

Bij gebruik graag vermelden:

Huub Wijfjes, 'Journalistiek in transitie' *Ons Erfdeel* 1/2001, pp.63-69

Journalistiek in transitie

Door: Huub Wijfjes

De relatie van journalistiek en politieke openbaarheid is een vraagstuk dat de laatste anderhalve eeuw wel vaker de aandacht heeft getrokken. Vooral de zelfstandige rol van journalisten in het beïnvloeden van het verloop van belangrijke gebeurtenissen is altijd reden voor hevig debat geweest. Een historische analyse levert echter aanwijzingen dat het debat fundamenteel aan het veranderen is. Bij de aanvaarding in september 1999 van de bijzondere leerstoel Persgeschiedenis en Persvrijheid aan de Erasmus Universiteit van Rotterdam betoogde de Amsterdamse historicus Frank van Vree bijvoorbeeld dat de media op drift zijn geraakt onder invloed van wereldwijde technologische en commerciële processen. In een tamelijk abstract en filosofisch, maar buitengewoon prikkelend betoog schetst Van Vree een beeld van een mediawereld die in toenemende mate beheerst wordt door informatieovervloed, commercie, vormdwang en wereldwijde schaalvergroting en uniformering. Overleeft de onafhankelijke hoeder van het publiek belang het informatietijdperk?

Modernisering en professionalisering

Nieuw is Van Vree's analyse van actuele trends niet, maar het brede historisch kader van waaruit hij die trends perspectief geeft maakt de oratie toch bijzonder. Een analyse van de openbaarheid begint bij Van Vree in de negentiende eeuw. Na een periode van een rationeel, maar exclusief door de beschaafde mannelijke burgerij gevoerd politiek debat in de tweede helft van die eeuw, werd de openbaarheid vanaf ongeveer 1900 gedomineerd door groepen (soms zuilen genoemd) die zich exclusief hadden gebonden aan een politieke, religieuze en/of culturele opvatting. De journalistiek, die zich in de negentiende eeuw een belangrijke, doorgaans onafhankelijke drager van politieke geluiden had betoond, bond zich na 1900 steeds meer aan de beperkingen die de politiek-culturele zuilen met zich meebrachten. Het innig samengaan van journalistieke en politieke beginselen kreeg vorm in een wijdvertakt netwerk van personele en organisatorische verbanden, dat het best omschreven is als een politiek-mediaal complex. De journalist trad in dat complex niet op als een waakhond van de democratische orde, maar als een herdershond die, op aanwijzing van de herders, de eigen kudde bij elkaar dreef en hield.

Aan dit complex kwam vanaf de jaren zestig een einde onder invloed van maatschappelijk-culturele factoren die hier verder buiten beschouwing blijven. Het dwong de journalistiek, die aan de ontzuiling overigens krachtig had bijgedragen, in een nieuwe houding die men zou kunnen omschrijven als kritische professionele autonomie. Een grote verscheidenheid aan opvattingen kreeg vorm, maar de algemene journalistieke cultuur was duidelijk omljnd. De journalist dichtte zichzelf een onafhankelijke rol in maatschappij en politiek toe. Centrale onderdelen van de nieuwe, kritische beroepshouding waren een zelfstandig oordeel, een streven naar objectiviteit en waarheid, het hinderlijk volgen van autoriteiten, een sterke groei van een menselijk-emotioneel perspectief in de journalistieke presentatie en het onder woorden brengen van de onrechtvaardige situaties voor verdrukte mensen en groepen. De Watergate-affaire, waarbij tussen 1971 en 1974 twee Amerikaanse journalisten in naam van *het volk* en *de waarheid* het hoogste gezag ten val brachten, werd het zinnebeeld van een nieuwe journalistieke waakhondcultuur. Journalisten gingen met soms diepgaand graafwerk zelfstandig op zoek naar crises en affaires. De onderzoeksjournalistiek bereikte in de jaren zeventig en tachtig een hoogtepunt bij dagbladen zoals *de Volkskrant*, *Het Parool* en *Het Vrije Volk*, maar met

C:\Documents and Settings\Huub\Mijn documenten\publicaties\ons erfdeel\Journ.transitieOms Erfdeel.doc

name ook bij opiniebladen zoals *Vrij Nederland*, *De Groene Amsterdammer*, *Hervormd Nederland* en *Haagse Post*. Bij omroepen als de VARA, VPRO, en IKON (in mindere mate NOS en KRO) en zelfs bij populaire bladen zoals *Nieuwe Revue* en *Aktueel* werd dat genre ook met verve beoefend.

Technologie en commercie

De grote kwesties die het journalistiek debat vanaf de jaren zestig beheersten laten zich logisch in verband brengen met deze journalistieke cultuur. Hoofdpunten waren een strikte scheiding tussen redactionele autonomie en de commercie en het bevorderen van pluriformiteit op de markt. Het intern-pluriforme omroepbestel was weliswaar omstreden, maar bleef uit angst voor commercie in een beschermde positie. In het begin jaren zeventig ontworpen model-redactiestatuut, dat met name in de pers een sterke positie zou verwerven, zag men een waarborg tegen ongewenste invloed van de advertentieafdelingen op de redactionele inhoud. In de pers was er voortdurende zorg voor het verdwijnen van dagbladtitels (61 in 1960, 35 in 1995), bedreigde opinieweekbladen en de voortgaande fusiebeweging onder de dagbladbedrijven. Na de verkoop van de omvangrijke dagbladpoot van het VNU-concern aan Wegener en De Telegraaf in 1999 bleef op de Nederlandse dagbladenmarkt naast deze twee concerns nog maar één grote speler over. In PCM waren in 1995 de dagbladen van de Perscombinatie (*de Volkskrant*, *Het Parool* en *Trouw*) samengebracht met die van Elsevier's Nederlandse Dagbladunie (*NRC Handelsblad*, *Algemeen Dagblad* en enkele regionale kranten). Opmerkelijk minimaal was de weerstand van de journalistiek tegen, wat men in de jaren zeventig nog kwalificeerde als 'gesjoemel met het geestelijk eigendom van redacties'. In 1972 werd nog massaal actie gevoerd toen het Telegraaf-concern met de overname van het kleine *Limburgs Dagblad* een voorzichtige stap op de Limburgse dagbladenmarkt zette. Nadat hetzelfde concern echter in 1999 door de overname van *De Limburger* een virtueel monopolie in Limburg verwierf, was er doodse stilte. Deze fundamentele omslag in het denken over journalistieke onafhankelijkheid was ook al gebleken bij de fusieplannen voor de toonaangevende kwaliteitskranten *de Volkskrant* en *NRC Handelsblad*. De eerste plannen uit 1989 konden dankzij grootscheeps verzet van de redacties worden verhinderd, maar toen zes jaar later de kranten toch werden samengevoegd in het nieuwe krantenconcern PCM was van verzet geen sprake meer.

In zijn onlangs voor het ministerie van OC&W geschreven analyse van het journalistieke veld beschrijft de Amsterdamse communicatiewetenschapper Jo Bardoel hoe ontwikkelingen in technologie, maatschappij en cultuur ertoe bijdroegen dat deze patronen onder steeds meer druk kwamen te staan. De mediatechnologie zorgde voor een sterk groeiend aanbod van drukwerk, audiovisuele producten en, sinds begin jaren negentig, van een totaal nieuwe tekst/beeldsoort: internetpagina's. De informatieovervloed vormde de basis voor een sterk expanderende media-economie die de oude beschermingsconstructies van journalistieke autonomie uitholden of zelfs wegvaagden. Grensoverschrijdende omroepetechnologie introduceerde, ondersteund door Europese regelgeving, op grote schaal commerciële concurrentie die de publieke omroepen vanaf 1989 dwongen tot diepingrijpende herstructureringen en nieuwe oriëntaties. De eerder zo gevreesde fusiegolven bij dag- en weekbladen namen in intensiteit toe. Tal van nieuwe *special interest*-bladen en *sponsored magazines* kwamen op de markt, veelal gefinancierd door bedrijven of belangengroepen die de redactionele inhoud direct aanstuurden. Op het internet verscheen een oceaan aan nieuwe journalistieke inhoud, waarvan de herkomst en journalistieke integriteit nog onduidelijker lag.

De mediatechnologie stelde het publiek in staat een steeds actiever mediakeuzegedrag te vertonen. Journalisten voelden als gevolg daarvan steeds meer drang om de inhoud op de wensen van het publiek af te stemmen. De leiding van mediabedrijven kon met steeds meer succes efficiency, hoge rendementen en aanpassing aan snel veranderende markten afdwin-

C:\Documents and Settings\Huub\Mijn documenten\publicaties\ons erfdeel\Journ.transitieOms Erfdeel.doc

gen. Informatie werd handelswaar die in standaardvormen werden gegoten, waarvan met kleine aanpassingen voor verschillende markten nieuwe producten konden worden gemaakt. Sinds de commerciële omroep sprak men in de televisie-industrie meer en meer van *programmaformats* die in vaste *timeslots* binnen strak geprofileerde zenders werden ingepast. Producten van de geschreven pers vonden in het internet ineens nieuwe publicatievormen, veelal tot verrassing en afgrijzen van de oorspronkelijke auteurs.

Hyperventilatie

De concurrentie om een zo hoog mogelijke en snelle nieuws- en attentiewaarde, die was gebonden aan snel wisselende publieksstemmingen, vergrootte het risico op symptomen die men vroeger als sensatiejournalistiek aanduidde. Die symptomen werden dan ook in toenemende mate synoniem met spannende journalistiek: overaccentuering van opzienbare details die in een razend tempo in een weinig overdacht interpretatiekader worden gepresenteerd en het werken met krachtige emotionele (beeld)associaties. Met een verwijzing naar de medische term hyperventileren wordt in dat verband ook wel gesproken over *mediahypes*. Journalistiek docent Peter Vasterman wijst erop dat een mediahype een eigen dynamiek en ontwikkelingspatroon kent waarop journalistiek gedrag of mediaconventies van invloed zijn. Maar ook de politiek en belangen- of actiegroepen werken actief mee aan de hype-constructie. Het denkbeeld dat de journalistiek slechts weergeeft wat er gebeurt, is net zo achterhaald als de gedachte dat politiek en maatschappij de media passief over zich heen laten komen. Journalisten gebruiken een crisis om zich op een overvolle markt origineel en opzienbarend te kunnen profileren. Politici – ondersteund door voorlichtingsapparaten, mediatrainers, spindokters en presentatie-adviseurs - zagen in een crisistemming mogelijkheden om diepingrijpende maatregelen te kunnen rechtvaardigen of (partij)politiek voordeel te behalen. Partijen en belangengroepen konden door middel van crises hun gezicht laten zien, hun bestaansrecht aantonen en hun eigenbelang najagen.

De strijd om de constructie van het nieuws leidde tot inkaderingen van nieuwsfeiten in ondubbelzinnige verhalen vol conflict en alarm, waarbij journalisten en publiek het gezag voortdurend aan de kaak stelden, met name als het ging om aantoonbaar falen of in gebreke blijven. Ze riepen dringende vragen op over veiligheid en gezondheid; over milieu en integriteit van bestuur. Crises, rampen en affaires volgden elkaar in hoog tempo op. Crisisrijp waren blijkbaar vooral nieuwe en incidentele gebeurtenissen die een emotionele snaar in de samenleving raakten en die een korte spanningsboog, een grote nieuwswaarde en een grote mate van verbeeldbaarheid kenden. Dat waren niet voor niets zaken die sterke relatie hadden met het dominante medium sinds de jaren zestig: televisie.

Televisie: van ideologisch ontzag naar vrijblijvende emotie

In vijftig jaar televisie-ervaring hebben programmamakers geleerd dat televisie-informatie, wil ze consumeerbaar zijn, aan de vormeisen van televisie moet voldoen. Dat lijkt triviaal, maar de consequenties voor de inhoud zijn diepingrijpend. Televisie weert alles dat zich traag ontwikkelt, ingewikkeld of genuanceerd is, dat niet beeldbaar, persoonlijk en menselijk is en dat zich niet onmiddellijk op laat lossen. Simplificatie is het gevolg, want zap-bestendige televisie is simpel, snel en spetterend. Om het in termen van de Franse socioloog Pierre Bourdieu te zeggen: televisie biedt flitsprogramma's, waarin flitsinformatie wordt gepresenteerd door flitsdenkers met pasklare ideeën, die iedereen passen. Van de actoren in nieuwsprogramma's zoals politici en deskundigen wordt ook flitsend optreden verwacht: het moet allemaal stellig, boeiend en kernachtig zijn, niet genuanceerd, ingewikkeld en uitvoerig. Goede televisie zoekt niet naar diepe inhoud en structurele achtergronden, maar naar incidenten, emotie en personen. Daar kan ook een kritische journalist niets aan verhelpen. In de tientallen interviews die sinds de jaren tachtig met televisiejournalisten zijn gemaakt, uiten ze allemaal

C:\Documents and Settings\Huub\Mijn documenten\publicaties\ons erfdeel\Journ.transitieOms Erfdeel.doc

de klacht dat hun programma's eigenlijk meer inhoudelijk, diepgaander en uitvoeriger zouden moeten zijn. Maar ja, verzucht iedereen, we willen natuurlijk geen saaie televisie.

De strijd tegen de saaiheid van relevante informatie is in de jaren zeventig voor het eerst samengevat onder de noemer *infotainment*, maar dat begrip vormt slechts het begin van een steeds verdergaande invloed van de narratieve televisievorm op de inhoud. In de recente bundel *Massamedia tussen informatie en emotie*, spreekt de Nijmeegse filosoof Marcel Becker bijvoorbeeld over emo- en ethico-tainment. Moderne televisie in een hevig concurrerende markt wil meer dan informatie en amusement. De huidige televisie wil informatie die is gekoppeld aan direct herkenbare menselijke emoties zoals angst, irritatie, woede en verslagenheid. En uiteindelijk wil televisie ook een moreel oordeel in de vorm van genoegdoening, gerechtigheid, boete en troost. Spannend is de politiek op televisie dan ook alleen als de macht wordt aangesproken en aan het wankelen wordt gebracht: als de macht kwaad wordt, onzeker of geïrriteerd raakt, als de macht valt of dreigt te vallen.

VRT-journalist en socioloog Marc Hooghe beweert in een bijdrage aan de bundel van Becker dat de laagste gemene deler in de journalistiek de norm bepaalt. Kritische distantie is ingeruild voor emotionele betrokkenheid. En dat kan ook niet anders als de maatschappij daarom vraagt: "Men kan de journalistiek niet verplichten op de goede 'ouderwetse' manier degelijk politiek nieuws te brengen, als tegelijk heel onze cultuur het signaal uitzendt dat popmuziek even belangrijk is als klassieke muziek, dat sport evenveel aandacht verdient als onderwijs, en dat iemand als Bill Gates oneindig veel belangrijker is dan Elias Canetti." De huidige journalistiek appelleert meer en meer aan het affectief-dynamisch wij-gevoel waaraan onze maatschappij blijkbaar behoefte heeft. Dat kan gaan om euforische vreugde, zoals bij grote sportevenementen, maar ook om diepe treurnis van slachtoffers van geweld, rampspoed en ellende. De criminoloog Frans Denkers spreekt in de bundel van Becker zelfs van een slachtofferismecultuur, want in de media hoeft het slachtoffer niets meer zelf op te lossen. Het slachtoffer heeft altijd gelijk. Hij of zij moet alleen lijden, huilen en klagen. Autoriteiten, instanties en omstanders moeten voor de oplossingen zorgen, stille tochten organiseren en schadelclaims toekennen.

Becker vindt overigens dat hierdoor een verontrustende relativering van fundamentele ethische vraagstukken is ontstaan. Kerken en ideologieën hebben sinds de jaren zestig hun moreel gezag verloren aan de televisie. De ethische spanningsboog die de televisieprogramma-maker schept, klapt echter in elkaar zodra de kijker dat wil. Wegzappen is relativieren en de ethische vragen die televisie oproept zijn dus altijd vrijblijvend en in potentie waardeloos, aldus Becker. Die verder ook geen oplossing heeft behalve de suggestie dat televisie veel minder respect zou moeten krijgen van met name autoriteiten dan ze nu krijgt.

Perspectief

Het is de vraag of we over het interactieve, vluchtige en emotionele media-aanbod zo somber moeten zijn. De geschetste trends refereren vooral aan de meest in het oog springende incidenten. Het is echter onmiskenbaar dat de groeiende media-economie ook kwaliteitsimpulsen toestaat. Er zijn niet alleen veel meer journalisten dan 30 jaar geleden, hun opleiding ligt ook een stuk hoger. De journalistieke specialisatie is daardoor drastisch toegenomen. Kranten en weekbladen zijn dikker dan ooit en bevatten steeds meer gespecialiseerde informatie in steeds meer katernen of bijlagen. En niet alle televisie-informatie is hijgerig of sensationeel. Een vluchtige blik op de omroepgeschiedenis leert dat er duidelijk meer ruimte is gekomen voor achtergrondinformatie in allerlei gespecialiseerde vorm, tot aan de uiterst trage en intellectuele serie *Van de schoonheid en de troost* (Wim Kayser, VPRO 1999) aan toe. Die trage en meer overdachte producten vallen in het grote aanbod wellicht minder op, maar in een maatschappij waarin iedere burger zijn eigen mediamenu samenstelt is dat geen bezwaar.

C:\Documents and Settings\Huub\Mijn documenten\publicaties\ons erfdeel\Journ.transitieOms Erfdeel.doc

En is de journalistieke cultuur van de afgelopen veertig jaar wel altijd zo negatief voor de politiek geweest? De moderne politici worden voor een deel van hun handelen weliswaar aangestuurd door spindoctors, maar niet overmatig en kunstmatig. Politici zijn geen uniforme plastic populisten, maar redelijke beslissers met totaal verschillende persoonlijkheden en totaal verschillende boodschappen. Zowel de hartstocht van Den Uyl als de saaiheid van Kok zijn goed in de media verbeeld.

Door het waakhond-gedrag van de media is voor bestuurders en ambtenaren ook niet veel bewegingsruimte meer voor uitglijders, wanbeleid en mislukkingen en ik zie niet in wat daar slecht aan kan zijn. De media-aandacht heeft geresulteerd in een grotere aandacht voor zorgvuldige procedures, meer openbaarheid van bestuurlijke processen en allerlei kwaliteitswaarborgen voor de producten van dat bestuur. Het bestuur is ook een stuk menselijker geworden en de publieke acceptatiegrens van geweld, oorlog en machtsmisbruik is danig verlaagd. Het ideaal van een oprechte en authentieke politiek, die geen macht misbruikt, maar die in naam van het volk gebruikt, is door de onafhankelijke journalistiek en door de televisie een stuk dichterbij gekomen. Zou bijvoorbeeld de vernieuwing van de Belgische politiek ook in gang zijn gezet zonder de uitbundige media-aandacht voor de Dutroux-affaire?

Het is ook maar de vraag of de negentiende-eeuwse maat van een rationele, op argumenten gebaseerde burgerlijke openbaarheid – voor zover die al ooit gefunctioneerd heeft - in onze huidige maatschappij een maatstaf kan zijn. Bij die openbaarheid ging het tenslotte ook om gedeelde ervaringen en gevoelens en daaraan hebben we inmiddels geen gebrek meer. Dankzij een journalistiek die, zoals het ook hoort, met het publiek mee is veranderd in zijn oriëntatie op zaken die wezenlijk worden geacht voor de samenleving.

Literatuur

Jo Bardoel, *Publieke journalistiek in een private wereld* (publicatie Ministerie van OC&W 2000)

Marcel J. Becker (red.), *Massamedia tussen informatie en emotie* (Nijmegen: Valkhof Pers 2000)

Pierre Bourdieu, *Over Televisie* (Amsterdam: Boom 1998)

Crises in het nieuws. Samenspel en tegenspel tussen overheid en media (Alphen aan den Rijn: Samsom/Tjeenk Willink 1997)

Brian McNair, *The Sociology of Journalism* (London: Arnold 1998)

Peter Vasterman, *Mediahype: nieuws maken door de opwinding te verslaan* (Utrecht: HvU Press 1999)

Frank van Vree, *De politiek van de openbaarheid. Journalistiek en publieke sfeer* (Groningen: Historische Uitgeverij 2000)