

Is de pers klaar voor de verkiezingen? Die vraag is minder populair omdat politici hun handen daaraan niet willen branden; en omdat journalisten niet erg graag in hun keuken laten kijken. Overigens is het de vraag hoe we die vraag over de pers überhaupt kunnen beantwoorden. Als we politieke partijen die vraag stellen, kunnen ze een verkiezingsprogramma overleggen; bij de media moeten we er maar van uitgaan dat ze er klaar voor zijn. We weten er verder weinig van.



## Is de pers klaar voor de verkiezingen?

De discussie over de maatschappelijke verantwoordelijkheid van de pers is echter belangrijk. Onze democratie ontleent haar drijfkracht immers voor een deel aan de kwaliteit van de pers. Tijdens de verkiezingen komt niet alleen in Amerika, maar ook in Nederland de verhouding tussen pers en politiek op scherp te staan. Politieke partijen zijn in sterke mate afhankelijk van *free publicity*. Ze hebben niet voldoende geld om ruim te adverteren of reclamespotjes uit te zenden. Daarom is er altijd al een grote mate van afhankelijkheid van de journalistiek. Bij verkiezingen zijn de belangen het grootst: het gaat er niet alleen om de eigen ideeën voor het voetlicht te brengen, maar in een aantal gevallen ook om het in stand houden van de partij of het houden van de macht. Kiezers kunnen pas een goed geïnformeerde keuze maken wanneer zij de kans hebben gehad zich zo volledig mogelijk te informeren over wat partijen en hun fracties willen en wat zij gedaan hebben en doen. Kranten spelen daarbij een rol, maar de televisie een nog grotere rol. De belangrijke rol van de media is inmiddels ook wetenschappelijk komen vast te staan. Zo bepaalt de *issue*-agenda van de media in sterke mate welke *issues* centraal staan bij het publiek<sup>1</sup>. Een bekend voorbeeld hiervan kan ontleend worden aan de verkiezingen van 1994. Voorafgaande aan de lancering van Bolkesteins zespuntenplan om de stroom van asielzoekers te beperken (13 maart 1994) werden minderheden door 17 procent van de bevolking als het belangrijkste nationale probleem beschouwd, maar door toedoen van al het gesteggel over Bolkesteins uitspraken steeg dit percentage tot 28% in de erop volgende weken<sup>2</sup>. *Issues* aan de orde stellen, die veel aandacht krijgen in de media, kan beslissend zijn bij de verkiezingen. Volgens sommigen is het zwaartepunt in de machtsverhouding tussen politiek en media zelfs verschoven naar de media.

Door drs. M. jansen

### De kritiek op de parlementaire pers

Er is de laatste jaren steeds meer kritiek en zelfkritiek te horen op de kwaliteit van de verhouding tussen pers en politiek. Die kritiek behelst vooral de partijdigheid van de pers en kan verschillende vormen aannemen.

Het eerste soort verwijt is dat de pers zich onvoldoende aan feiten houdt: de werkelijkheid dramatiseert en hetzerige neigingen heeft. Dat verwijt duikt keer op keer op in de kritiek en in de zelfkritiek. Al in 1993 merkte de toenmalige minister-president Lubbers op dat de pers aan het schuiven was en dat dit leidde tot 'spelverruwing'. Hij had de indruk dat er in de journalistiek een toenevende behoefte was om 'met een stevig pakkend iets' te komen. 'Dan publiceert men vermeende indrukken, roddel en tegenstellingen'. In juni 1996 deed Mark Kranenburg, redacteur van NRC Handelsblad mede daarop voortbouwend een oproep aan pers en politiek om 'de spiraal van trivialiteit te doorbreken'. Hij stelde daarbij onder andere aan de kaak dat in de journalistiek met het grootste gemak het begrip 'omstreden' wordt geplakt op politici die 'iets uit te leggen hebben'. Hij vroeg zich vervolgens af: 'Wie zijn daar dan op het Binnenhof aan het werk? De waakhonden van de democratie, de opperrechters, of gewoon bloedhonden?'. Vier jaar later - maart 2000 - constateerde Frits Bloemendaal, politiek redacteur van *HP/De Tijd* hetzelfde: 'Incidenten groeien steeds makkelijker uit tot een hype. Zodra we (de journalisten) bloed ruiken zijn we niet meer te stoppen. Van een parlementaire enquête maken we (in een-drachtige samenwerking met de Tweede Kamer) een volkstribunaal, dat maar één uitkomst kan hebben: er moeten koppen rollen. Als die climax uitblijft, geven we de politici de schuld'. In hetzelfde jaar sprak de burgemeester van Tilburg, Johan Stekelenburg, bij zijn lezing op de Fontys Hogeschool Journalistiek over 'het hellend vlak waarop de journalistiek zich nu bevindt' en dat het 'meest verontrustend' is in de politieke verslaggeving<sup>15</sup>. Begin van dit jaar gaf Gijsbert van Es, politiek redacteur van *NRC Handelsblad* het woord aan vijf leden van de Tweede Kamer van verschillende politieke partijen. Daaruit rees een eensluidend negatief beeld op: 'Parlement gruwet van trivialisering in de politieke journalistiek'<sup>16</sup>. Kortom: al acht jaar lang dezelfde diagnoses, dezelfde kritiek van binnen en buiten de journalistiek.

Het tweede soort verwijt is dat de pers in meer letterlijke zin 'partijdig is'. Dat kan de vorm aannemen van 'de pers is gebiologeerd door degene die de macht heeft'. Zo heeft de pers een bijna automatische voorliefde voor de zittende premier en de partijen die aan de macht zijn. Zo wordt bijna elk jaar de premier door de parlementaire pers verkozen tot politicus van het jaar<sup>17</sup>. Het verwijt van partijdigheid wordt (natuurlijk) het snelst geroepen door onze eigen partij. Hans Hillen heeft bijvoorbeeld wel eens het balletje opgeworpen dat het CDA

door de pers bewust buiten beeld is gehouden. Een onverdachte bron is Geelen, redacteur van het vakblad *De Journalist* die nogal droog constateert dat het CDA nooit erg geliefd is geweest onder journalisten. Hij legt een verband met de nogal linkse gezindheid van de journalisten. Zo bleek uit een onderzoek waaraan tweederde deel van de parlementaire journalisten meedeed, in 1985, dat zij in overgrote meerderheid (ruim driekwart van de ondervraagden) een voorkeur hadden voor de PvdA (59%) of een andere partij links van het midden. In 1997 bleek uit een onderzoekje van de Volkskrant waaraan ongeveer 45% meedeed dat de PvdA nog steeds de grote favoriet was (45%), GroenLinks volgde met 14%, D66 haalde 11%, de VVD 8,5% en het CDA 4%. Terecht stelt Geelen dat daaruit overigens geen conclusies getrokken kunnen worden over de objectiviteit van de verslaggeving. Hij trekt wel de volgende conclusie: 'Maar feit is wel dat de nu zittende regering er een is zonder het onder journalisten weinig geliefde CDA. Aan het hoofd staat een premier die door de journalistiek tot politicus van het jaar gekozen is en wiens partij onder journalisten favoriet is. Zo verwonderlijk is het dan niet dat de parlementaire verslaggeving *grosso modo* een paarse indruk maakt'. Opvallend was ook dat uit wetenschappelijk onderzoek van politicologen en bestuurskundigen van beide universiteiten in Amsterdam naar de verslaggeving rondom de campagne van 1998 bleek dat de regeringspartijen meer dan driekwart (82%) van het nieuws kregen. De drie regeringspartijen ontlopen elkaar weinig (VVD 29%, PvdA 27% en D66 26%) hoewel de VVD uiteindelijk iets meer aandacht trok. Het CDA kreeg slechts 9% van de aandacht. Kleinere partijen werden gewoonlijk genegeerd door de media (samen 8%). GroenLinks deed het nog relatief goed (4%), maar de overige partijen komen niet of nauwelijks boven de 1% aandacht uit (SP 1%, ouderenpartijen samen 1% en de kleine christelijke partijen 2%)<sup>10</sup>. Ondanks deze cijfers wordt deze fascinerende onevenredigheid in aandacht door zeer weinig politici of journalisten benoemd en geanalyseerd, laat staan ter discussie gesteld.

De verwijten van 'partijdigheid' in de vele verschillende varianten zijn al jaren te horen als kritiek en zelfkritiek, maar lijken nog maar mondjesmaat effect te sorteren. Politici die dergelijke kritiek leveren krijgen al gauw het verwijt dat ze gefrustreerd zijn omdat ze de pers niet naar hun hand kunnen zetten. Journalisten als Kranenburg of Bloemendaal lijken voor hun oproepen om anders te gaan opereren weinig medestanders gevonden te hebben. In vergelijking met andere landen wordt er in Nederland in het openbaar opvallend weinig gediscussieerd over de kwaliteit van de pers en over journalistieke ethiek en vernieuwing. Dergelijke discussies spelen zich tot nog toe te vaak uitsluitend af in vakbladen als *De Journalist* of in de beslotenheid van (hoofd)redacties. Van een openbare discussie komt tot nog toe erg weinig. Het blijft hangen in ontkenningen of jijbakken.

### De pers is niet waardevrij

Naar mijn smaak komt de discussie onder andere niet op gang omdat de pers haar imago van onpartijdigheid koestert. Daar moet niemand aan komen.... Immers, zo stelt men altijd: de meningen zijn te vinden in het commentaar en de columns; daarnaast staat de krant vol met harde feiten. Maar zijn die feiten wel zo hard? En is er wel sprake van een scheiding tussen feiten en waarden (meningen)? Om de gedachten te bepalen een paar recente voorbeelden. Op zaterdag 2 juni meldt *de Volkskrant* op de voorpagina 'Topmanager krijgt fors meer'. Een eigen periodiek onderzoek van de krant heeft uitgewezen dat het inkomen van topmanagers gemiddeld 14% bedroeg in het jaar 2000. Al jaren geleden heeft *de Volkskrant* van dergelijk onderzoek een prioriteit gemaakt. Het nieuws heeft ervoor gezorgd dat dit onderwerp op de politieke agenda gekomen is. In de afgelopen verkiezingen speelde het thema al een rol. Het kabinet heeft inmiddels gezorgd voor wetgeving die topmanagers dwingt tot het openbaar maken van wat ze verdienen. Naar aanleiding van het door de *Volkskrant* gemaakte nieuws komen er kamervragen, doet minister president Kok er wederom uitspraken over (hij wil/kan er verder niks aan doen); FNV-voorzitter De Waal is wederom verbolgen en er komt zelfs een grote protestadvertentie in de grote dagbladen. Daarmee is *de Volkskrant* een duidelijk voorbeeld van een krant die een eigen agenda heeft en daarmee de politieke en maatschappelijke agenda stevig beïnvloedt.

Een paar weken geleden kreeg Hans Dijkstal, de fractievoorzitter van de VVD in de Tweede Kamer van *Trouw* de gelegenheid om zijn zorgen te uiten over de toenemende sex en geweld op de televisie. Natuurlijk was er de volgende dag de gelegenheid voor het CDA om commentaar te leveren dat de VVD er nog nooit iets aan gedaan had in de Kamer. Dijkstals geklaag was loos en voor de bühne. Maar intussen hadden zijn zorgen wel voor VVD-nieuws gezorgd. Het commentaar van onder andere het CDA of van Hedy d'Ancona van het NICAM (Nederlands Instituut voor Codering Audiovisuele Middelen) op dat nieuws was vervolgens nauwelijks nieuws meer. En waar ging het Dijkstal om: een geurvlagetje te plaatsen dat de VVD van Dijkstal niet alleen maar de partij is van ongebreidelde vrijheid, blijheid. Dat houdt weer wat stemmers, die erover denken daarom over te lopen naar bijvoorbeeld het CDA of de Christen Unie, binnenboord. Dit voorbeeld roept vragen op. Over de schijnheiligheid van politici als Dijkstal. Aan de ene kant bekritiseert hij de pers en kondigt hij een publiciteitsstop aan. Aan de andere kant gaat hij vrolijk door met het oplaten van ballonnetjes met gebakken lucht. En de pers. De vraag is of de pers Haagse politici de kans moet geven nieuws te maken vol met dergelijke 'gebakken lucht'. Iedere goed geïnformeerde journalist moet weten dat het alleen maar om mooie woorden voor de bühne gaat. Gaat het hier om een voorbeeld van "elke *scoop* is de moeite waard"? Of vond men dat Dijkstal maar moet roepen wat hij wil en dan

vervolgens daarop maar moet worden afgerekend door anderen? Het zou de moeite waard zijn om eens te horen waarom Dijkstal hiervoor gelegenheid heeft gekregen, wat waren de journalistieke overwegingen om het interview te houden en te plaatsen?

*De Telegraaf* heeft vorig jaar samen met onder andere de ANWB een succesvolle actie gevoerd tegen de plannen van Minister Netelenbos om tolpoortjes - het zogenaamde rekeningrijden - in te voeren. Het is bekend dat *de Telegraaf* de krant is voor huizenbezitters (kom niet aan de hypotheekrenteaf trek!) en de automobilisten (het kwartje van Kok). *De Telegraaf* heeft - vergelijkbaar met *de Volkskrant* - blijkbaar een eigen agenda, waarbij de eigen lezers/abonnees fungeren als een soort achterban. De politiek dient met dit grootste dagblad van Nederland terdege rekening te houden. Weten we precies wat de agenda van *de Telegraaf* is. Neen, niet precies, maar sommige prioriteiten kennen we. Een paar maanden voor de verkiezingen in 1994 was *de Telegraaf* anti-paars, of beter gezegd anti-PvdA. Men voerde duidelijk een campagne 'Bolkestein for minister-president'. Pas toen uit de peilingen bleek dat Bolkestein de race om het premierschap zou gaan verliezen, draaide de krant als een blad aan de boom om<sup>11</sup>.

Of neem *Den Haag Vandaag* waar Herman Wijffels wordt ondervraagd over 'zijn' rapport inzake de toekomst van de landbouw in Nederland. Ferry Mingelen wil graag weten of Wijffels spijt heeft dat hij als voorman van de RABO de intensieve veeteelt destijds forse leningen heeft verschaft. Mingelen blijft het vragen. Tot Wijffels uiteindelijk 'nee' zegt. Wat de maatschappelijke en politieke relevantie van een dergelijke openbare schuldbekentenis zou zijn is onduidelijk. Kern zou moeten zijn in hoeverre Wijffels oplossingen biedt die haalbaar zijn. Het zou aardig zijn om eens te horen van Mingelen of de redactie van *Den Haag Vandaag* waarom het interview vooral daarop toegespitst wordt. Wat is de agenda van *Den Haag Vandaag*?

Uit bovenstaande voorbeelden blijkt dat er voortdurend agenda's en keuzes ten grondslag liggen aan de manier waarop media politici of politieke onderwerpen worden neergezet of aan de onderwerpen die op de agenda worden gezet. Er bestaat nog al eens een beeld van de onpartijdige en objectieve journalistiek. Dat is een mythe die in de afgelopen jaren ook wel her en der door politici en door journalisten bestreden is. Het probleem is vooral dat het lijkt alsof er geen sprake is van selectiviteit en prioritering. Dat is eigenaardig. Er hangt toch een aura van onpartijdigheid en objectiviteit rondom de journalistiek. En als journalisten dat verweten wordt, hangen ze de vermoorde onschuld uit. Maar: *de Volkskrant* zet de topinkomens van topmanagers op de agenda; *de Telegraaf* voert actie tegen de tolpoortjes. *Trouw* geeft de VVD de kans om de kiezers duidelijk te maken dat zij niet de partij van vrijheid/blijheid is. *Den Haag Vandaag* is meer geïnteresseerd in de persoon Wijffels dan in de inhoud en strekking van het

door hem gepresenteerde rapport.

De conclusie die zich uit dit korte bliksemonderzoekje al opdringt, is dat die 'waardevrijheid' - uitgekristalliseerd in het dogma van scheiding tussen feiten en commentaar - niet bestaat. Het is zaak dat deze diepgewortelde journalistieke overtuiging ter discussie komt te staan. Er zou een onderscheid gemaakt moeten worden tussen twee soorten objectiviteit. *Objectiviteit in methode* omvat nauwkeurigheid, juistheid, betrouwbaarheid, eerlijkheid, geldigheid, feitelijkheid en is voor goede journalistiek onmisbaar. *Objectiviteit in resultaat* daarentegen is de hersenschim van een objectief, neutraal, onpartijdig, waardevrij beeld van de werkelijkheid op basis van de feiten<sup>12</sup>. Die illusie zal moeten worden doorbroken. Dat moet een van de startblokken zijn voor een andere werkwijze van de journalistiek. Twee hindernissen moeten dan vervolgens overwonnen worden. Ten eerste moet eens openlijk erkend worden dat de pers macht en invloed heeft en dient men bereid te zijn zich over de uitoefening daarvan ook openlijk en publiekelijk te verantwoorden<sup>13</sup>. Ten tweede is het zaak dat duidelijk wordt of en hoe de pers haar maatschappelijke taak ziet: wil zij een bijdrage leveren aan de kwaliteit van de Nederlandse democratie? En hoe denkt zij dat te doen?

### Het kan anders: tien voorstellen

Als voorzet voor de discussie vervolg ik deze *tour d'horizon* met tien suggesties hoe het anders zou kunnen.

#### 1. Agendasetting: liever expliciet

Als media geen eigen openbare agenda hebben dan wordt de agenda impliciet: de agenda van de generatie journalisten die aan de macht is; zij schrijven voor zichzelf en gaan uit van hun eigen belangstelling. Of de agenda die de markt de journalisten opdringt. Nu de abonnee-aantallen achteruit gaan voor allerlei kranten (ondanks vernieuwingen, zie *de Volkskrant*) en de kosten voor distributie bijvoorbeeld steeds hoger worden zullen de marges van kranten steeds meer onder druk komen te staan. Dan kan de journalistieke ethiek en integriteit in gevaar komen. De verleiding kan ontstaan om conflicten op te blazen, om meer de kant van de 'roddel'-journalistiek op te gaan (de markt van de *Privé*, *Story*, *Weekend* enigszins te gaan afromen). Pieter Broertjes heeft als voorzitter van het Genootschap van Hoofdredacteuren het koningshuis gemaand tot meer openheid. *Noblesse oblige*: laat kranten zelf het goede voorbeeld geven en een expliciete agenda adopteren. *De Telegraaf* lijkt een agenda te hebben, het meest van alle kranten. Maar waar is deze geëxpliciteerd? Ook andere kranten hebben een dergelijke agenda, maar die is nog veel impliciet aanwezig en soms wil men deze bewust uit concurrentieoverwegingen achterhouden<sup>14</sup>.

## 2. Meer aandacht voor verkiezingsprogramma's

Bekend is dat de media alles wat er in de verkiezingsprogramma's staat niet als nieuws beschouwen. Daarmee ontstaat er een proces dat eigenlijk haaks staat op wat in de Nederlandse democratie normaal is: dat partijen met hun verkiezingsprogramma het nieuws halen en de verkiezingen ingaan. De pers moet zich er ook op richten te laten zien waar de verschillen zitten tussen de verschillende partijen; de prestaties van partijen in de afgelopen jaren analyseren en beschrijven (wat hebben ze gepresteerd, hebben ze hun beloftes waargemaakt?), laten zien hoe het ervoor staat (wat zijn de effecten geweest van wetgeving en beleid?).

## 3. Geen ruimte bieden voor onweersproken praatjes voor de bühne, halve waarheden, leugens

Dat betekent de goede traditie van hoor en wederhoor toepassen. De journalistieke keuze die vaak gemaakt wordt, is: een politicus praatjes voor de bühne, halve waarheden of zelfs leugens laten verkopen, vervolgens daarna pas ruimte bieden om die te laten bestrijden. Maar vaak helpt dat degene over wie die onzin is verkocht niet of nauwelijks. Het nieuws is gehaald en de weerlegging ervan is zelden nieuws; slechts een nabrander op pagina zoveel. Bijvoorbeeld de kritiek van Melkert op Kok die *de Volkskrant* uit een lang interview op de voorpagina zette, was groot nieuws. De bestrijding ervan door Melkert is wel aangekomen, maar het is blijven hangen. Hetzelfde geldt voor de in *Trouw* gedane uitspraak van PvdA Minister de Vries dat het CDA een 'leeg vat' is. Dat is heel snel daarna door Marnix van Rij bestreden in hetzelfde dagblad, maar afgelopen week dook die uitspraak opnieuw op in *de Telegraaf*. Ook al is het niet waar en met argumenten bestreden, het is blijkaar te mooi om niet waar te zijn. En dat is vaak het probleem met lekkere quotes. Het eerder beschreven voorbeeld van Hans Dijkstal die zich zorgen maakt over sex en geweld op televisie zal ook blijven hangen, ook al is zijn vrijblijvende bezorgdheid door Hedy d'Ancona en het CDA - om tegengestelde redenen - bestreden. De conclusie is dat journalisten veel kritischer dienen te zijn bij het klakkeloos opschrijven van lekkere quotes en deze zo in de wereld te helpen. Het zou helpen wanneer politici beeldvormende uitspraken over anderen alleen maar kunnen doen in een context waarin ze ook meteen weersproken kunnen worden. Dat wil dus zeggen dat minister de Vries meteen met Van Rij rond de tafel wordt gezet, dat Dijkstal meteen met De Hoop Scheffer of Atsma van het CDA aan tafel wordt gezet. Het moet politici niet te gemakkelijk worden gemaakt om makkelijke quotes de publiciteit in te slingeren. Dat vereist dan wel dat politici van te voren duidelijk maken dat ze dergelijke uitspraken willen doen en dat hen duidelijk wordt gemaakt dat ze dat alleen kunnen doen in aanwezigheid van degene over wie het gaat.

Het zou helpen wanneer politici beeldvormende uitspraken over anderen alleen maar kunnen doen in een context waarin ze ook meteen weersproken kunnen worden.

#### 4. *Alle politici kritisch volgen*

In Nederland worden politici nauwelijks hinderlijk gevolgd met feiten over hen uit het verleden. Zo beklagde Marleen Barth, lid van de PvdA-fractie in de Tweede Kamer zich onlangs: "Ik word als Kamerlid nooit geconfronteerd met een opmerking van 'maar een jaar geleden zei u...'. Daar hoeven wij als politiek niet bang voor te zijn.<sup>15</sup>" Blijkbaar is de Nederlandse parlementaire journalistiek dus een waakhond die makkelijk te passeren valt. Alleen wanneer iemand onder vuur ligt, wordt zijn/haar hele doopceel gelicht. In de Verenigde Staten doen ze dat beter. Daar brachten verschillende kranten - tijdens de verkiezingen tussen Bush en Gore - diepgaande analyses van de ontwikkelingen in de standpunten over abortus van Al Gore sinds de jaren zeventig<sup>16</sup>. Wie weet bijvoorbeeld nog dat Wim Kok als fractievoorzitter van de PvdA opponeerde met 'verjubelen van overheidsgeld' toen het kabinet Lubbers II een lastenverlichting van ca. 5 miljard realiseerde? En dat de kabinetten Kok de afgelopen 7 jaar meer dan 20 miljard aan lastenverlichting hebben gegeven? De Nederlandse pers gaat zo prat op het imago van 'waakhond', maar deze lijkt makkelijk te passeren te zijn.

#### 5. *Evenredige aandacht naar politieke partijen*

Opvallend in Nederland is dat de pers ontzettend veel aandacht geeft aan regeringspartijen. Dat zal ongetwijfeld ook zo geweest zijn in de tijd van de kabinetten Lubbers. Ik heb hierboven de resultaten beschreven van onderzoek waaruit bleek dat de de paarse regeringspartijen tijdens de afgelopen verkiezingen vrijwel alle aandacht in de media kregen. Daarmee is nog niet gezegd wat daarvan de reden is. Sommigen suggereren dat het merendeel van de pers gewoon een paarse agenda heeft. Maar er zijn vele andere interpretaties mogelijk. Het kan ook zo zijn dat de regeringspartijen erin slaagden om zo kunstig te polariseren en daarmee 'nieuws' te maken dat zij de pers het beste wisten te bedienen. Het gaat hier niet om de juiste interpretatie, maar om het punt dat van de pers gevraagd mag worden aan te geven welke criteria men hanteert bij het verdelen van de aandacht over de verschillende partijen. Doet men dat naar zetelaantal, naar kwaliteit van ideeën of naar pr-kwaliteiten? En wat is vervolgens het karakter van de gegeven aandacht? Is het vooral kritiek, of gaat het ook om informatieve berichtgeving of zelfs positieve, ondersteunende berichtgeving/ commentaar? Bij analyse van de verslaggeving van de campagne 1998 is bijvoorbeeld vastgesteld dat er een duidelijke ontwikkeling was richting negatievere berichtgeving.

#### 6. *Minder aandacht voor Haagse politiek*

Op dit moment houdt zich een overdreven groot aantal verslaggevers (ruim 200) op in en rondom het Binnenhof. Die enorme aandacht staat al lang niet meer



in verhouding tot de invloed van Den Haag op het reilen en zeilen van Nederland. De vergelijking met de aantallen journalisten in gemeenten en provincies of in Europa dringt zich op. Het aantal Nederlandse journalisten in Brussel en Straatsburg is een fractie van het aantal journalisten dat rondom politiek Den Haag cirkelt! Door die oververtegenwoordiging van de pers in het Haagse wordt de drang tot het 'maken' van nieuws enorm groot. Geen enkele journalist zal zich graag vervelen en dagen- of wekenlang met niks willen terugkomen bij zijn redactie. Zo is het opvallend dat Haagse politici steeds vaker hun 'zorgen' kenbaar mogen maken en er ruitelijk voor uitkomen dat ze veroordeeld zijn tot machteloos toekijken: of het nu gaat om zinloos geweld ('ik heb er slapeloze nachten van' zei premier Kok), de crisis binnen de NS of de tot kosmische hoogte stijgende salarissen van topmanagers. Dat moet toch al lang de vraag oproepen of al die journalisten in Den Haag nog wel aan het goede adres zijn? Zouden zij zich niet beter elders als waakhond kunnen opstellen?

#### 7. De agenda van de burger

De waakhond-functie blijft belangrijk, maar zal moeten aangepast aan de huidige omstandigheden. Ondergetekende heeft samen met Nico Drok onlangs ervoor gepleit dat de journalistiek naast waakhond ook meer 'geleidehond' wordt<sup>17</sup>. Wij hebben voorgesteld dat daartoe nieuws primair wordt gedefinieerd als *informatie die mensen van pas komt bij het inrichten van hun leven en bij het oplossen van hun problemen*. De pers komt pas toe aan haar missie om de kwaliteit van de democratie te bevorderen wanneer zij het probleemoplossend vermogen van mensen vergroot. Niet vooral de agenda van Den Haag, maar de agenda van de burger moet uitgangspunt zijn. Die agenda is niet een eenvoudig boodschappenlijstje dat je zomaar even kan opschrijven door langs de deuren te gaan. Zij is te vinden in de beleving van de effecten van (het gebrek aan) beleid in het dagelijks leven. Dat kan beleid van overheden betreffen, maar het kan ook raken aan verantwoordelijkheden van bedrijven of maatschappelijke organisaties. Om dergelijk nieuws te maken moeten ervaringen van mensen verzameld worden. De journalistiek kan dergelijke ervaringen vervolgens bij elkaar leggen, interpreteren en in de openbaarheid brengen. Zo worden burgers ervan bewust gemaakt dat het niet gaat om een individuele ervaring waarvoor een individuele oplossing gezocht moet worden, maar om gedeelde ervaringen die om collectieve actie vragen. Dat de journalistiek deze taak tot voor kort te zeer heeft laten liggen, blijkt uit de geringe aandacht die er jarenlang geweest is voor de verloederding van collectieve sectoren als de zorg en het onderwijs. Die onderbelichting komt niet alleen voor rekening van de politiek, ook voor die van de journalistiek.

### 8. Meer aandacht voor inhoudelijke verschillen en oplossingen

Geelen heeft opgetekend dat ervaren Binnenhof-journalisten van mening zijn dat campagne-nieuws per definitie gerecycled nieuws is. Alle standpunten die de politici verkondigen, staan immers al, als het goed is, in de al maanden eerder uitgekomen verkiezingsprogramma's: 'De journalist die vindt dat het 'opbakken' van oud nieuws niet tot de essentie van zijn vak behoort, rest dus weinig anders dan zijn aandacht te richten op de 'ruis' die de campagnes omringt: de incidentjes, de gemene uithaaltjes van de een naar de ander, de dreiginkjes. Campagneteams van politieke partijen zijn zich daar maar al te goed van bewust en maken er ook gebruik van. Politici zetten hun uitspraken nog eens wat krachtiger aan, in de wetenschap alleen zo de aandacht te kunnen trekken'<sup>18</sup>.

### 9. Bereidheid rekenschap af te leggen

In ieder geval zou elke krant een ombudsman moeten hebben. *De Volkskrant* heeft er inmiddels al langere tijd een. De ervaringen daarmee zijn positief. Andere kranten hebben het contact met hun lezers anders aangepakt. Bijvoorbeeld in *Trouw* reageert een van de twee hoofdredacteuren, Jaap de Berg, op reacties van lezers. Dat is een wat minder gelukkige tussenoplossing, omdat deze een wat minder onafhankelijke positie heeft. Het gaat hierbij echter niet alleen om verantwoording af te leggen, maar ook om de betrokkenheid te vergroten. Te vaak denkt men betrokkenheid met technische middelen te kunnen uitlokken. Remedies die worden gezocht, zijn democratisering aan de ene kant en marktwerking aan de andere kant. Effectiever is het wanneer organisaties 'responsief zijn', in verbinding staan met degenen voor wie ze zijn, door wie ze kunnen bestaan, aan wie zij hun legitimiteit ontleen. Die betrokkenheid komt alleen op gang wanneer organisaties ergens voor durven te staan, en zich kwetsbaar opstellen: de discussie aangaan over wat ze doen en hoe ze het doen (responsiviteit, transparantie, *accountability*). Pas dan kan een organisatie een gemeenschap worden. Dit geldt ook voor de media.

### 10. Embargo op openbaarmaking van peilingen

In veel andere Europese landen is er een embargo op de publicatie van peilingen een korte of wat langere periode voor de verkiezingen. In Frankrijk, Portugal, Spanje en Zwitserland is de embargo-periode bijvoorbeeld 7 dagen, in Italië 21 dagen en in Luxemburg zelfs meer dan 30 dagen<sup>19</sup>. Voor een dergelijke maatregel is te zeggen dat:

- De in de peilingen zich aftekenende electorale ontwikkelingen geen *self-fulfilling prophecy* worden.
- De nadruk minder komt te liggen op 'wie wordt de grootste' en 'wie wordt de verliezer'; er is meer rust en aandacht voor de inhoud en de inhoudelijke ver-

schillen. Dat komt de kwaliteit van de verkiezingen ten goede.

- Niet alleen uitslagen, maar ook peilingen verkeerd geïnterpreteerd kunnen worden.

Of deze maatregel wenselijk is, hangt mede af van de manier waarop de pers de verkiezingen verslaat. Het kan een rem zijn op de tendens dat de verkiezingen steeds meer worden afgebeeld als 'wie zal de grootste worden' of 'wie zal de verliezer worden'?

### Amerikanisering pers en politiek afwenden

De voorgestelde tien maatregelen zijn zekere geen luxe. Ik noemde eerder als reden voor het gebrek aan discussie over de verhouding tussen pers en politiek dat men zo vasthoudt aan het imago van onpartijdigheid en waardevrijheid. Een andere oorzaak lijkt te zijn dat sommigen zich vooralsnog in een luxepositie bevinden. Zoals Mark Kranenburg onlangs in het openbaar verklaarde 'dat wij (journalisten van *NRC Handelsblad*) de krant vooral voor onszelf maken, omdat we dat leuk vinden' en 'dat het mooi meegenomen is dat deze gelezen wordt door 270.000 mensen'.<sup>20</sup> *NRC Handelsblad* moge zich deze ongekende luxehouding nog even kunnen veroorloven, dat geldt niet voor de regionale media die in een veel lastiger positie zitten. Daar wordt al veel langer gezocht naar een nieuwe verantwoordelijke rol.

Het zou jammer en kortzichtig zijn wanneer een ieder maar vanuit zijn eigen positie blijft redeneren. Dan is de kans groot dat de noodzaak van verandering in het belang van de kwaliteit van de democratie (en het eigen voortbestaan) miskend wordt. Wanneer er niets verandert zullen we in Nederland toegaan naar een Amerikanisering van de verhouding tussen pers en politiek. De pers zal zich steeds meer richten op de politieke spelletjes en de personen, en de politiek zal steeds meer behoefte krijgen aan meer geld om indrukwekkende campagnes te voeren. Uit onderzoek in andere landen blijkt dat dat ten koste zal gaan van het vertrouwen in de pers en daarmee van het vertrouwen in de politiek. De tendensen richting Amerikanisering zijn zowel bij pers als bij politiek al enigszins te ontwaren.

Bij de pers speelt de concurrentie nadrukkelijk een steeds grotere rol. Er wordt minder gelezen, de televisie is een grote concurrent. Kranten zullen steeds meer onder druk komen te staan door minder lezers en de groeiende rol van de televisie. Wat betreft het lezen is de trend duidelijk neergaand: in de periode 1975-1995 was de leestijd ongeveer evenredig verdeeld over het lezen van kranten (-20%), boeken (-25%) en tijdschriften (-30%). De omvang van het publiek dat in de loop van een week gedurende minimaal een kwartier de krant had gelezen, slonk tussen 1975 en 1995 van 80% naar 68%. In dezelfde periode steeg de tijd die gemiddeld aan televisie kijken werd besteed van 10,2 uur tot 12,4 uur per week.<sup>21</sup>

Recent werd bekend dat de kranten die ondergebracht zijn bij uitgever PCM behoorlijk in de problemen aan het komen zijn omdat de papierprijs zo hoog is, de distributie steeds moeilijker en duurder wordt en de advertentiemarkt krimpt. Daarbij komt dan voor verschillende kranten dat de abonneecijfers dalen. Het hoofd boven water houden wordt steeds lastiger. Als kranten veel op elkaar lijken, kan dat een reden voor de uitgever zijn om tot minder kranten proberen te komen.

Bij de politiek speelt de medialogica een steeds grotere rol en minder de uitgangspunten. De ledenaantallen bij politieke partijen kalven af. En daardoor zijn politieke partijen in afnemende mate de fora waar toch een redelijk deel van de bevolking maatschappelijke discussie voert. Partijen proberen daaraan wel iets te doen (zoals het CDA; de Competitie van Ideeën) en dat is loffelijk. Maar het is de vraag in hoeverre de podiumfunctie van politieke partijen weer in ere hersteld kan worden. De maatschappelijke discussie is verplaatst naar allerlei debatinstututen zoals bijvoorbeeld het Rathenau-instituut of De balie; maar ook naar de podiumpagina's van kranten, televisieprogramma's (*Rondom Tien*) en door de overheid ingestelde commissies als bijvoorbeeld de Commissie Terlouw (genetisch gemanipuleerd voedsel). Een andere ontwikkeling in de politiek is het gedrang in het midden. In Nederland hebben we geen tweepartijensysteem en de grootste winst is te halen in het midden. Daarvan heeft het CDA een eeuw lang profijt gehad. Nu er sprake is van wat ideologische vervlakking bij met name de PvdA is er een gevecht om dat midden gaande. De echt linkse kiezers zijn weg bij de PvdA en naar GroenLinks en de SP gelopen. Kok heeft de premierbonus. Om dat midden vast te houden ging het de afgelopen jaren niet meer zozeer om diepgaande politieke meningsverschillen, maar eerder om het zoeken naar geurvlaggen om de indruk te wekken dat een partij zich echt onderscheidt.

Aan de ene kant de toenemende concurrentie in medialand en aan de andere kant de ideologische vervlakking (de politieke partij als product, het gedrang in het midden) kan in het ergste geval leiden tot een Amerikanisering van de Nederlandse politiek, waar personen, geld en publiciteit de doorslaggevende factoren zullen zijn om politieke macht te verwerven. Niet alleen de pers moet scoren, maar ook de politieke partijen moeten scoren om het hoofd boven water te houden. Of we in Nederland die kant op zullen gaan, is sterk afhankelijk van het ethos van politici en het ethos van journalisten. Laten politici en politieke partijen zich meeslepen met de behoefte aan *one-liners* en steeds maar weer nieuws? En laten journalisten zich meeslepen door de behoefte aan *scoops* en scoren om voldoende abonnees of kijkers te houden? Door verschillende commentatoren - van journalistieke en politieke zijde - is gesignaleerd dat er een ontwikkeling is ingezet richting Amerikanisering. Dat het nog niet zover gekomen is, heeft te maken met factoren die samen te vatten zijn onder de noe-

Aan de ene kant de toenemende concurrentie in medialand en aan de andere kant de ideologische vervlakking (de politieke partij als product, het gedrang in het midden) kan in het ergste geval leiden tot een Amerikanisering van de Nederlandse politiek, waar personen, geld en publiciteit de doorslaggevende factoren zullen zijn om politieke macht te verwerven.

mer 'de concurrentie is nog gematigd'. Daarbij spelen een aantal factoren een rol. Ik noem er slechts enkele. De Nederlandse kranten zijn niet in de losse verkoop (zoals in het buitenland), maar via abonnementen; dat betekent dat er niet gevochten hoeft te worden om de lezer via spectaculaire koppen op de voorpagina; dat zou wel eens kunnen gaan veranderen omdat de distributie via redelijk goedkope krantenbezorgers steeds lastiger geworden is en het mischien binnenkort wel onmogelijk zal blijken te zijn. Daarnaast heeft de Nederlandse televisie voorsnel nog een redelijk bekeken publieke omroep, in de VS is deze volstrekt gemarginaliseerd. Het is wel zo dat de publieke omroep gedwongen wordt om de concurrentie met de commerciële aan te gaan, maar dat gebeurt nog steeds binnen grenzen. Dat er nog omroepverenigingen zijn die in ieder geval streven naar een zekere kwaliteit en identiteit is iets dat gekoesterd moet worden. En bovendien is de commerciële nieuwsvoorziening ook zeker niet onder de maat te noemen. Denk hierbij aan *RTL 4 Nieuws*, *Barend & Van Dorp* of *Hart van Nederland*.

De politieke partijen in Nederland zijn nog niet zoals in de VS vooral afhankelijk van sponsors; de deur daartoe is een klein beetje opengezet, maar naar het zich laat aanzien nog niet zover dat we die kant nu hard op zullen gaan. De overheidsfinanciering is recent weer omhoog gegaan en remt een beweging die kant op. Daarnaast is het gunstig dat we geen twee partijstelsel hebben, maar een open meerpartijstelsel. Als de PvdA niet meer echt links is, kunnen kiezers terecht bij GroenLinks of de SP.

We mogen ons dus gelukkig prijzen dat we in Nederland nog een aantal institutionele (culturele) veiligheidskleppen hebben die ons nog afhouden van een sterk vermarkte informatievoorziening en de daarmee gepaard gaande vermarkting van de politiek. Dat is echter bij lange na niet genoeg. Daarom mijn oproep: laat de pers haar maatschappelijke verantwoordelijkheid nemen en zich openstellen voor een discussie over de manier waarop ze gebruik maakt van haar macht en invloed.<sup>22</sup> Over de politiek hebben we het hier niet uitvoerig gehad, maar daarover valt - hier en elders - genoeg te lezen. Juist over de journalistiek is het vaak zo onrustbarend stil.

### Noten

<sup>1</sup> Kleinijenhuis J. en anderen: *Parse polarisatie. De slag om de kiezer in de media*.

Samson/Alphen aan den Rijn 1998, p. 25.

<sup>2</sup> Kleinijenhuis en anderen 1998, p.26.

<sup>3</sup> Kranenburg, Mark: 'Pers en politiek moeten spiraal van trivialiteit doorbreken', tekst op 26 juni 1996 uitgesproken bij het in ontvangst nemen van de Anne Vondelingsprijs voor politieke journalistiek.

<sup>4</sup> Frits Bloemendaal: 'Een pleidooi voor verantwoordelijke journalistiek. Laat de democratie niet stikken', in: *De Journalist* 24 maart 2000. Dit pleidooi was mede geïnspireerd door de artikelen die in dit blad waren verschenen over civiele journalistiek (mondelijke

Laat de pers haar maatschappelijke verantwoordelijkheid nemen en zich openstellen voor een discussie over de manier waarop ze gebruik maakt van haar macht en invloed.

mededeling van Bloemendaal), zie CDV 3/99 vanaf p. 30 en CDV 10/99, vanaf p. 3.

<sup>5</sup> Stekelenburg, Johan: Lezing op symposium Fontys Hogeschool Journalistiek, 23 november 2000.

<sup>6</sup> Es, Gijsbert van, 'Aaien en slaan', in *NRC Handelsblad* 13 januari 2001.

<sup>7</sup> Hetzelfde beeld rijst weer op uit het rondetafelgesprek met journalisten, wetenschappers en politici te vinden in het recent verschenen boek samengesteld door Nico Drok en Thijs Jansen: *Even geen Den Haag vandaag. Naar een Nederlandse civiele journalistiek*. SDU Uitgevers, Den Haag, 2001 p.35-48.

<sup>8</sup> Geelen, Jean-Pierre, *Het Haagse Huwelijk. Hoe pers en politiek tot elkaar veroordeeld zijn*. SUN/Nijmegen, p. 50-51.

<sup>9</sup> Geelen 1998, p. 51-52.

<sup>10</sup> Kleinijenhuis en anderen 1998, p. 49.

<sup>11</sup> Geelen 1998, p. 48.

<sup>12</sup> Zoals voorgesteld door Nico Drok, in Drok & Jansen 2001, p. 123, noot 21.

<sup>13</sup> Zo stelt Frits van Exter, hoofdredacteur van *Trouw*, 'Het is eerder opgemerkt, de journalistiek toont geen overdreven behoefte aan transparantie - een kenmerk dat zij gemeen heeft met veel machthebbers. Zij heeft een beperkt zelfreinigend vermogen, een sterk afweermechanisme tegen bemoeienis met haar doen en laten en zij sluit snel de rijen als één hunner door een buitenstaander onder vuur wordt genomen. Journalisten houden niet zo van openbaarheid als het de journalistiek betreft' (*Trouw*, 23 juni 2001)

<sup>14</sup> Frank Kalshoven, adjunct-hoofdredacteur van *de Volkskrant*, stelde recent in het tijdschrift *Carp*: 'ook moet de Volkskrant meer dan voorheen eigen thema's op de agenda zetten. Over onderwerpen schrijven die wij als krant belangrijk vinden. Wat vindt de Volkskrant belangrijk dat er in het land moet gebeuren? Waar ligt de echte schande? De Volkskrant moet onderwerpen op de politieke agenda krijgen, in plaats van andersom'. Hij wil echter niet 'al onze thema's verklappen'.

<sup>15</sup> In: Drok & Jansen 2001, p. 43.

<sup>16</sup> Van Rij, in Drok & Jansen 2001, p. 42.

<sup>17</sup> Drok & Jansen 2001. Dit is een van de hoofdpunten van de zogenaamde civiele of publieke journalistiek.

<sup>18</sup> Geelen, 1998, p. 120

<sup>19</sup> The Foundation for Information: *The Freedom to Publish Opinion Polls. Report on a Worldwide Study 1997*.

<sup>20</sup> Tijdens de forumdiscussie van het symposium 'Even geen Den Haag vandaag: naar een andere relatie tussen pers, politiek en publiek' op 7 juni 2001 te Zwolle gehouden.

<sup>21</sup> *Sociaal en Cultureel Rapport 1998*

<sup>22</sup> Het is verheugend dat zeer recent de hoofdredacteur van *Trouw* - Frits van Exter - een dergelijke oproep deed: 'De pers zou erbij gebaat zijn als haar macht, haar grenzen en mogelijkheden, voortdurend ter discussie staan omwille van behoud en versterking van haar eigenlijke taak: vrij en onafhankelijk andere machten kritisch te volgen' (*Trouw*, 23 juni 2001).