

Actiejournalistiek peper en zout

EEN PLEIDOOI VAN DAGBLAD DE PERS OM IN AFGHANISTAN TE BLIJVEN, BNN'S DONORSHOW, DE RECENTE AD-ACTIE OM YURI VAN GELDER NAAR DE SPELEN TE HELPEN EN EEN WEEK LANG 'LAAT NL RIJDEN' IN DE TELEGRAAF. DE ACTIEJOURNALISTIEK WERKT AAN EEN COMEBACK DIE ALS VERFRISSEND WORDT ERVAREN. 'HET IS DE PEPER EN ZOUT IN HET VAK DIE WE JAREN HEBBEN GEMIST.'

Frans Oremus

◆ De recente actie 'Laat NL rijden!' van De Telegraaf lijkt in het licht van haar historie niet heel bijzonder. Volgens Mariëtte Wolf, bezig met een proefschrift (UvA) over De Telegraaf, heeft het dagblad zich vanaf haar oprichting als *crusading newspaper* opgevoerd en is dit alleen de laatste 25 jaar wat minder geworden. In 1893 voerde de wakkere krant haar eerste – overigens mislukte – actie: vóór herstel van een Nederlands gezantschap in het Vaticaan. Destijds was het achterliggende doel katholieke lezers te winnen, anno 2007 richt de krant zich op de filemens. Kwantiteit en agressiviteit van de berichtgeving laten zien dat De Telegraaf weer vol inzet op actiejournalistiek.

Ook hoofdredacteur Ben Rogmans van De Pers koos doelgericht voor de vrij uitzonderlijke presentatie – voorpaginabreed – van de mening van de redactie in de krant van 28 augustus: 'Nederland moet in Afghanistan blijven tot het land weer stabiel is.' Rogmans: 'Eerder voerden we de actie "Bord op schoot" voor behoud van de voetbalrechten voor de publieke omroep. We doen dit twee tot drie keer per jaar – dat hebben we bij de lancering van De Pers al aangekondigd.' De Pers heeft er volgens Rogmans bewust voor gekozen niet een regelmatig terugkerend hoofdredactioneel commentaar te plaatsen, omdat dit 'vaak zoute-loze stukjes worden in de sfeer van enerzijds-anderzijds'.

◆ **'Een aantal**

**nieuwe kranten gebruikt
actiejournalistiek om positie
te verwerven'**



Hoofdredacteur Bob Witman van de – eveneens gratis – krant Dag zegt het Afghanistan-pleidooi van concurrent De Pers 'goed en stoer' te vinden. 'Je ziet dat nieuwe media de grenzen van de journalistiek opzoeken. Een aantal nieuwe kranten gebruikt het middel van actiejournalistiek om onderwerpen te claimen en zo positie te verwerven. Ook wij hebben nagedacht over onderwerpen waarmee we de agenda kunnen bepalen, en kwamen uit op maatschappelijk geëngageerde thema's als milieu en klimaat. Maar het

moet wel naturel komen, niet geforceerd. In Dag doen we dit vooralsnog subtiel: soms door stelling te nemen in een zinnetje, of door een stuk te brengen waarin vooraf – duidelijk herkenbaar – een stelling wordt ingenomen.'

nrc.next, dat met opvallende voorpagina's vaak positie lijkt te kiezen, houdt het bewust bij een duidelijke scheiding tussen verslaggeving en opinie. Hoofdredacteur Hans Nijenhuis: 'Wij richten ons op een ander publiek; lezers die objectieve berichtgeving willen. We profileren ons wel door eigen onderwerpen te kiezen en als het even kan tegels te lichten. next wil een gids zijn: hier lees je hoe het echt zit.'

Pershistoricus Joan Hemels (UvA en Universiteit van Antwerpen) is verheugd te zien dat nieuwsmedia weer stevig stelling durven nemen: 'Ik zie het als een positieve retrobeweging, waarbij een oude manier van werken nieuw leven wordt ingeblazen. Ten tijde van de ontzuiling in de jaren '80 en '90 leek de journalistiek in haar streven naar objectiviteit zich in een leegte te begeven – naar binnen gekeerd. Nu is er weer kleur. En of het nu gaat om 26.000 Gezichten (Vara-reeks over uitgeprocedeerde asielzoekers – red.) of fileleed; als duidelijk wordt gemaakt van wie de boodschap komt is dit kleur bekennen het peper en zout in het vak, die we lang hebben moeten missen.' Journalisten moeten zich volgens Hemels wel blijven afvragen door wie de actie is ingestoken om onafhankelijk te blijven van het leger aan lobbyisten en PR-medewerkers.

Hoe De Telegraaf tot de keuze kwam om juist files als onderwerp van journalistieke actie te nemen, in een bondgenootschap met wegenbouwers, ANWB, NS en zelfs verkeerminister Eurlings, blijft het geheim van de krant. De hoofdredactie zegt 'geen behoefte' te hebben zich hierover nader te verklaren. Hoofdredacteur Rogmans van De Pers is duidelijker over hoe de keuze voor het pleidooi om in Afghanistan te blijven tot stand kwam: 'We zijn met de voltallige redactie om tafel gaan zitten. Er is niet gestemd; niet iedere individuele redacteur hoeft zich erin te kunnen vinden, maar er was wel sprake van brede consensus.'

Hij zegt vooraf te hebben geweten dat De Pers zich niet per se



populair zou maken met zijn mening over het aanblijven in Afghanistan. 'Wij wisten – via de enquête van Standpunt.nl – dat bijna tweederde van de Nederlandse bevolking vindt dat het Nederlandse leger weg moet uit Afghanistan. We hebben ons geprofileerd omdat we ons willen profileren, en er met name onder jongeren behoefte bestaat aan discussie en geprononceerde stellingname.'

Het is opmerkelijk dat het ventileren van de eigen mening in de redactionele kolommen – zonder dit duidelijk als commentaar af te bakenen – niet op massale kritiek stuit, maar eerder wordt omarmd. Nog maar enkele jaren geleden, rond de moord op Pim Fortuyn, was iedere zweem van partijdigheid van media volstrekt uit den boze en werd op hoge toon objectiviteit geëist. De journalistiek, zo luidde het verwijt van – overigens niet alleen – de Fortuyn-aanhang, waren vooringenomen links en lieten dat in hun producties blijken. De ontdekking dat NRC Handelsblad-journalist Mark Kranenburg lid bleek van een werkgroep van de Wiardi Beckmanstichting van de PvdA leidde tot grote verontwaardiging – hij zegde zijn lidmaatschap zelfs op.

Slechts enkele jaren later lijkt niemand aanstoot te nemen aan de breed uitgevente stellingname door tal van journalistieke media tegenover maatschappelijk relevante onderwerpen als files, milieu, oorlog en gezondheidszorg. Een mogelijke verklaring is dat de recente voorbeelden duidelijk herkenbaar zijn. Aanstootgevend wordt het blijkbaar wanneer er – al dan niet vermeend – sprake is van wat mediahistoricus Huub Wijffjes als 'gezindheidjournalistiek' ('Journalistiek in Nederland, 1850-2000') omschrijft – waarbij journalisten van verschillende media afspreken opiniërend te berichten ten faveure van een bepaalde actie.

Volgens Hemels is de hernieuwde impuls aan actiejournalistiek een gevolg van de catharsis na de hevige kritiek op onder andere de berichtgeving rond Fortuyn. 'De journalistiek laat hiermee een revitalisering zien en spreidt haar zelfreinigend vermogen ten toon.' Nijenhuis vindt het een belangrijk verschil met het Fortuyn-tijdperk dat de actie nu wordt ingezet 'op issues in plaats van personen'.

Een duidelijk profilering maakt het medialandschap in ieder geval kleuriger en opener voor debat. De eigenzinnige journalist en columnist Hendrik Jan Schoo (die op 5 september overleed, zie het in memoriam op pagina 23-24) klaagde in 2000 in een interview met Hugo Camps in Elsevier al over het gebrek aan kleur in de journalistiek. Hij vond dat de dominante Nederlandse media zich beperkten tot de keuze tussen progressief en progressief en dat er in de periode van verzuiling een veelvormiger perslandschap bestond dan destijds. 'Als iedereen ontzuild is, wordt het erg schraal. Waar zijn de rivaliteiten? Zonder tegenbeelden wordt het serieuze maatschappelijke debat erg moeilijk.'

Foto:
Truus van Gog

Actie in de regio

Het Brabants Dagblad voert in zijn rubriek Boven de Wet al sinds 2002 actie tegen de illegale bouw van 'poenerige huizen' in het buitengebied. Bedenker en auteur Ron Lodewijks zocht met zijn expertise op het gebied van ruimtelijke ordening een groot aantal kwesties tot op de bodem uit. 'Ik vond het raar dat mensen met geld blijkbaar allerlei regels mogen ontlopen en vergunningen kunnen kopen, terwijl een gewoner burger nog niet eens een dakkapel mag plaatsen.' De rubriek werd een groot succes: er kwamen vele tips binnen, toenmalig VROM-minister Pronk bemoeide er zich mee en er werd zelfs een enkel huis afgebroken. Ook was er landelijke media-aandacht en leidde de kwestie tot Kamervragen. 'Je moet als regionaal dagblad geen al te grote broek aantrekken, maar we merkten toch dat gemeenten op hun tellen gingen passen. Niettemin gaan illegale bouwpraktijken nog steeds door.' Actiejournalistiek is volgens Lodewijks bij uitstek een taak voor een regionaal dagblad en blijkt een goed middel voor lezersbinding: 'De tips stromen nog steeds binnen.' Moeten regionale media meer actie ondernemen? Lodewijks: 'Ja, want neutrale journalistiek bestaat niet. Je kunt heel goed vanuit een bepaald thema opereren mits je dit vanuit een objectieve en journalistieke invalshoek doet.'