

zelf en het milieu waarin we leven en werken. Maar ze zouden wel in het hart van onze beslommingen en activiteiten moeten staan, in onze scholen, onze kranten, en onze gemeenschappen. Mocht dat gebeuren, dan pas zouden we met recht kunnen stellen dat we de beschaafde wereld binnenstappen.

## De Nieuwsmaker

*Siegfried Bracke*<sup>94</sup>

Natuurlijk, nieuwsmakers hebben een maatschappelijke verantwoordelijkheid; ze maken de zogeheten vensters op de wereld. En dat geldt a fortiori voor televisie-nieuwsmakers, want het aantal mensen dat alleen de tv heeft als informatieverstrekker is zonder twijfel onvoorstelbaar groot. En dus kan de keuze die je maakt bij de selectie van het tv-nieuws erg bepalend zijn voor hoe en wat vele mensen denken over 'de toestand' en 'de wereld'.

Om te beginnen valt uit het bovenstaande al af te leiden wat die mensen denken over 'de toestand' per definitie niet al te denderend *kan* zijn. De tekst van een nieuwsprogramma op de televisie beslaat hooguit een halve bladzijde van een krant (meestal minder). En de gave van de samenvatting mag bij de televisiemakers dan al erg groot zijn, ook dat heeft zijn limieten. Wat niet belet dat over 'de toestand' er elke dag wel *iets* meer te zeggen is dan die halve bladzijde.

Er is natuurlijk ook het beeld (En of! "Hebben we daar geen beeld van? Dan is het geen nieuws!"), en dat beeld zorgt natuurlijk voor niet te onderschatten meerwaarde, maar anderzijds wordt de keuze, voor zover we die al ethisch en maatschappelijk zouden willen verantwoorden, nog moeilijker omdat we ze (bijvoorbeeld inzake buitenlandse berichtgeving) niet altijd zelf in de hand hebben.

Daar bovenop is er nog een ander fenomeen. Beelden hebben een vergrotend effect: het lijkt erop alsof er alleen datgene is wat getoond wordt, en niets anders. In de tijd gingen de beelden van de Vlaamse optochten in Voeren, met de man die vanuit een raam op de betogers begon te schieten en met de rijkswacht die er lustig op los sloeg, de hele wereld rond. Wie op dat moment het ongeluk had als Belg in den vreemde te leven, kreeg het erg moeilijk om uit te leggen dat ie uit een al met al vredig land kwam, en dat Voeren toch maar een heel klein stukje grond was. Zelfs de eerbiedwaardige Londense *Times* berichtte over dit gezegende land in termen van totale desintegratie vanwege "*tribal troubles*". Het vergrotende effect van het beeld kan nauwelijks beter worden geïllustreerd.

Daarmee omgaan is dus allemaal verre van simpel, maar met dat soort beperkingen zou nog best te leven vallen, als er tamelijk recent die verpletterende druk niet zou zijn bijgekomen van de kijkcijfers, van de verkoop. Een relatief nieuw gegeven is dat. Vroeger was de scheiding tussen de redactie en de rest van het bedrijf vrijwel absoluut. Nu is dat anders. Een evolutie die in Vlaanderen bij de kranten vrijwel samenviel met het begin van de commerciële omroep, en dat is geen toeval. En naarmate de commercie als maar meer op de voorgrond komt, wordt de ideologie van de krant als maar meer naar het achterplan geschoven.

---

<sup>94</sup> Siegfried Bracke is journalist bij de VRT- TV1- Journaal.

Net zoals onlangs nog bij de hervorming van de omroep de politiek ook een stap achteruit heeft gezet, ten voordele van een publieksgericht (en dus commercieel) denken.

Die evolutie is overigens een goede zaak; ik wil in deze niet verkeerd begrepen worden. Kranten die niet gelezen worden bestaan niet, uitzendingen die niet bekeken worden zijn waardeloos, zoals treinen waar geen volk op zit: die *moeten* worden afgeschaft. En zelfs een openbare omroep mag aan dat soort wetmatigheid niet helemaal ontsnappen, ook al moet die dan niet echt winst maken.

Als de gemeenschap in die omroep jaarlijks een aantal miljarden investeert, dan moet dat geld return opleveren voor een voldoende groot aantal leden van die gemeenschap die kijken of luisteren. Anders is dat pure geldverspilling, en gezien de schaarste van de overheidsmiddelen en de niet te overzien berg van collectieve behoeften (jobs, welzijn, gezondheid, de reeks is eindeloos lang) is geldverspilling maatschappelijk en politiek totaal onverantwoordelijk.

Wat hierboven staat is natuurlijk een waarheid als een koe, maar het is zeker niet nutteloos dat nog eens te expliciteren. Want het aantal goed menende burgers, jaja zelfs intellectuelen, dat vindt dat de openbare omroep vooral het volk moet verheffen en dat er dus veel klassieke concerten moeten worden uitgezonden, en veel boekbesprekingen ook, en maatschappelijke discussies tussen filosofen en zo, en kunst, en cultuur, dat aantal is helaas onnoemelijk groot. Of het zijn in elk geval mensen die niet nalaten dat soort mening uitgebreid te verkondigen. Het zijn ook diegenen die - ook al zeggen ze dat niet - te verstaan geven dat er een tegenstelling is tussen kwaliteit en kwantiteit. Hoe minder volk een programma bekijkt, hoe beter, lijkt het wel.

Dat zijn mensen die het dus impliciet niet erg vinden dat het soort programma's dat zij zeggen te willen - want onderzoek leert dat ze bij voorkeur kijken naar datgene wat ze zogenaamd minderwaardig vinden - maximaal 14 procent van de kijkers kan bereiken. Maar dan moet de wind echt wel goed zitten; in de regel gaat het om veel minder dan 14 procent, en is het kijkersaantal zelfs niet meer meetbaar. En bij die maximale 14 procent zitten er, blijkens kijkersonderzoek bij ons en elders, hooguit 10 procent laaggeschoolden.

Bovendien behoort het soort uitzendingen die die 'volksverheffers' zouden willen, tot de duurste soort - je moet niet echt een financiële wizzard zijn om te beseffen dat het stukken goedkoper is in een studio vijf mensen wat moppen te laten vertellen dan in het Paleis voor Schone Kunsten de Elisabethwedstrijd te capteren. En dus komt die volksverheffing erop neer dat we het goed vinden dat er per uur vele miljoenen in de ether worden gegooid voor een beperkt aantal mensen. Een groep die weliswaar langzaam groeit, maar in absolute cijfers blijft dat (helaas ?) marginaal.

Ik vind dat soort verkeerd begrepen volksverheffing *niet* goed: ik ben tegen geld verspillen. Tussendoor, en vooral om de goegemeente te provoceren: ik zou het lang niet zo kwaad vinden als we dat mechanisme (centen alleen in ruil voor voldoende klanten, kijkers, luisteraars) ook nogal strikt zouden toepassen op Radio 3, al mag het dan zo zijn dat radio een bij vergelijking goedkoper medium is. Maar is het democratisch, kan je je afvragen, dat (in relatieve cijfers) een Radio 3-luisteraar stukken meer kost dan een Radio 2-luisteraar ? Terwijl misschien kan worden aangenomen dat die van Radio 3 allicht tot het "beter" volk behoren dan

die van Radio 2 ? En tussen haakjes: die Radio 2-luisteraar "brengt dat nog zichzelf op" via de reclame die hij te slikken krijgt. De Radio 3-luisteraar is daar, af en toe één zinnetje van de Kredietbank niet te na gesproken, zoals bekend te goed voor; of mag de serene rust van intellectuelen niet verstoord worden ?

Al is er misschien een alternatieve oplossing: we maken van Radio 3 een betaalzender, kwestie van die zotte kosten wat te recupereren. Het abonnementsgeld berekenen we aan de hand van de relatieve kostprijs van de Radio 2-luisteraar. Al wat daar boven komt betaalt de Radio 3-luisteraar zelf. Dat kan dan op korte tijd zelfs een statussymbool worden. Want als we dan volk over de vloer krijgen, dan laten we op de achtergrond zachtjes Radio 3 spelen: het zal de kwaliteit van ons samenzijn alleen ten goede komen.

Geld verspillen kan dus niet, en precies daarom zit er ook op nieuwszendingen druk over het halen van een voldoende groot aantal kijkers. Het is daarom trouwens dat in het recente maxi-decreet over de openbare omroep de nieuwsdienst terecht wordt opgelegd om een vastgesteld aantal kijkers te halen. Voor andere programma's is er alleen sprake van bereik, niet van en cijfer.

Want ook nieuws is helaas een duur soort uitzending. En dus zullen we, precies omdat we voldoende kijkers moeten en willen halen, in de keuze en de selectie van het nieuws niet alleen rekening houden met wat maatschappelijk relevant is, met wat belangrijk is, maar ook met wat belang-wekkend is. Dat laatste criterium betekent – en laat het ons in het belang van de duidelijkheid maar plat zeggen – dat we ook rekening houden met wat de mensen graag zien. Ook al betekent dat dat we ze dus serveren wat (volgens ons ?) niet echt relevant is. Het volstaat dat ze zelf denken dat het wél relevant is; daarom ook houdt het hen bezig, en willen ze dat ook graag zien. Van het dodelijk ongeluk van Lady Di tot en met het jongste dolfijntje in de zoo van Antwerpen; het heeft geen belang maar het komt wel in het nieuws.

Dat kan, het moet zelfs. Wie dat niet wil, moet helaas (in ons land) een ander vak kiezen. Wij hebben helaas geen *Neue Züricher Zeitung*, geen *Le Monde*, geen *International Herald Tribune*. En wie dat niet wil, moet dus zeker niet voor de oppervlakkige televisie gaan werken.

Wie dat dan wél doet, moet dus weten hoe een en ander werkt, en moet bijgevolg voortdurend de afweging maken tussen die twee grote criteria, tussen belang-rijk en belang-wekkend. En nog maar eens; wie alleen maar oog heeft voor één van de twee, zit fout. Goed is dat je de afweging maakt, én streeft naar enig evenwicht.

Toegepast op de openbare omroep komt het er in feite op neer dat je probeert een behoorlijk kijkcijfer te halen zonder al te veel exclusiviteit te moeten geven aan wat de mensen graag zien. Dat is meteen ook de bestaansreden van de openbare omroep; omdat hij verder af staat van de commercie dan zijn concurrenten, kan en moet hij voor enig tegengewicht zorgen. Anders heeft een openbare omroep geen zin, en is het zonde van de jaarlijks geïnvesteerde miljarden.

Het gaat er overigens niet alleen om het verschil te maken tussen concurrerende omroepen. Dat heeft ook gevolgen – en dat is belangrijk – voor het wereldbeeld van wie kijkt. Want wat je ziet, bepaalt wat je denkt, zoveel is wel zeker.

En dan kan je als nieuwsmaker kiezen. Of je geeft wat ze vragen en daarmee uit, of je probeert dat enigszins te nuanceren en een min of meer correct, objectief

en onpartijdig beeld van de *wereld* te geven. Het eerste is gemakkelijk: je doet gewoon een beroep op een aantal primaire gevoelens, en klaar is kees. Geweld en sex: altijd prijs, altijd gewonnen. Al de rest is misschien eerlijker maar ook moeilijker, en ongunstig voor de kijkcijfers.

Als je dus avond na avond het ene nieuwsitem na het andere te zien krijgt over hoe de criminaliteit en het noodlot alweer hebben toegeslagen, en hoe erg dat allemaal is voor al die slachtoffers, en alleen dat is het enige wat je te zien en te horen krijgt, dan *moet* je finaal wel bang worden. En wie een keer bang is, heeft in feite niet liever dan nog banger te worden. Die blijft dus ook kijken.

Hier staat de nieuwsmaker, en a fortiori zijn redactie voor de (maatschappelijke) keuze. Ofwel geef je de kijkers doodeenvoudig wat ze willen, ofwel probeer je, ondanks de beperkingen van het medium, een reële weerspiegeling te geven van de werkelijkheid. Idem dito voor de duiding; je kan de mensen bij wijze van spreken nog wat banger maken; je kan dat ook in een wat bredere maatschappelijke context plaatsen.

Dat is overigens niet alleen ene kwestie van kiezen tussen twee modellen van televisie maken. Dat heeft ook politiek gevolgen. Want bange mensen zijn gevaarlijke mensen die ook nogal snel naar de (politieke) noodrem grijpen. Als dan uit kiezersonderzoek blijkt dat er een verband is tussen de zender waarnaar men kijkt en de partij waarvoor men stemt, dan is de cirkel rond. En die is nog vicius ook. Blijft overigens nog de vraag of die maatschappelijke keuze wel zo relatief eenvoudig te maken is als hierboven is aangegeven. Ik vrees van niet. Als je als omroep moet leven van je reclame-inkomsten, en je werkt in een klein land met de facto alleen regionale omroepen, dan is de telling rap gemaakt. Kijkers staan voor inkomsten, en een bedrijf moet nu eenmaal winst maken. Tja...

Al is er daartegen wel een 'natuurlijke' dam. Je kan in een land als Vlaanderen met *maar* twee zenders die echt bekeken worden en met marktaandelen die niet zo ver uiteen liggen, de nieuwsuitzendingen niet al te veel van elkaar laten verschillen. (Doe je dat wel, dan wordt nieuws ongeloofwaardig, en wordt er finaal niet meer gekeken, wat niet de bedoeling is). In zo'n situatie kan je makkelijk zien hoe de een de ander in de tang houdt, hoe de een de ander belet te vervallen in extreme keuzes, zij het in de richting van belangrijk, zij het in de richting van belangwekkend. En het omgekeerde is even waar. Buitenlandse voorbeelden leren dat zonder openbare omroep en met meer concurrentie, de lat als maar lager wordt gelegd, en dat er voor intellectuele of ethische verantwoordelijkheid van de nieuwsmakers maar weinig ruimte meer overblijft.

Conclusie :

1. een nieuwsmaker kan zijn intellectuele en ethische verantwoordelijkheid dragen in de mate dat hij los kan komen van de pure marktmechanismen, ook al zal hij daar nooit helemaal aan ontsnappen.
2. de afstand die nieuwsmakers kunnen nemen van marktmechanismen is recht evenredig met het behoorlijk functioneren van nieuwsverstrekking, gefinancierd uit publieke middelen.