

Wat we kunnen leren van nieuwsplatform The Young Turks en Wensly Francisco

Luis in de nieuwspeels



Wensly Francisco

Nieuwsplatform The Young Turks zal niet gelijk bij iedereen een belletje doen rinkelen. Dat is jammer, want zij zijn nou nét de frisse wind in het conservatieve Amerikaanse nieuwslandschap. In 2002 begon The Young Turks als radioshow, louter te ontvangen via de Amerikaanse satellietradio-aanbieder Sirius. De versnelling kwam toen in 2005 YouTube gelanceerd werd en The Young Turks er als de kippen bij was zijn radioshow te evolueren tot een online talkshow. Dat was het echte startschot van het succesvolle nieuwsmerk.

Maar wat is zo bijzonder aan dit platform en missen we in Nederland ook niet zo'n luis in de nieuws-pels? Ik dook in dit anti-establishment nieuwsmerk en ging er daarna over in gesprek met Wensly Francisco. Als programmamaker, specialist in buitenlandse journalistiek en bestuurslid bij de NVJ de ideale sparringpartner dunkt mij. *First things first*: vanaf het begin is de drijvende kracht achter The Young Turks de in 1970 geboren Turks-Amerikaanse politiek journalist Cenk Uygur. Deze rechtenstudent rolde na een korte carrière bij law firms al snel in de radiowereld. Hij presenteerde een weekendshow op WWRC in Washington en WRKO in Boston en schreef wekelijks voor de Huffington Post.

Doordat in Amerika alles, grof gesteld, verdeeld is tussen een democratische en republikeinse kijk op zaken, vond hij het in 2002 tijd voor een radioprogramma dat een ander geluid liet horen. TYT was geboren. Toen er in 2005 ook nog beeld bij kwam, vonden deze afwijkende, progressieve opvattingen rap aansluiting bij vooral jongere doelgroepen.

Vijf miljoen abonnees

TYT's toon, vaak met gestrekt been erin maar wel met gefundeerde argumenten, kreeg ineens veel navolging. Inmiddels telt TYT's YouTube Channel vijf miljoen abonnees en zijn ze goed voor een gemiddelde van vijftig miljoen maandelijkse views. Heden ten dage zijn ze verworpen tot een multi-channel netwerk dat zelfs een lineair tv-kanaal op YouTube TV heeft en on demand zenders aanbiedt op Amazon Prime, Roku, Xumo, iTunes, Hulu en Pluto TV.

Je kunt stellen dat het succes niet alleen voortkomt uit hun afwijkende geluid, maar vooral door de progressieve manier waarop ze het nieuws vertellen: via een digitale mediamix die anders is dan die van broadcasters en uitgevers. Daar zit het echte geheim van de smid. Zij zitten namelijk wel echt op de plekken waar hun doelgroep zich bevindt. Zo zijn ze bijvoorbeeld sinds juni op Amazon's gaming platform Twitch te vinden, waarvoor een exclusief format genaamd Common Room is gemaakt. Ook weer een succes.

Alle presentatoren van TYT hebben **constante** beveiliging nodig

Het succes kent wel een keerzijde: door hun aanpak trekken ze ook veel tegenstanders aan. En zoals dat blijkbaar bij de tijdgeest hoort, worden afwijkende meningen 'begroet' met serieuze bedreigingen. Zo extreem zelfs, dat ze constante beveiliging nodig hebben. Niet alleen Uygur, maar inmiddels alle presentatoren van TYT. Het is niet voor niets dat aan de buitenkant van hun kantoor in Los Angeles geen enkel logo of naambordje te vinden is.



Edwin Valent is senior executive in de internationale media- en broadcastindustrie en eigenaar van Bruut Productions, dat zich specialiseert in media-innovatie, strategie, transformatie en realisatie. Qua radio is Edwin presentator- en samensteller geweest bij onder andere VPRO, heeft hij een eigen global digital radiostation gelanceerd en is hij betrokken geweest bij radio-initiatieven van 3FM, Radio 4, Radio 538, 3voor12 en Q-dance. Voor BM schrijft hij sinds enkele jaren een rubriek over innovatie in het internationale medialandschap. *Embrace the digital world* en mail voor meer info: edwin@bruutproductions.com

WWW.BRUUTPRODUCTIONS.COM

Nederland

Deze nadelen terzijde, missen wij mijn inziens in Nederland zo'n jong, progressief nieuwsplatform à la The Young Turks. Zeker als je merkt dat de manier waarop de bestaande partijen het nieuws aanbieden, via journaals en talkshows, amper meer lijkt aan te sluiten bij de nieuwe generatie. En stop alsjeblieft met het dogma dat jongeren niet meer zo in nieuws geïnteresseerd zijn: hun hang naar goed nieuws is echt onverminderd. Kijk maar naar de protesten van het afgelopen jaar. Of het nu over racisme, seksisme of milieu gaat: ▶

TYT



Cenk Uygur

jongeren zijn zeer sociaal en politiek geëngageerd, betrokken bij wat er speelt in hun leven en bereid tot actie. Spot on is misschien nog wel het voorbeeld uit Hongarije, waar vooral jongeren de straat op gingen om te strijden voor persvrijheid nadat de hoofdredacteur van een van de laatste onafhankelijke Hongaarse nieuwswebsites (Index) werd ontslagen.

Betrokkenheid bij nieuws is maximaal, maar de manier waarop jongeren het nieuws tot zich nemen is anders. Het is niet voor niets dat de gemiddelde leeftijd van kijkers naar nieuwsprogramma's en talkshows steeds hoger wordt. Ligt daarom in Nederland niet een gapend gat dat snel opgevuld dient te worden?

Wensly Francisco

Hierover had ik een meer dan leuk en inspirerend gesprek met Wensly Francisco, programmamaker, bestuurslid bij de NVJ én betrokken bij onder andere het nieuwsinitiatief Synaps (een crossmediaal buitenlandplatform van BNNVARA waar ook Sinan Can als presentator bij betrokken is) en #followup. Dit laatste is een initiatief van de NVJ, waarbij journalisten worden geholpen en begeleid die in hun werk of op de werkvloer te maken krijgen met seksisme, racisme of discriminatie. Francisco is vooral een bevlogen en betrokken maker, die het allemaal net iets anders heeft aangepakt dan de meeste ingezetenen van het Media Park. Zo werkte hij dertien jaar bij Defensie, waar hij onder andere uitgezonden is geweest naar Bosnië. In die periode heeft Francisco zichzelf ook

bekwaamd in journalistiek om zijn droom als documentairemaker te kunnen waarmaken. Defensie gaf hem zelfs de ruimte om stages te lopen bij omroepen. En werd hij niet als redacteur of stagiair aangenomen bij bijvoorbeeld een programma als *Pauw & Witteman*, dan ging hij er gewoon als vrijwilliger aan de bak om toch de door hem gewenste ervaring op te kunnen doen. Deze onorthodoxe en vastberaden aanpak heeft hem inmiddels gebracht tot bijvoorbeeld een Zembla-uitzending (Stikken in het Paradijs) die ingezonden is voor de Emmy Awards en maakte hem tot INC-Award winnaar voor KRO-NCRV's platform No Limits Network. De eigenzinnige weg die hem naar succes leidde, is in die zin vergelijkbaar met die van The Young Turks. Soms kun je via een alternatieve route veel verder komen dan via de gebaande standaard paden.

Te hard

Wat vindt Francisco dan van The Young Turks? "Ik ben fan van het

eerste uur, toen ze begonnen op YouTube was ik erbij. Hoe zij het nieuws brachten, trok mij direct aan. Soms misschien iets te hard, maar daardoor was wel duidelijk waar ze voor stonden. Zoveel jaar later zijn ze nog steeds one of a kind en zie je nog weinig andere voorbeelden van hoe je nieuws op zo'n grote schaal kunt neerzetten voor jongeren." Francisco heeft wel een kritische noot: "Minder goed aan The Young Turks is dat ze soms iets te hard van leer trekken om hun punt te maken. Door die felheid ontbreekt dan de nuance en dat is jammer, want daardoor haken misschien onnodig mensen af."

pen en uitgevers veel meer moeten experimenteren met nieuws voor jongeren. Niet voor even, maar voor langere tijd. Proberen te schaven tot je dé formule hebt gevonden. En onthoud daarbij: iets online uitzenden op zichzelf is geen innovatie. Dat is toch nog steeds een wijdverbreid misverstand. En blijf daarbij ook weg bij het inmiddels uitgeknepen talkshow format; er zijn meer vormen."

in de SVOD aanpak (subscription video on demand, EV). Je zag hoe goed Videoland dat aanvoelde met de docu over Boef. Zij weten blijkbaar die doelgroep goed te bereiken en beseffen dat er een nieuwe generatie is die zichzelf constant filmt en vervolgens weer kijkt naar mensen die hun persoonlijke leven online laten volgen."

Wat zijn je tips voor de mensen die achter de knoppen zitten in Hilversum, met name ten aanzien van wat het nieuws voor jongeren beter, innovatiever en progressiever zou kunnen maken?

"Mijn eerste tip is vooral te investeren in zoveel mogelijk niches. Want als je veel bij elkaar hebt, ben je uiteindelijk ook de grootste. Kijk maar naar de strategie van de Huffington Post. Vervolgens: bestudeer de jongeren. Waar houden ze zich mee bezig? En nog belangrijker: heb vertrouwen in de nieuwe programmamakers. Serveer hun inbreng als eindredacteur niet te snel af met 'het is niet goed of urgent genoeg', maar heb vertrouwen! Tip 4 is vooral durven te experimenteren, want jongeren zijn zeer geëngageerd. Alleen wordt het nu nog niet aangeboden zoals zij het willen. En last but not least: inclusiviteit binnen de journalistiek is niet iets voor de toekomst, maar van nu." Bij deze woorden van Francisco sluit ik mij volledig aan. Laat die arrogantie achterwege, luister naar de nieuwe jonge makers en vul dit gapende gat. Vooral nu. Wie pakt deze handschoen op? ●

"Blijf ook weg bij het inmiddels uitgeknepen talkshow format; er zijn meer vormen"

Videoland

Welke partijen zouden deze uitdaging dan moeten aangaan? De publieke omroep? Of kunnen commerciële partijen dat ook doen, ondanks hun belangen richting adverteerders?

Francisco: "Publieke omroep klinkt natuurlijk logisch. Daar zijn nu ook initiatieven zoals NOS Stories. Maar het mag allemaal wel wat meer. En ook commerciële partijen kunnen die handschoen oppakken. Waarom niet Videoland bijvoorbeeld? Want ik geloof heel erg

Missen we in Nederland niet zo'n nieuwsplatform voor jongeren?

"Zeker! Bestaande beleidsbepalers zeggen al snel dat jongeren niet geïnteresseerd zijn in nieuws. Dat is regelrechte onzin. Daarom zouden omroe-

