

De Wereld Als Weerbericht

Door EC Bakker

De media schijnen onder vuur te hebben gelegen na de moord op Pim Fortuyn. Ik merk er weinig van. Er is meer aandacht gekomen voor de onderwerpen criminaliteitsbestrijding en allochtonen en dan hebben we het wel gehad. Er zijn geen koppen gerold, er is geen mea culpa geweest, en veel belangrijker: er is geen journalistieke methode wezenlijk ter discussie gesteld. Zodoende kwam ik op het idee om eens een wetenschappelijke onderzoeksmethode op de gangbare journalistieke praktijk los te laten. Het betreft hier de zogenaamde fenomenologische onderzoeksmethode van Johan Wolfgang Goethe (1749-1832) wetenschapper én schrijver-dichter. De resultaten waren dermate verfrissend, dat ik besloot ze in een kort artikel te gieten.

Goethe's fenomenologie

De fenomenologie van Goethe werd mij in 1996 op een workshop op verrassend eenvoudige wijze gepresenteerd. We gingen een plant bestuderen, een krokus, op basis van een stappenplan:

1. Hoe ziet de krokus eruit? Bekijk 'm zo goed mogelijk.
2. Hoe ziet de omgeving van de krokus eruit? Staat deze in het open veld of in de schaduw, etc.
3. Hoe ontwikkelt de krokus zich in de tijd? Dit was goed mogelijk door ter plaatse net ontspruitende en reeds uitgebloeide krokussen te bekijken.
4. De drie voorgaande stappen tezamen nemend; wat voor karakteristiek 'gebaar' maakt de krokus? Omhoogstrevend, uitdijend, terughoudend? Eventueel uit te breiden met eigenschappen die bij je opkomen; koppig, eigenzinnig, frivool, etc.

Na elke stap vond eerst een uitwisseling van waarnemingen tussen de workshopdeelnemers plaats. Voorts werd verteld dat Goethe door consequente toepassing van deze stappen op de plantenwereld, uiteindelijk tot het innerlijk waarnemen van de plant der planten, de 'oerplant' was gekomen.

5. Dat kan dus ook voor de krokus; al de voortgaande stappen te zamen nemend, wat drukt zich eigenlijk uit als kernidee, als streven?

Later werd mij gewezen op een interessante volgende stap:

6. Men kan zich de vraag stellen, wat men met het gevonden idee gaat doen, dan wel hoe het voortaan tot motief voor het eigen handelen kan worden. Dat kan idëel zijn of innerlijk, maar ook uiterst plastisch door bijvoorbeeld te besluiten je buurvrouw een krokuspakket voor de tuin te geven.

Eigenlijk is de methode redelijk eenvoudig: de feitelijke waarneming op basis van de eigen zintuigen is hét uitgangspunt in de fenomenologie. Technische hulpmiddelen, statistiek en dat soort dingen zijn allemaal

leuk, maar secundair. De methode is relatief onbekend. Goethe is weliswaar wereldberoemd, maar alleen als schrijver. De weinigen die wel met zijn onderzoeksmethode werken, zijn te vinden in de antroposofische beweging. De grondlegger van de antroposofie, Rudolf Steiner (1861-1925), werkte in zijn jonge jaren in het Goethe archief te Weimar en wilde uiteindelijk op basis van Goethe's fenomenologie alle takken van wetenschap opnieuw bevruchten. Hij bouwde hiertoe het spectaculaire 'Goetheanum' op een heuvel in Dornach, Zwitserland. Toch houden ook de meeste antroposofen zich geheel niet met de fenomenologie bezig. Voor zover mensen ermee werken, dan vooral in de hoek van de natuurwetenschappen.



Goethe in zijn jonge jaren

Terug naar de journalistiek. Een vergelijking van de zes stappen met de huidige praktijk zal verduidelijken wat Goethe's methode anno 2004 voor consequenties heeft. Alvorens te beginnen is het wellicht van belang om op te merken dat ik lang een zeer intensief nieuwsvolger ben geweest. Het journaal en de actualiteitenrubrieken bekeek ik op dagelijkse basis. Ik kende alle landelijke dagbladen van haver tot gort en een aanzienlijk deel van het week- en maandbladenspectrum. Een intensieve case study voerde

ik uit ten tijde van de Kosovo oorlog in 1999 en in de crisis rond de Amerikaanse verkiezingsuitslagen in november 2000.

Bij het nu volgende baseer ik mijn beweringen over de huidige inhoud van het nieuws, op de 'gewone' geïnteresseerde nieuwsvolger die dagelijks het journaal ziet en de krant leest.



Stap 1: de feitelijke beschrijving

In de fenomenologie is een nauwkeurige beschrijving van het onderwerp de eerste onderzoeksstap. Wanneer je nu kijkt naar de huidige journalistiek, dan valt direct op dat men bij welk nieuwsitem dan ook, niet of nauwelijks toekomt aan een exacte beschrijving van de situatie. Wat doorgaans plaatsvindt, is dat er een aantal zaken van het onderwerp worden uitgelicht om een *directe beleving* op te roepen. Het nieuws ziet er hierdoor uit als een opeenstapeling van 'events'. Uitgekozen, gefragmenteerde belevingen, en al helemaal géén feitelijke beschrijvingen. Dit wreekt zich direct bij actuele gebeurtenissen, zoals dé 'real live' gebeurtenis bij uitstek: de aanslagen van 11 september 2001. De vliegtuigen bleven maar inslaan op TV, terwijl een rijtje experts zijn zegje deed. Het lijkt wel of het journalistieke onderzoekswerk op zo'n moment even stilstaat. Hoe meer live-'verslaggeving', hoe meer men in de beleving blijft steken. Een fenomenologische beschrijving is wat anders, dat veronderstelt focussen, verdiepen, weer afstand nemen en opnieuw kijken. Het is een heen en weer gaande beweging.

In zijn algemeenheid geldt: hoe actueler het nieuws, hoe minder de journalistiek naar een feitelijke beschrijving lijkt te streven. Dit is zonder meer al problematisch, maar wordt nog erger als je bedenkt dat vrijwel alle redacties het volgen van actualiteit als het allerhoogste goed beschouwen.

Hoe zou een toepassing van Goethe's stap 1 er dan uitzien? In de eerste plaats zal dit leiden tot een streven naar concretere journalistiek en het terugdringen van

abstracties. Zie bijvoorbeeld het openlijke onvermogen in de media om de voortdurende bezuinigingen van het kabinet Balkenende in kaart te brengen. Er worden voornamelijk megabedragen rondgebazuind met hier en daar bij wijze van uitzondering de concrete gevolgen voor deze of gene instelling. Dat laatste hoort geen uitzondering, maar een vanzelfsprekende standaardnorm te zijn.

Het streven om het nieuws concreet te maken, kan ook vorm krijgen in het streven naar een reëlere beleving. Een voorbeeld zijn de bombardementen bij het begin van de oorlog in Irak of de voortgaande Russische operaties in Tsjetsjenië. De normale nieuwsvolger heeft nog steeds geen idee wat voor bommen daar eigenlijk gebruikt worden en wat het effect is (zoals het veroorzaken van vuurstormen in schuilkelders en/of het scheuren van trommelvliezen door drukgolven tot 1 km in de omtrek). Let wel: we zijn slechts bij stap 1. Over oorzaken van bezuinigingen of een oorlog hebben we het hier niet.

Stap 2: context versus framing

Ging stap twee bij de krokus om de ruimtelijke context, de directe omgeving, in de journalistiek wordt hier de term 'frame' (letterlijk: raamwerk) gebruikt. In welk 'kader' vind een nieuwsgebeurtenis plaats, wordt iets gezegd of gedaan? Bijvoorbeeld: bij de aankondiging van een bezuinigingsronde (nieuwsitem) wordt dit gepresenteerd onder de noemer dat het kabinet zo nieuwe economische tegenvallers te lijf wil gaan (frame).



Het taartincident: het verzamelde journaal deed eerst een stap opzij voor de taartgooiers en vervolgens weer een stap naar voren: "Uw reactie, meneer Fortuyn?" De taarten bevatten urine, kots en bier.

Bij Pim Fortuyn toonde zich echter bij uitstek het fenomeen, dat voortdurend uitspraken of gebeurtenissen eerst van de context werden ontdaan. Er werd dan een uitspraak opgeserveerd in de trant van "Fortuyn heeft

gezegd dat", waarbij de concrete aanleiding in het vage werd gelaten. Daardoor ontstond een geheel andere context: de populist die weer eens wat geroepen had vanuit de onderbuik.

Ik kan mij voorstellen dat journalisten nog steeds niet weten wat er rond Fortuyn nu precies fout is gegaan, omdat de citaatmethode een regelmatig terugkerend onderdeel van de dagelijkse beroepspraktijk is. Daarin lijkt mij nu juist het probleem te schuilen. In de journalistiek is het een geaccepteerd verschijnsel om zélf de ruimte te creëren opdat daardoor nieuws ontstaat. We hebben hier te maken met het openlijk bedreven en inmiddels doodnormaal geworden misbruik van het bekende principe van 'hoor en wederhoor'. Nergens is dat beter te zien dan bij nieuws uit Den Haag, waar journalisten continu zelf context creëren door citaten te ontlocken bij de ene politicus, deze bij een andere te poneren, waarop dan weer een reactie volgt. Dagelijks ontstaat zo recht onder onze neus het tegenbeeld van stap twee uit de fenomenologie. Ik noem het de 'kippenhokbenadering'; zet een stel kippen bij elkaar, gooi een hapje in het hok en laat ze lekker kakelen. Geliefde aanleiding is vaak de verschijning van een of ander rapport, waarbij de parlementariër zich gedrongen voelt direct te reageren zonder het gelezen te hebben. Het is essentieel om hierbij de vraag te stellen wat nu het nieuws is: het rapport, dat niemand gelezen heeft, of de reacties daarop? Hetzelfde geldt voor het voorbeeld van de bezuinigingen. Reacties van gedupeerden of oppositie en klaar is Clara. Geen hond die weet waar bezuinigingen of rapport echt over gaan. De conclusie dringt zich op: door het manipuleren van de context sneuvelt de inhoud. Het geeft goed de spagaat weer die de moderne journalist maakt; het nieuws wordt objectief gebracht, het frame wordt gecreëerd.

Hoe te beginnen met het toepassen van stap twee? Het allereerste wat de journalistiek dan moet doen, is het laten vallen van de citaatmethode. Juist als wijze les die geleerd kan worden van de moord op Pim Fortuyn. Meer in het algemeen gaat het om het zichtbaar maken van de eigenlijke context, het liefst op een zo direct mogelijke manier. Een fraai voorbeeld van dit laatste overkwam mij toen ik stomtoevallig in 2001 op TV een overzichtsfoto van Srebrenica zag en mij in één klap de hopeloosheid van de verdediging duidelijk werd. Eigenlijk is het allemaal werkelijk niet zo moeilijk. Het doorbreken van ogenschijnlijk vanzelfsprekende beroepsgewoonten is echter een kolossale klus.

Stap 3: De ontwikkeling in de tijd

Fenomenologie wordt extra uitdagend bij stap drie, omdat het bij tijdsontwikkeling om zaken gaat die zich aan de directe waarneming onttrekken. Het is moeilijker om hierbij een directe beleving op te roepen. Alleen al

daarom is het niet verbazingwekkend dat in de journalistiek met het weergeven van tijdsontwikkeling laks wordt omgegaan. Er is echter nog een andere reden. Kernprobleem van de journalistiek bij Goethe's stap drie is dat ze een compleet andere tijdstroom hanteert; die van de 'actualiteit'. Dus eigenlijk geen tijdstroom, maar een *gebeurtenissenstroom*.

Wanneer bijvoorbeeld iemand als de Israëlische premier Sharon roept dat hij vrede wil, dan zou een consequente hantering van stap drie nopen tot een acute bijstelling van de berichtgeving. Immers, de man zou kunnen liegen óf een enorme innerlijke ommezwaai hebben gemaakt. Beide een nieuwsfeit op zich. Interessant genoeg blijft dit uit en wordt hij gewoon geciteerd. Daarmee wordt de onbevangen nieuwsvolger werkelijk compleet op het verkeerde been gezet. Hoe kan dit? Eigenlijk pint de moderne journalistiek op zo'n moment de tijdsontwikkeling vast, door deze op één punt te fixeren en zichzelf blind te verklaren naar het verleden en de toekomst toe. Zo kan je nooit in het heden staan, maar sta je wel inde actualiteit.

Het hanteren van stap drie levert zoveel relevante informatie op, ten aanzien van alles wat je vanuit krant en journaal tegemoet komt, dat je bijna aan een samenzwering zou denken, waarom deze stap vrijwel niet toegepast wordt. Het is echter geen samenzwering, maar waarschijnlijk vooral het gevolg van het misplaatst hanteren van de journalistieke beroepscode om iemand zonder commentaar aan het woord te laten. Men is dan 'neutraal' en 'bericht' ergens over.



Sharon's bezoek aan de Tempelberg (28 september 2000) veroorzaakte het begin van de tweede intifada en bezorgde hem de verkiezingsoverwinning in januari 2001.

Een apart punt is de actualiteitsstroom zélf. Veel uitermate belangrijke zaken zijn wel degelijk in de krant te vinden en echt niet altijd linksonder op pagina 6. Immers; dat Sharon een pathologische kant heeft, heeft veelal in dezelfde

kranten bestaan die later 'neutraal' berichten wanneer de man vrede wil. (Vaak al jaren voordat hij premier van Israël werd.) Het is ondoenlijk om als dagelijkse nieuwslezer zoiets nog in de berichtenstroom terug te vinden. Daarom is het ook zo moeilijk om te beweren dat iets niet in de krant heeft bestaan. Ga er maar vanuit dat in meer dan de helft van de gevallen de redactie zal melden dat men welzeker hierover heeft 'bericht', maar dat je het kennelijk over het hoofd hebt gezien. Ja, ammehoela. De moeilijkheid hierbij is dat de actualiteitsstroom alles bij elkaar veegt en verder stroomt. Zo ziet een krant of journaal er ook daadwerkelijk uit: een momentopname uit een gebeurtenissenrivier. Enkel bij wijze van uitzondering wordt een bepaald onderwerp in een artikel vanuit een tijdsaspect behandeld. De gemiddelde journalist zou dit momenteel zelfs helemaal niet kunnen, omdat hij daar niet in getraind is.

Toch is het beginnen met het toepassen van stap drie behoorlijk simpel. Bezuinigingen vinden bijvoorbeeld niet voor het eerst plaats. Dat betekent dat je er niet alleen naar zou moeten streven om concreet te maken wát een bezuiniging nu betekent zoals bij stap 1, maar ook de vraag moet stellen of een eerdere bezuiniging reeds invloed heeft gehad op hetzelfde terrein. Dat gebeurt nu gewoon niet.

Een andere eenvoudige wijziging is ervoor te zorgen dat een gebeurtenis of persoon door de lezer zelf in de tijd geplaatst kan worden. Onder meer door standaard een relevante verwijzing toe te voegen naar het een of andere dossier wat eenvoudig via de website van het medium toegankelijk is. Bijvoorbeeld: Wanneer de heer Meijer weer eens gevraagd wordt voor een commissie of werkgroep, zeg er dan bij voor de hoeveelste keer dit is (hij schijnt Nederlands kampioen commissiedeelname te zijn), met een verwijzing naar het dossier Meijer waarin de commissie-CV van de man valt te bewonderen. Zo'n dossier bevat natuurlijk ook karakteristieke uitspraken (met context). Niet zelden zal dan blijken dat je van tevoren weet wat je van zo'n commissie kunt verwachten.

We zijn nog maar op de helft. De hogere stappen van de fenomenologie worden door de tijdsstap pas echt toegankelijk omdat men hier 'door' de directe waarnemingen moet leren kijken. Door een blik op de tijdsontwikkeling tot nu toe, resultaat van stap drie, kun je houvast krijgen voor de toekomst; de eigenlijke blikrichting die ontstaat bij stap vier.

Stap 4: wilsgebaar, blik op de toekomst

In de klassieke fenomenologie gaat het bij stap 4 om het vinden van het karakteristieke 'gebaar' van een krokus. Voor de journalist is het de kunst duidelijk te krijgen wat nu eigenlijk gewild wordt. Dit is des te moeilijker omdat het daarbij gaat om zaken die pas later in de

gebeurtenissenstroom, de actualiteit, zullen opduiken. Stap vier richt zich op de onderstroom: het nog niet zichtbare.

We raken als samenleving in grote problemen omdat het in de journalistiek volslagen onbelangrijk gevonden wordt wat er nu precies gewild wordt. Dat ontnemt ons het zicht op de nabije toekomst. Een prachtvoorbeeld betreft de oprichting van de Europese Unie en de betekenis daarvan voor Nederland. Het oprichtingsverdrag van de EU is nota bene in eigen land gesloten (Maastricht 1992), maar dat daarmee zwart op wit stond dat de beleidsruimte in eigen land zo'n beetje opgeheven zou worden in de komende jaren, dát kon de argeloze nieuwsvolger echt niet uit de berichtgeving rond 'Maastricht' opmaken.

Absoluut noodzakelijke voorwaarde om zicht te krijgen op de nabije toekomst, is het vermogen om waar te nemen wat er werkelijk gedaan wordt. Wat zijn de feitelijke handelingen? Wie doet wat en wanneer? De reeds omschreven journalistieke manco's bij de voorgaande stappen doen zich hier dan helaas al snel voelen. Dergelijke vragen worden gewoon te weinig beantwoord. Herdefiniëren van journalistieke stelregels is juist op dit gebied dringend nodig. Om ook maar in de buurt te komen van Goethe's stap vier, moet als eerste de volgende stelregel ingevoerd worden: *wat een politicus zegt is nooit belangrijk, maar wat hij doet*. Nog steeds wordt een kolossaal deel van het nieuws besteed aan uitspraken van politici. Of en wanneer een handeling aan een uitspraak verbonden is, is natuurlijk veel belangrijker. Neem als voorbeeld eens een meesterpoliticus als Wim Kok, die zelfs op het moment dat de bommen van Nederlandse F-16's op Belgrado vallen (24 maart 1999), nóg zegt dat we niet in oorlog zijn met Servië. Er was immers geen formele oorlogsverklaring, dus hij noemde dat anders. Tja; de journalistiek kan met de huidige methodiek een man als Kok nooit de maat nemen, laat staan doorzien en op hem anticiperen. Zo'n Tefal-politicus komt dan werkelijk overal mee weg. Door accepteren van dergelijke woordkronkels door de pers tot het einde toe, ontstaat de situatie dat de argeloze nieuwsvolger ziet dat Nederland voor het eerst sinds vijftig jaar betrokken is bij een oorlog, maar geen krant die dat feit expliciet zo noemt. Om nog maar te zwijgen over de voorbereidingen die hiertoe al jaren tevoren zijn getroffen. Ook het Nederlandse aandeel in de oorlogen tegen Afghanistan en Irak is niet uit de lucht komen vallen. Maar de brave nieuwsvolger moet op het moment van de Amerikaans-Britse invasie van Irak premier Balkenende aanhoren: "We steunen niet actief", om binnen enkele maanden na deze uitspraak het Nederlandse contingent naar Zuid Irak te zien vertrekken.



Nederlandse F-16 boven Afghanistan

Het gaat niet alleen om de manco's van de voorgaande stappen. De grote misstap bij stap vier is dat consequent intentie en handeling door elkaar gehaald worden. Merkwaardig gevolg is dat feitelijke handelingen niet worden gesignaleerd en intenties niet aan de praktijk worden getoetst. In Nederland (en daarbuiten?) hebben we hiervoor het prachtige spreekwoord: *'de weg naar de hel is geplaveid met goede voornemens'*. Een regelrechte aanrader om op te nemen als nieuwe journalistieke stelregel. Waarschijnlijk is het vergeten van deze waarheid uit grootmoeders kastje er debet aan dat in onze samenleving het alomtegenwoordige woordvoederschap is ontstaan, waarbij zo'n beetje ieder mediagevoelig onderwerp afgedekt wordt met allerhande *verklaringen*. Is er iets aan de hand? De woordvoerder legt het wel even uit. Serieus recent onderzoek schijnt zelfs te hebben uitgewezen dat inmiddels maar liefst 40% van alle nieuws in de media aangeleverd is door woordvoerders, communicatieafdelingen en dergelijke. Zelf denk ik dat je ook de geaccepteerde experts, zoals parlementariërs, ministers, bestuursbobo's, hoogleraren, etcetera, hierbij moet rekenen. Vermoedelijk kom je dan op 80%. Let op dat de direct betrokkenen zo in de zijpaden van het nieuws terecht komen. Het leidt uiteindelijk tot beschamende en schrijnende toestanden zoals bij uitstek zichtbaar in de kwestie Srebrenica, waar getraumatiseerde Nederlandse militairen tot hun sterfbed gehouden zijn aan de zwijgplicht en alleen woordvoerders en experts de geautoriseerde versie mogen verkondigen.

Zoals gezegd, zijn we met stap vier bij de hogere stappen van de fenomenologie aangeland. De gevolgen van het misleunen zijn hier daarom ook des te ernstiger. Door het aperte onvermogen van de journalistiek om serieus werk te maken van stap vier ontstaan continu en openlijk de leugens in het nieuws. En iedereen vind het normaal. De journalist is door het klakkeloos fungeren als doorgeefluik allang verworpen tot een soort veredelde collaborateur, maar heeft het zelf niet in de gaten. En maar uren

wachten in de regen met twintig collega's bij de uitgang van het Torentje. De eerste zet richting stap vier zou bij het begin van iedere werkdag het in de spiegel kijken moeten zijn voor de zelfcheck "neem ik mijn werk nog wel serieus". En dan maar eens beginnen aan het rücksichtsloos terugdringen van de invloed van woordvoerders in de media. Stelregel: direct betrokkenen zijn in beginsel journalistiek gezien interessanter dan de een of andere woordvoerder of expert. Dan heb je een basis waarmee al die 'verklaringen' op hun werkelijkswaarde getoetst kunnen worden. Dan ontstaat er nog eens maatschappelijk debat.



Belgrado, 1999

Stap 5: de ideeënwereld

Ging het bij stap vier om de onderstroom, bij stap vijf gaat het om de diepte. Wanneer je weet wát er gewild wordt, kun je kijken waaróm dat zo is. In de krant worden hiertoe pogingen ondernomen in achtergrondartikelen, veelal te vinden in de zaterdagbijlage, op TV middels de documentaires en in mindere mate via de actualiteitenrubrieken.

Wat is de ideeënwereld van toonaangevende figuren? Bijvoorbeeld George W. Bush? Reeds vanaf voorjaar 2002 lag het plan voor een aanval op Irak open ter tafel. Zelden is een oorlogsplan zo openlijk aangekondigd. De fixatie van de regering Bush op Irak is echter pas achteraf in de media ter discussie komen te staan. De gehele toonaangevende internationale pers had maar liefst een jaar de tijd om vooraf de discussie aan te zwengelen. Een toepassing van stap vijf had iedere journalist direct op het spoor gezet van pa Bush & friends als inspiratiebron voor het Irak-beleid van Bush junior.

Een unieke mogelijkheid deed zich voor toen in het nieuws kwam dat presidentskandidaten Bush en Kerry nota bene uit dezelfde selecte Yale club komen: Skull&Bones; geen studentensociëteit, maar een regelrechte loge met een indrukwekkende ledenlijst en de plicht tot geheimhouding. Wat zijn dat voor lui? Hebben Bush en Kerry dan op deze basis ideeën gemeen? Kerry stemde bijvoorbeeld ook met de aanval op Irak in. Het zijn in elk geval uitermate belangrijke vragen. Zowaar schopte Skull&Bones het eind 2003 tot Nova-item, overigens

zonder dat dergelijke vragen gesteld werden. Toegegeven; toen was Kerry nog niet de enige democratische kandidaat. Uiteindelijk wel, maar toen is de journalistiek geheel teruggevallen in de klassieke verkiezingsstrijdverslaggeving. Het is kennelijk vertrouwd om te berichten over strijdende partijen, dan reeds van tevoren te weten dat de uitkomst wel eens niet zoveel kan uitmaken.



Nog moeilijker heeft de journalistiek het ten aanzien van de ideeënwereld van organisaties, en in het bijzonder van internationale organisaties als EU, IMF en VN. Dit heeft zich sinds 1989 wel zeer duidelijk getoond. Onze huidige media zijn niet in staat gebleken om de ontwikkelingen van internationale organisaties te volgen, laat staan deze te doorgronden. Enig onderzoek wijst bijvoorbeeld uit dat reeds sedert de oprichting onder de voorstanders van de EU en de VN de visie heerst dat het zelfbeschikkingsrecht van landen de grootste bedreiging vormt voor de wereldvrede. Het is de overheersende conclusie die in deze kringen is getrokken omtrent de 'eigenlijke' oorzaak van de twee wereldoorlogen. Weet je dit eenmaal, dan weet je ook dat EU en VN een sterke neiging hebben zichzelf steeds belangrijker te maken ten kosten van de autonomie van afzonderlijke landen. Dit is een typisch voorbeeld van een onderliggend idee dat enorme gevolgen heeft voor de dagelijkse praktijk. Na 1989 is deze tendens 'opeens' in een stroomversnelling geraakt en anno 2004 vrijwel een fait accompli. Nederland heeft, zoals alle lidstaten van de EU (laat niemand zich daarin vergissen), al haast niets meer over zichzelf te vertellen. Op de voorpagina's van de vaderlandse pers heeft dit nooit zo gestaan. In plaats daarvan lezen we met enige regelmaat: 'Europese Top geslaagd'.



Al met al dringt de conclusie zich toch op dat uitgerekend bij stap vijf, waar Goethe tot aanschouwing van het oeridee van alle planten schijnt te zijn gekomen, de journalistiek een geaccepteerde vorm van beroepsblindheid lijkt te vertonen. Dat is toch wel erg kras, hoe moet je dat nou verklaren? Na enig denkwerk kwam ik onontkoombaar tot de vaststelling: *ideeën zijn geen nieuws*.

Daarmee lijkt mij de aanzet gegeven tot een probleem wat zich geheel en al niet beperkt tot de journalistiek. Hier doet zich in een belangrijk onderdeel van onze maatschappij bij uitstek het gevolg voelen van een algemeen cultuurfenomeen: het materialisme als allesdominerende levensopvatting. In de algemene beeldvorming is het materialisme gereduceerd tot een geloof dat er geen geest bestaat, enkel materie. Duidelijker en inzichtelijker is het om te zeggen dat voor het materialisme alles omgevingsgerelateerd is; een mens wordt van binnenuit bepaald door zijn genen c.q. zijn erfelijkheid en van buitenaf door allerhande invloeden. Niet de ideeën vormen de werkelijkheid, maar omgekeerd; de werkelijkheid vormt de ideeën. In primaire zin wel te verstaan. Aan ideeën wordt immers nog wel enige waarde gehecht, zij het vooral gereduceerd tot 'persoonlijke mening'. Iedere mening telt dan opeens even zwaar. In de krant hebben we daartoe de opiniepagina, op TV en radio de praatprogramma's, waar een vrijwel dagelijkse meningenbrij gestaag voorbij mag trekken. Ideeën lijken daardoor vooral vrijblijvend.

Voor de media heeft het materialisme nog een ander effect als de hiervoor beschreven blindheid: met het gebrek aan interesse voor ideeën verzwakt ook de aandacht voor idealen. Concreet gevolg is dat in plaats van te berichten over het al dan niet realiseren van idealen, de nieuwsfocus zich richt op *problemen*. Voor goed nieuws is opvallend weinig aandacht. Ziehier de bron van de grote hoeveelheid negativiteit in de media.

Hoe te werken aan stap vijf? Op zoek gaan naar de inspiratiebron. In de journalistiek is dit bizar genoeg verworpen tot het vermelden van de 'informatiebron'. Het is heel eenvoudig dit te veranderen door de tactiek van het tweesnijdend zwaard toe te passen: 1. bericht over ideeën 2. pas de structuur van de berichtgeving zodanig aan, dat

het onderliggende idee blootgelegd wordt. Bij bezuinigingen of investeringen van overheidswege zal dan bijvoorbeeld niet alleen blijken dát er de meest eigenaardige aannames worden gehanteerd, maar wordt ook duidelijk wáár ze vandaan komen. Alleen dan komt men er achter dat er nauwelijks nog in openbaar vervoer geïnvesteerd zal worden omdat reeds in de handelsronden van de WTO besloten is dit te privatiseren.

In alle opzichten zal het nieuws zo begrijpelijker worden. Ook bij een item dat met veel geheimzinnigheid is omgeven zoals een invasie in Irak, zal de lezer makkelijker inzicht krijgen in de militair-technische achtergronden. Dat wordt echt wat anders dan voor de zoveelste keer Instituut Clingendael met een markeerstift op laten draven bij NOVA.

Stap 6: wat doe ik ermee?

Bij stap zes gaat het vooral om de vraag wat de lezer met de hem geboden informatie gaat doen. De journalistiek zelf draagt hier weinig aan bij. Zie hoe opvallend weinig handvatten aan de nieuwsconsument worden aangereikt voor actie. Er is een nieuwscultuur ontstaan, waarbij de nieuwslezer/kijker als consument beschouwd wordt die nieuws tot zich neemt als een reeds actieve vorm van compassie. Wordt het de nieuwsconsument echt teveel, dan is er nog de vermelding van het gironummer. Eigenlijk cultiveren we zo op grote schaal de machteloosheid in de samenleving. In de voorgaande paragraaf stelde ik vast dat problemen centraal onderwerp zijn in het nieuws. Daarom viel het mij uiteindelijk op dat het niet alleen zo is dat de nieuwsvolger weinig handvatten worden aangereikt: het *oplossen* van problemen blijkt sowieso als item een beduidend minder hoge nieuwswaarde te hebben. Geen wonder ook, want daarvoor moet je ideeën belangrijk vinden. Het moge logisch zijn dat met de weinige aandacht voor het oplossen, dan ook het *ontstaan* van problemen niet snel in het brandpunt van de journalistieke belangstelling zal staan. De oorlog (dan wel genocide) in Soedan-Darfur was bijvoorbeeld al twee jaar gaande, voordat het de voorpagina's haalde.



Waarom lezen we eigenlijk in vredesnaam met z'n allen dagelijks de krant en/of nestelen we ons met een bakje koffie voor het NOS-achtuur journaal; het best bekeken programma van het land? Kennelijk gaat er een zuigende, aandacht trekkende en verslavende werking uit van het *volgen* van het nieuws en niet van het nieuws als zodanig. Anders lijkt het mij niet te verklaren. Problemen duiken op en verdwijnen weer. Ze geven zo aanleiding tot het mateloos opportunisme in de media; de actualiteit als spannend weerbericht, waar men zich niet aan voorspellingen van meer dan vijf dagen waagt. Opeens dreigt dan het ene moment een oorlog, opeens is er dan weer een nieuwe president. Het blijft boeiend en houdt de aandacht vast. Zo is het leven, zo is de wereld, veranderlijk als het weer. In de uitwerking schuilt vooral de afstomping: "Het is toch wat", "Ze doen maar", "Het is ook altijd hetzelfde". Mensen worden cynisch van het nieuws, om te beginnen de journalisten zelf.



Geen wonder dat het weerbericht zo'n grote rol speelt in het journaal?

Een verwant probleem bij stap zes is de schijnbare ingewikkeldheid van problemen in het nieuws. Dit voedt natuurlijk ook de machteloosheid van de nieuwsvolger; problemen lijken zo onoplosbaar. Het grootste deel van deze ingewikkeldheid wordt echter opgeroepen door de in de voorgaande (mis)stappen opgeroepen ondoorzichtigheid. De oplossing voor dit aspect van de machteloosheid ligt dan in de vorige paragrafen.

Afkicken van een cynische beroepshouding is wellicht moeilijk, maar in de richting van stap zes gaan werken op zichzelf geheel niet. Ontwikkel journalistieke interesse voor het oplossen van de problemen die voorgeschoteld worden. Oplossingsgerichte mensen zullen dan vaker aan het woord komen, en status quo types, zoals menige bestuurder, zullen meer gedwongen worden zich van hun praktische kant te laten zien. In het kielzog daarvan zal een andere nieuwscultuur ontstaan die meer inspiratie biedt voor de nieuwsvolger om wat met die informatie in het dagelijks leven te doen. Het hypnotiserende, in slaap



wiegende karakter van de voortkabbelende nieuwsstroom zal daarmee ook definitief ten einde komen. Er worden vaker knopen doorgemaakt, conclusies getrokken, en ook weer bijgesteld. Zo ontstaat vernieuwing, en tegelijkertijd echte continuïteit in het nieuws.

Conclusies: alle zes stappen tezamen

Hoe het in godsnaam mogelijk is dat de journalistiek zich ontwikkeld heeft tot wat het nu is, zou een mooi onderzoek waard zijn. In elk geval lijkt mij dat op basis van de fenomenologie van Goethe een geweldige vernieuwing in gang gezet kan worden. In het bovenstaande heb ik per stap een oplossingsrichting aangegeven. Het lijkt me dat al die stappen te zamen echter een dynamiek zullen opleveren die tot geheel andere vormen van journalistiek zal leiden dan ikzelf op dit moment kan bevroeden. Eén ding is zeker: het blad of TV-programma dat deze methode tot uitgangspunt maakt, zal de ene primeur na de andere hebben en een standaard voor de 21^{ste} eeuw ontwikkelen. Ik zou zeggen: let's cross the Rubicon.