15. VAN EXPOSEREN NAAR INTERVENIEREN

Ethiek van Journalistiek en Media

Huub Evers

15.1 Inleiding

In mei 2003 werd de gerenommeerde New York Times in grote verlegenheid gebracht door de onthulling dat een van haar veelbelovende verslaggevers, Jayson Blair, vier jaar lang plagiaat had gepleegd en feiten had verzonnen. De krant sprak zelf van een dieptepunt in haar geschiedenis.
Uit een diepgaand onderzoek bleek, dat de jonge verslaggever het in een aantal opzichten niet zo nauw nam met de feiten. Zegslieden bleken nooit door hem benaderd te zijn, feiten bleken onjuist en ooggetuigeverslagen bleken gemaakt van achter het bureau op basis van gegevens die aan internet of andere media werden ontleend. Sfeerrijke details ontleende hij aan foto's, niet aan eigen waarneming.
Blair werd beschouwd als een veelbelovende verslaggever die door zijn werklust en talent steeg in de redactionele hiërarchie. Vorig jaar ging hij deel uitmaken van het prestigieuze Nationaal Bureau, waar hij diverse voorpagina-artikelen schreef, onder meer over de sluipschutter in Washington en over families van soldaten in Irak.
Pikant detail in het geheel is het gegeven, dat er eerder verdenkingen waren gerezen tegen Blair en dat er steeds vaker fouten moesten worden hersteld in de correctierubriek, maar dat de hoofdredactie hem de hand boven het hoofd hield. Zijn werk werd minder kritisch beschouwd omdat hij zwart is, beweerden critici. De New York Times wil etnische diversiteit in de samenstelling van haar redactie en zou daarom deze vorm van positieve discriminatie hebben toegestaan of zelfs gestimuleerd. De hoofdredactie ontkende deze aantijging en wees op het talent van Jayson Blair.
Later maakte de (nieuwe) leiding van de krant bekend, dat er een lezersredacteur ('public editor') zal worden aangesteld evenals een 'standards editor'. Deze laatste moet een senior redacteur zijn die fungeert als "internal watchdog and arbiter of journalistic ethics". Uiteraard levert het aanstellen van beide functionarissen niet de garantie op, dat de krant voortaan feilloos zal opereren en dat er enkel van zorgvuldige en betrouwbare berichtgeving sprake zal zijn, maar de nadruk op kwaliteitsborging en op de morele standaarden van de journalistieke professie zal, zo verwachten commentatoren, de reputatie van de New York Times spoedig weer op het oude niveau brengen (1)

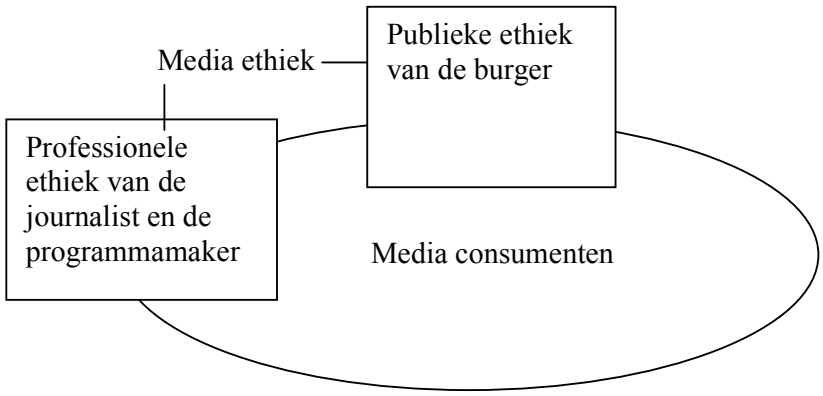
Een aantal elementen in deze casus is boven elke discussie verheven: zegslieden opvoeren met wie je niet gesproken hebt is zonder meer verwerpelijk. Feiten verzinnen of feiten melden waarvan je weet dat ze onjuist zijn, is een journalistieke doodzonde. Plagiaat is dat zeker ook, maar hier begint al de discussie: wanneer is sprake van plagiaat? Een mooie term of een fraaie zinswending overnemen uit de documentatie die naast je computer op je bureau ligt? Een alinea min of meer ongewijzigd overnemen? Waar eindigt het algemeen aanvaarde journalistieke handwerk en begint het niet zo algemeen aanvaarde jatwerk?
Een ooggetuigeverslag is gebaseerd op eigen waarneming, dat is een standaard in de journalistiek, maar betekent dat ook dat je als journalist ter plaatse moet zijn geweest? Of is kijken naar televisie of internet ook eigen waarneming? Derksen, hoofdredacteur van Voetbal International, zei in een interview (2) dat hij zijn redacteuren adviseert om thuis voor de buis naar de wedstrijd te kijken en op basis daarvan het verslag te schrijven. In het stadion ontgaat

je veel, was zijn overweging. Thuis in de huiskamer krijg je eindeloze herhalingen van alle doelpunten, buitenspelsituaties en overtredingen, dus waarom zou je naar het stadion gaan? In journalistieke kringen in de Verenigde Staten is bovendien een pittig debat gevoerd over de vraag of het moreel aanvaardbaar is, dat de leiding van een bedrijf, in dit geval een krant, positief discrimineert omdat men meer etnische diversiteit nastreeft.
Verder komen we in de beschreven casus een groot aan termen (betrouwbaarheid, zorgvuldigheid, kwaliteitsbewaking, morele standaarden, journalistieke ethiek) tegen die ons rechtstreeks voeren naar de vakethiek van de journalist die in dit hoofdstuk centraal zal staan. Waarop berust die vakethiek, wat houdt ze zoal in en wie ziet toe op de naleving ervan?

15.2 Morele kwesties in de media

Werkers in de mediasector, in het bijzonder journalisten en programmamakers, komen in hun dagelijkse werk met enige regelmaat morele kwesties tegen, zaken waarbij je je afvraagt “of je dat wel kunt maken”. Wanneer mag je bijvoorbeeld verdachten en veroordeelden met naam en toenaam noemen in de krant? En slachtoffers van delicten, getuigen en tipgevers? En als die mensen dat zelf per se niet willen? En als het om Bekende Nederlanders gaat? Wanneer moet je mensen tegen zichzelf in bescherming nemen, bijvoorbeeld tijdens een interview of een talkshow op tv? En hoe dan? Moet je als journalist altijd en over al zeggen dat je journalist bent? En wanneer mag je met de verborgen camera aan de slag? In hoeverre hebben journalisten en programmamakers het recht om de identiteit van bronnen geheim te houden of om te weigeren materiaal af te staan aan justitie?
Ten tijde van de aanvallen op het Irak van Saddam Hoessein (voorjaar 2003) werd hevig gediscussieerd over de voor- en nadelen van ‘embedded journalism’: een aantal vooraf geselecteerde verslaggevers werd ingelijfd bij bepaalde legeronderdelen en mocht vanuit die positie verslag doen van de opmars naar Bagdad. Ze waren niet vrij om alles te vertellen wat ze zagen en wisten. In hoeverre was er toch sprake van vrije en onafhankelijke journalistiek? Later werd die vraag ook gesteld ten aanzien van de Amerikaanse pers aan het thuisfront. Was hier niet veeleer sprake van ‘patriotic journalism’? En meer in het algemeen kan de vraag gesteld worden hoe vrij en onafhankelijk bepaalde sectoren in de journalistiek (sport, toerisme, mode bijvoorbeeld) kunnen opereren.
Over deze en soortgelijke vragen gaat het in de media-ethiek. Deze sector van praktische ethiek houdt zich bezig met een systematische reflectie op het functioneren van de massamedia, meer in het bijzonder op de probleemsituaties die samenhangen met de informatievoorziening door middel van de massamedia. Tot het domein van de 'media-ethiek' behoort allereerst de beroepsethiek van de zenders, dus de professionele ethiek van journalist, en programmamaker. Morele vraagstukken met betrekking tot de media zijn echter niet het exclusieve terrein van de ter zake kundige mediaspecialist, maar van alle burgers in een democratische samenleving. Ethische kwesties doen zich niet alleen voor aan de zijde van de zender, meestal de professionele communicator, maar ook aan de zijde van de ontvanger, de media-consument.

Figuur 1 Het domein van de media-ethiek



Bovendien zijn er nog de macro-ethische kwesties met betrekking tot mediastructuren, bijvoorbeeld de normatieve aspecten van mediapluriformiteit in een democratische samenleving. Een omvattende media-ethiek moet oog hebben zowel voor de taken en verantwoordelijkheden van zender en ontvanger als ook voor de ethische aspecten van mediastructuren en -systemen.

15.3 Publieke verantwoordelijkheid (3)

Journalisten opereren op basis van de vrijheid van meningsuiting. Zij zijn als het ware de ogen en oren van de burgers. Ze informeren over gebeurtenissen in de samenleving. Het publiek moet kunnen vertrouwen op de integriteit en de betrouwbaarheid van de boodschappers. Journalisten doen méér: zij analyseren en commentariëren, verschaffen achtergrondinformatie en leggen dwarsverbanden. Zij controleren ook, bijvoorbeeld op het terrein van de politieke besluitvorming of de rechtspleging. Soms onthullen zij, stellen zij maatschappelijke misstanden aan de kaak.
Journalisten nemen een sleutelpositie in tussen enerzijds gebeurtenissen en anderzijds het publiek. Burgers zijn in belangrijke mate afhankelijk van het werk van journalisten en dus kan gesteld worden dat de media een maatschappelijke verantwoordelijkheid hebben die noopt tot integer en zorgvuldig handelen. Bovendien komen journalisten in hun dagelijkse praktijk morele dilemma's tegen die specifiek zijn voor juist dit beroep: bijvoorbeeld het beschermen van de persoonlijke levenssfeer of afspraken met informanten. Werken binnen de grenzen van de vrijheid van meningsuiting impliceert dat van de journalist vakmanschap, professionaliteit verwacht mag worden, niet alleen in de ambachtelijke zin, maar ook in moreel opzicht. Dat betekent dat hij zich niet alleen bewust is van de vrijheden en de mogelijkheden die hij heeft, maar ook van de verantwoordelijkheden die de vrijheid met zich meebrengt. En van de grenzen waarbinnen die vrijheid tot ontplooiing komt.

Figuur 2 Journalistieke verantwoordelijkheid

1. Inhoud van het bericht: feitelijk juist, genuanceerd, kosten en baten?
2. Werkwijze bij de voorbereiding van de tekst: billijk, integer?
3. Effecten van het bericht: beeldvorming, sociale onrust

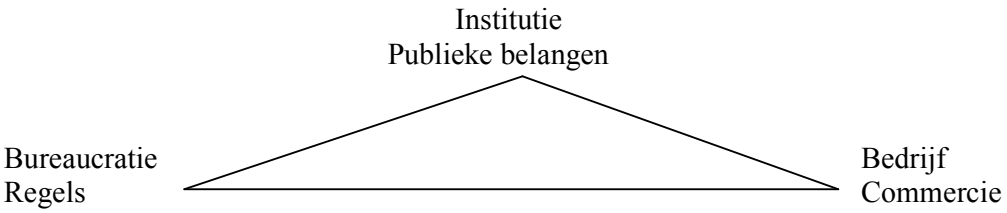
Journalisten zijn uiteraard allereerst verantwoordelijk voor de inhoud van wat gepubliceerd of uitgezonden wordt. Kloppen de feiten? Komen alle facetten en zienswijzen aan bod op een evenwichtige manier? Weegt het belang van publicatie zwaarder dan de schade die aan mensen wordt toegebracht? De werkwijze van de journalist bij de voorbereiding van een publicatie is in ethisch opzicht evenmin neutraal. Ook daar gelden regels van fair play en van integriteit. Ook daar kunnen mensen ten onrechte beschadigd worden. Moeilijker wordt het bij de vraag of de journalist verantwoordelijk is voor wat zijn publicatie teweegbrengt. Sommigen zijn van mening dat zij zich alleen bezig dienen te houden met nieuws, niet met de consequenties daarvan: publish and be damned! Voor andere journalisten behoort het tot hun verantwoordelijkheid om ook na te denken over de effecten die publicaties kunnen hebben. Een artikel of uitzending kan verwarring of onrust teweeg brengen, terwijl de journalist geprobeerd heeft zo zorgvuldig mogelijk te werk te gaan. Een uitzending kan de negatieve beeldvorming van bepaalde bevolkingsgroepen versterken, terwijl de journalist zijn uiterste best gedaan heeft om zo integer en terughoudend mogelijk te berichten. Bepalend voor de vraag of en in hoeverre de journalist verantwoordelijkheid hiervoor draagt, lijkt mij de mate waarin van hem als professional een andere aanpak of uitwerking verwacht had kunnen

worden. Heeft m.a.w. de journalist gehandeld zoals van een professional verwacht mocht worden?

15.4 Professionele versus organisationele waarden

De termen 'professional' en 'professionaliteit' zijn begrippen die verwijzen naar het in de sociologie gehanteerde begrip 'professie'. Daarmee worden speciale beroepen aangeduid die een vitale en door de samenleving belangrijk geachte waarde (gezondheid bijvoorbeeld) behartigen. Zo'n beroep heeft een uniforme beroepsopleiding met duidelijk omschreven opleidingseisen, een wettelijk beschermde beroepsnaam, een beroepsvereniging en een gedragscode voortkomend uit een bezinning op de eigen vakethiek. Is die vakethiek voor de individuele beroepsbeoefenaar vooral een richtlijn voor het handelen, voor de beroepsgroep als geheel vormt ze daarnaast zeker ook een uitdrukking van professionele identiteit.
Wentink (4) formuleerde op basis van literatuuronderzoek een tiental kenmerken van professionalisering en professionele beroepsuitoefening. De beroepsbeoefenaar bezit door zijn specialistische opleiding een specifieke deskundigheid. Daarom is hem een grote mate van beslissings- en handelingsvrijheid gelaten op een terrein waarop anderen zich niet mogen begeven. Centraal staat de dienstverlening ten behoeve van het algemeen welzijn; niet het eigen belang, maar dat van de cliënten staat voorop. Van hen verwachten zij een hoge mate van vertrouwen in hun deskundigheid en in hun morele integriteit. In hun werk zijn ze gebonden aan specifieke gedragsregels, vastgelegd in een ethische code. Op de naleving van deze regels wordt toegezien door de beroepsorganisatie die daartoe in een aantal gevallen tuchtrechtspraak in het leven heeft geroepen. Veelal zijn de beroepsbeoefenaren geregistreerd en genieten zij bescherming van hun beroep.
Het zal weinig verbazing oproepen, dat Wentink tot de conclusie kwam, dat de journalistieke beroepsuitoefening niet tot de professies gerekend kan worden. Hij spreekt liever van semi-professionalisme. De journalist zit als semi-professional in een dualistische positie, namelijk in twee systemen. Enerzijds de professie met de eigen normen en waarden en de nadruk op autonomie. Anderzijds de bureaucratische organisatie van het dagbladbedrijf. De journalist is in dienst van een marktgerichte onderneming die uit is op of minstens gebaat is bij continuïteit, groei en versterking van de concurrentiepositie. Journalisten moeten hun bijdrage leveren aan dat economisch rendement, hetgeen ten koste kan gaan van hun professionaliteit in de zin van autonomie en onafhankelijkheid.
Weischenberg (5) spreekt eveneens over het ambivalente karakter van westerse mediasystemen; enerzijds worden de media gezien als sociale instituties die tot taak hebben dienstbaar te zijn aan het algemeen belang, anderzijds vormen zij een industrie en dienen zij de particuliere belangen van de eigenaar c.q. aandeelhouders. En die laatste belangen zijn primair economisch van aard.
Hij schetst nóg een punt van ambivalentie: enerzijds zijn de media schatplichtig aan de idealen van de Verlichting (rationaliteit, vrijheid, wetenschap en mondigheid), anderzijds zijn ze georiënteerd op pragmatische doelen als verbetering van de redactionele formule ter verhoging van de oplagecijfers en de verbetering van de concurrentiepositie.
Deze "ingebouwde schizofrenie" leidt tot tegenstellingen tussen wat men van de media verwacht en wat de media feitelijk te bieden hebben. Naarmate de bureaucratische elementen en de commerciële belangen in gewicht toenemen, neemt de professionele oriëntatie en dus de autonomie en de onafhankelijkheid van de journalist(iek) af.

Figuur 3 Belangentegenstellingen voor de media



De journalist oefent zijn vak doorgaans uit binnen de context van een redactionele organisatie. Die journalistieke organisatie heeft haar uitgangspunten neergelegd in beginselverklaring en redactiestatuut. De beginselverklaring bevat een omschrijving van de identiteit van de krant, de levensbeschouwelijke uitgangspunten of, breder geformuleerd, de mens- en maatschappijvisie van waaruit de krant c.q. de programma's gemaakt worden. Bovendien staan hier de journalistieke uitgangspunten, de formule, geformuleerd: welk soort krant of tijdschrift wil de redactie maken voor welke doelgroep op basis van welke journalistieke waarden en normen? Het redactiestatuut, voor omroepen het programmastatuut, bevat als centraal element de verantwoordelijkheid voor publicatie of uitzending. Deze berust bij de hoofdredacteur, zodat daarmee de redactionele onafhankelijkheid is gewaarborgd.
De omroepen hebben hun programmastatuut, waarin de rechten en plichten van programmamakers worden geregeld. De verantwoordelijkheid voor wat uitgezonden wordt, ligt vanwege de verenigingsstructuur bij het bestuur van de vereniging.
Sommige kranten en omroeporganisaties hebben bovendien een ethische code op papier gezet. In dit document staan de morele richtlijnen voor de redactionele werkzaamheden geformuleerd.

15.5 Proces van professionalisering

Oosterbaan (6) signaleert in zijn oratie hoe de dagbladjournalistiek zich de laatste veertig jaar heeft ontwikkeld tot een beroepsgroep van zelfbewuste en gespecialiseerde professionals. Hij ziet echter ook een keerzijde aan dat proces van professionalisering.
Allereerst heeft de journalistiek afscheid genomen van de expliciete ideologie die verbonden was met de kranten in de periode van de verzuiling. In de plaats daarvan kwam een binding aan de beroepsgroep, een professioneel journalistiek ethos, een impliciete moraal of een paradigma in de zin van een aantal uitgangspunten die door velen worden gedeeld en die een richtlijn verschaffen voor het dagelijks werk. In de accentuering van de eigen professionele onafhankelijkheid wordt zijns inziens te gemakkelijk vergeten dat journalisten in vergaande mate afhankelijk zijn van anderen, bijvoorbeeld van hun netwerk en de daarbij horende bronnen. Zonder bronnen geen nieuws. Bovendien geven bronnen vaak alleen maar hun informatie prijs als ze er zelf ook iets mee opschieten. Journalisten zijn ook afhankelijk van een aantal typisch journalistieke conventies met betrekking tot verhaalschema's, narratieve elementen, codes en andere voorgevormde ideeën over inhoud en vorm van de journalistiek. Zo'n proces van kaderen of 'framing' kan tot simplificatie en vertekening leiden. Volgens Oosterbaan is dat risico vooral aanwezig wanneer er sprake is van werkelijk nieuwe ontwikkelingen. Hij zag dat bijvoorbeeld bij de berichtgeving over de opkomst van de politicus Pim Fortuijn, toen sommige journalisten zich maar moeilijk konden losmaken van het cliché van de rechtse volksmenner.
Vervolgens zijn journalisten zo veel distantie ten opzichte van hun onderwerpen in acht gaan nemen dat ook de afstand tot hun lezers is gegroeid. Wanneer de krant stelselmatig nalaat de

wereld te beschrijven vanuit het perspectief van de lezer, zal die lezer zich niet in die krant herkennen. Bovendien kan de koele distantie en de cynische ondertoon overslaan op de lezer die uit de berichtgeving in zijn krant het beeld bevestigd krijgt dat de werkelijkheid vrijwel alleen bestaat uit schandalen en manipulaties. Dat kan tot gevolg hebben dat de belangstelling voor de publieke zaak afneemt.
Tenslotte is de journalistiek zo autonoom geworden, dat ze zich vooral op zichzelf is gaan oriënteren. Het oordeel van beroepsgenoten is veelal belangrijker dan dat van de lezers. Journalisten vormen een tamelijk homogene gemeenschap met een feitelijk monopolie op de middelen waarmee informatie op grote schaal kan worden geproduceerd en verbreid. Journalisten hebben de sleutel tot de openbaarheid in handen en aarzelen niet om die toegang af en toe te blokkeren. Kranten zijn steeds meer op elkaar gaan lijken, niet zozeer als gevolg van persfusies als wel als gevolg van een steeds breder gedeeld professioneel ethos, een overeenstemming tussen beroepsgenoten die allemaal afhankelijk zijn van dezelfde lezers en dezelfde adverteerders.
Ook Bardoel (7) wijst, eveneens in een oratie, op enkele nadelen van de professionalisering van de journalistiek die zijns inziens steeds duidelijker naar voren komen: “Journalisten hebben de per traditie verticale oriëntatie op de eigen maatschappelijke beweging of zuil ingeruild voor een meer horizontale oriëntatie op het eigen vak en vakbroeders. Dat kan, behalve tot kwaliteitsverbetering en gezonde onderling rivaliteit, op den duur echter ook leiden – zoals bij elke professie dreigt – tot een zekere maatschappelijke vervreemding. De journalistiek heeft haar contacten met de macht beter onderhouden dan haar antennes naar de samenleving.”
Met de kanttekeningen van Oosterbaan en Bardoel zijn we terug in de actualiteit, want de journalistiek ligt de laatste tijd zwaar onder vuur.

Figuur 2 De keerzijde van professionalisering

Trefwoord	Toelichting
Ontzuiling	Afscheid van expliciete ideologieën
Conventies	Journalistieke frames leggen beperkingen op
Distantie	Afstand tot de lezer of kijker is gegroeid
Autonomie	Oordeel van vakgenoten is steeds belangrijker geworden
Vervreemding	Contact met de samenleving gaat verloren

15.6 De journalistiek onder vuur

Hoewel de kritiek op journalisten waarschijnlijk zo oud is als de pers zelf, is het even waarschijnlijk dat er weinig perioden zijn geweest met zo veel kritiek op de media als de laatste jaren. De kritiek op de pers lijkt massaler en massiever dan ooit tevoren. Vooral de vraag of er al dan niet sprake was van ‘demonisering’ van Pim Fortuijn door (sommige) media, bracht een discussie op gang over opstelling en beroepsopvattingen van journalisten. Is er in de journalistiek in voldoende mate sprake van zelfreflectie en zelfkritiek? Zijn de media bereid verantwoording af te leggen aan de samenleving over gemaakte afwegingen? Hebben journalisten voldoende in de gaten wat er in de samenleving echt aan de hand is? Of is er sprake van een ‘politiek-publicitair complex’ (8)?
Ook sommige journalisten laten zich in het koor der critici niet onbetuigd. Zo schreef Parool-columnist John Jansen van Galen: "Waarom reageert de journalistieke beroepsgroep toch zo aangebrand, elke keer wanneer ze op de vingers wordt getikt? Al gauw wordt 'belemmering in de beroepsuitoefening' in stelling gebracht, of zelfs 'aantasting van de vrijheid van

meningsuiting' en de beschuldiging van 'censuur' ligt al op de loer. (…..) In plaats van nu meteen moord en brand te schreeuwen doet de journalistiek er verstandiger aan over te gaan tot een oefening in zelfkritiek. Hoe zorgvuldig gaan wij eigenlijk te werk?" (9)
Kritiek op de journalistiek wordt, zeker wanneer die kritiek van buitenaf komt, onmiddellijk gekwalificeerd als een frontale aanval op het hoge goed van de persvrijheid. De boodschapper krijgt weer de schuld, heet het dan menigmaal. "Er is geen beroepsgroep, zelfs de medische stand niet, die collectief zulke lange tenen heeft en zo gevoelig is voor aantasting van het imago als de journalistiek", schreef Schwietert (10) naar aanleiding van de deining die ontstond over een artikel van Boris Dittrich (11). Het D66-kamerlid vroeg aandacht voor de rol van de media als medespeler. De pers die gebeurtenissen en ontwikkelingen beïnvloedt en stuurt. Dittrich vroeg zich hardop af aan wie de pers eigenlijk verantwoording aflegt. Hij pleitte in dat verband voor "een gezaghebbend forum dat bepaalde maatschappelijke conflicten onder de loep neemt en bekijkt welke rol de pers daarin speelde. Zo'n forum kan een discussie op gang brengen over de vraag wat journalistiek al dan niet acceptabel is." Zijn pleidooi leidde niet tot zelfreflectie in de journalistiek, zoals op basis van de opinie van het kamerlid verwacht mocht worden, maar tot een frontale aanval op de scribent zelf. Zijn terechte wens naar meer onderzoek naar de rol van de pers in mediahypes werd onmiddellijk door diezelfde pers neergesabeld als ondoordacht en overbodig.
Vasterman (12) schreef dan ook zeer terecht in een reactie dat het "voor de professionalisering van de Nederlandse journalistiek een goede zaak zou zijn als men meer oog zou krijgen voor de dynamiek die op gang komt wanneer de media zich massaal op een nieuwsonderwerp storten en in de samenleving allerlei reacties losmaken die op hun beurt weer nieuws worden".
En Wijfjes (13) schreef in een opinie-artikel over de kwaliteit van de televisiejournalistiek, dat hij het zinnig zou vinden "met regelmaat openbare evaluaties van journalistiek gedrag (te) organiseren, dat dan ook inzichtelijk gemaakt zou moeten worden door middel van studies. Niet om de vrijheid te belemmeren, maar om de journalistiek in staat te stellen kritisch naar het eigen functioneren te kijken."
In de Nederlandse journalistiek lijkt niet of nauwelijks een traditie aanwezig van zelfreflectie en mediakritiek op een professioneel niveau, d.w.z. zonder onmiddellijk met modder te gooien of de boodschapper de schuld te geven, maar gericht op kwaliteitsverbetering. Ondanks het ontbreken van een traditie op dit punt zijn er inmiddels hoopvolle initiatieven (14), niet in de laatste plaats uitgelokt door het rapport "Medialogica" dat door de Raad voor Maatschappelijke Ontwikkeling werd gepubliceerd in het voorjaar van 2003 (15).

15.7 Medialogica

In de moderne samenleving en in het leven van vrijwel elke burger nemen de massamedia een belangrijke plaats in. De Nederlandse burger is gemiddeld twintig à dertig uur per week mediaconsument als hoofd- of als nevenactiviteit. Dat is drie uur of meer per dag! Met de term nevenactiviteit wordt bijvoorbeeld bedoeld, dat mensen de televisie aan hebben staan tijdens het eten. De hoeveelheid tijd die men aan media besteedt, is nauwelijks toegenomen. Dat betekent dat er sprake moet zijn van een verschuiving, met name van het lezen van kranten en luisteren naar de radio naar het televisiekijken en het 'internetten'. Verder blijkt uit onderzoek dat de hoeveelheid tijd die wordt besteed aan televisie en radio, is verschoven van publiek naar commercieel. Door de komst van commerciële zenders en de computer is het aanbod aan informatie en amusement toegenomen. Niettemin blijft televisiekijken veruit de populairste tijdsbesteding van mensen. Althans voorlopig, want jongeren brengen steeds minder tijd voor de televisie door en steeds meer tijd achter de computer (16).

Hoewel de mediawereld gefragmenteerd is en er nauwelijks meer van een gedeelde ervaring gesproken kan worden, nemen de massamedia, vooral de televisie, een belangrijke plaats in in het dagelijks leven van mensen, in hun ervaringen en in de constructie van hun wereldbeeld. De rol van de nieuwsmedia wordt wel omschreven als "decorbouwers van de publieke zaak": de media zetten het decor neer tegen de achtergrond waarvan politici hun rol spelen en de publieke agenda bepalen. Daarmee hebben de media een grote mate van invloed op de wijze waarop het politiek-maatschappelijke spel wordt gespeeld. Die invloed wordt wel aangeduid met de uitdrukking dat het publieke domein aan medialogica onderhevig is, d.w.z. dat het publieke debat steeds meer wordt bepaald door de wetmatigheden van de massamedia en dat de inhoud van de media steeds meer afhankelijk is van de mogelijkheden en de beperkingen van de media, vooral de televisie. Omdat iedereen eraan meedoet, kan niemand zich eraan onttrekken.

Box 1 Acht kenmerken van medialogica

1. Snelheid
2. Framing
3. Personalisering
4. Meutevorming en hypes
5. Kracht van herhaling
6. Anchormen en interpretators
7. Burger in beeld
8. Nieuwswaarde als criterium

Het belangrijkste kenmerk van medialogica is snelheid: er is inmiddels sprake van een nieuwsmarkt als een continu proces waarin een toenemend aantal media vecht om de gunst van het publiek. Wie als eerste met een nieuwsfeit komt, heeft de aandacht. Die aandacht is in een steeds commerciëler wordend mediabestel geld waard. Scoren en daarmee de concurrentie aftroeven is belangrijk, hetgeen licht kan leiden tot een praktijk waarin snelheid het wint van zorgvuldigheid.
Een volgend kenmerk wordt wel als 'framing' aangeduid: journalisten hanteren vaste interpretatieschema's bij het presenteren van het nieuws. Conflicten worden versimpeld tot schandalen en ruzies tussen personen, de verkiezingsstrijd wordt tot 'horse race' tussen enkele lijsttrekkers en de politiek wordt tot machtsspel. Zo wordt de ingewikkelde werkelijkheid gereduceerd tot een nieuwswaardig verhaal, waarin het vooral gaat om conflicten, heldere tegenstellingen en scherpe stellingnamen.
Kenmerkend is eveneens de personalisering van het nieuws: emoties en persoonlijkheden staan steeds vaker centraal in journalistieke verslagen. De lezer of kijker moet zich met de hoofdpersoon in het verhaal kunnen identificeren. Soms is dat een 'gewone burger', soms een Bekende Nederlander. Een verschil van mening wordt gepresenteerd als een ruzie. Een conflict wordt helder wanneer het wordt uitgelegd als een wedstrijd tussen twee personen waarbij de een wint en de ander verliest.
Ondanks het feit dat er meer journalisten, meer cameraploegen en meer zenders zijn, is er sprake van een grotere convergentie ten aanzien van de inhoud van het nieuws. De media houden elkaar scherp in de gaten. Een primeur is belangrijk, maar even belangrijk is wat de concurrentie doet. Dit verschijnsel wordt wel aangeduid met termen als 'pack journalism' en 'mediahype'. Het nieuws versterkt zichzelf zonder dat er zich nieuwe ontwikkelingen

voordoen. De media conformeren zich aan één bepaald perspectief op de zaak en verliezen andere perspectieven uit het oog, omdat ze vooral oog hebben voor elkaar.
Kenmerkend is eveneens het voortdurend herhalen van opvallende televisiebeelden die door hun enorme zeggingskracht uitgroeien tot 'iconen' die vele malen meer zeggen dan verhalen in kranten. Denk aan de beelden van de vliegtuigen die zich in het WTC in New York boorden. Of aan het omver trekken van het metershoge standbeeld van Saddam Hoessein in Bagdad.
De laatste jaren is in ons land een vorm van journalistiek ontstaan die zich niet beperkt tot het sec brengen van de feiten, maar die daaraan ook verklaring en duiding toevoegt in de vorm van interpretatiekaders: de interpretatieve journalistiek. Deze vorm van journalistiek is vooral in de parlementaire journalistiek goed zichtbaar.
Burgers zijn steeds vaker zelf aan het woord of in beeld als ervaringsdeskundigen die melden hoe zij bepaalde overheidsbesluiten ervaren of die laten zien wat beleid in de dagelijkse praktijk voor mensen betekent. Zo wordt ook in de media de verhouding tussen burgers en instituties steeds horizontaler.
Nieuwswaarde is een min of meer zelfstandig criterium geworden dat bepalend is voor het al dan niet halen van de media. Dat criterium valt niet automatisch samen met wat uit een oogpunt van algemeen belang of publiek debat belangrijk wordt gevonden, maar kent zijn eigen wetmatigheden. Niet de politieke agenda of de gezagsdragers bepalen of iets nieuws is; feiten en gebeurtenissen worden pas nieuws wanneer journalisten ze nieuwswaardig genoeg vinden. Dat betekent voor communicatiedeskundigen dat ze moeten proberen de boodschap van hun organisatie zo te presenteren dat deze voldoet aan het nieuwswaardecriterium van de journalistiek.
Een bijzondere nieuwswaarde wordt toegekend aan het schandaal. Het doen en laten van politici en andere publieke figuren wordt nauwlettend gevolgd door media die zich toeleggen op onthullingsjournalistiek of op wat wel 'entertainmentjournalistiek' genoemd wordt.

15.8 Mediacratie en transparantie

Niet alleen in de politiek, ook in de samenleving als geheel spelen de media een belangrijke rol. Ze hebben veel invloed op het publieke domein waarin ze zowel als actor als arena zijn. Media-organisaties zijn zelfstandige actoren ('medespelers') in het publieke debat. Daarnaast vormen de media het speelveld waarop de wedstrijd van het maatschappelijk debat gespeeld wordt. In recente verkiezingscampagnes, die zich voor een belangrijk deel op televisie afspeelden, was duidelijk te zien dat de media steeds meer een dominerende rol zijn gaan spelen. Die rol wordt wel aangeduid met de term 'mediacratie'. Critici menen, dat het rapport een schets geeft van de professionele journalistieke beroepsbeoefening die onvoldoende recht doet aan de realiteit (17).

De macht van de media, misschien is invloed een betere term, geeft journalisten, redacties en mediabedrijven een belangrijke maatschappelijke verantwoordelijkheid. Op de wijze waarop zij die invullen, mag de samenleving hen aanspreken en ter verantwoording roepen.
De RMO pleit voor meer transparantie (open zijn over de keuzes die redacties maken), publieke reflectie en het afleggen van publieke verantwoordelijkheid. Dat zou bijvoorbeeld kunnen gebeuren door het oprichten van een onafhankelijk 'mediawatchinstituut' dat de berichtgeving onderzoekt en daarover rapporteert. Of door jaarlijks een verantwoordingsdebat te organiseren, waar politici, burgers en journalisten hun eigen en elkaars functioneren kunnen becommentariëren, op basis van gedegen onderzoek en analyse door dat mediawatchinstituut.
Verder moeten mensen die vinden dat ze door het doen en laten van de media in hun belangen

worden geschaad, meer mogelijkheden krijgen om hun grieven te laten onderzoeken. Dat kan gebeuren door de Raad voor de Journalistiek minder vrijblijvend te maken of door een ombudsman voor de hele mediasector aan te stellen. Lukken deze suggesties om de zelfregulering te versterken niet, dan moet de officiële rechtsgang worden verbeterd door geschillencommissies in het leven te roepen.
De mediasector zelf blijft van mening dat zelfregulering verre te verkiezen is boven overheidsbemoeienis.

15.9 Zelfregulering

De beroepsgroep zelf formuleert de vaknormen en houdt toezicht op de naleving ervan. Dat betekent dat er sprake is van zelfregulering. Achterliggende gedachte is de overtuiging dat de toetsing van het doen en laten van beroepsbeoefenaren aan de ethische normen van hun vak primair de verantwoordelijkheid van de beroepsgroep zelf is, uiteraard binnen de wettelijke kaders.
Een eerste vorm van zelfregulering is de ethische code. In een ver verleden heeft de Nederlandse Vereniging van Journalisten zich geconformeerd aan de beginselverklaring van de Internationale Federatie van Journalisten. Deze tekst (de ‘Code van Bordeaux’) dateert uit 1954 en bevat negen vrij algemeen geformuleerde beginselen (18). Ook het Nederlands Genootschap van Hoofdredacteuren heeft een ethische code geformuleerd. Deze tekst, in december 1995 gepubliceerd, is geen bindende code, maar een adstructie en concretisering van het toetsingscriterium van de Raad voor de Journalistiek. Het genootschap hoopte met dit document de discussie over een zorgvuldige beroepsuitoefening aan te wakkeren (19). Naast ethische codes voor de beroepsgroep als geheel zijn de laatste jaren vooral ethische codes opgesteld voor afzonderlijke redacties (20).
Een meer zichtbaar instrument van zelfregulering is de Raad voor de Journalistiek. Bij dit door de media zelf ingesteld college kan iedereen die zich in zijn belangen geschaad voelt door een perspublicatie, een klacht indienen. De Raad onderzoekt de klacht, hoort beide partijen en doet vervolgens een uitspraak-zonder-sancties. Hij beoordeelt met als toetsingscriterium de eisen van journalistieke zorgvuldigheid: zijn in journalistieke gedragingen de grenzen overschreden van hetgeen, gelet op de eisen van journalistieke verantwoordelijkheid, maatschappelijk aanvaardbaar is? Door journalistieke gedragingen te beoordelen worden ethische normen ontwikkeld. Zo is de Raad ook normenontwikkelaar. Journalisten kunnen normen schaden of onzorgvuldigheden begaan die niet civiel- of strafrechtelijk aan te klagen zijn. Het journalistieke beroep kent gedragsregels die niet door het recht gedekt worden, bijvoorbeeld het respecteren van een embargo. Verder is het mogelijk, dat iemand niet naar de rechter wil, omdat een kort geding nieuwe publiciteit kan oproepen die de klager nóg meer nadeel bezorgt. De betrekkelijke beslotenheid van de Raad kan dan een aantrekkelijk alternatief zijn, mits de klager genoegen neemt met een opinie-zonder-sanctie. Inmiddels heeft dit sinds 1960 functionerende 'college van opinie' honderden klachten behandeld (21). De laatste jaren ligt het aantal vrij constant op ongeveer zeventig á tachtig per jaar. Uitspraken worden in samenvatting gepubliceerd in het vakblad De Journalist, maar niet altijd in het aangeklaagde medium. Ze zijn bovendien op trefwoord op Internet te raadplegen (22).
Indieners van klachten realiseren zich vooraf soms onvoldoende, dat de Raad niet de bevoegdheid heeft sancties op te leggen en dat er geen verplichting is om de uitspraak te publiceren.
Hoewel dit journalistiek opiniecollege met grote regelmaat door critici onder vuur wordt genomen, lijkt toch het voortbestaan van een gezaghebbende Raad voor de Journalistiek aanwezig. Het bestuur zoekt naar wegen om een permanente gedachtewisseling op een

fundamenteel niveau mogelijk te maken en zo bij te dragen aan opinievorming over beroepsethische vraagstukken in de journalistiek.
Dit hoofdstuk begon met de Jayson Blair-casus die in de Verenigde Staten, maar toch ook wereldwijd veel stof deed opwaaien. Een enigszins vergelijkbaar geval deed zich jaren geleden voor bij De Volkskrant, toen een paginagroot verhaal bij nadere beschouwing geheel verzonnen bleek te zijn. In dergelijke gevallen proberen (hoofd)redacties onmiddellijk de geleden reputatieschade te herstellen. Bij de New York Times gebeurde dat onder meer door een lezersredacteur aan te stellen en door ook in meer algemene zin op de redactievloer meer aandacht te besteden aan journalistieke ethiek.
De aspecten die in de casus aan de orde kwamen (plagiaat plegen, feiten verzinnen, zelf gecreëerde zegslieden opvoeren) worden in elke ethische code als verwerpelijk bestempeld. Doorgaans komt het in dit soort kwesties niet tot een klacht bij de Raad voor de Journalistiek, omdat de hoofdredactie zelf onmiddellijk ingrijpt. Overigens hoeft geen twijfel te bestaan over een eventueel oordeel van het journalistiek opiniecollege. Zorgvuldigheid, betrouwbaarheid en integriteit zijn ook hier de sleutelwoorden.

15.10 Conclusies

De ontwikkelingen op het speelveld van media en journalistiek kunnen worden samengevat met termen als medialogica en mediacratie. De media hebben een grote invloed op de manier waarop het politiek-maatschappelijk spel wordt gespeeld. Het publieke debat wordt steeds meer bepaald door de wetmatigheden van de media, vooral van de televisie. Er is een nieuwsmarkt die voor een belangrijk deel bepaald wordt door de snelheid waarmee media, al dan niet commercieel, elkaar beconcurreren. De ingewikkelde werkelijkheid wordt gereduceerd tot een nieuwswaardig verhaal, waarin het vooral gaat om conflicten, heldere tegenstellingen en scherpe stellingnamen. Er is steeds meer sprake van ‘pack journalism’ en van mediahypes.
De journalistiek is zwaar onder vuur komen te liggen. Media, zo luidt de kritiek, hebben te weinig oog voor wat er in de samenleving werkelijk aan de hand is, ze hebben zich vervreemd van hun publiek. Ze zijn niet transparant genoeg en doen te weinig aan zelfreflectie en zelfkritiek. Ze zijn onvoldoende bereid verantwoording af te leggen over het redactionele beleid. Ze zijn in hun professionalisering doorgeschoten in hun streven naar distantie en onafhankelijkheid.
Aanvankelijk werd de kritiek op de pers door de journalistiek zelf weggeredeneerd of met irritatie beantwoord. Geleidelijk groeide het besef, dat er inderdaad een en ander schortte op het terrein van zelfreflectie, transparantie en verantwoording afleggen. Schoorvoetend werden initiatieven ontplooid, bijvoorbeeld in de vorm van websites of ethische codes. De klachten bij de Raad voor de Journalistiek nemen toe, zij het niet spectaculair. De nieuwsconsument, zelf mondiger geworden, laat zijn stem nadrukkelijk horen en de journalist wordt zich steeds meer bewust van het publiek waarvoor hij schrijft of uitzendt.

15.11 Noten

1. De Journalist, 16 mei en 22 augustus 2003
De Volkskrant, 12 mei 2003
Bob Steele, Quality Control: Build It Into Your Newsroom,
http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=43343
2. Vrij Nederland, 18 september 2003

3. Evers, H. (2002). Media-ethiek. Morele dilemma's in journalistiek, communicatie en reclame. Groningen: Martinus Nijhoff, tweede druk, pp. 23-37
4. Wentink, T. (1994). Dimensies van de kwaliteit van de krant. In F. van Raaij, G. Schuijt, J. Stappers, J. van Wieten, C. van Woerkum en C. van der Linden (red.). Communicatie en Informatie. Een stand van zaken (pp. 199-220). Houten/Zaventem: Bohn Stafleu Van Loghum
5. Weischenberg, S. (1992). Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation. Band 1: Mediensysteme, Medienethik, Medieninstitutionen. Opladen: Westdeutscher Verlag
6. Oosterbaan Martinius, W. (2003). Het programma van de krant. Triomf en tekortkomingen van het journalisme. Oratie Erasmusuniversiteit Rotterdam (http://www.nrc.nl/discussie/artikel/print/1063344450238.html)
7. Bardoel, J. (2003). Macht zonder verantwoordelijkheid? Media, mediabeleid en de kwaliteit van de openbare informatievoorziening. Oratie Katholieke Universiteit Nijmegen
8. Vree, F. van, Chr. Vos, H. Wijfjes & J. Bardoel (2003). Het ontstaan van een politiek-publicitair complex 1960-2002. In Medialogica, Raad voor Maatschappelijke Ontwikkeling (pp. 67-99). Den Haag: Sdu Uitgevers.
9. Het Parool, 3 november 1998
10.NRC Handelsblad, 17 februari 1998
11. Trouw, 3 februari 1998
12. Trouw, 11 februari 1998
13. De Volkskrant, 28 maart 2000
14. Jensma, F. en H. Laroes (2003). Zelfreflectie en zelfkritiek in de media. Nijmegen: Valkhof Pers
15.Raad voor Maatschappelijke Ontwikkeling (2003). Medialogica. Den Haag: Sdu Uitgevers.
16. Graas, D. (2003). Alleen kijken. Achtergrondstudie naar mediagebruik en meningsvorming in Nederland. In Raad voor Maatschappelijke Ontwikkeling (2003). Medialogica (pp. 213-247). Den Haag: Sdu Uitgevers.
17. Schuijt, G. (2003). De paradox van de medialogica. In Mediaforum 2003-11/12, pp. 363-367
18. http://www.uta.fi/ethicnet/netindex.html
19. http://www.villamedia.nl/genootschap/
20. bijvoorbeeld die van NRC Handelsblad: http://www.nrc.nl/krant/normen_en_waarden.html
21. Evers, H. (1987). Journalistiek en ethiek. Delft: Eburon
Doomen, J. (1987). Opinies over journalistiek gedrag. Arnhem: Gouda Quint
Hoove, S. ten (2003). Grenzen in de journalistiek. Amsterdam: Otto Cramwinckel Uitgever
22. http://www.rvdj.nl