



Huub Wijffjes

De constructie van crises

Enige inleidende beschouwingen over nieuwsdynamiek en geschiedenis

Een crisis is pas echt een crisis op het moment dat de media gebeurtenissen als zodanig verslaan. Betekent dit dat zij de crisis maken? Hoe groot is dan hun invloed op het verdere verloop van dergelijke gebeurtenissen? Huub Wijffjes beschouwt de rol van de media in crises en de zorgen hierover vanaf het einde van de achttiende eeuw.

Crisis? Welke crisis? De wereld is vol van crises. Alleen de laatste drie jaar al is in Nederland sprake geweest van bijvoorbeeld een WAO-crisis, een varkenscrisis, een crisis in het CDA, een crisis in de opsporing van criminele netwerken, een asielzoekerscrisis, een Groningse bestuurscrisis, een gekke-koeienziekte-crisis, een Srebrenica-crisis, een Bijlmerramp-crisis, meerdere politieke crises en verscheidene crises rond hoog water of overvloedige regenval. De internationale politiek sleept zich zelfs permanent van de ene netelige kwestie naar de andere brandhaard. Of dat betekent dat er ook meer crisisgevoel ervaren wordt is nog maar de vraag. Uit Amerikaans onderzoek van begin 1999 bijvoorbeeld, blijkt dat Nederlanders het op twee na gelukkigste volk ter wereld vormen, terwijl je uit de crisisopsomming de indruk kan krijgen dat we met de ene ramp na de andere te kampen hebben.

Althans, als we de media mogen geloven. Want crises worden vooral door media zichtbaar gemaakt en, volgens een toenemend aantal beschouwers en onderzoekers, zelfs gecreëerd. Als zich een crisis voordoet wordt al gauw gesproken van *vertekening*, *uitvergrotingen* *sensatiezucht* door media. Achter dergelijke geluiden schuilt een beschouwingswijze die aan media allerlei ongekende krachten toeschrijft. Media zouden niet alleen gezagsdragers, politie en leger voor de voeten lopen bij de uitoefening van hun functie, maar door hun opdringerige gedrag en sensatiebelustheid het publiek bovendien een verkeerd beeld geven van wat er werkelijk gebeurt.

Daardoor zouden ze in staat zijn de bevolking te demoraliseren, op te hitsen, in verwarring te brengen of tot verkeerd of ongewenst gedrag aan te zetten. En ze zouden carrières kunnen maken of breken en het gezag (in welke verschijningsvorm ook) ondermijnen, tegenwerken, schofferen of belachelijk maken. Kortom: ze maken een crisis waar die niet bestaat.

Is dat zo, en is dit inzicht wel zo nieuw? Deze vragen kunnen vanuit een historisch perspectief op de relatie tussen media en de werkelijkheid wellicht een verhelderend antwoord krijgen.

Publieke opinie

In de historiografie van pers en media is men geneigd de zelfstandige macht van media in politiek en cultuur in verband te brengen met de opkomst van de massapers aan het eind van de negentiende eeuw en vooral met de overweldigende opmars van audiovisuele media sinds het begin van de twintigste eeuw. De media met een massale verspreiding, zoals populaire kranten en tijdschriften, film, fotografie en televisie, zouden een ongekende macht hebben over wat men gewoonlijk 'de massa' noemde. Het is niet voor niets dat in de eerste decennia van de twintigste eeuw het fenomeen *publieke opinie*, dat reeds in de achttiende eeuw werd 'ontdekt', in hevige belangstelling van politiek en wetenschap kwam te staan.¹ Een van de interessantste zaken waarop het publieke-opinieonderzoek de aandacht heeft gevestigd is de rol van de media-producenten. Zij namen niet herkenbaar deel aan politieke of diplomatieke besluitvorming, maar rapporteerden daarover in de openbare sfeer. Die rapportage bepaalde vervolgens de toon en de richting van het openbare debat, soms sterker dan politici en diplomaten wenselijk achtten.

Op dat fenomeen was al eerder gewezen. Reeds in 1774 klaagde het conservatieve Engelse parlamentslid Edmund Burke over de macht van de mensen die met hun waarnemingen vanaf de publieke tribune het publiek beïnvloedden, een publiek overigens dat in de tijd van Burke nog geheel bestond uit een elite van in politiek geïnteresseerde burgers. 'There are three Estates in Parliament', zei Burke, 'but, in the Reporters' Gallery yonder, there sits a Fourth Estate more important far than they all'.² Zon-

1 Een sleutelwerk is: Walter Lippmann, *Public opinion* (New York 1922). Voor een kort overzicht van de historiografie zie: Harwood L. Childs, *De publieke opinie* (Utrecht 1968).

2 'Fourth Estate' in: Dennis Griffiths (ed.) *The encyclopedia of the British* (PRI-

der het te beseffen introduceerde Burke het begrip 'vierde macht', dat al snel een gevleugelde uitdrukking zou worden voor alles en iedereen die media produceerde.

Het was vooral toen media vanaf de tweede helft van de negentiende eeuw een andere verhouding schiepen tussen politiek, publiek en openbaarheid dat de vierde macht als een zelfstandige crisisverklonder begon te verontrusten. De negentiende-eeuwse commerciële massapers in de Verenigde Staten en Engeland wenste immers een anoniem massapubliek met een lage politieke interesse te bereiken. Journalisten van massakranten brachten het nieuws daarom dicht bij de belevingswereld van de individuele lezer in een simpele en overzichtelijke vertelstructuur. Ze formuleerden niet, zoals de traditionele politieke pers dat sinds de achttiende eeuw had gedaan, een herkenbaar en beargumenteerd standpunt, maar probeerden een impulsief gevoel over te brengen. Al doende ontdekten ze de attentiewaarde van het crisisgevoel, het gevoel van bedreiging door ongrijpbare en onvoorspelbare krachten zoals criminaliteit, ziekte, natuurgeweld, technisch falen, corruptie, uitbuiting en oorlog. Kranten begonnen te spreken over conflicten, bedreigingen en angsten in metaforen die niet appelleerden aan rationele argumenten maar aan gevoel en emotie. Er was niet meer gewoon moord en doodslag, maar er waren *moordmysteries* en *misdaadgolven* waarin *syndicaten* en *baronnen* een rol speelden. De besmettelijke ziekte werd een *epidemie* die als een *virus* de mensheid teisterde, dalende aandelenkoersen leidden tot *beurspaniek* en het corrupte gedrag van politici, militairen en *tycoons* werd ingedeeld in *affaires* en *schandalen*. In de rusteloze zoektocht naar nieuwe affaires onstond onder het motto 'the people's right to know' een geheel nieuw beroep: onderzoeks-journalist.³

In Nederland werd tegen de popularisering van de pers succesvol tegenwicht geboden door zelfregulering in de journalistiek. Daarin speelde de verzuiling een rol, maar zeker niet de enige. Binnen de sinds 1883 georganiseerde beroepsgroep der journalisten ontwikkelde zich een standsbesef dat op gespannen voet stond met, wat men noemde, 'sensatie-

VATE) press, 1422-1992 (New York 1992). Vgl. George Boyce 'The fourth estate: the reappraisal of a concept', in: George Boyce, James Curran en Pauline Wingate ed., *Newspaper history from the seventeenth century to the present day* (Londen 1978) 19-40.

3 R. Miraldi, *Muckraking and objectivity. Journalism's colliding traditions* (New York 1990).

journalistiek' en 'Amerikaanse toestanden'. Vooraan staan bij gebeurtenissen met een hoge nieuws- en amusementswaarde, zoals branden, rampen en moord en doodslag, was geen houding die hogelijk werd geprezen. Ook het graven naar misstanden en schandalen waarbij leidende figuren waren betrokken stond in een kwade reuk. De onderzoeksjournalistiek vond in Nederland slechts op bescheiden schaal navolging, vrijwel uitsluitend in de socialistische pers. Kenmerkend voor de Nederlandse journalistiek als geheel werd niet haar rol als 'de waakhond van de democratie' of 'de luis in de pels van het gezag', maar beheersing, leiding en terughoudendheid. De in vele opzichten overschatte Greet Hofmans-affaire werd bijvoorbeeld pas in de jaren zeventig als een affaire gedefinieerd. Toen tussen 1952 en 1956 de invloed van gebedsgenezerin Hofmans op koningin Juliana de politieke gemoederen daadwerkelijk bezig hielden, zagen journalisten juist in hun zelfgekozen terughoudendheid het bewijs van verantwoordelijk en zelfbewust gedrag.⁴

Internationale crises

De macht van de publieke opinie en de media die dat fenomeen vertolkten, bleek in eerste instantie bij internationale crises. In de Spaans-Amerikaanse oorlog om Cuba in 1898 bleek dat massamedia een stemming konden scheppen die politici dwong tot een reactie, omdat hun politiek mandaat in toenemende mate afhing van de steun van de massa. Hoewel modern onderzoek heeft uitgewezen dat de invloed van de pers niet moet worden overdreven, is de rol van de massapers (met name van uitgever William Randolph Hearst) in het uitbreken van de oorlog met Spanje een zeer opvallende politieke vernieuwing.⁵ De oorlog die Engeland tussen 1898 en 1902 met de Zuidafrikaanse Boeren uitvocht toonde voor het eerst

4 Over de affaire is het meest uitgebreid: Paul Koedijk en Gerard Mulder, *Léés die krant! Geschiedenis van het naoorlogse Parool* (Amsterdam 1996) 307-336. Voor de houding van de journalistiek zie het vanuit de conceptie van de journalistiek uit de jaren zeventig geschreven: H.J.A. Hofland, *Tegels lichten* (Amsterdam 1972) 106-127.

5 Toonzettend was lange tijd: Marcus M. Wilkerson, *Public opinion and the Spanish-American War. A study of war propaganda* (New York 1967). Recent overzichten van standpunten bieden: Louis Perez jr. *The war of 1898: the United States and Cuba in history and historiography* (Chapel Hill 1998) en Ivan Musicant, *Empire by default: the Spanish-American War and the dawn of the American century* (New York 1998).

ook de kracht van de fotografie en film. Foto's van platgebrande boerderijen, maar vooral die van vrouwen, kinderen en bejaarden die in mensonterende concentratiekampen werden opgesloten, veroorzaakten in Europa een anti-Engelse stemming die het Engelse leger dwong tot controle op de media.⁶ Men begon eisen te stellen aan de bewegingsvrijheid van journalisten, fotografen en filmers, maar ook werden de eerste pogingen gedaan om zelf mediaproducten te vervaardigen die het beeld van de oor-



Boer artillerie met fotograaf. Uit: E. Lee, *To the bitter end. A photographic history*

log in voor het leger gunstige zin bij zouden moeten stellen. Tijdens latere oorlogen zouden legers naast een militaire ook een media-strategie ontwikkelen.

Overigens bleek dat in de meeste gevallen de media weliswaar een zelfstandige factor in oorlogen en crises vormden, maar dat ze in landen waar ze vrij konden opereren het officiële beleid weinig tot niets in de weg legden. Integendeel, tijdens de Eerste en Tweede Wereldoorlog en nog geruime tijd daarna steunden de media in overweldigende mate de oorlogsinspanning van hun eigen land, zonder dat daarvoor de ernstige dwang, censuur of manipulatie nodig was die zo kenmerkend was voor dictato-

6 E. Lee, *To the bitter end. A photographic history of the Boer War 1899-1902* (New York 1985); John Branes, *Filming the Boer War* (Londen 1990).

riale regimes.⁷ Dat veranderde in de jaren zestig door een toenemende *kritische autonomie* in de media-wereld en de invloed van de televisie. De oorlog in Vietnam werd de eerste waarvan vrijwel dagelijkse beelden waren te zien bij mensen thuis. De Amerikaanse overheid bemerkte voor het eerst de invloed van dergelijke berichtgeving op het gevoel dat kijkers over de oorlog hadden. De televisie legde een grotere nadruk op het belang van de individuele mens en zijn emotie. Dit medium deed immers een beroep op vrijwel alle zintuigen tegelijkertijd en was bovendien gestructureerd in tijd, wat wil zeggen dat televisie niet zoals een krant of tijdschrift naar believen kon worden gelezen of teruggebladerd. Zij walste in één ruk over de kijker heen, en appelleerde eerder dan kranten aan diens verlangen emotioneel geprikkeld en/of vermaakt te worden met sterk herkenbare en invoelbare beelden en geluiden.

Uit de soms schokkende beelden die op de Amerikaanse televisie waren te zien en de publieke verontwaardiging die als gevolg daarvan ontstond, trok de Amerikaanse legerleiding de conclusie die bekend is komen te staan als 'de Vietnam-mythe'. Bij de ondenkbaarheid dat het machtige Amerikaanse leger verslagen zou zijn door een onbeduidend guerillaleger uit een derde-wereldland, moest de oorzaak van de nederlaag wel liggen bij een tekort aan steun bij het thuisfront. De media, de televisie voorop, zouden de bereidheid van het Amerikaanse bevolking om de oorlog te steunen hebben ondergraven, met name sinds het Tet-offensief van 1968. Vanaf die tijd zou de televisie hebben gefocust op slachtoffers en ellende, op hopeloosheid en onmenselijkheid en zou de pers (bijvoorbeeld de *New York Times* met de publicatie van *The Pentagon Papers*) vraagtekens zijn gaan zetten bij de rechtmatigheid en rechtvaardigheid van het regerings- en legerbeleid. De media begonnen eenzijdig de acties van de anti-oorlogsbeweging voor het voetlicht te brengen. Dat alles culmineerde volgens deze mythe in een defaitisme dat de bereidheid de oorlog voort te zetten ernstig aantastte.⁸

Dat schematische beeld, dat lijkt op Hitlers dolkstoot-interpretatie van het Duitse verlies in de Eerste Wereldoorlog, is inmiddels bijgesteld op grond van onderzoek door historici en communicatiewetenschappers. Het

7 Zie daarvoor de briljante analyses van Philip M. Taylor: *Munitions of the mind. War propaganda from the ancient world to the nuclear age* (Wellingborough 1990) en vooral: *Global communications, international affairs and the media since 1945* (Londen 1997) 59 e.v.

8 Taylor, *Global communications*, 108-113.

sleutelwerk in dit verband is ongetwijfeld *The 'Uncensored War'* van de politicoloog D.C. Hallin, die de inhoud van de *New York Times* en de televisiejournals analyseerde en daaruit de conclusie trok dat deze media eerder de stemming onder de bevolking hebben gevolgd dan bepaald.⁹ Pas

toen na veel aarzel-
ling de eerste beel-
den werden uitge-
zonden van dode en
verminkte Ameri-
kaanse soldaten
alsmede van de
schrikbarende re-
sultaten van wan-
daden tegen de
Vietcongen de bur-
gerbevolking, keer-
den de Ameri-
kaanse media zich
tegen de oorlogsin-
spanning, maar
niet eens in meer-
derheid. De pu-



blieke steun voor de Vietnam-politiek bleef ook vrijwel tot het eind in 1975 bestaan, ondanks de *uitvergroting* van de vredesbeweging door de media.

Maar ondanks dit soort nuanceringen over de kracht van media, zit sinds de ervaringen met de Vietnamoorlog de schrik er goed in bij politici, diplomaten en militairen. Die bezien vooral met zorg de neiging van media, met name de aan kortetermijn-emoities appellerende televisie, om oorlogen, conflicten of crises vanuit het menselijk of moreel perspectief te benaderen. Politici, diplomaten en militairen, die vanuit politieke, militaire en strategische overwegingen wensen te handelen in besloten circuits, voelen zich gehinderd dan wel in ongunstige posities geplaatst door wat wel eens de 'CNN-curve' of 'dubbelzinnige media-angst' wordt ge-

Een meisje heeft zich de door napalm aangetaste kleren van het lijf gescheurd. Foto's als deze zetten de publieke opinie over het Amerikaanse optreden in Vietnam sterk onder druk. Foto Nick Ut, uit: *World Press Photo*. Dit kritisch weerzien (Den Haag 1995).

9 Daniel C. Hallin, *The 'uncensored war'. The media and Vietnam* (Berkeley 1989). Voor de pers zie: Clarence R. Wyatt, *Paper soldiers. The American press and the Vietnam War* (New York en Londen 1993).

noemd.¹⁰ Met name sinds de televisienieuwsproducent CNN vanaf 1980 een imposant wereldwijd netwerk van 24-uurs-nieuwszenders heeft opgebouwd en zich tevens een belangrijke positie veroverde in de internationale nieuwsbeeldenmarkt, is sprake van het live meebeleven van conflicten, misstanden en oorlogen overal ter wereld. Dientengevolge krijgt een gemiddelde kijker steeds meer verslaggeving te zien van misdaden of misstanden die men niet uit eigen ondervinding, maar via het televisiescherm beleeft. De dramatische CNN-beelden en het daaraan gekoppelde crisiswoordgebruik wekken verontwaardiging of schuldgevoelens op. Niet zelden leiden die tot aandrang om militair dan wel humanitair hulp te bieden. Juist door het emotionele impuls karakter ervan, kan die aandrang consequenties hebben voor de politiek.

Maar dat is slechts één kant van de media-angst. De andere is dat verslaggeving van de consequentie van een militaire interventie (vooral de daarbij vrijwel onvermijdelijke slachtoffers) de publieke steun voor interventie vrijwel onmiddellijk weer ondermijnt. Beelden van hongersnood en burgeroorlog in Somalië begin jaren negentig bijvoorbeeld noopten acuut tot Amerikaanse interventie om een einde te maken aan mensonterende praktijken. Maar de beelden van verminkte Amerikaanse soldaten die door de straten van Mogadishu werden gesleept, noopten even acuut en hard tot terugtrekking. De symbolische beelden van hongerende Somalische kinderen werden op slag ingeruild voor even symbolische beelden van dorstige Amerikaanse soldaten met een wanhopige blik in de ogen.

Ook de westerse interventie in de Bosnië-crisis (1992-1996) laat een dergelijke media-invloed zien. Zo was in de zomer van 1994 bij de BBC een gefilmd portret te zien van het stervende weesmeisje Irma Hadzimuratovic. Het 'emotionele succes' van deze reportage leidde tot een hele reeks Bosnische weesmeisjes op televisie. Premier Major zag zich gedwongen de luchtbrug 'Operation Irma' te beginnen. Dit voorbeeld wijst erop dat journalisten de in principe onbegrensde hoeveelheid nieuws voor zichzelf en het publiek betekenis geven door overzichtelijke kaders (in communicatiewetenschappelijk termen: *frames*) te construeren waarin feiten worden gerangschikt, waarvan de journalisten aannemen dat ze de

10 Over de omgang van media, het publiek en de politiek met verre geweldsconflicten (o.a. Bosnië) zie de recente studie van de Engelse politicoloog (internationale politiek) Martin Shaw, *Civil society and media in global crises. Representing distant violence* (Londen 1996).

hoogste nieuws waarde hebben. *Frames* kennen veelal slechts een eenduidige betekenis of perspectief. De oorlog wordt bijvoorbeeld alleen vanuit de beleving van deelnemers aan de oorlog of vanuit een bepaalde morele positie weergegeven. Korte fragmenten videobeeld, die steeds worden herhaald, illustreren die betekenis bij televisie in de meest krachtige vorm. Metaforen en historische analogieën spelen bij de geschreven pers een rol.¹¹

Zo werd de ontdekking van Servische krijgsgevangenenkampen bij de Bosnische plaatsjes Trnopolje en Omarska in augustus 1992 geheel ingekaderd als het mogelijk begin van genocide in concentratiekampen. Door de verwijzing naar de Holocaust, nazi-praktijken en het westerse schuldbesef over *München* 1938, werd de druk op de NAVO om in te grijpen aanzienlijk vergroot. De gerenommeerde Amerikaanse politicoloog



Media werken graag met iconische beelden die de actualiteit in relatie plaatsen tot begrijpelijke historische voorbeelden. Tijdens de oorlog in Bosnië werden analogieën met de genocidepraktijken van de nazi's gemaakt. Het beeld van de magere moslim Fikret Alic achter prikkeldraad in een 'concentratiekamp' in Trnopolje in augustus 1992 (links) wekte doelbewust associaties met de beruchte, in vele kranten, boeken en tv-programma's gebruikte beelden van de zojuist uit nazi-handen bevrijde joden in Auschwitz in april 1945 (rechts). Het beeld van Fikret Alic vertelt een verhaal dat overeenkomt met de interpretatie van gebeurtenissen door journalisten. Achterwege blijven dus de beelden van de doorvoede mannen die in Alic' gezelschap op een met prikkeldraad afgezet veldje ergens achter een huis in Trnopolje stonden.

Foto's: http://www.informinc.co.uk.ITN-vd-LM/story/LM97_bosnia.html en Yidrael Gutman en Michael Berenbaum ed., *Anatomy of the Auschwitz death camp* (Bloomington en Indianapolis 1994).

11 Arthur ten Cate, *Sterven voor Bosnië? Het Bosnische interventiedebat: een case-study naar het gebruik van historische analogieën in de Nederlandse dagbladpers* (Afstudeerscriptie Geschiedenis Rijksuniversiteit Groningen; Groningen 1998).

en buitenland-specialist Bernard Cohen vertolkte in een bundel over de relatie tussen publieke opinie, media en buitenlands beleid de mening van vele militairen over dergelijke *media-frames*: 'By concentrating almost exclusively on the eminently pictorial human-interest aspects of the fighting in Bosnia-Herzegovina - people freezing in unheated nursing homes in Serajevo, children caught in small-arms fire, children separated from their families, emaciated men behind barbed-wire - television has stimulated a more active American (and international) consideration of interventionary policies in the former Yugoslavia'.¹²

Waar of niet, televisiejournalistiek is een realiteit waarmee terdege rekening gehouden moet worden. Politici en moderne westerse legers zijn dan ook steeds meer gaan proberen de mediaverslaggeving van militaire confrontaties en acties te sturen. Bij de Falkland-oorlog tussen Engeland en Argentinië in 1982 werden journalisten bijvoorbeeld vrijwel niet tot het strijdtoneel toegelaten. De schaarse foto's en videobeelden werden door militairen aangeleverd of konden slechts in streng gecontroleerd verband worden verzameld.¹³ Nu was dat in een ontoegankelijk oorlogsgebied op duizenden kilometers afstand van de rest van de bewoonde wereld gemakkelijker dan elders. Tijdens de Golfoorlog was het systeem waarbij journalisten alleen in gecontroleerde *pools* hun werk mochten doen en de VN-troepenmacht dagelijks spectaculaire, zorgvuldig geregisseerde persconferenties hield, ook tamelijk succesvol. Het beeld van een schone oorlog met een buitengewone effectiviteit van de westerse legers is sterker geweest dan dat van een relatief kleine trefzekerheid van de afgeworpen bommen.¹⁴

De manier waarop de Golfoorlog is verslagen, is een typisch product van pogingen tot beheersing van de verslaggeving door leger en politiek. Om die reden is het gedrag van de media en de autoriteiten in deze oorlog dan ook hevig bediscussieerd, zowel in journalistieke als wetenschappelijke

12 Bernard C. Cohen, 'A view from the academy' in: W. Lance Bennett en David L. Paletz, *Taken by storm. The media, public opinion, and U.S. foreign policy in the Gulf War* (Chicago en Londen 1994) 10.

13 Robert Harris, *Gotcha! The media, government and the Falklands Crisis* (Londen 1983); David E. Morrison en Howard Tumber, *Journalists at war. The dynamics of news reporting during the Falkland conflict* (Londen 1988). Over de media en de militaire beïnvloeding daarvan bij een groot aantal militaire interventies zie: Peter R. Young, *Defence and the media in time of limited war* (Portland 1992).

14 Philip M. Taylor, *War and the media. Propaganda and persuasion in the Gulf War* (Manchester 1992).

lijke kring. Journalisten richtten zich daarbij vooral op de vraag in hoeverre zij zich hebben laten manipuleren door militaire en politieke autoriteiten.¹⁵ Maar misschien nog meer dan van manipulatie en frustratie is de Golfoorlog een voorbeeld van de manier waarop een gebeurtenis betekenis krijgt in een voortdurend getouwtrek tussen autoriteiten die proberen het nieuwsaanbod te reguleren en controleren, de journalistiek die vooral uit is op pasklare *soundbites*, verkoopbare beelden en emotie, en actie- en belangengroepen in het thuisfront die in de crisissfeer van de oorlog een mogelijkheid zien hun deelbelang voor het voetlicht te brengen.

Crisis in eigen land

De voorbeelden uit de internationale praktijk werpen licht op patronen in de behandeling van nieuws die sinds de jaren zestig in Nederland bepalend zijn geworden voor binnenlandse crises. In Nederland werd door de ontzuiling en de daaraan gekoppelde vestiging van een onafhankelijke journalistieke cultuur de media-inhoud meer en meer gebonden aan de conventies van het medium enerzijds en aan normen van een nieuwe journalistieke cultuur anderzijds. Journalisten schiepen afstand tussen zichzelf en het gezag. De grondhouding van de journalist werd om het gezag voortdurend te controleren en te waken voor beschadiging van het publieke belang. De Watergate-affaire, waarbij tussen 1971 en 1974 twee Amerikaanse journalisten in naam van *het volk* en *de waarheid* het hoogste gezag ten val brachten, werd het voorbeeld van een nieuwe journalistieke cultuur, ook in Nederland.¹⁶ Journalisten gingen met soms diepgaand graafwerk zelfstandig op zoek naar crises, affaires en conflicten. Bij *Vrij Nederland* en andere linkse opiniebladen bereikte de onderzoeksjournalistiek in de jaren zeventig en tachtig een hoogtepunt, maar ook bij populaire bladen als *Nieuwe Revu* en omroepen als de VARA en IKON werd dat genre beoefend.

De jacht op een zo hoog mogelijke nieuws- en attentiewaarde, los van politieke, religieuze of andere ideologie, werd een andere belangrijke drijf-

15 Voor het journalistieke debat in de Verenigde Staten zie: Hedrick Smith ed., *The media and the Gulf War. The press and democracy in wartime* (Washington D.C. 1992).

16 Over de nasleep van de Watergate-affaire in de Amerikaanse journalistiek, maar ook in het geheugen van de Amerikanen zie: Michael Schudson, *Watergate in American memory* (New York 1992).

veer, die werd gestimuleerd door de als gevolg van technologische vernieuwing enorm toenemende concurrentie in het medialandschap. Het zorgde voor verhoogde 'concurrentie om nieuws' tussen journalisten onderling, maar ook tussen journalistieke en amusementsmedia. Steeds meer media gingen steeds luider rapporteren over zaken die een steeds indringender betekenis werd gegeven. Met een verwijzing naar de medische term hyperventileren wordt in dat verband ook wel gesproken over *mediahypes*.¹⁷ In het recente onderzoek naar ontstaan en ontwikkeling van hypes in Nederland wordt niet alleen gewezen op de rol van media, maar ook op die van politiek en samenleving. Een mediahype of -crisis kent weliswaar een eigen dynamiek en ontwikkelingspatroon waarop journalistiek gedrag of mediaconventies van invloed zijn, maar ook de politiek en belangen- of actiegroepen werken actief mee aan de constructie die een mediahype is. Het denkbeeld dat de journalistiek slechts weergeeft wat er gebeurt, is net zo achterhaald als de gedachte dat politiek en maatschappij de media passief over zich heen laten komen. Journalisten gebruiken een crisis om zich op een overvolle markt origineel en opzienbarend te kunnen profileren; politici zien in een crisissstemming mogelijkheden om diepingrijpende maatregelen te kunnen rechtvaardigen of (partij)politiek voordeel te behalen. Partijen en belangengroepen kunnen door middel van crises hun gezicht laten zien, hun bestaansrecht aantonen en hun eigenbelang najagen. Een crisis, kortom, is een constructie waarbij vele partijen betrokken zijn, maar die vrijwel uitsluitend die vorm krijgt via mediabemiddeling.¹⁸

De strijd om de constructie van het nieuws leidde tot inkaderingen van nieuwsfeiten in ondubbelzinnige verhalen vol conflict en alarm, waarbij journalisten en publiek het gezag voortdurend aan de kaak stelden, met name als het ging om aantoonbaar falen of in gebreke blijven. Dringende vragen over veiligheid en gezondheid werden opgeroepen. Crises, rampen, affaires volgden elkaar in hoog tempo op. Dat was vooral bij televisie het geval, omdat crisisgevoel goed paste in de verhaalstructuur en de spanningsboog van dat emotiemedium.

17 Zie voor een recente analyse van dat verschijnsel: Peter Vasterman, *Mediahype: nieuws maken door de opwindende verslating* (Utrecht 1999).

18 Ibidem. Zie ook de interessante analyse van het Crisis Onderzoek Team van de Rijksuniversiteit Leiden: *Crises in het nieuws. Samenspel en tegenspel tussen overheid en media* (Alphen aan den Rijn 1997). Vgl. Brian McNair, *The sociology of journalism* (Londen 1998).

De hogere crisisgevoeligheid van media leidde tot een andere houding van overheid, ondernemers en officiële instanties. Van hen werd niet alleen verwacht dat ze onder de hoge spanning van een crisisgevoel effectief konden opereren, maar ook dat ze daarover vrijwel permanent publiekelijk verantwoording aflegden.¹⁹ Vanaf de jaren zeventig slaagde men daarin steeds beter, omdat omvangrijke bedragen werden gestoken in voorlichtingsapparaten, mediatrainers en presentatie-adviseurs. De journalistiek werd een zelfstandig deel van een vrijwel permanent gevecht om de interpretatie van de dagelijkse werkelijkheid. De politiek, maar ook tal van steeds professioneler werkende belangengroeperingen namen daaraan deel.

Het resultaat zou je *permanente selectieve verontwaardiging* kunnen noemen. Uit de oneindige reeks werkelijkheden kiezen media die gegevens die men kan gebruiken om de aan het journalistieke vak inherente honger naar nieuwswaarde te stillen. Dat doen ze niet om het publiek een loer te draaien, maar juist om het publiek belang te dienen, de interesses van het publiek te bevredigen en haar gevoel te bevestigen. Sommige zaken wenst het publiek nu eenmaal niet als crisis gedefinieerd te zien. Zelden of nooit zal bijvoorbeeld de publicatie van het aantal verkeersdoden (1200 in 1998) reden zijn om de crisis van het autoverkeer uit te roepen; de 400 jaarlijkse AIDS-doden leveren veel meer crisisgevoel op dan de 9000 doden door longkanker; het minimale risico dat door het eten van vlees van met BSE besmette koeien mensen een dodelijk ziekte zullen kunnen oplopen was reden voor een maandenlange golf van aandacht in media, politiek en maatschappij. Crisisrijp zijn blijkbaar vooral nieuwe en incidentele gebeurtenissen die een emotionele snaar in de samenleving raken en die een korte spanningsboog, een grote nieuwswaarde en een grote mate van verbeeldbaarheid kennen. De structurele energie- en milieucrisis sinds de jaren zeventig werd vooral opgehangen aan kortstondige crises als de auto-loze zondag, de ramp met een olietanker, ludieke acties van de milieubeweging, de brand in de kerncentrale van Tsjernobyl en het na een wekenlang mediagevecht uiteindelijk toch niet afgezonken olieplatform *Brent Spar*. De hongersnood in Afrika is structureel, maar wordt alleen tot crisis verheven als in een bepaald land de zaak echt uit de hand loopt (zoals in

19 Zie daarvoor: U. Rosenthal, *Rampen, rellen, gijzelingen: Crisisbesluitvorming in Nederland* (Amsterdam en Dieren 1984) en het daarop voortbordurende, maar zich geheel op de rol van media concentrerende *Crisis in het nieuws*.

Rwanda of Sierra Leone) of als westerse hulporganisaties zorgen voor schrijnende beelden (zoals in Somalië en Ethiopië).²⁰

Slot

In het Nederlandse historisch onderzoek dringen de nieuwe inzichten over de dynamiek van media, overheden en belangengroepen bij het construeren van crises maar zeer langzaam door. Historici zijn doorgaans buitengewoon media-naïef. Aan de ene kant zijn er veel historici die media gebruiken als kritiekloze illustratie van wat er speelde in een bepaald tijdvak. Media fungeren dan als een *spiegel* van mentaliteit en cultuur. Aan de andere kant zijn historici geneigd te wijzen op de enorme *vertekening* die media gaven van wat zij, op grond van archiefonderzoek, als de historische werkelijkheid hebben gedefinieerd. Termen als propaganda en media-manipulatie vallen dan, maar doorgaans uitsluitend in relatie tot duistere regimes en verwerpelijke ideologieën.

Zowel de spiegel- als de vertekeninginterpretatie gaan uit van een werkelijkheid die ergens voor eeuwig is vastgelegd en die door historici kan worden uitgegraven mits men de juiste methode en bronnenkritiek toepast. Het is een opvatting die dicht in de buurt komt van het 'naïeve empirisme' dat de professionele journalistiek sinds de negentiende eeuw kenmerkt. De werkelijkheid bestaat in die opvatting uit feiten die slechts door middel van een betrouwbare methode hoeven te worden waargenomen of verzameld om een objectieve schets van die werkelijkheid te kunnen maken.²¹ Hoewel dergelijke opvattingen sterk zijn uitgesleten, zowel onder journalisten als onder historici, kost het in beide werelden blijkbaar moeite om over te schakelen op een interpretatie waarbij meer oog is voor het geconstrueerde karakter van wat men doorgaans feiten noemt. Het is voornamelijk nog een beperkt aantal mediahistorici dat onderzoek doet naar de constructie van de werkelijkheid die media maken op grond van vormtechnische, mediuimeigen en beroeps- en cultuurgebonden opvattingen, alsmede van de invloed van politiek en maatschappij daarop.

20 Zie daarvoor het soms onthutsende: Jonathan Benthall, *Disasters, relief en the media* (5e druk; Londen en New York 1995).

21 Zie daarvoor: Michael Schudson, *Discovering the news. A social history of American newspapers* (New York 1978) en Peter Vasterman en Onno Aerden, *De context van het nieuws* (Groningen 1995) 103-120.