

# De Witte Mars als product van de media

## De pers als mobilisatiealternatief voor bewegingsorganisaties<sup>1</sup>

Stefaan Walgrave en Jan Manssens

### 1 Inleiding

De naar schatting 300.000 deelnemers aan de Witte Mars van 20 oktober 1996 vormden met voorsprong de grootste demonstratie uit de Belgische geschiedenis. Maar de Witte Mars stond niet alleen. In totaal hebben we het aantal witte burgers, met dubbeltellingen erbij, op een goed miljoen geschat (Walgrave en Rihoux 1997: 111-114).

De vraag die in deze bijdrage voorop staat, lijkt eenvoudig maar is moeilijk te beantwoorden: hoe is het mogelijk dat zoveel Belgen op straat zijn gekomen, dat de mobilisatie zulke hoge vlucht nam? Die vraag is vooral pregnant omdat er geen sprake was van een mobiliserend apparaat, van witte bewegingsorganisaties of van mobilisatiesteun van de traditioneel mobiliserende actoren zoals vakbonden, politieke partijen, beroepsorganisaties, jeugdbewegingen of nieuwe sociale bewegingen. In een andere bijdrage in deze bundel werd daar dieper op ingegaan. Eerder hebben we de hypothese geformuleerd dat de Belgische media de rol en de functies die bewegingsorganisaties normaal gesproken vervullen, vrijwel volledig en met groot succes hebben overgenomen (Walgrave 1996). Het is die hypothese die we hier verder exploreren en met empirisch materiaal onderbouwen. We zoomen volledig in op de eerste maanden van de Dutroux-affaire, vanaf het losbarsten van de zaak midden augustus 1996 tot eind oktober 1996, tien dagen na de Witte Mars, omdat in die periode de grootste mobilisaties plaatsvonden. Binnen die periode leggen we ons volledig toe op *the making of* de Witte Mars.<sup>2</sup>

In het eerste deel van dit artikel grasduinen we in de sociologische literatuur over sociale bewegingen en mobilisaties. We stellen vast dat er relatief weinig aandacht voor de rol van de media is en dat het belang van de media in mobilisaties al bij al als vrij klein wordt ingeschat. Daarna geven we aan waaruit het onderzoek over de Vlaamse pers en de Witte Mars bestond om daarna de onderzoeksresultaten voor te stellen. In het laatste deel wordt de rol van de media gerelativeerd en wordt de discussie in een ruimer perspectief geplaatst.

## 2 Media en mobilisatie: mogelijkheden en beperkingen

*Mobilisatie tot collectieve actie: voorwaarden en stappen.* Waarom komen mensen op straat? Waarom engageren burgers zich in een sociale beweging, waarom tekenen ze petities? Om een mobilisatie van een zekere omvang te bereiken, moet aan een aantal voorwaarden voldaan zijn en worden doorgaans een aantal (chronologische) stappen doorlopen. Smelser (1962), een van de godfathers van de theorie van collectieve actie, beschreef de verschillende fasen en voorwaarden voor er sprake is van collectieve actie. Smelsers model is in de mobilisatieliteratuur intussen voorbijgestreefd omdat het te rechtlijnig, te ruw en onvolledig is. Zijn voorwaardenbenadering maakt echter nog steeds school en vraagt ook onze aandacht.

Een eerste belangrijk onderscheid is dat tussen actiemobilisatie en consensusmobilisatie (Klandermans 1984: 586-587). Het komt erop neer dat als mensen de opvattingen van een beweging of een mobilisator delen (consensusmobilisatie), dit nog niet betekent dat ze zelf effectief zullen participeren aan de actie; er is niet automatisch actiemobilisatie. Of om het met Smelser te zeggen: een *generalized belief* leidt niet automatisch tot (geslaagde) *mobilisation for action*. Om mensen op straat te krijgen moeten beide processen met succes doorlopen worden: een deel van de bevolking moet worden overtuigd van de juistheid van de doeleinden van de actie én ze moet ook worden aangezet om niet aan de wal te blijven roepen maar zelf de handen uit de mouwen te steken. Zo kunnen bewegingen met een grote achterban, of een groot mobilisatiepotentieel (Klandermans en Oegema 1997: 519), soms nauwelijks volk op straat krijgen, terwijl bewegingen met een relatief kleine weerklank in de bevolking soms wel op vrij massale mobilisaties kunnen bogen. Het komt er dus op aan dat er een mobiliserende ideologie ontstaat die een bepaalde situatie als onrechtvaardig definieert én die aangeeft dat die situatie kan en moet gewijzigd worden door collectieve actie (McAdam 1982: 52).

Het nogal vage concept consensusmobilisatie kan aan de hand van de *frame alignment* benadering (Snow e.a. 1986) verder ingevuld worden. Snow c.s. stellen dat de opvattingen van de potentiële achterban moeten overeenstemmen, of in overeenstemming gebracht moeten worden, met het discours van de mobilisator. Als er een goede aansluiting is tussen wat een bewegingsorganisatie openbaar verkondigt en de opinies van het te mobiliseren publiek, is mobilisatiesucces waarschijnlijk. De opvattingen waarover Snow c.s. het hebben, zijn geen particuliere opinies over concrete feiten of personen maar ruimere referentie- en interpretatiekaders of *frames*. 'Alle politici zijn corrupt' zou in de Belgische context zulk referentiekader kunnen zijn. Het komt er bij mobilisatie-inspanningen dan op neer juist zulke (soms verborgen en impliciete) referentiekaders te activeren en te bespelen. Objectieve feiten hebben slechts invloed als ze door middel van zulke kaders betekenis krijgen. Het afstemmen van de referentiekaders van de bevolking op die van de mobilisatoren kan op vier verschillende manieren gebeuren. Als er al een grote affiniteit is, dan vol-

staat het die gelijkenis in de verf te zetten (*frame bridging*); als er al een gunstig referentiekader voorhanden is, dan kan dat versterkt worden (*frame amplification*); als de verwantschap niet onmiddellijk duidelijk is dan moeten de bestaande referentiekaders bij de potentiële participant worden opengetrokken tot ook de collectieve actie die door de mobilisator geïnitieerd wordt er onder valt (*frame extension*); als er erg weinig affiniteit is dan moet men pogen de referentiekaders van de potentiële deelnemers te wijzigen (*frame transformation*). Beide eerste vormen van *frame alignment* zijn veruit de meest eenvoudige om te realiseren (Snow e.a. 1986).

Niet alleen consensusmobilisatie maar ook actiemobilisatie kan uiteen getrokken worden in verschillende facetten en processen. Tussen de overtuiging dat een situatie onrechtvaardig is en de opvatting dat collectieve actie daar iets aan kan verhelpen, laat staan het eigen participatiegedrag, liggen vele drempels. Klandermans en Oegema (1987: 529) gaven bijvoorbeeld aan dat slechts 5% van de respondenten die zich akkoord verklaarden met de doelstellingen van een geplande manifestatie ook effectief deelnam aan die betoging. Een adequate actiemobilisatie is in staat om de participanten te helpen die drempels te overwinnen, om hun denken in doen om te zetten. De uiteindelijke beslissing om deel te nemen is dan een kwestie van een afweging van de subjectieve kosten en baten. Overtuigd worden om een bepaalde opvatting te hebben kost de participant niets, deelnemen wel: tijd, geld, het risico slachtoffer te worden van geweld enzovoort. De keuze van het actiemiddel, de plaats en het tijdstip van de actie bepalen voor een stuk de kosten die deelname aan de actie met zich meebrengt (Klandermans 1984: 588). De baten zijn de waarde die aan de eventuele uitkomst van de actie wordt gehecht samen met de kans dat die collectieve actie inderdaad die gewenste uitkomst zal hebben. De gepercipieerde kans op succes of effectiviteitperceptie (Oberschall 1980) hangt samen met de verwachte opkomst (hoeveel mensen zullen deelnemen aan de actie), de verwachting dat de eigen participatie zal bijdragen aan het succes van de actie en de waargenomen kans dat de actie succes zal hebben als er veel mensen aan deelnemen (Klandermans 1984: 585). Alles te samen determineren ze de actiebereidheid van een potentiële deelnemer. Het is die afweging tussen de gepercipieerde kosten en baten die leidt tot motivatie om deel te nemen (Klandermans 1984: 584-585). Belangrijk is te benadrukken dat het gaat om de kosten (en de baten) zoals ze worden gepercipieerd, wat de mobilisator toelaat om die perceptie pogen te wijzigen (Klandermans en Oegema 1987: 520). Ook in de actiemobilisatie hebben we in hoofdte van de mobilisator te maken met *framing*-processen maar dan van een andere orde. Het gaat hier niet over het wederzijds afstemmen van referentiekaders over de sociale kwestie zelf zoals bij de consensusmobilisatie, maar wel over de collectieve actie die dat probleem uit de wereld moet helpen.

Mobilisatie is dus een soort afvallingskoers, een proces waarin verschillende stappen moeten doorlopen worden – niet altijd chronologisch – en waarbij in elke fase potentiële deelnemers afhaken (Klandermans en Oegema 1987; Oegema en

Klandermans 1994). (1) Niet iedereen is het eens met de visie op de problematiek waar de actie rond wordt gevoerd. (2) Niet iedereen die het eens is, wordt ook effectief aangezet en geactiveerd om deel te nemen. (3) Niet iedereen die het eens is en die wordt aangezet, weegt de kosten en baten van deelname positief af en is dus gemotiveerd. (4) Niet iedereen die het eens is, die wordt aangezet en die gemotiveerd is, neemt deel: er zijn allerlei mogelijk praktische barrières denkbaar (ziekte, slecht weer, geen tijd enzovoort) die tot gevolg hebben dat de intentie om deel te nemen niet wordt gematerialiseerd. Het komt er voor een mobilisator op aan om die uitval zo klein mogelijk te houden door op alle factoren samen in te spelen. Dit lijstje geeft aan dat actiemobilisatie niet alleen een kwestie is van het opdrijven van de motivatie om deel te nemen door de perceptie van kosten en baten te beïnvloeden, maar ook van het effectief aanspreken en activeren van de potentiële achterban en het zoveel mogelijk wegnemen van praktische barrières.

*De rol van de media in mobilisatie.* Al die verschillende facetten van mobilisatie, stappen die moeten gezet worden vooraleer er sprake kan zijn van collectieve acties van enige omvang, worden in de literatuur in overgrote mate toegeschreven aan organisaties. De mobilisatoren voor collectieve acties zijn inderdaad meestal (bewegings)-organisaties. Het zijn zij die pogen om hun visie op de betrokken problematiek aan het publiek op te dringen (consensusmobilisatie) en die daarna proberen om dat publiek ook in actie te brengen (actiemobilisatie). Indien organisaties ontbreken, kan vooral de actiemobilisatie onder bepaalde omstandigheden overgenomen worden door informele communicatienetwerken. In organisaties of communicatienetwerken wordt motivatie gecreëerd (zijnde percepties van baten en kosten) en worden potentiële medestanders aangesproken om deel te nemen (Klandermans en Oegema 1987: 520). In een andere bijdrage in deze bundel wordt verder ingegaan op de betekenis van formele organisaties en informele netwerken voor bewegingen en mobilisaties. Hier is de vraag aan de orde of de massamedia de rol van organisaties kunnen overnemen. Als we de mobilisatieliteratuur mogen geloven, is het antwoord negatief. Niet alleen is er relatief weinig aandacht voor de rol van de media in de mobilisatie, als er van de media sprake is dan wordt meestal gesteld dat hun invloed eerder gering is.

In de sociaal-wetenschappelijke literatuur is wel wat aandacht voor sociale bewegingen en de media (Molotch 1979; Schmitt-Beck 1990; Kielbowicz en Scherer 1986; Gamson en Wolfsfield 1993; Wolfsfield 1984; Van Zoonen 1992; Gitlin 1980; Hansen 1993). Kielbowicz en Scherer (1986: 72) zeggen zelfs dat 'the modern mass media have become central to the life and death of social movements'. Vooral de manier waarop sociale bewegingen in het nieuws kunnen komen door zelf nieuwsfeiten te creëren, wordt op verschillende plaatsen uitgebreid belicht (Schmitt-Beck 1990; Kielbowicz en Scherer 1986). Daarnaast is er ook aandacht voor het belang van media in agenderingsprocessen (Hilgartner en Bosk 1988), maar boeken of artikelen die specifiek gewijd zijn aan media en mobilisatie zijn niet dik gezaaid. De mobili-

satiefunctie van de media wordt wel aangehaald maar nergens staan de media centraal in de theorievorming over mobilisatie, laat staan in empirisch onderzoek. Schmitt-Beck (1990: 644) stelt zonder daar verder nog woorden aan vuil te maken dat de media eventueel wel kunnen bijdragen bij de 'rekrutering van aanhangers'. Gamson en Wolfsfield (1993: 116) stellen al even kort dat de media nodig zijn voor mobilisatie omdat 'most movements must reach their constituency in part through some form of public discourse' maar gaan daar niet verder op in. In de politieke benadering van sociale bewegingen vanuit de *political opportunity structure* (Eisinger 1973; Tarrow 1996) worden de media als filters, als facilitatoren of juist drempels voor collectieve actie beschouwd maar niet als echte actoren, met een eigen strategie en een proactieve rol. Media-aandacht is belangrijk en kan bewust worden uitgelokt door gewelddadige, massale of innovatieve acties, maar de eigen impact van die media op de mobilisatie zelf wordt niet in aanmerking genomen (Koopmans 1995). Wel wordt algemeen aanvaard dat de media het middel bij uitstek zijn voor geografische verspreiding of diffusie van protest. De mediaberichtgeving zorgt ervoor dat acties en actierepertoires elders zichtbaar en imiteerbaar worden. De media zorgen voor het overslaan van protest, voor besmetting op afstand (McAdam en Rucht 1993; Tarrow 1991; Walgrave 1994).

Als er toch iets specifiek over de mobiliserende kracht van de media gezegd wordt dan schat men die niet hoog in (McQuail 1993: 381; Snow, Zurcher en Eklund-Olson 1980; Vriamont 1994; Klandermans en Goslinga 1996). Klandermans en Oegema (1987: 520) stellen bijvoorbeeld dat 'The mass media are not very effective in convincing and activating people' en dat de eigenlijke actiemobilisatie dus beter via mailings, organisaties of vriendschapsnetwerken kan gebeuren. Ook wordt gesteld dat de media geen geschikt mobilisatiekanaal zijn als het gaat om participatie aan acties waarmee hoge kosten en/of grote risico's verbonden zijn (McAdam 1986; Briet, Klandermans en Kroon 1987; Hooghe 1996). Gewelddadige, militante collectieve acties kunnen dus niet of nauwelijks door de media bewerkstelligd worden. Maar ook bij de rol van de media bij andere, meer laagdrempelige collectieve acties worden heel veel vragen gesteld: meestal hebben de mobilisatoren te weinig naam-bekendheid om tot de media door te dringen en kunnen ze niet controleren welke berichten er over hun actie de wereld worden ingestuurd (Hooghe 1997b; Klandermans 1997). Klandermans en Oegema toonden daarbij onrechtstreeks aan dat het deelnemen aan een nationale betoging wel degelijk een daad is die inspanning vergt: alleen respondenten die effectief het voorwerp waren van mobilisatie-inspanningen door organisaties of in informele netwerken namen aan de door hen onderzochte manifestatie deel; geen enkele respondent die akkoord ging met de doelstellingen van de manifestatie maar geen formeel of informeel contact met de beweging had, nam aan de manifestatie deel (Klandermans en Oegema 1987: 525-526). Hoewel ze de media-invloed niet expliciet thematiseren, relativeert dat sterk de eventuele eigen, directe invloed van de media in de mobilisatie.



De gangbare mobilisatietheorie suggereert dus dat de media misschien wel mogelijke kanalen voor consensusmobilisatie zijn, ze zijn in de moderne maatschappij immers de bevoorrechte leverancier van informatie en referentiekaders (McQuail 1993), maar voor actiemobilisatie schieten ze te kort (Klandermans en Goslinga 1996). Klandermans (1997: 45 e.v.) meent dat de media minder een rol te spelen hebben in de *persuasive communication* (actiemobilisatie) maar zeker een bijdrage leveren in het scheppen van een gunstig mobilisatieklimaat (consensusmobilisatie), hoewel ook de eigenlijke creatie van het *collective action frame* in informele of formele groepen plaatsvindt. Kortom: de media kunnen het denken van de mensen wel in een bepaalde richting beïnvloeden, maar hun gedrag sturen is een andere zaak. Onze eigen analyse van de Vlaamse kranten en de Witte Mars suggereert dat die conclusie niet helemaal correct is.

Om het succes van de Witte Mars bij afwezigheid van traditionele mobiliserende middenveldorganisaties te verklaren, richten wij onze aandacht dus volledig op de rol die de media vertolkten. De thesis die wij naar voren schuiven, is dat de media de verschillende functies die de mobilisatietheorie onderscheidt, heeft waargenomen en er zo heeft voor gezorgd dat alle hindernissen of barrières werden genomen. In wat volgt, zetten we de verschillende facetten van de media-aandacht voor de zaak-Dutroux naast de eerder onderscheiden amplificatie, consensus- en actiemobilisatie. Eerst lichten we de gebruikte methode toe, daarna stellen we de resultaten voor.

### 3 Methodologie

Het empirische materiaal waarop we hier steunen, bestaat uit een gerichte codering van de berichtgeving over de zaak-Dutroux in vijf grote Vlaamse kranten. Het gaat om *De Standaard*, *De Morgen*, *Het Laatste Nieuws*, *Gazet van Antwerpen* en *Het Nieuwsblad*. De belangrijkste nationale titels uit de Vlaamse pers zijn in dit rijtje gevat. *Het Laatste Nieuws* (HLN) is de meest verkochte Vlaamse krant (gemiddeld 258.000 verkochte exemplaren tussen oktober 1996 en september 1997),<sup>3</sup> *Het Nieuwsblad* (NB) zit comfortabel op de tweede plaats (231.000 ex.). *De Standaard* (DS) is het zusterblad van *Het Nieuwsblad* en is de krant van de Vlaamsvoelende intellectueel (77.000 ex.). *De Morgen* (DM) is volop in opmars en wil de grootste kwaliteitskrant van Vlaanderen worden, het is het huisblad van de progressieve intellectueel (40.000 ex.). *Gazet van Antwerpen* (GvA) ten slotte, is een populaire regionale krant met een nationale uitstraling en lezerspubliek (125.000 ex.). Zowel ideologisch, als in doelpubliek, als in marktaandeel – samen hebben de vijf onderzochte kranten een marktaandeel van 75% van de in totaal 983.000 verkochte Vlaamse kranten – hebben we met deze vijf een goede doorsnede van de Vlaamse geschreven pers. In deze bijdrage gaan we niet in op de Franstalige Belgische pers.<sup>4</sup>

Aan de hand van een vragenlijst werd elk krantenexemplaar van de vijf titels in de periode van 16 augustus (terugvinden van Sabine en Laetitia) tot en met 31 oktober

1996 (66 kranten per titel, in totaal 329 exemplaren)<sup>5</sup> uitgebreid onder de loep genomen en inhoudsanalytisch gecodeerd. De codeurs werden op voorhand tot in de details getraind over de inhoudsanalyse en tijdens het coderingsproces werd er voortdurend bijgestuurd. Om te controleren of er niet teveel 'intercodeurvariatie' was, werden sommige kranten door verschillende personen gecodeerd. De vragenlijst bevatte een kwantitatief (grootte van de aandacht voor de zaak-Dutroux) en een kwalitatief onderdeel (aard en inhoud van de berichtgeving over de zaak-Dutroux: gebruikte woorden, verwijzen naar bepaalde gebeurtenissen of actoren enzovoort). Wat de kwantitatieve aandacht voor de zaak-Dutroux betrof, werd elke krant van de eerste tot de laatste pagina volledig doorgenomen. Dat was niet mogelijk voor de kwalitatieve analyse van de inhoud van de berichtgeving: in een periode van tweeëneenhalve maand publiceerden de vijf kranten maar liefst 914 pagina's die volledig gewijd waren aan de zaak-Dutroux. Alle artikelen over de zaak-Dutroux op de eerste pagina – toch het uithangbord van een dagblad – werden inhoudelijk doorgenomen. Als er geen (of slechts een zeer klein) Dutroux-artikel op de eerste pagina stond, werd het eerste (grote) artikel over de zaak-Dutroux in de krant doorgenomen. Alle onderschriften van alle Dutroux-foto's kwamen aan bod, evenals alle titels, ondertitels, tussentitels en kopstukjes (korte samenvatting of inleiding vooraan artikel) van de Dutroux-artikelen, van de lezersbrieven of van de opiniestukken over de affaire-Dutroux. Ten slotte werd ook het editoriaal volledig doorgenomen. We schatten dat we op die manier tussen de 10% en de 20% van de volledige Dutroux-berichtgeving effectief inhoudelijk doornamen.

Om de hypothese hard te maken dat de berichtgeving over de zaak-Dutroux uitzonderlijk was, beschouwden we de periode net voor het terugvinden van Laetitia en Sabine, van 1 tot en met 15 augustus 1996, als referentieperiode. Dezelfde titels werden gedurende veertien dagen met een gelijkaardig codeschema onder handen genomen (n=60). Omdat er toen nog geen sprake was van Dutroux, werd voor elk exemplaar van elke krant eerst uitgemaakt welk nieuwsfeit het meeste aandacht kreeg en daarna werd een identieke kwalitatieve en vooral kwantitatieve inhoudsanalyse van de berichtgeving over dat particuliere nieuwsfeit doorgevoerd.

#### 4 Amplificatie: de zaak-Dutroux in de verblindende mediaschijnwerpers

Zowel consensusmobilisatie als actiemobilisatie hebben een kwalitatief en een kwantitatief facet. Media versterken niet alleen het belang van een zaak door er veel of weinig over te berichten, we noemen dat amplificatie, ze creëren ook een bepaald beeld van de situatie of doen aan sensibilisatie. In deze eerste paragraaf zoomen we in op de algemene persaandacht voor de zaak-Dutroux vanaf midden augustus tot eind oktober 1996. In de volgende twee paragrafen gaan we in op het consensus- en op het actiemobilisatieproces.

De Vlaamse pers aandacht voor de zaak-Dutroux was enorm. We beschikken niet over vergelijkbare gegevens van andere uitzonderlijke nieuwsfeiten,<sup>6</sup> maar er is naar ons weten geen enkel nieuwsfeit dat in die mate en gedurende een zo lange periode de Vlaamse pers heeft beroerd. Enkele cijfergegevens kunnen dat staven. In tabel 1 zijn elf kwantitatieve parameters over de vijf geanalyseerde kranten samengebracht: het gaat over het gemiddeld aantal krantenpagina's gewijd aan de zaak-Dutroux (per krantenexemplaar); het gemiddeld aantal foto's over de zaak; het gemiddeld aantal lezersbrieven; het aandeel van de berichtgeving over de zaak-Dutroux in de totale berichtgeving van elke krant;<sup>7</sup> het aandeel van de foto's over de zaak in het totaal aantal foto's in de berichtgeving; het aandeel van de lezersbrieven over de zaak in het totaal aantal lezersbrieven; de mate waarin het hoofdartikel van de krant<sup>8</sup> over de zaak-Dutroux gaat; de mate waarin het editoriaal of commentaarstuk aan de zaak is gewijd; of de zaak-Dutroux het nieuwsfeit is dat het meeste aandacht krijgt in de krant; of de grootste titel van de krant<sup>9</sup> over de zaak-Dutroux gaat; en welk aandeel van de foto's op de eerste pagina over de zaak gaat.

Tabel 1 Kwantitatieve aandacht voor de zaak-Dutroux in de Vlaamse pers van 16 augustus tot 1 oktober 1996 (n=329)

Krant	Gemiddeld aantal pagina's over zaak-Dutroux	Gemiddeld aantal foto's over zaak-Dutroux	Gemiddeld aantal lezersbrieven over zaak-Dutroux
DM	3.09	6.56	2.41
DS	1.67	2.55	1.91
NB	2.77	7.73	4.02
HLN	3.71	14.35	4.76
GvA	2.65	8.60	5.12
Totaal	2.78	7.95	3.64

Krant	Aandeel pagina's over zaak-Dutroux in totale berichtgeving	Aandeel foto's over zaak-Dutroux in totaal aantal foto's	Aandeel lezersbrieven over zaak-Dutroux in de lezersbrievenrubrieken
DM	28%	26%	40%
DS	23%	18%	36%
NB	38%	36%	55%
HLN	40%	41%	54%
GvA	35%	37%	48%
Totaal	33%	32%	46%



Krant	Aandeel editoriaalen over zaak-Dutroux in totaal aantal editoriaalen	Aandeel hoofdartikelen over zaak-Dutroux in totaal aantal hoofdartikelen	Aandeel kranten waarin meeste aandacht naar zaak-Dutroux
DM	64%	50%	70%
DS	47%	58%	42%
NB	59%	68%	61%
HLN	62%	71%	71%
GvA	62%	60%	51%
Totaal	59%	61%	59%

Krant	Aandeel kranten waarin grootste titel voor zaak-Dutroux	Aandeel kranten waarin foto over zaak-Dutroux op eerste pagina
DM	50%	46%
DS	77%	36%
NB	62%	68%
HLN	85%	68%
GvA	54%	55%
Totaal	66%	55%

De cijfers spreken voor zich: alle kwantitatieve parameters wijzen op een ware Dutroux-mania van midden augustus tot eind oktober 1996 en dat in alle kranten, zowel kwaliteitskranten als populaire kranten. De tabel geeft aan dat er wel wat verschillen tussen de kranten waren – vooral *De Standaard* onderscheidde zich – maar dat ze alles ruim baan gaven aan de zaak-Dutroux. In wat volgt, zullen we geen onderscheid maken tussen de verschillende titels en alleen met de totaalcijfers werken. Het moet duidelijk zijn dat de krantenlezende Vlaming gedurende maanden gebombardeerd werd met Dutroux-nieuws. Gemiddeld een derde van alle nieuws uit binnen- of buitenland ging over de zaak-Dutroux, hetzelfde geldt voor het aandeel foto's, en dat 66 kranten lang (16 augustus-31 oktober). De parameters die ook rekening houden met de belangrijkheid en niet alleen met de ingeruimde plaats voor het nieuws, scoren nog hoger: allemaal rond 60%. In ongeveer 6 kranten op 10 ging het editoriaal over de zaak-Dutroux, was het hoofdartikel eraan gewijd,<sup>10</sup> werd er het meest ruimte aan besteed en kreeg de zaak de grootste titel mee. Ronduit indrukwekkend is bijvoorbeeld de prestatie van *Het Laatste Nieuws*, dat er in slaagde om gemiddeld elke dag meer dan 14 foto's over de zaak-Dutroux af te drukken en dat tweeënehalve maand lang vol te houden. De uitzonderlijke massaliteit van de Dutroux-berichtgeving blijkt ook als we de geanalyseerde periode vergelijken met de periode er net voor, de eerste twee weken van augustus 1996 (n=60). Voor elk krantenexemplaar uit deze referentieperiode gingen we op zoek naar het nieuwsfeit

waarnaar het meeste krantenruimte ging, met andere woorden het belangrijkste nieuws per dag. Voor dat bericht, dat in de meeste gevallen maar gedurende een dag de kranten in zijn ban kon houden,<sup>11</sup> werd ook nagegaan welk aandeel van de berichtgeving eraan besteed werd, hoeveel foto's er bij stonden, of het editoriaal er over ging enzovoort. Het mag dan wel in het midden van de zomervakantie zijn geweest, volop 'komkommertijd' en een niet echt representatieve periode voor de normale berichtgeving, maar de verschillen zijn frappant: op elke kwantitatieve parameter scoort de zaak-Dutroux gedurende tweeëneenhalve maand hoger dan alle belangrijkste nieuwsfeiten per dag van de hele referentieperiode samengenomen. Zo kreeg het belangrijkste nieuws gemiddeld 1.16 pagina's in de krant tegenover 2.78 voor de Dutroux-feiten; was gemiddeld 16% van de berichtgeving uit de referentieperiode aan dat particuliere nieuwsfeit gewijd, terwijl dat bij de zaak-Dutroux 33% was; kreeg het belangrijkste nieuws gemiddeld 2.63 foto's toebedeeld, de zaak-Dutroux scoorde gemiddeld 7.95 foto's; was het belangrijkste nieuws goed voor 30% van de editorialen, de zaak-Dutroux voor 59%; en zo kunnen we nog even doorgaan.

Maar er zijn nog andere indicaties van de amplificatie van de zaak-Dutroux die niet in de tabel terug te vinden zijn: in maar liefst 67% van de 329 kranten werd de norma-

*Figuur 1* Een voorbeeld van het doorbreken van de normale bladschikking en de massale aandacht die ook door *De Morgen* aan de zaak-Dutroux werd gewijd (14 pagina's op maandag 19 augustus 1996)



le bladschikking doorbroken naar aanleiding van de zaak-Dutroux. Zo vonden we in 65% van de kranten een speciaal kopje, bovenaan de pagina (bijvoorbeeld een rij naast elkaar gekleefde foto's van de slachtoffers). In 31 gevallen vonden we geen reclame op de voorpagina terwijl die daar normaal wel staat. De kranten pakten 26 keer uit met extreem grote titels. Er werden in totaal veertien bijlagen of extra katernen over de zaak bijgevoegd. Twaalf keer kreeg de eerste pagina een speciale lay-out mee. In 28 kranten verscheen er een fotoreeks over de zaak-Dutroux, bijvoorbeeld een aantal foto's van de slachtoffers op verschillende leeftijden (bijvoorbeeld het opgroeien van Julie en Mélissa) en in acht kranten werd een volledige fotopagina aan de zaak gewijd. Er was een krant die rouwbandjes rond de foto's van de slachtoffers liet afdrukken en een titel die een volledige pagina met een uitvergroete tekst vulde. De aandacht van de bevolking voor de zaak-Dutroux was dus zeker getrokken, om niet te zeggen dat de affaire er bij alle Vlamingen (en Belgen) werd ingeramd. Als aandacht van het publiek een belangrijk maar schaars artikel is (Hilgartner en Bosk 1988) dan was die voor de zaak-Dutroux alvast verzekerd. Maar dat zegt nog niets over de aard van de berichtgeving over de zaak-Dutroux. Hoe werd er over bericht? Welke interpretatieve kaders werden er aangereikt? Daarover gaat de volgende paragraaf.

## 5 Consensusmobilisatie: de breuk tussen de bevolking en de instellingen

De totale periode van tweeëneenhalve maand werd op basis van inhoudelijke criteria opgedeeld in zes perioden. De eerste periode loopt van de bevrijding van Sabine en Laetitia, over het terugvinden van Julie en Mélissa, tot de begrafenis van Julie en Mélissa (16-26 augustus, 9 krantendagen). De tweede periode is de periode van An en Eefje: het zoeken naar, het terugvinden en de begrafenis van beide adolescenten (27 augustus-11 september: 14 krantendagen). Dan volgt de nasleep van de dramatische vondsten (12-26 september: 13 krantendagen). Vervolgens is er de aankondiging van de advocaat van Dutroux dat hij Connerotte wil wraken en de aanloop naar het spaghetti-arrest en de eerste manifestaties (27 september-8 oktober: 10 krantendagen). De vijfde periode is de periode van de Witte Mars: ze loopt van het advies van de procureur bij het Hof van Cassatie om Connerotte van het onderzoek te halen, over de effectieve afzetting van de onderzoeksrechter, de volkswede die daarop volgt en de Witte Mars (9-21 oktober: 11 krantendagen). Ten slotte is er de periode na de Witte Mars (22-31 oktober: 9 krantendagen).

Centraal in de berichtgeving over de zaak-Dutroux, zeker in de periode juist voor de Witte Mars, was wat we het 'breukdiscours' zouden willen noemen (zie ook Masuy 1997: 30-32). De breuk tussen bevolking en overheid, 'de burger' en 'het systeem', het volk en zijn instellingen fungeerde als overkoepelend *master frame* waarbinnen bijna alle gebeurtenissen geduid werden. Kortom: er werd sterk benadrukt dat de reactie van de instellingen, het gerecht maar ook de politici, volledig haaks stond op

het aanvoelen in de bevolking. Woorden als 'ivoren toren', 'kaste', 'wereldvreemdheid', 'arrogantie', 'cenakels' waren niet uit de lucht. In *Het Nieuwsblad* vonden we twee representatieve staaltjes van dat breukdiscours: 'Blijkbaar zijn de schellen van de ogen aan het vallen. Zodanig zelfs dat de eerste minister warempel een mea culpa slaat. De politieke wereld leefde decennia lang in een ivoren toren waarin geen plaats was voor de opinie van de volksmens "die er toch niets van begreep"' (NB 23 sept. 1996, p. 2). Een ander voorbeeld van dit breukdiscours:

'Het signaal (van de bevolking) dreigt zowel de magistratuur als de politici te ontgaan. Hun cenakels zijn uitgegroeid tot cocons van inteelt en kruisbevruchting die vooral wereldvreemdheid uitstralen. Op recepties, commissievergaderingen en informele bijeenkomsten wordt met *dédain* gesproken over de "vox populi", over het morrende volk dat nu eenmaal om de zoveel jaar een uitlaatklep zoekt maar dan onveranderlijk vervalt in een politiek exploiteerbare lethargie. Is dat wel zo? Sommige zelfgenoegzame bevolkers van "het systeem", van "het establishment" lijken maar niet te begrijpen dat het protest fundamenteel tegen hen gekeerd is en niet langer tegen figuren als Dutroux of Nihoul' (NB 18 okt. 1996, p. 2)

In een kwart van alle kranten vonden we zulk breukdiscours terug. Dat breukdiscours bereikte een climax in de periode rond de Witte Mars: in 50% van de onderzochte kranten was het toen terug te vinden en ook de frequentie ervan nam toe in die

*Figuur 2* Het breukdiscours in woord en beeld, de voorpagina van *Gazet van Antwerpen* van 15 oktober 1996



periode. Toch hamerden de kranten van in het begin van de affaire op de afstand tussen de bevolking en de instituties.

Het beeld van de breuk vertoont grote gelijkenis met de in België ondertussen gecanoniseerde en beruchte ‘kloof tussen burgers en politici’ die alom aansprakelijk werd gesteld voor de verkiezingsuitslag van 24 november 1991, zogenaamde ‘Zwarte Zondag’ en voor de doorbraak van het Vlaams Blok. Zulk breukdiscours was dus niet onbekend en viel in vruchtbare bodem. Het *masterframe* klonk zich vast aan een vertrouwde interpretatie van politiek België (*frame bridging*). De voorpagina van *Gazet van Antwerpen* de dag na het spaghetti-arrest verzinnebeeldt dat breukdiscours: onder de reusachtige titel ‘Kloof nog dieper’ staan twee foto’s die letterlijk door een scheur worden gescheiden; langs de ene kant een grijzende rechter in hermelijn getooid en aan de andere zijde de woedende massa; in amper enkele paragrafen tekst is er viermaal sprake van de kloof tussen de bevolking en het gerecht (GvA 15 okt. 1996, p. 1).

De pers berichtte niet alleen over de vervreemding tussen de bevolking en zijn instellingen, maar koos duidelijk partij. Ze schaarde zich onomwonden achter het woedende volk en de getroffen ouders. Het door haar gebezigde woordgebruik toont dat duidelijk aan: woorden als ‘mijn’, ‘onze’, ‘wij’ en ‘ik’ geven aan dat de betrokken journalist uit zijn rol van waarnemer valt. Wat onder meer voortdurend terugkomt, was het ‘voor onze kinderen’ vertoog. In gemiddeld 17% van de geanalyseerde

*Figuur 3* Identificatie tussen media en bevolking, een bladzijde uit *Gazet van Antwerpen* van 19 oktober 1996





de stukken krant kwamen zulke identificatiewoorden voor; de periode net voor de Witte Mars spande weer de kroon met 32%. Tekenend was de voorpagina van *Gazet van Antwerpen* waarbij de krant verwees naar haar bijgevoegde affiche voor de Witte Mars met de kop: 'Wij zijn de nieuwe burgers. Wij stellen vragen' (GvA 19 okt. 1996). Of nog: 'De gevoelens van machteloosheid overheersen meer dan ooit in uw brieven, sedert het trieste nieuws van An en Eefje ons overvallen heeft. Al onze waarden lijken aan diggelen gevallen – wat moeten wij nu nog geloven, wie moeten wij nu nog vertrouwen, wat moeten wij nog doen?' (HLN 6 sept. 1996, p. 2)

Hetzelfde betrokkenheideffect zonder expliciete identificatie, werd ook op de omgekeerde manier bereikt, met name door de gevoelens van verdriet, onmacht en woede te verabsoluteren en hun algemeenheid te benadrukken. Dat gebeurt door absolute woorden te gebruiken als 'alle', 'iedereen', 'elke', 'overal', 'het gehele volk', 'het volledige land', 'het volk', 'de natie', 'de burgers', 'de Belgen', 'geen mens', 'de

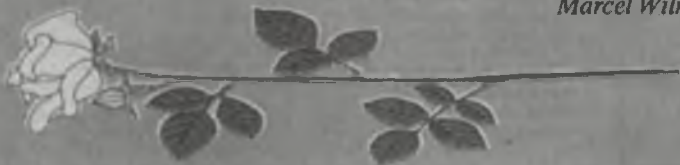
*Figuur 4* Een gecombineerd staaltje van betrokkenheid, identificatie, gemeenschappelijkheid met een politiek-structureel referentiekader, voorpagina van *Het Laatste Nieuws* van 21 oktober 1996 (de dag na de Witte Mars). De rest van de pagina werd gevuld met één enkele foto van een huilende Sabine Dardenne te midden van de massa en dat alles onder de titel 'Dankjewel mensen'

## Witte zondag

*Mooi is een volk, dat zich in het wit hult om in uitbundige stilte op te komen voor de diepste waarde die een democratie zou moeten bezielen, rechtvaardigheid. Mooi is de massa, die zich heeft verenigd rondom een groepje moeders en vaders, van wie enkelen weten dat hun kinderen nog hadden kunnen leven indien diezelfde democratie beter had gewerkt. Mooi zijn al de mensen, die zelf niet konden komen, doch die thuis of bij hun zondagtaak in gedachten bij hen waren.*

*De Belgen hebben hun land zijn verloren eer teruggeschonken. Helemaal alleen, zonder hun «leiders». Deze laatsten, met zoals het hoort de eerste minister op kop, waren gisteren al duchtig de beweging aan het «recupere-ren». Holle woorden en loze beloften zullen ditmaal echter niet volstaan. Wij zullen er mee voor zorgen dat ze deze witte zondag nooit zullen vergeten. Dit mooie volk heeft het verdiend.*

Marcel Wilmet



bevolking' ... *Het Laatste Nieuws* schreef: 'De verontwaardiging om het lot van Sabine en Laetitia, het verdriet om Julie en Mélissa en de angst om An en Eefje zijn gevoelens, die wij vandaag met zijn allen delen en die ons op een opmerkelijke manier verenigen' (HLN 21 aug. 1996, p. 2) en over de begrafenis van An en Eefje: 'Een bedroefd land neemt afscheid van An en Eefje, de twee vermoorde meisjes die we allen zo goed zijn gaan kennen' (HLN 7 sept. 1996, p. 5). Die woorden die de gemeenschappelijkheid in de verf zetten, werden frequent gebruikt doorheen heel de geanalyseerde periode: bijna een op twee kranten nam ze in de mond (49%); maar weer werd het hoogtepunt bereikt in de periode rond de Witte Mars toen 83% van de kranten met zulke absolute woorden uitpakte (en gemiddeld 3.01 keer per krant)! Het gebruik van zulke woorden is wel niet echt uitzonderlijk in het journalistieke metier, maar de berichtgeving over de zaak-Dutroux blonk er wel in uit. Dat leert een vergelijking met de referentieperiode waarin 22% van de kranten in hun berichten over het belangrijkste nieuwsfeit van de dag gelijkaardige woorden bezigde.

De breuk mocht dan wel het algemene referentiekader zijn, aan dat *master frame* werden heel wat andere elementen vastgehaakt. Er is sprake van *frame bridging* of van *frame extension* als elementen of referentiekaders die reeds een grote onderlinge affiniteit hebben, expliciet met elkaar in verband worden gebracht of als de bestaande referentiekaders zo worden voorgesteld dat ook de huidige gebeurtenis er onder valt. In de berichtgeving over de zaak-Dutroux vinden we die beide elementen terug, als om de haverklap werd gerefereerd naar andere verdwijningen van kinderen (die niets te maken hebben met Dutroux), naar andere Belgische affaires in het algemeen en naar een (eventuele) betrokkenheid van hooggeplaatsten. De boodschap was duidelijk: de affaire-Dutroux staat niet op zich, het gaat om een zaak uit een hele reeks, het is slechts het topje van de ijsberg. Kielbowics en Scherer (1986: 81) schrijven: 'The mass media are in a powerful position to synthesise seemingly fragmented and unconnected situations and create what appear to be widespread phenomena... (they) strive to convert stories about particular cases into examples of a general situation'. Het terugvinden van Sabine en Laetitia, Julie en Mélissa en An en Eefje leidde op de redacties tot een bestorming van de archieven in een zoektocht naar andere onopgehelderde verdwijningen. Vrijwel dagelijks kwam een krant op de proppen met een 'nieuw' verhaal over een of andere onopgeloste zaak uit lang vervlogen tijden die impliciet maar dikwijls expliciet aan Dutroux werd gehaakt. Sommige kranten maakten er een erezaak van om een zo volledig mogelijk luguber lijstje bij te houden. Soms leek het er op dat kinderverdwijningen dagelijkse kost zijn in België: 31% van alle 329 krantenexemplaren gewaagde van andere verdwijningen. Voorbeelden zijn legio: 'Nihoul genoemd in zaak Conrad-Bosmans' titelde *Het Nieuwsblad* (NB 15 okt. 1996, p. 6) en *Het Laatste Nieuws* verdacht Michel Nihoul er op 17 september 1996 zelfs van maar liefst 17 ontvoeringen van meisjes op zijn kerfstok te hebben. Sinds een aantal jaren zit België in een golf van politieke, andere

of would-be schandalen. Bijna eenderde van de kranten (30%) had het in zijn Dutroux-berichtgeving over die affaires en legde dus de brug tussen Dutroux en de scandalitis. Zo bijvoorbeeld in *Het Nieuwsblad*: '(De volkswoede) wordt niet alleen gevoed door de zaak-Dutroux, maar door een cumulatie van wrevel en argwaan om zoveel onopgeloste fraude-, smeergeld- en moordzaken, om politieke onzedelijkheid en zwaar gerechtelijk falen dat onbestraft blijft' (NB 18 okt. 1996, p. 2). Ook interessant is de mate waarin er sprake was van de betrokkenheid van 'hooggeplaatsten' zoals dat suggestief luidt. In 15% van de kranten, werd er gespeculeerd over hooggeplaatsten. Midden oktober 1996 titelde *De Morgen* op haar voorpagina 'Neufchâteau ontdekt VIP's in netwerk kinderporno' en voor wie nog twijfelde aan de betrokkenheid van hooggeplaatsten, voegde de hoofdredacteur er in het editoriaal aan toe: 'En ja, wat vermoed werd, blijkt ook te kloppen: Bourlet en Connerotte zijn uitgekomen op een netwerk dat al tientallen jaren in kinderporno actief is en waar inderdaad hooggeplaatsten in figureren'. (DM 11 okt. 1996, p. 2) Dat vertoog sloot naadloos aan bij de in België stilaan berucht geworden 'doofpot' waarin elke onwelriekende zaak waar 's lands machtigen bij betrokken zouden zijn, onvermijdelijk in terecht zou komen. Vooral het spaghetti-arrest gaf alom aanleiding tot doofpot-speculaties – 'onderzoeksrechter Connerotte moet weg omdat hij teveel op het spoor is gekomen' was een van de meest gehoorde – en het is dan ook niet verwonderlijk dat in de periode voor de Witte Mars (en het spaghetti-arrest) de betrokkenheid van hooggeplaatsten in 30% van de kranten ter sprake kwam.

De breukinterpretatie was dus het overkoepelende referentiekader (*master frame*), de zaak werd uitgebreid naar andere verdwijningen, naar de Belgische schandalen en naar de eventuele betrokkenheid van hooggeplaatsten (*frame bridging* en *extension*). Zeker even belangrijk was dat de zaak-Dutroux van in het begin door de pers een politiek-structurele lezing kreeg. *Het Laatste Nieuws* vatte het in één vette titel samen 'Geen toeval meer' (HLN, 7 sept. 1996, p. 1): de verdwijningen van en moorden op kinderen waren geen louter ongeluk, geen toevallige samenloop van omstandigheden. De schuldige was Marc Dutroux, maar ook de falende justitie en het politieke systeem dat het falen van justitie al jaren gedoogde en in stand hield. In plaats van een zaak van individuele verantwoordelijkheid, werd het een kwestie van structurele verantwoordelijkheid: 'De mensen zijn goed, maar het systeem is corrupt' (DM 17 okt. 1996, p. 2). Dat politiek-structureel referentiekader was van in het begin te horen bij het brede publiek (in de pers en op tv), waarschijnlijk vooral omdat de ouders Russo, Lejeune en Marchal al langer het politiek-structureel register bespeelden (Rihoux en Walgrave 1998). De pers heeft die interpretatie sterk in de verf gezet en dat structureel-kritisch discours volledig tot het hare gemaakt. Al op 21 augustus 1996 schuift *Het Laatste Nieuws* Marc Dutroux naar de achtergrond en legt in het editoriaal de nadruk op de 'fouten' en 'de verkeerde dingen' die 'in ons land' geleid hebben tot de moord op de meisjes (HLN 21 aug. 1996, p. 2). Er was hier sprake van *frame amplification*, het versterken van een reeds bestaand kader.

Vooral het herhaaldelijk geblunder van gerecht en politie werd ruim onder de aandacht van de lezer gebracht. In maar liefst 62% van de geanalyseerde kranten, twee op drie, werd er gesproken van fouten bij gerecht of politie. 'Nog meer fouten' kopte *Het Laatste Nieuws* onmiddellijk na het losbreken van de affaire (HLN 21 aug. 1996, p. 1). De nadruk op blunders bleef de gehele periode op erg hoog niveau, maar daalde wel lichtjes vanaf het begin van de zaak tot na de Witte Mars (van 78% naar 52%). Een tweede indicator van het politieke referentiekader was het grote aantal vermeldingen van de wet op de vervroegde vrijlating, de zogenaamde wet Lejeune, onder welk regime Marc Dutroux vervroegd vrijkwam om in zijn oude gewoontes te hervallen. Vlak na de inrekening van Marc Dutroux luidde het in een titel van *Het Laatste Nieuws* 'Wet Lejeune creëert criminelen' (HLN 21 aug. 1996, p. 9). In totaal kwam die wet in 19% van de kranten aan bod, maar er was een groot verschil tussen de eerste en de laatste periode: in de periode Julie en Mélissa was de wet Lejeune gespreksonderwerp nummer een (64%), na de Witte Mars was het geëvolueerd tot een te verwaarlozen thema (5%). Beide indicatoren geven aan hoe gedurende de geanalyseerde maanden de aandacht langzaam van het specifiek juridische wegdeef. Net het omgekeerde beeld zien we bij het vermelden van de politieke benoemingen in justitie. Gemiddeld vermeldde 20% van de kranten dat thema, maar vooral juist voor en na de Witte Mars waren de politieke benoemingen niet uit de lucht (30% en 66%). De politieke benoemingen groeiden in de pers dus uit tot hét centrale thema, het belangrijkste op te lossen probleem. Volgend ietwat poujadistisch citaat kan als voorbeeld dienstdoen: 'Het zal wel typisch Belgisch zijn dat de depolitisering (van de magistratuur) onderaan wordt aangevat. Terwijl het spreekwoord en inmiddels ook "de affaires" leren dat "de vis begint te stinken aan de kop"' (NB 9 okt. 1996, p. 2). We kunnen dus spreken van een geleidelijke 'dejuridisering' ten voordele van een politisering van de zaak-Dutroux in de onderzochte periode. Volgend citaat is daar een treffend voorbeeld van: 'Het falen van justitie is onvermijdelijk want het zit door die politisering ingebakken in het systeem' (DM 5 okt. 1996, p. 2). Minder eenduidige evoluties vonden we bij de vermeldingen van sancties voor de verantwoordelijken (gemiddeld 12% over de gehele periode), het vermelden van de eventuele bescherming van de daders (22%) of van de politieke verantwoordelijken (23%). Het toch relatief groot aantal vermeldingen van die structurele thema's geeft aan dat het politiek-structureel referentiekader algemeen werd naar voor geschoven.

De politisering van de gruwelijke moorden, kwam ook tot uiting in de woorden die door de journalisten gebruikt werden. De codeurs telden het aantal keer dat de woorden 'politici' of 'beleidsverantwoordelijkheden' voorkwamen (34%), 'de structuren', 'de instellingen' of 'het systeem' (25%), 'de politiek' (32%), 'de minister' of 'de regering' (51%), 'het parlement' of een 'parlements lid' (25%) en ten slotte 'de burger(s)' (22%). Zonder uitzondering steeg de gebruiksfrequentie van elk van die politiek-institutionele woorden sterk in de periode rond de Witte Mars en in de meeste



gevallen piekte het gebruik van die woorden in dezelfde periode: politici of beleidsverantwoordelijken werden in 54% van de kranten in de Witte-Marsperiode vermeld, de structuren, de instellingen of het systeem scoorden 33%, de politiek 43%, de minister of de regering kwam uit op 48%, het parlement(slid) op 30% en de burger(s) op 61%. Vooral de burger verscheen rond de Witte Mars in volle glorie op het mediatoneel, tevoren was hij zo goed als afwezig. De zaak-Dutroux werd dus met het traditioneel politiek-institutioneel vocabularium te lijf gegaan en het dus is zonneklaar dat het op de eerste plaats een politiek dossier was, zeker in de periode van de Witte Mars.

We gingen ook na welke waarden door de schrijvende pers in verband met de zaak Dutroux genoemd werden. Ging het eerder om wat je persoonlijke waarden zou kunnen noemen of eerder om politieke waarden? De meest genoemde waarde was verantwoordelijkheid dat in 46 kranten genoemd werd. Daarna volgden sereniteit (45), vertrouwen (41), solidariteit (39), democratie (33), onpartijdigheid (28), menselijkheid (27), de rechtsstaat (27) en rechtvaardigheid (24). De journalisten schuwden de grote retoriek dus niet. Een vergelijking met de referentieperiode leerde, dat zulk waardediscours niet echt de normale praktijk is: in de berichtgeving over de zaak-Dutroux werden bijna driemaal zoveel waardewoorden gebruikt dan in de berichtgeving van alle belangrijkste nieuwsfeiten uit de referentieperiode. Afgezien van sereniteit en eventueel solidariteit en menselijkheid kan je zeggen dat de meest frequent genoemde waarden allemaal van politiek-structurele aard waren. Als we de periodisering mee in de analyse betrekken, zien we dat zowat alle waarden het meest genoemd werden in de periode van de Witte Mars en dat de politieke waarden in die periode opvallend hoger scoorden dan de persoonlijke waarden. Een voorbeeld op de vooravond van het spaghetti-arrest: 'Steeds meer reacties wijzen er op dat vandaag het fundamenteel vertrouwen van de bevolking in de rechtsstaat in de waagschaal wordt gelegd. Daar mag vrouwe justitia niet blind voor blijven' (NB 14 okt. 1996, p. 2).

Als we de verschillende mogelijke vormen van *frame alignment* nagaan, zien we dat de pers door middel van *bridging*, *extension* en *amplification* vooral heeft ingespeeld op bestaande interpretatiekaders die reeds wijdverspreid onder de bevolking aanwezig waren. Echte pogingen om de referentiekaders van het publiek te wijzigen (*transformation*) hebben we niet of nauwelijks gezien. De media speelden in op de reeds voor de zaak-Dutroux lage legitimiteit van de instellingen, de idee van de kloof en de breuk. Daarmee zijn misschien ook de grenzen van de media inzake de consensusmobilisatie aangegeven. De macht van de media is dus beperkt, ze kan zelf geen zaken à la Dutroux maken of uit het niets creëren (zie ook Verstraeten 1997: 91). We gaan daar in het besluit van deze bijdrage verder op in.

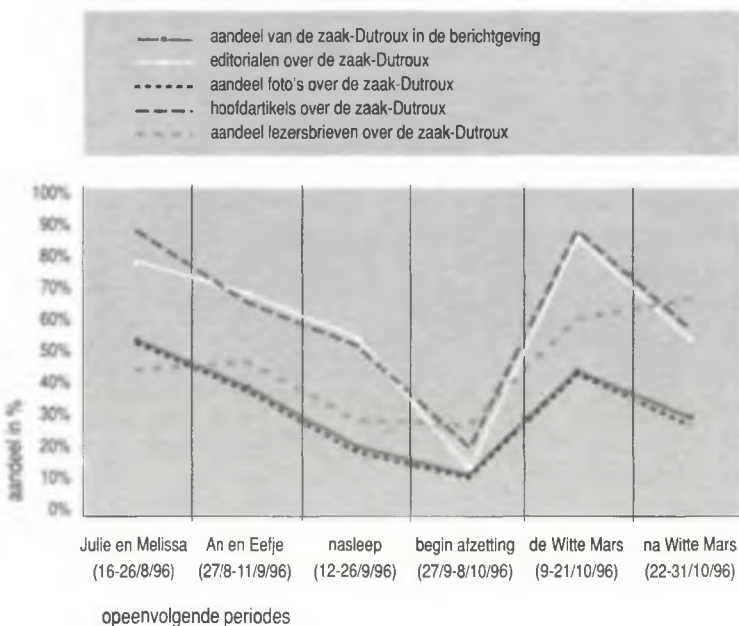


## 6 Actiemobilisatie: de climax naar de Witte Mars en openlijke mobilisatie door de media

We gaven aan dat er erg veel plaats werd ingeruimd voor de zaak-Dutroux en dat er in de pers een politiek-structureel referentiekader werd gehanteerd. De hamvraag voor de mobilisatie is echter in welke mate in de pers de link werd gelegd tussen die interpretatiekaders en de Witte Mars. Of in termen van de mobilisatietheorie: hebben de media de motivatie van de potentiële deelnemer opgedreven door de kosten te verlagen en de baten te verhogen? Vooreerst gaan we na of de kranten nog extra aandacht schonken aan de hele zaak in de aanloop naar de Witte Mars. Daarna geven we een aantal parameters die de expliciete thematisering van de Witte Mars door de pers illustreren.

Was er rond de Witte Mars nog meer aandacht voor de zaak-Dutroux dan voorheen, heeft men er nog een kwantitatief schepje bovenop gedaan? De impliciete veronderstelling hierbij is dat er dus een soort overfloweffect van consensusmobilisatie op actiemobilisatie mogelijk is, dat loutere amplificatie en consensusmobilisatie zonder dat er sprake is van concrete acties, op zich al een mobiliserend effect heeft. Vanuit actiemobilisatie-perspectief verwachten we dus dat de kwantitatieve aandacht voor de zaak-Dutroux vooral in de periode van de Witte Mars erg groot was. In

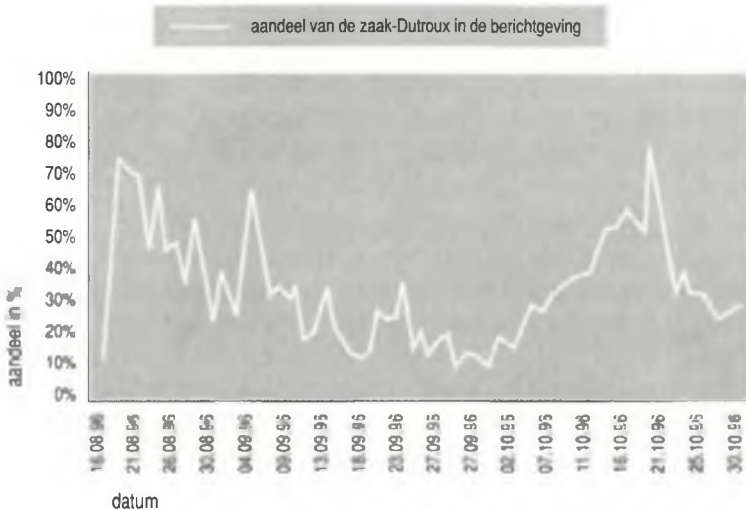
*Figuur 5* Kwantitatieve aandacht voor de zaak-Dutroux over de zes periodes



figuur 5 wordt die verwachting ruimschoots ingelost. De figuur bevat de belangrijkste kwantitatieve parameters maar deze keer geperiodiseerd.

Alle parameters wijzen in dezelfde richting en lopen vrijwel parallel: in de periode juist voor de Witte Mars explodeerde de aandacht voor de zaak-Dutroux (opnieuw). Voor de meeste parameters vormde het begin van de zaak-Dutroux ook meteen het hoogtepunt: er waren het meeste hoofdartikelen over de zaak (91%), het meeste foto's (54%) en er was relatief het grootste aandeel van de berichtgeving aan de zaak gewijd (53%). Geleidelijk liep de aandacht wat terug over de periode An en Eefje, de nasleep en het begin van de afzetting om dan juist voor de Witte Mars opnieuw spectaculair te *boomen* en bijna steeds opnieuw hetzelfde niveau van de eerste periode te halen. Voor de Witte Mars waren er weer erg veel hoofdartikelen (87%), een groot aandeel foto's (43%) en werd een kleine helft van de totale berichtgeving (45%) aan de zaak besteed. Waarschijnlijk niet toevallig bereikten de parameters van de meer opiniërende berichtgeving wel hun absoluut hoogtepunt in de periode van de Witte Mars: het aantal editoria's overtrof dat van de eerste periode (85% tegen 78%) en ook het aantal lezersbrieven in de vijfde periode overtrof ruimschoots de eerste periode (62% tegen 45%). Maar er was meer. Zelfs als het zo mag zijn dat de eerste periode op drie kwantitatieve parameters in zijn totaliteit hoger scoorde dan de periode van de Witte Mars, toch situeerden de absolute dagpieken van elk van die parameters zich in de periode van de Witte Mars. Zowel het aandeel Dutroux-nieuws (77%), het aandeel Dutroux-foto's (82%) als het aandeel lezersbrieven over de zaak (100%) piekte rond de Witte Mars. Daarbij komt nog dat heel de Witte-Marsperiode mooi in

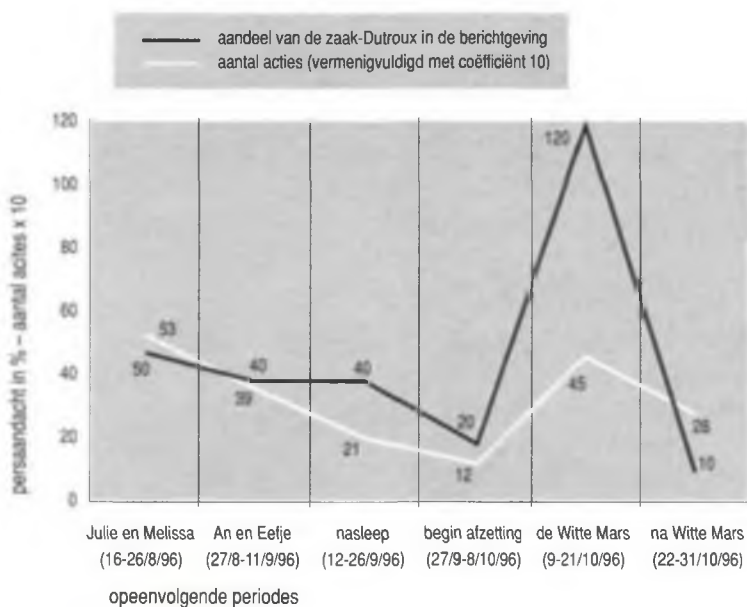
Figuur 6 Aandeel van de zaak-Dutroux in de berichtgeving



climax naar de Witte Mars werd opgebouwd. Elke dag werd er meer plaats voor de zaak ingeruimd, elke dag meer foto's, elke dag meer lezersbrieven en gedurende dagen alleen maar Dutroux-editorialen en Dutroux-hoofdartikelen. In figuur 6 is die opbouw naar de Witte Mars heel goed zichtbaar aan de hand van het relatief aandeel in de totale berichtgeving. Al bij al is er naar het spaghetti-arrest, de Connerottevolkswoede en de Witte Mars dus zeker evenveel aandacht uitgegaan als naar de eigenlijke gebeurtenissen zelf die zich in de eerste en de tweede periode afspeelden.

De Witte Mars was natuurlijk niet de enige actie in verband met de zaak-Dutroux. Vanaf augustus kwam er volk op straat, aanvankelijk eerder als eerbetoon aan de slachtoffers maar geleidelijk meer en meer uit protest tegen de gang van zaken. Opvallend is dat het kwantitatieve patroon van die acties samenviel met het patroon van de persaandacht voor de zaak.<sup>12</sup> In figuur 7 hebben we beide elementen samengebracht.

*Figuur 7* Persaandacht voor de zaak-Dutroux en aantal collectieve acties



Het parallellisme tussen het aantal acties en de omvang van de berichtgeving over de zaak-Dutroux bewijst natuurlijk niet dat de media de mobilisatiegolf gemaakt hebben. De gebeurtenissen die de persaandacht ontlokten brachten ook volk op straat zonder dat het ene noodzakelijk iets met het andere te maken had. Toch ondersteunt het de hypothese dat de media-aandacht voor een (groot) stuk de massale mobilisatie mogelijk heeft gemaakt.

De nog toenemende aandacht voor de zaak-Dutroux net voor de Witte Mars leert ons niet in welke mate de pers de Witte Mars expliciet thematiseerde en daardoor impliciet (of expliciet) steunde. In tabel 2 is een aantal inhoudelijke indicatoren samengebracht die dat aspect pogen te vatten. Omwille van de eenvormigheid bevat de tabel percentages, hoewel het aantal waarnemingen klein is (n=24).<sup>13</sup>

Tabel 2 Actiemobilisatie voor de Witte Mars in de Vlaamse pers van 15 tot 19 oktober 1996 (n=24)

Krant	Aandeel kranten met vermelding van Witte Mars	Gemiddeld aantal keer vermelding Witte Mars	Aandeel kranten met vermelding van spaghetti-arrest
DM	80%	1.18	100%
DS	60%	2.00	100%
NB	80%	4.11	100%
HLN	100%	2.36	100%
GvA	100%	3.10	100%
Totaal	83%	2.54	100%

Krant	Gemiddeld aantal keer vermelding spaghetti-arrest	Aandeel kranten met forum voor ouders (in %)	Aandeel kranten met praktische info (in %)
DM	2.45	20%	60%
DS	3.00	40%	40%
NB	4.10	40%	60%
HLN	2.82	60%	60%
GvA	2.70	25%	100%
Totaal	3.02	38%	63%

Krant	Aandeel kranten waarin sprake van verwachte opkomst (in %)	Aandeel kranten waarin sprake van verwachte resultaten (in %)	Aandeel kranten waarin sprake van historisch karakter Witte Mars (in %)
DM	40%	20%	0%
DS	20%	0%	0%
NB	20%	20%	20%
HLN	60%	20%	0%
GvA	25%	20%	25%
Totaal	33%	17%	17%

Actiemobilisatie heeft vooral te maken met het benadrukken van de baten van de actie en het minimaliseren van de kosten ervan. Om mensen warm te kunnen maken voor een actie moet die actie natuurlijk eerst de nodige bekendheid krijgen, ze moet genoemd worden en aangekondigd, er moet over worden gesproken en geschreven. Dat gebeurde in overvloedige mate. In meer dan vier vijfde van de 24 krantenexemplaren werd de Witte Mars genoemd. De Mars werd in amper vijf dagen 87 keer bij naam genoemd, gemiddeld ruim meer dan twee keer per exemplaar. We wijzen er nog eens op dat al de cijfers over het aantal vermeldingen slechts betrekking hebben op een steekproef van ongeveer 10% à 20% van de totale tekst die in elke krant over de zaak-Dutroux werd gepubliceerd. Dat betekent hier concreet dat ongetwijfeld nog veel meer dan 83% van de kranten de Witte Mars vernoemden. De krantenlezer kreeg dus gedurende vijf dagen vrijwel elke dag opnieuw de Witte Mars op zijn ontbijttafel. De laatste twee dagen voor de Witte Mars kondigden alle kranten zonder uitzondering de Mars aan, op zaterdag 19 oktober telden we 50 vermeldingen, gemiddeld tien vermeldingen per krant. Kortom: de Vlaming die in die periode niet wist dat er iets op til was, was ofwel blind of kwam van een andere planeet. Het spaghetti-arrest, de grote katalysator voor de volkswoede en voor de Witte Mars, werd zo mogelijk nog sterker in de schijnwerpers gezet. In elk krantenexemplaar die week werd het arrest vernoemd en dat gemiddeld drie maal.

Aan de positieve zijde (baten) van de afweging die al dan niet tot deelnamemotivatie leidt, bevindt zich de waarde van de eventuele uitkomst, de kans dat de actie die uitkomst zal hebben en de verwachte opkomst. We gaan op elk van die elementen in. De waarde van de eventuele uitkomst van de Witte Mars is ten nauwste verbonden met de politiek-structurele interpretatie die aan het drama van de vermiste en vermoorde meisjes werd gegeven. In de pers werd de Witte Mars als een logische reactie van de bevolking op dat drama voorgesteld: 'De volkswoede is begrijpelijk en verantwoord' (NB 18 okt. 1996, p. 2). Er werd sterk benadrukt dat de gruwelijke gebeurtenissen geen toeval waren, maar structurele en politieke oorzaken kenden. De waarde van de eventuele uitkomst van de Witte Mars was dus niet meer of niet minder dan een hervorming van justitie en zelfs van het volledige politieke systeem. Dat alles heeft echter veeleer te maken met de algemene *framing* en de consensusmobilisatie waar we in de vorige paragraaf aandacht aan besteedden.

De kans dat de Witte Mars de verwachte effecten zou hebben, werd frequent gethematiseerd door de kranten als ze op voorhand speculeerden over de resultaten die de Mars zou hebben: in een op de zes krantenexemplaren was er sprake van, in drie van de vijf zaterdagkranten. Ook in een exemplaar op zes werd de Witte Mars op voorhand al historisch genoemd, dat gebeurde in drie zaterdagkranten voor de Witte Mars. *Gazet van Antwerpen* opende met 'Zondag historische Witte Mars op Brussel' zijn krant; de eerste paragraaf van het hoofdartikel liet aan wervingskracht niets te wensen over: 'Onder witte vlaggen zullen ze morgen in Brussel marcheren: arbeiders, studenten, middenstanders, bedienden, burgers. Niemand die kan zeggen met hoe-



veel zij zullen zijn. Het wordt zonder enige twijfel de meest indrukwekkende manifestatie die ooit in dit land is gehouden. Nu al wordt gesproken van een historische oktoberbeweging' (GvA 19 okt. 1996, p. 1). Ook *Het Nieuwsblad* en *De Standaard* schreven dezelfde dag: 'Van één ding zijn de hulpdiensten overtuigd: het wordt in alle opzichten een manifestatie met records' (NB 10 okt. 1996, p. 3); *De Morgen* wist al drie dagen op voorhand te vertellen: 'Nu al staat vast dat de Witte Mars zondag een historische manifestatie zal worden' (DM. 18 okt. 1996, p. 7).

Wat de verwachte opkomst betrof, vonden we in juist een derde van de kranten berichten over het aantal deelnemers dat vermoedelijk naar Brussel zou afzakken. Elke krant, met uitzondering van *De Standaard*, vertelde zijn lezers dus minstens eenmaal dat er zondag 20 oktober veel volk in Brussel werd verwacht; vier van de vijf kranten deden dat de zaterdag voor de Witte Mars. Vrijwel elke dag werden de opkomstverwachtingen naar boven bijgesteld, werd melding gemaakt van steeds meer extra treinen die de spoorwegmaatschappij zou inleggen ('... zeker zeventien extra treinen. En dat kunnen er nog veel meer worden' (HLN 18 okt. 1996, p. 1)) en van het feit dat vrijwel alle autocars voor zondag geboekt waren. Op 16 oktober schreef *Het Nieuwsblad*: 'Ongetwijfeld zullen het ongenoegen, de onvrede en de acties door het arrest-Connerotte de komende dagen nog aanzwellen om uit te monden in de Mars voor de rechten van het kind nu zondag' (NB 16 okt. 1996, p. 2) en op 19 oktober maakt '... Brussel zich op voor een van de grootste betogingen sinds de manifestaties tegen de kruisraketten' (NB 19 okt. 1996, p. 1). De lezers van *Het Laatste Nieuws* wisten al twee dagen voor de optocht dat het een 'ware volkstoeloop' beloofde te worden (HLN 18 okt. 1996, p. 1). Dus: de batenzijde van de Witte Mars was duidelijk: er zou veel volk op af komen, de kans op gunstige effecten was groot en de Mars zou een historisch karakter hebben. Wie zou durven ontbreken op zulk belangrijk gebeuren? In zekere zin is de krantenberichtgeving over de Witte Mars een voorbeeld van het Thomas-theorema dat stelt dat 'when people define situations as real then they are real in their consequences': door de Witte Mars reeds vooraf als historisch te beschouwen, werden de verwachtingen waargemaakt (Thomas en Znaniecki 1927).

Maar deelname aan een betoging zoals de Witte Mars is niet alleen rozengeur en maneschijn, er zijn ook kosten aan verbonden. Hoe ging de pers daarmee om? Langs de kostenzijde van de motivatieafweging waren er onder meer de financiële kostprijs, de geïnvesteerde vrije tijd, de onzekerheid over het verloop van de mars en de kans op ongeregelde heden. In het algemeen kunnen we stellen dat de keuze van het tijdstip (een vrije zondagmiddag op een herfstdag waarop het 15° warm zou worden, droog weer met opklaringen), het actiemiddel (een vreedzame betoging) en de plaats (de centraal gelegen en goed bereikbare hoofdstad en een betogingstraject van treinstation naar treinstation) de objectieve kosten (of praktische barrières) voor deelname niet de hoogte injaagden. Hoewel de subjectieve deelnamekosten in regel van persoon tot persoon verschillen, deden de media hun uiterste best om ze voor iedereen

zo laag mogelijk te houden. De financiële kosten bleven dankzij het goedkope en speciale Witte-Marstarief van de Belgische spoorwegmaatschappij, 200 BEF voor een retourbiljet van waar je ook kwam, voor iedereen erg laag en de kranten lieten niet na dat te benadrukken. De onzekerheid over het verloop van de Mars werd ruimschoots opgevangen doordat bijna twee derde van de krantenexemplaren zijn lezers nuttige informatie over de betoging verstrekten, op zaterdag voor de Mars deed elke krant dat: het uur van vertrek, de exacte plaats en de route van de Mars, de kostprijs van een treinticket, ... de krantenlezer kreeg het allemaal netjes voorgekauwd en een paar keer in zijn krant te lezen.<sup>14</sup> De dag voor de Witte Mars publiceerde de *Gazet van Antwerpen* bijvoorbeeld een halve pagina met handig kaartje onder de niet echt neutrale titel: 'Goedkoop en praktisch naar de Witte Mars'. In de tekst werd benadrukt hoe makkelijk en weinig moeite het wel zou zijn om deel te nemen aan de Mars: de tocht Antwerpen-Brussel met de trein zou maar 'een dik half uur' duren, de betoging zou starten 'vlakbij het Noordstation', de route zou 'steeds rechtdoor' zijn en de kandidaat betogers werden vriendelijk gewaarschuwd dat 'het wel tot 18.00 uur kan duren' vooraleer ze aan het eindpunt aankwamen (GvA 19 okt. 1996, p. 5). Ook de lezers van *Het Laatste Nieuws* vonden een handige plattegrond in hun krant waarbij ze aangespoord werden met de trein naar Brussel te komen ('je betaalt slechts 200 BEF') maar geen nood als ze de auto verkozen want zowat alle parkings langs het traject werden door de krant duidelijk vermeld (HLN 16 okt. 1996, p. 3). Het risico op geweld met eventuele persoonlijke consequenties (verwonding, paniek, arrestatie enzovoort) was op voorhand niet onbestaande: in de protestgolf in de week net voor de Witte Mars ging het er bepaald onzacht aan toe met vandalisme, charges van de politiediensten, waterkanonnen en tientallen arrestaties. En zoals Luc Van Der Kelen in het editoriaal van zijn krant schreef, 'houden mensen er niet van met hun kinderen terecht te komen in incidenten met opgezweepte rebellen die erop uit zijn "het regime" te destabiliseren' (HLN 18 okt. 1996, p. 2). Tegen de Witte Mars aan was het opvallend hoe de pers aan de handrem trok en het straatgeweld alom begon af te keuren. Daar waar men in het begin van de week nog volop begrip kon opbrengen voor de woede (en de baldadigheden) van de betogers, hun acties met onverhopen sympathie tegemoet trad en olie op het vuur gooide, werd naar het einde van de week toe een totaal ander register bespeeld: 'Oproerkraaiers probeerden de sfeer van verontwaardiging te verzieken (...) Het was telkens dezelfde kleine groep die elke gelegenheid gebruikte om de boel te laten ontvlammen' (GvA 19 okt. 1996, p. 1). En dat was volgens *Het Laatste Nieuws* 'niet wat het volk wil' (HLN 18 okt. 1996, p. 2). Men liet geen kans voorbijgaan om te benadrukken dat de Witte Mars 'screen' en 'waardig' moest en zóu verlopen: 'Voor de vijfde opeenvolgende dag werd massaal actie gevoerd. De demonstraties bleven voor het merendeel vreedzaam en vormden de voorbode voor de grote manifestatie van zondag, maar op sommige plaatsen liepen de acties uit de hand' (GvA 19 okt. 1996, p. 1). De ouders kregen in de krantenkolommen een ruim forum om dat aan de bevolking duidelijk te maken en de com-

mentarschrijvers steunden volop hun oproep: 'De optocht morgen moet sereen en waardig zijn, stil en wit' (DM 19 okt. 1996, p. 2).

De betogingservaring die mensen hebben, speelt waarschijnlijk een grote rol in de gepercipieerde kosten van deelname aan een betoging. Mensen die nog nooit hadden betoogd, laat staan naar de hoofdstad waren gekomen om dat te doen, ervoeren deelname aan de Witte Mars waarschijnlijk als een grotere stap, een sterkere inspanning. We weten niet hoeveel deelnemers aan de Witte Mars tevoren nog nooit op straat waren gekomen, maar we weten wel dat 60% van de deelnemers aan de lokale witte marsen voor de allereerste keer op straat was gekomen ter gelegenheid van de zaak-Dutroux, waaronder een groot gedeelte op de Witte Mars (Walgrave en Rihoux 1997: 119). Voor deze mensen waren de deelnamekosten ondanks de lage objectieve kosten waarschijnlijk toch niet te verwaarlozen, in ieder geval heel wat hoger dan het eenvoudigweg ondertekenen van een van de vele petitieën die die dagen in heel het land de ronde deden.

Naast een gunstige kosten-batenafweging heeft de pers ook een grote rol gespeeld in de eigenlijke activering van de bevolking, het oproepen en aanzetten om deel te nemen. Dat gebeurde onrechtstreeks door de ouders bijzonder gul te bedelen met persaandacht en door hen een forum aan te bieden, vrije krantenruimte om hun oproep tot de bevolking te richten. Brieven en oproepen van de ouders werden letterlijk afgedrukt en onder de aandacht van de lezer gebracht. Zo ruimde *Het Laatste Nieuws* op vrijdag voorafgaand aan de Witte Mars zelfs plaats in voor 'het dagboek van vader Marchal' – dat vanaf dan geregeld zou verschijnen – waarin deze spreekt over de 'stille mars', die in 'waardigheid' zal verlopen. (HLN 18 okt. 1996, p. 3) 'Ouders rekenen op sereniteit' titelde *Gazet van Antwerpen* de zaterdag voor de Witte Mars op zijn voorpagina (GvA 10 okt. 1996, p. 1) en *Het Laatste Nieuws* schrijft: 'De ouders hopen nu dat de oproep voor de stille optocht van zondag nog massaler zal gevolgd worden' (HLN 17 okt. 1996, p. 3). Iets gelijkaardigs gebeurde in maar liefst 38% van de kranten en in vier van de vijf zaterdagkranten. Maar de pers verschool zich niet alleen achter de ouders. Ook andere instanties die tot de betoging opriepen, werden uitgebreid gecoverd, zoals de Koning in hoogsteigen persoon: 'Koning vraagt strijd voort te zetten' (GvA 19 okt. 1996, p. 1).

Maar er is meer: *Het Laatste Nieuws* en *Gazet van Antwerpen* voegden zelfs mobilisatieaффiches voor de Witte Mars bij hun kranten en riepen hun lezers op om ze op te hangen; ook de redactie van *Het Nieuwsblad* speelde met die gedachte maar besloot uiteindelijk het op een 'we zien elkaar zondag in Brussel' aankondiging op de eerste pagina te houden (NB 19 okt. 1996, p. 1); in *De Morgen* en *De Standaard* verscheen een grote advertentie, het was niet duidelijk of het een initiatief van de organiserende ouders of de krant zelf betrof, om op te roepen voor de 'optocht voor de kinderen' (DM 19 okt. 1996, p. 3; DS 19 okt. 1996, p. 4). *Het Laatste Nieuws* zette een eigen advertentie op de voorpagina met een gratis telefoonnummer waarop het publiek kon bellen om hun geplande 'witte actie' mee te delen; de krant zou dan zorgen dat

die actie werd aangekondigd (HLN 16 okt. 1996 p. 1). Heel het vertoog van de kranten was doordeesemd met een positieve ingesteldheid tegenover de komende Witte Mars en onverholven oproepen om deel te nemen. *Het Nieuwsblad*:

‘Misschien lopen we elkaar zondag tegen het lijf, zo ergens tussen het Brusselse Noord- en Zuidstation? Hoewel, met de verwachte volkstoeloop zal het niet makkelijk zijn precieze afspraakjes te maken. Maar behoudens onvoorziene omstandigheden zijn we van de partij (...). Bekommerd en optimistisch zoals we geaard zijn, durven we niettemin onze lezeressen en lezers die straks meestappen in de Witte Mars verzoeken een hoopvolle boodschap te vertolken. Wetend dat het alsnog ten goede kan keren, als iedereen helpt. Komaan. (NB 19 okt. 1996, p. 2)

*Het Laatste Nieuws* titelt ‘Maak zondag een witte stad van Brussel’ (HLN 16 okt. 1996, p. 1) en de hoofding van de krant is de vier dagen voor de Witte Mars opgesmukt met witte ballonnen. Degenen die niet van plan waren om te komen, kregen in sommige kranten alvast een schuldgevoel aangesmeerd: *Gazet van Antwerpen* titelde

*Figuur 8* De voorpagina van *Het Laatste Nieuws* twee dagen voor de Witte Mars. Vader Marchal krijgt een forum voor zijn dagboek, de Witte Mars wordt aangekondigd als een historische gebeurtenis, de mensen krijgen nuttige informatie om tot in Brussel te geraken, de krant zet zich af tegen baldadigheden en roept op tot sereniteit





de zaterdag voor de Witte Mars dat enkele 'bekende Antwerpenaren het "ja maar"-excuus hanteerden' om niet te gaan en dat de 'politieke tenoren niet durven komen' (GvA 19 okt. 1996, p. 3). Kortom: het was ieder weldenkend mens zijn of haar verdomde plicht om naar Brussel te gaan manifesteren. Die activering werd niet door alle kranten in dezelfde mate gevoerd. Vooral de populaire kranten blonken er in uit, terwijl de twee kwaliteitskranten en vooral *De Standaard*, heel wat koeler berichtten.

## 7 Besluit: de media als mobilisator

Al het empirische materiaal wijst in dezelfde richting: de pers heeft meer dan een klein steentje bijgedragen tot de consensusmobilisatie en de actiemobilisatie voor de Witte Mars. Zowel de massaliteit van de Dutroux-berichtgeving als de politiek-structurele interpretatie van de gruwelijke gebeurtenissen, de thematisering van de Witte Mars zelf en de activering van het publiek was indrukwekkend. Daardoor werden vrijwel alle mobilisatiebarrières met goed gevolg genomen. Het is moeilijk te zeggen of de 300.000 betogers van de Witte Mars 5% of 20% van het totale mobilisatiepotentieel vertegenwoordigden, maar het lijkt er op dat de media de uitval binnen de perken hebben kunnen houden. Binnen de witte beweging die na de Witte Mars ontstond, werd de invloed van de media trouwens sterk aanvoeld (Walgrave en Rihoux 1997). De beweging kreeg in april-mei 1997 de indruk dat ze in de steek gelaten werd door de media. Waarschijnlijk heeft de pers wat meer afstand genomen van de zaak-Dutroux, van de ouders en van de witte beweging en opnieuw op een meer normale manier bericht over wat er gaande was. In de eerste maanden van de affaire-Dutroux was die afstandelijkheid ver te zoeken, de pers speelde onomwonden de rol van *fellow traveller* van de ouders en van de misnoegde bevolking. Normaal komen sociale bewegingen of protesterende groepen wel in het nieuws, maar hebben ze geen greep op wat er over hun zaak of hun acties wordt gezegd; in de zaak-Dutroux namen de media in grote mate het discours van de ouders en van de straat over. De Vlaamse kranten vielen vrijwel allemaal uit hun traditionele rol van afstandelijke en objectieve berichtgevers, ze waren geen louter waarnemers maar profileerden zich als participanten, als actoren en medespelers in de maatschappelijke gebeurtenissen met, zo lijkt het er toch op, een eigen agenda en eigen doelstellingen. Het groot maken van de Witte Mars was ongetwijfeld een impliciet doel van verschillende Vlaamse kranten. Dat ze affiches voor de Mars bijvoegden, de ouders een ruim forum gaven en zelf opriepen om deel te nemen, spreekt boekdelen. Masuy (1997: 25) schrijft over de Waalse media en de zaak-Dutroux min of meer hetzelfde: 'Au fil des jours et des événements, les journalistes semblent s'être transformés en accompagnateurs médiatiques d'un mouvement social. Il ne s'agissait plus d'informer, mais de participer, de faire participer à une émotion collective'.

Frappant was vooral dat de pers niet alleen een rol heeft gespeeld in de consensusmobilisatie, een functie die ze vanouds vervult, maar ook de actiemobilisatie voor



haar rekening heeft genomen. De Vlaamse journalisten van de schrijvende pers namen een advocate role op zich, ze promoten een bepaalde visie op de feiten (Johnstone, Slawski en Bowman 1976: 114-116), waarvan Kielbowicz en Scherer (1986: 79) zeggen: 'Few journalists in the mainstream media today subscribe to this orientation'. Natuurlijk speelde de Vlaamse pers ook zulke mobilisatieondersteunende rol toen de kranten nog de spreekbuis van de zuilen of politieke partijen waren, bijvoorbeeld ten tijde van de schoolstrijd in 1954-1956. Het verschil met de zaak-Dutroux is, dat de kranten toentertijd tegen elkaar mobiliseerden en elk hun eigen blok vertegenwoordigden. Nu was het bijna ontroerend om te zien in welke mate de kranten het roerend eens waren in hun berichtgeving: ze zegden ongeveer allemaal hetzelfde, ze gaven allemaal min of meer dezelfde interpretatie en ze deden dat allemaal heel veel. Ontzuiling, de-ideologisering en depolitisering, en dus de commercialisering, van het perslandschap kan leiden tot een eenvormigheid met enorme versterkingseffecten (Bilteyst en Van Gompel 1998: 9). Masuy (1997: 34) vat dat samen: 'de l'objectivisme à l'unanisme'.

De stelling dat de media de Witte Mars voor een groot stuk gemaakt hebben, moet wel ietwat gerelativeerd worden. Hoewel we de belangrijkste Vlaamse kranten hebben onderzocht, werd vooreerst toch maar alleen de geschreven pers in de analyse betrokken. Als er tegenwoordig alom sprake is van de macht van de media dan heeft men het meer over de audiovisuele media dan over de geschreven pers. Toch is de wetenschappelijke discussie over de verschillende invloed tussen geschreven en elektronische media nog open (McQuail 1993: 330). We hebben de indruk dat de Vlaamse audiovisuele media gedurende dezelfde periode minder expliciet dan de pers als actiemobilisator zijn opgetreden en zich beperkt hebben tot consensusmobilisatie: de nieuwslezers van BRTN<sup>15</sup> of VTM presenteerden het journaal niet in wit T-shirt van Julie en Mélissa of met een *button* van de Witte Mars. De kwantitatieve aandacht van beide zenders voor de zaak-Dutroux (amplificatie) moest in ieder geval niet onderdoen voor die van de kranten. Zowel de openbare omroep BRTN als de commerciële omroep VTM besteedden tot tweemaal toe hun volledig avondnieuws aan de zaak (Verstraeten 1997: 90). Baeyens onderzocht de VTM- en BRTN-berichtgeving gedurende de eerste drie weken van de affaire en vond dat BRTN gemiddeld 50% van haar nieuws aan de zaak besteedde en VTM 63% (Baeyens 1997). We suggereerden al dat consensus- en actiemobilisatie communicerende vaten zijn, wat betekent dat er bij veel en intense consensusmobilisatie minder nood is aan actiemobilisatie: een klein duwtje in de rug kan dan volstaan. Klandermans (1984: 586) geeft dat zelf ook aan als hij stelt dat de verschillende motieven elkaar min of meer kunnen compenseren: veel waarde hechten aan de eventuele uitkomst van de actie kan de drempels voor deelname goedmaken. Een goede mediamix met sterk consensusmobiliserende en amplificerende elektronische media en openlijk actiemobiliserende schrijvende pers vermag dus blijkbaar heel wat.

Daarnaast bestaat er ook meer algemeen heel wat discussie over het effect van de media op de lezer, kijker en luisteraar. Kunnen de media de opvattingen van hun publiek wijzigen en kunnen ze het gedrag van dat publiek beïnvloeden? Het grootste struikelblok in deze discussie is de methodologische kwestie waardoor 'most direct questions about the "power of the media" either make no sense or cannot be answered' (McQuail 1993: 381). Dat heeft te maken met de onmogelijkheid om het effect van de media af te zonderen van andere mogelijke effecten, wat in een experimentele situatie wel mogelijk is: 'The media are rarely likely to be the only necessary or sufficient cause of effect, and the relative contribution is extremely hard to assess' (McQuail 1993: 327). We kunnen niet sluitend bewijzen of aantonen dat de media de Mars gemaakt hebben. We hebben de plausibiliteit van die stelling onderbouwd maar de causaliteit zelf niet kunnen waarnemen. Wat we nu wel weten, is dat de media alle mogelijke mobilisatiefuncties stuk voor stuk hebben bespeeld maar in welke mate alleen de media verantwoordelijk kunnen geacht worden, blijft een vraag. Toch heeft geen enkele andere instantie gemobiliseerd, tenzij dan via de media. De Witte Mars werd niet gedragen door organisaties, er waren dus geen alternatieven (Walgrave en Rihoux 1997). Onze mediastelling kan aan de hand van twee empirische elementen verder gestaafd worden. Ten eerste is er de bevraging van een 130-tal deelnemers aan de tweede Witte Mars, de Mars Tegen de Wet van de Stilte, die op 15 februari 1998 30.000 deelnemers naar Brussel lokte. Een grote meerderheid van 80% van de deelnemers aan die tweede Mars zegden dat ze via de media te weten waren gekomen dat er die dag een nieuwe nationale manifestatie doorging. Gelijkwaardige bevragingen op andere betogingen geven doorgaans veel lagere mediacyfers (Devisch 1994). Nochtans was de media-aandacht voor de zaak-Dutroux, anderhalf jaar na de eerste Witte Mars, vele malen minder groot dan in de beginperiode die we hier onderzochten. Ten tweede is ook het heterogene profiel van de deelnemers aan de lokale witte marsen en waarschijnlijk ook aan de Witte Mars (Walgrave en Rihoux 1997), een onrechtstreekse aanduiding van de rol van de media. Kielbowicz en Scherer (1986: 85) schrijven dat participanten aan bewegingen die pas na de *press coverage* beginnen deel te nemen, andere kenmerken hebben dan de participanten van het eerste uur. Ze suggereren dus impliciet dat mediaberichtgeving invloed heeft op de sociale samenstelling van de beweging. Als de Witte Mars niet door de media maar door organisaties zou zijn opgezet, dan zou het profiel van de deelnemer aan de Mars waarschijnlijk heel wat minder heterogeen geweest zijn. De media bereiken immers veel meer de gehele bevolking dan de grote traditioneel mobiliserende organisaties.

Tenslotte is de relatie mediaburger geen eenrichtingsverkeer noch mechanisch. Je kunt je de vraag stellen of het medium op zijn lezer lijkt of omgekeerd? Het is niet omdat een krant gunstig bericht over de Witte Mars dat zijn lezers aan die Mars deelnemen, het kan evengoed zijn dat die krant gunstig bericht over de Witte Mars omdat zijn lezers nu eenmaal positief staan tegenover die Mars. Anders gezegd: volgt de krant zijn lezers of vice versa? In ieder geval is er geen sprake van een eenvoudig sti-

mulus-respons model (McQuail 1993: 330), maar eerder van een dialectiek tussen zender en ontvanger, van een wederzijdse uitwisseling. Het is niet helemaal duidelijk of de media de bevolking in de zaak-Dutroux op sleeptouw hebben genomen of zelf werden meegesleurd door de massale reacties (Elchardus 1997: 36). De zaak-Dutroux raakte ook zonder hulp van de media een gevoelige snaar bij de Belgische bevolking. Dat blijkt onder meer uit de vele honderden lezersbrieven die de kranten publiceerden. Natuurlijk selecteren de redacties die brieven zelf, maar het is opvallend dat er nóg meer lezersbrieven over de zaak gepubliceerd werden dan dat er in de reguliere kolommen plaats voor werd ingeruimd (vgl. tabel 1). Ook de stijgende oplage van de kranten in de onderzochte periode, geeft aan dat pers en bevolking op dezelfde golflengte zaten.<sup>16</sup> Bij sommige kranten was het opvallend dat de editoria-len de gevoelens van de bevolking volgden: *Gazet van Antwerpen*, bijvoorbeeld, evolueerde van een neutraal discours over het spaghetti-arrest na de eerste massale volksreacties al snel tot een radicaal en kritisch vertoog. Maar dat wil niet zeggen dat de media niet meer hebben gedaan dan het louter voorhouden van een spiegel aan de maatschappij (Elchardus 1997), hebben teruggegeven aan de maatschappij wat de maatschappij aan de media hebben gegeven (McQuail 1993: 330) of alleen als een seismograaf hebben geregistreerd (Verstraeten 1997: 85).

Ondanks al die nuanceringen, blijft de stelling over de rol van de pers overeind. De rol van de media in de mobilisatie voor de Witte Mars is groter dan tot nu voor mogelijk werd gehouden. Een televisiedistributiepanne in de week voor de Witte Mars of een staking van de krantenverdelers, zou de betoging op 20 oktober 1996 vele, vele malen kleiner gemaakt hebben. In uitzonderlijke omstandigheden lijken de media de mobiliserende rol van organisaties bijna functie per functie te kunnen overnemen. De randvoorwaarden voor zulke mediamobilisatie zijn strikt, maar de invloed van de media in zulke uitzonderlijke omstandigheden is enorm. Criminaliteit en slachtofferschap, gebeurtenissen die haaks staan op de bestaande breuklijnen, schijnen zich beter te lenen tot mediamobilisatie dan andere thema's. De media zijn er door-gaans minder over verdeeld en hun duiding is meer unisono. De actiecosten mogen ook niet te hoog zijn, oproepen voor burgerlijke ongehoorzaamheid of voor een militante en risicovolle optocht maken minder kans. De aard der gebeurtenissen moet toelaten gedurende langere tijd aandacht aan het thema te blijven besteden. Eenmalige gebeurtenissen zonder verhaal of dramatische opbouw zoals de zaak-Dutroux lenen zich minder tot mediamobilisatie. De betekenis die aan de collectieve actie wordt gegeven moet inhaken op algemene en wijdverspreide opvattingen bij de bevolking. Een algemene schandaalsfeer en legitimiteitsverlies lijkt ideaal. McQuail (1993: 332-333) suggereert dat de media in turbulente tijden meer invloed zouden kunnen hebben dan in een normale situatie:

'It does seem that whenever the stability of society is disturbed, by crime, war, economic malaise or some "moral panic", the mass media are given some of the

responsibility (...) (But) we can only speculate about the reasons for such associations in time, but we cannot rule out the possibility that the media *are* actually more influential in certain ways at times of crisis or heightened awareness'.

Het minste wat je van de Belgische zomer van 1996 kan zeggen is, dat het een *disturbed time* was. Ondanks al die voorwaarden, lijkt wat zich in België heeft afgespeeld niet volledig uniek te zijn. Ook in andere West-Europese landen stellen we gelijkaardige media-artefacten vast. Zo beschrijft Furedi (1997) de rol van de media in de *anti-gun-movement* na de Dublane moorden in Groot-Brittannië in gelijkaardige zin. Mediamobilisatie is dus gereserveerd voor uitzonderlijke gevallen, maar daarbij komt nog dat de witte case aangeeft dat de rol van de media tijdelijk is. Bewegingen kunnen er niet op rekenen dat de media hun zaak sterk genegen zullen blijven. De media zijn een onbetrouwbare bondgenoot (zie ook Hooghe 1996: 157-158). Zoals hun publiek gaan ze al snel op zoek naar nieuwe feiten en berichten, zijn ze vlug uitgekeken op een thema (Downs 1972). De ietwat kunstmatige eensgezindheid in de Belgische pers verbrokkelde op termijn volledig. In 1998 barste zelfs een media-oorlog tussen *believers* en *disbelievers* los inzake de getuigenissen in de randdossiers van de zaak-Dutroux. De pers kan misschien wel mobiliseren voor eenmalige piekmobilisaties, maar voor permanente en volgehouden druk is ze dus ongeschikt.

De discussie over de rol van de media in de moderne maatschappij zal wel nooit definitief beslecht worden. De eigen(zinnige) rol van de media in het maken van de Witte Mars doet vragen rijzen over de controle op die media. Moeten ze niet net zoals politici verantwoording afleggen (Deltour 1998; Hooghe 1997a; Huyse 1994; Voorhoof 1998) over hun berichtgeving, hun daden en keuzen. Of is de keuze van de consument op zich al voldoende sanctionering? Samen met de discussie over de democratische controle op de magistratuur die in België momenteel volop woedt, lijkt de discussie over de positie en de verantwoording (splicht) van de media minstens even interessant.

## Noten

1. Met dank aan de studenten van de 1<sup>e</sup> en 2<sup>e</sup> licentie PSW van de UIA die in het academiejaar 1997-1998 het seminarie organisatiesociologie volgden. Zonder hun inzet en monnikenwerk zou dit artikel er niet gekomen zijn. Het gaat hier om: Lieve Cox, Koen Cuypers, Michaël Herremans, Kristien Laeveren, Lies Linskens, Vicky Lysen, Michaëla Marti, Stefan Rooms, Tom Van Dorpe en Anja Wagemans.

2. Ook de zeer woelige week voor de Witte Mars net na het spaghetti-arrest zou een interessante case zijn. In de dagen voor het spaghetti-arrest had de pers het alom over de bevolking 'die het niet zou pikken als Connerotte zou gewraakt worden'. En zo geschiedde: de bevolking nam het niet en trok massaal de straat op.

3. Alle oplagecijfers zijn afkomstig van de CIM, rapport september 1997. Met dank aan Greet Mathys van Omnimedia.



4. Parallel aan onze Vlaamse studie werd door een team van de UCL onder leiding van Benoît Rihoux ook de Waalse en Brusselse pers geanalyseerd. De resultaten daarvan zijn op het moment dat deze bijdrage wordt afgewerkt, nog niet beschikbaar.

5. Eén krant, *Gazet van Antwerpen* van 18 oktober 1996, ontbreekt. In de analyse werd waar nodig een gemiddelde genomen van de drie voorgaande en drie volgende dagen.

6. Min of meer vergelijkbaar materiaal over de Waalse pers, vindt men in het boek van Lits (1993) over de persberichtgeving over de dood van Koning Boudewijn in augustus 1993. Ook toen was er erg veel persaandacht maar dat duurde slechts enkele dagen (Antoine 1993).

7. De totale berichtgeving werd gedefinieerd als dat gedeelte van de krant waar eventueel aandacht zou kunnen zijn voor de zaak-Dutroux. Het gaat om het binnen- en het buitenland, de opiniestukken en de lezersbrieven. Regionale berichtgeving, economie, cultuur, boeken, TV, vacatures, zoekertjes, auto, bijlagen allerhande en grote advertenties (vanaf een halve pagina) werden daar niet bijgeteld.

8. Het hoofdartikel is het artikel waarmee de krant opent. Het is het belangrijkste artikel op de frontpagina, meestal staat het linksboven maar in sommige kranten staat het centraal op de eerste pagina.

9. De grootste titel is de titel in het grootste lettertype; hij staat niet steeds op de eerste pagina.

10. Zelfs als het hoofdartikel niet over de zaak ging, dan stond het eerste artikel over de zaak-Dutroux in 66% van de gevallen op de eerste pagina. In totaal in 87% van de 329 kranten stond er dus een artikel over de zaak-Dutroux op de eerste pagina van de krant.

11. Het ging hier bijvoorbeeld om de moordende modderstroom op een Spaanse camping (het belangrijkste nieuwsfeit in 13% van de kranten), de KB-lux-affaire (12%), de overvallen op geldtransporten (10%), de hormonenmaffia en de moord op veearts Van Noppen (7%), het EMU-debat en de 3%-norm (7%), de oorlog in Tjetsjenië (3%) enzovoort.

12. Het aantal acties werd geïnventariseerd op basis van de persberichtgeving in de 17 (lokale) edities van de maandagkranten van *Het Laatste Nieuws*. Het gaat hier dus uitsluitend over acties in Vlaanderen (zonder Brussel). Voor meer methodologische details verwijzen we naar elders (Walgrave en Rihoux 1997).

13. Het gaat per titel om vijf kranten in de week van 14 tot 20 oktober 1996: de krant van dinsdag 15 oktober, de dag na het spaghetti-arrest, tot en met de krant van zaterdag en zondag 19 en 20 oktober. *De Gazet van Antwerpen* van vrijdag 18 oktober 1996 hebben we niet kunnen opsporen.

14. Het bijstaan van de lezer met praktische info gebeurde niet alleen in de aanloop naar de Witte Mars. *De Standaard* drukte de adressen van de familie Marchal en Lambrechts af waar naar de lezer zijn rouwbetuigingen kon opsturen (DS 5 sept. 1996, p. 3) en *Het Laatste Nieuws* publiceerde een lijst 'waar in uw buurt een rouwregister ondertekend kan worden' (HLN 22 aug. 1996, p. 1).

15. BRTN is de toenmalige naam van de Vlaamse openbare omroep. Sinds 1 januari 1998 heet die VRT.

16. De verkoopcijfers voor de kranten werden bij de respectievelijke uitgeverijen opgevraagd. We kregen de cijfers na een belofte ze discreet te behandelen. Vandaar dat we slechts in algemene termen kunnen stellen dat de oplage tijdens de onderzochte periode is gestegen.

## Geraadpleegde literatuur

Antoine, F. (1993) Scores des unes: L'événement dans l'intra-médiatique. In: M. Lits (red.) *Le roi est mort: Émotions et médias*. Bruxelles: Vie Ouvrière, p. 141-155.



- Baeyens, N. (1997) BRTN en VTM: *Vergelijking van de nieuwsverslaggeving van de openbare en de commerciële omroep in verband met de zaak Dutroux*, Eindverhandeling communicatiewetenschappen, Leuven: KULeuven.
- Biltreyst, D. en R. van Gompel (1998) Pers op zoek naar burger en consument. *Samenleving en Politiek* 5 (4) 4-13.
- Briet, M., B. Klandermans en F. Kroon (1987) How women become involved in the women's movement, In: M. Katzenstein en C. Mueller, *The women's movement in the U.S. and Western Europe: Feminist consciousness, political opportunity and public opinion*, Philadelphia: Temple University Press, p. 44-63.
- Deltour, P. (1998) Waar of niet waar? Enkele actuele (vast)stellingen over journalistiek. *Samenleving en Politiek* 5 (4) 14-21.
- Devisch, F. (1994) *De anti-racistische beweging in Vlaanderen*, Eindverhandeling Sociologie, Leuven: KULeuven.
- Downs, A. (1972) Up and down with ecology: The issue attention cycle. *The Public Interest* 28 38-50.
- Eisinger, P.K. (1973) The conditions of protest behaviour in American cities. *American Political Science Review* 67 (1) 11-28.
- Elchardus, M. (1997) Van megafoon tot synthesizer: Over het maken en brengen van nieuws. *Samenleving en Politiek* (2) 4 36-46.
- Furedi, F. (1997) *Culture of fear*. London: Cassell.
- Gamson, W. en G. Wolfsfeld (1993) Movements and media as interacting systems. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 528 (July 1993) 114-125.
- Gitlin, T. (1980) *The whole world is watching: Mass media and the making and unmaking of the new left*. Berkeley: University of California Press.
- Hansen, A. (red.) (1993) *The mass media and environmental issues*. London: Leicester University Press.
- Hilgartner S. en C. Bosk (1988) The rise and fall of social problems: A public arenas model. *American Journal of Sociology* 94 (1) 53-78.
- Hooghe, M. (1996) *Met vlag en spandoek: Over hedendaagse actiegroepen*. Brussel: Globe.
- Hooghe, M. (1997a) *Het witte ongenoegen: Hoop en illusie van een uniek experiment*. Brussel: Globe.
- Hooghe, M. (1997b) *Nieuwkomers op het middenveld: Nieuwe sociale bewegingen als actoren in het Belgisch politiek systeem*. Brussel: VUB.
- Huysse, L. (1994) *De politiek voorbij: Een blik op de jaren '90*. Leuven: Kritik.
- Johnstone, J.W.C., E. Slawki en W. Bowman (1976) *The news people: A sociological portrait of American journalists and their work*. Urbana: University of Illinois Press.
- Kielbowicz, R.B. en C. Scherer (1986) The role of the press in the dynamics of social movements. In: L. Kriesberg (red.) *Research in social movements, conflicts and change*, vol. 9. Greenwich CT: JAI, p. 71-96.
- Klandermans, B. (1984) Mobilisation and participation: Social-psychological expansions of resource mobilisation theory. *American Sociological Review* 49 583-600.
- Klandermans, B. (1997) *The social psychology of protest*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Klandermans, B. en D. Oegema (1987) Potentials, networks, motivations and barriers: Steps towards participation in social movements. *American Sociological Review* 52 519-531.
- Klandermans, B. en S. Goslinga (1996) Media discourse, movement publicity and the generation of collective action frames: Theoretical and empirical exercises in meaning construction. In: D. McAdam, J. McCarthy en M. Zald (red.). Cambridge: Cambridge University Press, p. 312-337

- Koopmans, R. (1995) The dynamic of protest waves: In: H. Kriesi, R. Koopmans, J.W. Duyvendak en M.G. Giugni. *New social movements in Western Europe: A comparative analysis*. London: UCL Press, p. 111-144
- Lits, M. (red.) (1993) *Le roi est mort: Émotions et médias*. Bruxelles: Vie Ouvrière.
- Masuy, C. (1997) Une émotion populaire médiatisée: Laboratoire pour un autre journalisme. In: N. Burnay, P. Lannoy en L. Panafit, *La société indicible*, Bruxelles, Editions Luc Pire, p. 25-40.
- McAdam, D. (1982) *Political process and the development of black insurgency 1930-1970*. Chicago: University of Chicago Press.
- McAdam, D. (1986) Recruitment to high-risk activism: The case of Freedom Summer. *American Journal of Sociology* 92 64-90.
- McAdam, D. en D. Rucht (1993) The cross-national diffusion of movement ideas. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 528 (July 1993) 56-74.
- McQuail, D. (1993) *Mass communication theory: An introduction*. London: Sage.
- Molotch, H. (1979) Media and movements. In: M. Zald en J. McCarthy (red.) *The dynamics of social movements*. Cambridge (Ws.): Winthrop, p. 71-93.
- Oberschall, A. (1980) Loosely structured collective conflict: A theory and an application. In: L. Kriesberg (red.) *Research in social movements, conflict and change*, vol 3. Greenwich CT: JAI, p 45-68.
- Oegema, D. en B. Klandermans (1994) Why social movement sympathizers don't participate: Erosion and nonconversion of support. *American Sociological Review* 59 703-722.
- Rihoux, B. en S. Walgrave (1998) Disparitions d'enfants et justice: Emergence de nouveaux acteurs. *Courrier Hebdomadaire du CRISP* 1590-1591.
- Schmitt-Beck, R. (1990) Über die Bedeutung der Massenmedien für soziale Bewegungen. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* (4) 42 642-662.
- Smelser, N. (1962) *Theory of collective behavior*. New York: The Free Press.
- Snow, D., Zurcher L. en Ekland-Olson (1980) Social networks and social movements: A microstructural approach to different recruitment. *American Sociological Review* 45 787-801.
- Snow, D., E.B. Rochford, S.K. Worden en R.B. Benford (1986) Frame alignment processes: Micromobilisation and movement participation. *American Sociological Review* 51 464-482.
- Tarrow, S. (1991) *Struggle, politics and reform: Collective action, social movements and cycles of protest*. Cornell: Cornell University.
- Tarrow, S. (1996) States and opportunities: The political structuring of social movements. In: D. McAdam, J. McCarthy en M. Zald (red.) *Comparative perspectives on social movements*. Cambridge: Cambridge University Press, p. 41-61.
- Thomas, W. I. en F. Znaniecki (1927) *The Polish peasant in Europe and America*. New York: Knopf.
- Verstraeten, H. (1997) De zaak Dutroux: De media tussen publieke sfeer en markt. In: C. Eliaerts (red.) *Kritische reflecties omtrent de zaak-Dutroux*, Brussel: Balans-VUBPres, p. 77-94.
- Voorhoof, D. (1998) Naar een raad voor de journalistiek? *Samenleving en Politiek* 5 (4) 22-26.
- Vriamont, B. (1994) Nieuwe sociale bewegingen en de media. In: H. Verstraeten en P. Perceval (red.) *Media en maatschappij* 2. Brussel: VUBPress, P. 53-70.
- Walgrave, S. (1994) *Nieuwe sociale bewegingen in Vlaanderen: Een sociologische verkenning*. Leuven: SOI.
- Walgrave, S. (1996) De 'Connerotte'-volkswoede: De geboorte van een nieuwe sociale beweging? *Samenleving en Politiek* 3 (9) 4-14.

- Walgrave, S. en B. Rihoux (1997) *Van emotie tot politieke commotie: De Witte Mars, een jaar later*. Leuven: Van Halewyck.
- Wolfsfield, G. (1984) The symbiosis of press and protest: An exchange analysis. *Journalism Quarterly* 61 550-556.
- Zoonen, van E. (1992) *The women's movement and the media: Constructing a public identity*. *International Journal of Communication* 7: 453-476.