

Module 2

Media en ethiek

I. Het grote falen van de media

Het westerse beeld van - bijvoorbeeld - het Israëlisch-Palestijnse conflict wordt bepaald door 'de media', de televisie voorop. In de media-industrie lijken alle wetten en gewoontes samen te zweren tegen goede, genuanceerde berichtgeving. Joris Luyendijk zat er een paar jaar bovenop en schreef er een boek over.

Mensen die ergens echt iets van afweten of een gebeurtenis van nabij hebben meegemaakt, zijn zelden te spreken over de manier waarop dat verhaal op de televisie of in de krant komt. Daarbij doet het er niet toe of het gaat om een belangrijke medische vinding of om het verkeersongeluk om de hoek waar iemand getuige van was. 'Het zijn net mensen', van de arabist Joris Luyendijk', is een boek dat probeert uit te leggen hoe dat komt. Daarbij concentreert hij zich voornamelijk op gebeurtenissen in de Arabische wereld, zijn werkterrein tussen 1998 en 2003. Als correspondent voor de Volkskrant, NRC-Handelsblad en NOS Radio en TV werkte hij achtereenvolgens in Cairo, Beiroet en Oost-Jeruzalem.

Luyendijk probeert van binnenuit te laten zien wat er schort aan de berichtgeving en waar het misgaat in de beeldvorming.

Daarbij kijkt hij - en dat is zeer verfrissend - even kritisch naar zijn eigen verrichtingen als naar die van andere binnen- en buitenlandse media. De werkelijkheid in het Midden-Oosten, zo merkte Luyendijk, is aanzienlijk onoverzichtelijker en taaier dan zij door de media wordt gepresenteerd. Het begint er natuurlijk al mee dat DE Arabische wereld niet bestaat, die wereld is een lappendeken van landen, culturen en dialecten, maar zo wordt er zelden over geschreven. Daar komt nog bij dat, zeker ná 11 september, de stereotypen over een strijd tussen islamitische fundamentalisten en het vrije Westen - bloeddorstige terroristen versus zionistische kruisvaarders - de berichtgeving nog verder vertekende.

Last but not least: de keuze van wat nieuws is, wordt in de westerse media gemaakt aan de hand van wat persbureaus en mediagiganten als CNN, BBC en de New York Times aanmerken als nieuws. Helaas, de journalisten die voor dit rondtrekkende mediacircus werken, zo ontdekte Luyendijk tot zijn ontzetting, spreken geen woord Arabisch en zijn lang niet altijd goed geïnformeerd. Daarnaast spelen natuurlijk ook gigantische politieke en financiële belangen een rol in de mediaoorlog in het Midden-Oosten.

'Het zijn net mensen' is een polemisch boek. Iedereen en alles krijgt een veeg uit de pan, de Arabische dictaturen net zo hard als de Israëliëse of Amerikaanse democratieën, de sufheid van de Palestijnse propaganda en de Egyptische censuur net zo goed als de standaard quotes van talking heads op de buis of de bedenkers van complottheorieën in de Arabische koffiehuisen.

Maar het meest van al krijgen de media zelf ervan langs, de televisie voorop, vanwege hun bijna volmaakte onvermogen om waar dan ook behoorlijk over te berichten. Dat heeft er vaak mee te maken dat de omvang van een krantenstuk en zeker de duur van een Journaalbijdrage te gering is, om voldoende achtergrond, historie en nuance aan te brengen.

Dan zijn er de wetten van de nieuwsfabriek zelf, die ervoor zorgen dat veel verhalen niet of zelden het nieuws halen. Beeldvorming draait vaak letterlijk om beelden en die zijn, vaak nog meer dan woorden, manipuleerbaar. Luyendijk geeft daar aardige voorbeelden van. **Geen beelden betekent op televisie per definitie geen verhaal.** Een andere belemmering vormen de conventies van het vak: een correspondent moet niet te vaak zeggen dat hij iets niet weet, of niet kan weten, want daar wordt hij niet voor betaald, om maar een voorbeeld te geven.

Veel van Luyendijks voorbeelden die beschrijven hoe nieuws totstandkomt, komen uit zijn eigen en voor insiders herkenbare praktijk. Voor menige buitenstaander zullen het griezelige eye-openers zijn. Wat dat betreft deel ik Luyendijks oproep aan collega-journalisten vaker in het openbaar stil te staan bij de beperkingen en onmogelijkheden van het vak.

Beeldmanipulatie in de media (1860-heden):

(klikken op de donkere tekstpassages om het origineel naast het gemanipuleerde beeld te leggen - niet altijd voorhanden -, of gewoon klikken op de foto's zelf)

<http://www.cs.dartmouth.edu/farid/r...gitaltampering/>

II. Vrije meningsuiting

Antwerpse komiek riskeert boycot na jodenmop

Komiek Philippe Geubels haalde zich met zijn grappen in de eindejaarsconference van Canvas en Radio 1 Het besluit, de woede op de hals van het extremistische Joodse Defensie Liga Europa. Het roept op zijn website op tot actie tegen Geubels. Vrt krijgt het op zijn beurt allicht aan de stok met het Franstalige Comité de Coordination des Organisations Juives de Belgique (CCOJB).

'What 's in a name', vraagt de Joodse Defensie Liga (JDL) Europa zich af op zijn website, waar Mortselaar Philippe Geubels consequent 'Philippe Goebbels' wordt genoemd. Het heeft de speellijst van de stand-upcomedian geplaatst en de uitdrukkelijke oproep om boycotacties te ondernemen. Geubels haalde zich de woede van de JDL op de hals met een grap over de recente Hitler- rel rond het VRT-programma Plat Préféré: "Als in Antwerpen een gaslek ontstaat, zal hoofdredacteur van Joods Actueel, Michael Freilich dan het stadsbestuur aanklagen wegens provocatie?", vroeg hij zich in zijn eindejaarsconférence af. Eerst was er sprake van dat de VRT het stuk zou schrappen uit de uitzending op kerstdag, maar het besliste dat toch niet te doen.

Je suis Charlie

In de meeste Europese landen is het verboden op kwetsende wijze de holocaust te ontkennen. Je riskeert er een veroordeling mee. Dit verbod geldt niet voor het ontkennen van een reeks andere misdrijven tegen de mensheid. Het ontkennen dat miljoenen inheemse bewoners in Noord-, Midden- en Zuid-Amerika na 1492 uitgemoord werden door de Europese conquistadores leidt niet tot een dergelijke veroordeling. Evenmin het ontkennen dat het Rode Khmer- (of Pol Pot)-regime in Cambodja midden de jaren 70 miljoenen slachtoffers onder de burgerbevolking maakte. En is er al iemand opgestaan die de Rwandese genocide ontkent? Dat hij maar op z'n tellen past! Sommige landen kennen nog dergelijke wetten. Zo is godslastering ook in Groot-Brittannië bij wet verboden. Evenals 'opruimende smaad' tegen Her Majesty the Queen.

Deze voorbeelden tonen aan dat de zuivere principe van 'vrijheid van meningsuiting' niet onbepaald geldig en absoluut is. Het is zelfs voor een groot deel cultureel en historisch bepaald. Zo heeft het strafbaar stellen van het ontkennen van de holocaust uiteraard alles te maken met het deporteren en vermoorden van zes miljoen joden tijdens de Tweede Wereldoorlog. Zéér recente geschiedenis dus.

En er zijn tal van 'meningsuitingen' die 'een gevaar voor de democratie' betekenen: mag je oproepen tot haat en vergelding, of om mensen te vermoorden? Wellicht niet, dat brengt je democratisch functioneren in het gedrang.

Subtieler is een bepaald soort taalgebruik (kwetsend, denigrerend, ...) over een bepaalde groep mensen: wanneer wordt de grens van het toelaatbare overschreden? Wie bepaalt mede die grens? En wie bewaakt ze? Bovendien kan het een gevaarlijke bezigheid zijn, meningen ventileren. Niet elke machthebber is er mee gediend. De internationale journalistenorganisatie Reporters without Borders telde 523 vermoorde journalisten tussen 1992 en 2002. Een goed deel daarvan werd vermoord omwille van hun standpunten of door het uitbrengen van bepaalde schandalen zoals corruptie.

Sommige overheden proberen bepaalde informatiekkanalen te blokkeren door te censureren (bepaalde bladen verbieden of delen zwart maken) of te blokkeren (zoals de website van Amnesty International, kan bijv. niet in China bekeken worden).

Tegelijk is vrijheid van meningsuiting wel een ideaalbeeld. Het wordt nog steeds als één van de fundamenteën van onze westerse democratieën beschouwd.

Het principe van vrijheid van meningsuiting is even oud als onze moderne Europese democratieën.

De Franse Revolutie (1789) leverde heel wat politieke en maatschappelijke vernieuwingen, ook op het vlak van informatie-doorstroming.

De Belgische grondwet van kort na de onafhankelijkheid (1830) was één van de meest vooruitstrevende in Europa, sterk liberaal, in die zin dat de vrijheden en rechten van het individu in hoge mate bescherming kregen tegen een 'bemoeizieke' staat. De vrijheid van *meningsuiting* stond in die grondwet al verankerd.

Een voorbeeld uit die jaren. In die tijd bestond nog een belasting op kranten, de zogenaamde 'zegelbelasting'. Die was vrij hoog en daardoor waren kranten relatief duur. De schrijvers van de nieuwe Belgische grondwet vonden echter dat kranten konden beschouwd worden als spreekbuis van de vrije meningsuiting. Elke heffing op een krant betekende dus in feite een belemmering van die vrijheid. Daarom werd die heffing ongedaan gemaakt. De krant werd daardoor de helft goedkoper. Meer mensen konden zich nu dit 'luxeproduct' aanschaffen. De 'publieke opinie' was geboren. Zo kreeg het publiek een steeds belangrijker rol in de politieke besluitvorming. De pers evolueerde naar een vierde macht, die eventuele belangenvermenging van uitvoerende, wetgevende en rechterlijke macht aan het publiek moest melden. Zo ontstond de *waakhond*-functie van de pers. Die evolutie liep parallel met het algemeen enkelvoudig stemrecht en de geleidelijke alfabetisering van de bevolking.

Het principe van vrijheid van meningsuiting is als dusdanig niet omstreden, al zijn er uiteraard regimes voor wie dat niet meer dan facade is. De spanningen en conflicten aangaande dit principe beginnen wanneer die vrijheid word *beoefend*.

Jaarlijks worden er nog honderden journalisten vermoord omdat zij zaken aan het licht brachten die teveel op gevoelige tenen werken. Een vrije en onafhankelijke pers is altijd een doorn in het oog geweest van dictators of sterk autoritaire regimes. Zo is het niet vreemd dat bij staatsgrepen één van de eerste acties is: het bezetten van tv-en radiostations en het verbod op publicatie van kranten.

Zelfs binnen Westerse democratieën worden politieke machthebbers soms kittelorig van kritische persgeluiden. Om de zoveel jaar worden ook in België journalisten in voorhechtenis genomen of veroordeeld tot dwangsommen tot ze de bronnen van bepaalde berichtgeving vrijgeven.

In het voorjaar van 2002 werden twee journalisten van de krant De Morgen in kortgeding veroordeeld tot het betalen van 25 euro per uur tot zij

de bronnen van een omstreden artikel zouden prijsgeven. In het artikel (over de uit de pan swingende uitgaven voor het bouwen van het treinstation te Luik) verwezen de journalisten naar 'interne NMBS'-bronnen die niet bekend werden gemaakt, uiteraard om hen tegen interne moeilijkheden te beschermen. De hele discussie over de wettelijke bescherming van bronnen kwam terug op gang. Later werd deze veroordeling ongedaan gemaakt.

De Belgische Vereniging voor Beroepsjournalisten AVBB vond dit een "nieuwe, ernstige aanval op het bronnengeheim van de journalist". "De beslissing strekt ertoe de journalisten een document te laten overhandigen, en aldus de identiteit van hun bron prijs te geven," aldus een perscommuniqué van de vereniging (30 mei 2002). "Via de journaliste worden dus de informatiebronnen geïdентificeerd. Wanneer dergelijke gerechtelijke beslissingen algemeen zouden worden, zouden alle mogelijke informanten ertoe gebracht worden storende informatie niet langer door te geven aan de pers en dus aan het publiek. Het onmiddellijke gevolg zou zijn dat het publiek slechts nog zou beschikken over officiële, geautoriseerde en gezuiverde informatie. Aldus is het bronnengeheim van de journalist wel degelijk de hoeksteen van de persvrijheid."

Journalisten bevechten deze inmenging met het principe van 'vrije nieuwsgaring', 'het recht om je bronnen te beschermen' en 'het zwijgrecht voor journalisten'. Veel van deze deelprincipes zijn nog niet grondwettelijk beschermd.

De vrije meningsuiting botst al snel op enkele maatschappelijke grenzen, bijv. hoe respectvol omgaan met informatie over bepaalde mensen, groepen, ...? Iedereen zal het er over eens zijn dat 'Vrije meningsuiting' niet mag misbruikt worden om op de beeldbuis, in de krant of op de radio een potje te staan schelden. "Je gedacht mogen zeggen" is gebonden aan een aantal ethisch-sociale regels die ook tijdsgebonden zijn. De vrijheid van meningsuiting is dus een recht dat evenwel aan een aantal plichten gebonden is. Zo moet de journalist met bronnen en bewijzen een bepaalde beschuldiging kunnen onderbouwen. Zoniet kan hij gewraakt worden of moet hij minstens een recht van antwoord publiceren.

Een heel specifieke vraag omtrent het principe van vrije meningsuiting betreft opinies die net die vrijheid willen beperken. Met andere woorden: een politieke partij die in haar programma heeft staan dat ze de vrijheid van meningsuiting (en andere democratische principes) sterk zal inperken eens ze aan de macht is, mag die de vrijheid hebben zulke meningen te uiten? Laat je als samenleving toe dat zulke meningen aan invloed winnen? Deze discussie is sterk beïnvloed door onze recente geschiedenis: de opkomst van

het nazisme en figuren als Hitler die de democratische principes van verkiezingen en vrije meningsuiting gebruikten om - eens aan de macht - die zwaar aan banden te leggen.

De centrale vraag is: moeten democratieën dit gebruik/misbruik van vrije meningsuiting beperken uit zelfbescherming, om de "fundamentele waarden van de democratie niet in het gedrang te brengen"? Of is vrijheid van meningsuiting heiliger dan democratische meningsuiting?

De discussie is met de opkomst van extreem-rechts in Vlaanderen (en elders) terug uiterst actueel geworden. Zo hebben verschillende media voor zichzelf een richtlijn opgesteld hoe en in welke mate het Vlaams Belang al dan niet aan bod kan komen. Maar wat met boeken a la *Mein Kampf* van Adolf Hitler? Mogen die herdrukt en gepubliceerd worden?

Ook in andere gevallen wordt de vrijheid van meningsuiting aan bepaalde spelregels onderworpen. Enkele voorbeelden:

- Kun je naam en foto van een beschuldigde aan een bepaald misdrijf al publiceren vooraleer bewezen is dat hij of zij effectief schuld heeft? Een zuivere interpretatie van vrije meningsuiting kan immers ten onrechte grote morele schade aan de persoon berokkenen.
- Kun je bepaalde strategieën van politie of leger publiceren als daardoor het beoogde doel in het gedrang komt? Deze vraag wordt 'heet' bij elke oorlogssituatie of bij de aanpak van de georganiseerde misdaad. De vijand leest óók kranten!

En in weer andere gevallen wordt de vrijheid van meningsuiting door diezelfde 'publieke opinie' helemaal niet op prijs gesteld. "11 september" is daar een sprekend voorbeeld van. Als een publieke opinie zwaar aangeslagen en geschokt reageert op een dramatische gebeurtenis, en om wraak schreeuwt, is het niet evident voor journalisten om bepaalde nuchtere vragen en kritische zelfanalyse op dat publiek los te laten.

Is vrijheid van meningsuiting dan een 'luxeproduct' dat enkel in de watten wordt gelegd als de oorlogsklokken niet luiden? Wat als andere waarden, zoals een nationalistisch of patriottisch gevoel, komen bovendrijven? Wordt die mooie engel dan even terug in zijn gouden kooi gestopt? Met andere woorden: kunnen ook wij altijd kritische vragen aan? Zijn er grenzen aan ons vermogen om kritische opinies te 'verdragen'?

III. Media en macht

Aantoonbare macht.

‘Verkiezingen worden verloren of gewonnen op de televisie en nergens anders.’ (Siegfried Bracke)

Toen in 1960 Kennedy tegenover Nixon kwam te staan voor de presidentsverkiezingen, haalde Kennedy de bovenhand na een paar televisiedebatten. De jonge, bruingebrande Kennedy kwam veel beter over op het scherm dan de zweterige Nixon. Dus won hij de verkiezingen. De buis kraakt of maakt de politiek.

Indirecte macht.

Televisie speelt op emotie. Soaps, reality televisie (“het leven zoals het is...”), date-programma’s, talkshows...werken een modedenken in de hand. Wat je op televisie ziet is waar. Wat wijzelf meemaken is daar maar een afstraling van, is bijna niet echt.

De macht over de media

De media zijn in de macht van het geld, van het marktgericht denken en van politiek.

IV. Oorlogsverslaggeving

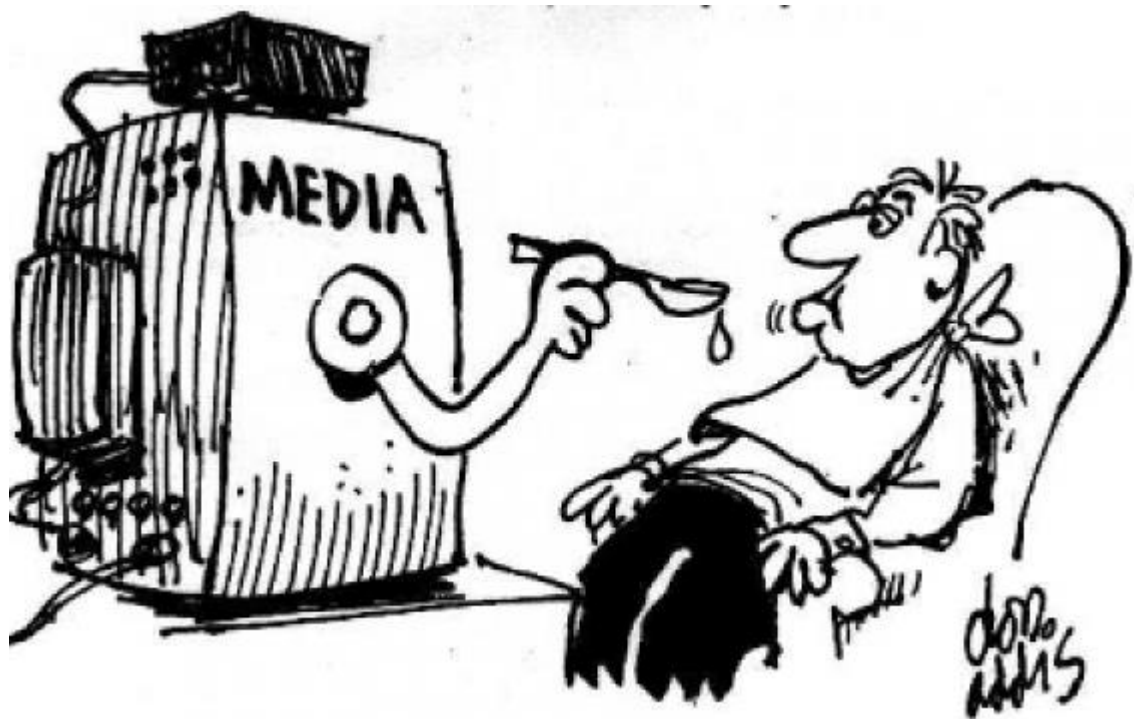
zie beeldmateriaal uit de les

V. Media: kritiek en impact

In een democratische samenleving is de brede verspreiding van informatie een must. Een correcte kennis van de feiten, oorzaken en gevolgen, en van de politieke programma's, is nodig om gefundeerde keuzes te maken. We rechtvaardigen onze beslissingen door onze perceptie van de werkelijkheid. Maar is onze voorstelling wel juist, is ze volledig, of is ze een leugen?

•Frank Roels

woensdag 9 maart 2011



Het antwoord op die vraag is ver van eenvoudig, ondanks of misschien door de overvloed aan informatie. Meerdere malen per dag vullen kranten, radio, TV en weekbladen onze geest met feiten, maar ook met waardeoordelen.

Het zijn dus journalisten en nieuwsagentschappen die selecteren wat we weten, wat we niet te zien krijgen, en hoe we oordelen. Meestal zijn we snel vergeten van wie of vanwaar onze mening afkomstig was. Aldus sturen de media de publieke opinie, en op termijn het kiezersgedrag.

Nu voelt iedereen wel aan dat journalisten minder betrouwbaar zijn dan wetenschappers, of 'specialisten'. Daarom voeren de media voortdurend zogenaamde experts op. Helaas is dat allesbehalve een waarborg voor correcte informatie. Niet alleen omdat de media creatief genoeg zijn om de genuanceerde tekst van specialisten in te korten en te herschrijven, maar bovendien is niet elke mening van een expert automatisch betrouwbaar.

Twee voorbeelden:

- i) Joe Vanholsbeek werd in het Centraal Station in Brussel neergestoken door mensen van Noord-Afrikaanse origine. Dat stond in alle kranten, en het bericht kwam van Belga, dat het kreeg van het Brussels parket.
- ii) De regeringen van Washington en Londen begonnen de oorlog tegen Irak omdat er massavernietigingswapens gemaakt werden.

Vandaag beseft iedereen dat in beide gevallen de informatie vals was. Hoe weet een eenvoudige sterveling zoals u en ik wat hij/zij moet denken?

Een wetenschapper vraagt naar de bewijzen. Voor de 'Noord-Afrikanen' waren dat zagezegd 'meerdere getuigenissen'; maar toen we de chronologie van de berichtgeving uitpluisden, bleek dat het enkele dagen duurde voor getuigen gevonden werden. Op hun verhaal was dus het eerste bericht niet gesteund. Bovendien, hoe kan Belga weten dat iemand een Noord-Afrikaan is? Wie even nadenkt snapt dat dit van in den beginne een onbetrouwbaar bericht was.

De weapons of mass destruction in Irak werden door minister Colin Powell op satellietfoto's getoond aan de VN-Veiligheidsraad. Wij konden allen die beelden zien op TV. Men zag daar gebouwen staan, en vrachtwagens. Maar wapens waren niet te herkennen.

Echter, welke journalisten merkten dit op? Was het domheid, of spreekt men een Amerikaans minister niet tegen? Ieder van ons moet uiterst kritisch zich een eigen oordeel trachten te vormen, en niet klakkeloos geloven wat ons wordt voorgeschoteld. Meerdere kenmerken, zoals formuleringen of beelden die suggereren, maar geen echte feiten geven of feiten weglaten,

maken een correcte inschatting moeilijk, net zoals reclame uit commerciële bronnen.

De titel dekt de inhoud niet

"Allende werd aan de kant gezet en kwam om". Wie zette hem aan de kant, wie doodde hem? Hij was immers de wettige president. "De dichter Federico Garcia Lorca stierf voor het vuurpeloton". Wat was zijn misdaad, wie veroordeelde hem?*

"De Herald of Free Enterprise kapseisde omdat de bemanning vergeten had de boegdeuren te sluiten". Hier ontbreekt dat de bouw van dit type schepen onveilig was en naderhand grondig gewijzigd is.*

"Alleen in de bouw 12.000 vacatures". Wie echter de kleine lettertjes ontcijfert, verneemt dat die vacatures verwacht worden – ze zijn er dus nog niet. Maar er zit meer achter dan alleen wat overdrijving in de cijfers, nl. een politieke en sociaal-economische agenda.*

"Lijsttrekker is nog steeds een man". In de tekst kan men lezen dat bij één partij (SP.A) de helft van alle lijsttrekkers vrouw is; bij andere partijen zijn er respectievelijk een, twee, en drie vrouwelijke lijsttrekkers.

"Door het barsten van de vastgoedzeepbel vol rommelkredieten werden 2 miljoen huizen in de VS onteigend" (titel). Hier wordt een soepje gemaakt van onduidelijke begrippen en een omkering van oorzaak en gevolg*.

"Di Rupo gaat even op vakantie" (titel op de eerste bladzijde). De kleine lettertjes in het artikel zeggen: "Volgende week nemen de onderhandelaars enkele dagen vakantie. Di Rupo zelf en N-VA-voorzitter Bart De Wever werken wel voort".

"In de gevangenis van Guantanamo zitten terroristen die verantwoordelijk zijn voor de aanslagen in New York" (VRT radionieuws op 18/2/2011).

Interviewstijl

Het TV-journaal bedreigt de juiste informatie door de sterke inkrimping van het aantal seconden dat een item behandeld wordt. Recent is de techniek ingevoerd om een geïnterviewde wetenschapper of politicus regelmatig te onderbreken, zodat deze zijn zin niet kan afmaken. Antwoorden worden in twijfel getrokken, door een wederwoord van de journalist, of door zijn/haar gelaatsuitdrukking, die ongeloof of ironie demonstreert.

Onderzoekers van UA en KUL chronometreerden VRT-journaals en vonden dat Franstalige federale politici slechts voor 22 procent aan het woord komen, en bovendien minder seconden krijgen dan hun Nederlandstalige collega's. TV-rubrieken in Vlaamse kranten geven nauwelijks info over RTBF-programma's. Stel u voor dat een wetenschapper alleen met Vlaamse publicaties zou rekening houden.

Wat journalisten zelf zeggen over wat zij goede berichtgeving vinden, is onthutsend. Het moet flitsend en bondig, sensationeel zijn. De geïnterviewde als verdachte behandelen of boos maken zijn ook strategieën voor goede berichtgeving.

Het aantrekken van adverteerders is een nuttig bijproduct van de berichtgeving. Lees online wat Siegfried Bracke, Yvan de Vadder, Kathleen Cools, Liesbeth Imbo, Annelies Beck, Johan Depoortere, Peter Vandermeersch, Hugo Camps, Kris Hoflack (VRT), Goens (VTM), Jef Lambrecht, Stefan Wauters, Peter Knaepen en Dave Eggers erover zeggen.*

Wat is waar?

Het onderscheid tussen feiten (waarheid) en fantasie of roddel, onder het etiket 'vrije meningsuiting', is in sommige publicaties en uitzendingen verdwenen. Wouter Deprez heeft dit uitstekend verwoord: de ondertitel van een boek, een leugen, is volgens de auteur een 'vrije mening', "niet iets wat feitelijk moet worden aangetoond". De leugen was trouwens bedacht door een marketingbureau dat zegt aan agressieve marketing en promotie te doen.*

Drie journalisten van Het Laatste Nieuws, o.m. de hoofdredacteur werden door een rechtbank veroordeeld tot een zware schadevergoeding voor lasterlijke en onbewezen titels zoals “Lefevere 30 jaar doping”. Een journalist van de Britse krant Daily Star bekent dat hij verzonnen anti-moslimverhalen opdiste en daarvoor beloond werd.

Sensatie krijgt voorrang op informatie

Prof S. Walgrave (Universiteit Antwerpen): “Twintig procent van de items in het nieuws van VTM gaan over criminaliteit. Bij de VRT is dat 13,5 procent. In beide zenders nam de tijd die aan criminaliteit werd besteed tussen 2003 en 2005 sterk toe. Dat is vooral onrustbarend omdat het niet overeenstemt met de realiteit. Terwijl het aantal geregistreerde moorden ongeveer gelijk bleef, verdubbelde op VTM de tijd voor berichtgeving over moorden. We weten dat er een sterk verband bestaat tussen de berichtgeving over criminaliteit en het onveiligheidsgevoel bij de bevolking. Het effect van die berichtgeving is een cyclus van angst en onbehagen bij de kijkers”.

Deze trend wordt verdedigd door journalisten en verantwoordelijken: “Ja, er is meer aandacht voor criminaliteit, maar zo brengen wij wel een debat op gang. Wij kiezen voor onderwerpen die leven bij het publiek”, zegt Stef Wauters (VTM).

"Te weinig aandacht voor gewelddadige incidenten zou evenzeer zorgwekkend zijn. Vroeger was er veel te weinig aandacht, bijvoorbeeld 30 seconden voor een vijfvoudige moord”, zegt Peter Knaepen, hoofd van de VRT-Nieuwsdienst.

Volgens het onderzoek van Julie De Smedt, Marc Hooghe en Stefaan Walgrave was in 2010 criminaliteit het belangrijkste item in het TV-nieuws: 18 procent op de VRT, 23 procent op VTM. Cultuur vertegenwoordigde 6 procent.

Omgekeerd kromp de tijd die besteed werd aan het buitenland met 10 procent sinds 2003, zowel in het journaal (VRT) als op het nieuws (VTM). Op de VRT was het in 2010 nog 35 procent, op VTM 30 procent. Daarbij werd

hoofdzakelijk bericht over oorlog, rampen, criminaliteit en politiek. Latijns-Amerika en Afrika verdwenen in 2010 uit beeld.

Het belang van woordenschat

De woordenschat van journalisten bepaalt de indruk die de lezer/kijker krijgt. Vaak impliceert het woord al een waardeoordeel, terwijl op detail en verklaring van feiten nauwelijks wordt ingegaan*.

Vandaag spreekt de Vlaamse regering van 'efficiëntiewinst' bij de overheid, waarmee bedoeld wordt: méér produceren met minder personeel. Besparen is een eufemisme dat betekent: minder geld uitgeven. Wie er precies minder krijgt, moet men raden. Het collectief ontslaan van personeelsleden noemen bedrijven 'herstructureren'.

'Moderniseren', 'saneren', 'op orde stellen' klinken positief, maar de vaagheid moet argwaan wekken. Negatieve termen zijn 'ontsporen', 'in ademnood geraken', 'de pan uitswingen', 'verhitten', 'rode knipperlichten', 'besmetten', 'onder druk staan', 'de slechtste leerling van de klas'.

Dit zijn uitdrukkingen die geen informatie geven, maar wel een paniekerig klimaat scheppen. 'Begeleiding van werklozen naar een nieuwe job' klinkt sympathiek, maar komt neer op allerlei verplichtingen voor de werkzoekende, zogenaamde activering, subsidies aan werkgevers en slechts nu en dan een job*.

Brugpensioen noemt men vervroegd uitstappen, terwijl het de patroon is die collectief ontslaat. Onafhankelijk noemen zich een personen, organisaties en rapporten die verborgen houden welke belangen zij dienen, wie sponsor en eigenaar is.

Schelden op politici

Over politici spreken de media met een bijzondere terminologie: minachtend, soms met echte scheldwoorden*. Insinuaties over persoonlijke

verrijking, vriendjespolitiek, incompetentie, seksaffaires en verborgen bedoelingen.

In interviews gedragen journalisten zich alsof ze onderzoeksrechters zijn die een misdrijf op het spoor zijn. In de gestelde vragen zit al het antwoord. Aan de gelaatsuitdrukking van de interviewer zien we dat de ondervraagde niet geloofwaardig is. Dit beeld krijgen de kiezers/burgers dus aangeboden over de politiek: 'onbetrouwbaar', 'niemand gelooft ze nog', en 't is in alle partijen hetzelfde'.

Zelfs partijmilitanten praten nà wat in hun krant/op hun scherm is verschenen, zonder te beseffen waar ze 'hun mening' vandaan hebben.

Dat komt doordat onze hersenen zeer snel de bron van een bericht vergeten. Anderzijds wordt ons nauwelijks informatie verschaft over de partijprogramma's, wetsvoorstellen en parlementaire werkzaamheden, wegens niet boeiend genoeg.

U vraagt, wij draaien

Als argument voor het gedrag van de media, voert de ombudsman van de raad voor journalistiek aan: het recht op informatie van het publiek en het openbare belang. Een aanscherping van de regelgeving zou kunnen overwogen worden, maar de media moeten en kunnen zichzelf reguleren, zegt hij.

Deze denkwijze maakt abstractie van de reële inhoud van de berichtgeving waarover de media soeverein beslissen, en neemt a priori aan dat deze in het belang is van het publiek.

Negentien media-verantwoordelijken en experts vinden dat het succes bij de kijkers/luisteraars een doorslaggevend criterium is om de VRT te beoordelen*.

Over de mediaroddels na de zelfdoding van zangeres Yasmine zegt professor Communicatiewetenschappen Hilde Van den Bulck: "Beroemdheden zijn de nieuwe toetsstenen geworden. Het publiek identificeert zich met hen. Toch

worden ook op die manier zaken bespreekbaar gemaakt. De heisa over Tiger Woods toont aan dat 'overspel' iets is dat mensen bezighoudt."

"Dat is volgens mij ook het nut van celebrity's. Ze reiken, gewild of ongewild, thema's aan waar mensen over praten. Maar het publiek volgt deze berichtgeving niet blindelings. Het neemt actief deel aan de discussie, en accepteert niet klakkeloos wat wordt gepubliceerd over de beroemdheid in kwestie. Sinds ook kranten roddelnieuws brengen en dergelijke nieuwtjes ook op hun websites tot de meest gelezen berichten horen, zijn de populaire bladen bijna verplicht om verder te gaan graven in het privéleven van beroemdheden."

"De roddelpers wordt scherper; grenzen worden afgetast en verlegd. Maar enkel in de mate dat het publiek mee is. Roddelbladen hebben er geen baat bij het publiek tegen te hebben. En dat denkt er het zijne van. Op de nieuwssites geven mensen hun mening te kennen op de schunnigste manieren. Als ze vinden dat het blad in kwestie te ver gaat, zullen ze dat ook laten weten."

"Net zogoed kan die cultuur aanzetten tot positieve zaken als solidariteit, kijk maar het succes van de Studio Brussel-actie Music for Life. Je kunt dus volgens mij niet stellen dat we met zijn allen aan het verloederen zijn omdat er morele grenzen zijn overschreden in de berichtgeving rond de dood van Yasmine".

Bij deze uitspraak zijn wel een aantal bedenkingen te formuleren:

- a) Volgens deze argumentatie heeft roddelen ook positieve kanten: het wekt solidariteit op (Music for Life) en het doet mensen spreken met elkaar (over overspel) (zéér belangrijk!).
- b) Bladen zijn blijkbaar verplicht te streven naar het grootste aantal lezers (media hebben dus commerciële motieven). In een ander interview gebruikt de professor de term "return on investment".
- c) Het publiek mag, volgens deze redenering, beslissen wat mag en wat te ver gaat. Wie dat publiek is, kan men afleiden uit "geven hun mening op de

schunnigste manieren”. Critici van de schandaalschepperij tellen blijkbaar niet mee, evenmin als de lezers van andere kranten.

d) Prof. Van den Bulck gaat voorbij aan de manier waarop de betrouwbaarheid en de ernst van het nieuws worden beïnvloed door deze trends. Zijn de media ontheven van elke morele verplichting? Dienen zij enkel om sommige klanten te amuseren en aan hun eigenaars geld en invloed op te brengen?

Of moeten zij juiste, volledige, en maatschappelijk zinvolle berichtgeving brengen? De juistheid van feiten, de resultaten van wetenschappelijk of juridisch onderzoek hangen niet af van de goedkeuring of succes bij een grote groep lezers/kijkers. Of in Iran al dan niet atoomwapens worden gemaakt bijvoorbeeld, wordt niet uitgemaakt door een 'vrije mening' of 'instemming' van het publiek*.

Media als reclame-agenten

Hoewel de reclamejongens beweren dat ze ons willen 'informereren', willen ze ons vooral tot een daad brengen (meestal een aankoop). Echter, reclame is niet steeds herkenbaar. Media verspreiden reclame op twee wijzen: via de berichtgeving uit commerciële bronnen, maar ook door het winstoogmerk van de media zelf.

Gespecialiseerde pr-bureaus adviseren in 'crisiscommunicatie'. Er zijn talloze voorbeelden: De sigarettenfabrikanten lieten zich bijstaan om het gevaar van longkanker te ontkrachten; de regering Bush om het Congress te overtuigen Saddam Hoessein uit Koeweit te verjagen; London City Airport om te mogen uitbreiden; en Aquiris* in Brussel om te verklaren waarom de waterzuivering plots was stopgezet. Telkens mocht Hill en Knowlton het publiek voorlichten.

Deze pr-onderneming werd gesticht in 1927 en heeft kantoren in 42 landen. Ze zien hun taak als “de zaken in een juiste context plaatsen om de balans in evenwicht te houden”. Ze liegen niet, behalve dan over longkanker “maar de tijdgeest was toen anders”; en behalve over de baby's die door de Iraakse militairen uit de couveuse op de grond werden gegooid.

Hill en Knowlton heeft klanten bij de allergrootste ondernemingen en overheden. Waarheid scheiden van reclame of pure leugen is bij deze specialisten bijna onmogelijk. Het probleem voor ons als burger en kiezer is ook dat hun praatjes worden verteld zonder etiketje van de reclamefabrikant.

'Denktanks'

Berichtgeving is steeds vaker afkomstig van privébedrijven die zich toeleggen op het beïnvloeden van media en regeringen. Media staan vol met studies van 'denktanks'. Dit suggereert een hoge intellectuele kwaliteit, maar meestal dienen ze andere belangen dan de wetenschappelijke waarheid*.

'Onderzoeken', 'enquêtes', 'studies', 'rondvraag', 'advies' worden uitgevoerd door privé-instanties met diverse namen. Hun boodschap verschijnt niet in een wetenschappelijk tijdschrift, maar wel dagelijks in meerdere kranten tegelijk alsof ze het orakel van Delphi zijn. Zelden wordt meegedeeld waar de details van het 'onderzoek' te vinden zijn – zoals dat moet bij wetenschappelijk onderzoek.

Een flagrant voorbeeld zijn de drie grote ratingbureaus, Fitch, Standard & Poors en Moody's*. Ofschoon ze de verpakte Amerikaanse rommelkredieten de beste punten hadden gegeven en dus mede de financiële crisis veroorzaakten, gaan ze gewoon voort met oordelen spuien.

Hun meningen blijven alle media, regeringen en zelfs de Europese Centrale Bank, met groot respect bejegenen. Prof. Paul De Grauwe heeft voorgesteld een waarschuwing te plaatsen op ratings: "Warning: rating agencies can do you harm"*.

Gekleurde berichtgeving

Veel woorden in het nieuws sluiten een waardeoordeel in: 'invloedrijk', 'gezaghebbend', 'topeconoom', of omgekeerd: 'omstreden'. 'Activisten', 'combattants', 'strijders' (die worden aangehouden of doodgeschoten) zijn criminelen.

Talent is dan weer zeer waardevol. Waarvoor dat talent gebruikt wordt – speculeren op de beurs bijvoorbeeld – wordt vanzelf ook positief. Prijzen en 'awards' allerhande, bijvoorbeeld 'de manager van het jaar'*, brengen aan brede bevolkingslagen normen en waarden over.

Achter de financiële en economische berichtgeving gaan ongemerkt bepaalde waarden schuil. "Beurzen (diep) in het rood": het moet dus slecht gaan, dat verstaat iedereen. Maar voor wie, en waarom eigenlijk?

Resultaten van bedrijven worden vergeleken met de 'verwachtingen' van analisten. 'Verwachting' heeft zelf een positieve klank, en dit wordt versterkt indien de resultaten beter zijn – of omgekeerd 'teleurstellend'. Op dit waardeoordeel ligt de nadruk. Wie gaat nog uitpluizen wat de cijfers zijn, en waarop ze precies betrekking hebben? Op de nettowinst, beurskoers, werkgelegenheid of (nieuwe) producten?

Zelden echter op het consumentenoordeel of de waarde voor de samenleving. 'Verwachtingen' krijgen decimalen na de komma, dus we vermoeden dat complexe wiskundige formules van quants* gebruikt worden. Hun namen worden zelden vermeld – het zijn dus dubbel anonieme bronnen. In het wetenschappelijk onderzoek worden anonieme bronnen niet aanvaard.

'Verlaging van de loonkost' heeft een positieve connotatie. Feitelijk komt het neer op een vermindering van het aantal jobs of een verlaging van de lonen of sociale bijdragen. Welke gevolgen dit heeft wordt er zelden bijverteld: een verhoging van de winst en tegelijk in een aantal gezinnen een daling van de koopkracht en zelfs armoede.

Economische groeinormen, toegelaten begrotingstekort, de groei van het gezondheidsbudget, maximumduur van de werkloosheidsuitkering, ... deze worden alle als objectief gepropageerd door het IMF en de OESO.

De voorzitter van het Planbureau bazuïnt rond dat een verhoging van de pensioenen uit den boze is. Dit alles zijn (verborgen) keuzen voor een specifiek economisch model met beperkte sociale voorzieningen. Ze worden er voortdurend ongemerkt bij de lezers/kijkers/kiezers/beleidsmakers ingelepeld.

En wat insinueert het frequent samen vermelden van twee begrippen, die op deze manier in de geesten verbonden raken? Zoals terrorisme en islam. Idem met het vermelden van de godsdienst of voornaam van een vermeende dader indien hij moslim is, nooit als hij christen of jood is*.

Welke verborgen agenda?

Media moeten winst opleveren, en halen de meeste inkomsten uit advertenties waarvan de tarieven afhangen van hun oplage/kijkcijfers. Dit is de eerste verklaring voor de vorm en inhoud van de media. Zelfs de openbare omroep (VRT) is verplicht kijkcijfers te halen zoals bepaald in de beheersovereenkomst met de Vlaamse regering. Hoge kijkcijfers geven recht op een extra vergoeding in een contract met Woestijnvis*.

Deze prioriteit is iets anders dan de kwaliteit van berichtgeving. Ze leidt zelfs tot valse berichten die wel sterk de aandacht trekken, zoals het overlijden van koningin Fabiola gemeld op de internetsite van Belga*.

Is een krant of TV station onafhankelijk van de adverteerders en eigenaars? Hoofredacteurs kiezen dagelijks het thema van de artikels van hun journalisten. De hoofredacteurs zijn aangesteld door de eigenaars van de krant. Recent maakten we bij meerdere Vlaamse bladen een golf van ontslagen mee*, zodat alle journalisten nu weten dat ze noch de hoofredacteur noch de eigenaar op de tenen mogen trappen.

Ideologische keuzes?

Dat commerciële bladen ook politieke, sociaal-economische en ethische keuzes verdedigen, wordt omfloerst gehouden. Soms wordt toch een tipje van de sluier opgelicht tijdens een interview. Yves Desmet van De Morgen: "Ik denk dat we op de sociaal-economische breuklijn heel dicht bij De Standaard liggen. Wij zullen iets meer de nadruk leggen op het belang van de sociale zekerheid, het belang van het sociaal overleg. Maar als de vakbonden te onnozel beginnen doen dan zeggen wij ook: 'Mannekes het zal wel gaan'. Het besef dat je eerst welvaart moet creëren alvorens dat je welvaart kunt

verdelen. En dan heb je nog een discussie over hoeveel van de welvaart je moet verdelen en in welk tempo. Maar dat zijn nuances. Fundamenteel verschillen we daar niet in. Het grote verschil zit voornamelijk op ethische dossiers. Daar zijn wij uitgesproken linkser dan De Standaard”.

De Britse Daily Star zet systematisch aan tot islamofobie, zegt een journalist die om die reden ontslag nam. Het blad schreef ook een lovend artikel over de extreem rechtse partij English Defense

League. <http://www.guardian.co.uk/media/2011/mar/04/daily-star-reporter-quits-protest> . Het media-imperium van Rupert Murdoch (Fox News enz*) kiest zowel in de UK als in VS voor de rechterzijde.

Bedrijven met winstoogmerk

Steeds meer media worden gecontroleerd door één persoon of één holding. Bekend zijn Rupert Murdoch van Fox News, Michael Bloomberg, Hearst Corp, Silvio Berlusconi en Bertelsmann. Ze zijn big business*.

Dat geldt ook voor de internetmedia zoals Google en de socialenetwerksites Facebook, Netlog en Twitter. De stichters van Google, Sergey Brin en Larry Page, worden door het blad Forbes gerangschikt als de 5de machtigste mensen ter wereld.

Internetinfo van dagbladen is onlangs betalend geworden: "De informatie die ze bij ons krijgen, kunnen ze nadien op de beurs verzilveren" (Dirk Velghe, directeur van Mediafin, uitgever van De Tijd en L'Echo). Openbare zenders hebben, paradoxaal genoeg, ook reclame-inkomsten nodig. Hierdoor zijn ze afhankelijk van de kijkcijfers en staan ze rechtstreeks in competitie met de commerciële zenders*.

De reclame-inkomsten bepalen rechtstreeks de inhoud van de TV-programma's. Dit werd openlijk toegegeven naar aanleiding van het groeiend succes van uitgesteld kijken, via het opnemen met de digicorder. Sommige programma's worden door 1/4 van de kijkers uitgesteld.

Het bedrijf gespecialiseerd in het meten van de kijkcijfers (CIM) kan technisch meteen weten of de reclameblokken worden bekeken of overgeslagen. 80 procent van de kijkers spoelt de reclame door.

De adverteerders betalen daardoor minder en de kosten/baten verhouding van het programma daalt of wordt negatief. De baas van de Vlaamse Media Maatschappij (VTM, 2BE, Vitaya e.a.) schrapt daarom duurdere telenovelles van eigen bodem (De Morgen4/3/2011).

De commerciële logica (= zoveel mogelijk lezers/kijkers/reclame) beheerst al het nieuws. Tevens laat de concentratie van diverse informatiebronnen in een beperkt aantal bedrijven toe dagelijks bepaalde politieke en sociaal-economische keuzes door te geven aan het publiek. De grote bladen en zenders brengen vaak dezelfde berichtgeving.

Voor de leiding van de media gaat het om hun broodwinning. De discussie over wat 'goede' of 'slechte' journalistiek is, handelt in feite over de ethische keuze wat prioritair is. Dat zijn de kijk-, luister- en leescijfers.

Leidinggevendens switchen van de commerciële naar de openbare sector*. In vele landen is een strijd aan de gang tussen openbare en privé-zenders, bijvoorbeeld Murdoch tegen de Britse BBC. Bij ons beweren de commerciële zenders dat de VRT te succesvol is en dat is oneerlijke concurrentie*.

Het tegenwicht van nieuwe media?

Tegenover de grote commerciële media hebben zich in alle tijden 'alternatieve' of tegendraadse bronnen gesteld. Vandaag is het internet een snelle techniek. Het laat toe de bedoelingen te achterhalen van lobbygroepen en organisaties*.

Het is echter een illusie dat alternatieve media steeds ernstiger zouden zijn. Er is een proliferatie aan commerciële en scheldsites waar iedereen anoniem zijn frustraties kwijt kan. Scheldproza krijgt burgerrecht doordat radio, TV en de kwaliteitspers ernaar verwijzen, en regelmatig uittreksels publiceren van de grootste onzin en de meest grove en imbeciele formuleringen*.

Facebook en Twitter spelen sedert kort een grote rol in betogingen en opstanden, maar als feitenbron zijn ze weinig betrouwbaar, want anoniem. Georganiseerde groepen beïnvloeden internetberichten door massale tussenkomsten (George Monbiot, in The Guardian 13/12/2011).

Censuur door websitebeheerders en door hostingbedrijven is heel gemakkelijk: één persoon kan een bericht of een hele site ongemerkt uit de ether halen.

Een bijzondere plaats neemt Wikipedia* in, de online-encyclopedie geschreven door gebruikers over de hele wereld. Het risico is opnieuw de nauwkeurigheid van de berichtgeving: iedereen en niemand is ervoor verantwoordelijk. WikiLeaks is een geval apart, omdat zij compromitterende documenten van militaire en diplomatieke oorsprong publiek maken.

De initiatiefnemer Julian Assange is Australisch staatsburger, maar wordt gezocht door de VS voor schending van militaire geheimen, en door het Zweeds gerecht wegens een klacht van twee vrouwen. Vanuit diverse hoeken wordt getracht op Assange een karaktermoord te plegen*, maar dat heeft niets te maken met de waarde van de berichten uitgebracht door WikiLeaks.

Recent kennen we gratis online DeWereldMorgen.be, dat een ander soort nieuws wil brengen dan de commerciële media. Sociale vraagstukken, milieu en derde wereld krijgen er een prominente plaats.

Enkele besluiten: hoe omgaan met de media?

De aangehaalde voorbeelden maken duidelijk dat we steeds de feiten moeten zoeken achter de waardeoordelen. Is de formulering nauwkeurig of vaag? Zoals in de wetenschap zijn originele bronnen de maatstaf, en niet het krantencommentaar.

Anonieme teksten zijn niet betrouwbaar. Waar zijn de bewijzen? Hoe kon men dit weten, hoe werd iets berekend? Wie pleit voor zijn eigen winkel, zijn financieel belang, partij of ideologie, is per definitie verdacht, tenzij de harde

gegevens controleerbaar zijn (bijvoorbeeld bedrijfsresultaten of verkiezingsprogramma's of wetsvoorstellen).

Omgekeerd is een bericht dat de eigen groep bekritiseert een onverdachte bron – tenzij het gaat om een persoonlijke afrekening. Cijfers van het Amerikaans Congress over financiële fraude door het leger in Irak en banken in de VS; de krant Haaretz die ongunstig bericht over het beleid van Tel-Aviv, Joodse historici die Joodse geschiedvervalsing over Palestina blootleggen; kritische feiten over de Arabische landen en moslims op Al-Jazeera: die zijn betrouwbaarder dan de speech van Sarah Palin, van economen die door banken betaald worden, van leden van de Israël-lobbies.

Bij een persbericht waarin iemand beweert een middel tegen kanker te hebben ontdekt, voelen we meteen dat we op harde feiten moeten wachten (hoeveel overlijdens minder na hoeveel jaar?). En steeds moeten we onszelf de vraag stellen: welke zéér relevante feiten werden weggelaten in dit verhaal?

Het is duidelijk dat de media niet meteen juiste en volledige informatie brengen. Hun prioriteit is het behagen van een zo breed mogelijk publiek. Van ons vereist dit een grote aandacht en training om de feitelijke werkelijkheid correcter in te schatten, en hun verborgen sociaal-economische keuzen te ontmaskeren. Door hun bijna-monopolie beslissen de grote media hoe boodschappen van politici en partijen al of niet bekendgemaakt, gefilterd of weggelaten worden.

Frank Roels

Frank Roels is emeritus hoogleraar aan de UGent.