



Universiteit
Leiden
The Netherlands

Pics or it did not happen! De dood van Osama bin Laden en de retorica van betrouwbaarheid van het nieuws

Jong, J.C. de

Citation

Jong, J. C. de. (2012). *Pics or it did not happen! De dood van Osama bin Laden en de retorica van betrouwbaarheid van het nieuws*. Den Haag: Boom / Lemma Uitgevers. Retrieved from <https://hdl.handle.net/1887/49204>

Version: Not Applicable (or Unknown)

License: [Leiden University Non-exclusive license](#)

Downloaded from: <https://hdl.handle.net/1887/49204>

Note: To cite this publication please use the final published version (if applicable).

Pics or it did not happen!

PICS OR IT DID NOT HAPPEN!

*De dood van Osama bin Laden en
de retorica van betrouwbaarheid
van het nieuws*

J.C. de Jong

Boom Lemma uitgevers

Den Haag

2012

Deze tekst is op 4 november 2011 in verkorte vorm uitgesproken als oratie bij de aanvaarding van het ambt van hoogleraar Journalistiek en Nieuwe Media aan de Universiteit Leiden.



Universiteit Leiden

Omslagontwerp: Cunera, Amsterdam

Foto omslag:

Opmaak binnenwerk: Textcetera, Den Haag

© 2012 J.C. de Jong | Boom Lemma uitgevers

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden vervoelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van reprografische vervoelvoudigingen uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16h Auteurswet dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht (Postbus 3051, 2130 KB Hoofddorp, www.reprorecht.nl). Voor het overnemen van (een) gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (art. 16 Auteurswet) kan men zich wenden tot de Stichting PRO (Stichting Publicatie- en Reproductierechten Organisatie, Postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.cedar.nl/pro).

No part of this book may be reproduced in any form, by print, photoprint, microfilm or any other means without written permission from the publisher.

ISBN 978-90-5931-798-7

NUR 813

www.boomlemma.nl

INHOUD

1	INLEIDING	7
2	ETHOS EN DE RETORISCHE BENADERING VAN JOURNALISTIEK	9
3	DE FOTO DIE NIET MOCHT WORDEN AFGEDRUKT	11
4	VERTROUWENSCRISIS?	17
5	ONDERZOEK VAN JOURNALISTIEK EN NIEUWE MEDIA	19
6	WERKEN AAN VERTROUWEN	21
7	DANK	25
8	PERORATIO	27
	ILLUSTRATIEVERANTWOORDING	29
	OVER DE AUTEUR	31
	NOTEN	33

*Mevrouw de rector magnificus,
zeer gewaardeerde toehoorders,*

Veel mensen zijn ongelovige thomassen. En dat is maar goed ook, want de wereld is vol van roddels, geruchten, halve verhalen, mogelijke buitenkansen en gevaren, dichtbij en ver weg. Als wij chocola proberen te maken van de wereld om ons heen, zijn we voor een groot deel aangewezen op de media. En van de media, dames en heren, is de betrouwbaarheid in het geding.

Martijn Koolhoven, al 25 jaar sterverslaggever van *De Telegraaf*, heeft gelogen over een artikel.^{1,2} Shockblog Geen Stijl³ verdient de credits voor de ontmaskering van Koolhoven en het tv-programma *Zembla*⁴ bracht de zaak groot. Koolhoven had in een artikel over fotograaf Leo de Deugd onder de kop 'Rotterdamse "moslimwijk" in shock na komst fetisj-fotograaf' en het chapeau 'Eng en verschrikkelijk!' essentiële punten verzonnen. Zo citeert Koolhoven bronnen die hij nooit heeft gesproken, en die zo schadelijk waren voor De Deugd dat hij werd bedreigd en weggepest uit zijn buurt. Eerder had de Raad voor de Journalistiek⁵ in totaal vijftien klachten⁶ over artikelen van Koolhoven behandeld. Daarvan waren er elf gegrond verklaard en drie deels gegrond. *De Telegraaf*, die de Raad voor de Journalistiek overigens niet erkent, heeft nu toch Koolhoven ontslagen.

Voordat u nu denkt dat dit een klassiek voorbeeld wordt van een *Telegraaf-bashing*-toespraak: mijn moeder heeft in september voor het eerst van haar leven een landelijke krant gehaald. Ze is tijdens Prinsjesdag geïnterviewd door *De Telegraaf*. En bij de vraag wat haar naar de optocht had gebracht, stond haar kernachtige antwoord naast haar goedgelijkende foto afgedrukt: 'Mijn liefde voor de koningin en de paarden'. En dat is voor iedereen die haar kent een bondig én waarheidsgetrouw verslag van haar opvattingen. Maar dit terzijde.

Een ander kras voorbeeld van journalistieke onbetrouwbaarheid is de berichtgeving over de massavernietigingswapens in Irak. Westerse nieuwsmedia namen de verhalen daarover, door de Amerikaanse regering gepresenteerd als *casus belli*, betrekkelijk kritiekloos over. Bill Keller, oud-hoofdredacteur van *The New York Times*, bood daarvoor twee maanden geleden in een artikel nog uitvoerig zijn excuses aan.⁷ Zijn krant, door velen gezien als

een baken van betrouwbare nieuwsvoorziening, heeft volgens Keller de door de Amerikaanse regering aangedragen bewijzen voor de chemische wapens van Saddam Hoessein zonder voldoende kritiek beschreven en zo de scepsis tegen een nieuwe oorlog in Irak ondergraven. Hoogtepunt van de professionele communicatiestrategie van de regering was Colin Powells optreden in de VN. De ongelovige thomassen zagen Powell, de man met de grote reputatie, foto's, reconstructies en visualisaties presenteren waaruit maar één ding kon blijken: Saddam beschikte over massavernietigingswapens. Later heeft ook Powell erkend desinformatie van de CIA aan het grote publiek te hebben doorgegeven, waardoor later de term *Powellpoint* in kleine kring gemunt is als voorbeeld van beeldmanipulatie.

Dit zijn spectaculaire, maar ook onalledaagse voorbeelden van journalistieke onbetrouwbaarheid. Minder spectaculaire gevallen doen zich bijna dagelijks voor – zie bijvoorbeeld de websites van de Leidse en Tilburgse journalistiekstudenten die als factcheckers de feiten in het nieuws controleren.⁸ Zij checkten de afgelopen jaren honderden verhalen kapot, van berichten over inbrekers⁹ die overlijdensadvertenties lezen om te zien wanneer de bewoners van huis zijn tot het wetenschapsnieuws dat mannen precies 8,2 seconden nodig hebben om verliefd te worden op het eerste gezicht.¹⁰

Toch is werken aan betrouwbaarheid voor journalisten dagelijks werk: feiten checken, hoor en wederhoor, meerdere bronnen. Ook voor academici is betrouwbaarheid in de omgang met bronnen en het interpreteren van data een dagelijkse opgave. Die ons niet altijd goed afgaat, zoals mag blijken uit de affaire-Stapel en de discussie over het toegankelijk maken van databases die de NWO aanzwengelde.

Moet nu de conclusie van deze korte enumeratie¹¹ luiden dat het met de betrouwbaarheid van dé pers bedroevend gesteld is? Dat het vertrouwen in de media lamentabel is? Moeten we constateren dat de media, die zich graag zien als de waakhond van de democratie, nu te weinig waken over zichzelf?

Graag wil ik vandaag met u nadenken over het belang van betrouwbaarheid voor journalistiek en voor de opleiding voor journalisten. En over de waarde van een meer dan twee millennia oude benadering voor het onderzoek naar die journalistieke betrouwbaarheid: de retorica, de kunst en kunde van het overtuigen. Veel journalisten zullen zeggen: 'Retorica? Is dat niet iets voor politici?' Hen hoop ik ervan te overtuigen dat zij – net als de burger uit Molières *Le bourgeois gentilhomme*, die er tot zijn verbazing achterkwam dat hij al zijn hele leven proza sprak – en hun collega's altijd al werken en denken volgens retorische principes, ook al beseffen ze dat misschien niet.¹²

Betrouwbaarheid wordt in de klassieke retorica als essentieel beschouwd. Wil een spreker overtuigend overkomen bij zijn publiek, dan moet er vertrouwen zijn. Een van de vroegste theoretici over dit onderwerp, Aristoteles, onderscheidde in zijn *Retorica* drie overtuigingsmiddelen: *logos*, *pathos* en *ethos*.¹³ En hoewel hij aan de *logos*, de argumentatie en logische onderbouwing van het standpunt, de hoogste waarde toekende – voor een ideaal publiek van onbevooroordeelde rechters moest *logos* genoeg zijn – moest hij erkennen dat doorgaans ook *pathos* (het aanspreken van de emoties van het publiek) en *ethos* (de betrouwbaarheid, de reputatie van de bron, retor, spreker) doorslaggevend kunnen zijn.

Belangrijk is het inzicht dat de retor zich bij de voorbereiding van zijn verhaal rekenschap geeft van zijn publiek: wat vindt het publiek waardevol en belangrijk, welke stijl en welk taalniveau spreekt het aan? Maar ook van zichzelf, van zijn reputatie bij het publiek. Aristoteles onderscheidde aan *ethos* ook drie aspecten – klassieke retorici zijn dol op drieslagen: *phronesis* (deskundigheid/praktische vaardigheden en praktische wijsheid/competentie), *arete* (eerlijkheid/integriteit) en *eunoia* (welwillendheid ten opzichte van publiek/identificatie met publiek).¹⁴

Deze eigenschappen zijn niet alleen voor klassieke en moderne sprekers van belang bij hun toespraken, maar ook in alledaagse gesprekken, in het schrijven van artikelen, en meer in het algemeen in het maken van journalistieke producties. Wie journalistiek beschouwt als een domein waarin objectieve feiten worden geproduceerd,¹⁵ zal wellicht menen dat de retorische theorie daarin niets te zoeken heeft. Maar wie de herkomst van de retorica kent, kan daar anders over denken. De klassiek-retorische theorie is ontstaan in een onzekere wereld, het Griekenland van de eerste eeuwen voor Christus – waarschijnlijk niet veel onzekerder dan nu – waar feiten schaars waren en betwist werden: in rechtszaken over daden en misdaden, in de politieke arena waarin beleid over economie en oorlog en vrede werd bepaald en in gelegenheden-toespraken waarin waarden ter discussie stonden, deugd van ondeugd werd onderscheiden, helden werden geëerd en onethisch gedrag werd gelaakt.

De theorie van overtuigingskracht gedijt als 'feiten' discutabel zijn en 'wat er precies gebeurd is' sterk afhangt van de beschouwer en diens belangen en opvattingen. Retorische theorie wordt vaak gekoppeld aan demagogie, maar past eigenlijk meer bij democratie; bij een samenleving waarin waarden en normen, beleidsopties en feiten voortdurend ter discussie worden gesteld.

De retorica is een zeer uitgebreid systeem, dat de taken van de redenaar omvat, de soorten betogen, het duizelingwekkend arsenaal aan technieken om stijl te bedrijven en beschrijven, inclusief ideeën over de effectiviteit ervan.¹⁶ De retorica beschrijft de mogelijkheden om zowel de eigen mening naar voren te brengen als om het betoog van anderen beter te beoordelen (Daniel 2002¹⁷), waardoor de retorica geschikt is als basis voor *Journalism Studies*, om de productie, de producten en de effecten van nieuws¹⁸ te beschrijven en beoordelen (Shapiro 2010).

De retorica is, volgens een van de definities (ook van Aristoteles¹⁹) het vermogen om in elke zaak te zien wat de middelen zijn om je publiek mee te overtuigen. Een retorische definitie van nieuws is dan ook: nieuws is een zo overtuigend mogelijk gepresenteerd voorstel om op een bepaalde manier te kijken naar de realiteit. Hoewel een retorische benadering in *Journalism Studies* nog geen gemeengoed is, wordt zij steeds minder vreemd gevonden.²⁰

Het is tijd om via een voorbeeld te verkennen hoe het vertrouwen in de praktijk van journalistiek werkt. Ik begin als mateloos geïnteresseerde in de welsprekendheid van Obama²¹ (de nieuwe beschermheilige van moderne welsprekendheid) met de politieke communicatie, en kom vervolgens tot de journalistieke dilemma's.

Veel mensen, journalisten misschien meer dan anderen, zijn ongelovige thomassen. Eerst zien, dan geloven. En wat hadden de kranten hem graag afgedrukt, de foto van de dode Bin Laden. En ik vermoed dat dit gegeven Obama en zijn communicatieadviseurs op 1 mei van dit jaar danig dwars heeft gezeten.

Kort na elf uur 's avonds daalden twee Amerikaanse Black Hawk helikopters neer in de kleine Pakistaanse stad Abbottabad om een actie uit te voeren die de internationale media de daaropvolgende dagen zou gaan beheersen: de moordaanslag op Amerika's staatvijand nummer 1, Osama bin Laden. Een speciaal hiervoor getraind team van mariniers slaagde erin om negen jaar, zeven maanden en twintig dagen na 11 september 2001 de leider van Al Qaeda met twee kogels te doden. Er zijn door een marinier foto's van Bin Ladens uitgestrekte lichaam genomen. En van zijn gezicht. Die zijn ter verificatie naar Amerika gezonden: hij was het echt.²²

Intens opgelucht door deze succesvolle actie, zag Obama zich intussen voor een groot dilemma geplaatst. Hoe brengen we dit nieuws, en vooral: geven we de foto's van de dode Osama vrij aan de pers of doen we dat niet? Er was veel dat vóór pleitte.

Foto's hebben grote bewijskracht: zo ziet het er echt uit, zo is het gebeurd.²³ Mensen hebben grote behoefte aan visueel bewijs. Zij zouden kunnen blijven twijfelen aan de dood van deze man, volgens sommigen een moordenaar en volgens anderen een held. En een onomstotelijk bewijs was nodig om het Witte Huis de noodzakelijke maar symbolische overwinning te geven, die president Obama nodig had om zonder al te veel gezichtsverlies eindelijk te kunnen gaan beginnen aan de terugtrekking van zijn troepen uit Afghanistan.

Natuurlijk kunnen foto's gemanipuleerd zijn. Maar voor CIA-directeur Panetta was het duidelijk: we moeten de foto's publiceren om geruchten en complottheorieën de kop in te drukken. De vraag was volgens hem niet of, maar wanneer die foto werd vrijgegeven.

Maar een tweede eigenschap van foto's bracht grote aarzeling bij Obama: de enorme impact van beeld op de emoties van de kijkers. 'If it bleeds it leads', is een oude journalistieke wet. De bloederige beelden van een door een kogel

doorboorde schedel zouden bij publicatie tot hoogoplopende emoties in vele moslimlanden kunnen leiden. En er zouden tijdens de ontstane rellen wellicht nieuwe mensenlevens te betreuren zijn en nieuwe martelaren geworven kunnen worden.



Osama is dood?

Fotostill op 1 mei 2011 verspreid door Pakistaanse Express TV, overgenomen door persbureau AP. Rond elf uur stuurde AP het volgende bericht door: 'Photo Kill. AP is niet in staat om onafhankelijk te bevestigen dat de persoon op de foto Osama bin Laden is.' Het bleek een gefotoshopte oude foto van Bin Laden (foto 1b) te zijn.

U weet hoe het is afgelopen. 'Pics or it did not happen!';²⁴ schrijven bloggers of leden van internetforums als iemand iets ongeloofwaardigs beweert. We hebben *pictures*, beelden nodig om je te kunnen geloven. Ondanks grote druk van burgers, adviseurs, senatoren en media die om onweerlegbaar beeldbewijs vroegen, leverden de autoriteiten die beelden als broodnodige *logos* voor hun zaak niet. Er waren wel beelden van een van de helikopters die tijdens de landing gecrasht en in brand was gestoken, evenals beelden van het terrein waar Bin Laden jarenlang in het geheim had kunnen verblijven, en drie foto's van drie doodgeschoten mannen in de villa, die door een Pakistaanse veiligheidsfunctionaris waren verkocht aan Reuters. En ook beelden van een zeemansgraf vanaf het vliegdekschip de U.S.S. Carl Vinson. Maar geen beelden van het gedode lichaam.

Het beeld dat we wel voorgeschoteld kregen op 3 mei en dat ook in bijna alle kranten en media is getoond, is de foto van de Situation Room van het Witte Huis, Obama en zijn belangrijkste adviseurs bijeen om de actie van de mariniers te volgen.



Getuigen van de aanslag op Osama (Situation Room)

De aandacht wordt direct getrokken naar Hillary Clinton. Ze heeft haar hand voor de mond. Typisch de reactie van iemand die erg is geschrokken. Zelf heeft ze gezegd dat ze toen wellicht heeft geniest. Niet de moordaanslag, maar de opdrachtgevers die naar de aanslag kijken, zonder triomfalisme, maar met betrokkenheid – dat is het beeld dat wél getoond mocht worden. Want Obama heeft de symbolwaarde van de beide foto's – de getoonde en de ongetoonde – niet onderschat. De foto van de dode Osama mocht geen icoon worden, zoals die van Che Guevara, die er inderdaad zo prachtig bij lag.

Wat leert ons deze casus? In zijn afweging tussen de overtuigingsmiddelen van Aristoteles heeft Obama de balans door laten slaan naar het *ethos*. Hij zag af van de *logos*-voordelen van het vrijgeven van bewijzende foto,²⁵ hij schatte in dat het verwachte *pathos*-effect van publicatie olie op het vuur van de woedende extremistische moslims zou zijn en koos voor zijn *ethos*: na de moordaanslag geen scalpvertoning, maar een ingehouden reactie die door velen als teken van politieke wijsheid zal worden beschouwd. 'We gaan niet als een trofee met deze foto pronken. Zo zijn wij niet', zei Barack Obama tijdens een interview met het CBS-programma *60 Minutes*,²⁶ zeven dagen na de moordaanslag bouwend aan het *ethos* van een beschaafde, integere leider. Hoewel hij wel een man zonder proces heeft laten doodschieten, toonde hij zich terughoudend, zeker in vergelijking met de gruwelijke filmpjes en foto's van de dood van Gaddafi die we onlangs voorgeschoteld kregen.

Wat waren nu de dilemma's voor de journalisten?

1. HOE TE RAPPORTEREN ALS ER VEEL ONZEKER IS?

Veel was, en is, onzeker over de aanslag in Abbottabad. Het ene nieuwsmedium verborg die onzekerheid achter een strak verhaal, het andere wees er nadrukkelijk op. Opvallend waren de artikelen in *nrc.next* over de tegenstrijdige berichten van het Witte Huis ('Bin Laden was wel/niet gewapend en zocht wel/geen dekking achter een vrouw') en over de zes complottheorieën ('1 Hij is ingevroren. 3 Hij is een geheim agent. 4 Hij leeft'). Ook benadrukte *nrc.next* de manipulatiemogelijkheden van nieuwsfoto's door op de voorpagina een foto van een levende Osama te publiceren, met in zijn hand dezelfde *nrc.next* die ook de lezer in zijn hand hield.

Die keuze toont ook wat voor soort medium je wil zijn, naar welk *ethos* je streeft: of de krant een mijnheer of wellicht mevrouw wil zijn die *ex cathedra* meldt hoe het zit en wat het betekent, of dat je je publiek aanspreekt als mensen die zelf een mening willen en kunnen vormen.

2. HOE OM TE GAAN MET NIEUWE SOORTEN BRONNEN ZOALS AMATEURFILMPJES, -FOTO'S, TWEETS, BLOGS?

Nieuwswaardige foto's en filmpjes zijn vaak als eerste te vinden op Twitter, Facebook en YouTube, of ze belanden op een andere manier via gewone burgers bij journalisten, net als onlangs bij de dood van Gaddafi – hier was het een amateurfilmpje op een mobiele telefoon.²⁷ Die filmpjes kunnen perfect de *logos*-functie van het krachtige bewijs vormen. Zo goed zelfs, dat professionele nieuwsfilmers soms bewust kiezen voor het filmen met een amateurcamera. Maar wat is het *ethos*, de betrouwbaarheid van die amateurbeelden zonder context? Laad je met die bronnen niet snel de verdenking op je dat je geruchten, *fakes* en de wildste complotten binnenhaalt? Het dilemma tussen snelheid en betrouwbaarheid. Toch zien we op het internet ook een zelfreinigend vermogen en snelle *checks*. De gefotoshopte foto met het zwaar bebloede hoofd van Osama werd ook als eerste 'op Twitter' ontmaskerd als een slordige vervalsing die al sinds 2009 op internet te vinden was.

3. KAN EEN FOTO OF FILMPJE OOK TE GRUWELIJK ZIJN?

Als de foto van de dode Bin Laden toch was vrijgegeven, zou die dan gepubliceerd zijn? Opnieuw een lastige afweging, waarover diverse redacties zich expliciet bogen. Niet publiceren om *ethos*-redenen, want, aldus Willem Schoonen in *Trouw* op 6 mei 2011, 'we plaatsen geen gruwelijke beelden van slachtoffers, en voor het brengen van de feiten is dit beeld geen noodzaak'?

Of toch wel, want, aldus dezelfde Schoonen, 'de foto is zelf nieuws geworden, mede door de discussies over wel of niet vrijgeven. Mocht de foto alsnog beschikbaar worden, dan zullen veel lezers hem willen zien.' Er waren discussies over op de voorpagina of verderop in de krant, heel groot of op postzegelformaat...

Eerder dan ik had verwacht konden we de proef op de som nemen. U begrijpt dat ik opnieuw op de dood van Gaddafi doel. Bijna alle Nederlandse kranten en nieuwsmedia pakten uit met de gruwelijkste beelden.



De voorpagina's van Nederlandse kranten, de dag na de dood van Kadaffi

Onze magen werden bij het ontbijt niet ontzien. NRC-journalist Raymond van den Boogaard concludeerde zelfs dat met dat filmpje op Al Jazeera en later in tal van Nederlandse media de eerste ex-dictator in videobeeld om het leven is gebracht. En dat daarmee 'in de audiovisuele geschiedenis opnieuw een grens [is] overschreden.'²⁸ NRC.nl had de Nederlandse primeur van de AFP-foto van de dode of stervende Gaddafi. 'Het nieuws wordt niet aangepast aan de eetlust', verantwoordde Peter van der Ploeg van NRC.nl zich, 'dit keer ging de nieuwswaarde voor.'²⁹ De *logos*-waarde van de foto als bewijs won. Dat gold ook voor *Trouw*. De eerder nog twijfelend aangehaalde hoofdredacteur Willem Schoonen verdedigde nu de gruwelijke en grote voorpaginafoto in *Trouw*: 'Juichende Libiërs hebben we gedurende de opstand al veel gezien. De dood van Gaddafi'³⁰ was donderdag het belangrijkste nieuws.'

Bogen de redacteurs hier voor de behoefte aan 'spectacularisering'³¹? De redacteurs voelden zich genooddaakt om hun keuze te rechtvaardigen. Hierbij pasten ze bewust of waarschijnlijk onbewust het klassieke advies toe om bij een wantrouwend publiek extra werk te maken van het *ethos*.

Ik hoop dat ik aannemelijk gemaakt heb dat retorica een geschikt perspectief kan bieden voor de bestudering van journalistiek, van de productie, de producten en de effecten van het nieuws. En in de Osama-casus dat de retorische analyse van betrouwbaarheid in de journalistiek ons diverse inzichten voor het inzetten van *ethos* kan verschaffen, ook in samenhang met de overige overtuigingsmiddelen *pathos* en *logos*. Maar (1) is er echt een crisis in vertrouwen in de media? En (2) is betrouwbaarheid echt zo'n belangrijke factor voor de journalistiek?

Om met de eerste vraag te beginnen: wie zich de eerdere opsomming van treurigmakende zaken van *Telegraaf*-journalist Martijn Koolhoven tot de dubieuze afluisterpraktijken van *News of the World* van afgelopen zomer in herinnering roept, zal geneigd zijn direct met ja te antwoorden. En ook het vertrouwen in politici, banken, de kerk en zelfs de wetenschap zijn niet vanzelfsprekend.

Wetenschappers kijken ook graag naar cijfers. En zeker wie van de vertrouwenpolls in Groot-Brittannië kennisneemt, kan daarvan schrikken. Op de vraag 'Vertrouwt u erop dat journalisten in het algemeen de waarheid spreken of niet?' bleek in 2008 slechts 19 % positief te antwoorden.³² Dokters, docenten en professoren scoren traditiegetrouw een stuk hoger, maar al een jaar of 25 bungelen journalisten onder aan de vertrouwensschaal rond de 20%, ongeveer even laag als politici.

Het beeld dat dergelijke publieksonderzoeken in andere Europese landen laat zien varieert, maar toont vaak weinig vertrouwen. Ligt dat vertrouwen ook zo laag in de lage landen? De beschikbare cijfers van de Eurobarometer³³ tonen in het algemeen een ander beeld. Tussen 1997 en 2009 schommelt de waardering³⁴ voor geschreven pers en televisie rond de 60% en voor radio rond 70%.³⁵ Betrouwbaarheid van internetnieuws is pas recent gemeten en werd wat lager beoordeeld: rond de 50%. De cijfers voor vertrouwen in Nederlandse media zijn niet om over naar huis te schrijven, maar een crisis zien we er niet in.

De tweede vraag was: is betrouwbaarheid echt zo'n belangrijke factor voor de journalistiek? Tot voor kort, toen de journalistiek met haar monopolie op

nieuws veel minder concurrentie te duchten had, hoefden de media niet al te veel werk te maken van het aantonen van hun betrouwbaarheid als meerwaarde ten opzichte van andere informatiestromen. Het is nu, met zoveel meer media waarmee de slinkende advertentie-inkomsten gedeeld moeten worden, met alle gratis nieuwssites, met bloggende en tweetende burgers, steeds belangrijker geworden om duidelijkheid te verschaffen over hoe hoog in het vaandel de betrouwbaarheid van berichtgeving wappert.

In een bekende reflex zetten de traditionele media zich soms af tegen nieuwe media, die ze als onbetrouwbaar proberen weg te zetten. Ook deze schermutselingen tussen traditionele media en nieuwkomers kunnen vruchtbaar bestudeerd worden vanuit retorisch perspectief, en we kunnen daarvoor een beroep doen op latere ontwikkelingen van de retorische theorie. Aristoteles bestudeerde de duvel en zijn oude moeder, maar hij zegt niets over de manier waarop professies zoals de journalistiek hun grenzen bewaken. Daarvoor kunnen we terecht bij de theorie over 'grenswerk' (*boundary work rhetoric*) van de socioloog Thomas Gieryn (1983): leden van professies belichten op een strategische manier bepaalde aspecten van hun werk om hun professe af te bakenen van concurrenten.

Grenswerk kan volgens Gieryn drie verschillende doelen dienen: (1) *expansie* van de eigen autoriteit of expertise in gebieden die door rivalen van buiten worden geclaimd; (2) *monopolisering* van professionele autoriteit en middelen door interne rivalen buiten te sluiten ('pseudowetenschappers', 'amateurs' noemen ze die dan); en (3) bescherming van *autonomie*. In het laatste geval is het doel om leden van de professe te beschermen tegen de consequenties van hun werk door externe zondebokken te zoeken.

We zien dit bij journalisten van traditionele media, die bijvoorbeeld tegenover de overheid hun onafhankelijkheid benadrukken en tegenover bloggers (die, kun je zeggen, pas echt onafhankelijk zijn) hun degelijkheid. Amateurfotografen die auto-ongelukken en branden fotograferen worden weggezet als '112-cowboys'. Bloggers die aan de officiële versie over de aanslagen van 11 september twifelen, zijn 'irrationeel'. Professionele persfotografen zeggen dat 112-cowboys geen moraal hebben. Maar uit onderzoek³⁶ blijken de 112-fotografen wel degelijk over een groeps Moraal te beschikken: geen bloed en geen slachtoffers in beeld, en de hulpdiensten niet in de weg lopen.

In een tijd waarin het informatiemonopolie van de traditionele media inderdaad onder druk staat, zullen we deze grensretoriek heftiger zien worden. Onze opgave als journalistiekonderzoekers en -opleiders is daar niet in mee te gaan, maar zowel die retoriek als de praktijk op de werkvloer te onderzoeken.

Ik noem hier enkele voorbeelden van wat we doen en wat u van ons kan verwachten op het gebied van betrouwbaarheid.

Ik volg de retorische drieslag in *Journalism Studies* van de studie van de productie, de producten en effecten van het nieuws.³⁷

1. PRODUCTIE VAN NIEUWS: JOURNALISTIEK HANDELEN

Als we willen weten hoe journalisten in de praktijk van alledag aan betrouwbaarheid werken, kunnen we niet volstaan met het analyseren van hun berichten en uitzendingen. Het onderzoek naar journalistiek handelen vraagt om nieuwe vormen van onderzoek, waarbij we op redacties bij wijze van spreken bij de journalisten op schoot gaan zitten, en we ieder telefoontje en iedere toetsaanslag volgen terwijl ze binnengekomen persberichten bewerken. Collega Tom Van Hout toont met zijn micro-etnografische onderzoek aan dat zelfs in routineberichten op basis van bestaande kopij journalisten bronnen checken, balans nastreven en subtiele vormen van evaluatie en kritiek invlechten. Met dit onderzoek worden geruchtmakende analyses en beweringen van Nick Davies in zijn boek *Flat earth news*³⁸ sterk genuanceerd. In de door Van Hout onderzochte cases zie je niet dat persberichten onbewerkt in de krant komen.³⁹

Ook beginnen we dit jaar nog, samen met de TU Delft, een onderzoek naar de zelfstandigheid van universiteitsbladen. Hoe houden *Mare* en de rest van de universitaire pers hun betrouwbaarheid overeind terwijl ze betaald worden door de universiteit? Welke vormen van censuur en zelfcensuur zijn er?

2. DE PRODUCTEN VAN HET NIEUWS

We analyseren aspecten van betrouwbaarheid niet alleen in het journalistieke proces, maar ook in de producten die dat oplevert. Een voorbeeld daarvan is het onderzoek dat collega Peter Burger met de criminologe Gabry Vanderveen deed naar nieuws over verkrachtingsdrugs, de verdovende middelen die verkrachters in het uitgaansleven heimelijk in drankjes van nietsvermoedende vrouwen zouden doen.⁴⁰ Nieuwsmedia stellen dit voor als een ernstig gevaar,

maar op jongerenforums is het onderwerp van discussie: is dit een reële dreiging of een broodje aap? Ook dit heeft alles te maken met *ethos*: jongeren blijken in dit geval traditionele media te negeren en vooral te koersen op hun eigen autoriteit, en op de ervaring en deskundigheid van hun leeftijdgenoten. Andersom: nieuwsmedia negeren de discussies over dit onderwerp die op internet worden gevoerd. Zij luisteren alleen naar drugsvoorlichting en politie en missen zo argumenten (*logos*) die de ernst van het probleem in twijfel trekken, zoals het schaarse toxicologische bewijs voor deze vorm van misdaad. Wat journalisten daarvan kunnen leren, is dat het onverstandig is om meningen op internetforums bij voorbaat af te doen als ongefundeerd en irrationeel.

3. EFFECTEN VAN NIEUWS

We maken niet alleen retorische inschattingen van vermoedelijke effecten van bronvariabelen, maar willen die ook via experimenten vaststellen. Een van die bronvariabelen heeft Willem Koetsenruijter onderzocht in zijn onderzoek naar cijfers in het nieuws.⁴¹ Daaruit bleek onder meer dat vrij goed experimenteel is vast te stellen dat cijfers in nieuwsberichten – ondanks het feit dat ze slecht onthouden en slecht begrepen worden – een bijdrage leveren aan de betrouwbaarheid van een nieuwsbericht. Dus een retorische werking die losstaat van de inhoud.

Journalistiek en Nieuwe Media is van plan om na de publicatie over visuele retorica, het boek *Beeldtaal: Perspectieven voor makers en gebruikers* (2010), ook een gezamenlijk boek over journalistiek en retorica te maken, waarin theorie, onderzoeksresultaten en onderwijsideeën gecombineerd worden.

Betrouwbaarheid is bepaald niet de enige belangrijke eigenschap van journalisten (Blanken en Deuze noemen er maar liefst negen in hun boek *Pop up: De botsing tussen oude en nieuwe media* (2007)). Maar, hopelijk bent u dat met mij eens, wel een belangrijke. De cijfers zijn niet dramatisch, maar ook niet gunstig. Naast al het onderzoek dat we kunnen doen op dit gebied, wil ik tot slot aangeven waar de belangrijkste uitdagingen liggen voor de verbetering van de journalistieke betrouwbaarheid. Ik onderscheid drie deelgebieden van betrouwbaarheid op maatschappelijk, institutioneel en individueel gebied.

Welk publiek wil je als nieuwsmedium creëren? Als je een publiek wenst dat de middelen wil hebben om zelfstandig oordelen te vormen, dan past daarbij dat je transparant bent over je werkwijze en je bronnen. En dat je je openstelt voor kritiek van vakgenoten. Ik kom op het eerste gebied.

1. BETROUWBAARHEID OP MAATSCHAPPELIJK NIVEAU

Als de media het vertrouwen van de maatschappij willen blijven behouden en liever nog vergroten, dan doen ze er goed aan om de gezamenlijke initiatieven te ondersteunen die gericht zijn op verdergaande professionalisering van de journalistiek, zoals de Nederlandse Vereniging van Journalisten en de Raad voor de Journalistiek.

Op het werk van de Raad voor de Journalistiek, die klachten over de media in behandeling neemt en daarover uitspraken doet, is natuurlijk kritiek mogelijk. Niet elke uitspraak zal iedereen welgevallig zijn. (En inderdaad: de raad moet zich wel duidelijker positioneren in het landschap van nieuwe media.) Men kan de raad een papieren tijger noemen, omdat hij geen sancties kan opleggen. En het is opmerkelijk om te zien dat belangrijke spelers in de media de raad niet erkennen (zoals *Elsevier*) en zijn uitspraken naast zich neerleggen (zoals de eerdergenoemde *Telegraaf*), in plaats van ruimhartig rectificaties te plaatsen. Ik raad aan deze koudwatervrees te overwinnen.

Collega Huub Wijfjes pleitte in 2003 voor een onafhankelijke media-ombudsman⁴² die niet alleen klachten afhandelt, maar ook permanent de discussie gaande houdt. Die nieuwe mediaombudsman⁴³ is geen succes gebleken.

Het genootschap voor hoofdredacteurs zag er niets in; er was geen steun uit de beroepsgroep,⁴⁴ het lijkt een stille dood gestorven. Maar de samenleving heeft het recht om te weten welke ethische spelregels de vertegenwoordigers van haar media hanteren. En we lopen het risico dat de wal het schip keert; dat in onze emotiemaatschappij, waarbij de vlam soms snel in de pan slaat, de politiek⁴⁵ vormen van toezicht en controle gaat eisen die onuitvoerbaar en onproductief blijken te zijn. We wachten wat dat betreft af wat er in Groot-Brittannië gaat komen; er wordt al gesproken over vergunningen van journalisten die kunnen worden ingetrokken, wat naar mijn mening een onwenselijke beperking van de vrijheid van meningsuiting zou betekenen.

Elke week is er wel een discussie of studiemiddag over Media en Macht, de Kees Lunshoflezing, het Cleveringadebat, Studium Generale-series waarin vragen naar betrouwbaarheid gesteld worden. Deze week is er een nieuwe Amerikaanse Wikipedia-achtige website gelanceerd, www.newstransparency.com, waarop het publiek journalisten ter verantwoording kan roepen. Vanavond krijgt het mediaprogramma van de VARA, *De leugen regeert*, een opvolger: *De waan van de dag*.

En aan de burgers in ons land zeg ik: neem deel aan het publiek debat. Er zijn nog nooit zoveel mogelijkheden geweest om de vinger aan pols van de media en maatschappij te houden. Word niet apathisch en laat de media uw stem horen.

2. INSTITUTIONEEL: BETROUWBAARHEID OP REDACTIENIVEAU

Met betrekking tot het tweede, institutionele niveau van de mediaredacties zien we dat media meer waarde hechten aan betrouwbaarheid, en diverse instrumenten inzetten om hun reputatie op dit punt zichtbaar te verbeteren. Er bestaat een grote diversiteit⁴⁶ in de mate waarin media⁴⁷ verantwoording aan hun publiek willen afleggen en transparant willen zijn, bijvoorbeeld door rectificaties. De NOS heeft de laatste jaren meer instrumenten ingevoerd, zoals chat op vrijdag, een weblog, een herstelrubriek. En er zijn media die niet alleen een rubriek inruimen voor lezersbrieven, maar daar ook inhoudelijk op reageren.⁴⁸

Online nieuwssites zijn minstens zo druk bezig met transparantie als de traditionele media. Zoals het onderzoek van Michiel Kraijkamp (2011)⁴⁹ duidelijk maakte, hoort het correctiebeleid bij veel redacties tot de vele ongeschreven regels. Hij raadt terecht aan op een aparte pagina op de site uit te leggen wat het beleid is en op welke manieren het publiek correcties aan de redacteur kan melden.⁵⁰

Een kostbare, maar zichtbare en belangrijke ontwikkeling is het invoeren van de ombudsman in diverse media. De ombudsman is de onafhankelijke ‘publieksredacteur’ die de kritiek van lezers, kijkers en luisteraars een stem geeft in een eigen rubriek. Veel ombudsmannen houden het maar kort uit: journalisten kunnen niet zo goed tegen kritiek.⁵¹ De neiging van hoofdredacteurs om ombudsmannen te ontslaan is groot, net als mijns inziens het belang om ze in dienst te houden. De ombudsmannen zijn ook de mensen die hun collega’s wijzen op het belang van de stijlboeken op de redacties en de daarin gestolde expertise van ervaren en spraakmakende journalisten. Zij houden de discussie gaande over de leidraad⁵² van de Raad voor de Journalistiek of de code⁵³ van het Genootschap voor Hoofdredacteurs. Ik bepleit ze in ere te houden en ze goed betalen voor hun belangrijke werk.

3. INDIVIDUELE BETROUWBAARHEID

In een reeks van publicaties maakt mijn Leidse voorganger Mark Deuze⁵⁴ ons duidelijk dat de nieuwe generatie journalisten ‘mediawerkers’ zal zijn: mensen die niet meer jarenlang bij één redactie zullen werken, maar veelal als freelancer en zzp’er zullen opereren, met zeer uiteenlopende opdrachtgevers en zo nu en dan een wat langer lopend contract. De redactionele normen en waarden leren ze dan veel minder dan hun voorgangers via contact met de eigen ervaren redacteurs *on the job*. Omdat ze bij die verschillende opdrachtgevers soms ook met verschillende normen in aanraking zullen komen, moeten ze zelf hun eigen koers kunnen bepalen, met behulp van stijlboeken, achterliggende codes en collega’s. Daarom is het volgens mij van belang de universitaire opleiding van nieuwe journalisten te richten op het vormen van wat wij noemen *reflective practitioners*.

Ze verwerven een combinatie van praktische en academische vaardigheden. Deze *reflective practitioners* leren kritisch, creatief en onafhankelijk te denken. Ze herkennen de ethische dilemma’s van de professie, kunnen daarop kritisch reflecteren en vervolgens handelen.

Quintilianus heeft ze ‘vir bonus’⁵⁵ genoemd: goede man; ik haast me dat – in dit tijdsgewricht met zoveel vrouwelijke journalisten – als ‘goede, ethisch ontwikkelde persoon’ te vertalen. De retorische benadering in ons onderwijs heeft vooral twee doelen: (1) studenten kunnen journalistieke processen en producten beter analyseren en beoordelen (functies en technieken), en (2) ze kunnen overtuigender journalistieke producten produceren. Het eigen kompas dat de studenten leren te ontwikkelen moet hun van pas komen in deze tijden waarin *parachute journalism*⁵⁶ en *crowdsourcing*⁵⁷ nieuwe eisen stellen aan de nieuwe journalisten.

Ik ben verheugd dat ik hier vandaag mag staan om mijn benoeming tot hoogleraar Journalistiek en Nieuwe Media officieel te aanvaarden. Er zijn veel mensen, meer dan ik hier kan noemen, die ik daarvoor dank verschuldigd ben.

Allereerst het College van Bestuur van de Leidse Universiteit, de Faculteit der Geesteswetenschappen en het Leiden University Centre for Linguistics (LUCL). Dank voor het in mij gestelde vertrouwen om deze taak uit te voeren.

Beste studenten, het meeste plezier in mijn jaren aan de universiteit heb ik altijd beleefd tijdens het onderwijs. Al zijn de onderwerpen soms pittig en klinken aanvankelijk het *amplificeren* en de *praeteritio* jullie wat exotisch in de oren, het verheugt me te zien hoe goed jullie met de retorische kennis uit de voeten kunnen. Ik verwacht nog vele inspirerende uren met jullie door te mogen brengen. Het vervult me met trots als ik zie waar onze alumni werken: in landelijke media en boeiende nieuwe broedplaatsen; bij gereputeerde redacties en als succesvolle zzp'ers.

Mijn collega's bij Journalistiek en Nieuwe Media (JNM) dank ik voor hun loyaliteit, werklust, creativiteit, gevoel voor humor en kameraadschap. Peter Burger, Willem Koetsenruijter, Addie de Moor, Willem van Rooijen, Kees Boonman, Bas Broekhuizen en Jos van den Broek, ik leer elke dag weer iets van jullie kennis van (nieuwe) media. Ruim tien jaar geleden heb ik met jullie aller onmisbare hulp eerst een bijvak, Praktijkstudie JNM geheten, mogen opzetten, gestimuleerd door onder anderen decanen Frits van Oostrom, Ton van Haaften en Wim van den Doel. We begonnen met 12 studenten en zijn nu al een paar jaar met 100 studenten een van de grootste bijvakspecialisaties en minoren van de faculteit en de universiteit. Na het succes van de praktijkstudies hebben we op verzoek van de faculteit ruim vijf jaar geleden ook een masterprogramma opgezet. De opleiding Nederlandse Taal en Cultuur zijn we zeer dankbaar dat we in goede harmonie onder haar vleugels als master-specialisatie hebben kunnen groeien van een programma eveneens 12 studenten naar 36 stuks. Een nieuwe moeder heeft zich aangediend, Mediastudies, en ik zie uit naar een goede samenwerking met de nieuwe collega's.

Hoewel ik van meerdere mensen veel geleerd heb, wil ik hier in ieder geval jou hier noemen: Hooggeleerde Braet, beste Toine. Jij bent het die me, als eerstejaarsstudent Nederlands, heeft ingewijd in de rijkdommen van de klassieke en moderne retorica. Jij hebt me elf jaar geleden van de TU Delft naar Leiden teruggehaald om bij Nederlands je collega te worden als docent/onderzoeker Taalbeheersing, als lid van een kleine staf van collega's waarvan ik nog steeds met heel veel plezier deel uitmaak, nu onder leiding van mijn gewaardeerde collega Ton van Haaften. Mijn belangstelling voor retorische stijl in politieke communicatie en het werk van professionele speechschrijvers is ooit door jou, Toine, aangewakkerd. En daarvoor, en voor je vertrouwen zal ik je altijd dankbaar blijven.

Hooggeleerde Hoeken en Hooggeleerde Jansen, beste Hans en Carel, jullie waren als promotoren degenen die mij en Bas Andeweg, mijn grootste onderzoeksmaatje aan de TU Delft, veel hebben geleerd over wetenschappelijk onderzoek, van inhoudsanalyse tot sociaal-wetenschappelijke experimenten. Ik hoop dat ik iets van jullie stimulerende begeleidingskwaliteiten heb opgepikt zodat mijn promovendi daar weer van kunnen profiteren.

Mijn familie en schoonfamilie bedank ik voor hun belangstelling en steun. En in het bijzonder mijn lieve vader en mijn moeder, die niet alleen gesteld is op koningin en paarden, maar ook op haar jongste zoon. De trots is wederzijds.

Tot slot dank ik jou, Titia, mijn levensgezellin. Vanaf onze studententijd op de Haarlemmerstraat tot en met nu ben jij mijn trouwe kameraad. Ik prijs me daarmee zeer gelukkig.

Mevrouw de rector magnificus, dames en heren,

Een retoricus eindigt niet zonder peroratio.

Pics or it did not happen! Dit was het verhaal over een foto die niet getoond mocht worden en over journalistieke dilemma's als de keuze tussen snelheid en betrouwbaarheid – die ook retorische dilemma's zijn. Kennis van de retorica is van groot belang in een onzekere wereld. Als 'feiten' en de duiding daarvan ter discussie staan, is inzicht in de werking van overtuigende woorden en beelden essentieel. Ik verwacht dat de maatschappij én de democratie kunnen profiteren van een nieuwe generatie journalisten met kennis van retorica en nieuwe media.

Ik heb gezegd.

Ik dank Peter Burger voor zijn immer waardevolle commentaren bij het tot stand komen van deze oratie. Ook Kees Boonman, Tom van Hout en Willem Koetsenruijter dank ik voor hun suggesties.

ILLUSTRATIEVERANTWOORDING

Foto 1A: Fotostill op 1 mei 2011 verspreid door Pakistaanse Express TV, overgenomen door persbureau AP.

Foto 1B: bron onbekend

Foto 2: bron onbekend

Foto 3: bron: Martijn Kleppe

OVER DE AUTEUR

Prof. dr. Jaap de Jong (Den Haag, 1961) is sinds november 2010 als hoogleraar Journalistiek en Nieuwe Media verbonden aan de Faculteit der Geesteswetenschappen van de Universiteit Leiden. Hij is sinds 1999 werkzaam aan de Universiteit Leiden, eerst als universitair docent Taalbeheersing bij de opleiding Nederlandse Taal en Cultuur en sinds 2001 ook als oprichter en programma-coördinator van de praktijkstudie Journalistiek en Nieuwe Media (minor) en sinds 2006 van de master Journalistiek en Nieuwe Media (per 2012, onderdeel van Mediastudies). Vanaf 1988 tot 1999 werkte hij als docent Taalbeheersing aan de Technische Universiteit Delft.

Sinds 1991 is hij redacteur van maandblad *Onze Taal*. Hij is co-auteur van boeken als *De eerste minuten: Attentum, benevolum en docilem parare in de inleiding van toespraken* (2004), *Handboek Stijl* (2009), *Rapportagetechniek* (2010), *Beeldtaal: Perspectieven voor makers en gebruikers* (2010) en *Bending opinion* (2010). Hij is medeoprichter van de Leidse Werkgroep Retorica. Zijn onderzoek naar retorische en stilistische aspecten van journalistiek en politieke toespraken voert hij uit als lid van het Leiden University Centre for Linguistics (LUCL). Hij publiceerde meerdere (inter)nationale research papers, artikelen en hoofdstukken op deze gebieden.

E-mail: j.c.de.jong@hum.leidenuniv.nl

NOTEN

- 1 M. Koolhoven, 'Eng en verschrikkelijk!: Rotterdamse "moslimwijk" in shock na komst fetisj-fotograaf', *De Telegraaf*, 7 april 2010, p. 5.
- 2 Zie ook S. Lindhout & L. Reijmer, 'Telegraaf schorst sterverslaggever na gelogen verhaal moslimwijk', *de Volkskrant*, 22 september 2011.
- 3 www.geenstijl.tv/2010/04/rutger_checkt_topverhaal_kapot.html
- 4 http://zembla.vara.nl/Nieuwsdetail.2624.0.html?&tx_ttnews%5bt_news%5d=48937&cHash=0b5ab63c472536081b159979646f1115
- 5 Uitspraak over deze zaak van de Raad voor de Journalistiek op 2 februari 2011.
- 6 www.rvdj.nl
- 7 B. Keller, 'My unfinished 9/11 business: A hard look at why I wanted war', *The New York Times Magazine*, 6 september 2011.
- 8 P. Burger, T. Dersjant & A.R.J. Pleijter (2009). 'Factcheckers lopen achter de feiten aan: Hoe de luis in de pels luizen in de pels kreeg'. In: B. Ummelen (red.), *Journalistiek in diskrediet* (p. 81-94). Diemen: AMB. Beschikbaar op: http://www.stimuleringsfondspers.nl/01/MyDocuments/Journalistiek_in_diskrediet.pdf. De Leidse site: www.journalistiekennieuwemedia.nl/NC/; de Tilburgse site: <http://fhjfactcheck.wordpress.com/>
- 9 www.journalistiekennieuwemedia.nl/NC/?p=4973
- 10 www.journalistiekennieuwemedia.nl/NC/?p=779
- 11 T. Dersjant (2000). *Uit onbetrouwbare bron: De mooiste missers in de media*. Zutphen: Atlas/Plataan.
- 12 In de vierde scène van de tweede akte verneemt monsieur Jourdain, de burger die ernaar streeft een edelman te worden, van zijn *maître de philosophie* dat hij zonder zich dat bewust te zijn allang proza spreekt: 'Op mijn woord! Het is meer dan 40 jaar dat ik proza spreek zonder er iets van te weten.'
- 13 Aristoteles, *Retorica*, 1.2.2.
- 14 Aristoteles maakt onderscheid tussen de bestaande reputatie en de middelen die de spreker moet inzetten in de toespraak om los van die reputatie het morele karakter van de spreker te construeren bij het publiek (*Retorica*, 1356a).
- 15 Aan de basis van *Journalism Studies* ligt het inzicht dat dé waarheid niet bestaat en altijd tot op zekere hoogte afhankelijk is van iemands interpretatie. Feiten boven water halen is een ideaal: de moeite waard, maar nooit helemaal bereikbaar. Journalistiek wordt in *Journalism Studies* meer en meer begrepen als een systeem van betekenisgeving. Journalisten geven in de vorm van berichten en verhalen betekenis aan gebeurtenissen die onsamenhangend zijn. Nieuws wordt niet gevonden, maar gemaakt. Het is een sociale constructie (zie ook

- M. Broersma (2009). *De associatiemaatschappij: Journalistieke stijl en de onthechte nieuwsconsument*. Groningen: Rijksuniversiteit Groningen). Over objectiviteit als strategie, zie eveneens Broersma 2009. Over objectiviteit als kentheoretische positie zie F. van Vree (2006). *De wereld als theater: Journalistiek als culturele praktijk*. Amsterdam: Vossiuspers, p. 15.
- 16 Goede beschrijvingen van dit uitgebreide systeem vindt men in A. Braet (2007). *Retorische kritiek: Overtuigingskracht van Cicero tot Balkenende*. Den Haag: Sdu uitgevers. Zie ook A.D. Leeman & A.C. Braet (1987). *Klassieke retorica: Haar inhoud, functie en betekenis*. Groningen: Wolters-Noordhoff/Forsten.
- 17 S.L. Daniel (2002). 'Integrating rhetoric and journalism to realize publics'. *Rhetoric & Public Affairs*, 5(3), 507-524.
- 18 K. Brants & P. Vasterman (2010). 'Journalism studies in Nederland: een inventarisatie'. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 38(3), 195-214.
- 19 'Het vermogen om bij ieder onderwerp het mogelijk overtuigende te onderkennen': Aristoteles geciteerd naar A.D. Leeman & A.C. Braet (1987). *Klassieke retorica: Haar inhoud, functie en betekenis*. Groningen: Wolters-Noordhoff/Forsten, p. 52.
- 20 Voor belangrijke aanzetten voor een retorisch fundament van *Journalism Studies* zie o.a. Daniel (2002), en I. Shapiro (2010). 'Evaluating journalism'. *Journalism Practice*, 4(2), 143-162.
- 21 J. de Jong (2008). 'Obama spreekt: De geheimen van een retorisch genie'. *Onze Taal*, (11), 316-319.
- 22 Zie voor een uitvoerig verslag op basis van tientallen, vooral anonieme bronnen (die 'intiem betrokken waren bij de operatie'): N. Schmidle, 'Getting Bin Laden: What happened that night in Abbottabad', *The New Yorker*, 8 augustus 2011. Het dilemma heb ik overigens niet aan zijn artikel ontleend.
- 23 Zie ook B. Zelizer (2007). 'On "having been there": "Eyewitnessing" as a journalistic key word'. *Critical Studies in Media Communication*, 24(5), 408-428. In deze studie beschrijft de auteur de opkomst van *Memory Studies* en de journalistieke functies van sociaal geheugen en archief.
- 24 'A phrase used on Internet forums to counter the vast range of unverifiable claims made by users. Often these claims involve personal brag-worthy accomplishments, extraordinary or rare sights/occurrences, and tales relating to alcohol or drug use.' (www.urbandictionary.com/define.php?term=pics%20or%20it%20didn't%20happen)
- 25 Het Witte Huis was zich na de eerdergenoemde *Powellpoint* wel bewust van het gebrekkige vertrouwen in de overheidscommunicatie. Vandaar overige foto's, uitleg over DNA-onderzoek, gezichtherkenningsonderzoek en senatoren die de foto's wel hebben gezien. Dat de dood van Bin Laden tegenwoordig overigens nauwelijks meer betwijfeld wordt, is voor een aanzienlijk deel te danken aan Al Qaeda. Die bevestigde op 6 mei de dood van Bin Laden en feliciteerde in een bericht de islamitische staat met 'het martelaarschap van haar goede zoon Osama'. Geciteerd naar N. Schmidle, 'Getting Bin Laden: What happened that night in Abbottabad', *The New Yorker*, 8 augustus 2011.
- 26 Op 8 mei 2011.
- 27 *NRC Handelsblad* en *Trouw* drukten de gruwelijke beelden af op de voorpagina.
- 28 'Al Jazeera durfde het als eerste', *NRC Handelsblad*, 21 oktober 2011.

- 29 S. de Jong, 'Moet dat nou, dat lijkt op de mat?', *NRC Handelsblad*, 25 oktober 2011.
- 30 *Trouw* spelde *Kadafi* en ik heb minstens vijf andere – voor een redacteur van *Onze Taal* fascinerende – varianten aangetroffen.
- 31 Woord ontleend aan Jaap van Ginneken, geciteerd naar F. van Vree (2006). *De wereld als theater: Journalistiek als culturele praktijk*. Amsterdam: Vossiuspers, p. 35.
- 32 Trust in people/Trust in doctors 2008 (Ipsos MORI/RCP). Topline results & trends (24 November 2008), 2,029 respondents aged 16+ across Great Britain. Interviews carried out face-to-face, in home. Fieldwork conducted between 13-18 November 2008.
- 33 http://ec.europa.eu/public_opinion/index_en.htm
- 34 Op de vraag 'Heeft u eerder wel of geen vertrouwen in ...?'
- 35 Eurobarometer en H. Groenhart (2011). *Between hope and fear: Distinctiveness of media accountability online in The Netherlands*. Mediaact workingpaper 7, www.mediaact.eu/online.html.
- 36 Aldus onderzoek van onze masterstudenten Vincent Krouwels, Ron Santing en Floor de Bie.
- 37 K. Brants & P. Vasterman (2010). 'Journalism studies in Nederland: Een inventarisatie'. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 38(3), 195-214.
- 38 N. Davies (2008). *Flat earth news*. London: Random House.
- 39 Zie T. Van Hout & F. Macgilchrist (2010). 'Framing the news: An ethnographic view of financial newswriting'. *Text & Talk*, 30(2), 147-169; T. Van Hout (2010). 'Sourcing business news: A case study of public relations uptake'. In: B. Franklin & M. Carlson (Eds.), *Journalists, sources, and credibility: New perspectives* (p. 107-126). London: Routledge; T. Van Hout, H. Pander Maat & W. De Preter (2011). 'Writing from news sources: The case of Apple TV'. *Journal of Pragmatics*, 43(7), 1876-1889.
- 40 P. Burger & G. Vanderveen (2010). 'Drugs in je drankje: Schuldattributie en genderstereotypen in nieuwsberichtgeving en onlinediscussies'. *Tijdschrift voor Criminologie*, (4), 412-422.
- 41 W.M. Koetsenruijter (2011). 'Using numbers in news increases story credibility'. *Newspaper Research Journal*, 32(2), 74-82. W. Koetsenruijter (2011). *Cijfers in het nieuws* (2e druk). Den Haag: Boom Lemma uitgevers.
- 42 H. Wijffes, 'Onafhankelijke ombudsman voor media nodig', *NRC Handelsblad*, 2 maart 2003.
- 43 www.media-ombudsman.nl
- 44 www.denieuwereporter.nl/2006/10/geen-steun-hoofdredacteuren-voor-pers-ombudsman
- 45 Ten Hoove (2003) geeft hiervan enkele voorbeelden. De dood van prinses Diana (1997), die met de paparazzi op de hielen in een verkeerstunnel om het leven kwam, heeft eerder reacties uit de politiek opgeleverd. Staatssecretaris van cultuur Aad Nuis riep in 1997 en 1998 de media op de Raad voor de Journalistiek meer bekendheid te geven en ervoor te zorgen dat zijn uitspraken vaker gepubliceerd zouden worden, anders zou de overheid een en ander gaan regelen. Deze oproep werd later gesteund door zijn opvolger Rick van der Ploeg. Prof. mr. Eric Jurgens, destijds Eerste Kamerlid en tevens lid van de Raad voor de Journalistiek, heeft de wetgever opgeroepen de media te verplichten negatieve uitspraken te publiceren indien ze hier niet vrijwillig toe zouden overgaan (S. ten Hoove (2003). *Grenzen in de journalistiek: Uitspraken Raad voor de Journalistiek 1987-2003*. Amsterdam, Otto Cramwinckel, p. 24). Van recenter datum is de druk van de PVV, die regelmatig dreigt om de subsidie van de publieke omroep in te trekken en om de door hen als te links beschouwde journalist Clairry Polak te ontslaan.

- 46 www.denieuwereporter.nl/2011/04/nieuwsmedia-profileren-zich-weinig
- 47 Zie ook Y. de Haan & J. Bardoel (2011). 'From trust to accountability: Negotiating media performance in the Netherlands, 1987-2007'. *European Journal of Communication* (26),230-246; en M. Groenhart (2011)'Between hope and fear: Distinctiveness of media accountability online in The Netherlands' In: Editors: H. Heikkilä & D. Domingo (eds). Media act working paper 7 (MediaAcT Working Paper series on 'Media Accountability Practices on the Internet').
- 48 De Haan & Bardoel 2011.
- 49 M. Kraijkamp (2011) *Laatst gewijzigd: Correctiebeleid van Nederlandse nieuwssites*. Masterthesis Journalistiek en Nieuwe Media Universiteit Leiden.
- 50 Zie voor een samenvatting van zijn onderzoek www.denieuwereporter.nl/2011/10/het-correctiebeleid-van-nederlandse-nieuwssites.
- 51 Hugo Arlman beschrijft hoe lastig hun positie is binnen de redacties: www.denieuwereporter.nl/2011/10/journalisten-kunnen-absoluut-niet-tegen-kritiek-de-eeenzaamheid-van-de-ombudsman/#more-19821
- 52 www.rvdj.nl/?katern=47
- 53 www.genootschapvanhoofdredacteuren.nl/het_genootschap/code-voor-de-journalistiek.html
- 54 M. Deuze (ed.) (2010). *Managing media work*. London: Sage; M. Deuze (2008). *Guerilla win-kels: het SoCo Experiment en een volgende Big Bang*. Leiden: Leiden University Press; M. Deuze (2007). *Media work*. Cambridge: Polity Press.
- 55 Quintilianus (2001). *De opleiding tot redenaar*. Groningen: Historische uitgeverij, XII.1.1.
- 56 *Parachute journalism*, voortgekomen uit de buitenlandjournalistiek, is het verschijnsel dat redacties steeds vaker een project uit de grond stampen met journalisten uit deelredacties die een grote productie (lange uitzending of hele bijlage) maken over een onderwerp (bijvoorbeeld de dood van een dictator of een Europese conferentie over de schulden-crisis), waarbij je als journalist ingezet kan worden op een onderwerp dat eigenlijk buiten je expertise valt. Onder grote tijdsdruk moet je veel produceren zonder je voldoende ingelezen te hebben.
- 57 *Crowdsourcing* is door Henk van Ess gedefinieerd als 'het bundelen van kennis van bereidwillige experts die voor niets een probleem willen oplossen en het antwoord gratis willen delen met anderen' (www.slideshare.net/searchbistro/harvesting-knowledge-how-to-crowdsource-in-2010). Doordat lezers en kijkers altijd over meer kennis en expertise beschikken dan de journalist, is het steeds belangrijker om je de rol van betrouwbare nieuwsmakelaar eigen te maken, informatie uit je netwerken te halen en op basis daarvan je bijdragen en verhalen te leveren. Ook hier is het essentieel om snelheid te combineren met eerlijkheid, met de bereidheid verantwoording af te leggen en de bereidheid fouten toe te geven. Of zoals Bart Brouwers zegt op www.dodebomen.nl: 'Nieuws en kennis doet hij niet alleen op uit persberichten, interviews met hooggeplaatsten en anoniem toegezonden documenten, maar vooral uit de relatie met zijn community. Nieuwsjagen wordt crowdsourcing.' Boeiende vormen van *crowdsourcing* en lezersparticipatie vinden we momenteel in *The Guardian*.