarbij de actualiteiten het onderwerp zijn.

5. Conclusie

In deze thesis is onderzoek gedaan naar het productieproces van satirisch nieuws en de verhouding van satirisch nieuws tot de journalistiek. De onderzoeksvraag is tot stand gekomen naar aanleiding van de observatie dat er veel overeenkomsten zijn tussen deze twee genres. Toch is er nog vrijwel geen wetenschappelijk onderzoek naar het productieproces van dit genre uitgevoerd, terwijl het productieproces en de keuzes die daarin worden gemaakt veel zeggen over de positionering van het genre. De volgende onderzoeksvraag is daarom opgesteld:

Hoofdvraag: Hoe komt satirisch nieuws tot stand?

Het beantwoorden van deze vraag is gedaan aan de hand van een netwerkanalyse, waarmee het netwerk van de makers van Nederlands satirisch nieuws in kaart is gebracht. Vervolgens zijn diepte-interviews uitgevoerd met de makers, waarmee is onderzocht hoe zij het productieproces en de verhouding van satirisch nieuws ten opzichte van de journalistiek zien. De onderzoeksvragen worden nu beantwoord aan de hand van de analyse en een koppeling met de theorie, waarna suggesties worden gedaan voor verder onderzoek.

Deelvraag 1: Hoe is het netwerk van makers van Nederlands satirisch nieuws opgebouwd?

Uit de analyse van het netwerk van makers blijkt dat de makers van Nederlandse satire een klein, onderling verbonden netwerk vormen en gelijktijdig aan meerdere producties werken. Deze verwevenheid maakt het mogelijk om met een relatief kleine groep een breed publiek te bedienen, maar roept tegelijkertijd vragen op over de diversiteit van de groep makers.

Wat opviel in het uitvoeren van de netwerkanalyse was dat de producties zelf niet openstonden voor de aanwezigheid van een onderzoeker op de redactievloer, omdat ze hun productieproces niet prijs wilden geven of de aanwezigheid het proces te veel zou verstoren. Dat getuigt niet van journalistieke transparantie - al zou bij een latere deelvraag blijken dat er ook veel andere verschillen zijn tussen satire en de journalistiek; neutraliteit en transparantie staan relatief laag op de prioriteitenlijst in satire.

Satire zou volgens de literatuur een controlerende functie op de politiek en andere media moeten hebben. Aangezien het gaat om een kleine groep makers die (geheel volgens de mores van het genre) hun mening geven over de status quo, is dit wel een redelijk eenzijdige controle. Er wordt in de interviews aangegeven dat de redacties voornamelijk politiek links georiënteerd zijn. Er wordt ook in

verschillende bewoordingen aangegeven dat als ze kritiek zouden moeten geven op linkse partijen, dat meer op de vorm en minder op de inhoud zou zijn. Ze geven aan dat het tot nu toe vaak niet aan de orde is geweest omdat de Nederlandse kabinetten altijd midden of rechts waren, maar dit roept wel vragen op voor een tijd waarin er een links kabinet komt.

Dat de producties door een kleine groep worden gemaakt, betekent dat het publiek dat naar dit genre kijkt steeds de mening van dezelfde makers voorgeschoteld krijgt. Dat is dus heel gekleurd, richting dezelfde (voornamelijk linkse) politieke voorkeur. Dat de producties hun eigen mening in de satirische producten verwerken, is in principe geen probleem. Dat is immers creatieve vrijheid, en binnen journalistieke termen ook persvrijheid. Het is echter wel belangrijk om hier rekening mee te houden als bijvoorbeeld blijkt dat het publiek hoofdzakelijk vanuit satirische producties op de hoogte blijft van de actualiteiten. Dit levert namelijk een eenzijdig wereldbeeld op, wat niet goed is voor het geïnformeerd burgerschap en daarmee niet goed voor de democratie (Grabe, 2016, p. 217).

Deelvraag 2: Hoe verloopt het productieproces van satirisch nieuws?

In de analyse is naar het productieproces gekeken aan de hand van de *hierarchy of influences*. De verschillende onderdelen daarvan zijn als praktische punten benoemd in de interviews, waarover nu conclusies kunnen worden getrokken aan de hand van de ringen van het model.

Op het eerste niveau bleek dat de achtergrond van de satiricus erg belangrijk is voor het uiteindelijke satirische product, omdat de mening van de maker bij satire erg duidelijk naar voren komt. Hier is de achtergrond van de maker dus nog relevanter dan bij regulier nieuws.

Uit de analyse van de routine van de redactie bleek dat de redacties van satirisch nieuws via vaste patronen werken, wat ook noodzakelijk is voor de hoge doorlooptijd van hun producties. Het productieproces is echter minder rigide dan bij regulier nieuws, wat ook blijkt uit het feit dat het bij elke redactie net iets anders verloopt. Dit maakt dat het uiteindelijke satirische product meer afhankelijk is van de makers en de wekelijkse input die zij geven, dan van de routine op de redactie.

Dan de verhoudingen binnen de organisatie. Er is wel een rolverdeling op de redactie, maar er is niet zozeer sprake van een duidelijke hiërarchie en ook lopen de rollen vaak in elkaar over. Er is een gezamenlijke verantwoordelijkheid voor het eindproduct, met als gevolg dat de productie vaak een samensmelting van meerdere meningen wordt. Omdat de geïnterviewden allemaal schrijvende medewerkers waren, waren ze niet echt bezig met de economische motieven van hun organisatie.

Met betrekking tot de verhouding tot andere instituten, is bij satirisch nieuws voornamelijk de politiek relevant. Zoals al in eerdere delen geconcludeerd, vinden de makers het belangrijk dat ze op alle vormen van zittende macht kritiek kunnen geven. Op maatschappelijk niveau is er wel een verantwoordelijkheidsgevoel in de zin dat ze onderwerpen op de agenda willen zetten en het

belangrijk vinden dat hun mening daarover uitgesproken wordt. Toch blijkt uit de interviews ook dat ze zich niet verantwoordelijk voelen voor de conclusies die kijkers daaruit trekken en de mate waarin die kijkers hun nieuws via deze satirische producties binnenkrijgen.

Naast de *hierarchy of influences* is er op basis van het theoretisch kader ook gekeken naar de nieuwswaarden die relevant zijn voor satirisch nieuws. De nieuwswaarden bleken overeen te komen met die van regulier nieuws, in de zin dat een nieuwsfeit relevant is voor de producties als er belangrijke of bekende personen in voorkomen, het een verrassend of vermakelijk verhaal is of een grote impact heeft op veel mensen (Harcup & O'Neill, 2001, p. 278-279). Alledrie die categorieën van nieuwswaarden werden door meerdere respondenten genoemd, al ligt de nadruk vooral op verhalen die te maken hebben met politici. Verrassende verhalen worden vooral ingezet als opvulling van de producties, en verhalen met een grote impact worden meer gezien als een verplicht nummer dan als iets waar de redacties graag ruimte voor maken. Dit komt overeen met het beeld van satire dat zich richt op de zittende macht (de politici) waarbij ruimte is voor humor (de verrassende verhalen).

Deelvraag 3: Hoe verhoudt het productieproces van satirisch nieuws zich tot de journalistiek?

De derde deelvraag ging over de verhouding van het productieproces tot die van de journalistiek. Bij de analyse hiervan viel al snel op dat er veel overeenkomsten zijn, maar dat er bovenop dat productieproces nog twee andere factoren een belangrijke rol spelen: humor en opinie. Alle makers laten duidelijk blijken dat voor hen het geven van hun mening over de actualiteiten uiteindelijk het hoogste doel is, en dat humor daar een middel voor is. Onder die laag van humor en opinie zitten dan verder de gebruikelijke praktijken op zo'n redactie, zoals ook in het *hierarchy of influences*-model terug te vinden is.

In het theoretisch kader werd gesteld dat satire een vierde, controlerende macht op de politiek is. De respondenten van dit onderzoek geven aan dat ze kritiek uiten op de zittende macht en verschillende meningen aan het woord proberen te laten. Dit maakt dat de satiricus actief deelneemt aan de democratie door de status quo te bevragen en het publiek aan te zetten tot nadenken, net als de journalist (Donsbach & Patterson, 2004 in Hanitzsch, 2017, p. 117).

De rollen van satire die overeenkomen met de journalistiek, namelijk het agenderen van de actualiteiten en controleren van de macht, bleken ook uit de overeenkomende productieprocessen. Dat hier bij satire een opiniërende laag aan wordt toegevoegd, nodigt mensen uit tot nadenken over de politiek en wekt discussies op, zoals ook in de literatuur aangehaald wordt (Gray, 2009, p. 32). Dat er humor aan toegevoegd wordt verhoogt de entertainment-factor, wat ook weer overeenkomt met de literatuur (Koivukoski, & Ödmark, 2020, p. 743).

Uit de interviews bleek dat de satirici zich niet bezighouden met de journalistieke codes. Ze houden zich ook vrijwel niet aan de richtlijnen voor objectieve journalistiek zoals weergegeven door Rijssenius (2014), die nu kort langsgelopen zullen worden.

Ten eerste worden de onderwerpen geselecteerd op basis van dezelfde nieuwswaarden als bij traditioneel nieuws, maar wordt er afgezien van onderwerpen die niet geschikt zijn om humoristisch en opiniërend in te steken. Hierbij wordt dus niet persé het “algemeen belang” gediend, maar eerder het belang van de productie; dat doel is anders dan bij de journalistiek.

De satirici baseren zich in principe op feiten, maar gaan minder ver in het controleren daarvan. Ze checken wel hun bronnen en geven aan niets onwaars te willen vertellen, maar het heeft geen hoge prioriteit en uit de verscheidenheid aan antwoorden blijkt dat er bij de meeste producties ook geen vaste routine is voor het factchecken. Een uitzondering hierop zijn de researchers bij *Lubach*, waar wel een vaste route is voor het controleren en verder uitwerken van informatie. Door die researchafdeling vallen ze ook meer dan de andere programma's onder de categorie *investigative comedy* zoals Nicolaï et al. (2022, p. 23) dat omschrijft. Dat is ook logisch, want dat onderzoek was gebaseerd op een van de eerdere programma's van Lubach.

Aan hoor en wederhoor wordt bij satirisch nieuws niet actief gedaan, omdat er vanuit wordt gegaan dat dat al door de journalist is gedaan die het oorspronkelijke nieuws publiceerde. Ook het zijn van een “vlieg op de muur” is niet relevant voor de satiricus, omdat dat een fase van het productieproces is die ook al door de oorspronkelijke journalist moet zijn uitgevoerd voordat het nieuws de satiricus bereikt. De satiricus baseert zich echt op een journalistiek product, en maakt die niet zelf.

Tenslotte de laatste drie richtlijnen: een journalist laat de feiten voor zich spreken, brengt meningen in balans en onderscheidt ze van feiten en hanteert objectieve taal. Uit de interviews bleek dat de satirici zich hier niet actief mee bezighouden, omdat ze geen neutraliteit of onafhankelijkheid nastreven. Het tegendeel zelfs: de satiricus wil bewust een mening hebben en die verwerken in het satirische product.

Tot slot

Satirisch nieuws is een controlerende macht op de politiek, zoals ook in het theoretisch kader beschreven werd. Het genre is echter niet echt een controlerende macht op andere mediaproducten, zoals wel verwacht werd. Uit de interviews blijkt dat satirici de informatie uit journalistieke media direct overnemen zonder dit zelf nog te controleren (Lichtenstein, 2021, p. 23). Het satirische productieproces is dus meer gericht op het toevoegen van een opiniërende en humoristische laag boven op het nieuws dan op het uitzoeken en uitwerken van de actualiteiten.

Zoals Baym (2008, p. 3) beschreef, kan een mediaproduct op een schaal geplaatst worden van formeel tot informeel. Hierbij wordt onderscheid gemaakt tussen de inhoud en de vorm. Uit de

interviews blijkt dat in het productieproces de kritische inhoud uiteindelijk voorrang krijgt op de humoristische vorm. Dat betekent dat de luchtigheid en informaliteit van de humoristische vorm van de productie, uiteindelijk voorrang moeten verlenen aan de inhoud als dat relevant is voor het verhaal. De respondenten geven aan dat het belangrijker is dat de inhoud klopt en een duidelijke boodschap overbrengt, dan dat er om gelachen wordt. Als aanvulling op het onderzoek van Baym (2008) kan daarom gezegd worden dat een productie of aflevering zich steeds kan verplaatsen over die schaal van (in-)formaliteit.

Suggesties voor volgend onderzoek

De eerste suggestie voor volgend onderzoek is om te onderzoeken hoeveel mensen hoofdzakelijk satire als bron voor berichtgeving over de actualiteiten hebben. Uit dit onderzoek bleek dat de makers er niet van uit gaan dat dat voor mensen geldt, maar is dat ook daadwerkelijk zo? Als dit voor mensen wél hun hoofdbron is, betekent dat namelijk ook dat het van groter belang is dat de informatie die ze tot zich nemen klopt, of dat ze zich er anders bewust van zijn dat er een opiniërende laag in de productie zit. Dit onderzoek zou kunnen worden gedaan in de vorm van kwantitatief onderzoek naar de nieuwsbronnen van het publiek, aangevuld met kwalitatief onderzoek naar de feitelijke waarde die mensen hechten aan satirisch nieuws.

De volgende suggestie is om de satirische producten te analyseren en zo te bekijken of het klopt dat deze grotendeels links georiënteerd zijn. Onderzoek naar het effect dat dit heeft op het publiek zou hier een goede aanvulling op zijn. Hiermee wordt invulling gegeven aan de conclusie dat er een kleine groep makers met een relatief uniform wereldbeeld een groot publiek bedient. De makers laten weten dat ze niet de intentie hebben om het publiek sterk te beïnvloeden, maar uit dit onderzoek zou blijken of dat ook daadwerkelijk niet gebeurt.

Uit de analyse van de deelvraag over het productieproces vloeit nog een andere suggestie voor volgend onderzoek voort. Dat zou zijn om een onderzoek met een vergelijkbaar doel als dit onderzoek uit te voeren, maar dan met participerende observatie als methode. Dit kan de netwerkanalyse en interviews aanvullen door het gat te dichten tussen *what they say* en *what they do* (Köbben, 1977, p. 302): komt de praktijk overeen met wat de makers vertellen dat ze doen? Hoewel de routines nu duidelijk zijn geworden, zou dit een waardevolle aanvulling zijn omdat er in de vergaderingen en onderlinge overleggen veel nuances kunnen zitten, die tijdens interviews niet zo duidelijk naar voren komen. Die nuances zouden bijvoorbeeld iets kunnen zeggen over de hiërarchie op de redacties en snelle keuzes met betrekking tot het selecteren van materiaal. Het zou ook iets kunnen zeggen over de diversiteit van de redactie en de politieke voorkeuren die onderling besproken worden. Dit onderzoek zou wel een grote uitdaging zijn, aangezien de redacties er niet voor open lijken te staan.

Bronnenlijst

- Atton, C. (2009). Why alternative journalism matters. *Journalism*, 10(3), 283-285.
- Baym, G. (2005). "The Daily Show: Discursive Integration and the Reinvention of Political Journalism." *Political Communication* 22 (3): 259–276. doi:10.1080/10584600591006492
- Baym, G. (2008). Infotainment. In W. Donsbach (Ed.), *The International Encyclopedia of Communication*. <https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbieci031>
- Becker, A. B. (2020). Applying mass communication frameworks to study humor's impact: advancing the study of political satire. *Annals of the International Communication Association*, 44(3), 273–288. <https://doi.org/10.1080/23808985.2020.1794925>
- BNNVARA. (2021). *Radio*. In *Jaarverslag 2020*. Geraadpleegd op 13 mei 2025, van https://verantwoording.bnnvara.nl/jaarverslag_2020/bestuursverslag5/media5/radio5/a1523_Radio
- Boler, M., & Turpin, E. (2008). The *Daily Show* and *Crossfire*: Satire and sincerity as truth to power. In M. Boler (Ed.), *Digital media and democracy: Tactics in hard times* (pp. 383–404). Cambridge, MA: MIT Press. <http://mitpress.mit.edu/books/digital-media-and-democracy>
- Boukes, M., Boomgaarden, H. G., Moorman, M., & de Vreese, C. H. (2015). At odds: Laughing and thinking? The appreciation, processing, and persuasiveness of political satire. *Journal of Communication*, 65(5), 721–744. <https://doi-org.eur.idm.oclc.org/10.1111/jcom.12173>
- Boukes, M., Nicolai, J., Maesele, P., & Kroon, A. C. (2022). The "Humoralist" as journalistic jammer: Zondag met Lubach and the discursive construction of investigative comedy. *Journalism Studies*, 23(16), 2057-2077. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2022.2138948>
- Burgers, C., & Brugman, B. C. (2022). How satirical news impacts affective responses, learning, and persuasion: A three-level random-effects meta-analysis. *Communication Research*, 49(7), 966-993. <https://doi.org/10.1177/00936502211032100>
- De Speld & Partners. (2024, 4 december). *Alle informatie over ons publiek in een document*. <https://www.despeld-partners.nl/nieuws/alle-informatie-over-ons-publiek-in-een-document>
- De Volkskrant. (2015, 30 november). *De Volkskrantcode*. Geraadpleegd op 30 april 2025, van <https://www.volkskrant.nl/cultuur-media/de-volkskrantcode~b137736d/>
- Erasmus, D. (1511). *De lof der zotheid* (A. Dirkzwager & A. C. Nielson, Vert.). Amsterdam: Ad. Donker. (Oorspronkelijk werk gepubliceerd in 1511), p. 125.
- Feldman, L. (2007). The news about comedy: Young audiences, The Daily Show, and evolving notions of journalism. *Journalism*, 8(4), 406-427. <https://doi-org.eur.idm.oclc.org/10.1177/1464884907078655>

- Genootschap van Hoofdredacteuren. (2008). *Code voor de Journalistiek*. Geraadpleegd op 30 april 2025, van <https://genootschapvanhoofdredacteuren.nl/code-voor-de-journalistiek/>
- Grabe, M. E., & Myrick, J. G. (2016). Informed citizenship in a media-centric way of life. *Journal of Communication, 66*(2), 215–235. <https://doi.org/10.1111/jcom.12215>
- Gray, J., Jones, J. P., & Thompson, E. (Eds.). (2009). *Satire TV: Politics and comedy in the post-network era*. New York: NYU Press.
- Habermas, J. (1989). The structural transformation of the public sphere. An inquiry of a category of bourgeois society. Cambridge: MIT Press.
- Habib, I. (2014). *De grens tussen satire en journalistiek: Een kwalitatief onderzoek naar journalistieke waarden in The Daily Show with Jon Stewart* (Master's thesis). Erasmus Universiteit Rotterdam.
- Hanitzsch, T., & Vos, T. P. (2018). Journalism beyond democracy: A new look into journalistic roles in political and everyday life. *Journalism, 19*(2), 146-164.
- Hansen, A. (1998). Participant observation: Researching news production. In A. Hansen (Ed.), *Mass communication research methods* (pp. 35-65). New York University Press.
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2001). What is news? Galtung and Ruge revisited. *Journalism Studies, 2*(2), 261–280. <https://doi.org/10.1080/14616700120042114>
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2017). What is news? *Journalism Studies, 18*(12), 1470–1488. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193>
- Hoffman, L. H., & Young, D. G. (2011). Satire, punch lines, and the nightly news: Untangling media effects on political participation. *Communication Research Reports, 28*(2), 159-168.
- International Federation of Journalists. (1954). *Code van Bordeaux: Verklaring van beginselen over het gedrag van journalisten*.
- International Federation of Journalists. (2019). *Global Charter of Ethics for Journalists*. Geraadpleegd op 22 juni 2025, van <https://www.ifj.org/who/rules-and-policy/global-charter-of-ethics-for-journalists>
- Köbben, A. J. F. (1977). Participerende observatie, ja! Maar hoe en waartoe?. *Amsterdams Sociologisch Tijdschrift, 4*(3), 301-310.
- Koivukoski, J., & Ödmark, S. (2020). Producing Journalistic News Satire: How Nordic Satirists Negotiate a Hybrid Genre. *Journalism Studies, 21*(6), 731–747. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1720522>
- Kok, T. (2025, 21 februari). *De TV van gisteren: Kijkers blij met terugkeer Dit Was Het Nieuws*. Televisier. <https://www.televisier.nl/kijkcijfers/de-tv-van-gisteren-kijkers-blij-met-terugkeer-dit-was-het-nieuws>

- Lee, H., & Kwak, N. (2014). The affect effect of political satire: Sarcastic humor, negative emotions, and political participation. In *Entertainment Media and Politics* (1st ed., pp. 22). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315739366>
- Lichtenstein, D., Nitsch, C., & Wagner, A. J. (2021). Jokers or journalists? A study of satirists' motivations, role orientations, and understanding of satire. *Journalism Studies*, 22(13), 1756-1774.
- Lubach, A. (2020). *Stoorzender*. Podium Uitgeverij.
- Maarten Hopman. (z.d.). Maarten Hopman: Schrijver | Theatermaker | Acteur. Geraadpleegd op 1 juni 2025, van <https://www.maartenhopman.nl>
- McClenen, S., and R. Maisel. 2014. *Is Satire Saving Our Nation? Mockery and American Politics*. London: Palgrave Macmillan.
- Mediacourant. (2025, 2 april). *Arjen Lubach stort enorm in op RTL 4: 'Nu al op niveau Bar Laat!'*. <https://www.mediacourant.nl/2025/04/arjen-lubach-stort-enorm-in-op-rtl-4-nu-al-op-niveau-bar-laat/>
- Montesquieu Instituut. (z.j.). *Media (Trias)*. Geraadpleegd op 24 juni 2025, van <https://www.montesquieu-instituut.nl/id/vja1ff174gp5/media-trias>
- Nicolaï, J., Maesele, P., & Boukes, M. (2022). The “Humoralist” as Journalistic Jammer: *Zondag met Lubach* and the Discursive Construction of Investigative Comedy. *Journalism Studies*, 23(16), 2057–2077. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2022.2138948>
- Nederlandse Vereniging van Journalisten. (2019). *NVJ Code*. Geraadpleegd op 30 april 2025, van <https://nvj.nl/diensten/nvj-code>
- Nieuwspaal. (z.d.). *Colofon*. Geraadpleegd op 13 mei 2025, van <https://nieuwspaal.nl/colofon/>
- NRC Handelsblad. (2017). *NRC Code*. Geraadpleegd op 30 april 2025, van <https://nrccode.nrc.nl/>
- Ödmark, S., & Harvard, J. (2021). The democratic roles of satirists. *Popular Communication*, 19(4), 281–294. <https://doi.org/10.1080/15405702.2021.1929995>
- Ombudsman Publieke Omroep. (2021, 5 november). *Andermans klachten*. Omroep Ombudsman. <https://www.omroepombudsman.nl/uitspraken-en-columns/andermans-klachten>
- Ombudsman Publieke Omroep. (2023, 27 oktober). *Satirische waarheidsvinding*. Omroep Ombudsman. <https://www.omroepombudsman.nl/uitspraken-en-columns/satirische-waarheidsvinding>
- Omroep Ombudsman. (2023). *Code Journalistiek Handelen*. Geraadpleegd op 30 april 2025, van <https://omroepombudsman.nl/code-journalistiek-handelen>
- Otto, L., Glogger, I., & Boukes, M. (2017). The softening of journalistic political

- communication: A comprehensive framework model of sensationalism, soft news, infotainment, and tabloidization. *Communication Theory*, 27(2), 136–155.
<https://doi.org/10.1111/comt.12102>
- Raad voor de Journalistiek. (2010). *Leidraad*. Geraadpleegd op 30 april 2025, van <https://rvdj.nl/leidraad/>
- Reese, S. D. (2019). Hierarchy of influences. *The international encyclopedia of journalism studies*, 1, 1-5.
- Rijssemus, T. (2014). *De rekbare waarheid: Over de objectiviteit van betrokken journalistiek*. Amsterdam University Press.
- Rosen, R. M. (2012). Efficacy and meaning in ancient and modern political satire: Aristophanes, Lenny Bruce, and Jon Stewart. *Social Research: An International Quarterly*, 79(1), 1-32.
- RTL Nieuws. (2025, 15 mei). *Jiskefet krijgt Ere Zilveren Nipkowschijf: 'Humor van toen gebruiken we nog steeds'*. Geraadpleegd op 1 juni 2025, van <https://www.rtl.nl/nieuws/binnenland/artikel/5509017/jiskefet-krijgt-ere-zilveren-nipkowschijf>
- Rubin, V. L., Conroy, N. J., Chen, Y., & Cornwell, S. (2016). Fake news or truth? Using satirical cues to detect potentially misleading news. *Proceedings of NAACL-HLT 2016*, 7-16.
- Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (1996). *Mediating the message: Theories of influences on mass media content* (2nd ed.). Longman.
- Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (2014). *Mediating the message: Theories of influences on mass media content* (3rd ed.). Routledge.
- Scott, C., & Medaugh, M. (2017). Axial coding. *The international encyclopedia of communication research methods*, 10, 9781118901731.
- Smith, J. A., Flowers, P., & Larkin, M. (2022). *Interpretative phenomenological analysis: Theory, method and research* (2e ed.). Sage.
- Stroud, N. J., & Muddiman, A. (2013). Selective exposure, tolerance, and satirical news. *International Journal of Public Opinion Research*, 25(3), 271-290.
- Van Kooten, K., & De Bie, W. (2012, 11 februari). *Van Kooten & De Bie sloegen weer toe!* [Aflevering 1, fragment 5:35–6:20]. In C. Verbraak (Regisseur), *Van Kooten & De Bie sloegen weer toe!* [Televisieserie]. VPRO.
<https://npo.nl/start/serie/van-kooten-de-bie-sloegen-weer-toe>
- Volkscrant Magazine. (2025, 17 mei). *Vroeger schaamden ze zich voor elkaar, nu maken Roel en Jos Maalderink samen een succesvol satirisch programma*. *de Volkskrant*, p. 16.
<https://www.volkskrant.nl/volkskrant-magazine/vroeger-schaamden-ze-zich-voor-elkaar-nu-maken-roel-en-jos-maalderink-samen-een-succesvol-satirisch-programma~be96>

cd0d/

VPRO. (z.d.-a). Colofon - De Avondshow met Arjen Lubach. Geraadpleegd op 1 juni 2025, van

<https://www.vpro.nl/programmas/de-avondshow/colofon.html>

VPRO. (z.d.-b). Colofon - Plakshot. Geraadpleegd op 1 juni 2025, van

<https://www.vpro.nl/programmas/plakshot/colofon.html>

VPRO. (z.d.-c). Colofon - Zondag met Lubach. Geraadpleegd op 1 juni 2025, van

<https://www.vpro.nl/zondag-met-lubach/service/colofon.html>

VPRO. (z.d.-d). Keek op de Week. Geraadpleegd op 1 juni 2025, van

<https://www.vpro.nl/programmas/keek-op-de-week.html>

Wikipedia. (z.d.-a). *Diederik Smit*. Geraadpleegd op 1 juni 2025, van

https://nl.wikipedia.org/wiki/Diederik_Smit

Wikipedia. (z.d.-b). *Dit Was Het Nieuws*. Geraadpleegd op 1 juni 2025, van

https://nl.wikipedia.org/wiki/Dit_Was_Het_Nieuws

Wikipedia. (z.d.-c). *Emilio Guzman*. Geraadpleegd op 1 juni 2025, van

https://nl.wikipedia.org/wiki/Emilio_Guzman

Wikipedia. (z.d.-d). *Jack Spijkerman*. Geraadpleegd op 11 juni 2025, van

https://nl.wikipedia.org/wiki/Jack_Spijkerman

Wikipedia. (z.d.-e). *Janneke Rinzema*. Geraadpleegd op 1 juni 2025, van

https://nl.wikipedia.org/wiki/Janneke_Rinzema

Wikipedia. (z.d.-f). *Jeroen Woe*. Geraadpleegd op 1 juni 2025, van

https://nl.wikipedia.org/wiki/Jeroen_Woe

Wikipedia. (z.d.-g). *Jonathan van het Reve*. Geraadpleegd op 1 juni 2025, van

https://nl.wikipedia.org/wiki/Jonathan_van_het_Reve

Wikipedia. (z.d.-h). *Klikbeet*. Geraadpleegd op 1 juni 2025, van <https://nl.wikipedia.org/wiki/Klikbeet>

Wikipedia. (z.d.-i). *Niels van der Laan*. Geraadpleegd op 1 juni 2025, van

https://nl.wikipedia.org/wiki/Niels_van_der_Laan

Wikipedia. (z.d.-j). *Promenade (televisieprogramma)*. Geraadpleegd op 1 juni 2025, van

[https://nl.wikipedia.org/wiki/Promenade_\(televisieprogramma\)IMDb](https://nl.wikipedia.org/wiki/Promenade_(televisieprogramma)IMDb)

Wikipedia. (z.d.-k). *Primetime*. Geraadpleegd op 11 juni 2025, van

<https://nl.wikipedia.org/wiki/Primetime#:~:text=Primetime%20is%20een%20uit%20de,het%20behalen%20van%20hoge%20kijkcijfers.>

Wikipedia. (z.d.-l). *Roel Maalderink*. Geraadpleegd op 1 juni 2025, van

https://nl.wikipedia.org/wiki/Roel_Maalderink

Wikipedia. (z.d.-m). *Spaanders*. Geraadpleegd op 1 juni 2025, van

<https://nl.wikipedia.org/wiki/Spaanders>

Wikipedia. (z.d.-n). *Tex de Wit*. Geraadpleegd op 1 juni 2025, van

https://nl.wikipedia.org/wiki/Tex_de_Wit

Wikipedia. (z.d.-o). *Vera van Zelm*. Geraadpleegd op 1 juni 2025, van

https://nl.wikipedia.org/wiki/Vera_van_Zelm

Williams, M., & Moser, T. (2019). The Art of Coding and Thematic Exploration in Qualitative Research. *International Management Review*, 15(1), 45-55.

Zuidberg, W. (2024, 1 december). *De TV van gisteren: Even tot hier trok zoveel kijkers*. Televisier.

<https://www.televisier.nl/kijkcijfers/de-tv-van-gisteren-even-tot-hier-trok-zoveel-kijkers-new>

Bijlagen

Bijlage 1 - Netwerkanalyse

Fig. 1: Overzicht van inhoudelijke medewerkers van Nederlandse satirische nieuwsproducties

Programma	Persoon	Functie	Andere satirische programma's
Even tot Hier	Niels van der Laan	Presentator	<i>Spijkers met Koppen</i>
Even tot Hier	Jeroen Woe	Presentator	
Even tot Hier	Maarten Hopman	Schrijver	<i>Dit Was Het Nieuws, De Speld</i>
Even tot Hier	Peter Heerschop	Schrijver	<i>Spijkers met Koppen, Kopspijkers</i>
Even tot Hier	Emilio Guzman	Schrijver	Programma's met Lubach, <i>De Speld, Spijkers met Koppen, Klikbeet, Spaanders</i>
Even tot Hier	Owen Schumacher	Schrijver	<i>Spijkers met Koppen, Dit Was Het Nieuws, Kopspijkers, Koefnoen</i>
Even tot Hier	Hans Riemens	Schrijver, eindredactie	
Even tot Hier	Peter Capel	Schrijver	
Even tot Hier	Armèn Hakhverdian	Schrijver	
Lubach	Arjen Lubach	Presentator	
Lubach	Janine Abbring	Eindredactie	

Lubach	Tex de Wit	Hoofdschrijver	<i>Klikbeet, Makkelijk Scoren, Spijkers met Koppen</i>
Lubach	Jonathan van het Reve	Hoofdschrijver	<i>Makkelijk Scoren</i>
Lubach	Diederik Smit	Schrijver/redacteur	<i>Spaanders, Makkelijk Scoren, De Speld, satirische rubriek in De Wereld Draait Door</i>
Lubach	Thijs van Domburg	Schrijver/redacteur	<i>Makkelijk Scoren</i>
Lubach	Jeroen Weghs	Schrijver/redacteur	
Lubach	Annemarie Faber	Schrijver/redacteur	
Lubach	Jurg van Ginkel	Schrijver/redacteur	
Lubach	Frank Brasser	Schrijver/redacteur	
Lubach	Thomas Gast	Schrijver/redacteur	
Lubach	Jenny Rozema	Schrijver/redacteur	
Lubach	Danique Leenstra	Schrijver/redacteur	<i>De Speld</i>
Lubach	Mirthe Westrik	Schrijver/redacteur	
Lubach	Louise de Vos	Schrijver/redacteur	
Lubach	Bart van den Donker	Schrijver/redacteur	
Lubach	Ezra van Hamelen	Schrijver/redacteur	

Lubach	Emilio Guzman	Schrijver/redacteur	<i>De Speld, Even tot Hier, Spijkers met Koppen, Klikbeet, Spaanders</i>
Lubach	Jop Eikelboom	Schrijver/redacteur	<i>De Speld, Makkelijk Scoren, Plakshot, Spaanders</i>
Lubach	Edo Schoonbeek	Schrijver/redacteur	
Lubach	Thom Egberts	Schrijver/redacteur	<i>Makkelijk Scoren</i>
Lubach	Hielke Jan Borger	Schrijver/redacteur	
Lubach	Tjibbe Beerda	Schrijver/redacteur	
Dit Was Het Nieuws	Harm Edens	Presentator	
Dit Was Het Nieuws	Jan Jaap van der Wal	Teamcaptain	
Dit Was Het Nieuws	Peter Pannekoek	Teamcaptain	
Dit Was Het Nieuws	Maarten Hopman	Schrijver	<i>Even tot Hier, De Speld</i>
Dit Was Het Nieuws	Sander van Opzeeland	Schrijver	
Dit Was Het Nieuws	Cindy Pieterse	Schrijver	<i>Klikbeet, Even tot Hier</i>
Dit Was Het Nieuws	Ray van Zuijlen	Schrijver	
Dit Was Het Nieuws	Jeroen Visser	Schrijver	

Dit Was Het Nieuws	Sanne Verkaaik	Schrijver	
De Speld	Jochem van den Berg	Hoofdredacteur	
De Speld	Jos Maalderink	Redacteur	<i>Plakshot</i>
De Speld	Aida Peimaei	Redacteur	
De Speld	Alexander Brandenburg	Redacteur	
De Speld	Bas van der Meulen	Redacteur	
De Speld	Danique Leenstra	Redacteur	
De Speld	Frank van Rossum	Redacteur	
De Speld	Hanna Koek	Redacteur	
De Speld	Jaap van de Venis	Redacteur	
De Speld	Josefien Overeem	Redacteur	
De Speld	Loe Hijstek	Redacteur	
De Speld	Matthijs van Rumpt	Redacteur	
De Speld	Thom Egberts	Redacteur	
De Speld	Tom Baalbergen	Redacteur	
De Speld	Xara Roelofs	Redacteur	

De Speld	Jop Eikelboom	Redacteur	<i>Lubach, Makkelijk Scoren</i>
De Speld	Jasper Schilder	Redacteur	<i>Lubach</i>
De Speld	Maarten Hopman	Redacteur	<i>Even tot Hier, Dit Was Het Nieuws</i>
De Speld	Jan van Tienen	Redacteur	
De Speld	Janneke Rinzema	Redacteur	<i>Spaanders</i>
De Speld	Michel Doodeman	Redacteur	
De Speld	Roelof Smit	Redacteur	
De Speld	Vera van Zelm	Redacteur	<i>Plakshot</i>
De Speld	Sake van der Wall	Redacteur	
Spijkers met Koppen	Dolf Jansen	Presentator	
Spijkers met Koppen	Willemijn Veenhoven	Presentator	
Spijkers met Koppen	Kim Schuddeboom	Columnist	
Spijkers met Koppen	Berit Companjen	Cabaretier	
Spijkers met Koppen	Andries Tunru	Cabaretier	
Spijkers met Koppen	Ruud Smulders	Cabaretier	

Spijkers met Koppen	Marcel Harteveld	Cabaretier	
Spijkers met Koppen	Vera van Zelm	Cabaretier	<i>De Speld/De Pin, Plakshot, Klikbeet, Dit Was Het Nieuws, Zondag met Lubach</i>
Spijkers met Koppen	Patrick Nederkoorn	Cabaretier	
Spijkers met Koppen	Kiki Schippers	Cabaretier	
Spijkers met Koppen	Aron Elstak	Cabaretier	

Bijlage 2 - Interviewcodering

Interview	Citaat	Open codering	Axiale codering
Peter Capel	"Ik ben schrijver, maar doe ook timing, montage, beeldredactie..."	Multidisciplinaire rollen	Rolverdeling
	"Wat we op dinsdag doen noemen we "sprinkhanen": dat is dan vaak kleiner nieuws."	Eerst kleine onderwerpen verzamelen	Informatie verzamelen
	"Er schuift ook een politicoloog aan, voor wat politieke duiding."	Factchecking tijdens het vergaderen	Journalistieke waarden
	"Soms beheerst iets gewoon het nieuws, en dan moet je er wel mee openen en groots over schrijven."	Grote onderwerpen	Onderwerpkeuze
	"Het gesprek moet echt wel 'van die week' voelen. We moeten zin hebben om er iets over te zeggen. En ook het gevoel hebben dat we er iets over kunnen zeggen wat nog een beetje fris is."	Relevantie in de onderwerpen	Onderwerpkeuze

	“We proberen altijd een koppeling met Nederland te maken.”	Nederland-gerelateerde onderwerpen	Onderwerpkeuze
	“We zijn een satirisch programma, al is het wel zaterdagavond-satire. Je moet een complex onderwerp snel uiteen kunnen zetten.”	Combinatie tussen humor en journalistiek	Balans tussen nieuws en humor
	“Het gaat anders meer als een college voelen dan als een humoristisch programma.”	Vermijden van seriusheid	Balans tussen nieuws en humor
	"Op vrijdag herschrijven we veel na de eerste doorloop."	Iteratief schrijfproces	Schrijfproces
	"We beginnen echt dinsdag helemaal blanco."	Nieuwsgedreven onderwerpkeuze	Onderwerpen
	"Soms is het schrappen, soms dient het zich vanzelf aan."	Organisch brainstormproces	Vergaderstructuur
	“Als het te veel uitleg vereist, wordt het taai.”	Balans tussen informatie en humor	Balans tussen nieuws en humor
	"De grappen staan in dienst van het nieuws."	Het belang van het nieuws	Balans tussen nieuws en humor

	“Jeroen en Niels gebruiken zichzelf als toetssteen.”	Materiaal toetsen	Materiaal toetsen
	“Behalve van het echt grote nieuws ga je er van uit dat je het eerst even uit moet leggen aan de kijker.”	Voorkennis van de kijker	Materiaal toetsen
	"We richten onze pijlen op wie de macht heeft."	Kritische benadering van macht	Het mikpunt van de satire
	"We hebben wel een uitgesproken links profiel."	Politieke oriëntatie	Samenstelling van de redactie
	“Ik zou mezelf echt geen journalist noemen; wij hebben geen scoops.”	Geen journalist	Zelfbeeld van de schrijver
	“Ik hoop niet dat mensen ons als nieuwsbron gebruiken”	Satire geen alternatieve nieuwsbron	Effect op het publiek
	"Er is geen seconde in het programma die niet door hun vingers is gegaan."	Centrale rol van presentatoren	Rolverdeling
	"Je moet geen groot ego hebben om hier te schrijven."	Feedback en herschrijven zonder ego	Eindredactie

	“Waar heb ik zin in, waar kan ik iets leuks over bedenken?”	Ideeën formuleren	Ideeen
	"Het begint met: dit is toch raar?"	Inhoudelijke verontwaardiging als startpunt	Onderwerpkeuze
	"We willen niet in herhaling vallen."	Herhaling vermijden	Inhoudelijke keuzes
	“Je doet wel parallel hetzelfde werk tegelijk met journalisten”	Overeenkomst met journalistiek	Vergelijking van satire en journalistiek
	“Journalist is iemand die nieuws maakt. Wij zijn vaak volgend.”	Verschil met journalistiek	Vergelijking van satire en journalistiek
	“Journalistiek suggereert een vorm van objectiviteit, wat veel grappenmakers, of satirici, niet eens proberen te zijn. Ik denk dat er altijd een verschil is tussen wat wij doen en wat journalisten doen.”	Journalistieke waarden	Vergelijking van satire en journalistiek

Interview	Citaat	Open codering	Axiale codering
Pieter Jouke	"Ik wil mensen ook aanzetten om het goede te doen."	Positief moreel uitgangspunt	Doel van de satire

	“Ik maak iets wat mij opvalt, en waar ik iets van vind.”	Aanleiding voor schrijven	Onderwerpkeuze
	“Twee vormen van schrijven: uitbreidend schrijven en herschrijven.”	Meerdere rollen als maker	Rolverdeling
	"Ik probeer met iets meer mildheid te kijken naar wat anderen beter zouden kunnen doen."	Milde benadering van het onderwerp	Benadering van het onderwerp
	"Er zit altijd ook een leercomponent in."	Humor als pedagogisch instrument	Benadering van het onderwerp
	"Ik wil niet dingen zeggen die aantoonbaar niet waar zijn."	Inhoud boven effectbejag	Journalistieke waarden
	“Goede satire is als je niet alleen andere groepen aanvalt maar ook je eigen mensen”	Verschillende kanten bekritisieren	Mikpunt van de satire
	“In Nederland worden politici tegen lagere normen gesteld dan satirici”	Rol van satire	Journalistieke waarden
	"Ik test materiaal in stand-up setting; wat blijft hangen, komt in de voorstelling."	Try-outs als inhoudelijke graadmeter	Schrijfproces

	"Ik begin met materiaal en ontdek gaandeweg de rode draad."	Lijn ontstaat achteraf	Schrijfproces
	"Het is mathematisch om een goede grap te maken"	Opbouw van een grap	Schrijfproces
	"Ik doe research, schrijf, test, herschrijf én presenteer."	Meerdere rollen in het maakproces	Rolverdeling
	"In mijn eigen show zit daar meer een mening in, als ik voor iemand anders schrijf minder"	Mening in tekst verwerken	Mening van de maker
	"Ik spreek letterlijk mensen in de zaal aan over het klimaat."	Directe interactie in theater	Publieksinteractie
	"In Brabant wil men geen IPCC-rapport horen."	Publiekssegmentatie bewust aanwezig	Publiekseffect
	"Als ik vertel dat ik het zelf niet goed doe, voelen zij zich aangesproken."	Aanspreken zonder beleren	Publiekseffect
	"Ik wil niet iets zeggen dat niet klopt."	Zelfopgelegde journalistieke norm	Journalistieke waarden
	"Het is fijn als mensen gaan denken dat ze heel slim zijn"	Publiek bespelen	Publiekseffect

	"Ik neem ook linkse politici op de korrel als ze zwalken."	Politiek standpunt is aanwezig, maar kritisch	Mikpunt van de satire
	"Journalistiek geeft feiten, ik voeg daar mijn laag aan toe."	Satire gebruikt nieuws	Verschil tussen satire en journalistiek
	"Je moet alle variaties op een grap onderzoeken voor de beste uitkomst."	Technisch schrijven van grappen	Schrijfproces
	"Ik gebruik reverse callbacks en easter eggs."	Structuur en gelaagdheid belangrijk	Schrijfproces
	"Voor tv schrijf ik kort en minder persoonlijk; in het theater mag alles."	Verschil tussen schrijven voor anderen en voor jezelf	Schrijfproces
	"Je denkt na over wie daar staat, over licht, over decor."	Decor en mise-en-scène maken deel uit van de boodschap	Schrijfproces
	"Ik moet gewoon de week op me in laten werken, en de gedachten die ik heb op vrijdagavond worden dan mijn column. Daar zit ik op dat moment mee in mijn hoofd. En dat kunnen gebeurtenissen zijn die ik die week	Eigen ideeën verwerken	Ideeën verzamelen

	heb meegemaakt - het zijn bij mij dus ook heel vaak politieke dingen.”		
	"Ik schrijf grappen voor Harm Edens in zijn stijl."	Persoonlijke afstemming met presentator	Stijlkeuze
	"Ik kon niet meer schrijven voor iemand met wie ik politiek te veel verschil."	Afhaken bij inhoudelijk conflict	Presentator
	“Bij Lubach heb ik geleerd hoe belangrijk research is."	Leren van anderen	Leerschool
	“Journalistiek geeft iets weer. Ik zoek nog een extra laag om te laten zien het mijn mening is. Ik verwacht ook dat mensen dat snappen.”	Laag toevoegen	Verskil tussen satire en journalistiek

Interview	Citaat	Open codering	Axiale codering
Tijn van den Burg	"Ik schreef sowieso al een paar jaar geleden, nog voordat ik die twee websites kende, schreef ik van die stukjes voor mezelf."	Instream via eigen initiatief	Instream in het vak
	"Ik ben gewoon vrij	Zelfstandige	Rolverdeling

	om te bepalen of ik iets schrijf, wanneer ik iets schrijf, hoe vaak."	schrijverspositie	
	"Ik weet eigenlijk nog steeds niet echt wat de criteria zijn waarop ze artikelen kiezen, en humor is sowieso iets heel persoonlijks."	Onderwerpkeuze voelt willekeurig	Onderwerpkeuze
	"Waar drijf ik de spot mee? En is dat terecht?"	Check van het doel	Mikpunt van de satire
	"Op het podium heb je veel meer ruimte om iets te nuanceren. Dat kan niet in 200-300 woorden."	Verschil tussen theater en tekst	Verschil tussen media
	"Ook als je maar een haakje hebt met de actualiteit, dan kun je daarna refereren. Mensen weten waar het over gaat."	Belang van actualiteit	Voorkennis van de kijker
	"Soms slaat het waarschijnlijk helemaal nergens op. En dan valt het af. En dan probeer ik weer iets nieuws."	Iteratief schrijfproces	Schrijfproces
	"De redactie (...) bepalen uiteindelijk of	Eindcontrole door de hoofdredactie	Hierarchie op de redactie

	iets wat ik geschreven heb dan op de website, of het zeg maar publicatiewaardig is."		
	"Ik heb daar heel veel hulp van gehad (...) aan Maarten Hopman. (...) Hij heeft met mij een beetje doorgenomen hoe kun je nou je kansen vergroten."	Rol van mentorfiguren	Leerschool
	"Ervaring opgedaan via De Speld en Nieuwspaal; beide functioneren als platform én selectie-instrument."	Schrijversplatforms als leerschool	Leerschool
	"Ik voelde ook wel steeds sterker dat ik gewoon met humor bezig ben, met satire, dat dat wel echt veel meer mijn passie is."	Satire als passie, niet als bijproduct	Zelfbeeld van de redacteur

Interview	Citaat	Open codering	Axiale codering
Teun van den Elzen	"Ik ben cabaretier en stand-up comedian (...) Ik heb online Saaie Kutpolitiek gemaakt, daarna Dit	Satirische loopbaan in meerdere media	Loopbaan

	Was Het Nieuws, en nu Spijkers met Koppen."		
	"De redactie leest zo'n beetje alle kranten (...) uiteindelijk selecteert de eindredactie samen met de captains."	Verzamelen van onderwerpen	Onderwerpkeuze
	"Je hebt dan ongeveer anderhalve dag. Dinsdagavond om stipt 10 uur moet je het inleveren."	Hoge werkdruk	Werkdruk
	"Als individu bepaal ik totaal niet waar die uitzending over gaat."	Geen individuele zeggenschap	Rolverdeling
	"Je wil er misschien wat woordspelingen in hebben. Of een omkering, een verkeerd beengrap."	Grapt technieken	Schrijfproces
	"Soms dwingt het nieuws het gewoon af. Als je voelt: dit is zo groot of zo belangrijk."	Onderwerpen ontstaan vanuit het nieuws	Onderwerpkeuze
	"Bij Spijkers met Koppen kan ik veel vrijer mijn eigen onderwerp bepalen."	Verschil tussen radio en televisie	Mediaverschil
	"Je hebt een drie man	Opbouw van de	Hierarchie in de

	redactie (...) daarboven eindredactie Erik en Koos (...) zij bepalen wat erin blijft."	redactie	redactie
	"Grappen ontstaan soms uit pure wanhoop (...) en krijgen dan een hele harde lach."	Ontstaan van grappen	Schrijfproces
	"Dus er is niet één persoon die dingen per sé bekijkt en een veto erover uitspreekt. Of een goedkeuring."	Eindbesluiten	Hierarchie op de redactie
	"Ik probeer alle paden in te slaan die je bij een onderwerp in kunt slaan."	Ideeën verkennen	Schrijfproces
	"En dan kijken wij heel erg naar het technische team, of het technische team er nog om moet lachen."	Toetsen bij cameramensen	Materiaal toetsen
	"Een grap in een grap, dat vinden comedians vaak heel leuk, maar het publiek snapt dat gewoon niet."	Graptechnieken	Schrijfproces
	"De editor is tot dat punt nog nergens bij geweest. De	Grappen testen	Materiaal toetsen

	eindredactie vraagt dan wel eens: “Welke grap zou jij erin laten?””		
	“En dan vind ik het als columnist wel interessanter om iets te zeggen wat nog niet gezegd is of wat niet iedereen zegt.”	Frisse mening presenteren	Onderwerpkeuze
	“En ik moet wel bekennen dat ik daar waarschijnlijk ook een beetje ga geloven in het punt wat ik probeer te maken.”	Morele overweging in schrijfproces	Moreel uitgangspunt
	“Als je satiricus bent probeer je op een andere manier naar dingen te kijken.”	Uitgangspunt als satiricus	Moreel uitgangspunt
	“Ik ga het niet uitspreken, dus ik schrijf het gewoon op.”	Meer durven als je voor een ander schrijft	Doel van de tekst
	“Het komt in mijn werk als ik het er met mijn vrienden over kan hebben.”	Behoud van onderwerpen	Materiaal toetsen
	“Als je de feiten geeft (...) en mensen thuis denken er nog steeds zo over, dan ga je dat	Effect op mening van publiek	Publiekseffect

	misschien ook niet veranderen.”		
	“Ik zou hopen dat satire hypocricie in de maatschappij blootlegt”	Satire moet kritisch zijn	Doel van satire
	“Ik vind ‘journalist’ bijna een soort beschermde titel. Ik heb altijd wel respect voor journalisten. Dus ik zou mezelf daar niet onder durven scharen. Ik ben gewoon een komiek die een krant leest en dan af en toe eens daaruit voorleest. Ik heb me ook nooit als redactielid van Dit Was Het Nieuws echt redacteur gevoeld. Nee, nooit met journalisten vereenzelvigd. Heel vaak kregen we echte journalisten als gast en dan vonden we: “Dit zijn de echte.””	Zelf geen journalist	Zelfbeeld
	“Wij parasiteren op hun materiaal”	Journalisten en satirici zijn anders	Verskil tussen journalistiek en satire

Interview	Citaat	Open codering	Axiale codering
------------------	---------------	----------------------	------------------------

Cindy Pieterse	"Ik heb redactie gedaan, schrijven voor theaterbureaus (...) ook voor Comedy Train."	Ervaring in meerdere rollen	Leerschool
	"Op maandag komt de redactie bij elkaar. Op dinsdagavond leveren schrijvers teksten in. Woensdag is redactievergadering. Donderdag is de uitzending."	Redactioneel schrijfproces in fases	Journalistieke routine
	"Alles waar wel om wordt gelachen, dat blijft staan. Alles waar niet om wordt gelachen, gaat eruit."	Kwaliteitsselectie door lachmomenten	Materiaal toetsen
	"Overall waar gaten in het script zitten, daar gaat de redactie nog mee aan de slag."	Ruimte voor creativiteit en herschrijven	Journalistieke routine
	"Iedereen mag een lijstje [van mogelijke gasten] insturen, en dan wordt er gekeken welke gasten een beetje bij elkaar passen."	Selectie van gasten	Journalistieke routine
	"Als er bijvoorbeeld een sporter zit, zijn ze soms eerder geneigd	Rol van aanwezige gasten	Onderwerpkeuze

	om iets over sport te doen."		
	“”Er moet nog even meer een mening in”, wil nog wel eens de boventoon zijn.”	Mening in de grap	Mening van de maker
	"Erik en Koos maken na de opname alvast een selectie van dit willen we er sowieso in hebben."	Selectie van materiaal	Materiaalselectie
	"De uitzending zelf duurt veertig minuten (...) er wordt veel opgenomen, maar veel valt af."	Materiaal dat afvalt	Materiaalselectie
	"Dan zegt de eindredactie: dit is helemaal waar, maar het is geen grap hè."	Humor als redactioneel filter	Materiaalselectie
	“Per aflevering zijn er ongeveer tien verschillende schrijvers. Die hebben allemaal een eigen perspectief.”	Divers perspectief van de redactie	Profiel van de redactie
	“Om vijf uur is er een doorloop. En op een gegeven moment weet je als redactie niet meer waar je wel moet lachen. Want je hebt	Cameramannen als test	Materiaal toetsen

	dat zo vaak gehoord. En als dan de cameramensen lachen, dan weet je oké, we zitten goed.”		
	“Als er vier harde grappen zijn dan zeggen ze: “Nu even een lief grapje erbij.””	Balans in grappen	Opbouw van een grap
	“Harm durft alles te zeggen.”	Dappere vertolking van presentator	Rol van presentator
	“Ik schrijf eerst alles op wat er in me opkomt. Dan moet eerst even ‘het flauwe’ eruit.”	Spuien in schrijfproces	Schrijfproces
	“En wat sowieso wel altijd belangrijk is, sowieso voor Dit Was Het Nieuws, zijn de onderwerpen waar je iets van kan vinden.”	Mening is noodzakelijk	Verskil tussen satire en journalistiek
	“Dankzij de journalisten kunnen wij dit maken.”	Rol van journalistiek	Verskil tussen satire en journalistiek
	“We doen wel aan ‘lees en wederlees’. Dat je kijkt van: “klopt dat hier, en wat wordt er gezegd?””	Journalistieke waarden	Journalistieke waarden

	“Ik laat Harm dingen zeggen die ik zelf niet durf”	Verschil tussen maker en presentator	Rol van de presentator
	“Maar soms komt er wel eens iets in dat de coach zegt, ja, maar ik wil dit er gewoon in hebben. Dan wordt er maar minder gelachen, maar ik vind het belangrijk dat dit erin zit.”	Selecteren op inhoud	Materiaalselectie
	Het gebeurt niet zo vaak meer, dat mensen in het nieuws komen omdat ze zelf iets doms hebben gezegd. Maar als diegene helemaal niet bekend is, dan zijn we er niet op uit om iemand helemaal neer te sabelen. (...) Als we de gewone mens op de hak nemen, is het meer omdat iederéén zo doet dan dat we één specifiek persoon eruit pikken.	Gewone burger sparen	Mikpunt van de satire

Interview	Citaat	Open codering	Axiale codering
Jop Eikelboom	"Bij Lubach hebben	Hiërarchie in het team	Hierarchie

	we twee hoofdschrijvers. En ook redacteuren, die staan eigenlijk weer in dienst van de schrijvers."		
	"Arjen kan ook nog besluiten nemen over wat er wel of niet in de show komt."	Eindverantwoordelijkheid ligt bij presentator	Rol van de presentator
	"Om negen uur is de redactievergadering, dan worden onderwerpen gekozen, en gaan we in teams werken."	Gestructureerde dagindeling	Journalistieke routine
	"Redacteuren brengen nieuws aan, verdelen wie welk programma kijkt, en verzamelen info."	Inhoudelijke briefing vanuit redactie	Journalistieke routine
	"Janine en Arjen bepalen na de vergadering: dit zijn de drie onderwerpen waar we aan gaan werken."	Ochtendvergadering als kernmoment	Rolverdeling
	"Internationale conflicten zijn lastig. Oekraïne, Israël: veel ellende, weinig grappigs."	Bepaalde thema's moeilijk bruikbaar	Onderwerpkeuze

	"Het derde deel van de show is vaak iets absurds of een interview dat ontspoot."	Absurde thema's	Onderwerpkeuze
	"Dat is uiteindelijk een van de moeilijkste vragen die je moet beantwoorden voordat je je verhaal kan schrijven. Dus het is dan wel van, ja goed, waar we het ook over hadden, op wie ben je boos, wat is de misstand precies?"	Misstand definiëren	Mikpunt van satire
	"Mensen die daar scherp op zijn, die zetten dat dan af en toe wel in de kantlijn: "Op wie zijn we hier nou precies boos? En waarom?" Want dat is vaak toch wel de kern van je betoog ook uiteindelijk."	Scherp blijven op mikpunt	Mikpunt van satire
	"Je werkt aan een onderwerp met twee tot vier mensen, vaak op basis van wat er gemaakt moet worden."	Scriptontwikkeling in teams	Journalistieke routine
	"Uiteindelijk gaan de	Eindredactie heeft de	Hierarchie

	hoofdschrijvers en Janine erdoorheen, zij maken de calls."	doorslag	
	"Bij de doorloop zijn er ook mensen die de camera's bedienen. Dan voel je al wel een beetje wat werkt en wat niet."	Checken bij cameracrew	Materiaal toetsen
	"Iedereen brengt nieuws mee vanuit journaals en online bronnen."	Verscheidenheid aan bronnen	Bronnen
	"Ik ben ooit begonnen bij De Speld. Daar ben ik ooit begonnen als stagiair. Binnen een paar jaar was ik joint hoofdredacteur."	Snel doorgroeid	Leerschool
	"Ja, wat we graag willen altijd, zeker in het begin van de show, is tot liefst wel iets wat met Nederland te maken heeft. Dus binnenlandse onderwerpen scoren vrij goed. Politieke onderwerpen zijn ook vaak populair."	Binnenlandse onderwerpen	Onderwerpkeuze
	"We zitten ergens op	Geen journalistiek,	Verschil tussen

	<p>het spectrum. We zijn sowieso geen poëzie aan het schrijven, dat voel ik vaak wel. Het is een beetje kindertaal, expres ook. Maar het is niet echt journalistiek, want we leunen volledig op het werk van anderen.”</p>	<p>ook geen komedie</p>	<p>journalistiek en satire</p>
	<p>“Heel soms bellen we wel mensen, experts op een bepaald gebied, maar vaak alleen maar om iets te checken. Niet echt om iets te weten te komen. En dan komt het wel dicht bij journalistiek misschien.”</p>	<p>Informatie checken</p>	<p>Verskil tussen journalistiek en satire</p>
	<p>“Dat we denken we willen hier graag nog iets mee en dan plannen we niet in op de dag, maar dat is dan van over twee à drie weken willen we hier wel weer iets mee doen. Dus dan kan dan ons team is groot genoeg om ook een beetje vooruit te werken aan onderwerpen.”</p>	<p>Vooruit werken op grote thema's</p>	<p>Journalistieke routine</p>

	<p>“Maar de researchers gaan wat dieper. Dus die gaan ook echt onderzoeken en zo daarna lezen. Terwijl schrijven neem je op een gegeven moment, als je de basis eenmaal denkt te snappen, dan neem je een afslag en dan ga je dingen gaan schrijven in de research.”</p>	<p>Research verder dan schrijven</p>	<p>Rolverdeling</p>
	<p>“Als je een mening hebt, een hele stellige mening, het kan soms van zichzelf al grappig zijn.”</p>	<p>Extreemheid is grappig</p>	<p>Opbouw van een grap</p>
	<p>“Maar sowieso word je door schade en schande ook een beetje wijs.”</p>	<p>Basiskennis moet je aanvoelen</p>	<p>Publiek inschatten</p>
	<p>“Ik denk wel dat je bij ons meer leert. Als je de hele week Eva kijkt, ben je minder dan als je ons de hele week kijkt.”</p>	<p>Informatiever dan talkshows</p>	<p>Verhouding tot andere media</p>
	<p>“Uiteindelijk is het Arjen's mening, maar wel in de mond gelegd door anderen. Maar hij moet het er sowieso</p>	<p>Presentator bepaalt mening</p>	<p>Rol van de presentator</p>

	<p>mee eens zijn. (...) Dan heeft iemand Arjen van die mening overtuigd.”</p>		
	<p>“Wij doen niet hoor en wederhoor in de zin van dat we al onze bronnen gaan nabellen. Want wij gaan met onze bronnen, bijvoorbeeld de Volkskrant. En wij gaan ervan uit dat de Volkskrant dat dan heeft gedaan. Wij leunen daar dan op en we doen dat een beetje in vertrouwen.”</p>	Wederhoor plegen	Journalistieke waarden
	<p>“De Speld is een soort pluriforme meningmachine. Waarbij je de ene dag Israël weer heel stom kunt vinden en de andere dag Hamas heel stom kunt vinden ofzo. Gewoon net afhankelijk van welke schrijver er bezig is.”</p>	Verscheidenheid aan meningen	Identiteit van de redactie
	<p>“Dat je op basis van het satirische stuk snapt dat je er het echte nieuws in leest. Dus het vervult nog</p>	Satire agendeert	Rol van satire

	wel die functie, dat je mensen in aanraking brengt met het nieuws, die het anders misschien niet tot zich hadden genomen.”		
--	--	--	--

Interview	Citaat	Open codering	Axiale codering
Xara Roelofs	"Ik heb daar in totaal een jaar stage gelopen. En daarna ben ik daar gewoon blijven hangen."	Van stage naar freelancer	Loopbaan
	"Je kan daar op de redactie schrijven, maar ook redactie voor beeld, video en schrijven."	Verschillende rollen	Rolverdeling
	"Je kan altijd stukken inzenden via Slack, maar ik ben daar nu niet zo veel mee bezig."	Vrijblijvendheid voor freelancers	Rolverdeling
	"Naast gewone stukken zijn er ook sponsorartikelen en scripts voor	Verschillende producttypes	Fluide medium

	live-events."		
	"Ook bij die corporate events proberen we het luchtig te maken."	Satirische insteek blijft behouden	Fluide medium
	"De spelers zijn van De Speld, maar zijn zzp'ers. Ik schrijf de teksten voor hen."	Samenwerking met acteurs en redacties	Rol van de presentator
	"Het gaat om na laten denken over iets, het is aan de lezer hoe ze dat interpreteren."	Interpretatie is aan lezer	Publiekseffect
	"Wat ik persoonlijk kenmerkend vind aan de journalistiek, is dat mensen die journalistiek maken, schrijven en produceren ook bepalen wat mensen die er niet in zitten oppikken. En daar dragen we wel aan bij."	Overeenkomst met journalistiek	Zelfbeeld
	"Er zijn mensen op de redactie die héél	Grote kennis in redactie	Zelfbeeld van redactie

	goed weten wat er speelt.”		
	“Als je dan een klassieke dag hebt, dan ga je met elkaar zitten aan tafel en dan bespreek je onderwerpen van die dag als eerste en daarna meer van de week.”	Vergaderstructuur	Vergaderstructuur
	“Ik heb nog nooit iemand gebeld, maar check wel feiten online.”	Feiten controleren	Journalistieke waarden
	”Sommige dingen zijn niet grappig maar wel satirisch”	Eigenschappen van het genre	Vershil tussen komedie en satire
	”De humor zit er vaak in dat het heel droog is.”	Droogheid is grappig	Opbouw van een grap
	“In de redactie wordt meer gefocust op politieke waarden en actualiteiten. Boven dus dingen zoals cultuur, sociaal en maatschappelijk. Omdat de noodzaak daarvan misschien wat hoger is in tijden van nu.”	Actualiteiten boven cultuur	Onderwerpkeuze

	“Ik denk dat mensen best wel kritisch zijn op politieke dingen die we plaatsen. Dan moeten ze ook wel echt leuk en gevat zijn. En die werken vaak ook wel goed online.”	Politieke onderwerpen	Publiekseffect
	“Maar het is niet dat je dat gaat schrijven omdat het snel gedeeld wordt.”	Online succes geen reden om te plaatsen	Schrijfproces
	“Het was wel een bepaalde nieuwswaarde, maar nieuws is natuurlijk ook heel breed, want iets zoals Girls Scene, die brengt ook nieuws naar buiten, maar de journalistieke waarde van het is misschien wat lager dan van de NOF's.”	Nieuws niet per definitie actualiteit	Nieuwswaarde

Interview	Citaat	Open codering	Axiale codering
Anouk Kragtwijk	“Bij sommige mensen is het heel duidelijk, want die maken altijd satire. Maar bij mij is dat soms onduidelijk.”	Verwarrende wissel van rollen	Zelfbeeld van de schrijver

	"Ik merk dat ik echt nog steeds denk als een journalist."	Meerdere banen	Loopbaan
	“(...) is een goed onderwerp. Het is veelvuldig aanwezig. Maar er gaan geen mensen dood. Daar kan je wel flink wat mee. Maar bijvoorbeeld oorlogen (...) het is echt zo ongelooflijk verdrietig. Dat je echt bijna denkt, oh, ik zou niet weten hoe je dit überhaupt leuk kan maken?”	Verdriet werkt niet in grappen	Onderwerpkeuze
	"Ik zei: we moeten het over de rechtsstaat in Amerika hebben. Maar er viel zo weinig leuke gedachten over te maken."	Verschil tussen journalistenonderwerp en satirisch	Verschil tussen journalistiek en satire
	“Als je komedie maakt moet je in momenten dat het niet goed gaat veerkrachtig zijn”	Satire als lastig vak	Zelfbeeld van de schrijver
	“Er worden heel veel grappen	Grappen worden getrechterd	Selectie van het materiaal

	geschreven, en uiteindelijk komen er maar 10 in.”		
	“Het mag niet alleen een mening zijn, het moet ook grappig zijn.”	Satire bevat noodzakelijk komedie	Vershil tussen satire en journalistiek
	“Wat mag er weg? Daar zit ook wel die discussie in. Oké, het is belangrijk, maar is het leuk? Kunnen we er iets mee?”	Satire bevat noodzakelijk komedie	Vershil tussen satire en journalistiek
	““Je komt in een ander soort hersenfrequentie want je moet de hele tijd gaan associëren”	Gedachten in schrijfproces	Schrijfproces
	“Een grap is een logisch maar verrassend gevolg”	Inhoud van een grap	De opbouw van een grap
	“Ik check wel. Als ik iets beweer, dan check ik wel. Of ik moet echt kiezen om naar buiten te gaan met: “Dit is niet waar. “	Verhalen checken	Journalistieke routine
	“Er moet gewoon altijd heel veel tekst weg. Want wij geven schrijvers veel meer tekst dan wat Harm kan voorlezen. Dus dan	Kern van het verhaal vatten	Materiaal selecteren

	<p>moet je ook kijken: “Wat is de kern? Maar welke zin is belangrijk voor een grap?” Want soms heb je dat nodig om een grap te kunnen begrijpen.”</p>		
	<p>"Mijn doel is mensen informeren over iets, maar op zo'n manier dat het blijft plakken."</p>	<p>Informeren als doel</p>	<p>Doel van satire</p>
	<p>"Soms baal je: kut, we moeten het er weer over hebben. Maar het is te belangrijk om te negeren."</p>	<p>Actualiteit is leidend</p>	<p>Onderwerpkeuze</p>
	<p>“En toen dacht ik, dit is echt het verschil tussen ons. Want voor jullie is humor het doel. En bij mij is het een middel.”</p>	<p>Humor als middel</p>	<p>Doel van satire</p>
	<p>“Dat wij [de schrijvers, red.] echt oprecht moeten lachen. En dat is een criterium. Dat is eigenlijk gewoon het enige criterium. Dat Koos dan zegt: “Ja, maar daar werd wel echt heel hard over gelachen. “”</p>	<p>Grappen op schrijvers testen</p>	<p>Materiaal toetsen</p>

	<p>“Ik denk dat het soms bij Dit Was Het Nieuws makkelijker is. Omdat je eerst een zin kan vertellen, om even het kader te schetsen. En bij de Pin of De Speld kan je niet het kader schetsen, want je hebt maar een beperkt aantal tekens.”</p>	<p>Bondigheid is moeilijker</p>	<p>Vershil tussen media</p>
	<p>“Volgens mij is het onze taak dat we er iets wezenlijks over zeggen, waardoor mensen op andere gedachten komen door middel van humor.”</p>	<p>Invulling als doel</p>	<p>Doel van satire</p>
	<p>“Nou, Koos zegt echt wel vaak: “We hebben grappen met tanden nodig.” Dus dat betekent: “Daar moet iets wezenlijks over worden gezegd.””</p>	<p>Grap met inhoud</p>	<p>Vershil tussen komedie en satire</p>
	<p>“We hebben niet iets wat we willen verkondigen. Maar we vinden mensenrechten allemaal belangrijk.”</p>	<p>Mensenrechten belangrijk voor redactie</p>	<p>Zelfbeeld van de redactie</p>

	“Satire is heel belangrijk voor de democratie”	Satire en democratie	Doel van satire
	“Het gaat dan over dierenrechten en mensenrechten en dat is het kader waar vanuit ik ook denk. Dus dan zit ik misschien bij links iets meer op de vorm en minder op de inhoud, als ik kritiek lever.”	Verschillende kanten andere kritiek	Mikpunt van de satire

Bijlage 3- Declaration Page: Use of Generative AI Tools in Thesis

Student Information

Name: Merel Smeets

Student ID: 749259

Course Name: Master Thesis CM5000

Supervisor Name: Chris Aalberts

Date: 6 juni 2025

Declaration:

Acknowledgment of Generative AI Tools

I acknowledge that I am aware of the existence and functionality of generative artificial intelligence (AI) tools, which are capable of producing content such as text, images, and other creative works autonomously.

GenAI use would include, but not limited to:

- Generated content (e.g., ChatGPT, Quillbot) limited strictly to content that is not assessed (e.g., thesis title).
- ~~Writing improvements, including~~ grammar and spelling corrections (e.g., Grammarly)
- Language translation (e.g., DeepL), without generative AI alterations/improvements.
- Research task assistance (e.g., finding survey scales, qualitative coding verification, debugging code)
- Using GenAI as a search engine tool to find academic articles or books (e.g.,

I declare that I have used generative AI tools, specifically [Name of the AI Tool(s) or Framework(s) Used], in the process of creating parts or components of my thesis. The purpose of using these tools was to aid in generating content or assisting with specific aspects of thesis work.

Extent of AI Usage

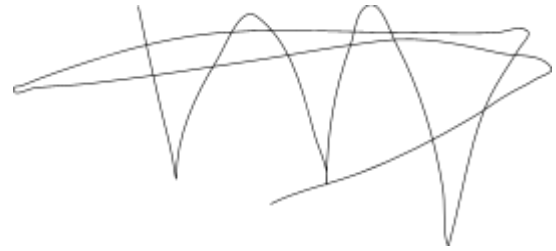
I confirm that while I utilized generative AI tools to aid in content creation, the majority of the intellectual effort, creative input, and decision-making involved in completing the thesis were undertaken by me. I have enclosed the prompts/logging of the GenAI tool use in an appendix.

Ethical and Academic Integrity

I understand the ethical implications and academic integrity concerns related to the use of AI tools in coursework. I assure that the AI-generated content was used responsibly, and any content derived from these tools has been appropriately cited and attributed according to the guidelines provided by the instructor and the course. I have taken necessary steps to distinguish between my original work and the AI-generated contributions. Any direct quotations, paraphrased content, or other forms of AI-generated material have been properly referenced in accordance with academic conventions.

I declare that I have NOT used any generative AI tools and that the assignment concerned is my original work.

Signature:

A handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping loops and a long horizontal stroke at the top.

Date of Signature: 1 juni 2025

By signing this declaration, I affirm that this declaration is accurate and truthful. I take full responsibility for the integrity of my assignment and am prepared to discuss and explain the role of generative AI tools in my creative process if required by the instructor or the Examination Board. I further affirm that I have used generative AI tools in accordance with ethical standards and academic integrity expectations.

Signature: [digital signature]

Date of Signature: [Date of Submission]