



Universiteit
Leiden

The Netherlands

Double Bind, of de moeizame relatie tussen politiek en media

Brants, K.L.K.

Citation

Brants, K. L. K. (2000). *Double Bind, of de moeizame relatie tussen politiek en media*. Leiden: Universiteit Leiden. Retrieved from <https://hdl.handle.net/1887/5272>

Version: Not Applicable (or Unknown)

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

Downloaded from: <https://hdl.handle.net/1887/5272>

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

Double bind
of
de ambivalente relatie tussen politiek en media

Rede uitgesproken door

Kees L.K. Brants

Bij de aanvaarding van het ambt van
bijzonder hoogleraar in de politieke
communicatiewetenschappen aan de
Universiteit Leiden op 24 november 2000.

Mag ik, om te beginnen, een waarschijnlijk open deur intrappen: in ons dagelijks leven nemen de media een centrale plaats in en zij vervullen een essentiële rol in het functioneren van onze parlementaire democratie. Ga maar na.

Per dag besteden we in Nederland gemiddeld 25 minuten aan het lezen van de krant. Dat is overigens zo'n tien minuten minder dan een decennium geleden; een proces dat al een nieuw en onmogelijk Nederlands woord heeft opgeleverd: ontleding. Die is mede het gevolg van de bijna drie uur die we per dag voor de televisie doorbrengen, waarbij we met de afstandsbediening in de hand de zenders afzappen en zo gemiddeld 3600 beelden per minuut per kanaal aan ons voorbij laten trekken (Van Cuilenburg e.a. 1999) En er zijn nog meer mediale verleiders (zie Cats 2000). We luisteren 1 uur en 20 minuten per dag naar de radio, overigens vaak als een soort geluidsbehang. En naast de bioscoop, de CD-speler en *the good-old-book* is er de afgelopen jaren het Internet nog bijgekomen. Het gemiddelde mediagebruik in Nederland, van ruim 37 uur per week, dreigt daarmee na slapen werken te verdringen van de tweede plaats in onze 24-uurscyclus.

Die uren worden niet allemaal gevuld met het opnemen en verwerken van informatie in de traditionele zin van het woord. En nog veel minder van politiek relevante informatie, wat dat ook moge zijn. Maar het besef dringt toch steeds meer door dat de media onontbeerlijk zijn als intermediair en deels vormgever van de publieke opinie, de politieke agenda en het moderne beleidsproces. De media zijn de boodschappers van onze samenleving. Zij, en vooral televisie, zijn de belangrijkste instituties die betekenis geven aan de symbolische omgeving waarin wij leven. De Nota Publieke Omroep van toenmalig minister D'Ancona uit 1991 stelt dan ook dat de media 'door hun informatieve, commentariërende en opiniërende functie (...) een van de hoekstenen van onze democratie (vormen). Zij zijn voor de burgers in onze samenleving noodzakelijke middelen geworden om zich in politiek, sociaal, cultureel en economisch opzicht te kunnen bewegen en ontplooiën' (D'Ancona 1991).

Uit die woorden spreekt niet alleen een zeker geloof maar ook een bepaalde ongerustheid, twee jaar na de introductie van het duale omroepbestel. Alsof die verschillende functies in het gedrang raken in een door commercie en concurrentie bevangen omgeving. Volgens de Amsterdamse socioloog Schuijt is het sedertdien ook alleen maar bergafwaarts gegaan. In zijn columns in NRC Handelsblad en De Volkskrant geeft hij daar regelmatig en vaak ronkend ruchtbaarheid aan.

Zo fulmineerde hij een paar maanden voor de verkiezingen van 1998, dat de politiek 'volledig een zaak van entertainment geworden' is. 'De partijen doen kennelijk niet eens meer de moeite om ons over hun politieke inhoud en verschillen te informeren' (NRC Handelsblad 4-2-98). Later had hij het, verwijzend naar een D66-congres met 'halfnaakt dansende spijsmeisjes' zelfs over 'sexo-tainment'. En nu, twee jaar verder, zijn politici papegaaien geworden en worden ideologieën 'versmald tot een aan het volk geopenbaarde zoektocht naar frikadellen en andere hapklare brokken voor de maag' (Volkskrant 1-3-2000).

Het probleem met de journalistiek

Waar Schuijt met zijn soms bizarre beeldspraken en neologismen zich toch vooral opwindt over de politici, alsof televisie al sowieso een verloren zaak is, klinkt onder onze bestuurders en volksvertegenwoordigers juist kritiek op de media. Zij winden zich op over de veranderde rol die die media zich kennelijk hebben toegeëigend: niet langer slechts een middel waarlangs andere subsystemen, zoals politieke partijen, hun informatie doorgeven. In moderne democratieën vormen zij steeds meer een autonome macht temidden van andere machtscentra, zijn journalisten onafhankelijke actoren geworden die zelf invulling geven aan hun rol (Swanson & Mancini 1996; Butler & Ranney 1992: 283). En dat vinden politici niet altijd even leuk.

Volgens een verontwaardigde VVD-fractievoorzitter Dijkstal bijvoorbeeld is de aandacht van de media verschoven van de inhoud van het politieke bedrijf naar politieke ruzies en de 'exploitatie van emoties'. 'Als wij over een onderwerp debatteren', constateerde hij in mei 2000, dan 'wordt het beeld geschetst dat er in de VVD grote conflicten zijn'. Hij voelde zich daardoor gedwongen eventuele meningsverschillen in zijn partij te verzwijgen of zelfs te ontkennen. Hoewel dit, erkende hij, het debat wel eens zou kunnen doodslaan. Hij gaat ook 'nooit meer zo maar met een andere politicus in een tv-uitzending zitten'. En omdat de vrijheid van de media, in zijn woorden, een 'heilige koe' is, kan de overheid niet ingrijpen (Algemeen Dagblad 26-5-2000). Opmerkelijke uitspraken en een curieus voornemen dat weinig publicitaire aandacht heeft gekregen en dat volgens mij ook nog steeds op uitvoering wacht. Een paar maanden eerder had oud-minister Van Mierlo in zijn Thorbecke-lesing in Amsterdam ook al blijk gegeven van wat hij omschreef als een steeds meer naar elkaar toe groeien van de sport en de politieke journalistiek: 'Alles wordt vertaald in termen van winnen en verliezen, van uitglijers, bananenschillen. (...) Je bent nooit teleurgesteld, maar zeer teleurgesteld, nooit boos, maar razend, nooit kritisch, maar bitter, een verschil van mening is ruzie'. En, zo concludeerde de oud-journalist nu echt bitter, de entertainmentswaarde is voor journalisten een steeds belangrijker criterium geworden (Van Mierlo 2000: 15/6).

Zijn liberale opvolger Van Aartsen mopperde in september 1999 dat de 'druk van de hoofdredacteur om een *scoop* te maken steeds groter (wordt). Dat betekent ook dat de traditionele hoor- en wederhoor steeds minder wordt toegepast' en nieuws steeds meer 'soap-gehalte' krijgt. Daarmee dreigt de, wat hij noemt, 'CNN-factor' het buitenlands beleid te gaan bepalen: geconfronteerd met mensonterende beelden scharen burgers en politici zich binnen luttele uren achter één of andere zaak. De roep om harde actie klinkt. Waarna het beleid zich soms wel wat al te gemakkelijk op het sleeptouw van de primaire emoties laat nemen (NRC Handelsblad 9-9-99)¹.

1 Het idee van een CNN-effect op het buitenlands beleid is overigens al een jaar of tien onderwerp van discussie in de VS (vgl. Livingston & Eachus 1995).

Een enkele keer steekt een journalist de hand kritisch in eigen boezem, zoals de politiek redacteur van HP/De Tijd, Frits Bloemendaal. Hij verwijt zijn vakbroeders en ook zichzelf door 'verplattung, verleuking en trivialisering' van de politiek een media-circus te maken. Wie er aantrekkelijk uitziet en vlot spreekt mag op grote aandacht rekenen, om op het moment dat ze tegenvallen hun kop af te hakken 'We maken ze tot celebrities', schrijft hij, 'door ze voortdurend voor de camera of microfoon te halen en vervolgens noemen we ze mediageil². Zo scheppen en vernietigen we onze eigen helden. (...) Als een krant meldt dat een politicus overweegt terug te treden, hijgen we erachter aan en zijn we bijna verontwaardigd als hij blijft zitten'. Volgens Bloemendaal dreigt tegenwoordig door dit alles de ultieme omkering: 'iets staat niet in de krant omdat het nieuws is, maar iets is nieuws omdat het in de krant staat' (De Journalist 24-3-00).

Nu is die kritiek op de media niet nieuw en het zou waarschijnlijk pas werkelijk te denken geven wanneer de politiek zou staan te juichen over de journalistiek. Misschien wordt kritiek niet eens vaker geuit, maar denken we dat omdat journalisten er mogelijk vaker over schrijven. Maar de inhoud van de kritiek is wel veranderd. Vroeger ging het meer om de eenzijdigheid van journalisten, nu om de stijl en invulling die zij aan hun informerende rol geven. In de jaren zeventig wilden politici ter rechter zijde nog wel eens hun verontwaardiging uiten over 'die rooie rotjongens van Hilversum'. Nog in de verkiezingscampagne van 1986 wond de toenmalige VVD-leider Nijpels zich op over het misbruik dat het NOS-journaal zou maken van zijn monopoliepositie. Hij sprak de hoop uit dat de publieke omroep snel verrijkt zou worden met concurrentie die immers een heilzame werking zou hebben en de kwaliteit van de nieuwsvoorziening ten goede zou komen. Drie jaar later werd hij op zijn wenken bediend, toen RTL met een eigen nieuwsrubriek begon. Maar nu is het nog niet goed. Sterker, de commerciële concurrentie wordt juist als oorzaak van het journalistieke falen aangemerkt.

Het probleem met de politiek

Omgekeerd klagen journalisten tegenwoordig ook heel wat af over de rol van politici. Hun kritiek richt zich daarbij vooral op de wegen waarlangs zij journalisten in een door hen gewenst keurslijf zouden willen persen en de steeds verfijnder manieren waarop dat in hun ogen gebeurt. 'Pas als de microfoon uitstaat', aldus Caspar Becx, presentator en eindredacteur van het TROS radioprogramma Kamerbreed, 'wil het nog wel eens interessant worden. Elk debat wordt van tevoren gemasseerd' (De Journalist 8-9-2000).

2 Bloemendaal noemt als voorbeelden de PvdA-ers Rob Oudkerk en Marjet van Zuijlen.

Politici proberen de onzekerheid te reduceren over het beeld dat in de media naar buiten komt. En als dat niet lukt dan vindt, reactief, georkestreerde *damage control* plaats. De media worden professioneel bestookt door woordvoerders, voorlichters of andere mediastrategen. Zij proberen de aard en oorzaak van een in het nieuws opspelend probleem te herdefiniëren; de ernst en omvang van een affaire te bagatelliseren; en externe bureaus voor crisis-communicatie worden ingeschakeld om het beeld en de geloofwaardigheid te ‘herstellen’ of de dreun van een ‘beschadigd’ politicus te minimaliseren. Een verschil van mening in Paars II, dat in de media een ‘aanvaring’ dreigt te worden, wordt door Kok al snel tot ‘incident’ geminimaliseerd. Als het orkestreren van het *frame* niet lukt – zoals bij de beleidsfiasco’s rond Sorgdrager, Ouwkerk, Doctors van Leeuwen, om er een paar te noemen – dan wordt dat niet alleen door journalisten aangevoerd als bewijs van orkestratie, maar ook door politici als rechtvaardiging om het volgende keer toch vooral meer en beter te doen. Geen wonder dan misschien dat premier Kok tijdens de begrotingsbehandeling van het Ministerie van Algemene Zaken in 1999 meedeelde dat de RVD plannen ontwikkelt voor een betere coördinatie tussen de verschillende voorlichtingsdiensten die moet leiden tot een ‘vroegtijdige signalering van opkomende golven van publiciteit, gevolgd door adequate woordvoering die erop is gericht (...) de nieuwsontwikkeling in een zo vroeg mogelijk stadium in de juiste context geplaatst te krijgen’. Of de Rijksvoorlichtingsdienst hiermee bezig was een Waarheidsministerie op te richten, vroeg NRC Handelsblad (11-10-99) zich vertwijfeld af. Naast informeren en voorlichten lijken *reduction of uncertainty* en *damage control* een zelfstandig doel te zijn geworden van het nieuwsmanagement van politieke actoren. Er omheen is zo langzamerhand een hele industrie ontstaan. Wat nog steeds overheidsvoorlichting heet, heeft zich ontwikkeld van ‘openbaarmaking, verklaring en toelichting van beleid’, zoals de Commissie Heroriëntatie Overheidsvoorlichting het in 1970 omschreef, tot ‘het managen van het opiniërings- en besluitvormingsproces’, in de woorden van CDA-parlementariër, oud-voorlichter en oud-journalist Hans Hillen (geciteerd in Scholten 1989: 26).

Naast publieksvoorlichters en communicatieadviseurs lopen er bij de ministeries en fracties in Den Haag inmiddels zo’n tweehonderd persvoorlichters rond. En dan heb ik het nog niet over de voorlichters op de verschillende partijbureaus. Voor een deel is deze groei het gevolg van de vraag naar informatie vanuit de media en van de ontzuiling van de pers die de overheid dwingt nieuwe communicatiekanalen te zoeken (Wagenaar 1997: 348). Voor een deel komt zij door de professionalisering van het nieuwsmanagement.

Sjuul Paradijs, parlementair redacteur van De Telegraaf, vertelde eens tijdens een forum over politieke journalistiek in de Amsterdamse Balie, welke drempels hij allemaal moest nemen om een interview met minister Borst te hebben. Waar je vroeger contact opnam met een bewindspersoon moet dat nu via de voorlichter, die eerst de vragen van tevoren wil zien en daarna bij het gesprek aanwezig is. Tijdens het interview met Borst schudde de voorlichter *sans gêne* van ‘nee’ toen Paradijs een

vraag stelde die niet van tevoren was afgesproken. Na afloop moest de arme journalist het interview ter autorisatie naar de voorlichtingsdienst sturen, waarna hij het met rode doorhalingen en wijzigingen terug kreeg. Desgevraagd zei Paradijs licht verontschuldigend dat hij toch maar aan deze procedure meewerkte, omdat iedereen het deed en hij anders zijn interview niet zou krijgen.

Het verschil met *spin doctoring* wordt zo wel erg klein. In Groot Brittannië heeft deze vorm van *news management*, waarbij journalisten door glatte media-adviseurs een bepaalde interpretatie van feiten of gebeurtenissen wordt aangereikt en opgedrongen, zoals bowlers en werpers een bal bepaalde *spin* meegeven, tot verwoede discussies geleid over manipulatie van de media (bijvoorbeeld The Guardian 26-7-2000). Er wordt al gesproken van de *public relations state* (Golding 1994), waarin opiniepeilingen de hartslag van de samenleving meten en waarin een dagelijks mandaat van het volk gewonnen wordt op basis van populariteit, verkregen via de media. Er wordt gesproken van *government by spin* in plaats van *government by consent*. In Nederland kennen we deze goed gesalarieerde figuur nog niet echt, maar in verkiezingscampagnes hebben we wel vergelijkbare activiteiten kunnen zien. Naast pseudo-gebeurtenissen als persconferenties en autorisatie van interviews wordt wel geprobeerd journalisten een bepaald *frame* of interpretatiekader op te dringen, maar het heeft toch nog een tamelijk amateuristisch karakter. Veel doordachter zijn de van Clinton afgekeken *bypass* strategie, volgens welke politici zich liever laten interviewen door presentatoren van talk shows en journalisten van lokale omroepen, of de botte weigering op vragen van journalisten in te gaan. Overigens een luxe die alleen ministers en leiders van de grootste partijen zich kunnen veroorloven (Van Praag en Brants 2000).

Nieuwsmanagement is niet helemaal nieuw in Nederland – in weerwil van wat we nu graag geloven. Zelfs in de verzuilde periode, toen de media voor een niet onaanzienlijk deel toch de spreekbuis van de met hen verbonden politieke elite vormden, werd gemasseerd. Bekend is het verhaal van de ‘mannelijkmaker’ Ben Korsten, vanaf begin jaren zestig politiek adviseur van verschillende KVP-bewindslieden, die toen nog staatssecretaris Veldkamp adviseerde bij het lekken van vertrouwelijke gegevens en het bespelen van de media. Alles, aldus Marja Wagenaar (1997: 243) in haar proefschrift over de RVD, vanuit de opvatting ‘dat politiek oorlog is en dat daarom vrijwel alle methoden geoorloofd zijn’.

Minder bekend misschien is de wijze waarop de Nederlandse overheid de berichtgeving over de politionele acties in Indonesië in de jaren veertig al probeerde te sturen. In hun studie van de ontsporing van geweld tijdens die acties beschrijven Van Doorn en Hendriks (1985) hoe al *avant la lettre* gewerkt werd met de methode van zogenaamde *news pools*, kleine geselecteerde groepen journalisten die mee mochten met een militaire actie, streng begeleid door de Legervoorlichtingsdienst, die ervoor waakte dat niet ongunstig over het militaire apparaat en haar optreden werd geschreven. Het was de methode die de Amerikanen bijna een halve eeuw later zouden toepassen in hun stroomlijning van het nieuws over de Golfoorlog en die tot zoveel ophef en opwindning zou leiden (zie bijvoorbeeld Bennett & Paletz 1994).

Vier assumpties

Het beeld dat naar voren komt uit deze discussie - als je het zo mag noemen - tussen politici en journalisten, is in feite terug te brengen tot twee, met diepe loopgraven doortrokken, stellingen: media en journalisten zijn steeds minder geïnteresseerd in de inhoud van de politiek, en politici zijn vooral bezig zichzelf te verkopen.

Tegelijk zijn media en politiek echter interdependente systemen³. De intensiteit en regelmaat van de interacties tussen politici en journalisten - zelfde plek, zelfde agenda, zelfde *time table* - creëren een intieme afhankelijkheidsrelatie, die voortdurend botst met hun aura van autonomie. Ooit was er kennelijk sprake van een tamelijk symbiotische relatie, waarin volgens de betekenis van dit woord twee ongelijksoortige 'organen' op een dusdanige manier met elkaar samenleven dat het tot wederzijds voordeel strekt. Uit de aangehaalde citaten en vooral in buitenlandse wetenschappelijke analyses komt echter een veel somberder beeld naar voren, waarin journalisten en politici gevangen zitten in een spiraal van wantrouwen, waaruit niet alleen een negatieve en cynische karikatuur van de politiek te voorschijn komt, maar die ook verantwoordelijk kan worden gesteld voor het afnemend vertrouwen dat mensen nog in politiek en politici zouden hebben (vgl. Patterson 1993; Blumler & Gurevitch 1995; Cappella & Jamieson 1997).

Deze schets van een steeds problematischer relatie tussen media en politiek drijft in feite op een viertal, samenhangende, aannames over ontwikkelingen in de politieke journalistiek.

Concurrentie degradeert kwaliteit

Ten eerste dat de druk van de markt en de onderlinge concurrentie tot een vorm van journalistiek leiden waarbij de inhoud en de kwaliteit het afleggen tegen de overwegingen van winst en marktaandeel. Deze ontwikkeling zou tot een golf van vervlakking en 'opleuking' leiden, die van de publieke sfeer nog slechts een met infotainment gevulde kermis maakt⁴.

3 D66-senator en staatsrechtgeleerde Vis (1975: 33-4) sprak in de jaren 70 zelfs van een politiek-publicitair complex, waarbij journalisten politici nodig hebben voor informatie en parlementariërs hun bestaansrisico proberen te beperken door regelmatig in de publiciteit te verschijnen.

4 De redenering vertoont, ongewild, overeenkomsten met de politiek economische benadering van de massacommunicatie. Auteurs als Murdock & Golding (1974), Herman & Chomsky (1988), McChesney (1999), maar ook cultuur-pessimisten als Postman (1985) en Bourdieu (1998) stellen (in navolging van de Frankfurter Schule en andere neo-marxisten) dat de eigendomsstructuur, het winsttoegmerk en de druk van adverteerders verantwoordelijk zijn voor een gekleurde en een-dimensionale inhoud van de informatie. De redenering, ontdaan van zijn dogmatisme en neo-marxisme, zien we in feite ook bij Blumler & Gurevitch (1995) en Patterson (1993).

Er doet zich hier een merkwaardige paradox voor. In reactie op de concentratie in de pers wordt over het algemeen naar voren gebracht dat teruglopende aantallen kranten-titels en monopolievorming in de uitgeverwereld een bedreiging kunnen vormen voor de diversiteit in de door de media naar voren gebrachte feiten en opinies. Persconcentratie bedreigt daarmee de meningsvorming. Als bij de televisie na het publieke monopolie het omgekeerde gebeurt – deconcentratie, meer zenders – dan blijkt dit hetzelfde effect te hebben als een krimpende mediamarkt. Concurrentie leidt kennelijk evenzeer als concentratie tot vervlakking van het informatieaanbod; een ogenschijnlijk onoplosbaar dilemma⁵.

Het gaat in het Nederlandse debat echter minder om zo'n politiek economische causaliteit, en eerder om de veronderstelling dat meer media met meer journalisten steeds harder en ingenieuzer moeten vechten om een stukje van de in principe nauwelijks groeiende nieuwsboek. Dat heeft niet alleen effecten op de aard van de inhoud, maar ook op de stijl van nieuwsgaring. En het heeft twee samenhangende oorzaken. Ten eerste door de groei van het aantal media en ten tweede door de groei van het aantal journalisten bij uiteenlopende informatieve programma's.

Het afgelopen decennium is het aantal *media-outlets*, vooral bij de televisie, explosief gegroeid. Tot midden jaren tachtig kende de Nederlandse tv slechts twee publieke kanalen. Het beeld thans is er één van fragmentatie – aan zenders (lokaal, regionaal, nationaal, buitenlands, publiek, commercieel, muziek, *all news*, enz.), aan informatieve genres (van nieuws tot infotainment), en bij het publiek, dat kan uitzwermen over al die verschillende kanalen, waaronder vaak al meer dan tien Nederlandse zenders. In absolute zin is het aantal informatieve programma's daarmee ook sterk gegroeid. Er is bijvoorbeeld meer tv-nieuws dan ooit tevoren. En met al die andere informatieve programma's gaat dat gepaard met een groeiend aantal redacteurs. In Den Haag werken momenteel meer dan vierhonderd bij Nieuwspoort geaccrediteerde journalisten. Rond elk Kamerlid hangen met andere woorden twee à drie nieuwsgagers. Ter vergelijking: bij het Europese Parlement en de Europese Commissie zijn dat er nog geen dertig. Terwijl zich daar toch in toenemende mate de locus bevindt van de voor de lidstaten misschien wel belangrijkste besluitvorming. En het weinig democratische 'Brussel', waar geheimhouding eerder cultuur dan uitzondering is en een lobby-industrie van ongekende omvang bestaat, heeft juist een grotere behoefte aan controlerende journalisten.

5 Mijn Amsterdamse collega Jan van Cuilenburg lijkt de oplossing hiervoor te hebben gevonden.

Ondersteund door empirisch onderzoek verdedigt hij ten eerste de stelling dat eigendomsconcentratie in de dagbladwereld menige krant heeft gered en daarmee bijgedragen aan redactionele pluriformiteit. Daarnaast wijst hij op de actualiteit van Hotelling's 'law of excessive sameness', een oude economische wet uit de jaren twintig van de vorige eeuw, volgens welke extreem concurrerende (media)markten juist leiden tot homogeniteit van producten en conformering aan mainstream behoeften van het publiek (Van Cuilenburg 1999: 51).

De concurrentie in Den Haag heeft misschien niet zozeer tot een vervlakking als wel tot een tweede, journalistieke, paradox geleid. Politieke journalisten vertonen zowel imitatiegedrag als een drang naar primeurs, uniformiteit en uniciteit. Ze willen niet missen wat de ander heeft en ze willen scoren met wat de ander niet heeft. Het resultaat is dat enerzijds een 'papegaaiencircuit' ontstaat, waarin men wil spreken met wie de ander een interview heeft gehad en wil vragen wat de ander ook gevraagd heeft. Anderzijds wil men de *scoop* hebben waarmee gescoord kan worden, de onthulling, het schandaal. Die zich vervolgens weer als een lopend vuurtje over de andere media uitspreidt. In de combinatie van die twee journalistieke gedragingen dreigde bijvoorbeeld de gesuggereerde vervanging van De Hoop Scheffer door Brabants CDA-gedeputeerde Pieter van Geel een gedeeltelijk door de media geconstrueerde *selffulfilling prophecy* te worden. Tussen de zogenaamde *pack journalist* en de onthuller heeft zich de wat gemakzuchtiger vorm genesteld van de *guillotine* journalistiek, waarin de verslaggever in politieke kwesties al snel de retorische vraag stelt: 'wiens kop gaat rollen', of de interview-vraag: 'wanneer treedt U af?'

Media zoeken schandalen en creëren hypes

In de tweede plaats zou de relatie tussen media en politiek verslechteren door de focus van de eerste op schandalen en de wijze waarop journalisten nieuws 'opgolven' tot mediahypes. Gedreven door concurrentie en nieuwswaarden waarin het afwijkende, het negatieve in combinatie met de politieke elite voorop staat, zal een deel van de journalistiek op zoek gaan naar nieuws, zoals dat door de Amerikaanse *muckrakers* werd gedefinieerd: iets dat iemand ergens niet gedrukt wil zien. Op zoek naar zulk nieuws brengt dat journalisten bij lekkende politici en ambtenaren, en bij tot schandaal of affaire te definiëren, geheim gehouden zaken. Op de politiek-publicitaire markt is geheime informatie een schaars goed. Geheimhouding is de 'toegevoegde waarde' waarmee zowel bij de eigen collega's als bij de werkgever goed gescoord kan worden (Brants 1991). Lekken zijn echter vooral een vorm van nieuwsmanagement geworden, vaak gericht op het sturen van de eigen beeldvorming of het beïnvloeden van die van anderen. Zij zijn meestal het gevolg en de uiting van een groeiend wantrouwen tussen politici en ambtenaren of tussen gezagsdragers onderling, zoals onlangs premier Kok en minister Van Aartsen nog lieten zien. In de VS zouden politici en ambtenaren hun ideeën al niet eens meer in memo's durven neerschrijven, uit angst dat ze weglekken (The Guardian, 18-7-2000). Schandalen kunnen informatief zijn over de politieke praktijk of de betrouwbaarheid en geloofwaardigheid van politici. Door het vergrootglas van de media treedt echter vaak hetzelfde mechanisme op als bij andere verschijnselen waarbij normen en waarden worden overschreden, zoals zinloos geweld, of bij de schokkende gevolgen van de *risk society*, zoals *Creutzfeld-Jacob's disease* en *global warming*. Er ontstaan nieuwsgolven, *moral panics* die politici en ook wel journalisten in eerste instantie vaak met de metafoer hypes proberen te demoniseren en te verklaren. Mediahypes, door Peter Vasterman (1999) zo mooi omschreven als 'nieuws maken

door de opwinding te verslaan', ontstaan vooral door een combinatie van traditionele productieroutines en de groei van het aantal nieuwsmomenten. Beiden leiden tot een amplificatie van de ernst en omvang van een verschijnsel. Journalisten zullen in hun berichtgeving over een bepaalde zaak bijvoorbeeld verwijzen naar eerdere voorbeelden, daarmee minstens de indruk wekkend dat een en ander niet op zichzelf staat. In feite ligt de nieuwswaardigheid vaak niet in het nieuwe, maar in de mogelijkheid van terugverwijzing die het 'oude' weer nieuw maakt en het nieuwe erger. Bovendien verheffen media, bij gebrek aan andere beoordelingscriteria, elkaar's nieuwsselectie tot maatstaf voor nieuwswaardigheid. Aandacht in de media kan tot maatschappelijke opwinding leiden, acties, Kamervragen, versnelde politieke besluitvorming, die op zich weer media-aandacht genereren. Meer dan twee derde van alle schriftelijke Kamervragen in het zittingsjaar 98-99 was bijvoorbeeld gebaseerd op mediaberichtgeving (Scholten en Heijting 2000).

De toename van het aantal nieuwsmomenten geeft een extra impuls aan die amplificatiespiraal. Ieder uur een herhaling in het radionieuws, vele malen per dag in het TV-nieuws, kranten, actualiteitenrubrieken en talk shows die deskundigen en betrokkenen uitnodigen om uit te leggen of het schandalige te benadrukken. Dit alles versterkt het idee bij publiek, politiek en ook in de journalistiek zelf, dat het hier om een ernstige zaak gaat. Nieuwswaardigheid wordt daarmee in de ogen van Kitzinger en Reilly (1997) een tautologie: als een onderwerp een bepaald nieuws-momentum heeft bereikt, krijgt het vanzelf meer aandacht, gaat het rond zoemen, roept het nieuwe berichtgeving op. Journalistieke belangstelling voedt zichzelf.

Hoe journalistieke werkwijzen, politieke besluitvorming en toch daadwerkelijk bestaande en zich ontwikkelende verschijnselen op elkaar inwerken, hoop ik in samenwerking met Chrisje Brants, het Nederlands Studiecencentrum voor Criminaliteit en Rechtshandhaving aan deze universiteit, en een aantal jonge onderzoekers verder te bestuderen.

Vroeger was het beter

De derde vooronderstelling die ten grondslag ligt aan het idee van een toenemend wantrouwen tussen politiek en media is dat het vroeger allemaal beter was. Vroeger, dat wil voor Nederland zeggen, nadat met de ontzuiling de politieke journalistiek aan het eind van de zestiger jaren was geëmancipeerd en ontsnapt aan het knellende keurslijf van de regentenmentaliteit⁶. In deze veronderstelling wordt een beeld terug- of misschien wel opgeroepen van onthullende weekbladen en kritische actualiteitenrubrieken, bevolkt met de assertieve dragers van voor die tijd nieuwe journalistieke metaforen: waakhonden, luizen in de pels van de democratie.

6 Voormalig parlementair journalist Max van Weezel hunkerde tijdens een congres over Journalistiek in de twintigste eeuw (Amsterdam, 26-28 juni 2000) overigens weemoedig naar de verzuilde periode toen er volgens hem nog echte verscheidenheid was en journalisten niet achter elkaar aanhielden en elkaar napraatten in het papegaaiencircuit.

In spraakmakende interviews waren de Langebents, de Wigbolds en de Van der Poels - wie kent ze nog? – nooit tevreden met de antwoorden. En ze ondervroegen op een manier die in de gesloten politieke communicatiecultuur van de verzuiling anathema was geweest. Zij identificeerden zich niet meer met een bepaalde partij, maar met de publieke zaak. En vanuit die positie riepen zij gezagsdragers ter verantwoording, controleerden zij politieke beloftes op hun nakoming, hielden zij de daad tegen het licht van het woord. Althans, dat is de spiegel van het nabije verleden die wij ons maar al te graag voor houden, wanneer we speculeren over de huidige teloorgang. Het hier geschetste beeld is waarschijnlijk nogal ideaal-typisch en misschien zelfs wel van een verblindende romantiek. Zoals ook het beeld van een volstrekt gesloten politieke communicatiesysteem in de periode van de verzuiling enigszins ideaal-typisch is. Longitudinaal onderzoek naar de inhoud en stijl van de politieke journalistiek en een systematische verzameling van kennis afkomstig van sleutelfiguren uit politiek en media is dringend gewenst. Dit zal mede inzicht kunnen geven in de vraag of er daadwerkelijk een dramatische verandering in de politieke communicatie heeft plaats gehad. En hoe die zich verhoudt tot andere ontwikkelingen in de politieke cultuur⁷. Uit dergelijk onderzoek kan ook duidelijk worden of we thans, na verzuiling en ontzuiling, in een derde fase van de politieke communicatie zitten. Een periode van mediatisering, waarin de politiek in hoge mate afhankelijk wordt van en zich aanpast aan de logica van vooral de televisie (Mazzoleni & Schulz 1999). Dat is een media logica met twee kanten, die elkaar in een ijzeren greep lijken te houden. Aan de ene kant staan de politieke journalisten die, in de woorden van Trouw-commentator en Leids collega Willem Breedveld (1996: 113), steeds vaker van de perstribune afkomen. Ze gaan zelf op het toneel staan om het publiek te vertellen welk stuk er in Den Haag opgevoerd wordt. Als steracteurs plaatsen ze politieke feiten en gebeurtenissen in het soort kaders waarvan ze denken dat die het publiek aanspreken. Aan de andere kant staan de politieke actoren die zich in hun handelingen en activiteiten aanpassen aan het functioneren, de productieroutines en de selectiecriteria van de media. Media die zich minder met de publieke zaak als wel met het publiek zelf identificeren; althans, met wat zij denken dat het publiek belangrijk en vooral ook leuk vindt.

7 Van belang is ook onderzoek naar de invloed van verschillende journalistieke stijlen, genres en inhoudsvormen op politieke kennis, attitudes, gedrag (vgl. Zillmann et al. 1994). We weten nog steeds heel weinig over media-effecten in termen van oorzaak-gevolg, behalve dat ze gemedieerd worden door sociale en culturele factoren: sommige mediateksten hebben soms op sommige mensen onder bepaalde omstandigheden een niet altijd voorspelbaar effect. Op politici lijkt het nog het meest duidelijk, al was het alleen maar omdat die zich in hun mediastrategie en gedrag laten leiden door de gedachte dat hun eigen media-optreden effect heeft.

In het aanpassen aan die media logica en opgezweept door hypes dreigt wat D66 fractievoorzitter Thom de Graaf een ‘mediacratie’ en politiek commentator Mark Kranenburg ‘emotiek’ heeft genoemd: ‘primaire onlustgevoelens in het land worden onmiddellijk opgepikt en vertaald in de roep om krachtdadig optreden. Politici gaan op die manier steeds meer als doorgeefluik functioneren en steeds minder als integrale belangenafweger’ (NRC Handelsblad 5-1-2000). In feite is dit ook waar Van Aartsen op doelde in zijn veel bekritiseerde rede over de CNN-factor in het buitenlands beleid. Als die factor inderdaad de dominante vorm van politieke communicatie wordt, dan komen politiek, politici én journalisten in een soort double bind met de zich openlijk manifesterende, en deels door henzelf gecreeerde, publieke opinie.

Journalistiek wordt onzorgvuldiger

De vierde veronderstelling achter een afbrokkelende symbiose tussen politiek en media is dat de journalistieke zorgvuldigheid op de tocht staat. ‘De leugen regeert’, zei koningin Beatrix zelfs in een waarschijnlijk niet eens zo onbewaakt ogenblik. Precies een jaar geleden klaagde zij over het niveau van de Nederlandse journalistiek, dat de afgelopen twintig jaar alleen maar enorm zou zijn gedaald: de feiten kloppen vaak niet meer en weerwoord ontbreekt (o.a. De Journalist 3-12-99). Haar nauwelijks verholene woede was opmerkelijk en ging misschien zelfs een stapje verder dan die van de hiervoor geciteerde politici. En ook de koningin schreef deze ontwikkeling toe aan popularisering en commercialisering van de media⁸.

Met zoveel journalisten, talloze nieuwsuitzendingen op radio en tv, met een toenemend aantal meer of minder informatieve genres, schrijvende journalisten, die, free lance of in vaste dienst met elkaar en met radio en televisie moeten concurreren, in zo’n situatie is waarschijnlijk een groeiend aantal journalisten niet geschoold in of zich althans minder bewust van de ethische regels van het vak⁹. Journalistiek is een niet duidelijk afgebakend beroep en de groei van het aantal hybride, min of meer informatieve genres op TV heeft dat niet duidelijker gemaakt. De concurrentie leidt media en journalisten ertoe op zoek te gaan naar andere stijlvormen en naar de grenzen van het toelaatbare in de nieuwsgaring.

-
- 8 Hoewel zij deze gedachte niet verder uitwerkte – dan had RVD-hoofddirecteur Eef Brouwers, die naast haar stond, waarschijnlijk wel met een kuche ingegrepen – komt hij overeen met de analyse van *market driven journalism* zoals ik die hiervoor heb gegeven.
 - 9 Michael Schudson (1995) wijst overigens terecht op de vele en soms tegenstrijdige aanspraken die op de politieke journalistiek gemaakt worden ten behoeve van de democratie: waakhond, objectieve informatie, verklaren waar iets over gaat en wat het voor verschillende sociale groepen betekent, het definiëren van bepaalde issues ‘into politics’ die machthebbers er liever uit zouden hebben. De informatie moet ook volledig en accuraat zijn, aandacht geven aan de wensen van en aantrekkelijk zijn voor verschillende publieks-groepen en dus het risico lopen beschuldigd te worden zowel saai te zijn als politiek te trivialisieren.

Een mooie *scoop* met een schandaal kan dan wel eens belangrijker worden dan de lakmoesproef van de betrouwbaarheid, zoals ook Marijke van Hees, de ex-PvdA-voorzitter, beschuldigd van ‘dubieuze declaraties’, inmiddels weet. Door de vraag naar nieuws en de honger naar primeurs neemt de zorgvuldigheid af en de macht van de bron toe. De roddel vormt zo geen aanleiding meer voor journalisten om op onderzoek uit te gaan. De roddel wordt zelf nieuws. Lekken en anonieme bronnen hebben een hogere nieuwsaarde, maar vormen ook een grotere risico-factor: in hoeverre weegt de journalist het besef misbruikt te worden af tegen de ernst van het onthulde feit; hoeveel anonieme bronnen zijn nodig om een onthulling betrouwbaar te maken; hoe verhoudt zich het algemeen belang bij een onthulling ten opzichte van het professionele belang van de journalist of het commerciële belang van het medium, enz.? Het besef dat bepaalde normen en waarden de kurk zijn waarop de journalistieke *performance* en onafhankelijkheid drijft, komt daarmee onder druk te staan. Beroepsethiek en journalistieke regels behoren dan steeds minder tot de vanzelfsprekende professionele bagage van journalisten, en ook verandert het gevoel van verantwoordelijkheid en plicht. Het zou interessant zijn een *scandalogie* te ontwikkelen en de stelling te onderzoeken dat, naarmate een primeur belangrijker personen betreft, een grotere maatschappelijke betekenis heeft en dichter tegen een deadline wordt ‘ontdekt’, de zorgvuldigheid van de journalistieke behandeling des te meer zal afnemen. *All news* kanalen en *one-man-bands*, waarin de journalist alleen met lap top, gsm en digitale camera direct een item kan monteren en in de uitzending brengen, zullen de mogelijkheid van snelle openbaarmaking vergroten, maar tegelijk de zorgvuldigheid wel eens kunnen verkleinen.

Bedreigt de huidige politieke communicatie de democratie?

De vier voorafgaande aannames hebben tot een nog somberder conclusie geleid: de democratie wordt bedreigd. Het is een stelling die al jaren het meest fervent wordt beleden door de Amerikaans-Engelse hoogleraar Jay Blumler. Over een week is het precies twintig jaar geleden dat hij in Leeds zijn inaugurale rede hield over de rol van televisie in een democratie (Blumler 1980). En vanaf die tijd heeft hij zich daar niet vrolijk over gemaakt (Brants 1998). In zijn opvatting, die in brede kring wordt gedeeld, moeten in een democratie de burgers toegang hebben tot informatie, die begrijpelijk en relevant is en daadwerkelijk uit verschillende gezichtspunten en alternatieven bestaat. Dat maakt het hen mogelijk zelf zinvolle opinies te vormen en daar met anderen over te debatteren; een rationele keuze te maken uit beleidsalternatieven en het belang van die keuze te begrijpen; te besluiten welk beleid en welke partij zij op welk moment daarbij willen steunen; en tenslotte biedt hen dat de kennis besluitvormers ter verantwoording te roepen.

De media hebben zo minstens drie functies in een democratie (vgl. Scholten 1982 en Van Cuilenburg en McQuail 1982). Zij moeten ten eerste openbaar maken, onafhankelijk van staat en commercie informeren over ontwikkelingen die van belang zijn voor het welzijn van de burgers. En op een manier die recht doet aan de

diversiteit aan opinies in een samenleving. Zij zijn de dragers van de publieke sfeer, doordat ze ten tweede een platform bieden voor dialoog over wat er onder een bevolking leeft met betrekking tot politiek relevante zaken. En zij hebben ten derde een controle functie ten aanzien van politieke beloftes en de manier waarop besluitvormers hun macht uitoefenen¹⁰.

Uit het voorafgaande doemt een beeld op dat het met die functies inmiddels kommer en kwel is, en dat dit misschien wel onvermijdelijk tot een spiraal van cynisme moet leiden met uiteindelijk de burger en de democratie als slachtoffer:

- inhoudelijke informatie over politiek en beleid maakt meer en meer plaats voor trivia en *human interest*. Burgers ontbreekt het zo aan de kennis die noodzakelijk is voor rationele en zinvolle participatie, kwalitatief debat en politieke betrokkenheid;
- *spin* en nieuwsmanagement door politici hebben het gewonnen van het beargumenteerde afleggen van verantwoording. Als gevolg daarvan wordt journalistiek nog slechts vanuit wantrouwen bedreven;
- journalisten zouden zich niet echt meer bekommeren om hun democratische rol. In een door media logica beheerste politieke communicatie zijn zij het die met zelfgekozen *frames* en interpretaties bepalen waar het in de politiek over gaat. Zij creëren zo een publieke sfeer die negatief, op conflicten georiënteerd en cynisch is;
- en, tenslotte, als ultiem resultaat van dit alles zijn de media, die toch zouden moeten fungeren als een brug tussen burger en staat, eerder een barrière geworden voor het effectief functioneren van de democratie.

Nu is er weliswaar sprake van een aantal tendensen en heb ik verschillende Nederlandse voorbeelden genoemd, maar het sombere beeld wordt toch vooral neergezet in en resonanceert door vanuit angelsaksische literatuur en onderzoek, uit landen dus met een *adversarial* politieke cultuur (vgl. Hallin 1992, Jamieson 1992, Patterson 1993, Blumler & Gurevitch 1995, Kavanagh 1997). Het is niet ongebruikelijk maar wel naïef een dergelijk zwart-wit beeld blindelings over te nemen voor Nederland. Dat kenmerkt zich immers door een consensusdemocratie met meerdere partijen, coalitieregeringen en over het algemeen een politieke cultuur die veel minder door negativisme dan door een zeker fatsoen wordt ingekleurd. Waar conflicten toch eerder worden uitgepraat, weggemasseerd of met de mantel der vermeende tolerantie toegedekt. En waar toch min of meer vertrouwen bestaat in de uiteindelijke bedoeling van de staat het algemeen belang na te streven. Uit de polder rijst misschien een toch wat positiever beeld op.

10 Naast openbaarmaking, platform bieden en waarheidsvinding wordt ook wel gesproken van een opiniëeringsfunctie, waarin de media door achtergrondartikelen en commentaar bijdragen aan debat in de publieke sfeer, en een mobiliseringsfunctie, volgens welke de media ook geacht worden burgers actief bij de politiek te betrekken.

Ten eerste. Uit onderzoek dat ik de afgelopen tien, twintig jaar met Philip van Praag heb uitgevoerd, blijkt dat het met de inhoudsloze politieke communicatie nogal meevalt (Brants & Van Praag 1995; Van Praag & Brants 2000). Althans in recente verkiezingscampagnes. In die van 1998 besteedden de nieuwsrubrieken van NOS, RTL en SBS elk in hun politieke items voor meer dan vijftig procent aandacht aan inhoudelijke aspecten. En zelfs een aflevering met politici van de talk show *Catherine* bevatte toen, als we de omschrijving van Blumler hanteren, zeer relevante informatie. Meer zelfs dan de door ons onderzochte uitzending van het NOS-journaal in dezelfde periode (Brants, Cabri en Neijens 2000). Bovendien krijgen politici in programma's die wel met infotainment worden aangeduid, vaak de kans een sterk inhoudelijk verhaal neer te zetten (Van Zoonen 2000).

Ten tweede. Een toename van hypes lijkt onvermijdelijk in een medialandschap met felle concurrentie, en daarmee het risico van een CNN-effect en het ontstaan van een 'mediacratie'. Die ogenschijnlijk ongecontroleerde mediawerking is echter niet vanzelfsprekend negatief; maatschappelijke onrust die door politici wordt genegeerd of ontkend kan zo toch op de politieke agenda komen. Bovendien is het effect van nieuwsgolven op beleid in Nederland niet systematisch onderzocht en dus meer bewering dan gestaafd feit. Volgens de Amerikaanse politicoloog Livingston (1997), die het buitenlands beleid in de VS analyseerde, volgen de media eerder de besluitvorming van de politieke elite dan dat zij deze bepalen. Ook voor Nederland, waar beleid toch vooral in *policy networks* wordt gemaakt, kan men een dergelijke houding verwachten. Het is daarnaast opmerkelijk dat waar de een meer volgzzaamheid van de media verlangt, de ander dit als slaafs en *too close for comfort* afkeurt. Het wijst nog eens op het dualisme van afhankelijkheid en distantie dat de relatie media-politiek als ongemakkelijk Haags Huwelijk kenmerkt.

Ten derde. Ook in Nederland heeft toenemend nieuwsmanagement in eerste instantie een spiraal van wantrouwen ingezet. Maar volgens goed Nederlands gebruik is er een commissie benoemd, die rond het politieke interview een betere verstandhouding tussen journalist en voorlichter wil creëren (De Journalist 2-6-2000). Onder voorzitterschap van Sjuul Paradijs, dezelfde van het gestuurde interview met Els Borst, hebben leden van de Haagse Voorlichtingsraad, de Parlementaire Persvereniging en een aantal fractievoorlichters onlangs voorgesteld autorisatie van het politieke interview af te schaffen. Daarmee kan het wantrouwen misschien terug naar de gezonde achterdocht die politieke communicatie moet blijven voeden.

Ten vierde. Conflicten bevinden zich in een paradoxaal parket. Volgens de democratie-theorie zijn ze een noodzakelijke voorwaarde om verschillen duidelijk te maken en burgers te kunnen laten kiezen. Bovendien is in de politiek, zeker voor politici, de machtsvraag en dus strijd essentieel. Ook voor journalisten zijn verschil van mening en conflict centrale waarden in het proces van nieuwsselectie. Zij bieden daarnaast de mogelijkheid tot personalisering: bij ieder conflict horen namen en gezichten. De conflictoriëntatie van de journalistiek geeft dus de kans om politieke verschillen duidelijk naar voren te brengen. Anderzijds wordt het gezien als een bron van cynisme.

In die zin zijn conflicten dus zowel voorwaarde als bedreiging voor een goed functionerende democratie. Om de zaak nog verder te compliceren, zijn burgers in binnen- en buitenland steeds minder gediend van ideologische strijd en kritiek (Anker et al. 2000: 43). Tegenstellingen en conflicten vormen voor politici en journalisten dus een democratisch dilemma: enerzijds is het een politieke en journalistieke noodzaak, anderzijds voelen zij zich gedwongen het publiek niet tegen zich in te nemen. Ten vijfde. Journalisten zijn weliswaar steeds minder geneigd informatie van de overheid over wetgeving, regels en beleid automatisch door te geven, en ze drukken ook steeds meer een eigen stempel op die informatie, maar ze doen dat toch eerder op een duidende of licht ironische manier dan op een cynische. Bovendien blijkt het met het politiek cynisme onder de Nederlandse bevolking nogal los te lopen, in tegenstelling tot veel andere liberale democratieën. Het vertrouwen in politici en parlement is onder Paars en polder hier juist toegenomen (Pharr & Putnam 2000: 14; Brants & Van Kempen 2000). Het karakter van de politieke communicatie in een consensus-democratie als de onze leidt kennelijk niet tot publieke afkeer van politiek en politici zoals andere landen dat wel kennen.

Twee problemen

Na deze, misschien wat opmonterende en relativiserende woorden blijf ik tenslotte toch met twee problemen zitten: een normatief en een theoretisch probleem. Ze hangen samen met veranderingen in de politiek, in het bijzonder met wat mijn Leidse collega Peter Mair (1998: 164) heeft omschreven als het 'einde van de gouden eeuw van de politieke partij'; onder andere blijkend uit teruglopende ledenaantallen, tanende loyaliteit en inhoudelijk nog maar weinig onderlinge verschillen.

Daarop door redenerend zouden media wel eens belangrijker politieke instituties kunnen worden dan partijen, in ieder geval een andere plaats gaan innemen in het politieke proces (vgl. Beck 1997). Dat geeft een geheel nieuwe betekenis aan hun platformfunctie: zij zouden dan een forum worden waar wensen worden gearticuleerd, waar beslissende discursieve processen plaats hebben, waar consensus over het algemeen belang wordt gecreëerd, uitmondend in een publieke opinie of een publieke wil, die nog slechts door het parlement hoeft te worden bevestigd. Zo'n rol voor de media verhoudt zich echter niet alleen moeizaam tot hun onafhankelijke informatie-functie, het scheidt ook een enorme verantwoordelijkheid; een verantwoordelijkheid echter zonder verantwoording in een situatie van concurrentie die een inherente neiging tot onzorgvuldigheid kent.

Zonder regels te willen voorstellen of een bindende beroepscode, is een herbezinning op en een discussie over de sociale verantwoordelijkheid van de journalistiek noodzakelijk. Over een beroepsethiek die een balans vindt tussen de aan democratie ontleende vrijheid en de aan de rechtstaat ontleende beginselen van zorgvuldigheid. Waarin een in principe optimale persvrijheid wordt gebruikt in het algemeen belang, aan welke functie zij immers die vrijheid ontleent. Daaruit vloeien bepaalde plichten voort ten opzichte van de maatschappij: integriteit, onafhankelijkheid, zorgvuldigheid,

en de ongeschreven maar algemeen geïnternaliseerde regels hoe dat verantwoordelijk te doen.

Het tweede probleem waar ik mee zit, en waar ik bepaald nog niet uit ben, is dat de discussie over de rol van media in een democratie impliciet terugrijpt op het Verlichtingsidee met zijn geïnformeerde burger, die enthousiast en rationeel participeert op basis van ware kennis in een maakbare samenleving. En waarin serieuze media, leunend op een cultuur-pedagogisch en licht paternalistisch ideaal burgers verrijken en wegwijs maken in een complexe wereld. Je hoeft geen postmodernist te wezen om te zien dat lang niet iedereen zit te wachten om door de media geholpen of opgevoed te worden. Dat burgers zich afkeren van partijpolitiek, maar zich wel degelijk opwinden over *life politics*, over *single issues* die hen kennelijk meer in de ziel of de portemonnee raken. Dat voor zover ze geïnteresseerd zijn in het Haagse het meer om personen dan hun ideeën gaat. Dat tenslotte de maakbaarheid van de samenleving, rationaliteit en waarheid geen vanzelfsprekendheden meer zijn. Het ideaal van de Verlichting is deels ingehaald door de werkelijkheid van de burger in de 21^{ste} eeuw. Dat vraagt dan ook om een herbezinning op politieke communicatie: wat het is, waar het plaats vindt, en waarover het gaat. Goede politieke journalistiek hoeft dan niet alleen de analyse van beleidsterreinen en issues te zijn, even vanzelfsprekend als problematisch gedefinieerd als 'rationeel' en 'relevant'. Bovendien is het nog maar de vraag of bijvoorbeeld zware tv-programma's met serieuze journalistiek geschikter zijn voor kennisoverdracht. En of zij relevantere onderwerpen aansnijden dan lichte genres met olijke of empatische presentatoren. Wat politiek relevante informatie is staat dan niet bij voorbaat vast. Talk shows, Internet nieuwsgroepen over zaken die de mensen raken zonder dat direct een claim gelegd wordt in Den Haag, zouden dan niet per definitie op de schroothoop van de exhibitionistische navelstaarderij gegooid moeten worden, maar bestudeerd als mogelijke nieuwe domeinen van de publieke sfeer.

Gepokt en gemazeld in de Verlichtingsidee, word ik, terwijl ik dit zeg, weer overmand door ambivalente gevoelens. Ik zou ook niet direct Catherine Keyl willen voordragen voor de Anne Vondelingprijs. Maar mogelijk ligt hier toch de nieuwe uitdaging voor politieke communicatie in de 21ste eeuw. En in ieder geval een interessant studie-object.

Ik begon deze rede met wat ik veronderstelde een open deur te zijn: media spelen een essentiële rol in onze parlementaire democratie. Die deur staat nog niet eens zo lang open. Voor veel politicologen is de inhoud van de media lange tijd hoogstens de plek geweest waar men iets over de politiek kon vinden. Media en journalisten werden zeker niet bestudeerd als zelfstandige actoren in het politieke proces. Mijn Engelse collega Ralph Negrine schreef nog onlangs dat in het Verenigd Koninkrijk politicologen en communicatiewetenschappers in gescheiden werelden leven. En dat tot op de dag van vandaag in menig standaard tekstboek van de politieke wetenschap met een enkele verwijzing, heel soms met een apart hoofdstuk, toch eigenlijk niet meer dan

lippendienst wordt bewezen aan de betekenis van de media voor het politieke proces (Negrine 2000).

Ondanks de *interlocking* directorships tussen politiek en media in de periode van verzuiling, zo belangrijk voor de Nederlandse politieke cultuur en vooral ook in Leiden onder het mes gelegd, hebben media ook in de politicologie in Nederland lange tijd een marginale plaats ingenomen bij de bestudering van het politieke proces. In een overzicht van Hoogerwerf (1979) van artikelen in Acta Politica tussen 1948 en 1978 staan er maar drie die gaan over de relatie media en democratie. En mijn Amsterdamse collega Scholten (1982), politicoloog bij communicatiewetenschap, vond er tussen 1973 en 1981 slechts één.

De situatie is inmiddels wel wat veranderd, al mogen communicatiewetenschappers graag mopperen over het gebrek aan erkenning bij de andere sociale wetenschappen. En Acta Politica overtuigt nog steeds niet echt met 5 artikelen in de afgelopen twintig jaar; en dan heb ik politieke communicatie nog ruim opgevat. Het meest duidelijke bewijs van de erkenning van een zelfstandig studie-object van de soms moeizame relatie tussen media en politiek, is echter de bijzondere leerstoel Politieke Communicatiewetenschappen bij het Departement Politieke Wetenschap aan de Universiteit Leiden. De eerste leerstoel op dit terrein in Nederland.

Voor de bijzondere eer deze als eerste te mogen bezetten en het door hen in mij gestelde vertrouwen dank ik het bestuur van het Leids Universiteits Fonds en in het bijzonder de leden van het curatorium, de hooggeleerden Andeweg, Dekker en Van den Berg. Mijn dank gaat ook uit naar het Departement, dat mij zo warm in zijn midden heeft opgenomen. De discussies over het vak en vooral over de actuele politiek zijn een verademing en bijzonder inspirerend, al schrok ik wel toen mij een van de eerste dagen, onderuit aan de koffietafel, naar aanleiding van een actuele gebeurtenis die ik mij niet meer herinner, de vraag werd gesteld: 'En, Kees, waarom doen de media zo?' Ik hoop met mijn onderwijs in ieder geval studenten in staat te stellen op dat soort vragen een antwoord te geven.

Mijn in principe meest nabije collega in Leiden en meest directe contact met het beroepsveld van de politieke journalistiek, Willem Breedveld, zie ik helaas veel te weinig, omdat hij ook slechts één dag per week hier werkt en niet op dezelfde als ik. Gelukkig spreek ik hem vaker op andere plaatsen, en dan bedoel ik niet het café waarmee veel politieke communicatie maar al te vaak wordt geassocieerd.

Ik prijs mij gelukkig een kamer en een passie te mogen delen met Koen Koch. Als wij onze loopgraven betrekken heeft dat een allesbehalve vijandige betekenis. Sommigen vinden onze belangstelling voor de Eerste Wereldoorlog maar merkwaardig en wat luguber, al heb ik de afgelopen weken uit de talloze artikelen en tv-programma's de indruk gekregen dat we op de elfde van de elfde zo langzamerhand ook in Nederlandse wat te gedenken hebben.

Leiden is voor mij zowel een inspiratie als een reflexieve oase. Dat is vooral ook mogelijk gemaakt door de ruimhartige houding van mijn Amsterdamse collega's bij de afdeling communicatiewetenschap en in het bijzonder Jan van Cuilenburg, die als

vice decaan na een paar keer slikken en om niet mij een dag per week naar Leiden liet gaan. Hoewel hij inmiddels alweer bijna 4 jaar geleden terugging naar het perfide Albion is Amsterdam voor mij toch ook Denis McQuail, mijn promotor en intellectuele *godfather*, met wie ik gelukkig nog steeds in de Euro Media Research Group mag samenwerken.

Dat ik hier sta en wat ik hier allemaal heb lopen beweren zou echter niet mogelijk zijn geweest zonder Philip van Praag, met wie ik al ruim twintig jaar rondstruin in het grensgebied van politicologie en communicatiewetenschap. Ja, Philip, we worden oud en nog eens 20 jaar is misschien een beetje veel gevraagd, maar ik reken wel op een nog lange en vruchtbare samenwerking. Trouwens, een crisis zit in de lucht en de Kamerverkiezingen liggen alweer op de loer.

Mijn dank gaat ook uit naar mijn familie en schoonfamilie, en in het bijzonder mijn moeder, die, nu misschien een beetje *tja peh*, waarschijnlijk meer dan wie ook naar dit moment heeft uitgezien.

Tenslotte zijn er Chrisje, Sarah en David. Ik noem jullie bewust in één adem. In ons gezamenlijke proefschrift schreven Chrisje en ik destijds in het voorwoord, dat zonder onze kinderen het schrijven daarvan ongetwijfeld veel eenvoudiger zou zijn geweest, maar het leven ook aanmerkelijk minder spannend. In de afgelopen tijd, worstelend met tientallen invalshoeken en even zovele losse einden, heb ik mezelf menig maal voorgehouden dat zonder jullie drieën deze rede ook heel wat makkelijker op papier was gekomen. Ik betwijfel het nu. Ik twijfel echter niet dat zonder jullie drieën het leven verder geen bal aan was geweest.

Ik heb gezegd.

Literatuur

D'Ancona, H. (1991) *Nota Publieke Omroep in Nederland*. Uitgebracht door het Ministerie van Welzijn, Volksgezondheid en Cultuur, d.d. 6 juni 1991

Anker, H., P. Depla & J.M. Wiersma (2000) 'Sterk en Sociaal. De immuniserings-campagne van de PvdA', in: Ph. van Praag & K. Brants (red) op.cit., 36-58

Beck, U. (1997) *The Reinvention of Politics*. Cambridge: Polity Press

Bennett, W. L. & D. Paletz (eds) (1994) *Taken by Storm*. Chicago: Chicago University Press

Blumler, J.G. (1983) 'Political Communication: Democratic Theory and Broadcast Practice', in: D. Whitney & E. Wartella (eds) *Mass Communication Review Yearbook* vol 3. Beverly Hills: Sage, 621-637

Blumler J.G. & M. Gurevitch (1995) *The Crisis of Public Communication*. London: Routledge

Bourdieu, P. (1998) *On Television and Journalism*. London: Pluto Press

Brants, K. (1991) 'Kleine sociologie van het lek', in: P. Bakker, G. Schreuders & Theo van Stegeren (red) *Onthullingsjournalistiek*. Groningen: Wolters-Noordhoff, 171-185

Brants, K. (1998) 'Who's afraid of infotainment?', *European Journal of Communication* 13/3, 315-335

Brants, K. E. Cabri & P. Nijens (2000) 'Hoe informatief en hoe leuk? Infotainment in de campagne', in: Ph. van Praag & K. Brants (red) op.cit., 134-154

Brants, K. & H. van Kempen (2000) *The Uncertain Watchdog*. Paper for the panel on Political Journalism of the ECPR, Copenhagen

Brants, K. & Ph. van Praag (red) (1995) *Verkoop van de Politiek. De verkiezings-campagne van 1994*. Amsterdam: Het Spinhuis

Breedveld, W. (1996) 'Communicatie zonder ethos', in: N. Kramer, E. Nijpels, B. Pauw & L. Tiddens (red) *Politieke marketing: winst of verlies?* Den Haag: SDU Uitgevers, 105-117

- Cappella, J. & K.H. Jamieson (1997) *The Spiral of Cynicism*. New York: Oxford University Press
- Butler, D. & A. Ranney (eds) (1992) *Electioneering. A Comparative Study of Continuity and Change*. Oxford: Clarendon Press
- Cats, M.H. (2000) *Information Overload*. Amsterdam: SWOCC Dossier nr. 1
- Cuilenburg, J. van (1999) 'Between media monopoly and ruinous media competition. On media, access and diversity in open society', in: Y. Zassoursky & E. Vartanova (eds) *Media, Communications and the Open Society*. Moscow: IKAR Publisher, 40-62
- Cuilenburg, J. van & D. McQuail (1982) *Media en pluriformiteit. Een beoordeling van de stand van zaken*. 's Gravenhage: Staatsuitgeverij
- Cuilenburg, J. van, P. Neijens & O. Scholten (red) (1999) *Media in Overvloed*. Amsterdam: Amsterdam University Press
- Golding, P. (1994) 'Telling stories: sociology, journalism and the informed citizen', *European Journal of Communication* 9/4, 461-484
- Hallin, D. (1992) 'Soundbite news. Television coverage of the elections 1968-1988', *Journal of Communication* 42/2, 5-24
- Herman, E.S. & N. Chomsky (1988) *Manufacturing Consent: the political economy of the mass media*. New York: Pantheon Books
- Hoogerwerf, A. (1979) 'Politologie in Nederland 1948-1978', *Acta Politica* 79/2, 145-184
- Jamieson, K.H. (1992) *Dirty Politics*. New York: Oxford University Press
- Kavanagh, D. (1997) *Media and elections: an unhappy marriage?* Keynote address for the International Conference Images of Politics. Amsterdam.
- Kitzinger, J. & J. Reilly (1997) 'The Rise and Fall of Risk Reporting', *European Journal of Communication* 12/3, 350-391
- Livingston, S. (1997) *Clarifying the CNN Effect. An examination of media effects according to type of military intervention*. Research paper R-18 of the Joan Shorenstein Center of Press, Politics & Public Policy at John F. Kennedy School of Government

- Livingston, S. & T. Eachus (1995) 'Humanitarian Crises and US Foreign Policy: Somalia and the CNN Effect Reconsidered', *Political Communication* 12/4, 408-425
- Mair, P. (1998) 'Representation and participation in the changing world of party politics', *European Review* 6/2, 161-174
- Mazzoleni, G. & W. Schulz (1999) "'Mediatization" of politics: a challenge for democracy?', *Political Communication* 16/3, 247-261
- McChesney, R.W. (1999) *Rich Media, Poor Democracy: Communication Politics in Dubious Times*. Urbana: University of Illinois Press
- Mierlo, H. Van (2000) *Democratie en Politieke Vernieuwing*. Thorbecke lezing 2000. Wassenaar: Thorbecke Vereniging
- Murdock, G. & P. Golding (1974) 'For a Political Economy of Mass Communications', in: S. Miliband & J. Saville (eds) *The Socialist Register* 1973. London: Merlin
- Negrine, R. (2000) *Contemporary politics, contemporary media*. Paper for the plenary conference of the European Science Foundation on Changing Media - Changing Europe, Italy August 2000
- Patterson, Th. (1993) *Out of Order*. New York: Vintage Books
- Pharr, S. & R. Putnam (eds) (2000) *Disaffected Democracies. What's troubling the trilateral countries?* Princeton: Princeton University Press
- Postman, N. (1985) *Amusing ourselves to death. Public discourse in the age of show business*. New York: Viking
- Praag, Ph. van & K. Brants (red) (2000) *Tussen Beeld en Inhoud. Politiek en media in de verkiezingen van 1998*. Amsterdam: Het Spinhuis
- Scholten, J. & K. Heijting (2000) *Wie stellen hier de vragen?* Amstelveen: Bennis Porter Novelli
- Scholten, O. (1982) *Krant en democratie. Een studie naar politieke informatie in landelijke dagbladen*. Amsterdam: VU-Uitgeverij
- Scholten, O (1989) 'Media, politiek en kiezers. Over driebanden en de kunst van het ivoor draaien', *Namens* 4/1, 25-30

- Schudson, M (1995) *The Power of News*. Cambridge: Harvard University Press
- Swanson, D. & P. Mancini (eds) (1996) *Politics, Media and Modern Democracy*. London: Praeger
- Vasterman, P. (1999) *Mediahype. Nieuws maken door de opwinding te verslaan*. Utrecht: HVU Press
- Vis, J. (1975) 'Parlementaire pretenties, praktijken en problemen', in: H. Daalder (red.), *Parlement en politieke besluitvorming in Nederland*. Alphen a/d Rijn, 24-46
- Wagenaar, M. (1997) *De Rijksvoorlichtingsdienst. Geheimhouden, toedekken, openbaren*. Den Haag: SDU-Uitgevers
- Zillmann, D., R. Gibson, V. Ordman & C. Aust (1994) 'Effects of Upbeat Stories in Broadcast News', *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 38/Winter, 65-78
- Zoonen, L. van (2000) 'De talkshow: personalisering als strategie', in: Ph. van Praag & K. Brants (red) op.cit., 154-174