

Justitie moet leren fouten erkennen



5

Politici weten niks van schoolkeuze



U-pagina: 7

hetBetoog

Of we het nu leuk vinden of niet, dit is het **tijdperk van de bloggers**. De oude media, zoals de dagbladen, kunnen zich maar beter heruitvinden. De hand ophouden bij minister Plasterk zal uiteindelijk niet veel helpen. Door **Yvonne Zonderop**.

Hulp voor kranten is niet genoeg

Voor veel politieke journalisten zal de Democratische Conventie in Denver de geschiedenis ingaan als het einde van een tijdperk, zwarte presidentskandidaat of niet. Ooit zaten zij exclusief vooraan in de conventiehal, nu bleken ze omringd door tientallen bloggers die de verkiezing van nieuwkomer Obama kwamen verslaan. Voor deze 'nieuwe' journalisten was elders op het terrein een speciale, twee verdiepingen tellende tent gebouwd, waar de gebruikelijke pers slechts welkom was als bezoeker.

Lionel Barber, hoofdredacteur van de *Financial Times*, beschreef het tableau twee maanden geleden in zijn krant met lichte, maar onmiskenbare spijt. 'We zijn getuige van een verschuiving van de macht richting nieuwe media, met enorme gevolgen voor de journalistieke praktijk', schreef hij. Volgens Barber zal het jaar 2008 een 'tipping point', een beslissend moment, blijken te zijn in de Amerikaanse journalistiek. De nieuwe media hebben vanaf nu het voortouw. De algemene, mainstream, kranten en de nieuwsprogramma's op televisie volgen in plaats van te leiden.

In Nederland - en veel andere Europese landen - gaat het nu precies dezelfde kant op. Blogs bepalen hier nog niet de uitkomst van verkiezingen, maar al wel de val van ministers en politiek adviseurs, zoals blijkt uit acties van GeenStijl. Het weblog zet de toon, kranten en televisie volgen. Eventueel politici, trouwens, die, zoals

Sommige - vooral regionale - kranten is het water tot aan de lippen gestegen

GeenStijlhoofdredacteur Dominique Weesie onlangs verklaarde, hun politieke vijanden doelbewust aangeven in de hoop dat GeenStijl ze eens flink te grazen neemt.

Onderwijl zijn de 'oude' media in een neergang beland, net als in de VS. Menige dagbladtitel in de regio verdween en inmiddels slaan ook landelijke titels alarm. Ze raken lezers en advertenties kwijt en hun websites maken dat verlies vooralsnog niet goed. Sommige - vooral regionale - kranten is het water tot aan de lippen gestegen. Ze vragen steun aan minister Plasterk, maar die staat niet te trappelen.

Gevestigde algemene nieuwsmedia (kranten, maar ook televisie) bedienen een vergrijzend publiek, zo blijkt uit onderzoek. Het Commissariaat voor de Media heeft dit fenomeen de 'generatie-informatiekloof' gedoopt. Terwijl oudere generaties hun informatie betrekken van televisie, radio en de betaalde krant, wenden jonge-

Geen geld en oude lezers

Deze week hebben de Nederlandse kranten aangeklopt bij de Tweede Kamer. De branche vindt dat de politiek iets moet doen: het geld raakt op, de lezer wordt ouder en ouder en de adverteerder zoekt nieuwe uitingsvormen. Op 18 december bespreekt de Kamer de problematiek met minister Plasterk (Media). Voor die tijd komt ook het Genootschap van Hoofdredacteurs met een brandbrief. Duidelijk is dat de nieuwe media de informatiedans leiden. De traditionele journalistiek moet eerst het vertrouwen van de lezer heroveren.

ren zich voor hun nieuwsgebruik tot websites en gratis dagbladen. Ze prefereren een andere stijl en aanpak. Serieuze, zogeheten kwaliteitsjournalistiek, maakt plaats voor snellere berichtgeving en voor entertainment met effect. Persoonlijk gekleurde berichtgeving krijgt de voorkeur boven een streven naar objectiviteit. Brede nieuwsmedia maken plaats voor websites en bladen voor speciale doelgroepen. In rap tempo ontstaan nieuwe mediawetten waaraan de 'oude' media zich met moeite kunnen onttrekken.

De aloude journalistiek is in een crisis beland, zoveel is duidelijk. Toch lijkt dit hooguit een handjevol mensen te deren, voornamelijk uit de beroepsgroep zelf. Zij willen er nog op wijzen dat de pers de hoeder is van onze democratie. Maar het publiek haalt grotere de schouders op. Journalisten genieten niet veel sympathie (meer). Hun crisis wordt niet beschouwd als een maatschappelijk probleem.

Het is goed om te beseffen dat ook dit geen exclusief Nederlands fenomeen is. Sinds de opkomst van Fortuyn weerklinkt hier de klacht dat de pers zich niet bekommert om wat 'gewone' mensen beweegt. Maar in Amerika valt hetzelfde verwijt. Journalist en wetenschapper Eric Alterman beschreef dit voorjaar in *The New Yorker* hoe Amerikaanse journalisten zich sinds de Watergate-affaire als gelijkwaardige zijn gaan beschouwen van politici, topmanagers en andere machthebbers. 'Ze identificeerden zich als vanzelfsprekend soms meer met hun onderwerpen en hun bronnen dan met hun lezers'. Het gevolg was dat ze de lezers steeds verder van zich vervreemdden. Daarnaast professionaliseerde het mediavak - een tweede oorzaak van de crisis in de journalistiek. Belangengroepen, bedrijven, ministeries; elke organisatie bemantelde zich in de jaren tachtig met een afdeling communicatie die slecht één doel nastreefde: een goede pers.

De invloed van deze pr-machines en spindoctors is sindsdien al-



Illustratie Tammo Schuringa

leen maar gegroeid. Voor eigen nieuwsgaring en onafhankelijk onderzoek lijkt steeds minder ruimte. De kolommen en de zendtijd worden gevuld met 'geproduceerd' nieuws, bedacht en op een presenteerblaadje aangereikt door duizenden voorlichters en communicatieadviseurs. De belofte van een spannende 'primeur' is vaak genoeg om een programma of een krant voor je karretje te spannen, zo weet menig woordvoerder. Tegelijkertijd valt het verslaggevers steeds moeilijker om door de haag van pr te dringen om het 'echte verhaal' op te teke-

nen. Voor journalisten valt er haast niet tegenop te roeien: op iedere redacteur zijn in Nederland drie communicatiemedewerkers actief.

Het resultaat is zichtbaar voor iedereen: de meerdere media tot zich neemt: overal komt hetzelfde nieuws voorbij, veelal in identieke termen. Hoe kan een lezer of kijker dan het idee behouden dat een journalist gedegen informatie biedt, vergaard na eigen onderzoek?

Er is nog een derde nagel aan de doodskest van de 'oude' journalistiek: de adverteerder. In de bloei-

tijd van kranten en tijdschriften gold de ondubbelzinnige afspraak: de redactie schrijft wat ze wil, de adverteerder heeft enkel het recht om op een afgescheiden plek zijn boodschap te verkondigen. Dit oude verdienmodel wankelt.

Tegenwoordig willen adverteerders nieuws mee produceren, want een onderwerps advertentie levert te weinig respons op. Dit stelt redacties voor lastige, nieuwe vragen over hun mate van onafhankelijkheid. *Studio Sport* dat 'mede mogelijk is gemaakt' door een telecombedrijf is tot daar aan

toe, maar wat te denken van het feit dat bedrijven gegarandeerde redactionele aandacht kunnen kopen in de krant? Zowel bij *Spits* als bij *De Pers* kocht de Rabobank een vaste rubriek, de een over wielrennen, de ander over hockey, met daarin aandacht voor de sponsor.

Media opereren helemaal niet zo onafhankelijk en soeverein, dat is lezers en kijkers niet ontgaan. Dus doen ze het net zo lief zelf. Nederland telt naar schatting inmiddels een miljoen burgerjournalisten die hun eigen blogs vullen, eigen videofilms en foto's pu-

bliceren en eigen nieuws maken, net als in het buitenland.

Sprak Barack Obama op een besloten fundraising over 'bittere' blanke arbeiders? Een van de donors bleek tevens amateurjournalist; ze zette de uitspraak op *The Huffington Post*, waarna officiële media snel volgden. Kay van der Linde overkwam in Amsterdam hetzelfde toen een student aan de UvA zijn vermeende kritiek op Rita Verdonk naar buiten brachten op GeenStijl. Al drong de methode van nieuwsgaren in tegen de beroepsopvatting van de 'oude' media; het bleek voor hen niet doenlijk dit 'nieuws' te negeren.

Off the record, 'besloten', journalistieke codes die ooit bedoeld waren om de kwaliteit van de berichtgeving te waarborgen, worden in rap tempo gekraakt door burgers die er het nut niet van inzien en zich buitengesloten voelen. Het publiek maakt zelf wel uit wat de waarde is van gepubliceerde berichten, zo lijkt het.

Voor jongeren opereren zo. In plaats van af te gaan op de deskundigheid van de journalist, luisteren ze naar elkaar. In een oogwenk corrigeren ze elkaars fouten en omissies. Zo komen prachtige producties als Wikipedi tot stand.

Deze democratisering van de media - want dat is het - garandeert overigens niet dat het publiek nu beter wordt voorgelicht. Er zijn tientallen miljoenen Amerikanen die denken dat 9/11 een *inside job* was, en dat is niet omdat de serieuze kranten dat schreven.

Teloorgang

Het heeft even geduurd, maar sinds kort is Nederland aangehaakt in het internationale debat over de teloorgang van de media. Omdat het parlement dezer dagen discussieert over het media-beleid van minister Plasterk, gaat de aandacht nu vooral uit naar het overheidsbeleid. Plasterk is gevraagd of hij, net zoals de Franse president Sarkozy, de bedreigde kranten te hulp wil schieten. Tot nu toe luidt zijn antwoord: niet op structurele basis. Voor zorgelijkheid is het volgens de minister te vroeg. 'Ik blijf de krant heus wel lezen', hield hij de beroepsgroep laatst voor.

Maar de minister kan het debat niet voor zich uit blijven schuiven. Er zal iets moeten gebeuren. Maar wat? En wie is aan zet?

Grofweg telt de mediawereld twee posities. De ene groep zegt: geef de moed niet op. Met een serieuze aanpak, betere managers en specifieke steun (een lager btw-tarief voor kranten bijvoorbeeld) kan de algemene journalistiek in Nederland een factor van belang blijven.

Het is een sympathiek maar naïef relaas, want het biedt geen wezenlijk antwoord op de crisis. De internationale trends denderen immers gewoon voort. De *Chicago Tribune* en de *Los Angeles Ti-*

mes staan op het punt failliet te gaan; waarom zou Nederland de dans ontspringen?

De andere groep zegt: het media-beleid moet wel degelijk op de schop. Het geeft geen pas noodlijdende kranten in hun sop te laten gaarkoken en onderwijl de publieke omroep ruimhartig te steunen. In plaats van een bepaald type media te steunen, te weten radio en tv, moet de overheid bepaalde soorten journalistiek stimuleren. Geen entertainment, wel nieuws, achtergrond en opinievorming.

Dit pleidooi werd drie jaar geleden al door de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (WRR) gehouden. Toen kwam het te vroeg, nu wordt het zelfs door Geert Wilders omarmd. Zoals dat gaat roept de publieke omroep vervolgens: blijf met je tengels van mijn geld af. Maar dat verweer klinkt niet sterk, zeker niet omdat ook de publieke omroep met een vergrijzend kijkerspubliek kampt.

John Lloyd, een vooraanstaand Brits mediacriticus, schreef vorige maand: 'De journalistiek heeft haar rechtvaardiging en haar zelfbeeld steeds gebaseerd op de overtuiging dat ze van haar publiek betere burgers wist te maken. Als de journalistiek het loodje legt, wat gebeurt er dan met het burgerschap?' Die vraag is de voornaamste reden waarom overheden zich serieus moeten bekommeren om de huidige crisis.

Er is behoefte aan oplossingen die verder reiken dan een snelle belastingmaatregel hier of een gezamenlijk ontwikkelingspotje daar. President Sarkozy stelde een aantal werkgroepen in om nieuwe antwoorden te zoeken. Daaraan kan minister Plasterk een voorbeeld nemen. Maar daarmee is de kous niet af.

De journalistiek moet bereid zijn zichzelf opnieuw uit te vinden. Kranten in nood langdurig financieel bijstaan is geen oplossing, daar heeft Plasterk gelijk in.

De aloude journalistiek heeft een nieuwe spirit nodig. Laat GeenStijl doen wat ze wil, laat semi-journalistieke programma's zoals *Pauw & Witteman* de show stelen, laat pr-machines hun 'primers' in het rond strooien. Journalisten moeten de werkelijkheid van de burgers beschrijven, onderzoeken, bevragen en het vertrouwen van hun publiek terugwinnen. Ze moeten op zoek naar nieuwe vormen, en naar nieuwe werkspraken met sponsors en adverteerders om de journalistieke onafhankelijkheid te borgen. Zo niet, dan kunnen bestuurders nog jaren steggelen over goedbedoelde steunmaatregelen, maar die zullen het verschil niet maken.

Yvonne Zonderop is zelfstandig journalist. Voor de Volkskrant produceerde zij de Sociale, de Ruimtelijke en de Economische Agenda. Zij is tevens commissaris bij de FD Media Groep.

Kinderen hebben recht op een stinkend openbaar toilet

Geboren in '53



Rob Vreeken

Een groot deel van mijn jeugd heb ik doorgebracht in een pisbak. Hij stond tussen bomen en struikgewas, in een plantsoen langs de rivier. Twee stenen hokken met een lantaarn ertussen. Aan de binnenzijde, niet zichtbaar vanaf de straatkant, stond een hek, net hoog genoeg om op te zitten. Tussen de hokjes en de schuin aflopende wallekant was een open plek, aan beide kanten door struiken afgeschermd.

Het was een openbaar toilet, maar wij, jongetjes uit de Prins Hendrikbuurt, noemden het 'De Pisbak'. Onze pisbak. Speelplaats, ontmoetingscentrum, uitvalsbasis, hokkwartier, hangplek, veilig bastion.

Het was een ongelooftlijk gore pisbak. Schoongemaakt werd er zelden. Een walm van ver-

schraalde urine steeg uit de hokjes op. Wij roken dat natuurlijk wel, maar we vonden het niet erg. Kinderen nemen dingen zoals ze zijn. Mijn heerlijke kinderjaren heb ik beleefd in een doordringende pislucht.

Regelmatig kwamen er mannen plassen in het urinoir, dat wil zeggen onder schooltijd, want als wij er zaten, lachend, uitdagend, haalde geen volwassen vent het in zijn hoofd om, omringd door jochies van 8 of 11 of 13, zijn gup te openen voor een plas. En omdat de grote mensen geen enkele andere reden hadden zich in het hels stinkende oord te wagen, hadden wij er onbespied het rijk alleen.

Vissen, zwemmen in de door de industrie vergiftigde Zaan, verstopperij, voetbal, alles ge-

beurde met de pisbak als vertrekpunt. Tussen mijn 7de en 14de jaar heb ik ontelbare uren op dat hek gezeten. Op de binnenvlaats stookten we vuurtjes met takken, oude kranten en zelfs autobanden, tot de vlammen boven het stenen hok uitsloegen.

Op dat met jongetjes gevulde hek werden de strategieën vastgesteld voor de straatgevechten met de jeugdbendes van het Visershok en de Jonge Arnoldusbuurt. We zetten er onze wapenuitrusting in elkaar: knuppels met spijkers aan het uiteinde, stokken met een fietsbinnenband als zweep, geïmproviseerde boksbeugels. Met ijselijk gegil stormden de legers op elkaar af, golven van aanval en terugtrekking met de Zuidijk als territo-

riale grens. Voor menigeen eindigde zo'n veldslag bij de EHBO.

Marcel van Dam stelde vorige week dat het begrip 'geweld' aan inflatie onderhevig is. 'Ik ben opgegroeid in de straatcultuur van een volkswijk waar tussen jongeren heel wat afgevochten werd', schreef hij. 'In het huidige repressieve klimaat zouden we met zijn allen met de strafrechter in aanraking zijn gekomen wegens openlijke geweldpleging.'

Mijn beleving komt overeen met die van de columnist: in de arbeidersbuurten van de jaren vijftig en zestig was het leven voor kinderen rauwer en gewelddadiger dan in de aangeharkte omgeving waarin ik mijn eigen kinderen heb zien opgroeien. Voor ons was 'bui-

Zeven auteurs vertellen om de beurt over de dilemma's van hun generatie. Aya Zikken (1919), Helga Ruebsamen (1934), Ger Thijs (1948), Rob Vreeken (1953), Philippe Remarque (1966), Yasmine Allas (1967) en Anna Woltz (1981).

Volgende week: Yasmine Allas

ten' gevaarlijk en bedreigend, maar ook spannend en uitdagend. Nu bestaat buiten helemaal niet meer, er is slechts 'de openbare ruimte', ingericht en beregeld volgens structuurnota's en beheersplannen.

'Papa, mag ik in de openbare ruimte spelen?' 'Ja hoor meisje, maar doe je wel je fluorecerend vest aan? Heb je je mobiel bij je? Blijf je binnen het hek van het voetbalplein?' Kinderen brengen hun vrije uren niet langer in een stinkend openbaar toilet door, maar op Hypes en msn, en ik weet niet wat slechter is voor hun gezondheid, of eigenlijk weet ik het wel.

Wat doet de regering? Ik heb gemengde gevoelens bij de toespraak die André Rouvoet, minister van Jeugd en Gezin, 3 oktober hield bij de 40ste verjaardag van Jantje Beton. 'Kinderen hebben de ruimte en de vrijheid nodig om zonder toezicht buiten te zijn' sprak de minister. 'Om hun grenzen te verkennen, van elkaar te leren en op onderzocht uit te gaan.' Verstandige taal. Maar hij zei ook dat we kinderen een 'goede en veilige plek' moeten bieden.

Nee, André. Een slechte, gore, naar urine stinkende plek moeten we ze bieden. Dat, zoals uit de statistieken blijkt, het toename van de problemen met de jeugd samenviel met het verdwijnen van het openbaar manentoilet uit het straatbeeld, kan geen toeval zijn. Laat de ChristenUnie de verkiezingen ingaan met de leus: Elk dorp, elke buurt zijn eigen pisbak!