

Genoeg van het nieuws

Over het verband tussen
nieuwsconsumptie en ongenoegen

Eric van de Beek

afstudeerscriptie massacommunicatie

Hogeschool Windesheim, Zwolle



Het is de verdoemde taak van de journalist om met een koud hart het onbehagen van de wereld op te schrijven.

Inhoudsopgave

Voorwoord	7
1. Genoeg van het nieuws	9
2. De verwerking van nieuws	13
3. Goed nieuws is geen nieuws	23
4. Televisie nieuws versus de krant	31
5. Het beperkte nut van het nieuws	39
Conclusie	51
Geraadpleegde bronnen	53
Appendix	57

Voorwoord

Deze scriptie gaat over mensen die genoeg van het nieuws hebben. Gepoogd wordt een oplossing te vinden voor deze problematiek. Aangezien hierover weinig wetenschappelijke literatuur voorhanden is, heb ik de vrijheid genomen mijn betoog vooral op te hangen aan eigen observaties en speculaties.

De scriptie is opgebouwd uit een vijftal hoofdstukken. Het eerste hoofdstuk is inleidend. Het scriptieprobleem wordt daarin toegelicht en uitgewerkt. De overige vier hoofdstukken proberen ieder een bijdrage te leveren aan de oplossing.

In deze scriptie wordt, zoals misschien te verwachten zou zijn, geen pleidooi gehouden voor de oprichting van een goed nieuws krant. Getracht wordt inzicht te krijgen in de 'slecht nieuws problematiek' en vandaaruit tot een oplossing te komen.

Hoofdstuk 1

Genoeg van het nieuws

Op Nederland 1, 2 en 3 is enige tijd een reclamespot te zien geweest voor de nieuws- en actualiteitenzender Radio 1. De kijker werd een witte luidspreker getoond waaruit, via de gaatjes, bloed naar buiten sijpelde. Te horen was het geratel van artillerie-vuur, met op de achtergrond de stem van een nieuwslezer die berichten opdreunde over oorlogshandelingen. De slogan bij deze spot: 'Het nieuws vloeit 24 uur per dag. Op Radio 1.'

De NOS heeft de spot niet lang kunnen uitzenden. Vier kijkers klaagden bij de Reclame Code Commissie. Ze vonden dat de reclame-boodschap ethisch niet verantwoord was en getuigde van slechte smaak. De Reclame Code Commissie stelde hen in het gelijk. De NOS zag zich genoodzaakt de bloedspot van het scherm te halen. (De Journalist; 15-1-1993; 7).

Dat het veel mensen te doen is om de sensationele aspecten van het nieuws, daarover geen twijfel. Toch gaat het wat ver te veronderstellen dat het de gemiddelde luisteraar te doen is om reportages waar het bloed van afdruipt. De speciale aandacht die journalisten, al dan niet terecht, besteden aan de lelijke en problematische zijde van de werkelijkheid, maakt een mens er niet vrolijker op.

Er gaat geen dag voorbij zonder gewapende conflicten. Bussen storten in ravijnen, treinen ontsporen en vliegtuigen vallen uit de lucht. De ene hongersnood is nog niet voorbij of een andere dient zich alweer aan. Een man die zijn vrouw met een bijl heeft vermoord, zegt tegen de rechter dat hij uit liefde heeft gehandeld. Bij een hotelbrand springen mensen als vlamme fakkels van tien hoog naar beneden. Plastic bekertjes vervuilen het milieu; papieren bekertjes idem dito. Aardbevingen, vulkaanuitbarstingen en wervelwinden blijken in staat hele dorpen van de kaart te vegen.

De schrijver van het bijbelboek Prediker zei het reeds lang geleden: 'Wie kennis vermeerdert, vermeerdert smart'. Zijn woorden zijn actueler dan ooit, want nooit eerder waren mensen zich bewust van zoveel ellende. Met de opkomst van de massamedia is de wereld een dorp geworden. Van alle rampspoed die zich daar voltrekt wordt uitvoerig verslag gedaan. Niet alleen brengen de nieuwsmedia ons op de hoogte van steeds weer nieuwe misstanden. Zij zorgen er bovendien voor dat er geen dag voorbij gaat zonder dat wij aan het bestaan ervan herinnerd worden.

Sommige mensen vragen zich af: waarom moet ik dit allemaal weten als ik er toch niks aan kan doen? De enige mogelijke reactie op een verre oorlog, hongersnood of natuurramp is veelal het uitschrijven van een girootje. Ook als het gaat om problemen dichterbij huis, waar de politiek in Den Haag voor verantwoordelijk is, reikt de invloed van het individu niet ver. Mensen kunnen één keer in de vier jaar een vakje rood kleuren, maar de grootste partij van Nederland is de partij die denkt dat dat niets uithaalt.

Iedereen die de krant leest of naar het journaal kijkt, zou zich vroeg of laat de volgende vraag moeten stellen: Hoe vaak komt het voor dat een nieuwsbericht mij behulpzaam is bij het oplossen, verzachten of voorkomen

van een voor mij en/of voor anderen belangrijk probleem?

Het antwoord kan niet anders dan teleurstellend zijn. Er wordt wel gezegd: 'kennis is macht', maar dat geldt zeker niet voor het soort kennis waarin de nieuwsmedia grossieren. Daarvoor geldt eerder het omgekeerde: 'kennis is machteloosheid'. We worden uitvoerig op de hoogte gehouden van allerlei problemen, maar met die kennis kunnen we meestal weinig meer doen dan deze voor kennisgeving aannemen. Dat is waarschijnlijk wat de Griekse tragediedichter Sophocles bedoelde toen hij opmerkte dat het droevig is kennis te hebben als deze nergens toe dient.

Waarmee overigens niks negatiefs is gezegd over het functioneren van de journalistiek. De mediacriticus Neil Postman heeft terecht opgemerkt dat de input (datgene waarover men wordt geïnformeerd) in elk communicatiemilieu altijd groter is dan de output (de gebruiksmogelijkheden). (Postman; 1985; 73). Van journalisten kan nu eenmaal niet verwacht worden dat zij zich in hun berichtgeving louter beperken tot het nuttige, bruikbare en zinvolle. Als ze dat zouden doen dan zou er nog maar weinig te melden overblijven. Met alle gevolgen van dien: massaontslagen in de journalistiek en een publiek dat zich beklaagt over de saaiheid van het nieuws.

Het probleem is dus niet dat journalisten niet genoeg hun best zouden doen om nuttige wetenswaardigheden te verzamelen. Het probleem is dat nuttige informatie een schaars goed is, in die zin dat lang niet voor elk praktisch vraagstuk een praktische oplossing voorhanden is. Informatie kan alleen nuttig zijn voor zover mens en maatschappij maakbaar zijn. Als men aanneemt dat die maakbaarheid zeer beperkt is, dan volgt daaruit dat journalisten maar zelden in staat kunnen worden geacht informatie aan te dragen die werkelijk nuttig is. Je zou kunnen zeggen dat de nieuwsmedia het individu confronteren met zijn eigen machteloosheid.

Iemand kan nog zoveel nieuws tot zich nemen, tot de aanpak van maatschappelijke problemen leidt dit zelden of nooit. Vele malen groter is het ongenoegen dat sommigen ervaren over de wereld zoals ze die via de nieuwsmedia leren kennen. Het is te vergelijken met de ervaring van een dorstige schipbreukeling op open zee: water, overal water, maar geen druppel te drinken.

Het lastige van vergelijkingen is dat ze nooit helemaal opgaan. Waar een drenkeling op open zee volledig afhankelijk is van hulp van buitenaf, staat iemand die genoeg heeft van het nieuws de mogelijkheid ter beschikking zich eigenhandig van zijn juk te bevrijden: door de krant de deur uit te doen, het tv nieuws weg te zappen en de radiobulletins weg te draaien.

Het percentage kijkers en luisteraars dat zich af en toe op een dergelijk nieuwsloos dieet stelt (en het nieuws op radio en tv niet of nauwelijks volgt), bedraagt in Nederland maar liefst 24 procent. (Dienst K. & L. onderzoek; telef. enquête nov. 1993). Daarbij komt dat 28,4 procent van de Nederlanders geen krant leest. (Cebuco, Suomo bereikcijfers; Jaarrapport 1993). Hetgeen natuurlijk niet wil zeggen dat al deze mensen het nieuws mijden omdat ze het niet kunnen verdragen. Voor het volgen van een nieuwsloos dieet kunnen meerdere redenen bestaan. Helaas is niet bekend hoeveel mensen het nieuws buiten de deur houden om redenen van zelfbescherming.

Zeker is wel dat het aantal mensen dat de neiging heeft zich af te schermen, aanzienlijk hoger moet liggen dan het aantal dat zich daadwerkelijk afschermt. Voorbeelden van mensen die te kennen geven (af en toe) moedeloos te worden van het nieuws, kennen we allemaal. Daar staat

tegenover dat maar weinig voorbeelden bekend zijn van mensen die de daad bij het woord hebben gevoegd door zichzelf op een nieuwsloos dieet te stellen. De vraag is dan vervolgens hoe dat komt. Waarom onthouden mensen zich niet gewoon van het nieuws als ze zeggen er genoeg van te hebben? Op deze vraag zijn tenminste drie antwoorden mogelijk.

Ten eerste voorzien de nieuwsmedia wel degelijk in een behoefte. Mensen zijn nieuwsgierige wezens. Ze willen weten wat zich om hen heen afspeelt, ook als ze daarop geen invloed kunnen uitoefenen. Voor een deel ook scheppen de nieuwsmedia hun eigen vraag. Omdat iets in de krant heeft gestaan of op het journaal is geweest, en dus als algemeen bekend verondersteld wordt, wil iedereen daarvan kennis nemen. Verder is het zo dat het in de nieuwsmedia niet uitsluitend gaat over maatschappelijke problemen. Er is voldoende ruimte voor amusement, human interest en op service gerichte rubrieken. Neem het radio- en t.v.-overzicht in de krant. Daarvan wordt dankbaar gebruik gemaakt. Het helpt de lezer een keuze te maken uit het overweldigende programma-aanbod.

Ten tweede is daar het feit dat aan het nieuws domweg moeilijk te ontkomen valt. Iedereen die het gebruik van zijn of haar tv en radio moet delen met andere mensen, kan dat beamen: er is altijd wel een huisgenoot die het Journaal (of welk nieuwsprogramma dan ook) onder geen enkel beding wil missen. Daar komt nog bij dat nieuwsvrije tv- en radiozenders een zeldzaamheid zijn. Je kunt bijna geen programma bekijken of beluisteren zonder dat er een nieuwsuitzending op volgt of aan vooraf gaat. Uit een steekproef van de Dienst Kijk- en Luister-onderzoek van de NOS bleek dat twee van de drie kijkers van het prime-time RTL4-nieuws de tv niet speciaal aanzette voor het nieuws. Hun toestel bleef aan staan tussen 'Goede tijden, slechte tijden' en 'Rad van Fortuin'. Ter vergelijking: van de NOS-journaal kijkers zet tweederde het toestel speciaal voor dat programma aan. (Reporter; april 1991; 25).

Een derde reden die tot afscherming geneigde mensen ervan weerhoudt zichzelf op een nieuwsloos dieet te stellen, is van sociale aard. Op het bijhouden van het nieuws rust een sterke sociale druk. De norm is dat iedereen over alles mee moet kunnen praten en over elk willekeurig onderwerp een mening paraat heeft. Wie aan die eisen niet voldoet, wordt geacht zich te schamen en loopt een grote kans het 'wir haben es nicht gewußt' van het naoorlogse Duitsland naar zijn hoofd geslingerd te krijgen. Vandaar ook dat zoveel mensen in Nederland meepraten over dingen waarvan ze geen enkel verstand hebben of (erger nog:) nog nooit van gehoord hebben. In één van de jaaroverzichten van het NOS-journaal was een serie straatinterviews te zien met als onderwerp: de hoogtepunten van het nieuws. Tussen de standaardvragen van de interviewer zat één strikvraag: "Wat vindt u van de oorlog in Grimaldi?" Een groot aantal ondervraagden ging serieus in op de vraag en sprak in allerlei bewoordingen zijn afschuw uit, zonder te beseffen het over een maankrater te hebben. (Godfroy; 1977; 3). Zoiets kan natuurlijk alleen gebeuren in een land waarin men het uiten van een mening als een plicht beschouwt in plaats van een recht. Maar weinig landgenoten die zich van een mening onthouden als daarnaar gevraagd wordt.

De sociale druk op nieuwsgebruik en de schaarste aan nieuwsvrije zenders zorgen er beide voor dat aan het nieuws maar moeilijk te ontkomen valt. Mensen die geneigd zijn zich af te schermen van het nieuws, hebben daarom een probleem. In de volgende hoofdstukken zal gezocht worden

naar mogelijkheden om deze problematiek het hoofd te bieden. In het eerstvolgende hoofdstuk staat de verwerking van nieuwsinformatie centraal. Gezocht zal worden naar de psychologische factoren die hierop van invloed zijn.

Hoofdstuk 2

De verwerking van nieuws

Over CBS-medewerker Hueting doet het gerucht de ronde dat hij uit pure woede zijn tv-toestel vernielde, nadat hij de toenmalige minister van landbouw Braks op de buis had horen verklaren dat zijn departement geheel onkundig was van het mestprobleem (Trouw; 14-6-1990). Waar de schade in het geval van Hueting beperkt bleef tot een kapot tv-toestel, daar werd de reisverhalenschrijver Bob den Uyl voor zijn leven getekend. Een op het oog onschuldig krantebericht over een eiland in de Zuidzee dat door een vloedgolf was weggespoeld, bezorgde hem de schrik van zijn leven. De schrijver durfde zes maanden de straat niet op, moest professionele hulp inroepen en hield aan het voorval een fobie voor gesloten ruimtes over die nooit meer zou verdwijnen. (Trouw; 17-2-1992), (De Volkskrant; 17-2-1992).

Het is een geruststellende gedachte dat emotionele reacties zoals hierboven beschreven, zich zelden voordoen. Je moet er niet aan denken dat het omgekeerde het geval was: dat iedereen voortdurend in paniek zou raken bij alles wat journalisten aan slecht nieuws te melden hebben. De ene helft van de bevolking zou dan bij de andere helft in therapie zitten - en tv-kijken zou voor veel mensen een onbetaalbare hobby worden. Het mag dan een geluk heten dat deze situatie zich niet voordoet, vanzelfsprekend is het allerm minst. Het is toch voornamelijk de lelijke en problematische zijde van de werkelijkheid waarover de nieuwsmedia berichten. Oorlogen, giframpen, overstromingen, vliegtuigongelukken, hongersnoden... Het is een klein wonder dat de doorsnee nieuws-consument met het bestaan van al deze gruwelijkheden kan leven, er niet gek van wordt of depressief. Op de vraag hoe dat mogelijk is, zal in dit hoofdstuk een antwoord gezocht worden. Misschien dat op die manier een oplossing gevonden kan worden voor het probleem dat in deze scriptie centraal staat: dat van de nieuwsconsument die genoeg heeft van het nieuws. Volgt een bespreking van een zestal psychologische mechanismen die de verwerking van nieuwsinformatie in gunstige zin beïnvloeden.

2. 1 Selectieve waarneming

De psycholoog Piet Vroon heeft er op gewezen dat de mens zich probeert af te schermen voor informatie die met angst te maken heeft. Hij baseert deze stelling op literatuur waarin experimenten beschreven staan met proefpersonen die op een beeldbuis woorden en beelden moesten herkennen die slechts een fractie van een seconde te zien waren. Uit de experimenten kwam naar voren dat informatie met een aangename gevoelswaarde eerder wordt waargenomen en onthouden dan informatie met een onaangename gevoelswaarde. (Vroon; 1989; 159). Zie ook: (Playfair; 1990; 72).

Betrekken we deze conclusie op het nieuws (dat toch veelal een onaan-

gename gevoelswaarde heeft), dan valt te verwachten dat een groot deel van de berichtgeving niet tot het volle bewustzijn doordringt. Onderzoek onder journaalkijkers lijkt deze theorie te bevestigen. De meesten weten zich na afloop van de uitzending nauwelijks de behandelde onderwerpen te herinneren. (Postman; 1985; 149/150), (Dahlgren; 1988; 286), (Playfair; 1990; 57).

2. 2 Ontkenning

Voor zover onaangename nieuwsberichten al tot het bewustzijn doordringen, blijken deze vaak in twijfel te worden getrokken of te worden ontkend. 'Denial strategies' noemt men dat in de psychologie. Van journalisten wordt dan bijvoorbeeld gezegd dat zij de feiten enorm opblazen en van de krant wordt beweerd dat hij de leugens in het land brengt. Dat is uiteraard moeilijk vol te houden als op het journaal beelden te zien zijn van vechtende, hongerende en weeklagende mensen. Maar als het gaat om abstracte problemen, die door het oog van de camera niet of moeilijk te registreren zijn, dan blijken mensen ineens heel vindingrijk. Dan is het gat in de ozonlaag bijvoorbeeld een mythe die door de farmaceutische industrie in de wereld geholpen is, en dan valt het met de kwaliteit van de Nederlandse bossen allemaal best wel mee, 'want er zijn toch nog genoeg bomen?'

In hun streven een zorgeloos bestaan te leiden, nemen mensen maar al te vaak een struisvogelachtige houding aan: met de kop in het zand doen alsof er niets aan de hand is. Politici kunnen daar vrij ver in mee gaan. Zo maakte oud-premier Colijn zichzelf onsterfelijk belachelijk door de woorden die hij sprak aan de vooravond van de Duitse bezetting: 'Er is voorshands geen enkele reden om werkelijk ongerust te zijn'. Toch was dat precies wat het Nederlandse volk wilde horen. Mensen laten zich over het algemeen graag geruststellen. Als regeringsleider heb je geen groot rethorisch talent nodig om je achterban er van te overtuigen dat 'het' allemaal wel meevalt en dat alles onder controle is.

2. 3 Cynisme

Toch zijn de feiten soms harder dan het bord dat mensen voor hun kop hebben. Sommige nieuwsfeiten laten zich zo makkelijk niet loochenen. Vooral niet als iedereen het 'met eigen ogen' heeft kunnen zien op de buis. Het tv nieuws wordt door de meeste mensen nog steeds als de meest betrouwbare nieuwsbron beschouwd. (De Journalist; 25-9-1992), (Wattenberg; 1984; 380). Dit volgens het aloude motto: eerst zien en dan geloven.

Om te kunnen leven met de 'harde feiten' van het nieuws, willen mensen nog wel eens hun toevlucht nemen tot een zekere komische distantie. Door het maken van cynische opmerkingen ('Een milieu dat nog niet eens een plastic zakje kan afbreken, is ook een milieu van niks'), door met carnaval een schlager uit te brengen met de titel 'Wir feiern die Weltuntergang' (zoals gebeurde in de voormalige BRD ten tijde van de Koude Oorlog) of door met een gasmasker op je hoofd een gemaskerd bal te bezoeken in een stad die

getroffen wordt door raketten met een vermeende biochemische lading (zoals in Tel Aviv gebeurde tijdens de Golfoorlog).

Niets zo kommerlijk of de humor maakt het wel draaglijk. Waar-schijnlijk zat Erasmus er niet ver naast toen hij beweerde dat dwaasheid de ware wijsheid is. De zotten onder ons zijn beter in staat de drukkende last van het wereldnieuws te dragen dan de serieuzen en zoutelozen van geest.

2. 4 Afstomping

Niet altijd is het nodig onaangename nieuwsberichten te negeren, te ontkennen of ze op cynische wijze te becommentarieëren. Soms verliezen ze vanzelf hun emotionele impact. De beelden van hongerend Afrika zijn daarvan een bekend voorbeeld. Die zijn zo vaak te zien geweest, dat steeds meer mensen bekennen er niet meer door geraakt te worden. Men spreekt in dit verband wel van 'afstomping'. Door gewenning raken mensen immuun voor datgene waarvoor ze aanvankelijk nog gevoelig waren. Bij de behandeling van mensen met een fobie wordt van dit mechanisme bewust gebruik gemaakt. De patiënt wordt net zo lang met het object van zijn fobie geconfronteerd totdat hij van zijn angsten verlost is. (Playfair; 1990; 116/117).

Over afstomping wordt meestal in zorgelijke termen gesproken. Gevreesd wordt dat afstomping ten koste gaat van het maatschappelijk engagement en de actiebereidheid bij de burger. Toch kan afstomping ook een nuttige functie hebben. Zoals in het geval van de bewoners van het Tokai district in Japan waar al jarenlang een allesvernietigende aard-beving verwacht wordt. Onderzoekers van de Tokyo Woman's University constateerden een 'relaxed sense of urgency' onder de bevolking. Geconcludeerd werd dat de herhaalde aandacht van de regionale pers voor de gevaren van de beving een gewenningsproces had teweeggebracht bij het publiek (Hirose; 1986; 74/75). We kunnen in dit geval spreken van een gezonde reactie. Het was niet best geweest als de bewoners van het Tokai district in voortdurende angst hadden geleefd. Tegen een aardbeving valt nu eenmaal weinig te ondernemen. Je kunt verhuizen, maar zolang je dat niet doet, zul je met het gevaar moeten leren leven. Kurt Weil verwoordde het als volgt: 'Glücklich ist der Mann der vergißt was er nicht vermeiden kann.'

2. 5 Communicatie

Mensen die getuige zijn van een schokkende gebeurtenis, hebben over het algemeen de behoefte daarover met anderen te praten. Verondersteld wordt dat interpersoonlijke communicatie (wetenschapsjargon voor: een gesprek van mens tot mens) een positieve invloed kan hebben op de verwerking van onaangename nieuwsinformatie.

"...informing others may be partly an outgrowth of an effort to cope with emotionally upsetting news and images. Findings show that the need to cope with unsettling news helps drive (...) interpersonal communication, and that the rapid diffusion of such news is driven by the need to cope." (Kubey & Peluso; 1990; 69)

In het Nederlandse taalgebied hebben we er een speciale uitdrukking voor: 'Gedeelde smart is halve smart'. Verdriet, angst en boosheid nemen af als je ze met anderen deelt. Een tv-kijkster uit een Amerikaanse onderzoeksgroep formuleerde het als volgt: "I talk back, for example, when I'm annoyed at (president) Ford... I get extremely irritated. And I turn to Bob (her husband) and say something like, 'Goddamn it,' and so forth and so on." (Levy; 1977; 113).

Het is te verwachten dat eenzame en alleenstaande mensen meer problemen ondervinden bij de verwerking van nieuwsinformatie dan mensen die er één of meerdere gesprekspartners op na houden. Gezien de groei van het aantal éénpersoons-huishoudens, is het dan niet vreemd te merken dat de belprogramma's op radio (en tv!) als paddestoelen uit de grond schieten. Het aantal bellers dat in de ether zijn hart uitstort, begint ongekeerde proporties aan te nemen.

Mensen die liever niet in de uitzending willen, maar die wel een luisterend oor nodig hebben, kunnen bellen met de telefonische hulp-diensten van de omroepen. Sommige omroepen hebben hun eigen hulpdienst, zoals de NCRV (de stichting Nazorg) en de KRO (het Omroepbestuur). De stichting Korrelatie is voor 'algemeen gebruik'. Alle omroepen kunnen van de diensten van de stichting gebruik maken. "Korrelatie vervult een brugfunctie tussen kijkers en programmamakers", schrijft de stichting in een brochure.

"Korrelatie biedt de programma-maker de mogelijkheid een extra service aan de kijker te verlenen. De kijker kan met allerlei vragen en emoties bij Korrelatie terecht. Direct na de uitzending. Voor professionele hulpverlening, maar ook voor meer informatie over het betreffende onderwerp."

Het telefoonnummer van Korrelatie werd in 1990 63 maal vermeld na afloop van een tv-uitzending, en 16 maal na afloop van een radio-uitzending. In veruit de meeste gevallen betrof het uitzendingen waarin aandacht geschonken werd aan de meer tijdloze problemen: impotentie, suïcide, kindermishandeling, etc. (bron: stichting Korrelatie; jaarverslag 1990).

Blijkbaar onderschatten de programmamakers de behoefte van mensen hun hart uit te storten over zaken die ze in het journaal zien of in de krant lezen. Die behoefte bestaat wel degelijk. Toen in 1991 de Golfoorlog woedde, en de programmamakers verzuimden de stichting Korrelatie in te schakelen, kregen de SOS telefonische hulpdiensten (die 24 uur per dag gebeld kunnen worden door mensen die in geestelijke nood verkeren) het opeens heel erg druk. Maar liefst twintig procent van alle hulpvragen betrof het conflict in de Golf. (bron: fed. v. SOS telef. hulpd. in Nederland; persbericht; 6-2-1991).

2. 6 Ideologieën

Belangrijk bij de verwerking van nieuws is het wereldbeeld dat mensen er op na houden. De psycholoog Piet Vroon heeft opgemerkt dat het verdwijnen van ideologieën samengaat met een toename van het aantal psychische stoornissen. (radiouitz. Humanistisch Verbond; 4-3-'91). Bekend zijn de verhalen van ontgoochelde communisten die, nadat zij van hun geloof gevallen waren, in een crisis belandden. Zo verwonderlijk is dat niet. Het ideaal waar voor deze mensen stredden was hoog gegrepen. Het communisme (en aanverwante -ismen) beloofde niets minder dan een paradijs op aarde. Als de klassenstrijd eenmaal was gewonnen dan zouden armoede en oorlogen voorgoed tot het verleden behoren. Het is te begrijpen dat mensen gedesoriënteerd raken op het moment dat ze dit ideaal

moeten prijsgeven aan de realiteit. Met het verdwijnen van de ideologieën verdween het geloof in de maakbaarheid van de samenleving.

Natuurlijk kon dit niet zonder gevolgen blijven voor de manier waarop mensen het nieuws ervaren. Ideologieën belichamen de hoop op een betere toekomst. Zij houden de mogelijkheid open van een betere wereld dan die waarover de kranten en journaals berichten. Dat maakt het nieuws er een stuk draaglijker op. Onprettige gebeurtenissen zijn beter te verwerken naarmate men sterker gelooft in de maakbaarheid van de samenleving. Het gevoel deel uit te maken van een politieke beweging, maakt bovendien dat mensen hun eigen idealistische inspanningen als zinvol ervaren. Eén en ander komt de verwerking van nieuws zeer ten goede. Met ongewenste maatschappelijke ontwikkelingen is beter te leven als men zich, in de aanpak daarvan, gesteund weet door de macht van het getal. Mensen die een bepaalde politieke ideologie aanhangen voelen zich waarschijnlijk een stuk minder machteloos dan mensen die het zonder moeten stellen.

Politieke ideologieën mogen dan op hun retour zijn, religieuze ideologieën zijn dit zeker niet. Het merendeel van de Nederlandse bevolking beschouwt zichzelf als 'gelovig'. Van alle gelovigen rekenen de meesten zich tot het christendom. Opvallend is de opkomst van de new age beweging. Steeds meer mensen putten hieruit hun geloofsovertuiging.

Religieuze ideologieën hebben, net als politieke ideologieën, een belangrijke psychologische functie. Zij maken het de mens mogelijk in harmonie te leven met de werkelijkheid voor zover deze problematisch is. Religieuze ideologieën doen dit op een andere manier dan politieke ideologieën. Zoals gezegd suggereren politieke ideologieën dat de samenleving maakbaar is en dat inzet en goede wil voldoende zijn om een paradijs op aarde te stichten. Bij religieuze ideologieën ligt dit anders. Terwijl het christendom uitgaat van de wederkomst van christus is men binnen de new age beweging in afwachting van een nieuw astrologisch tijdperk.

Behalve dat religieuze ideologieën de hoop levend houden op een betere wereld, zorgen zij voor een zekere verzoening met de huidige wereld. Het christendom en de new age beweging gaan uit van de gedachte dat het leven in wezen goed is, alle ellende en rampspoed ten spijt. Niets gebeurt zonder (goede) reden. Pijnlijke en smartelijke gebeurtenissen zijn een noodzakelijk kwaad in de voltrekking van Gods heilsplan c.q. in het bewustwordingsproces van de mens. De new age beweging vergelijkt het leven met een soort leerschool, waarbinnen iedere gebeurtenis tot doel heeft ons iets duidelijk te maken. Christenen formuleren het anders: God heeft een bedoeling met deze wereld die ons begrip (over goed en kwaad) ver te boven gaat; Gods wegen zijn ondoorgrondelijk. De 17e/18e eeuwse Duitse filosoof Leibniz voegde daar de volgende scherpzinnige redenering aan toe: Aangezien God goed is, besloot hij de best mogelijke wereld te scheppen. Hij vond die wereld de beste waarin het grootste overschot van goed bestond ten opzichte van het kwaad. Hij had een wereld kunnen scheppen zonder kwaad, maar die zou minder goed zijn geweest dan de huidige wereld. (Russell; 1946; 619). Het geloof in de fundamentele goedheid van de schepping en de functionaliteit van het kwaad is uiteraard een positieve factor in de beleving van nieuwsinformatie. Het kwaad is in de krant en op het journaal alomtegenwoordig. De vraag naar de zin ligt op ieders lippen gebrand.

Een andere belangrijke functie van religieuze ideologieën is dat ze beweren dat het kwaad in de wereld niet onbestraft blijft. Moordenaars, verkrachters en andere misdadigers lijken vaak hun gang te kunnen gaan.

Volgens het christendom en de new age beweging is dit echter maar schijn. Uiteindelijk ontkomt niemand aan zijn rechtmatige straf c.q. rechtmatige beloning. Christenen hebben daarvoor een speciale dag gereserveerd: op de Dag des Oordeels zal God de gehele mensheid ter verantwoording roepen, en iedereen zal naar zijn werken beoordeeld worden. Binnen de new age beweging baseert men zich op de Oosterse karmaleer die er, in de interpretatie van de new age beweging, op neer komt dat we vroeg of laat, hetzij in dit leven, hetzij in een volgend leven, gestraft en beloond zullen worden voor al onze goede en slechte daden. De idee van de ultieme gerechtigheid is voor de nieuwsconsument een belangrijk gegeven. Nergens treft men zoveel onrecht aan als in de krant en op het journaal.

Waarschijnlijk zouden er op de wereld niet half zoveel gelovigen zijn als religieuze ideologieën geen leven na de dood in het vooruitzicht stelden. Het christendom en de new age beweging beschouwen de dood als overgangsstadium in plaats van een eindpunt. Binnen de new age beweging komt dit tot uitdrukking in de reïncarnatiegedachte: mensen worden net zo lang wedergeboren totdat zij de gelukzalige en eeuwig-durende bewustzijnstoestand van het nirwana bereiken. Christenen stellen daar de wederopstanding des vlezes tegenover: op de Dag des Oordeels zal God de doden tot leven wekken. De rechtvaardigen zal Hij naar de hemel sturen en de onrechtvaardigen naar de hel. Dit geloof in een voortbestaan na de dood vergemakkelijkt de verwerking van informatie die met angst te maken heeft. Met name in verband met nieuws is dat van belang. De dood is daarin alomtegenwoordig.

Religieuze ideologieën mogen dan over het algemeen een belangrijke psychologische functie hebben. Er zijn uitzonderingen. Het christendom, en met name de calvinistische variant, is doortrokken van het schuld- en plichtsbesef. Voor een gezonde verwerking van nieuws is dit funest. De christelijke geboden van het rentmeesterschap en de zorg voor de zwakkere krijgen een loodzware lading op het moment dat men zich van de toestand in de wereld bewust wordt. Er is heel wat mis met de wereld. Indien men zich, zoals zoveel christenen, a priori voor elk probleem verantwoordelijk voelt, dan is een enkele blik in de krant voldoende om bedolven te worden onder een lawine van schuldgevoelens en gewetens-conflicten. Er kan in principe altijd meer geld gependend worden aan het goede doel; er kan altijd bewuster geproduceerd en geconsumeerd worden; en altijd kan er meer tijd besteed worden aan charitatieve en ideëel-politieke activiteiten. Binnen de new age beweging blijft men voor dergelijke overwegingen gespaard. Daar gaat men uit van de eerder-genoemde karmaleer. De redenering is: Iedereen krijgt wat hij of zij verdient, dus hoeft je je voor je medemens niet verantwoordelijk te voelen. Dat maakt de new age beweging tot een ideologie waar, althans als het gaat om schuld en verantwoordelijkheid, een grotere aantrekkingskracht van uit gaat dan van het christendom.

2. 7 Conclusie

Om bedreigende informatie op een gezonde manier te kunnen verwerken heeft de menselijk geest een aantal beschermende mechanismen gecreëerd: selectieve waarneming, ontkenning, cynisme, afstomping, communicatie, ideologieën. Toch blijven er mensen die slecht tegen slecht nieuws kunnen. Mogelijk maken zij onvoldoende gebruik van deze mechanismen. Voorzover

dat het geval is, valt er weinig te ondernemen. Iemand die maar niet afgestompt wil raken, kan zich daartoe moeilijk dwingen. Idem dito voor mensen die op zoek zijn naar een houvast in een ideologie. De hierboven beschreven mechanismen werken op een onbewust niveau, treden spontaan op en laten zich moeilijk forceren

Wie slecht tegen slecht nieuws kan en toch op de hoogte wil blijven, zal daarom moeten omzien naar een andere oplossing. Die zou wel eens te vinden kunnen zijn in de hoeveelheid tijd die voor het nieuws wordt uitgetrokken. Uit Amerikaans onderzoek blijkt dat zware televisiekijkers een veel negatiever wereldbeeld hebben dan gematigde kijkers, wier realiteit weer somberder is dan die van mensen die nauwelijks kijken. (Gerbner; 1976; 41).

Wat voor televisiekijkers geldt, zal ook gelden voor krantelezers. Het is al eerder opgemerkt: wie kennis vermeerdert, vermeerdert smart. Deels is dit een luxeprobleem. Niet iedereen is in de gelegenheid zich uitvoerig te verdiepen in alles wat de kranten en actualiteitenrubrieken brengen. De aandacht van veel mensen wordt volledig in beslag genomen door de eisen van hun directe omgeving. Wie bijvoorbeeld een drukke baan heeft en/of de zorg heeft voor een gezin, heeft eenvoudig niet de tijd om zich druk te maken over de toestand in de wereld.

Belangrijk bij de verwerking van nieuws is eveneens de voldoening die iemand aan het leven ontleent. De socioloog Ruut Veenhoven hierover:

"Er wordt wel gezegd dat de mens zich afsluit en alleen dan gelukkig is. Toch is het eerder omgekeerd. Mensen die voldoening scheppen in het bestaan, hebben als het ware de ruimte om de nare dingen in de wereld te bekijken. Het scheidt optimisme en geeft hun de mogelijkheden iets aan de problemen te doen. Gelukkige mensen maken een betere samenleving." (VD/AC; 2-3-1991).

Betekent dit dat achter de slecht nieuws problematiek een ander probleem schuil gaat, namelijk dat van mensen die niet voldoende van het leven kunnen genieten? Het lijkt een beetje de vraag van de kip en het ei. Raakt iemand gedeprimeerd door het nieuws of was hij het al? De Amerikaanse journalist Quentin Howe veronderstelt dat het laatste veelal het geval is. In het oorlogsjaar 1940 vond in zijn land een congres plaats van psychiaters naar aanleiding van de drastische toename van het aantal zenuwzinkingen. Howe:

"It is generally assumed that the war caused the breakdowns, but there are psychologists who argue that the war merely offered a convenient outlet for neurotics who were headed for trouble anyway. Whether the war accelerated the breakdowns or whether it acted as a tonic by taking the victims' minds off their own troubles is a question for the experts."

Howe waarschuwt de lezer:

"It is only if you are trying to escape from your own troubles by losing yourself in the greater troubles of the larger world that you may come to grief. For, if you follow the news for escapist reasons, the more papers you read and the more broadcasts you listen to, the worse you will feel. You may not, of course, feel as bad as if you were brooding about yourself, but the spectacle the world presents today does not exactly encourage serenity in the minds of newspaper-readers or radio listeners." (Howe; 1940; 15).

Het valt niet te ontkennen dat mensen met persoonlijke problemen er goed aan doen deze op te ruimen in plaats van ze te projecteren op de grotere problemen van de wereld. Dit wil echter niet zeggen dat aan een

moeizame omgang met het nieuws altijd een persoonlijke problematiek ten grondslag ligt. Een gezonde dosis maatschappelijke betrokkenheid kan al voldoende zijn.

Tot zover deze beschouwing over de verwerking van nieuws en de psychologische factoren die hierbij een rol spelen. In het volgende hoofdstuk zal worden gekeken naar mogelijkheden die de journalistiek ter beschikking staan iets ten goede te veranderen.

Hoofdstuk 3

Goed nieuws is geen nieuws

Op uitnodiging van een groep Westerse etnologen, bracht het Zuidzeeopperhoofd Tuiavii uit Tiavea een bezoek aan het Europa van begin deze eeuw. Eén van de dingen die hem tijdens zijn verblijf opviel was het belang dat Westerlingen hechten aan de krant en aan het nieuws in het algemeen. "Juist het slechte wat pijn doet, wordt nog nauwkeurig dan al het goede beschreven", merkte hij op. "Alsof het niet veel belangrijker en plezieriger is het goede te vertellen in plaats van het kwade". (Tuiavii; 1920).

Dat goed nieuws bij ons in het Westen geen nieuws is, had het Zuidzeeopperhoofd goed gezien. Het is een statistisch gegeven. Onderzoekers van het George Washington Institute maakten een inhoudsanalyse van de Amerikaanse nieuwszender Network Nightly News, en telden over de eerste drie maanden van 1983 17 positieve hoofdonderwerpen, 14 neutrale en 126 (!) negatieve. (Wattenberg; 1984; 373). De redactie van de Journalist vergeleek de openingskoppen van de zes landelijk dagbladen, en kwam tot de conclusie dat in 1992 maar liefst 99 procent een 'negatieve tendens' had. (De Journalist; 15-01-1993).

Vanwaar toch die hang van journalisten naar het negatieve? Er vinden dagelijks talloze verheugende gebeurtenissen plaats. Je zou er -vooropgesteld dat je dat zou willen - de hele krant mee kunnen vullen. De journalist John Jansen van Galen hierover:

"De meeste mensen betalen pijnlijk nauwgezet hun belasting, ontvangen slechts de uitkeringen waarop ze recht hebben en helpen wel eens een oud vrouwtje de straat over. Maar uit de krant rijst het beeld op van de samenleving als een jungle vol laaienlichters, fraudeurs en tasjesdieven." (Jansen van Galen; 12-03-1993).

Dat er meer kwade dan goede dingen gebeuren (of omgekeerd), is moeilijk vol te houden. Het is in ieder geval onmogelijk te bewijzen. Er gebeuren dagelijks ontelbare dingen. Journalisten pikken er alleen die dingen uit waarvan ze aannemen dat het de lezer, de luisteraar of de kijker zal interesseren.

Is de nieuwsconsument dan voornamelijk geïnteresseerd in slecht nieuws? Een opinieonderzoek van ABC News en The Washington Post lijkt het tegendeel te bewijzen. Op de vraag of de tv teveel aandacht besteedt aan slecht nieuws, antwoordde maar liefst 73 procent van de ondervraagden bevestigend. In een ander onderzoek van de Public Agenda Foundation, waarin precies dezelfde vraag gesteld werd, bedroeg dat percentage 64 procent. Van de ondervraagden vond 71 procent dat de krant teveel aandacht besteedt aan slecht nieuws. (Wattenberg; 1984; 374).

Zouden journalisten hun focus wat meer moeten gaan richten op de zonzijde van de werkelijkheid? Ja en nee. Het is de taak van de journalistiek problemen te signaleren en misstanden aan de kaak te stellen - en het is logisch dat daar een stroom aan slecht nieuws uit voort vloeit. Uit het

volgende blijkt echter dat het allemaal best wat minder zou kunnen.

3. 1 Nieuws en werkelijkheid

Wie een studie wil maken van het slecht nieuws fenomeen kan lang zoeken naar literatuur. Kennelijk wordt het onderwerp in de communicatiewetenschap niet voldoende serieus genomen. Zeer onterecht, want dat er wel degelijk zinvolle dingen over gezegd kunnen worden, bewijst de Amerikaanse mediadeskundige Ben J. Wattenberg. De boodschap die hij verkondigt, is gelijk aan de titel van het boek waarin hij zijn onderzoek publiceerde: 'The good news is the bad news is wrong'. Het beeld dat de nieuwsmedia schetsen van de ontwikkelingen in de wereld is, volgens Wattenberg, overdreven negatief en daarom onjuist. Met het milieu zou het bijvoorbeeld minder zorgelijk zijn gesteld dan algemeen wordt aangenomen:

"If we are polluted upon, and subjected to new risks, we are nonetheless living longer, healthier lives. Our population is not exploding, and resources are not disappearing. (...) The quality of our lives is not eroding. Quite to the contrary, it is being enhanced." (Wattenberg; 1984; 109).

De duizelingwekkende hoeveelheid cijfermateriaal die Wattenberg in zijn boek opvoert, moet onder meer bewijzen dat zijn land, de VS, er, in veel opzichten, nog nooit (we schrijven 1984) zo goed heeft voorgestaan. En mooier dan dat:

"It's not only the American condition that has improved. The human condition has improved." (17).

Mede dankzij betere medische voorzieningen en een betere economische situatie, hebben zelfs de inwoners van de Derde Wereld en het Oostblok het beter gekregen. Dat de gemiddelde nieuwsconsument van deze en dergelijke positieve feiten onkundig is, wordt door Wattenberg toegeschreven aan het falen van de nieuwsmedia.

"The press is not doing its job well." (373). "The problem is that they are missing the biggest stories of our era -about progress- and missing them regularly, consistently structurally, and probably unwillingly. It's not that they are often getting the story wrong. They are often getting the wrong story." (20).

Vandaar de titel die Wattenberg zijn studie heeft meegegeven: 'The good news is the bad news is wrong.'

3. 2 Zichzelf vervullende profetieën

Dat journalisten de werkelijkheid vertekenen door vooral slecht nieuws te brengen, is minder onschuldig dan het lijkt. Een te negatief (dus: onjuist) beeld van de werkelijkheid kan werken als een 'self fulfilling prophecy'.

"Clause One of the Speech writer's Code reads: rhetoric yields reality. A society with wrong-headed rhetoric, based on wrong-headed premises, will often pursue a wrong-headed course of action. Bad assumptions yield bad policy." (35).

Wattenberg maakt deze theorie onder meer aannemelijk voor de manier waarop economische besluitvormingsprocessen verlopen.

"If an investor believes -if it has perhaps banged into his head by a bad news bias- that the present is dreadful, that the past was dreadful, what then? (...) We may properly speculate that in some way, to some indeterminate extent, the bad news bias has already done its work." (384). "Wrong bad news can be one factor in raising interest rates. That hurts the economy, for it's hard to keep an economy growing when the cost of money is high. There is an aspect of self-fulfilling prophecy here: incorrect bad news yields real bad news." (385).

Wattenberg benadrukt dat ook journalisten niet gespaard blijven voor de gevolgen van hun gewoonte het slechte nieuws de volle ruimte te geven.

"What happens when people come to believe the press is too negative and not to be believed? The press begins to become irrelevant." (401). "Confidence in many American institutions has fallen, but a 1983 Roper Report poll found that public confidence in the credibility of the press was the second lowest item, just above the credibility of advertising." (399)

3.3 Nieuwsselectie

Dat journalisten er, door de speciale aandacht die zij besteden aan negatieve zaken, zo vaak naastzitten, wordt door Wattenberg toegeschreven aan een drietal criteria op grond waarvan zij het nieuws zouden selecteren en interpreteren:

"1. Bad news is big news. 2. Good news is no news. 3. Good news is bad news." (112).

Dat de nieuwsselectie op die manier in zijn werk gaat, wordt door Wattenberg aan de hand van een groot aantal voorbeelden anschouwelijk gemaakt. Eén van de voorbeelden die hij geeft, betreft de stagnerende, procentuele groei van de wereldbevolking.

"Now if the population-explosion was bad and big news, then why is its recessional not good news and big news? Or even good news and small news? But there has been almost no public discussion of the 'good news' of the decline in birth rates. Good news is no news. In stead, there has been a great deal of news in America about the side effects -all bad- of the good news. A lower birthrate, for example, causes school closings. (...) All bad news caused by the good news of declining fertility. Good news is bad news." (113).

Dat goed nieuws omgevormd wordt tot slecht nieuws, moet ook uit het volgende voorbeeld blijken. Het betreft een kop uit The New York Times van 31 mei 1983: 'Longer lives seen as threat to Nations Budget.' (113).

Natuurlijk zijn ook in Nederland dergelijke staaltjes van slecht nieuws journalistiek voorhanden. Neem de wijze waarop de Nederlandse nieuwsmedia het hongerprobleem in de wereld verslaan. Als ergens een hongersnood uitbreekt, dan is de Nederlandse bevolking daar onmiddellijk van op de hoogte. Bad news is big news. Maar dat de honger in de wereld al jarenlang een dalende tendens vertoont, daarover lees je, zie je of hoor je bijna nooit wat. Vorig jaar nog meldde de FNO, de voedsel- en landbouworganisatie van de Verenigde Naties, dat ondanks de toename van de wereldbevolking, het percentage ondervoede mensen in twintig jaar gedaald is van 36 naar 20 procent van de wereldbevolking. (Trouw; 21-9-1992). De Nederlandse nieuwsmedia toonden voor deze verheugende ontwikkeling nauwelijks interesse. Geen van de zes landelijke dagbladen plaatste het nieuws op de voorpagina en het NOS-journaal negeerde het volkomen. Good news is no

news. Een regionaal dagblad (VD/AC; 9-10-1992) wijdde er een éénkoloms-berichtje aan op één van de binnen-pagina's, en zette er de volgende kop boven: 'VN: 786 miljoen mensen hongerden'. Good news is bad news.

Met de drie selectiecriteria van Wattenberg is nog geen verklaring gegeven voor de overmaat aan slecht nieuws. Waarom selecteren journalisten volgens criteria die voornamelijk slecht nieuws opleveren? Wattenberg doet een poging die vraag te beantwoorden en komt met een drietal verklaringen.

Eén van de boosdoeners is volgens hem de zogenaamde 'incidenten-journalistiek'. Doordat journalisten het te druk hebben met het verslaan van incidentele gebeurtenissen, gaan ze voorbij aan de achtergronden, d.i.: de ontwikkelingen op lange termijn. Aangezien gebeurtenissen vaker negatief zijn dan ontwikkelingen, is een stortvloed van slecht nieuws het gevolg. Wattenberg illustreert deze redenering aan de hand van het volgende voorbeeld: "There were plenty of stories of young blacks in urban riots (event). But where were the stories about a million young blacks going to college and other millions moving to the suburbs (process)? In the long run which is the most important?" (373).

Een tweede verklaring die Wattenberg geeft voor de overmaat aan slecht nieuws, is de politieke kleur van de pers. Hij haalt een opinie-onderzoek aan waaruit blijkt dat de meerderheid van de journalisten (54 procent van de ondervraagden) zichzelf als 'liberal' bestempeld. Slechts 19 procent van de ondervraagden noemt zichzelf 'conservative'. Wattenberg veronderstelt dat links-georiënteerde mensen met elkaar gemeen hebben dat zij kritischer in het leven staan en daarom meer gespist zijn op het negatieve.

Dan is er nog een derde verklaring die door Wattenberg gegeven wordt. Journalisten zijn geneigd te denken dat alleen slecht nieuws in staat is de burger te mobiliseren voor de aanpak van maatschappelijke problemen. Het gevolg is dat ze hun verhaal vaak enorm opblazen. Dr. L. Clarenburg, voorzitter van de internationale vereniging van deskundigen in de luchtvervuiling, zou deze stelling van Wattenberg waarschijnlijk onderschrijven. In een vraaggesprekwaagde Clarenburg het bestaan van het broeikaseffekt in twijfel te trekken. Onmiddellijk werd hij door de betrokken journalist op de vingers getikt: "Is dat wel verstandig, meneer Clarenburg, om deze onzekerheden zo uit de spreken? Want dan laten mensen hun auto toch nooit staan?" (Elsevier; 30-09-1989).

Ook prof. ir. H.P. van Heel, milieuhogleraar te Delft, is van mening dat journalisten het kennelijk als een plicht beschouwen problemen ernstiger voor stellen dan ze in werkelijkheid zijn. Van Heel: "Je mag in Nederland niet zeggen dat het goed gaat met het milieu. Als er een rapport van Rijkswaterstaat verschijnt dat de hoeveelheid zware metalen in de Waddenzee met dertig procent zijn afgenomen, levert dat een miniscuul berichtje in de kranten op. Gevleugelde misverstanden tieren welig in de milieupolitiek: perceptie en werkelijkheid dekken elkaar niet steeds." (Elsevier; 30-09-1989).

De kritiek van Van Heel wordt gedeeld door de journalist Simon Rozendaal. In een artikel getiteld 'De milieu-hysterie' (Elsevier; 30-09-1989) keert hij zich tegen zijn vakgenoten voorzover zij het goede nieuws over het milieu met opzet uit hun kolommen weren. Rozendaal merkt op dat aan het weloverwogen overdrijven van de ernst van de milieuproblematiek een onderschatting van het publiek ten grondslag ligt. "Als je tegen al die randdebiele lezers en kijkers vertelt dat het meevalt met cadmium, kwik en verzuring, dan begrijpen ze vast niet dat er nog veel moet gebeuren."

De kritiek van Rozendaal vertoont opmerkelijke overeenkomsten met die

van Wattenberg. Beiden waarschuwen ervoor dat de boodschappers van het nieuws, door hun stelselmatige overdrijving, hun geloofwaardigheid (dreigen te) verliezen. Rozendaal: "Wanneer wetenschapsmensen in de toekomst echt de stormbal moeten hijsen, zullen mensen wellicht reageren: 'Ja, hallo, jullie hebben al ettelijke keren het einde van de wereld aangezegd.'"

Evenals Wattenberg vreest ook Rozendaal dat het negeren van de vooruitgang op milieugebied (of op welk gebied dan ook) defaitisme in de hand werkt. Dan krijg je dat mensen gaan zeggen: 'Wat heeft het nog voor zin dat wij batterijen uit de vuilniszak weren? Alles gaat toch naar de knoppen.'

Dit alles neemt niet weg dat slecht nieuws ook een positieve functie kan hebben. Geen woord hierover bij Rozendaal. Dit in tegenstelling tot Wattenberg die deze positieve functie nadrukkelijk onderkent. Hij verwacht slechts van journalisten dat het slechte nieuws geloofwaardig is en dat zij maatschappelijke problemen niet te negatief (dus: onjuist) voorstellen.

"When the news is credible, we will get more positive action stimulated by bad news. When our news is more realistic, we will get fewer foolish actions stimulated by phony bad news." (402).

3.4 Lezersonderzoeken en kijkcijfers

Opvallend in de analyse van zowel Wattenberg en Rozendaal is dat zij met geen woord reppen over de rol van de nieuwsconsument. Kennelijk nemen ze aan dat alleen journalisten verantwoordelijk zijn voor de overmaat aan slecht nieuws. Dat valt echter nog te bezien. Weliswaar verklaren de meeste mensen meer goed nieuws te willen. Marketing-onderzoeken van de nieuwsmedia lijken het tegendeel te bewijzen. Uit de tijd dat kranten nog voornamelijk in de losse verkoop werden gesleten (we schrijven de jaren veertig), dateert een Amerikaans onderzoek, getiteld: 'Do rosy headlines sell newspapers?' Het antwoord op die vraag bleek 'no' te zijn. (Winship & Allport; 1943). Niet voor niets luidt het spreekwoord: Een ramp in het land is een zegen voor de krant.

Met het stijgen en dalen van de crisis- en rampenbarometer stijgt en daalt uiteraard ook het aantal kijkers naar nieuwsprogramma's op tv. CNN's Lynn Gutstadt hierover: "Slecht nieuws voor anderen is goed nieuws voor ons. Het is een morbide trekje dat mijn collega's en ik gemeen hebben: soms zijn er kleine bevingen in Californië of zo, waarop wij ons hier collectief in de handen wrijven: oh boy, zou het dit keer soms de Big One worden? Wat natuurlijk afschuwelijk is om te zeggen, maar het is fantastisch voor onze kijkcijfers."

De meeste kijkers trok CNN tijdens het eerste kwartaal van 1991, een periode waarin onder meer de Golfoorlog zich afspeelde: dagelijks 2,3 miljoen Amerikaanse huishoudens tijdens prime-time. Na de geallieerde overwinning dook dat cijfer naar rond de 500.000. (Man; mei 1993).

In Nederland deed zich een vergelijkbaar verschijnsel voor, nadat in de Bijlmer een vliegtuig was neergestort. Een aantal actualiteitenrubrieken zag het aantal kijkers verdubbelen. Ook het NOS-journaal en het RTL4-nieuws trokken meer kijkers dan normaal. Het Journaal werd in de week voorafgaande aan de ramp bekeken door gemiddeld 1,6 miljoen mensen per dag. In de week van de ramp steeg dat aantal naar 2,3 miljoen. Het Avondnieuws van RTL4 bereikte ruim 1,7 miljoen kijkers, tegen een gemiddelde van 1,2 miljoen kijkers in de week daarvoor. (VD/AC; 14-10-1992).

Wat is het toch dat mensen aantrekt in de ellende van anderen? Is het een behoefte aan sensatie? Waarschijnlijk wel, we willen het alleen niet toegeven. Wie zich verlustigt aan geweld en catastrofes, verlustigt zich aan de ellende van anderen - en dat mag niet. Tenzij het fictie betreft, dan mag het ineens weer wel. Wie graag naar rampenfilms kijkt of boeken leest over veldslagen, kan gerust zijn gang gaan. 'Het is maar onschuldig amusment', zeggen we dan. Dit is minder vanzelfsprekend dan het lijkt. Waarom is het wel toegestaan te genieten van nagespeelde rampen en niet van echte rampen? Het is een vreemde paradox in onze ethiek.

In Milan Kundera's roman 'Onsterfelijkheid' shockeert één van de personages zijn gesprekspartner met de bekentenis dat hij nieuws op dezelfde manier consumeert als een boek of een film. "Een treinongeluk is een verschrikking voor degene die zich in de trein bevindt of wiens zoon erin zit. Maar in het nieuws betekent de dood precies hetzelfde als in de detectives van Agatha Christi, die trouwens de grootste tovenares aller tijden is, want zij heeft moord veranderd in amusement, en niet één moord, maar tientallen moorden, honderden moorden, moorden aan de lopende band, gepleegd voor ons plezier in het vernietigingskamp van haar boeken."

De dichter-filosoof Lucretius formuleerde het minder cynisch: "Het is een genot om langs de kustlijn te staan, als de onstuimige winden de zee opzwepen, en om de grote inspanningen te aanschouwen die een ander zich moet getroosten. Niet dat het prettig is om een ander wezen gemarteld te zien worden. Waar het om gaat is dat we graag kijken naar rampen waarvoor we zelf gespaard blijven".

Blijft de vraag waarom zoveel mensen zeggen minder slecht nieuws te willen. Hun verklaring lijkt haaks te staan op de kijkcijfers van bijvoorbeeld de Golfoorlog en de ramp in de Bijlmer. Ligt hierin een zekere tweeslachtigheid? Of is het een blijk van hypocrisie? Geen van beiden. Slecht nieuws dat voor hoge kijkcijfers zorgt, gaat over andere zaken dan slecht nieuws waar mensen liever wat minder van zouden zien. Niet alles wat slecht nieuws heet, ligt even goed in de markt. CNN's Lynn Gutstadt hierover:

"Voor de nasleep van de Golfoorlog bestond nauwelijks belangstelling. Koerden en vluchtelingenkampen? Nee dank u. Trouwens, ook overstromingen in Bangladesh worden in zo'n periode snel weggezapt. De mensen zijn de ellende zat. (...) Ik zeg het u eerlijk: Koerden en Afrikaanse hongersnoden just don't push the right buttons" (Man; mei 1993).

Het is de verdienste van CNN dat ze de druk van de kijkcijfers af en toe durven te trotseren. Een serieus medium selecteert het nieuws niet in de eerste plaats op grond van het verwachte aantal lezers, kijkers of luisteraars, maar op grond van nieuwswaardigheid. Als oorlogsvluchtelingen en hongerdoden geen nieuws meer waren, dan zou er iets grondig mis zijn met de manier waarop de journalistiek functioneerde.

3.5 Conclusie

De nieuwsmedia schetsen vaak een overdreven negatief en dus onjuist beeld van de werkelijkheid. Ze blazen het slechte nieuws op, verzwijgen het goede nieuws of geven er een negatieve draai aan. Dit is zorgelijk, want een te negatieve voorstelling van zaken kan, in het geval van politieke en economische besluitvormingsprocessen, werken als een zichzelf vervullende profetie. Ook dreigen journalisten hun geloofwaardigheid te verliezen.

Wat is het alternatief? De oprichting van een goed nieuws krant? Waarschijnlijk zou die de werkelijkheid nog veel erger vertekenen. Een redactie dient in de eerste plaats nieuws te produceren, geen goed nieuws of slecht nieuws.

Misschien dat er wat zou veranderen als journalisten hun publiek wat serieuzer namen. Ze zijn vaak geneigd te denken dat alleen slecht nieuws in staat is de burger te mobiliseren voor de aanpak van maatschappelijke problemen. Vaak mijden ze om die reden het goede nieuws uit hun kolommen en blazen het slechte nieuws op.

Ook zou het een verschil maken als journalisten wat meer aandacht besteedden aan de achtergronden bij het nieuws en aan ontwikkelingen op de lange termijn. Gebeurtenissen zijn vaker negatief dan ontwikkelingen.

Een aantal journalisten werkt hier al aan. In 1991 werd de Nederlandse afdeling gericht van 'Journalists For Tomorrow'. Het betreft 'een overlegplatform van journalisten die met elkaar van gedachten willen wisselen over een positieve kijk op nieuwsontwikkelingen'. (De Journalist; 1991; nr. 14).

"We of the J.F.T., have decided to stop abusing the power of the pen to add only more criticism, cynicism and sarcasm to this already mentally polluted world. We've decided to give as much attention as possible to positive, constructive events in order to keep a healthy balance in our daily news diet. We no longer believe that 'good news is no news'; actually nowadays it's just the reverse: 'bad news is nothing new'. We have chosen to write about 'the other half of the truth' whenever possible. (...) We need to know about the present condition of our planet but also about the alternatives and possibilities we have for change."

Dit doet denken aan de manier waarop bij het Jeugdjournaal nu al gewerkt wordt. Eindredacteur Rob Maas: "Na elk zwaar onderwerp vertellen we hoe aan de ellende een eind kan worden gemaakt. We willen de kinderen laten zien dat de wereld het er niet bij laat zitten." (Trouw; 5-1-1991) De nieuwsprogramma's voor volwassenen zouden hier een voorbeeld aan kunnen nemen. Die kunnen voor het overige gewoon zichzelf blijven.

Tot zover de verantwoordelijkheid die journalisten dragen voor de oplossing van het probleem dat in deze scriptie centraal staat. In het volgende hoofdstuk zal het accent verlegd worden naar de verantwoordelijkheid van de nieuwsconsument. Die kan zichzelf, zoals zal blijken, veel ellende besparen door het tv nieuws te mijden en zich te beperken tot de krant.

Hoofdstuk 4

Televisie-nieuws versus de krant

De stormachtige opkomst van de televisie is in geletterde kringen lange tijd met argusogen bekeken. Het beeld zou het woord verdringen, heette het. Inmiddels weten we beter.

Al liep tussen 1955 en 1987 de tijd die de Nederlander aan lezen besteedde met veertig procent terug (Van Kaam; 1991: 78), van een instorting van de boekenmarkt en van de markt voor gedrukt nieuws is tot dusver geen enkele sprake. Elsevier-topman Vinken noemde kranten zelfs 'veelbelovende media'. "Ze zijn", zo zei hij, "veel resistenter tegen de televisie gebleken dan we vroeger dachten." (Van Kaam; 1989; 25).

Alle wassende televisie-stromen ten spijt, werd in 1987 per Nederlands huishouden nog 0,8 krant gedrukt, tegen 1,12 krant per huishouden in 1955. Die relatief geringe teruggang werd niet uitsluitend veroorzaakt door de televisie (Knulst; 1989; 241).

De totale oplage van de Nederlandse dagbladen vertoont nog steeds (al sinds 1974) een stijgende tendens. (De Journalist; 18-12-1992). En dat terwijl de kijkdichtheid van het tv nieuws de laatste jaren juist dalende is. (De Journalist; 1-3-1991), (De Journalist; 25-9-1992).

Het aantal krantelezers en journaal-kijkers ontloopt elkaar niet veel. Volgens de laatste metingen worden er in Nederland per dag 4,6 miljoen kranten afgezet. (De Journalist; 18-12-1992). Het aantal kijkers naar de nieuwsuitzendingen van de NOS en RTL4 schommelt rond de 5,2 miljoen. (Dienst Kijk- & Luister-onderzoek NOS; 17-5-1993).

De krant doet het blijkbaar zo gek nog niet. En zeker niet als we bedenken dat a) de meeste kranten door meer dan één persoon gelezen worden; b) de krant geld kost en het tv nieuws gratis is (de kijk- en luistergelden even buiten beschouwing gelaten); en c) aan het tv nieuws nauwelijks te ontkomen valt (er is altijd wel een huisgenoot die het wil zien, en bovendien is het vaak geprogrammeerd aan het begin of einde van een amusementsprogramma). Blijkbaar heeft de krant iets dat het tv nieuws niet heeft.

In dit hoofdstuk zal aannemelijk gemaakt worden dat het aantal mensen dat genoeg heeft van het nieuws kleiner zou zijn als het tv journaal nooit was uitgevonden en de krant nog steeds het monopolie had.

4.1 De impact van tv nieuws versus de impact van de krant

Wie slecht tegen slecht nieuws kan, doet er goed aan niet langer naar het journaal te kijken en zich te beperken tot de krant. Het maakt een belangrijk verschil of we lezen dat ergens ter wereld een groot aantal mensen is omgekomen, bijvoorbeeld bij een overstroming, of dat we bewegende beelden zien van voorbijrijvende lijken en treurende nabestaanden.

Toch blijf je altijd mensen houden die, tegen beter weten in, naar het tv

nieuws blijven kijken. Zoals daar is Martin van Amerongen, hoofdredakteur van de Groene Amsterdammer. Die zegt zijn ogen niet droog te kunnen houden bij het zien van huilende mensen in nieuwsprogramma's. Hij verbindt aan die uitspraak niet de conclusie dat het kijken naar tv nieuws niet aan hem besteed is. In plaats daarvan doet hij een oproep aan de programmamakers toch vooral geen tranensteming te kweken.

"Er is meer leed dan lust op de wereld, dat weet ik óók wel, en het is het *raison d'être* van de journalistiek hierover te berichten. Laat dit in vredesnaam zo koel en zindelijk mogelijk te geschieden. Zonder tranen. Die werken trouwens alleen maar contraproductief, net als de jaarlijks bekroonde gruwelijkheid van de World Press Photo, die ons alleen maar in ijlt tempo de pagina's doet omslaan, zoals wij bij de vertoning van de huilende Vietnamese vrouw meteen koffie zijn gaan zetten. Huilen is de op één na intiemste handeling, waarbij geen fotograaf of camera aanwezig hoort te zijn, niet op Schiphol, niet op begrafenissen en en niet bij het KRO-programma Spoorloos, dat ik werkelijk niet met droge ogen aan kan zien. (...) Verdriet, echt verdriet is *Privatsache*. Als wij met alle geweld de traanklieren wensen te kietelen gaan wij naar de film of het theater. Daar is het tentoongestelde leed artificieel, bevrijdend, niet echt en nét echt. Daar is het leed een katharsis, om een woord van de theaterspecialist Bertolt Brecht te lenen, een leed dat ons loutert. (...) Maar het échte leed - onwijs geselecteerd, onbegrensd gepresenteerd - loutert niet, maar werkt alleen maar de emotionele slijtage in de hand." (Van Amerongen; 13-03-1992).

Dat verdriet een intieme aangelegenheid behoort te zijn, en dat vertoningen van huilende mensen in het theater en in de bios thuishoren en niet in het journaal en in amusementsprogramma's - in al die dingen heeft Martin van Amerongen gelijk. Maar het getuigt van weinig realisme te pleiten voor 'traanloze' nieuwsprogramma's. De televisie is een medium dat het bij uitstek moet hebben van sensatie, spanning en dramatiek. Als het tv nieuws daarvan volledig gespeend zou zijn, dan zouden de kijkers massaal overschakelen naar het andere net. Bovendien kun je onmogelijk een nieuwsprogramma maken over erge dingen als je die erge dingen niet laat zien. Het kan niet de bedoeling zijn van een journaal of actualiteitenrubriek dat er alleen pratende mensen in beeld zijn.

4. 2 Het nut van tv nieuws vs. het nut van de krant

In hoofdstuk 1 werd gesteld dat nieuws meestal geen of weinig gebruikswaarde heeft. We zagen dat dit niet zonder gevolgen is voor mensen die slecht tegen slecht nieuws kunnen. Ze neigen ertoe zich af te schermen.

Toch is het mogelijk beter gebruik te maken van het nieuws. Mensen kunnen daarbij zelf een actieve rol spelen. Het lezen van de krant is namelijk een bezigheid die meer bruikbare informatie en kennis oplevert dan het kijken naar het tv nieuws. Mensen die ervoor kiezen zich te beperken tot de krant, besteden hun tijd nuttiger dan mensen die zich mede door de tv laten informeren. (Vooropgesteld natuurlijk dat mensen die zich beperken tot de krant niet minder tijd aan het nieuws besteden dan mensen die zowel de krant lezen als naar het tv nieuws kijken.) Er zijn tenminste zeven redenen om aan te nemen dat deze stelling juist is:

1. Het nieuwsaanbod van de krant is veel groter en gevarieerder dan dat van

de tv. Terecht wordt van het journaal gezegd dat het de voorpagina is van de krant. De meerwaarde van de krant bestaat uit de binnenpagina's en de bijlagen. De voormalig hoofdredacteur van het NOS-journaal, Ed van Westerloo hierover:

"Het televisiejournaal van acht uur duurt 20 minuten. Daar kunnen 2800 woorden in, dat is ongeveer evenveel ruimte als vier kolommen van een krantepagina, en daarin moet je proberen het hele wereldnieuws samen te vatten." (Bardoel; 1984; 100).

2. De krant is selectiever in het gebruik dan de tv. Als krantelezer ben je genoodzaakt actief op zoek te gaan naar informatie die je interesseert en waar je wat aan denkt te hebben. Geen mens die de tijd neemt de hele krant uit te lezen. Met het gevolg dat de oninteressante artikelen worden overgeslagen. Bij het tv nieuws ligt dat anders. Dat kun je niet doorbladeren. Tenzij je het op video opneemt en de oninteressante nieuwsitems doorspoelt (maar wie doet dat?). Nieuwsprogramma's worden meestal in de volle lengte uitgezeten, in de hoop dat er iets bijzit dat van onze gading is.

3. De krant is sneller in het gebruik dan de tv (en de radio). Deels heeft dat te maken met het vorige punt (over oninteressante stukken in de krant kun je snel heenlezen) en deels met het feit dat het lezen van een nieuwsbericht sneller gaat dan het luisteren naar een nieuwslezer die datzelfde bericht voor de radio of voor de televisie opleest. De historicus Johan Huizinga merkt daarover in 1935 het volgende op:

"De radio is (...) een vertraagde en beperkte vorm van kennis-opneming. Voor het tempo van onzen tijd is het gesproken woord veel te omslachtig. Lezen is de fijnere cultuurfunctie. De geest neemt lezende veel sneller op, hij kiest voortdurend, hij spant zich, hij slaat over, hij pauseert en denkt na, duizend geestesbewegingen in een minuut, die den hoorenden ontzegd zijn." (Van Kaam; 1991; 37).

Het schrift kan aanspraak maken op de titel van het snelste medium. Alle media die gebonden zijn aan het tempo van het gesproken woord, leggen het bij de overdracht van informatie af tegen de letteren.

4. De krant laat meer ruimte tot overdenking dan de tv. "...Hij pauseert, en denkt na", schrijft Huizinga in het bovenstaande fragment over de lezer. Het zou te ver voeren om te beweren dat de kijker en de luisteraar niet nadenken. Zij zijn daar echter alleen toe in staat voorzover hen dat door het medium wordt mogelijk gemaakt. Het lastige van radio en tv is dat men de nieuwslezer niet kan vragen even te pauzeren of de laatste zin of alinea nog eens te herhalen. Tenzij men gebruik maakt van een videorecorder, maar niemand die dat doet. Overdenking en reflectie zijn nodig om de betekenis van het gelezene, gehoorde en geziene ten volle te doorgronden. Alleen als we de betekenis van iets kennen, zijn we in staat het te toetsen op nut en bruikbaarheid.

5. Nieuws uit de krant is makkelijker te bewaren dan tv nieuws. Een kranteartikel kan worden uitgeknipt en opgeslagen in een archief. Mensen die van die mogelijkheid gebruik maken, doen dat in de veronderstelling dat de bewaarde informatie hen in de toekomst wellicht ooit van nut zal zijn. In principe is ook tv nieuws te bewaren op videobanden. De eerste Nederlander moet zich echter nog melden die er privé een archief op na houdt met tv nieuws. Een archief met tv nieuws kost veel tijd, geld en ruimte. Tijd omdat je voortdurend de videorecorder moet in en uitstellen; ruimte vanwege het bandmateriaal; en geld

vanwege de videobanden, de montageset en de tweede videorecorder die je moet aanschaffen.

6. Nieuws uit de krant beklift beter dan tv nieuws Dat is onder meer aangetoond in een onderzoek van Stauffer uitgevoerd onder een groep studenten. De studenten kregen een aantal vragen voorgeschoteld over nieuwsberichten waarvan ze kennis hadden kunnen nemen via radio, tv en krant. Stauffer en zijn medewerkers kwamen tot de conclusie dat het geschreven nieuws het grootste aantal goede antwoorden opleverde betreffende namen, getallen en andere feitelijkheden. (Postman; 1985; 149).

Dan is er een onderzoek gedaan in San Fransisco onder de kijkers van een populair nieuwsprogramma. Tweeduizend mensen werden na afloop van de uitzending opgebeld en gevraagd zoveel mogelijk onderwerpen uit het programma op te noemen. De resultaten van het onderzoek waren ontluisterend: meer dan de helft van de ondervraagden die zeiden het programma gezien te hebben, kon zich geen enkel onderwerp herinneren. (Playfair; 1990; 57).

Bovenstaande onderzoeksresultaten vormen eerder de regel dan de uitzondering. "Within the empirical and cognitive psychological traditions there has emerged a rather large and troublesome body of international literature which points out that viewers often have great difficulty comprehending and even recalling TV news items." (Dahlgren; 1988; 286).

Dat tv nieuws slecht onthouden wordt, hangt naar alle waarschijnlijkheid samen met het feit dat het niet of nauwelijks tot het bewustzijn doordringt. Uit hersenonderzoek blijkt dat mensen die tv kijken zich in een bewustzijnstoestand bevinden die vergelijkbaar is met die van iemand die slaapt of zich onder hypnose bevindt. Lezende en pratende mensen produceren geheel andere, actievere hersengolven en gebruiken meer hun linkerhersenhalft. (Playfair; 1990; 53/55).

Voor het feit dat tv nieuws nauwelijks begrepen en onthouden wordt, zijn grofweg twee redenen aan te wijzen. De eerste is reeds besproken onder punt 4: de geringe ruimte die het tv nieuws de kijker laat voor bespiegeling en reflectie. Belangrijker nog is de tweede reden: het beeldmateriaal leidt de aandacht van de kijker af van het gesproken woord die de kern is van elke nieuwsuitzending. Dat is vooral het geval wanneer beeld en geluid elkaar niet ondersteunen. Zoals: beelden van een gewelddadige demonstratie terwijl de presentator het eisenpakket opsomt, opnames van stenengooiende scholieren terwijl de commentaarstem het onrechtvaardige onderwijssysteem in Zuid-Afrika aan de kaak stelt.

Dat het gesproken woord de informatieve kern van het tv nieuws vormt, kan iedereen voor zichzelf bewijzen. Bekijk maar eens een nieuwsprogramma met de volumeknop op nul. Doe vervolgens het omgekeerde: beluister het nieuwsprogramma met het beeld weggedraaid. Ga ten slotte na welke versie van het nieuwsprogramma de meeste informatie bood: de kijkversie of de luisterversie. Een Amerikaanse kijker uit een onderzoeksgroep drukte het verschil als volgt uit:

"A lot of news they put on television is nothing-news. Kissinger running back and forth. That's no news. That's his job. I come back and forth to work every day. Why don't they put me on the news? ... I think there are a lot more important things happening." (Levy; 1977; 115).

De in Utrecht als hoogleraar geïnstalleerde mediadeskundige Jo Groebel denkt daar niet veel anders over:

"Politiek is voor velen het aan en afrijden van zwarte limousines. De scepsis jegens de politiek is misschien wel een gevolg van de manier waarop de media er mee omgaan. Alweer die koppen, denkt de kijker, alweer die dure auto's. Politiek wordt zo een ritueel vertoon waarover men sceptisch moet zijn.

Maar politiek is natuurlijk nog iets meer dan de ritens voor de camera." (HP/De Tijd; 26-3-1992).

Mensen die ondanks alles toch naar het tv nieuws willen blijven kijken, kunnen dat het beste doen met een zak over hun hoofd. De impact van het medium is dan in ieder geval afgezwakt. Bovendien worden nieuwsfeiten dan beter opgenomen en onthouden. Ze kunnen dan altijd later nog eens van pas komen.

7. Tv nieuws is oppervlakkiger dan nieuws uit de krant. Dat heeft ten dele te maken met het feit dat voor een nieuwsbericht in de krant doorgaans meer woorden (kunnen) worden uitgetrokken dan voor een nieuwsitem op televisie. Om de aandacht van de kijkers vast te houden, zijn de makers van nieuwsprogramma's genoodzaakt hun onderwerpen zo kort mogelijk te houden.

Robert Mc Neil, één van de presentatoren van het Amerikaanse 'Mc Neil-Lehrer Newshour' gunt ons een kijkje in de keuken van de tv journalistiek. "Het gaat erom", schrijft hij, "alles zo kort mogelijk te houden. Afwisseling, steeds nieuwe onderwerpen, vaart en actie moeten voorkomen dat de mensen zich gaan vervelen. Er wordt niet van u verwacht dat u aan enige opvatting, aan enig personage of enige kwestie meer dan een paar seconden aandacht besteedt." Volgens Mc Neil worden bij de samenstelling van een nieuwsprogramma de volgende stelregels gehanteerd:

"Het nieuws moet in hapklare brokken worden opgediend, het mag niet te ingewikkeld zijn, nuancering kan worden gemist, de boodschap moet eenvoudig en eenduidig zijn, beelden zijn een substituut voor denken en verbale precisie is uit de tijd." (Postman; 1985; 107).

Niet altijd is bondigheid een teken van trivialiteit en oppervlakkigheid. Maar in veel gevallen wel. Het is eenvoudig onmogelijk om de achtergronden van bijvoorbeeld een oorlog, een kabinetsvoorstel of volksopstand binnen het vluchtige bestek van een nieuwsprogramma voldoende inzichtelijk te maken.

De Britse auteur Guy Lyon Playfair werd eens in een discussieprogramma op tv gevraagd of hij 'very briefly' een bepaald standpunt kon verduidelijken. Zijn antwoord: "No. That's why I write books." Playfair werd geen tweede keer uitgenodigd voor dat bepaalde programma. "I soon learned that there are strict rules for behaviour on television, as in church or in the presence of royalty." (Playfair; 1990; 14).

De meest spraakmakende criticus van het tv nieuws (en van de tv in het algemeen) is ongetwijfeld Neil Postman, auteur van de bestseller 'Wij amuseren ons kapot'. Volgens hem zijn nieuwsuitzendingen "primair gericht op vermaak en niet op lering, bezinning of loutering." De paradox van Postman's stellingname is dat hij deze op buitengewoon kostelijke wijze in zijn boek uitwerkt:

"Wat er ook te zien is en welk standpunt ook wordt ingenomen, de grondgedachte is onveranderlijk dat het voor ons vermaak en plezier wordt getoond. Dat is ook de reden dat zelfs de nieuwslezer, die onze dagelijkse portie tragiek en barbarij aan huis bezorgt, ons op het hart drukt morgen wederom van de partij te zijn. Waarom eigenlijk? Je zou denken dat enkele minuten moord en andere ellende genoeg stof bieden om een maand lang slapeloze nachten te hebben. We nemen de uitnodiging van de nieuwslezer aan in de wetenschap dat het niet de bedoeling is dat we het 'nieuws' serieus nemen, dat het, zogezegd, allemaal maar een lolletje is. De hele opzet van een nieuwsuitzending geeft ons dit ook ondubbelzinnig te verstaan: het knappe uiterlijkheid en de minzaamheid van de man of vrouw die het nieuws leest, hun plezierige scherts, de herkenningmelodie, de levendige filmbeelden, de aantrekkelijke reclamespotjes - dit alles (en nog meer) vestigt de indruk dat

wat we zojuist hebben gezien geen reden tot droevenis is. (...) En we moeten degenen die hiervoor verantwoordelijk zijn niet te hard vallen. Het door hen bijeengegaaarde en uitgezonden nieuws is niet bestemd om te worden gelezen of gehoord. Ze brengen het op de televisie opdat het gezien wordt. Ze moeten zich voegen naar het medium. Er is geen sprake van boze opzet of gebrek aan inzicht; het gaat hier enkel om het feit dat 'goede televisie' weinig van doen heeft met wat in een uiteenzetting of in andere vormen van verbale communicatie als 'goed' wordt aangemerkt, maar alles te maken heeft met hoe beelden ogen". (Postman; 1985; 90/91).

4. 3 Conclusie

De impact van tv-beelden is groter dan die van kranteletters. Tegelijk is de gebruikswaarde ervan kleiner. Mensen die slecht tegen slecht nieuws kunnen, doen er daarom goed aan zich te beperken tot het nieuws uit de krant. Voor wie een tv in huis heeft, zal dat geen eenvoudige opgave zijn. Er is altijd wel een huisgenoot die het nieuws wél wil zien. En bovendien zijn nieuwsvrije tv-zenders een zeldzaamheid. Je kunt geen tv programma bekijken of er zit wel een nieuwsuitzending aan vastgeplakt.

Kunnen we hier spreken van een gat in de tv markt? Ruud Hendriks, de man achter het RTL4 nieuws, waagde het zich op een omroepscongres hardop af te vragen wanneer eens een Nederlandse televisiedirekteur het lef heeft een actualiteitenrubriek op te heffen. "Zo'n grote functie hebben ze niet meer en ze worden in elk geval slecht gemaakt." (De Journalist; 25-09-1992).

Hendriks deed zijn uitspraak in verband met de dalende kijkcijfers van de nieuws- en actualiteitenrubrieken. Het is interessant te merken dat deze daling het gevolg is van de toename van het amusementsaanbod op tv. Blijkbaar is het tv nieuws zelfs als amusementsprodukt niet goed geslaagd. Het verlossende woord is aan de televisiedirekteuren.

In het volgende en laatste hoofdstuk zal worden voortgeborduurd op wat in dit hoofdstuk is gezegd over de nutsaspecten van krant en tv. Met dit verschil dat in het volgende hoofdstuk het accent zal liggen op de krant.

Hoofdstuk 5

Het beperkte nut van het nieuws

Iedere maandag is in het dagblad Trouw een rubriek te lezen die op ludieke wijze geredigeerd wordt door 'Het Genootschap ter bevordering en verbreiding van nutteloze kennis'. De naamgeving van de rubriek geeft al aan dat de verzorgende redactie deze bestemd heeft voor berichten die zij als nutteloos beschouwt.

De suggestie die van zo'n rubriek uitgaat is dat de rest van de krant louter gevuld is met nuttige informatie. Die suggestie lijkt gerechtvaardigd te worden door het feit dat de berichtgeving van het Genootschap zich voornamelijk concentreert op het grijze verleden en dat de overige redacties van Trouw zich toeleggen op het nieuws en de actualiteit. Het idee dat de nieuwswaarde van een bericht een garantie is voor de gebruikswaarde van dat bericht, berust echter op een illusie. In een ingezonden brief maakt de auteur van deze scriptie de redactie en de lezers van Trouw hierop attent:

"Heel aardig die pagina van Het Genootschap op maandag. Eén vraag blijft echter onbeantwoord: waarin verschilt deze pagina van de rest van de krant? Dat er op vogeltrekdag 21.224 kieviten ons land uitvlogen, kwam ik die maandag wel tegen op pagina 3 maar niet op de pagina van Het Genootschap. Merkwaardig. (...)." (Trouw; 12-10-1989).

Blijkbaar heeft Het Genootschap niet het patent op de verspreiding en bevordering van nutteloze kennis. Ook de rest van de krant doet lustig mee. De neiging bestaat het bericht van de trekvogels als een uitzondering te beschouwen die de regel bevestigt. Toch kan ieder voor zichzelf bewijzen dat de gebruikswaarde van het meeste nieuws van nul en generlei waarde is. We roepen hierbij de vraag in herinnering die in hoofdstuk 1 aan de lezer werd voorgelegd: Hoe vaak komt het voor dat de nieuwsinformatie die u via radio, televisie en krant hebt verkregen, u behulpzaam is geweest bij het oplossen, verzachten of voorkomen van een voor u (en voor anderen) relevant probleem?

Het antwoord op deze vraag zou kunnen suggereren dat het buitengewoon beroerd is gesteld met het niveau van de journalistiek. Neil Postman ontzenuwt dit door er op te wijzen dat "de input (datgene waarover men wordt geïnformeerd) in elk communicatie-milieu altijd groter is dan de output (de gebruiksmogelijkheden)." (Postman; 1985; 73).

Dat neemt niet weg dat de één meer profijt heeft van het nieuws dan de ander. In het vorige hoofdstuk werd reeds gewezen op het feit dat krantelezers meer bruikbare informatie opdoen dan tv-kijkers. Dit om de simpele reden dat het nieuwsaanbod van de krant aanzienlijk groter is dan dat van de televisie. Hoe groter het aanbod, des te groter de kans dat iemand iets van zijn of haar gading tegenkomt.

Het medium waardoor iemand zich laat informeren is niet de enige factor die bepaalt in hoeverre mensen iets hebben aan het nieuws. Welke die andere factoren zijn daarover gaat dit hoofdstuk. In paragraaf 5.1 wordt gekeken naar de manier waarop het nieuws wordt aangeboden en of dat anders zou kunnen. In paragraaf 5.2 ligt de nadruk op de manier waarop mensen het nieuws tot zich nemen. In beide paragrafen blijven tv en de radio buiten beschouwing.

5. 1 Krant op maat

Er bestaat een mooie anekdote van Simon Carmiggelt die op een terras in Amsterdam een ontmoeting heeft met een Amerikaan die niet blij is met de inhoud van zijn krant. Herhaaldelijk roept de man 'shit', totdat hij de krant woedend op een stoel smijt. "Bevalt het nieuws u niet?" vraagt Carmiggelt. De man: "Baseball. Ik hou niet van baseball. Waarom zetten ze de hele goddamned krant vol met baseball?"

Amerikanen zoals in de anekdote van Carmiggelt zouden weleens zeldzaam kunnen worden. The New York Times, één van de grootste kranten in de VS, verschijnt tegenwoordig in maar liefst 30 tot 40 verschillende edities (met elk een minimumoplage van 50.000 exemplaren). Dit betekent dat de lezers voor een deel zelf kunnen bepalen hoe de krant die zij in de bus krijgen er uitziet. Geen sport in de krant? Dan krijgt u een krant zonder sport. Bent u geïnteresseerd in financieel-economisch nieuws? Dan abonneert u zich op een editie van de NYT die speciaal hieraan aandacht besteedt (Bedrijfsfonds voor de Pers; 1992; 78).

Waarschijnlijk is het slechts een kwestie van tijd voordat ook in Nederland kranten een dergelijk editie-systeem zullen krijgen. Door de individualisering en de ontzuiling is de vraag naar informatie sterk gedifferentieerd. Uitgeverijen hebben hier tot nu toe op gereageerd door de krant steeds dikker te maken. Dat heeft er echter toe geleid dat maar liefst 85 tot 95 procent van de artikelen ongelezen blijft (Van Kaam; 1991; 148).

Gesteld kan worden dat de opkomst van de massamedia gepaard is gegaan met een toenemende hoeveelheid nutteloze informatie. Het tegelijk willen bedienen van een te groot aantal onderling uiteenlopende belangstellingssferen levert in het informatieverkeer praktische problemen op. Je krijgt dan een enorme hoeveelheid 'blindgaande informatie'.

Dit geldt niet in de laatste plaats voor reclameboodschappen. Door het dikker worden van de krant is het voor adverteerders steeds moeilijker geworden hun doelgroep te bereiken. Niet voor niets is het aandeel van de dagbladindustrie in de nationale reclameomzet de laatste jaren sterk teruggelopen. Ook in andere landen doet deze trend zich voor. Adverteerders wijken steeds vaker uit naar alternatieve media. Dagbladuitgevers in de Verenigde Staten beschouwen direct mail als een van de grootste bedreigingen van hun product. Er wordt dan ook naarstig gezocht naar strategieën om dat gevaar te bezweren. Eén van de strategieën die daarbij hoge ogen gooit is die van de 'tailored newspaper', een krant op maat. (Bedrijfsfonds voor de Pers; 1992; 52 & 77). Een editie-systeem zoals dat van de NYT is daarom, behalve voor de lezers, ook interessant voor de adverteerders. Ze kunnen hun reclameboodschappen dan beter richten.

Probleem bij een editie-systeem zoals dat van de NYT is wel dat de krant een stuk duurder wordt. Dit omdat je meer journalisten nodig hebt om dezelfde lezerskring te bedienen. Immers: hoe meer edities, hoe meer artikelen er geschreven moeten worden. De oplossing voor dit probleem zit er echter al aan te komen. Nieuwe technische ontwikkelingen maken het mogelijk de krant via de telefoonlijn te distribueren. Voor het drukproces zorgt een printer die op de telefoonlijn is aangesloten. Deze techniek staat nog in de kinderschoenen, maar te verwachten valt dat het een grote toekomst heeft. Doordat de distributie- en drukkerijkosten wegvallen kunnen kranten meer geld uittrekken voor het journalistieke werk. De helft van de produktiekosten van de Nederlandse krant

bestaat uit distributie- en drukkerijkosten. (Van Kaam; 1989; 26). Het wachten is nu vooral op printers die in kwaliteit kunnen concurreren met de drukpers.

Tot die tijd moeten we het nog even doen met de fax. Toch wordt ook deze al driftig gebruikt voor nieuwsdoeleinden. Het gaat dan meestal om op bepaalde beroepsgroepen toegespitste informatie. Zo is er in Nederland een faxkrant speciaal voor accountants, belastingadviseurs en boekhouders bij grote bedrijven. Vier mensen, onder wie een journalist, pluizen daarvoor vier landelijke ochtendbladen, NRC en Financieel Dagblad door op nieuws dat interessant is voor de doelgroep. (De Journalist; 18-01-1991). In Alkmaar en omgeving verschijnt een faxkrant waarmee 400 bedrijven van sociaal-economisch nieuws worden voorzien (Trouw; 3-4-1992). In de Verenigde Staten wordt de faxkrant op dit moment vooral nog gezien als een aanvulling op de bestaande media. Bijvoorbeeld in de vorm van een fax-back-service, waarbij de lezer naar de krant belt met het verzoek een artikel terug te faxen. (Bedrijfsfonds voor de Pers; 1992; 87).

De thuis uitgeprinte krant-op-maat is niet het enige goedkope alternatief voor een editie-systeem zoals dat van de NYT. Een via de telefoonlijn aangeleverde krant kan ook op het beeldscherm van een computer weergegeven worden. De techniek hiervoor bestaat al, maar het zal nog enige jaren duren voordat deze binnen het financiële bereik komt van een grote groep mensen. Weliswaar is de huidige generatie pc's klaar voor interactief gebruik, de grafische kwaliteit laat nog te wensen over. Toch wordt een medium als Viditel al wel gebruikt voor nieuws-doeleinden. Beleggers die over de meest actuele koersinformatie willen beschikken, kunnen zich abonneren op Tijl Fondsdata. Dit is een elektronische krant die qua opmaak en gebruik vergelijkbaar is met Teletekst. Wil je een bepaalde pagina inzien, dan tik je daarvan het nummer in en de pagina verschijnt. Hoewel Viditel zich natuurlijk bij uitstek leent voor informatiediensten zoals Fondsdata, waarbij de gebruiker er belang bij heeft dat hij zo snel mogelijk op de hoogte wordt gebracht, is het niet ondenkbaar dat ook andere, minder nieuwsgevoelige communicatiemilieus van dit medium gebruik gaan maken. Omdat er niet hoeft te worden geïnvesteerd in een drukkerij- en distributiessysteem is het vrij goedkoop en dus makkelijk om een eigen informatiedienst te beginnen. Dit zou kunnen leiden tot een zeer pluriform aanbod. Special-interest bladen die in een gedrukte vorm geen commerciële basis hebben, zouden het in elektronische vorm prima kunnen redden. Het wachten is, zoals gezegd, op een verdere ontwikkeling van de consumenten-elektronica. Interactieve computers zullen eerst wat goedkoper moeten worden en beter van kwaliteit.

De krant op maat heeft de toekomst en de nieuwste ontwikkelingen op het gebied van de huishoud-elektronika brengt deze dichterbij. De vraag is alleen nog hoe één en ander zich zal ontwikkelen voor de dagbladen. Journalist-in-ruste Ben van Kaam (tot voor kort verbonden aan het Persinstituut) verwacht dat kranten hun informatie gaan aanbieden in de vorm van losse artikelen, pagina's of katernen. De redactie stelt dagelijks een menu samen en de abonnee maakt daaruit een keuze. Een soort jukebox systeem dus, waarbij alleen betaald wordt voor de opgevraagde informatie.

Van Kaam verwacht dat hierdoor nieuwe lezerskringen zullen ontstaan. Waar het merendeel van de krantenabonnees nu nog geabonneerd is op één krant zullen ze in de toekomst kiezen voor een combinatie van bijvoorbeeld het buitenlandse nieuws van NRC Handelsblad, de opiniepagina's van de Volkskrant, de sport van de Telegraaf en de regionale berichten van het Utrechts Nieuwsblad.

Journalisten raken, volgens Van Kaam, lichtelijk in paniek door dit soort toekomstperspectieven. Daartoe is geen enkele reden:

"Net zoals de omroep de ontzuiling teweeg heeft gebracht, zal de elektronische krant de opdeling in verschillende kranten opheffen. Er komt dus een soort tweede ontzuiling. Dat zich nieuwe kijkerskringen ontwikkelen vinden we heel gewoon, maar we worden duizelig als we aan dat stukje papier komen." (Reporter; oktober 1991).

Misschien dat Van Kaam hier iets te hard van stapel loopt. Als de introductie van een dergelijk systeem er toe zou leiden dat kranten inkomstenverlies gaan leiden, dan zullen ze er geen van allen aan mee willen werken. Inkomstenverlies ligt namelijk wel op loer, wanneer mensen de mogelijkheid krijgen, het geld dat ze eerst besteedden aan één krant, nu gaan verdelen over meerdere kranten. Kranten zullen alles doen om hun abonnees te behouden en hen niet minder te laten betalen dan ze nu doen. Voor wat hoort wat natuurlijk, dus zullen ze hun clientèle de mogelijkheid bieden te kiezen uit verschillende edities. Die worden dan via de telefoon thuisbezorgd en kunnen worden gelezen op de pc of in gedrukte versie via de printer.

De tweede ontzuiling van Van Kaam mag dan niet erg waarschijnlijk zijn. Wel valt te denken aan een soort aanvullende service voor abonnees die ook uit andere kranten willen vernemen wat over een bepaald onderwerp geschreven is. De abonnee geeft dan via zijn pc één of meerdere trefwoorden op. Het computersysteem van de krant waarop hij geabonneerd is, vist, op basis daarvan, de verlangde artikelen uit een centraal systeem, waarop alle kranten, die dezelfde service bieden, zijn aangesloten. De artikelen worden vervolgens digitaal via de telefoonlijn aangeleverd.

Een andere service die de krant aan de abonnees zou kunnen bieden is een on-line verbinding met het archief. Het opvragen van een artikel gaat nu veelal nog via een telefoontje naar de afdeling documentatie. Een paar dagen later heb je het dan in huis, inclusief een gepeperde acceptgiro. Via de pc zou dit allemaal veel sneller en goedkoper kunnen. Ook zou het gebruik van het krantearchief waarschijnlijk sterk toenemen. Veel artikelen, blijven ook na de dag van publicatie, relevant. Neem een willekeurige filmrecensie. Die blijft voor de lezer interessant zolang de gerecenseerde film in de bioscoop of op video te zien is. Dat kan behoorlijk lang zijn. Wat voor filmrecensies geldt, geldt natuurlijk ook voor veel andere informatie uit de krant. Vergeten wordt wel eens dat het krantearchief vele malen meer nuttige informatie bevat dan de krant op de deurmat.

De filosoof Schopenhauer heeft, in dit verband, over de journalisten en hun publiek eens het volgende opgemerkt: "Een hele menigte slechte schrijvers leeft enkel van de onnozelheid van een publiek dat niets anders wil lezen dan wat de dag zelf gedrukt is: dat zijn de journalisten. Toepasselijke benaming! Vertaald betekent dat: dagloners."

Hopelijk zal in de toekomst even driftig van het archief van de krant gebruik gemaakt worden als van het dagelijkse nieuwsaanbod. Het zou in ieder geval ten goede komen aan de verkregen hoeveelheid nieuws met gebruikswaarde.

Het Financieele Dagblad en het NRC Handelsblad geven het goede voorbeeld. Zij bieden abonnees de mogelijkheid via het telefoonnet rond te neuzen in de eigen archieven. Ook bestaat er reeds een databank met gegevens uit de archieven van meerdere kranten en uitgeverijen. De Nederlandse Persdatabank van InfoKey in Den Haag bevat, van het ANP, inmiddels 130.000 nieuwsberichten, 3.300 biografieën, 16.000 sportberichten en 15.000 Engelstalige berichten, benevens 10.000 documenten van IPS en 22.000 van het NRC Handelsblad. De Persdatabank is

in voortdurende onderhandeling met de directies van uitgeverijen over de opname van artikelen. De helft van de klandizie bestaat uit kranten en uitgeverijen. De andere helft uit overheden, banken en bedrijven. Het zal gezien de kosten voor het gebruik van de Persdatabank nog wel even duren voordat ook de niet-zakelijke gebruikers toehappen. De kosten bedragen f 100,- per maand, f 2,50 per minuut en f 0,25 per veertig regels. (De Journalist; 23-04-1990), (De Journalist; 23-07-1990), (De Journalist; 5-11-1990).

5. 2 Meer tijd voor reflexie

Het informatieaanbod is de laatste decennia explosief toegenomen. Niet alleen hebben we er meer tv-zenders bijgekregen en zijn de kranten dikker geworden, ook het aantal boeken, tijdschriften en wetenschap-pelijke publicaties groeit gestaag. Om nog maar te zwijgen van de elektronische revolutie die er aan zit te komen. Via de computer zal het mogelijk worden wereldwijd informatie aan te bieden en op te vragen. Het nieuwsaanbod kan zo overweldigend worden, dat de nieuwsconsument door de bomen het bos niet meer ziet. In de formulering van de communicatiewetenschapper Jan van Cuilenburg: 'Meer informatie, is minder informatie'.

Om 'informatie-overload' te voorkomen is van belang dat mensen weten wat ze willen weten en actief op zoek gaan. Het zoekgedrag van de nieuwsconsument is sterk van invloed op de mate waarin geprofiteerd wordt van het nieuws.

In de praktijk blijkt dat maar heel weinig mensen tot de categorie 'actieve zoekers' gerekend kunnen worden. Daarvoor is een viertal redenen aan te wijzen. In de eerste plaats is daar de gemakzucht van de mensen die hen naar het tv-amusement drijft. Ten tweede wordt allerwegen om onze aandacht gebedeld. De commerciële aard van de meeste informatie maakt dat deze zich opdringt via reclame-activiteiten en een aantrekkelijke vormgeving.

Ook is er de sociale druk die mensen ervan weerhoudt actief op zoek te gaan naar informatie die aansluit op de persoonlijke informatie-behoefte. Marian Koren, van het Nederlands Boek- en Lektuur centrum, hierover:

"Ik denk dat onbewust mensen het gevoel hebben dat ze bepaalde informatie niet mogen missen omdat ze anders niet meetellen. Dat je het in Nederland nauwelijks kunt veroorloven om geen televisie te hebben of geen abonnement op een krant of in ieder geval niet het laatste nieuwsprogramma gezien te hebben. Toch moeten we eens goed nagaan wat de waarde van al die dingen is."

"Als er dwang staat op het informatie-gebruik dan wordt een mens onvrij. De bedoeling is juist dat de mens met behulp van die informatie en kennis zichzelf bevrijdt, dat 'ie zichzelf een stapje verder helpt in zijn eigen ontwikkeling." (RVU; 15-1-1992).

Een mooi voorbeeld van iemand die zich aan de dwang op informatie-gebruik onttrokken heeft, is de econoom Arnold Heertje. "Dus toen indertijd die toestanden met de democratisering begonnen, kwamen hier hele stapels papier binnen, en ja, dan moet je dat allemaal lezen. Ik heb het de eerste keer gelezen en toen in de prullenbak gegooid en gedacht: ik moet nooit naar zo'n bijeenkomst en ik moet die stukken nooit lezen. Ik lees niets van alles wat hier aan papier binnen komt. Nou, dat heeft in het algemeen geen nadelen opgeleverd. Ik heb nooit gemerkt dat ik iets heb gemist. En er zijn ook allerlei dingen waar ik

niets van weet. Anderen bestuderen dat allemaal. Ik heb er nooit een minuut aan besteed en ik weet er niets van." (Sum; november 1991).

Een vierde reden is dat mensen eenvoudig niet de tijd nemen om na te denken over de eigen informatie-behoefte. Veel mensen weten niet wat ze willen weten, met het gevolg dat ze maar luk raak informatie in zich opnemen.

"Know yourself", schrijft de Amerikaanse journalist Howe in een handboek voor de nieuwsconsument. "Consult your own tastes, needs and prejudice and nobody else's". (Howe; 1940; 15).

Een wijze les. Waar een gedachtenloze en ongebreidelde informatie-consumptie toe kan leiden leert het sprookje 'De weetmuts' van Marten Toonder. Heer Bommel krijgt daarin een muts op zijn hoofd waarin alle informatie staat opgeslagen van de Rommeldamse bibliotheek, inclusief een aantal jaargangen van de krant. Prompt terroriseert hij zijn omgeving met slopende betweterij. Schilder Terpen Tijn krijgt te horen dat zijn artistieke technieken niet deugen, een bekeuring van Bulle Bas ontloopt Bommel door te verwijzen naar een arrest van de Hoge Raad en de psycholoog Zielknijper verneemt dat zijn theorieën allang achterhaald zijn door Zwederstern en Concombre. Tot zover gaat, wat het spuien van kennis betreft, alles goed, maar de last blijkt te drukken. Bommel krijgt zware hoofdpijnen, zijn mededelingen worden verward en hij begint in zichzelf te praten. Voor even lijkt hij nog soelaas te vinden in het oplossen van de kruiswoordpuzzels van Wammes Waggel. Maar als zelfs dat niet meer helpt, belandt hij in een hospitaal. Uiteindelijk verlost Tom Poes hem van zijn kwaal door een 'redenontleder' op de weetmuts te zetten. Deze ontleedt de beweegredenen van iemands kennis. De overmatige weetjes vloeien daarna probleemloos weg. Moraal van dit verhaal: weet wat u wilt weten. Gebrek aan zelfkennis leidt onherroepelijk tot een overdosis aan nutteloze kennis, met alle gevolgen van dien: een overlopend hoofd en een groot tekort aan informatie die er werkelijk toe doet.

De kans hierop is groter is dan ooit. Niet alleen is het informatie-aanbod de laatste decennia enorm toegenomen. Ook hebben mensen, door de naoorlogse welvaart, meer tijd gekregen voor mediaconsumptie. Verder is het informatieaanbod diffuser, gefragmenteerder geworden. Waar in het verzuilde Nederland meningen voorgebakken werden door predikende dominees en socialistische voormannen, moeten ze nu zelf worden gevormd. Mensen zijn genoodzaakt zelf structuur aan te brengen in de chaos die de wereld is. Die chaos is er door het verdwijnen van de Oost-West tegenstelling alleen maar groter op geworden. De media brengen een grote verscheidenheid aan meningen en inzichten - en de mediaconsument moet daar zelf wijs uit zien te worden. Lukt dat niet, dan kan verwarring en desoriëntatie ontstaan. De kans daarop is groter naarmate de genuttigde informatie het wereldgebeuren tot onderwerp heeft. Mensen die zich daarbij betrokken voelen, nemen geen genoegen met de mededeling dat ergens een hongersnood is uitgebroken of wat de tussenstand is van een gewapend conflict. Ze willen weten wat de oorzaken zijn en wat er aan gedaan kan worden. Niet dat de media daarover niet berichten (integendeel: ze verschaffen steeds meer achtergrondinfo), maar ze doen dit niet op een voorgebakken manier. Er worden verschillende deskundigen aan het woord gelaten, die er natuurlijk ieder een eigen mening op na houden. De lezer, kijker of luisteraar moet dan zelf maar zien wat hij daar mee doet. Daarvoor is tijd nodig en het probleem is nu juist dat mensen die niet of onvoldoende nemen. Men leest in een noodtempo de krant door of kijkt naar het journaal (dat sowieso al snel gaat) en gaat vervolgens over tot de orde van de dag. Dat is wat Schopenhauer bedoelde, toen hij

verzuchtte: "O, wie wenig muß doch einer zu denken gehabt haben, damit er zoviel hat lesen können."

Naar het VPRO-programma Talkradio belde een luisteraarster die het volgende probleem voorlegde:

"Ik lees iedere ochtend die krant en dan denk ik wel eens: in hoeverre word ik eigenlijk belazerd? (...) De ene week staat er dit in en de andere week wordt het weer tegengesproken (...) Wat moet je doen? Ik zit er wel eens aan te denken: zal ik de krant maar gewoon opzeggen?" (Talkradio; 15-9-1992).

De Amerikaanse journalist Richard Howe zou haar, in zijn handleiding voor de mediaconsument, wellicht als volgt geadviseerd hebben:

"You must know what newspapers and magazines you need not read, what radio programs you need not listen to. And in the newspapers you do read, you must concentrate on skimming the headlines -all of them- but you seldom need to read the complete text of any news story. Budget the time you spend following the news, and you will not only have more time left for other pursuits; you will actually achieve a better grasp of world affairs." (Howe; 1940; 16).

5. 3 Conclusie

De krant is een massaproduct en daar moet verandering in komen. Hoe kleiner de doelgroep waarvoor een journalist schrijft, hoe beter hij in staat is in te schatten waar zijn publiek in geïnteresseerd is. Nieuwe ontwikkelingen in de consumentenelektronica maken het in de nabije toekomst mogelijk een krant te exploiteren die meer is toegesneden op de individuele lezersbehoefte. Steeds meer mensen hebben een interactieve pc in huis. Zij kunnen daarmee de krant aangeleverd krijgen per telefoonlijn. Het geld dat de uitgeverij daarmee uitspaart (voor distributie- en drukkerijkosten) kan worden aangewend voor het opvoeren van de journalistieke produktie. Dat laatste is nodig om meerdere edities van dezelfde krant mogelijk te maken. Hoe groter het aantal edities waaruit een abonnee kan kiezen, hoe groter de kans dat er iets van zijn gading bijzit.

Behalve een krant op maat is ook een betere knipselservice gewenst. Dit kan door abonnees een vrije, elektronische toegang te verschaffen tot het krantearchief. Ze kunnen dan via hun pc reeds verschenen artikelen opvragen.

Doordat de krant dikker is geworden en het nieuws gefragmenteerder, zijn lezers genoodzaakt beter te selecteren en meer tijd uit te trekken voor reflexie. Probleem is dat dit te weinig gebeurt. Hier ligt een schone taak voor het middelbaar onderwijs. Dat zou, bijvoorbeeld via het vak maatschappijleer, jongvolwassenen kunnen leren bewuster gebruik te maken van nieuws en andere vormen van informatie.

Conclusie

De nieuwsconsument kan zich veel ellende besparen door het tv-nieuws te mijden en zich te beperken tot de krant. Tv-beelden komen veel harder aan dan geschreven berichten. Ook is de gebruikswaarde van tv-nieuws kleiner. Dit onder meer omdat de krant veel meer nieuws bevat. De kans is dan groter dat mensen iets van hun gading tegenkomen. Het verschil in gebruikswaarde tussen krant en tv-nieuws zal nog toenemen. Nieuwe ontwikkelingen in de consumentenelektronica maken het mogelijk een krant te exploiteren die meer is toegesneden op de individuele lezersbehoefte. Voorwaarde voor een efficiënt gebruik van een ruimer nieuwsaanbod is wel dat mensen weten wat ze willen weten. Ook van belang is dat ze zelf zin en betekenis geven aan het nieuws. Daarvoor is tijd nodig. Die wordt nu te veel besteed aan het luk raak opnemen van nog meer informatie. De gebruikswaarde van het nieuws is dan minder groot.

Dat niet iedereen genoeg heeft van het nieuws, heeft mogelijk te maken met 'beschermingsmechanismen' als afstomping en selectieve waarneming. Wie afgestompt is of een filter heeft voor onaangename informatie (d.w.z.: selectief waarneemt) zal waarschijnlijk makkelijker nieuws tot zich nemen. Helaas zijn afstomping en andere beschermende mechanismen vaak op een onbewust niveau werkzaam en is het gebruik ervan niet af te dwingen.

Wel zouden mensen ervoor kunnen kiezen minder tijd te besteden aan het nieuws. Het blijkt dan dat ze er beter tegen zijn opgewassen. Voor sommigen geldt bovendien dat de wereldproblemen van het nieuws als een soort uitklep dienen voor meer persoonlijke problemen. In dat geval is een nieuwsvrij dieet voorlopig de beste remedie.

Ook journalisten kunnen een steentje bijdragen. Vaak schetsen ze een overdreven negatief, dus onjuist beeld van de werkelijkheid. Ze blazen het slechte nieuws op, verzwijgen het goede nieuws of geven er een negatieve draai aan. Pogingen dit te veranderen, kunnen rekenen op waardering van het publiek.

Geraadpleegde bronnen

- APPLE, W. & GRUNBERG, N. (1982). Emotional reactions to news events. *Journal of applied social psychology*, vol. 12(6). nov.-dec. 1982.
- BARDOEL, J. (1984). TV-informatie. De wereld dichtbij en toch veraf; uit: *Media in Nederland. Deel 1*. Van Genneep.
- BARDOEL, J. (1989). De krant van morgen. De elektronische toekomst van de schrijvende pers. Stichting 'Het Persinstituut'.
- BARDOEL, J. & Bierhoff, J. (1991). *Informatie - achtergronden, analyses*. Wolters Noordhoff.
- BECKER, L.B. (1979). Measurement of gratifications. *Communication Research*, Vol. 6 No.1, January 1979
- BEDRIJFSFONDS VOOR DE PERS (1992). Tussen krantebedrijf en mediaconcern. Onder red. van Jan van Cuilenburg, Hein van Haaren, Frits Haselhoff en Lou Lichtenberg. Otto Cramwinckel.
- BENESCH, H. (1987). *Atlas van de psychologie*. Bosch & Keuning.
- BOVENTER, H. (1984). *Ethiek des Journalismus*. Universitätsverlag Konstanz GMBH.
- DAHLGREN (1988). Viewers' plural sense-making of tv news. *Media, Culture and Society*. vol.10 (1988).
- DE KOK, M. (1983). *De informatie-maatschappij. Natuur en techniek*. 1983.
- DE VALK, K. (1983). *Media en zingeving. Uit: De spiegel van de scherven*. Ambo.
- EVERS, H. & STAPPERS, J. (1988). *Televisie en zingeving*. Katholiek studiecentrum. Nijmegen.
- GERBNER, G. & GROSS, L. (1976). The scary world of tv's heavy viewer. *Psychology today* april 1976).
- GODFROY, F. (1977). *Wat vindt u van de oorlog in Grimaldi?* Doktoraalscriptie. Kath. Hogesch. Tilburg.
- HAHN, J.G. (1988). *Het zout in de pap. Levensbeschouwing en televisie*. Gooi & Sticht.
- HAMELINK, C. (1976). An alternative to news. *Journal of communication* 26.

Autumn 1976.

HEMELS, J. & HOEKSTRA, H. (1985). Media en religieuze communicatie. Gooi en Sticht.

HIROSE, H. (1986). The psychological impact of the Tokai Earthquake prediction: Individual's responses and the mass media's coverage. Japanese Psychological Research. 1986. Vol. 28, No. 2.

HOEKSTRA, H. (1984). Massamedia en gevoelsleven. - Niet te snel oordelen. Speling 2/84.

HOWE, Q. (1940). The news and how to understand it. Simon and Schuster.

HUMANISTISCH VERBOND (4-3-'91). Piet Vroon. Radiouitzending.

JANSEN VAN GALEN, J. (1993). Goed nieuws: geen nieuws. De journalist 12-02-93.

JOSLYN-SCHERER, M.C. (1980). Communication in the human services (A guide to therapeutic journalism).

KUBY, R.W. & PELUSO, T. (1990). Emotional responses as a cause of interpersonal news diffusion: The case of the space shuttle tragedy. Journal of broadcasting & electronic media. 1990, Vol. 34 (1).

LEVY, M.R. (1977). Experiencing television news. Journal of communication, autumn 1977.

MARTIN, K. (1947). The press the public wants. The Hogarth Press.

PALING, K.M. (1991). De wereld als halve waarheid. BZZTÔH.

PLAYFAIR, G.L. (1990). The evil eye. (The unacceptable face of television).

POSTMAN, N. (1985). Wij amuseren ons kapot. Het wereldvenster.

ROBERTS, F. & BACHEN, C.M. (1981). Mass communication effects. Ann. Rev. of Psych. 1981. vol.32

ROZENDAAL, S. (1989). De milieu-hysterie. Elsevier 30-9-1989.

RUSSELL. B. (1946). De geschiedenis van de westerse filosofie. Servire.

RVU (15-1-1992). Weten of vergeten. Radio-uitzending.

SCHOFIELD, J.W. & PAVELCHAK, M.A. (1989). Fallout from The Day After: The impact of a tv film on attitudes related to nuclear war. Journal of applied Social Psychology. 1989, 19, 5.

SPARKS, G.G. (1989). The prevalence and intensity of fright reactions to mass media. Communication Quarterly 37(2). Spring 1989.

- TER STEEG, L. (1989). Terwijl de kijker zich vermaakt. Meinema.
- TUIAVII (1920). De Papalagi. Heureka.
- VAN AMERONGEN, M. (1992). Maar het blijft obsceen. De Journalist 13-03-92.
- VAN CUILENBURG, J.J. (1982). Zuinig met, zuinig op informatie. Inaugurele rede.
- VAN KAAM, B. (1991). Het taaie leven van de dode letter. Otto Cramwinckel.
- VPRO (15-9-1992). Talkradio. Radio-uitzending
- VROON, P. (1989). Tranen van de krokodil. Ambo.
- WATTENBERG, B.J. (1984). The good news is the bad news is wrong. Simon and Schuster.
- WINSHIP, E.C. & ALLPORT, G.W. (1943). Do rosy headlines sell newspapers? Public opinion quarterly, summer 1943.

"In de vele papieren schuilt de grote wijsheid van de blanke. Iedere morgen en iedere avond moet hij er zijn hoofd tussen houden, om het opnieuw te vullen en te verzadigen zodat hij beter denkt en veel in zich heeft; zoals het paard ook beter loopt als het veel bananen gegeten heeft en zijn lijf flink vol is. Als de blanke nog op zijn mat ligt, draven boden reeds door het land om de vele papieren te verdelen. Dat is het eerste waarnaar de blanke grijpt als hij de slaap van zich afgestoten heeft. Hij leest. Hij boort zijn ogen in wat de vele papieren vertellen. (...) Alles, wat er gebeurt en wat de mensen doen en niet doen, wordt meegedeeld; hun slechte en goede gedachten en ook dat ze een kip of een varken geslacht hebben of een nieuwe kano hebben gebouwd. Er gebeurt niets in het hele land, dat niet nauwgezet door deze mat wordt verteld. De blanke noemt dat: goed van alles op de hoogte zijn. Hij wil alles precies weten, wat van de ene zonsondergang tot de volgende in zijn land gebeurt. Hij is verontwaardigd als hem iets ontgaat. Alles neemt hij begerig in zich op. Hoewel ook alle verschrikkingen vermeld worden en alles wat een gezond mensen-verstand liefst zo gauw mogelijk weer vergeet. Ja, juist dat slechte wat pijn doet, wordt nog nauwkeuriger dan al het goede beschreven en tot in alle onderdelen, alsof het niet veel belangrijker en plezieriger is het goede te vertellen in plaats van het kwade."

(Uit: De Papalagi, de redevoeringen van het Zuidzee-opperhoofd Tuiavii uit Tiavea (1920).)

"De luisteraar en kijker wordt op de hoogte gehouden, maar met de informatie kan hij niets doen. Hem worden hongerigen getoond, maar te eten kan hij hen niet geven. Hij ontvangt een prikkel om iets te doen, maar hij kan niet reageren zoals zijn instinct als sociaal wezen hem ingeeft. Te hulp schieten, aanraken, troosten of de handen uit de mouwen steken, kan niet. De afstand is slechts kleiner geworden. Dat veroorzaakt een gevoel van machteloosheid. Als een natuurlijke zaak ervaart de mens dat niet. Hoezeer hij ook afgestompt raakt, geheel wennen doet het blijkbaar nooit. De enige reactie is veelal het uitschrijven van een girootje en naar de dichtstbijzijnde brievenbus lopen. In de toekomst zal deze handeling worden teruggebracht tot het aanslaan van enkele toetsen op een personal computer. Daar moet iets op gevonden worden, want zo is de mens niet gebouwd."
(Uit: Het taaie leven van de dode letter; Ben van Kaam)

Paul zei: "Naar het nieuws luister je zoals je een sigaret rookt die je daarna in de asbak uitdrukt."

"Dat gaat er bij mij moeilijk in", zei de Beer.

"Maar je bent een hartstochtelijk roker! Waarom ben je er dan op tegen dat het nieuws op sigaretten lijkt?" lachte Paul. "Sigaretten schaden je gezondheid, terwijl nieuwsberichten je niet kunnen schaden en je bovendien een aangename verstrooïng bezorgen aan het begin van een dag vol vermoeïenissen."

"Is de oorlog tussen Iran en Irak verstrooïng?" vroeg de Beer.

"Dat ongeluk vanochtend, dat bloedbad op de spoorlijn, vind je dat zo leuk?"

"Je begaat de veel voorkomende vergissing dat je de dood ziet als een tragedie", zei Paul.

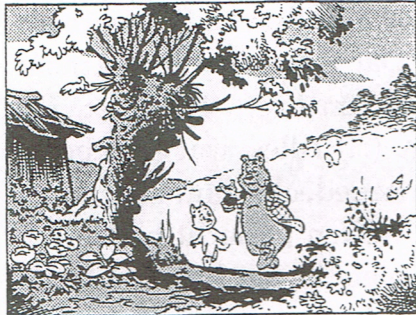
"Ik moet bekennen", zei de Beer ijzig, "dat ik de dood inderdaad altijd als een tragedie heb gezien."

"En je vergiste je", zei Paul.

"Een treinongeluk is een verschrikking voor degene die zich in de trein bevindt of wiens zoon erin zit. Maar in het nieuws betekent de dood precies hetzelfde als in de detectives van Agatha Christi, die trouwens de grootste tovenaars aller tijden is, want zij heeft moord veranderd in amusement, en niet één moord, maar tientallen moorden, honderden moorden, moorden aan de lopende band, gepleegd voor ons plezier in het vernietigingskamp van haar boeken."

(Uit: Onsterfelijkheid; Milan Kundera)

"Soms kan het me zomaar ineens naar de keel grijpen (...) Dan heb ik honderd-en-één-berichten gelezen, verhalen gehoord, foto's en reportages gezien over mishandeling, honger, oorlogsgeweld, (seksueel) misbruik, foltering, moord en doodslag. En al die honderd-en-één keer heb ik dan 'O, wat verschríkkelijk' gedacht, en er een tijd bij stilgestaan en me in meerdere of mindere mate machteloos, betrokken of zelfs schuldig gevoeld -om vervolgens toch maar weer over te gaan tot de orde van de dag. Het leven gaat door, immers? Maar het kan gebeuren -bij bericht honderd-en-twee bijvoorbeeld- dat mijn stoppen ineens doorslaan. (...) Dan kan ik er ineens niet meer tegen. Dan lijkt het eelt op mijn ziel toch maar heel dun te zijn of versleten. En dan kan ik -van het ene moment op het andere- niets goeds of moois of aardigs meer ontdekken aan de menselijke soort. Dan hoef ik even geen krant, opinieblad of achter-het-nieuws-programma meer te zien. Dan wil ik helemaal niets meer hoeven zien - kop in het zand en verder niks!"
(Uit: Margriet, nr. 7, 1992; Hankie Bauer)



‘Het leven is moeilijk, jonge vriend,’ sprak hij. ‘Heb je de krant gelezen?’

‘Zo’n beetje,’ zei Tom Poes. ‘Maar ik ging liever een eindje lopen.’

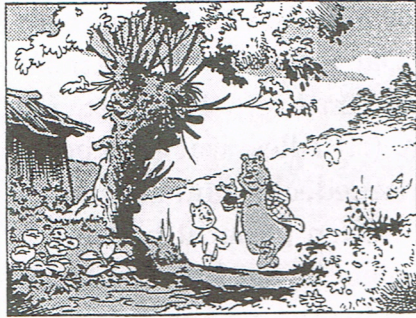
‘Juist,’ hernam heer Ollie. ‘Dat is nu precies wat ik bedoel, als je begrijpt wat ik bedoel. Als heer zijnde weet ik door het bestuderen van mijn dagblad precies wat er in de wereld te koop is, zodat ik niet voor elf uur klaar ben, met een zwaar hoofd, dat me omloopt.’

‘Wat hebt u daaraan?’ vroeg Tom Poes.

‘Veel natuurlijk!’ riep heer Bommel verontwaardigd uit. ‘Daardoor weet ik, dat niemand meer schijnt te weten wat goed of slecht is.’

(Uit: De Antiloog; Marten Toonder)





‘Het leven is moeilijk, jonge vriend,’ sprak hij. ‘Heb je de krant gelezen?’

‘Zo’n beetje,’ zei Tom Poes. ‘Maar ik ging liever een eindje lopen.’

‘Juist,’ hernam heer Ollie. ‘Dat is nu precies wat ik bedoel, als je begrijpt wat ik bedoel. Als heer zijnde weet ik door het bestuderen van mijn dagblad precies wat er in de wereld te koop is, zodat ik niet voor elf uur klaar ben, met een zwaar hoofd, dat me omloopt.’

‘Wat hebt u daaraan?’ vroeg Tom Poes.

‘Veel natuurlijk!’ riep heer Bommel verontwaardigd uit. ‘Daardoor weet ik, dat niemand meer schijnt te weten wat goed of slecht is.’

(Uit: De Antiloog; Marten Toonder)