

Positief nieuws, een taak voor de krant?

Door:

Amanda Bulthuis

Project:

Vakonderzoek

Fontys Hogeschool voor Journalistiek

Datum:

25 februari 2008

Begeleiding:

Theo Dersjant

Inhoudsopgave

Inleiding	blz. 4
Hoofdstuk 1 De Probleemstelling	blz. 5
Deelvragen	blz. 5
Begrippen	blz. 5
Aanpak	blz. 6
Hoofdstuk 2 Positief nieuws en het beeld van de lezer	blz. 8
Afhankelijk van voorkennis	blz. 8
Agendasetting en priming	blz. 9
Framing	blz. 9
Positief voor realisme	blz. 10
Hoofdstuk 3 Hoe nieuwswaardig is goed nieuws?	blz. 11
Ingrijpende gevolgen	blz. 11
Belang voor de lezer	blz. 12
Nieuws moet afwijken...	blz. 13
...Maar niet teveel	blz. 13
Wantrouwen tegenover positiviteit	blz. 14
Beschikbaarheid	blz. 14
Compositie	blz. 15
Even nieuwswaardig, maar soms minder acuut	blz. 16
Hoofdstuk 4 De maatschappelijke taken van de krant	blz. 17
Wat de krant moet doen	blz. 18
Inspireren en gevoel van betrokkenheid geven	blz. 19
Hoofdstuk 5 Positieve berichtgeving en de maatschappelijke taken van de krant	blz. 22
1. Informeren	blz. 22
2. Duiden en analyseren	blz. 22
3. Een opinieplatform bieden	blz. 22
4. Controleren van de macht	blz. 23
5. Onderwerpen agenderen	blz. 24
6. Cultuuroverdracht	blz. 24
7. Amuseren	blz. 24
8. Service-informatie bieden	blz. 24
9. Betrekken bij de maatschappij	blz. 25
Hoofdstuk 6 Conclusie	blz. 26
Hoofdstuk 7 Aanbevelingen	blz. 27
Aanbevelingen voor krantenredacties	blz. 27
Aanbevelingen voor verder onderzoek	blz. 28

Bronnenlijst

blz. 29

Bijlagen

blz. 31

Bijlage 1 Uitwerking Veldonderzoekje	blz. 32
Bijlage 2 Interview met Willem Schoonen	blz. 38
Bijlage 3 Interview met Suzanne Weusten	blz. 43
Bijlage 4 Interview met Ben Rogmans	blz. 47
Bijlage 5 Telefonisch gesprek met Dirk Koppes	blz. 52
Bijlage 6 Procesverslag	blz. 54
Bijlage 7 Artikel over onderzoek van Trendlight Nederland	blz. 63

Inleiding

In een redactievergadering tijdens mijn stageperiode bij de binnenlandredactie van Trouw werden de pagina's geëvalueerd aan de hand van de verhouding tussen goed en slecht nieuws. Aanleiding daarvoor was een oproep van de stichting Zinfo.nl aan media om op 9 november 2007 een 'goednieuwsdag'¹ te houden.

Zinfo.nl wil dat media meer aandacht besteden aan positieve ontwikkelingen, omdat teveel problemen en conflicten lezers afstompen². Mensen sluiten zich af voor misstanden in plaats van erover na te denken. Door meer positieve berichten zouden mensen zich meer betrokken voelen bij de wereld. Berichten over oplossingen en positieve ontwikkelingen geven mensen hoop en kan ze inspireren, denkt de stichting.

Als kranten lezers willen inspireren, is daar naar mijn mening niks mis mee. Maar ik vraag me af of het bij de maatschappelijke taak van kranten past zich bezig te houden met het of berichten die ze brengen positief of negatief zijn. Je moet een evenwichtig beeld schetsen van de samenleving, maar het voert wat ver om bij ieder negatief feit iets positiefs zoeken. Dat wordt erg geforceerd. En je loopt het risico dat je iets ernstigs teveel nuanceert waardoor het veel minder vreselijk lijkt dan het is. Daarom wil ik mijn reflectiewerkstuk wijden aan de vraag hoe het brengen van positief nieuws door kranten bijdraagt aan het vervullen van hun maatschappelijke taak.

De hoofdvraag van mijn reflectieonderzoek luidt daarom:

Hoe draagt het brengen van positieve artikelen door kranten bij aan het vervullen van de maatschappelijke taken die zij volgens mij hebben?

In het volgende hoofdstuk zal ik deze probleemstelling uitwerken en toelichten. Vervolgens zal ik me richten op de invloed van positieve berichten op de beeldvorming van de lezer (hoofdstuk 2), en de nieuwswaardigheid van positieve gebeurtenissen (hoofdstuk 3). Daarna zal ik vaststellen welke maatschappelijke taken de krant volgens mij heeft (hoofdstuk 4) en hoe positieve berichtgeving bijdraagt aan het vervullen daarvan (hoofdstuk 5). Tot slot zal ik een conclusie trekken en enkele aanbevelingen doen.

¹Website van de stichting Zinfo.nl over de Goednieuwsdag, www.goednieuwsdag.nl

²Informatie over de stichting Zinfo.nl op haar eigen website, www.zinfo.nl/zinfo/overzinfo.html

Hoofdstuk 1

De probleemstelling

In dit reflectieonderzoek ga ik me dus richten op de vraag hoe het brengen van positieve berichten door kranten al dan niet bijdraagt aan het vervullen van de maatschappelijke taken die zij volgens mij hebben. Om het belang van deze vraag aan te geven wil ik eerst verkennen hoe positieve berichten de beeldvorming kunnen beïnvloeden. Vervolgens wil ik kijken hoe nieuwswaardig positieve gebeurtenissen zijn en welke maatschappelijke taken kranten volgens mij hebben.

Deelvragen

Mijn deelvragen zijn dus:

- Hoe kunnen positieve berichten het wereldbeeld van het publiek beïnvloeden?
- Hoe nieuwswaardig zijn positieve gebeurtenissen?
- Welke maatschappelijke taken vind ik dat kranten hebben?

Op basis van de antwoorden op deze drie vragen kom ik uiteindelijk tot beantwoording van de hoofdvraag.

Begrippen

Voor een goed begrip zal ik hier eerst enkele termen uit mijn hoofdvraag toelichten.

Kranten

Omdat het te omvangrijk is het hele mediaspectrum te beschouwen, wil ik me hier beperken tot één mediumsoort. Omdat mijn afstudeerrichting krant is, is dit het landelijke dagblad geworden. Met kranten bedoel ik hier dus de landelijke dagbladen, zowel betaald als gratis.

Positieve artikelen

Ik gekozen voor de term ‘positief’, omdat ik me wil richten op nieuws over positieve ontwikkelingen. Dat is in mijn ogen iets anders dan de term ‘goed nieuws’, waaronder gemakkelijk ook non-nieuws, zoals een pasgeboren ijsbeertje, kan worden verstaan. En positief nieuws gaat voor mij over ontwikkelingen die op een positieve manier bijdragen aan de maatschappij.

Wanneer een ontwikkeling precies positief is, vind ik lastig te bepalen. En tijdens een telefonische en digitale rondgang langs diverse websites en stichtingen³ die zich bezighouden met goed nieuws bleek ik niet de enige die dit niet goed kon benoemen.

En ook Robbert Zoon, oprichter van Zinfo.nl⁴ die naast de Goednieuwsdag zich maandelijks bezighoudt met peilingen naar het aandeel positieve berichtgeving in verschillende Nederlandse media⁵, moest toegeven dat ‘het onderscheid tussen positief en negatief nieuws gevoelsmatig is en afhangt van wie dit onderscheid maakt’.

Ik heb zelf ook een zeer summier veldonderzoekje (Bijlage 1) gedaan om te zien in hoeverre er überhaupt een gemeenschappelijk beeld zou kunnen bestaan van positief nieuws. Hieruit blijkt dat er meer overeenstemming is over wat negatief is. Onderwerpen als verkrachtingen, moorden en rampen zijn voor iedereen eigenlijk wel negatief. Maar het beoordelen van

³ Welke websites en stichtingen ik heb geraadpleegd is te vinden in Bijlage 6 onder het kopje ‘Wat is positief?’

⁴ Telefonisch contact met Robbert Zoon op 11 december 2007

⁵ Zinfo.nl (2007, 10 december); Zinfo.nl (2008, 14 januari); Zinfo.nl (2008, 9 februari)

positiviteit blijkt veel moeilijker, want niet iedereen vindt dezelfde dingen positief. Het beeld daarover is minder universeel, denk ik.

Een begripsbepaling die mijn ideeën aardig benaderd is die van het Good News Network, een goednieuwswebsite uit de Verenigde Staten. Volgens de makers gaat positief nieuws over⁶:

1. Opposing groups find common ground and move forward together
2. Shows compassion or understanding toward others
3. Refutes the stereotypes that are regularly applied to any group
4. Exhibits love, non-violence, generosity, peaceful conflict resolution, or caring
5. Features solutions to problems, while exhibiting the characteristics above
6. Exemplifies support for the sustainability of our planet

Dit vind ik een goede, concrete definitie. Het zijn allemaal ontwikkelingen die op een positieve manier bijdragen aan de maatschappij. En ik denk dat deze zes onderwerpen ook in het algemeen wel als zodanig ervaren worden.

‘Groepen die dichter bij elkaar komen’, draagt bij aan de vermindering van het aantal conflicten. Hetzelfde geldt voor ‘begrip en mededogen tegenover anderen’ en het ‘uitdragen van naastenliefde, vreedzame conflictoplossing en betrokkenheid’.

Het ‘aandragen van oplossingen’ kan ook bijdragen aan het oplossen van conflicten en problemen. En het ‘doorbreken van stereotypen’ is belangrijk voor de emancipatie van minderheden.

Ook ‘bijdragen aan het voortbestaan van de aarde’ zijn positief nieuws. Bedreigingen voor het voortbestaan van de aarde kunnen immers gemakkelijk leiden tot conflicten. Kijk maar naar de conflicten in Afrika en het Midden-Oosten die gerelateerd zijn aan het opdrogen van verschillende gebieden daar.

Als ik het heb over positief nieuws, heb ik het dus steeds over ontwikkelingen die op een positieve manier bijdragen aan de samenleving en meer specifiek gaan over de onderwerpen die ik noem in de alinea hierboven. Ontwikkelingen en gebeurtenissen die één of meer van deze factoren bevatten, vind ik positief, mits ze niet in strijd zijn met de anderen. Een West-Europese moslim die een terroristische aanslag pleegt als vergelding voor het leed van moslims in het Midden-Oosten, doet ook aan naastenliefde en is zeer betrokken, maar het gaat niet bepaald om vreedzame conflictoplossing.

Maatschappelijke taken

Met maatschappelijke taken doel ik op de taken die een krant naar mijn mening heeft in een democratische samenleving. Welke dat volgens mij zijn en waarom, zal ik in hoofdstuk 4 nader uitwerken.

Aanpak

Om uiteindelijk tot een genuanceerd antwoord op mijn hoofdvraag te komen, wil ik mijn onderzoek als volgt aanpakken. Door theorieën over media-invloed op de beeldvorming toe te passen op positief nieuws, wil ik een antwoord kunnen geven op mijn eerste deelvraag. Het boek waaruit ik hiervoor informatie haal, is *Media en publiek* van Connie de Boer en Swantje Brennecke.

⁶Good News Network (2007). *What counts as good news for us?*. Internet: <http://www.goodnewsnetwork.org/about-us/about-us/definition.html>

Met mijn tweede deelvraag wil ik een verklaring zoeken voor de voorkeur van kranten voor negatief nieuws boven positief nieuws. Voor dit deel maak ik gebruik van literatuur over nieuwscriteria, namelijk het *Basisboek Journalistiek* van Nico Kussendrager en Dick van der Lugt en *Wat is nieuws?* van Freerk Teunissen.

En om te bepalen wat volgens mij de maatschappelijke taken van kranten zijn, maak ik gebruik van het boek *The elements of journalism* van Bill Kovach en Tom Rosentiel en literatuur over *The social responsibility theory of the press*. Op basis van deze benaderingen maak ik zelf een lijstje van maatschappelijke taken die kranten volgens mij hebben. In het laatste hoofdstuk beredeneer ik uiteindelijk hoe positieve berichten een bijdrage leveren aan de uitvoering hiervan.

Tot slot wil ik mijn bevindingen uit het literatuuronderzoek voorleggen aan enkele (adjunct)hoofdredacteurs van Nederlandse kranten, namelijk:

- Ben Rogmans, hoofdredacteur van De Pers, omdat die gratis krant zich presenteert als een optimistische krant⁷.
- Suzanne Weusten, adjunct-hoofdredacteur van De Volkskrant omdat dat dagblad vaak geassocieerd wordt met negatieve en zure berichtgeving. Van haar verwacht ik interessante tegenargumenten te krijgen.
- Willem Schoonen, hoofdredacteur van Trouw, omdat zijn krant op een andere manier naar maatschappelijke taken van de krant kijkt en idealistischer is ingesteld. Ik verwacht dus dat Schoonen interessante dingen kan zeggen over hoe positieve berichtgeving bijdraagt aan het vervullen van maatschappelijke taken van de krant.

⁷ De Pers (2007). *Missie dagblad De Pers*. Internet: www.depers.nl/dagblad/missie

Hoofdstuk 2

Positief nieuws en het beeld van de lezer

(probleemuitwerking en theoretisch kader)

Ondanks dat critici de toekomst van de krant somber inzien, bereikt het dagblad in Nederland dagelijks 9,6 miljoen mensen, blijkt uit de NOM Printmonitor oktober 2006 t/m juli 2007. En die mensen lezen volgens een tijdbestedingsonderzoek van Sociaal Cultureel Planbureau (Breedveld e.a. 2006) gemiddeld een kwartier per dag de krant.⁸

Daar komt bij dat krantenlezers erg positief staan tegenover betaalde dagbladen. Uit het Mediabelevingsonderzoek 2007 Plus van Bureau Veldkamp en TNS NIPO (Heuvel en Grimm, 2007, p. 25) blijkt dat van alle mediumtypen Nederlanders de betaalde krant als belangrijkste bron van informatie zien en zich door dit medium het meest geraakt voelen. Vanwege deze houding tegenover de krant, is het logisch dat het medium invloed heeft op de beeldvorming van de lezers en zij er hun meningen en gedrag op afstemmen. Hoe positiever mensen immers staan tegenover een medium, hoe vaker ze het raadplegen en zich erdoor laten beïnvloeden. (De Boer en Brennecke, 2003, p. 45).

Afhankelijk van voorkennis

Over hoe groot de invloed van een massamedium als de krant op het publiek is, hebben communicatiewetenschappers sinds de opkomst van massamedia, eind 19^e eeuw, veel nagedacht. De vroegste stromingen gingen uit van een grote rechtstreekse invloed. Deze benaderingen, zoals de injectienaaldtheorie, veronderstelden dat het publiek alle ‘geïnjecteerde’ mediaboodschappen kritiekloos overnam. Als kranten meer positieve berichten brengen gaan de lezers, volgens deze benadering, optimistischer tegen de wereld aankijken.

Maar ik denk dat de invloed van media op de opinie van de ontvanger niet zo groot is als door deze theorieën wordt verondersteld. Mensen nemen niet kritiekloos alle informatie over die tot hen komt. Dat blijkt ook uit het model voor beperkende effecten (Klapper, 1960, gevonden in De Boer en Brennecke, 2003, p. 37-39). Mensen kiezen bewust welke boodschappen ze tot zich nemen. Ze kiezen een krant en selecteren de artikelen die ze willen lezen. En van de berichten die ze tot zich nemen, onthouden ze ook niet alles. Dus lang niet elk krantenartikel zal invloed hebben op hoe de lezers denken en waarover ze praten.

Het selectief onthouden en waarnemen heeft onder meer te maken met wat psychologen cognitieve dissonantie noemen. Als iemand informatie krijgt die teveel afwijkt van zijn eigen wereldbeeld zal hij de boodschap niet in zich opnemen. Mediaboodschappen kunnen dus wel invloed hebben op mensen maar als mensen over kennis of ervaringen beschikken die erg afwijken van de mediaboodschap, beïnvloeden de media hen veel minder.

Ik ben het hier wel mee eens. Iemand die in een straat woont waar hangjongeren veel overlast veroorzaken zal zijn beeld over criminaliteit in zijn wijk minder laten beïnvloeden door een krantenbericht over afnemende criminaliteitscijfers dan iemand die in een rustige buurt woont.

Ik denk dus niet dat meer positieve berichten altijd leiden tot een positiever beeld bij de lezer. Als mensen al veel negatieve informatie over een onderwerp hebben gekregen of er slechte ervaringen mee hebben, zullen ze hun mening eerder daarop baseren dan op krantenberichten.

⁸De resultaten op het gebied van mediagebruik uit dit rapport zijn nader uitgewerkt in Huysmans, F (2006, 18 november). *Kranten bereiken jongere lezers nauwelijks*. Internet: <http://www.tijdbesteding.nl/hoelangvaak/vrijetijd/media/gedrukt/kranten/20061018.html>

Agendasetting en priming

Een andere veel aangehaalde theorie over de invloed van massamedia is het zogehete agendasetting effect. Volgens Mc Combs en Shaw (1972, gevonden in De Boer en Brennecke, 2003, p. 186-187) geven media door de mate waarin ze over zaken berichten aan welke onderwerpen belangrijk zijn. Mensen gaan er dan vanzelf over praten en nadenken.

Volgens deze theorie zou het niet uitmaken of over een onderwerp positief of negatief bericht wordt, mensen gaan er toch wel over nadenken, maar hoe ze erover denken, bepalen ze zelf.

Ik ben het hier deels mee eens. Mensen zullen niet zomaar de teneur van iedere mediaboodschap overnemen in hun eigen mening. Maar dat de inhoud en de manier waarop een boodschap is ingekleed helemaal geen invloed hebben op hun meningsvorming is volgens mij niet waar.

Ik geloof dat het verschijnsel priming ook een belangrijke rol speelt. Deze psychologische term betekent dat associaties worden gekweekt in het geheugen van de lezer (Myers, 1999, p. 103). Als over George W. Bush veel wordt bericht in relatie tot terrorisme zullen mensen, gevraagd naar hun mening over deze president, hem eerder beoordelen op de manier waarop hij omgaat met terrorisme. Andere aspecten van zijn presidentschap worden buiten beschouwing gelaten. De media bepalen de beoordelingsmaatstaven die het publiek gebruikt bij het vormen van een mening.

Het brengen van meer positief nieuws kan volgens mij een rol spelen in het primingproces. Als over een organisatie enkel bericht wordt in relatie tot onderwerpen waarbij ze het slecht doen, zoals een bank die belegt in de wapenindustrie, zullen mensen die organisatie vooral beoordelen op grond van dit aspect. Als ook af en toe positief over de organisatie bericht wordt, bijvoorbeeld dat ze anderzijds ook belegt in ontwikkelingsprojecten, wordt het beeld van mensen over de organisatie completer.

Framing

Niet alleen of en in relatie tot welke onderwerpen journalisten over een persoon of organisatie berichten speelt een rol bij de beeldvorming van het publiek. Ook het frame waarbinnen de journalist het bericht inkadert is belangrijk. Een frame is de manier waarop een onderwerp wordt geïnterpreteerd en gepresenteerd in de media (De Boer en Brennecke, 2003, p.211).

Deze keuzes van de journalist beïnvloeden hoe het publiek een onderwerp interpreteert en zijn mening en gedrag er op afstemt. Als media een brand in een dorp waar een pyromaan actief is, interpreteren als weer een daad van de pyromaan zullen mensen de brand anders beoordelen dan wanneer iemand met een sigaret in slaap is gevallen. Ook zal hun gedrag anders zijn. Een pyromaan kan mensen ertoe brengen een buurtpreventieteam op te zetten, dat zal niet snel gebeuren als de brand is veroorzaakt door de brandende sigaret.

Omdat de manier waarop een bericht is ingekleed beïnvloedt hoe lezers de feiten interpreteren, vind ik het belangrijk dat kranten ook aandacht besteden aan positieve invalshoeken. Door ook oplossingen op te nemen wordt een probleem als minder uitzichtloos gepresenteerd en is er misschien nog hoop bij de lezer. Een krant kan bijvoorbeeld een oplossingsgerichte insteek kiezen. Een goed voorbeeld hierbij is het verschil tussen de berichtgeving van de Volkskrant en Trouw over de uitkomst van de klimaatop op Bali in december 2007. Trouw legde de nadruk op dat de Europese landen het met elkaar eens waren geworden en dat er iets lag om bij de volgende bijeenkomst op voort te bouwen⁹. De invalshoek van de Volkskrant was negatiever¹⁰. Daar lag de nadruk op de Verenigde Staten die een mogelijk akkoord dwarsboomden en altijd een groot struikelblok zouden blijven.

⁹ Weel, I (2007, 15 december). *De EU heeft een akkoord, de VS niet*. Trouw, p.1

¹⁰ Maas, M (2007, 15 december). *Patstelling op Bali door halsstarrige Amerikanen*. De Volkskrant, p.1

Positief voor realisme

De invloed van mediaboodschappen op de lezer hangt dus voor een belangrijk deel af van hun eigen ervaring en kennis over een onderwerp. Die invloed kan door media beïnvloed worden door met hun berichten associaties op te roepen of de boodschap op een bepaalde manier in te kleden. En de invloed daarvan zal groter zijn naarmate mensen zelf minder toegang hebben tot een onderwerp en ze meer primair afhankelijk zijn van informatie van de media.

Om burgers over dit soort ‘ontoegankelijke’ gebeurtenissen en ontwikkelingen zich een goed beeld te helpen vormen, vind ik dat kranten een verantwoordelijkheid hebben zo compleet en waarheidsgetrouw mogelijk te berichten. Dat kan niet met alleen aandacht voor het negatieve, want er gaat immers ook een hoop goed in de wereld.

Natuurlijk is het niet de bedoeling dat een eindredacteur gaat zitten tellen of hij wel evenveel positieve als negatieve berichten brengt. Maar het beeld dat je als krant neerzet mag volgens mij ook niet doorslaan naar alleen negativiteit. Het moet overeenkomen met de realiteit.

Ook Willem Schoonen, hoofdredacteur van Trouw, vindt dat iedere krant zich zou moeten afvragen of zij een getrouw beeld geeft van de werkelijkheid en of ze door zich te concentreren op het negatieve niet een scheef beeld neerzet.¹¹

Maar ondanks dat positieve berichten dus nodig zijn om de realiteit goed weer te kunnen geven, worden dit soort verhalen naar mijn idee nog al eens afgedaan als niet nieuwswaardig. Om te onderzoeken of dit terecht is, zal ik in het volgende hoofdstuk ingaan op de nieuwswaardigheid van positieve verhalen.

¹¹ Interview met Willem Schoonen, 29 januari 2008, zie Bijlage 2

Hoofdstuk 3

Hoe nieuwswaardig is goed nieuws?

In dit hoofdstuk richt ik me op de nieuwswaardigheid van positief nieuws. Dit doe ik door aan de hand van een aantal veelgebruikte nieuwsriteria te bekijken in hoeverre positief nieuws aan deze criteria voldoet.

Er zijn natuurlijk talloze criteria te vinden in de literatuur, maar ik beperk me hier tot een selectie die volgens mij een goed beeld geeft van factoren die over het algemeen als nieuwsriteria worden aangeduid. Zowel Kussendrager en Van der Lugt (2002) als Teunissen (2005) hebben in hun handboeken een lijst criteria opgenomen waarover algemene consensus bestaat.

Daarnaast vind ik het interessant om de nieuwsriteria van Johan Galtung en Mari Holmboe Ruge (1965, gevonden in Teunissen, 2005, p. 105) ernaast te leggen. Hun lijst is tot stand gekomen door een inhoudanalyse van kranten en houdt ook rekening met niet-inhoudelijke factoren bij de nieuwsselectie.

<i>Nieuwsriteria</i>		
Kussendrager & Van der Lugt	Teunissen	Galtung en Ruge
Conflict		Negativiteit
Actualiteit	Dichtbij in tijd	Frequentie (gebeurtenis moet zich ontwikkelen binnen geschikte tijdsperiode voor media)
Belang voor de lezer	Gevolgen voor de doelgroep van het medium	
Afstand	Dichtbij in afstand Dichtbij in beleving	Consonantie (corresponderen met verwachtingen)
Bekendheid	Elitepersonen, -landen en instanties	Elitelanden en -personen
Afwijking	Uniciteit	Het onverwachte
De eerste de beste		
Omvang		Drempel (gebeurtenis moet groot genoeg zijn)
Amusement	Emotie, spanning en sensatie	Mensen (in verband staan met mensen)
Gevolgen van een gebeurtenis	Verandering	Betekenis
	Beschikbaarheid	
		Duidelijkheid
		Continuïteit (Als iets is opgepikt als nieuws, is de kans groter dat het nieuws blijft)
		Compositie (past in het aanbod)

Dat nieuws actueel moet zijn, spreekt voor zich. Natuurlijk wil dat niet zeggen dat alles wat vandaag gebeurt zondermeer nieuwswaardiger is dan iets wat gisteren plaatsvond. Een fietser die vandaag lichtgewond raakt bij een ongeluk heeft veel minder nieuwswaarde dan een minister die een dag geleden aftrad. Maar als er nieuws is, streven redacties ernaar het nieuws zo snel mogelijk te brengen. Of het positief of negatief is, speelt daarbij niet direct een rol.

Ingrijpende gevolgen

Ik vermoed dat dit onderscheid wel een verschil maakt als gekozen moet worden tussen het plaatsen van een positief of negatief nieuwsbericht. Dan zal de voorkeur volgens mij eerder

uitgaan naar het negatievere bericht, omdat de gevolgen van negatieve gebeurtenissen vaak ingrijpender zijn.

Kussendrager en Van der Lugt (2002, p.124) geven dit ook aan. Conflicten hebben volgens hen een hoge nieuwswaarde ‘*vanwege het onverwachte, het nieuwe, het ingrijpende*’. Natuurlijk is niet ieder conflict even ingrijpend voor mensen. Maar de gevolgen van een negatieve ingreep zijn vaak op kortere termijn merkbaar dan die van een positieve ingreep.

Dat is volgens mij een belangrijke verklaring voor de voorkeur van kranten voor negatieve onderwerpen. Problemen en conflicten die militairen in de Afghaanse provincie Uruzgan tegenkomen tijdens opbouwwerkzaamheden hebben direct effect op de levens van inwoners en de militairen die gevaar lopen. Maar als iemand daar een school gaat opzetten voor kinderen zal dit niet direct van de een op de andere dag een ingrijpende invloed hebben op het leven van kinderen in Uruzgan. Voordat zoiets goed loopt ben je al gauw maanden zo niet jaren verder. Naarmate de gevolgen ingrijpender en grootschaliger zijn, wordt een onderwerp nieuwswaardiger. En die ingrijpendheid en grootschaligheid zijn nu eenmaal vaak groter bij negatieve gebeurtenissen, zoals rampen en conflicten. En omdat positieve ontwikkelingen vaak minder drastisch zijn, kunnen de berichten daarover gemakkelijker ‘even blijven liggen’ op een krantenredactie.

Hierbij wil ik wel aanmerken dat dit argument alleen geldt voor ingrijpende negatieve gebeurtenissen, zoals rampen en gewapende conflicten. Als iemand tegen een boom gereden is, is de ingrijpendheid daarvan voor een samenleving natuurlijk veel minder.

Belang voor de lezer

Omdat de gevolgen van positieve gebeurtenissen vaak minder groot zijn, denk ik dat het belang voor de lezer om direct op de hoogte te zijn in zulke gevallen ook minder groot is dan bij negatieve ontwikkelingen.

Een nieuwsfeit moet voor een lezer van persoonlijk of maatschappelijk belang zijn, stellen Kussendrager en Van der Lugt (2003, p. 125). Positieve berichten kunnen ook van belang zijn voor de lezer. Dat werkgevers ontmoediging van autogebruik in CAO's willen vastleggen¹², is bijvoorbeeld van persoonlijk belang voor veel werknemers. Het inperken van lease-auto's en vergoedingen voor woon- en werkverkeer is een belangrijke verandering voor de manier waarop ze dagelijks naar hun werk reizen. Daarnaast zijn de plannen van maatschappelijk belang omdat ze het aantal files kunnen verminderen en bijdragen aan een beter milieu. Maar de noodzaak om er aandacht aan te besteden is bij positieve ontwikkelingen meestal minder groot dan bij negatieve gebeurtenissen. Bij conflicten en rampen is de informatiebehoefte van burgers logischerwijs veel groter dan wanneer bijvoorbeeld het gat in de ozonlaag iets kleiner is geworden.

Ook Mitchell Stephens (1989, p. 40) constateert dit. Volgens hem is het meest waardevolle nieuws dat mensen kunnen krijgen is ‘de waarschuwing voor een duidelijk en acuut gevaar’. En Suzanne Weusten, adjunct-hoofdredacteur van de Volkskrant, geeft aan dat negatief nieuws zelfs evolutionair belang voor de lezer¹³. Toen er nog geen kranten waren, waarschuwden mensen elkaar voor naderend gevaar en die rol is overgenomen door de krant, legt ze uit. Daarom hebben burgers meer belang bij snelle berichtgeving over negatieve gebeurtenissen dan bij positieve ontwikkelingen.

Nieuws moet afwijken...

¹² Meteren, W van (2007, 22 december). *Werkgevers in actie tegen fileleed – Ontmoediging autogebruik in CAO vastleggen*. Trouw, p. 2-3

¹³ Interview met Suzanne Weusten, 12 februari 2008, zie Bijlage 3

Naast hun tien nieuwscriteria onderscheiden Kussendrager en Van der Lugt (2003, p. 123) drie hoofdkenmerken van nieuws. Dat zijn het effect (impact), dat we hierboven hebben behandeld, maar ook het ongebruikelijke en het ongewone. Een gebeurtenis die afwijkt van wat normaal is of verwacht wordt, is nieuws.

Suzanne Weusten denkt dat dit komt doordat we leven in een sterk geregeerde samenleving.¹⁴ We zijn er aan gewend dat alles volgens bepaalde regels en wetmatigheden verloopt en als iets daar een keer van afwijkt, valt het meteen op.

Maar dat het ongewone een hoge nieuwswaarde heeft, is niet alleen iets van de moderne journalistiek. Nieuws gaat al sinds ver voor de uitvinding van de drukpers over ‘gebeurtenissen die uit de tredmolen van de alledaagse praktijk weten te stappen’ (Stephens, 1989, p. 43)

Willem Schoonen, ziet in dit selectiecriterium een verklaring voor waarom er meer negatieve dan positieve berichten in de kranten staan. “Wij gaan er vanuit dat dingen goed gaan. Om maar een heel stom voorbeeld te noemen: wij gaan er vanuit dat de economie groeit. En zodra dit niet het geval is, bijvoorbeeld bij een recessie wordt er uitgebreid over bericht en geanalyseerd. Over economische groei berichten we ook wel, maar dat blijft bij een klein berichtje dat de economie met één komma nog wat procent is gegroeid.”¹⁵

Toch denk ik dat volgens dit criterium ook juist positieve berichten een plekje op de krantenpagina’s verdienen. Iets kan immers ook positief afwijken, bijvoorbeeld een voetbalploeg waarin verschillende rassen samen spelen, in een tijd dat die rassen met elkaar in conflict zijn.

Journalisten zijn zelf ook vaak op zoek naar tegenstellingen. Als een burgemeester zegt dat bepaalde dingen in zijn stad goed gaan, willen journalisten graag aantonen dat het niet zo is. Toch is de drang om tegengeluiden te zoeken volgens mij niet altijd even groot. Het gebeurt niet zelden dat een journalist een bepaalde mening wil van een wetenschapper en net zo lang rondbelt tot er één zijn beeld bevestigt. Alle deskundigen die het tegendeel beweerden, komen dan niet in de krant.

Teunissen (2005, p. 67-70) verklaart dit verschijnsel met de theorie over verificatie van de Griekse filosoof Aristoteles. Volgens hem moest waarheidsvinding gebeuren door via individuele waarnemingen vooronderstellingen over de wereld te verifiëren. Teunissen merkt op dat veel journalistieke producten ook zo tot stand komen. Een verslaggever bespreekt tijdens een vergadering met zijn collega’s het artikel dat hij wil schrijven en gaat daarna bronnen zoeken bij zijn invalshoek. Informatie die niet binnen dit perspectief past, blijft buiten beschouwing.

Journalisten willen graag tegenstellingen opzoeken, stelt Teunissen, maar vooral om uitspraken van anderen te falsifiëren. Als een politicus iets beweert, willen journalisten dolgraag het tegendeel bewijzen. Maar als ze eenmaal zelf een visie hebben bedacht, gaan ze een stuk minder kritisch te werk en willen ze vooral dat beeld bevestigen.

...Maar niet teveel

Naast dat verhalen eerder in de krant komen als ze niet teveel afwijken van de visie van journalisten, zitten lezers volgens Teunissen (2005, p.19) ook niet te wachten op nieuws dat afwijkt van hun referentiekader. Volgens zijn criterium ‘dichtbij in beleving’ moet een nieuwsfeit aansluiten bij de belangstellings sfeer van de doelgroep.

Toch denk ik dat een krant niet teveel rekening moet houden met of een verhaal wel past in het denkbeeld van de lezer. De krant moet de lezer helpen zich een realistisch beeld te vormen van gebeurtenissen in de wereld. Ook al is de opvatting dat tbs’ers nooit meer op verlof moeten mogen breed gedeeld, mag dat een krant er niet van weerhouden om een positief verhaal te

¹⁴ Interview met Suzanne Weusten, 12 februari 2008, zie Bijlage 3

¹⁵ Interview met Willem Schoonen, 29 januari 2008, zie Bijlage 2

brenge over een tbs'er bij wie het verlof wel goed verloopt als cijfers uitwijzen dat de kans op een onttrekking bij zo'n verlof heel klein is.

Dat lezers informatie die niet in hun belevingswereld past niet snel opnemen, maakt in mijn ogen een positief of negatief verhaal dat hier van afwijkt ook niet minder nieuwswaardig. Als de werkelijkheid gewoon anders in elkaar zit dan de publieke opinie, moet de journalist afgaan op de werkelijkheid. Dat betekent dat een journalist bij een onderwerp eerst zelf goed moet weten hoe het zit voor hij kan beoordelen of het een positieve of negatieve invalshoek rechtvaardigt. Dat is belangrijk om niet ten onrechte een negatief dan wel positief beeld neer te zetten.

Wantrouwen tegenover positiviteit

Ik zie wel nog een mogelijke verklaring voor waarom positieve verhalen minder snel in de krant komen in de argumenten van Teunissen (2005) over het referentiekader van journalisten. Als een journalist een uitsluitend positief verhaal krijgt te horen, zal hij snel geneigd zijn te denken dat er iets niet klopt. Dat is een gezonde kritische houding. Maar ik vermoed dat diezelfde kritische twijfel echter minder snel rijst als iemand een negatief verhaal heeft. Een militair die vertelt hoe verschrikkelijk het is in Uruzgan en dat opbouwwerkzaamheden mislukken, zal niet snel gevraagd worden of het echt allemaal zo slecht gaat en er niet ook dingen goed gaan. Maar waarom journalisten meer geneigd zouden zijn tot het wantrouwen van positieve verhalen dan van negatieve verhalen kon ik zelf niet goed benoemen. Daarom heb ik dit idee voorgelegd aan enkele (adjunct)hoofdredacteuren.

Na deze gesprekken (Bijlage 2, 3 en 4) en doordat ik de afgelopen in maanden in kranten diverse voorbeelden tegenkwam van verhalen die volgens mijn definitie positief zijn, denk ik dat de sceptische houding van journalisten tegenover positief nieuws niet meer zo groot is. Positief nieuws wordt steeds meer 'een nieuwe groeimarkt' en journalisten staan er steeds meer voor open, merkt Willem Schoonen¹⁶ ook op.

Maar na even nadenken wil hij zich toch wel aan een verklaring wagen voor waarom die sceptische houding er bij sommige journalisten nog wel is. Journalisten gaan er volgens hem vanuit dat mensen die zij spreken altijd graag een positief verhaal willen vertellen en als ze een negatief verhaal hebben dat liever voor zich houden. Daarom zou negatief nieuws lastiger te halen zijn en dus worden geassocieerd met 'betere journalistiek'. Ik ben het hier wel mee eens en zal later in dit hoofdstuk terugkomen op die beschikbaarheid van positief nieuws.

Ben Rogmans, van de Pers¹⁷, ziet echter geen verandering in de negatieve houding tegenover positief nieuws, maar hij weet niet goed waardoor het komt. Hij denkt dat de neiging tot negativisme door de jaren heen in de culturen van redacties is gesleten maar wat daarvan de oorzaak is, weet hij niet.

Beschikbaarheid

Voor de overige, nog niet behandelde criteria uit de tabel aan het begin van dit hoofdstuk, geldt bij nagenoeg allemaal dat er op basis daarvan geen duidelijk oordeel te vellen is over of positief dan wel negatief nieuws meer aan deze kenmerken voldoet. Het hangt er maar net vanaf waar het nieuws zich afspeelt en welke mensen erbij betrokken zijn. Of het positief of negatief is maakt daarbij niet zoveel uit voor de kans om in de krant te komen. Daarom zal ik op deze criteria hier niet verder ingaan.

Er zijn wel twee nieuwscriteria, waar ik hier nog even op in wil gaan. Dat zijn de beschikbaarheid van Teunissen (2005) en de compositie van Galtung en Ruge (1965, gevonden in Teunissen, 2005, p. 105). Ik vind deze nieuwscriteria interessant omdat ze de focus leggen op niet strikt inhoudelijke criteria.

¹⁶ Interview met Willem Schoonen, 29 januari 2008, zie Bijlage 2

¹⁷ Interview met Ben Rogmans, 16 januari 2008, zie Bijlage 4

In het laatste nieuwscriterium van Teunissen, de beschikbaarheid, is naar mijn idee ook een verklaring te vinden voor de negatieve nieuwsvoorkeur van journalisten. De beschikbaarheid van informatie en beelden bij een gebeurtenis bepaald volgens Teunissen (2005, p.25) in belangrijke mate of iets aandacht krijgt in de media. Hoe meer beschikbare informatie hoe groter de kans dat iets in de krant komt.

Het is lastig om te zeggen of positief nieuws beschikbaar is dan negatief nieuws. Wellicht hebben journalisten een betere 'neus' ontwikkeld voor slecht nieuws en zijn ze meer gericht op bronnen die dit soort nieuws te vertellen hebben en is hun manier van vragen stellen daarop ingesteld. Maar Schoonen, hoofdredacteur van Trouw, gaf eerder ook al aan dat negatief nieuws juist moeilijker te halen is, omdat betrokkenen liever positieve verhalen vertellen en negatieve dingen voor zich houden. De meningen zijn over de beschikbaarheid van positief nieuws zijn dan ook verdeeld.

Dirk Koppes, adjunct-hoofdredacteur van 'optimistische krant' De Pers, denkt dat het veel gemakkelijker is om slecht nieuws te vinden en daarvan te roepen dat het allemaal verschrikkelijk is en dat het een schande is. dan om op zoek te gaan naar oplossingen.¹⁸

Volgens zijn hoofdredacteur Ben Rogmans¹⁹ hoeft dat echter niet zo te zijn. Het is maar net hoe je ertegenaan kijkt, vindt hij. "Neem een stuk uit de Volkskrant. Daarin stond dat er jaarlijks 20.000 fouten gemaakt worden door verpleeghuispersoneel. Maar wij hebben ook gekeken naar hoeveel handelingen in totaal per jaar in verpleeghuizen verricht worden. Nou, dan blijkt dat het er zoveel zijn dat het nog steeds in 99,9 procent van de gevallen goed gaat." Journalisten maken volgens Rogmans voor positief nieuws gebruik van dezelfde bronnen als bij negatief nieuws, alleen is de benadering anders.

Ik denk zelf dat het vinden van bronnen die een positief, journalistiek interessant verhaal te vertellen hebben moeilijker is dan bronnen vinden die betrokken zijn bij negatief nieuws. Maar als het mensen laten praten gaat het juist weer gemakkelijker als je een positief verhaal van ze wilt dan bij mensen waaraan je vragen stelt over iets wat voor hen negatief is. Dat geldt echter vooral voor direct betrokkenen, want zoals Suzanne Weusten ook aangeeft²⁰, zijn er bij negatief nieuws meestal wel derden te vinden die het nieuws maar wat graag naar buiten willen brengen.

Compositie

Een ander criterium dat niks met de inhoud van het nieuws te maken heeft, maar wel een belangrijke rol speelt is volgens Galtung en Ruge (1965, gevonden in Teunissen, 2005, p. 105) de compositie. Het nieuws moet passen in het aanbod van de dag. Dit criterium zou er bijvoorbeeld voor pleiten dat een redactie kiest voor een positief bericht als er al vijf negatieve verhalen op een pagina staan. Ik denk alleen niet dat er zo op redacties wordt gedacht. En dat vind ik ook terecht, want het belang van het nieuwsfeit moet doorslaggevend zijn en niet of een berichtje positief of negatief is. Je kunt als eindredacteur toch niet zeggen: 'We hebben al zoveel negatief nieuws op de pagina's. Laat dat nieuws over de ontsnapte tbs'er maar zitten en maak maar een leuk stuk over dat initiatief om Marokkaanse vrouwen te leren fietsen.'? Daar komt bij dat het heel moeilijk is om als krant gericht te selecteren op positief nieuws. Want zoals blijkt uit mijn eigen summiere veldonderzoekje (Bijlage 1), dat ik in hoofdstuk 1 al aanhaalde, is er niet een eenduidig beeld over wat nou precies positief nieuws is. Dus als de eindredacteur vraagt om een positief stukje en de journalist gaat ijverig aan het tikken, bestaat er een kans dat de eindredacteur niet krijgt wat hij verwacht had. Iets wat de redacteur positief vindt, vindt de eindredacteur misschien helemaal niet positief.

¹⁸ Telefonisch gesprek met Dirk Koppes op 20 december 2007, zie Bijlage 5

¹⁹ Interview met Ben Rogmans, 16 januari 2008, zie Bijlage 4

²⁰ Interview met Suzanne Weusten, 12 februari 2008, zie Bijlage 3

Even nieuwswaardig, maar soms minder acuut

Op basis van de alom gehanteerde nieuwscriteria, vind ik dat positieve berichten niet zondermeer nieuwswaardiger zijn dan negatieve berichten, of andersom.

Volgens het criterium van 'het afwijkende' is positief nieuws over iets waar je normaal alleen maar negatieve dingen over hoort heeft even nieuwswaardig als iets wat op een negatieve manier afwijkt van ons verwachtingspatroon.

Ik constateer wel dat de noodzaak om te berichten over negatief nieuws soms groter is door de ingrijpendheid ervan, waardoor een negatief bericht terecht voorrang krijgt boven een positief bericht. Het belang voor de lezer om snel op de hoogte te zijn is immers vaker groter bij negatieve dan bij positieve gebeurtenissen.

Maar de krant heeft natuurlijk nog veel meer functies dan alleen het informeren over en waarschuwen voor het negatieve. Welke maatschappelijke taken de krant volgens mij allemaal heeft, zal ik in het volgende hoofdstuk behandelen.

Hoofdstuk 4

De maatschappelijke taken van de krant

In een democratische samenleving spelen kranten een belangrijke rol. Die rol is door de jaren heen wel veranderd door maatschappelijke ontwikkelingen (bv. ontzuiling) en de opkomst van nieuwe media als de televisie en recenter internet, maar de krant heeft naar mijn mening nog steeds een maatschappelijke rol van betekenis. Veel beleidsmakers (decision makers) lezen immers betaalde kranten om aan hun informatie te komen. En krantenlezers zien het dagblad als een belangrijke en betrouwbare bron van informatie, blijkt uit het Mediabeleving Plus 2007 onderzoek van TNS NIPO en Bureau Veldkamp (Van den Heuvel en Grimm, 2007, p.13,33).

Over hoe de maatschappelijke taak van de krant eruit ziet, is veel geschreven. Twee belangrijke lijstjes met taken van de pers uit de vakliteratuur zijn 'the social responsibility theory of the press' (Evers 2002, p. 27) en 'the elements of journalism' (Kovach en Rosentiel, 2007, binnenkant kaft).

The social responsibility theory of the press stelt dat:

1. De pers dient te zorgen voor 'a truthfull, comprehensive and intelligent account of the day's events in a context that gives them meaning'.
2. The press should try to represent all important viewpoints, not merely those with which the publisher or operator agrees; and in doing so, it should carefully identify all sources of news.
3. De pers moet voorts 'a representative picture of the constituent groups in society' schetsen.
4. Eveneens zijn de media verantwoordelijk voor 'the presentation and clarification of the goals and values of the society'.
5. Ten slotte dient de pers te zorgen voor 'full access to the day's intelligence', zodat het publiek zo volledig en veelzijdig mogelijk wordt geïnformeerd.

En in the elements of journalism staat dat:

1. Journalism's first obligation is to the truth
2. Its first loyalty is to citizens
3. Its essence is a discipline of verification
4. Its practioners must maintain an independence from those they cover
5. It must serve as an independent monitor of power
6. It must provide a forum for public criticism and compromise
7. It must strive to make the significant interesting and relevant
8. It must keep the news comprehensive and in proportion
9. Its practioners have an obligation to exercise their personal consience
10. Citizens, too, have rights and responsibilities when it comes to the news

Op basis van deze twee theorieën en informatie van websites van kranten heb ik hieronder een rijtje gemaakt met maatschappelijke functies die de krant volgens mij heeft. Ik heb in dit rijtje ook een aantal elementen uit de twee bovengenoemde theorieën laten vallen. Er staan

namelijk ook veel gedragsregels in voor journalisten, die niet direct iets te maken hebben met de maatschappelijke taken van een medium als de krant²¹.

Wat de krant moet doen

- De informatietaak vind ik de belangrijkste functie van de krant. De krant moet burgers voorzien van betrouwbare, complete en nauwkeurige informatie over wat er gebeurt in de wereld. Volgens mij is het een belangrijke taak van de krant dat ze samenleving inzichtelijker maakt. Ze moet laten zien wat er zich afspeelt, welke zaken belangrijk zijn, hoe de dingen met elkaar in verband staan, hoe erover gedacht wordt en welke normen en waarden in een samenleving leven. De krant speelt hierin juist een belangrijke rol omdat mensen veel vertrouwen hebben in de betrouwbaarheid van dit medium.
- Kranten moeten ook achtergronden en analyse bieden, zodat mensen gebeurtenissen in een context kunnen plaatsen en inzicht krijgen in hoe dingen met elkaar in verband staan. Zeker in een steeds complexere samenleving denk ik dat in het duiden van nieuws een belangrijke taak is weggelegd voor de krant. Het dagblad is, zeker vergeleken met internet, een traag medium waardoor ze als nieuwsbrenger geen koploper meer kan zijn. Maar in tegenstelling tot websites en de radio heeft een krantenredactie tijd om dingen uit te zoeken. In de constante informatiestroom fungeert de krant als een rustpunt dat even stilstaat bij gebeurtenissen, die duidt en aangeeft wat er werkelijk toe doet. Zo kan een wetenschapsjournalist zijn licht laten schijnen over een onderzoek waarin het eten van bepaalde voedingsmiddelen als kankerverwekkend wordt aangeduid door een artikel te schrijven over andere onderzoeken naar het gezondheidsgevaar er van en ook wetenschappers die het weerleggen aan het woord te laten.
- Voorts heeft de pers een platformfunctie. De krant moet een platform bieden voor discussie zodat mensen hun mening kunnen ventileren en op basis van opinies van anderen zelf een visie kunnen ontwikkelen. Daarom heeft de krant de verantwoordelijkheid te zorgen dat de verschillende visies aan bod komen. Dat gebeurt met name op de forumpagina's. Ook hierin is de taak van de papieren krant een beetje vervangen door het internet waar iedereen op weblogs en fora zijn mening kan geven. Maar het voordeel van de krant boven internet is dat de krant de discussie kan controleren. De krant kan er in de selectie van opiniestukken en lezersbrieven voor zorgen dat verschillende meningen aan bod komen. En de krant kan, niet onbelangrijk, de fatsoensnormen in een discussie bewaken zodat het niet verzandt in een beledigende 'schreeuwpartij', zoals op internetfora vaak gebeurt.
- Daarnaast moet een krant in een democratische samenleving naar mijn mening de macht controleren. De krant ziet erop toe dat politici en bedrijven zorgvuldig met hun macht omgaan en er geen misbruik van maken. Dit is een heel belangrijke taak in een democratie want als misstappen van bijvoorbeeld politici niet aan het licht komen, kunnen burgers zich geen goed oordeel vormen. En dat oordeel van de burger is juist van groot belang in een democratie.
- De krant heeft ook een agendafunctie. Ze kaart belangrijke onderwerpen aan en zet die op de agenda van de politiek en soms ook op die van de burger. Niet alle artikelen gaan over

²¹ Voor meer concrete informatie over de totstandkoming van dit rijtje, zie Bijlage 6 onder het kopje 'Aanpak'- 'over de maatschappelijke taken'.

onderwerpen waar mensen zich vanuit zichzelf mee bezighouden. Dat kunnen gebeurtenissen zijn die zich in verre landen afspelen of ‘achter de gesloten deuren’ van organisaties. Maar het zijn ook trends die mensen zelf niet kunnen waarnemen omdat ze het grotere geheel niet overzien. Ik denk daarom dat er een maatschappelijke taak voor de krant is weggelegd bij het signaleren van dergelijke trends en tendensen.

Om die trends te kunnen opmerken moeten journalisten zich verdiepen in een onderwerp en er veel kennis over hebben. En een sterk punt van de krant is juist dat redacteuren vaak een eigen portefeuille hebben en daarom sneller patronen in gebeurtenissen op hun terrein kunnen ontwaren.

- Ik denk dat de krant in een democratische samenleving ook een cultuuroverdrachtsfunctie heeft. Hiermee doel ik op de taak van de krant om datgene wat in de maatschappij belangrijk gevonden wordt (waarden en normen) door te geven zodat de lezer met deze informatie kan navigeren in de samenleving. Door kennis te nemen van de waarden en normen die in een land gehanteerd worden, weet je hoe je je moet gedragen om geaccepteerd te worden.
Iedere krant draagt in zijn berichtgeving bepaalde waarden uit. Het is onmogelijk om dit niet te doen. Neem de voorpagina van de Volkskrant van 12 januari 2008. Die opent met een bericht over een conferentie over sport en mensenrechten in China. De norm die uit dit bericht naar voren komt, is dat mensenrechten gerespecteerd moeten worden. Verder is er nog een artikel over een hardloopster die een half jaar cel heeft gekregen voor het plegen van meened in een dopingzaak. Hierin ligt de waarde eerlijkheid besloten. Tot slot bevat die voorpagina een stuk over de emancipatiedrang van de jongeren die hapert. Uit dit bericht blijkt dat de krant de waarde gelijkheid (tussen man en vrouw) hoog heeft zitten. En als het goed is komen de waarden die de krant uitdraagt overeen met die van de burgers in het land waarin deze wordt uitgegeven.
- Naast deze serieuzere taken, heeft de krant volgens mij ook nog wel wat luchtigere functies, zoals amuseren. Dat gaat vaak een beetje samen met de opiniërende taak. Veel van de meer verspreidende informatie in de krant gaat over de actualiteit en geeft een mening, zoals columns en cartoons. Bij gratis kranten is de amuserende factor misschien nog wel belangrijker, omdat mensen die ook grotendeels lezen als tijdverdrijf.
- Verder bieden kranten service-informatie aan de lezer. Ook dit is een taak die de laatste jaren voor kranten minder belangrijk is geworden. De bioscoopagenda en dergelijke weten mensen vaak ook via andere kanalen, zoals internet, te vinden.
De krant kan volgens mij op dit gebied nog wel een rol van betekenis spelen door informatie te bieden waar de lezer zelf iets mee kan. Bijvoorbeeld door bij een probleem aan te geven wat de burger zelf kan doen.

Inspireren en gevoel van betrokkenheid geven

Enkele voorstanders van meer positief nieuws vinden dat dagbladen ook nog een andere taak op zich moeten nemen, namelijk: inspireren. Volgens Zinfo.nl ‘lijken mensen tegenwoordig (door negatieve berichten in de media, AB) steeds vaker te ervaren hoe het niet werkt en waar ze niet blij van worden’²². De stichting denkt dat positief nieuws mensen kan verrassen en inspireren.

²² Stichting Zinfo.nl (2007). *Informatie over de stichting Zinfo.nl*. Internet: www.zinfo.nl/zinfo/overzinfo.html

Marco Visscher, redacteur van het opinietijdschrift *Ode* gaat nog een stapje verder. Hij stelde eind 2006 in het *NRC Handelsblad*²³ dat kranten door het brengen van uitsluitend negatief nieuws ‘een gemeenschap van angsthazen creëren die hun burens vrezen en niet van de gebaande paden durven afwijken’. Zijn remedie? Inspiratie. Journalisten moeten volgens hem proberen bij de lezers een ingeving op te roepen, bijvoorbeeld met ‘verhalen over oplossingen, mogelijkheden om bij te dragen en kansen die (vaak) onbenut blijven, wat lezers uitzicht biedt op hoop en een concreet handelingsperspectief.’

Het lijkt nu of dat de inspirerende taak van krant iets nieuws is, maar volgens Suzanne Weusten is dit niet zo²⁴. Ze vertelt dat ze in 2005 betrokken is geweest bij het restylen van de zaterdagbijlagen van de *Volkskrant* en dat toen is geformuleerd dat die moesten informeren, identificeren, opiniëren en inspireren. Zij denkt ook dat kranten zich de laatste jaren steeds meer bezighouden met oplossingsgericht schrijven.

De enige betaalde, Nederlandse, landelijke krant die, voor zover ik weet, het inspireren ook heeft opgenomen in de taken die het dagblad zichzelf toebedeelt, is *Trouw*. Die krant biedt ‘een bron van bezinning en inspiratie voor iedereen die behoefte heeft aan diepgang en morele en spirituele oriëntatie’²⁵. Volgens hoofdredacteur Willem Schoonen moeten kranten inspireren omdat de lezer daar behoefte aan heeft. De krant is volgens hem óók een emotioneel product en de lezer wil daarom ook geïnspireerd worden door berichten die laten zien wat ze zelf kunnen doen.²⁶

En ook Ben Rogmans, hoofdredacteur van gratis dagblad *De Pers*, vindt dat kranten moeten inspireren. Dat kunnen ze volgens hem doen ‘door te schrijven over mensen die iets proberen te doen aan problemen en te laten zien dat je iets kunt doen’.²⁷

Ik ben het met Rogmans en Schoonen eens dat het goed is dat kranten laten zien aan mensen dat ze wat kunnen doen aan problemen, maar mijn bezwaar tegen de term ‘inspireren’, is dat het doelt op ‘aanzetten tot handelen’. En ik vind niet dat een krant zich daarmee bezig moet houden. Of lezers wat willen ondernemen, blijft aan hen zelf. Dat kan een krant niet afdwingen.

Ik wil de inspiratietaak in mijn lijstje liever vervangen door ‘betrekken bij de maatschappij’. De krant moet volgens mij burgers het gevoel geven dat het mogelijk is om de wereld op een positieve manier te veranderen en dat menselijk handelen daarbij een verschil kan maken. Want als mensen het gevoel hebben dat hun mening en handelen er toch niet toe doet, leidt dit er toe dat ze zich afsluiten voor politieke en maatschappelijke problemen. En dat is ook niet goed voor de democratie. Zo’n systeem heeft immers weinig zin als het burgers niks kan schelen wat de politiek en belangrijke instanties doen. En ik denk dat een constante stroom van negatieve berichten die betrokkenheid kan afstompen, omdat er een gevoel van ‘ellendemoedigheid’ en machteloosheid ontstaat. Daarom is er volgens mij voor kranten een belangrijke rol weggelegd om burgers betrokken te houden/maken bij de maatschappij en perspectief te bieden.

De maatschappelijke taken die de krant volgens mij heeft, zijn dus:

1. Informeren
2. Duiden en analyseren
3. Een opinieplatform bieden

²³ Visscher, M (2006,14 december). *Verdriet, verderf en vernietiging – melden de kranten*. Gevonden op: http://www.nrc.nl/opinie/article574452.ece/Verdriet,_verderf_en_vernietiging_ndash_melden_de_kranten

²⁴ Interview met Suzanne Weusten, 12 februari 2008, zie Bijlage 3

²⁵ *Trouw* (2005,18 augustus). *Eigentijds,eigenzinnig en menselijk*. Internet: <http://www.trouw.nl/service/redactie-en-organisatie/article9232.ece>

²⁶ Interview met Willem Schoonen, 29 januari 2008, zie Bijlage 2

²⁷ Interview met Ben Rogmans, 16 januari 2008, zie Bijlage 4

4. Controleren van de macht
5. Onderwerpen agenderen
6. Cultuuroverdracht
7. Amuseren
8. Service-informatie bieden
9. Betrekken bij de maatschappij

Nu wordt het tijd om te kijken hoe positieve berichtgeving kan bijdragen aan het vervullen van deze taken. Dit ga ik doen in het volgende hoofdstuk.

Hoofdstuk 5

Positieve berichtgeving en de maatschappelijke taken van de krant

Nu zal ik aan de hand van het lijstje met maatschappelijke taken uit het vorige hoofdstuk per taak aangeven hoe ik vind dat positieve artikelen bijdragen aan het vervullen ervan. De overwegingen uit dit hoofdstuk zullen de belangrijkste bijdrage leveren aan het antwoord op mijn hoofdvraag dat ik in het volgende hoofdstuk zal geven.

1. Informeren

Om burgers op een betrouwbare, complete en nauwkeurige manier te informeren kan een krant eigenlijk niet zonder positieve berichten. Een krant die alleen maar negatief nieuws brengt, laat een groot deel van de werkelijkheid buiten beschouwing.

Dat is op zich geen reden om meer positief nieuws te brengen, want er worden ook veel negatieve dingen buiten beschouwing gelaten, zoals ongelukjes binnenshuis, simpelweg omdat het nieuws niet belangrijk en omvangrijk genoeg is. En dat is ook gewoon bij sommige positieve dingen het geval.

Maar over nieuwswaardige onderwerpen, zoals ontsnappingen van tbs'ers en de doorstroming van vmbo'ers naar de havo is het wel zinvol voor kranten om ook de positieve kanten te tonen. Bijvoorbeeld met een verhaal over een tbs'er die wel zonder ontsnappingen zijn verlofperiodes doorloopt. Alle problemen en verleidingen die hij daarbij tegenkomt, komen in zo'n verhaal natuurlijk ook wel aan bod, maar de insteek is positiever.

Door de lezers ook te informeren over wat wel goed gaat, krijgen ze een completer beeld van de samenleving. Maar dat werkt alleen als een positief verhaal enkel geschreven wordt als de realiteit het rechtvaardigt. Soms is er gewoon geen positieve kant of is de negatieve kant zo ernstig dat je er met een optimistische benadering teveel afbreuk aan doet. Ik zie bijvoorbeeld niet in waarom de krant een positieve draai zou moeten geven aan verkrachtingszaken.

2. Duiden en analyseren

Ook het duiden en analyseren van nieuwsfeiten gaat volgens mij niet zoals het zou moeten zonder zowel de positieve als de negatieve kant van gebeurtenissen te laten zien. Voor het ontwikkelen van een goed begrip moet de lezer ook weten wat er wel goed gaat. Alleen zo kan hij zich een beeld vormen van hoe groot problemen werkelijk zijn en hoe gebeurtenissen met elkaar in verband staan.

3. Een opinieplatform bieden

Ik vind het lastig te beoordelen in hoeverre positieve berichtgeving een rol speelt bij de krant als een opinieplatform. Opiniestukken zijn qua inhoud meestal niet goed te scharen onder negatief of positief omdat op forumpagina's meestal stukken staan van mensen die het ergens niet mee eens zijn. En dat is logisch, want iemand die vindt dat goed gaat zo, voegt meestal weinig toe aan het debat.

Op het punt van de compromis- en oplossingsgerichtheid uit mijn definitie valt hier nog wel wat te zeggen. Kovach en Rosentiel (2007, p.175-176) schrijven dat als een discussie alleen gericht is op het polariseren en aanscherpen van tegenstellingen het betreffende opinieplatform zijn doel voorbijschiet. Media moeten zich volgens deze auteurs richten op punten waar partijen elkaar in tegemoet komen en compromissen kunnen sluiten.

Ik denk dat een debat waarin alleen twee ver uit elkaar liggende standpunten worden geventileerd weinig nut heeft. Het doel van een debat is dat twee partijen argumenten

uitwisselen en van elkaar leren. Dat gebeurt niet als ze elkaar alleen maar ‘de tent uitvechten’. En als er punten naar voren komen waarop overeenstemming kan worden gevonden kan de lezer gemakkelijker zelf nadenken over het onderwerp.

Althans, zo dacht ik voor mijn gesprek met Willem Schoonen. Hij vindt dat het juist niet goed is als altijd naar compromissen gezocht wordt. “Iedere discussie eindigt dan in het grijze midden”. Soms lopen standpunten gewoon erg uiteen en dan mag het van hem ‘best knallen’, omdat daaruit vaak interessante nieuwe argumenten naar voren komen. Dit laatste vindt hij een belangrijke voorwaarde. Trouw besteedt volgens hem dan ook geen aandacht aan discussies waarin niets nieuws gezegd wordt.²⁸

Ik denk nu dat het niet uitmaakt als in een discussie erg uiteenlopende standpunten naar voren komen, zolang het maar nieuwe informatie oplevert. Ik denk nog steeds dat het soms interessant kan zijn het compromis te zoeken tussen twee uitersten maar de ‘oplossing’ ligt natuurlijk niet altijd in het midden. Soms sluiten standpunten elkaar bijvoorbeeld totaal uit. Dan is het helemaal niet erg als het er heftig aan toe gaat.

Soms kan een compromis- of oplossingsgericht opiniestuk bijdragen aan de platformtaak van de krant. Maar het moet vooral niet te vaak gebeuren want dan worden de discussies vlak omdat er teveel naar compromissen wordt gezocht en dat is ook niet aantrekkelijk voor de lezer.

4. Controleren van de macht

Als kranten deze taak goed vervullen, controleren ze wat machtige instanties doen en hoe ze het doen en zodra zij daarbij misstanden constateren stellen ze die aan de kaak. Het laten zien wat de instanties fout doen, is dus een belangrijk onderdeel van deze taak en daarom zal een groot deel van de invulling hiervan logischerwijs bestaan uit negatieve berichten.

Maar als kranten deze taak vervullen zo als het volgens mij zou moeten, krijgen lezers ook inzicht in de hoe de macht werkt en wat die instanties doen. Alleen dan kunnen lezers zich goed een mening vormen over deze instituten. Ik denk dat dit niet bereikt wordt wanneer kranten alleen negatief schrijven over machtige instituties. Als politici of grote bedrijven misbruik maken van hun macht moet daar natuurlijk over bericht worden. Maar als altijd alleen de slechte kant getoond wordt, kan de lezer geen goede beoordelingsmaatstaf ontwikkelen voor die instituties (Kovach en Rosentiel 2007, p.144). Denk aan mensen die niet gaan stemmen omdat het in de politiek toch allemaal ‘één pot nat’ is’.

Door ook te laten zien waar de machtige partijen successen boeken, kunnen lezers zich daarover een beter oordeel vormen. Ik denk dat het helemaal niet gek is om bijvoorbeeld een jaar na de introductie van een politieke maatregel een verhaal te schrijven over wat die regeling het land gebracht heeft.

Ook Willem Schoonen vindt dat redacties wel vaker dit soort verhalen zouden kunnen schrijven²⁹. Zulke verhalen komen volgens hem ook wel eens in de krant. “Bijvoorbeeld bij de Betuwelijn. Dat is een geldverspillend plan, hebben diverse mensen in onze krant gezegd. Maar als die een keer rendeert, besteden we er ook aandacht aan.” Maar deze positieve berichten over de machtige instituties zijn volgens hem wel vaak korter dan negatieve berichten.

Ik denk zelf echter dat kranten ook best langere positieve verhalen kunnen schrijven over machtige instanties. Naast dat de lezer dan een betere beoordelingsmaatstaf kan ontwikkelen, vindt de lezer het denk ik minstens zo interessant om te lezen over mensen wiens situatie door een politieke maatregel is verbeterd als over mensen die nadelige effecten zo’n plan hebben ondervonden.

²⁸ Interview met Willem Schoonen, 29 januari 2008, zie Bijlage 2

²⁹ Interview met Willem Schoonen, 29 januari 2008, zie Bijlage 2

5. Onderwerpen agenderen

Bij het op de agenda zetten van belangrijke onderwerpen ligt het brengen van positief nieuws soms moeilijk. Als je een misstand binnen een bedrijf aan de kaak stelt maar een dag later een bericht plaatst over iets wat wel goed gaat binnen datzelfde bedrijf, verklein je de aandacht voor de misstand. Het lijkt door het positieve bericht daarna eigenlijk best mee te vallen. Het is ook hier dus belangrijk dat je als journalist eerst zelf goed weet hoe groot en belangrijk een verschijnsel is. Pas dan kun je beoordelen of een positieve dan wel negatieve benadering gerechtvaardigd is.

Anderzijds kan een bericht over een oplossing die in een ander land wordt gehanteerd voor een probleem dat wij ook kennen die oplossing bij Nederlandse organisaties en overheden op de agenda zetten. Zo zou een bericht over maatregelen voor het terugdringen van het broeikaseffect in Noorwegen die ideeën ook bij de Nederlandse overheid op de agenda kunnen zetten.

6. Cultuuroverdracht

Dat positieve berichten bijdragen aan de cultuuroverdrachtstaak ligt eigenlijk al een beetje besloten in de definitie die ik gebruik. Daarin stel ik dat positief nieuws waarden als mededogen, naastenliefde, vreedzaamheid en gelijkheid uitdraagt. Berichten die deze waarden uitdragen, vallen volgens mij dus sowieso onder positief nieuws. En omdat al deze waarden in Nederland belangrijk gevonden worden, is het logisch dat kranten als ze hun cultuuroverdrachtstaak goed uitvoeren die ook uitdragen in hun berichten.

7. Amuseren

De lezer amuseren kan met positieve berichten, maar dat hoeft niet per sé. Een heldenverhaal of een pasgeboren tiggertje doet het goed, maar mensen ‘genieten’ ook al eeuwenlang van sensatie en ellende (Stephens, 1989, p.129).

Soms zal een positief bericht als amuserend worden ervaren en soms niet, maar dat is in mijn ogen niet de reden waarom kranten zich hiermee bezig moeten houden.

Dat neemt niet weg dat het natuurlijk wel prettig kan zijn om af en toe ook dingen te horen die goed gaan, zeker over iets wat vaak geassocieerd wordt met ellende. Een medestudent vertelde mij over een item van RTL Nieuws over het Iraaks Nationaal Symfonie Orkest waarin Koerden, Soennieten en Sjiieten samen speelden en zei: ‘Dat vond ik een prettige afwisseling na al het nieuws zoals rellen in Kenia in die uitzending’.

Er wordt soms wel gezegd dat ‘slecht nieuws’ beter verkoopt, maar ik denk dat positief nieuws, net als in dit voorbeeld, soms ook zeker amusementswaarde kan hebben.

8. Service-informatie bieden

Zoals ik in het vorige hoofdstuk heb aangegeven kan een krant service bieden aan de lezer door bij een artikel aan te geven wat mensen zelf kunnen doen aan een probleem. Dit is een oplossingsgerichte benadering en daarmee, mits geweldloos, in mijn ogen positief.

Verder is het belangrijk dat kranten lezers dit soort handvaten bieden, omdat als de krant dit niet doet de kans groot is dat er bij de lezer een gevoel van ‘fatalisme’ ontstaat: ‘Het is toch allemaal ellende in de wereld waar ik verder niks aan doen, dus waarom zou ik me er nog druk over maken?’.

Maar het geven van tips heeft alleen zin als de lezer ervoor open staat. Want, zoals Trouw hoofdredacteur Schoonen ook aangeeft, hebben lezers als een onderwerp bij hen nog niet ‘speelt’ ook geen behoefte er iets aan te doen.

9. Betrekken bij de maatschappij

Bij het goed uitvoeren van deze maatschappelijke taak door kranten is positief nieuws naar mijn mening essentieel. Ook in mijn definitie van positieve berichten komt al naar voren dat die gericht zijn op betrokkenheid.

Negatieve berichten kunnen mensen wel prikkelen en duidelijk maken waarom het belangrijk is dat ze aandacht hebben voor een bepaalde gebeurtenis. Als een krant bijvoorbeeld aandacht wil voor de ellende in Darfur gaat dit beter door lezers te confronteren met een verhaal over de misstanden en misschien zelfs te shockeren met foto's dan met een positief verhaal.

Maar als kranten alleen negatief berichten stompt dat juist af. Dan maken mensen zich nergens meer druk over omdat er simpelweg teveel ellende in de wereld lijkt te zijn.

Daarom moet een krant om de lezer perspectief te bieden en betrokken te houden bij wat er in de wereld gebeurt ook schrijven over mogelijke oplossingen en pogingen daartoe. Zo krijgen mensen vertrouwen dat ze een verschil kunnen maken en kunnen bijdragen aan oplossingen.

Hoofdstuk 6

Conclusie

De hoofdvraag waarmee ik deze reflectie begon was:

Hoe draagt het brengen van positieve artikelen door kranten bij aan het vervullen van de maatschappelijke taken die zij volgens mij hebben?

Op basis van alle overwegingen uit de vorige hoofdstukken kom ik tot het volgende antwoord op deze vraag:

Om hun maatschappelijke taken te vervullen zoals het volgens mij eigenlijk zou moeten, kunnen kranten niet zonder positieve berichten. Bij ieder van de maatschappelijke taken die kranten volgens mij hebben, heeft de lezer meer aan de krant als die ook schrijft over dingen die wel goed gaan. Positieve berichten dragen niet aan iedere taak evenveel bij, maar door ook te laten zien wat wel goed gaat, krijgt de vervulling van elke taak net iets meer toegevoegde waarde. Daarom vind ik dat iedere krantenredactie na moet denken over de positiviteit en negativiteit van haar berichtgeving.

Als de krant zijn informerende en duidende en analyserende taken goed uitvoert is er ook aandacht voor dingen die goed gaan of verbeterd worden, zodat de lezer een evenwichtig beeld krijgt van de samenleving.

Bij het goed uitvoeren van de platformfunctie is positieve, oplossingsgerichte berichtgeving door aandacht voor overeenkomsten en compromispunten belangrijk om de lezer handvaten te geven om mee te denken. Maar het is hierbij wel oppassen geblazen dat je niet alles laat vervlakken in compromissen. Als standpunten elkaar uitsluiten, kun je niet naar compromissen zoeken en is een heftig debat niet erg, als het maar interessante argumenten voor de lezer oplevert.

Daarnaast draagt positieve berichtgeving via de agendafunctie er toe bij dat in de politiek meer nagedacht wordt over oplossingen en dat burgers zich druk maken over zaken die ertoe doen in plaats van over problemen die groter lijken dan ze zijn.

Verder kunnen positieve gebeurtenissen de lezer amuseren en laten zien welke waarden en normen in een samenleving gehanteerd worden en service bieden door aan te geven wat de lezer zelf kan doen aan problemen.

Bij het betrekken van de lezer bij de maatschappij is positieve berichtgeving zelfs onmisbaar. Door meer positieve berichten kunnen kranten lezers zich meer betrokken laten voelen bij de samenleving en ze het vertrouwen geven dat ze een verschil kunnen maken.

Dat laatste is misschien nog wel de belangrijkste reden waarom kranten aandacht moeten besteden aan positief nieuws. Het geloof van burgers dat ze een verschil kunnen maken in de samenleving, is essentieel voor het functioneren van een democratie. En op deze manier is het brengen van positief nieuws niet alleen belangrijk bij de maatschappelijke taakvervulling van de krant, maar levert het ook nog een belangrijke bijdrage aan het functioneren van de democratie.

Hoofdstuk 7

Aanbevelingen

Op basis van mijn bevindingen doe ik in dit hoofdstuk een aantal aanbevelingen voor krantenredacties over hoe zij in mijn ogen zouden moeten omgaan met positief nieuws. Daarnaast zal ik nog aanbevelingen doen voor verder onderzoek.

Aanbevelingen voor krantenredacties

Om een completer en vooral realistischer beeld te geven van gebeurtenissen moeten krantenredacties goed opletten welk beeld zij neerzetten. Ze moeten in de gaten houden of het beeld dat uit hun berichtgeving naar voren komt, klopt met de realiteit. Als dit niet het geval is, moet de krant overwegen over dat onderwerp meer positief of negatief te berichten. Om deze inschatting te maken is het belangrijk dat krantenjournalisten zelf goed weten waarover ze schrijven, zodat ze goede inschatting kunnen maken van hoe belangrijk een probleem is en hoe de lezer een gebeurtenis moet interpreteren.

Ook statistisch onderzoek is hierbij belangrijk. Het kan geen kwaad als bijvoorbeeld een politicus iets presenteert als een probleem journalisten eerst even kijken wat statistieken en deskundigen erover zeggen.

Verder moeten kranten naar mijn mening af en toe een verhaal durven schrijven over dingen die machtige instanties goed doen. Dat hoeft niet ten kosten te gaan van de rol als kritische waakhond. Het kan die rol zelfs versterken omdat de lezer zich dan beter een oordeel kan vormen en meer heeft aan de krant als machtscontrolerend orgaan.

Ook denk ik dat kranten om hun maatschappelijke taken goed te vervullen op zoek zouden moeten gaan naar oplossingen. Kranten kunnen op zoek gaan naar deskundigen die oplossingen aandragen of hen tips laten geven waar de lezer zelf iets mee kan. Daarnaast kan de krant ook berichten over oplossingen en initiatieven die elders succesvol worden toegepast zodat het mensen in gebieden die met een vergelijkbaar probleem te maken hebben op ideeën kan brengen. Deze oplossingsgerichte benadering is denk ik alleen een kwestie van naast de geijkte vragen ook andere vragen stellen. Een hoogleraar die je normaal belt om uit te leggen waarom het slecht gaat met de Nederlandse dijken, kun je ook vragen wat er volgens hem aan gedaan zou kunnen worden.

Tot slot wil ik hier nog toevoegen dat ik tijdens de interviews met (adjunct)hoofdredacteuren (Bijlage 2,3,4) heb gemerkt dat Trouw, de Volkskrant en De Pers een aantal van de dingen die ik hierboven noem, al doen.

En het zal mij ook niet verbazen als er meer krantenredacties zijn die zich hier al mee bezighouden. Vooral het oplossingsgerichte is volgens Suzanne Weusten, adjunct-hoofdredacteur van de Volkskrant iets wat kranten al steeds meer doen³⁰.

Dat ik deze aanbevelingen doe wil dus niet zeggen dat ik denk dat kranten die nog helemaal niet toepassen, maar wel dat ik vind dat iedere krant het eigenlijk zo zou moeten doen.

³⁰ Interview met Suzanne Weusten, 12 februari 2008, zie Bijlage 3

Aanbevelingen voor verder onderzoek

Tijdens dit onderzoek ben ik ook een aantal zaken tegengekomen die interessant zouden zijn voor vervolgonderzoek:

- Hoe staan journalisten tegenover positief nieuws? Er wordt vaak voorondersteld dat journalisten een voorliefde hebben voor negatieve gebeurtenissen en dat er op positief nieuws wordt neergekeken. Hierboven geef ik al aan dat ik vermoed dat deze houding aan het veranderen is. Het zou dus interessant kunnen zijn uit te zoeken hoe journalisten werkelijk denken over het brengen van positief nieuws.
- Verder ben ik wel benieuwd of positief nieuws in een westerse democratie een andere rol speelt dan in bijvoorbeeld een Derde Wereldland. Kussendrager en Van der Lugt (2002, p.128) stellen dat in Derde Wereldlanden positief nieuws belangrijker is om het mensen vertrouwen geeft in de toekomst. Mede door deze bewering denk ik dat het interessant is uit te zoeken hoe er met positief nieuws wordt omgegaan in andere samenlevingen. Interessante landen zijn bijvoorbeeld Amerika, Rusland en China en Derde Wereldlanden omdat die heel erg verschillen van onze eigen samenleving.

Bronnenlijst

Boeken

- Boer, C de & Brennecke, S (2003). *Media en Publiek*. Amsterdam: Boom
- Costera Meijer, I (2006). *De Toekomst van het nieuws*. Amsterdam: Otto Cramwinckel Uitgever
- Evers, H (2002). *Media-ehetik*. Groningen/Houten: Wolters Noordhoff
- Heuvel, J van den & Grimm, E 'red' (2007). *De krant is koning*. Amsterdam: Cebuco
- Kovach, B & Rosenstiel, T (2007). *The elements of journalism*. New York: Three Rivers Press
- Kussendrager, N & Lugt, D van der (2002). *Basisboek Journalistiek*. Groningen/Houten: Wolters Noordhoff.
- Lockfeer, H.A. (1996). *Een krant met karakter*. Amsterdam: Meulenhoff
- Myers, D.G (1999). *Social psychology*. Michigan: McGraw-Hill College
- Stephens, M (1989). *Geschiedenis van het nieuws*. Utrecht: Het Spectrum
- Teunissen, F (2005). *Wat is nieuws?* Amsterdam: Boom onderwijs
- Wattenberg, B.J. (1985). *The good news is, the bad news is wrong*. New York: Simon & Schuster (geraadpleegd als E-book via http://books.google.nl/books?id=9jho2dEhwh0C&pg=PA1&dq=%22the+good+news+is,+the+bad+news+is+wrong%22&sig=aDrFOxYizAxN2maPwQ79Gqh_-Ko)

Rapporten

- Breedveld, K. Broek, A. van den, Haan, J. de, Harms, L. Huysmans, F. & Ingen, E. van (2006). *De tijd als spiegel*. Den Haag: Sociaal Cultureel Planbureau.
- Nationaal Onderzoek Multimedia (2007). *NOM Printmonitor oktober 2006 t/m juli 2007*. Internet: <http://www.nommedia.nl/docs/Bijlage%20persbericht%20NPM%20okt%2006%20tm%20jul%2007.pdf>

Artikelen

- Koelé, T & Randewijk, M (2008, 12 januari). *Debat sport en politiek laait weer op; Chinezen niet blij met Nederlandse conferentie over Olympische Spelen waar mensenrechten ter sprake komen*. De Volkskrant, p.1
- Maas, M (2007, 15 december). *Patstelling op Bali door halsstarrige Amerikanen*. De Volkskrant, p.1
- Meteren, W van (2007, 22 december). *Werkgevers in actie tegen fileleed – Ontmoediging autogebruik in CAO vastleggen*. Trouw, p. 2-3
- Schötelndreier, M (2008, 12 januari) *Emancipatiedrang hapert bij jongeren*, De Volkskrant, p.1
- Visscher, M (2006, 14 december). *Verdriet, verderf en vernietiging – melden de kranten*. Gevonden op: http://www.nrc.nl/opinie/article574452.ece/Verdriet,_verderf_en_vernietiging_ndash_melden_de_kranten
- De Volkskrant (2008, 12 januari). *Half jaar cel voor Olympisch Kampioene*. p.1
- Weel, I (2007, 15 december). *De EU heeft een akkoord, de VS niet*. Trouw, p.1

Online publicaties

- Exter, F van (2005, 26 november). *In slecht nieuws schuilt vaak het goede nieuws*. Internet: http://www.trouw.nl/deverdieping/dossiers/article40493.ece/In_slecht_nieuws_schuilt_v vaak_het_goede_nieuws?backlink=true
- Good News Network (2007). *What counts as good news for us?*. Internet: <http://www.goodnewsnetwork.org/about-us/about-us/definition.html>
- Groenhuijsen, C (2006, 5 juli). *Goed-nieuwsjournalistiek: Broertjes vs. Balkenende*. Internet: <http://www.denieuwereporter.nl/?p=463>
- Huysmans, F (2006, 18 november). *Kranten bereiken jongere lezers nauwelijks*. Internet: <http://www.tijdbesteding.nl/hoelangvaak/vrijetijd/media/gedrukt/kranten/20061018.html>
- PCM Media (2007). *Profiel en Bereik*. Internet: http://www.pcmmedia.nl/pdf/PCMMedia_ProfielBereik_rapport.pdf
- De Pers (2007). *Missie dagblad De Pers*. Internet: www.depers.nl/dagblad/missie
- Ramakers, E (2007, 10 november). *Goed nieuws is nieuws*. Internet: <http://www.pzc.nl/extra/lezersredacteur/2140698/Goed-nieuws-is-nieuws.ece>
- Rooij, S van (2006, 14 december). *Printed media brengen meer positief nieuws dan consumenten denken*. Internet: <http://www.bexblog.nl/?p=120>
- Trouw (2005, 18 augustus). *Eigentijds, eigenzinnig en menselijk*. Internet: <http://www.trouw.nl/service/redactie-en-organisatie/article9232.ece>
- Zinfo.nl (2007). *Informatie over de stichting Zinfo.nl*. Internet: www.zinfo.nl/zinfo/overzinfo.html
- Zinfo.nl (2007). *Website over de Goednieuwsdag*. Internet: www.goednieuwsdag.nl
- Zinfo.nl (2007, 10 december). *DAG heeft hoogste Goed Nieuws Index*. Internet: <http://www.zinfo.nl/zinfo/2007/12/goed-nieuws-ind.html>
- Zinfo.nl (2008, 14 januari). *Telegraaf.nl heeft meeste goed nieuws*. Internet: <http://www.zinfo.nl/zinfo/2008/01/telegraafnl-hee.html>
- Zinfo.nl (2008, 9 februari). *NOS Journaal positiever dan RTL Nieuws*. Internet: <http://www.zinfo.nl/zinfo/2008/02/nos-journaal-he.html>

Gesprekken

- Telefonisch gesprek met Peter Zoon, initiatiefnemer van de stichting Zinfo.nl, 11 december 2007
- Telefoongesprek met Dirk Koppes, adjunct-hoofdredacteur van de Pers, 20 december 2007, Bijlage 5
- Interview met Ben Rogmans, hoofdredacteur de Pers, 16 januari 2008, Bijlage 4
- Interview met Willem Schoonen, hoofdredacteur Trouw, 29 januari 2008, Bijlage 2
- Interview met Suzanne Weusten, adjunct-hoofdredacteur van de Volkskrant, 12 februari 2008, Bijlage 3

Wel gevoerde maar niet gebruikte gesprekken

- Mailcontact met Peter Goossens van de Vlaamse website Positief Nieuws Bureau, 13 december 2007
- Telefoongesprek met Willem Spierdijk, chef redactie van het Haarlems Dagblad, 19 december 2007

Bijlagen

Bijlage 1 Uitwerking Veldonderzoekje

Zinfo.nl heeft op vrijdag 7 december 2007 een onderzoek gedaan naar hoe positief de Nederlandse kranten zijn. Hiervoor heeft oprichter Robbert Zoon op die dag van acht kranten de binnenlandse en buitenlandse berichten ingedeeld in de categorieën positief, negatief en neutraal. Waar deze oordelen op gebaseerd zijn, geeft Zoon toe, is een kwestie van zijn eigen gevoel.

Om te onderzoeken of een dergelijk onderzoek enige waarde kan hebben, heb ik vijf medestudenten gevraagd in vier kranten tien berichten te beoordelen aan de hand van dezelfde categorieën. Ik heb daarnaast ook de antwoordmogelijkheid ‘weet niet’ gegeven. Op deze manier wil ik kijken of er wellicht enige consistentie is in wat verstaan wordt onder positief nieuws.

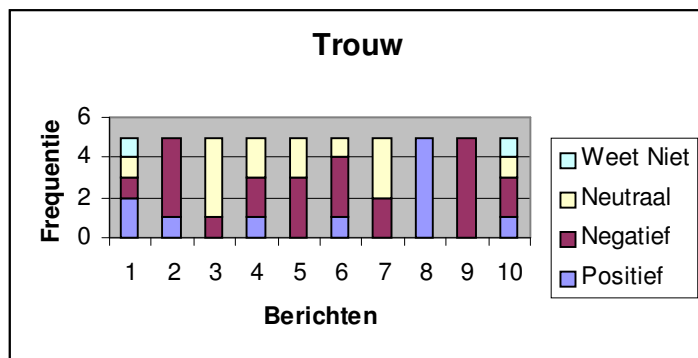
Ik heb zelf in Trouw, de Volkskrant, de Pers en NRC.next van donderdag 10 januari 2008 in totaal veertig berichten uitgekozen (in totaal tien per krant) en voorgelegd aan mijn medestudenten. Welke berichten dit precies zijn, staat in de lijst aan het einde van deze bijlage.

In de onderstaande tabellen heb ik per respondent de antwoorden schematisch weergegeven per krant. Op basis van het aantal keren voorkomen van antwoordcategorieën heb ik scorecombinaties toegekend. De score 5 betekent dat alle respondenten hetzelfde antwoord hebben gegeven. De score 3-1-1, betekent dat drie mensen hetzelfde antwoord gaven en de andere twee allebei een verschillend afwijkend antwoord. Voor de categorie weet niet, heb ik steeds een 0 gescoord.

In de grafieken die ik hieronder weergeef is te zien hoeveel alle categorieën per bericht hebben gescoord. Aan het einde van deze bijlage treft u een lijst met de artikelen die corresponderen met de nummers in de tabellen

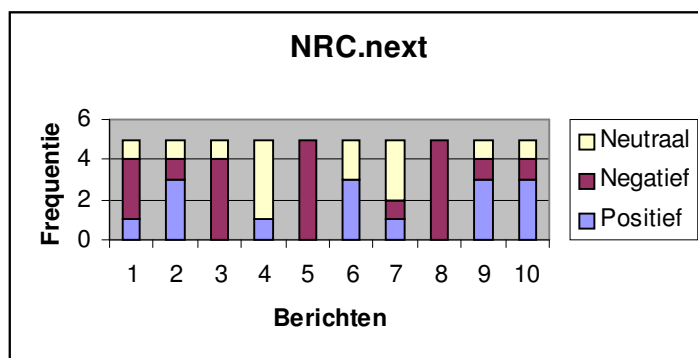
Trouw

	Respondent 1	Resp. 2	Resp. 3	Resp.4	Resp.5	Score (positief-negatief- neutraal-weet niet)
Bericht 1	positief	weet niet	neutraal	negatief	positief	2-1-1-0
Ber. 2	negatief	positief	negatief	negatief	negatief	1-4
Ber. 3	neutraal	neutraal	neutraal	negatief	neutraal	.-4-1
Ber. 4	neutraal	negatief	positief	neutraal	negatief	1-2-2
Ber. 5	negatief	negatief	negatief	neutraal	neutraal	.-3-2
Ber. 6	positief	negatief	neutraal	negatief	negatief	1-3-1
Ber. 7	negatief	negatief	neutraal	neutraal	neutraal	.-2-3
Ber. 8	positief	positief	positief	positief	positief	5
Ber. 9	negatief	negatief	negatief	negatief	negatief	.-5
Ber. 10	positief	negatief	weet niet	neutraal	negatief	1-2-1-0



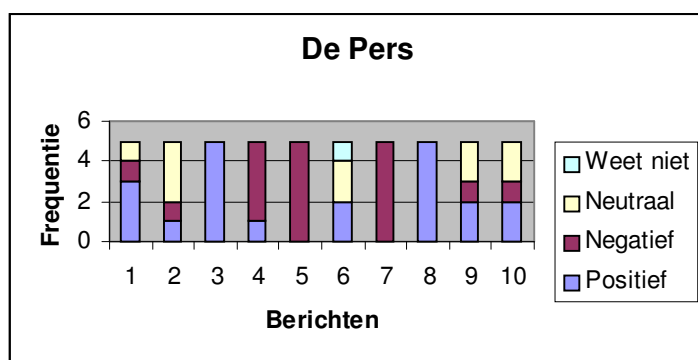
NRC.Next

	Respondent 1	Resp. 2	Resp. 3	Resp. 4	Resp. 5	Score (positief- negatief- neutraal- weet niet)
Bericht 1	negatief	neutraal	positief	negatief	negatief	1-3-1
Ber. 2	negatief	positief	neutraal	positief	positief	3-1-1
Ber. 3	negatief	negatief	negatief	neutraal	negatief	.-4-1
Ber. 4	neutraal	neutraal	neutraal	neutraal	positief	4-.-1
Ber. 5	negatief	negatief	negatief	negatief	negatief	.-5
Ber. 6	neutraal	positief	positief	neutraal	positief	3-2
Ber. 7	negatief	neutraal	neutraal	neutraal	positief	1-1-3
Ber. 8	negatief	negatief	negatief	negatief	negatief	.-5
Ber. 9	positief	neutraal	positief	positief	negatief	3-1-1
Ber. 10	positief	positief	positief	negatief	neutraal	3-1-1



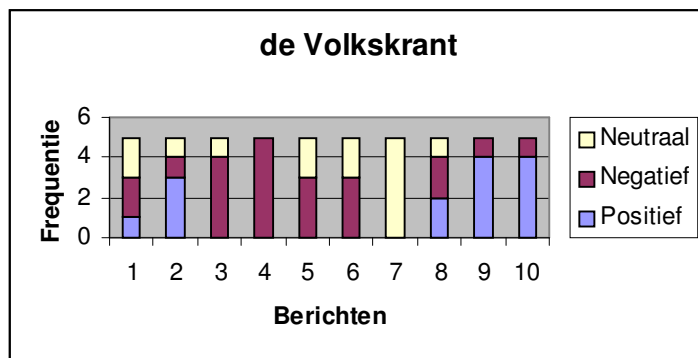
De Pers

	Respondent 1	Resp. 2	Resp. 3	Resp.4	Resp.5	Score (positief-negatief- neutraal-weet niet)
Bericht 1	positief	positief	negatief	neutraal	positief	3-1-1
Ber. 2	positief	negatief	neutraal	neutraal	neutraal	1-1-3
Ber. 3	positief	positief	positief	positief	positief	5
Ber. 4	negatief	negatief	positief	negatief	negatief	1-4
Ber. 5	negatief	negatief	negatief	negatief	negatief	.-5
Ber. 6	neutraal	positief	positief	neutraal	weet niet	2-2-.0
Ber. 7	negatief	negatief	negatief	negatief	negatief	.-5
Ber. 8	positief	positief	positief	positief	positief	5
Ber. 9	positief	positief	negatief	neutraal	neutraal	2-1-2
Ber. 10	positief	neutraal	negatief	neutraal	positief	2-1-2

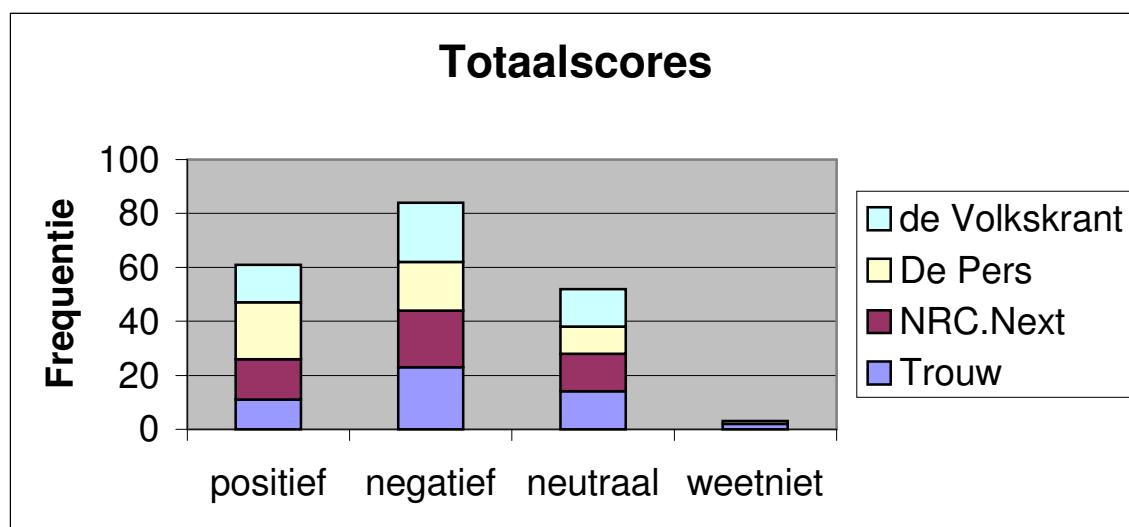


De Volkskrant

	Respondent 1	Resp. 2	Resp. 3	Resp.4	Resp.5	Score
Bericht 1	positief	negatief	negatief	neutraal	neutraal	1-2-2
Ber. 2	positief	positief	neutraal	positief	negatief	3-1-1
Ber. 3	negatief	negatief	negatief	neutraal	negatief	.- 4-1
Ber. 4	negatief	negatief	negatief	negatief	negatief	.-5
Ber. 5	neutraal	negatief	neutraal	negatief	negatief	.-3-2
Ber. 6	negatief	neutraal	neutraal	negatief	negatief	.-3-2
Ber. 7	neutraal	neutraal	neutraal	neutraal	neutraal	.-.-5
Ber. 8	negatief	neutraal	positief	negatief	positief	2-2-1
Ber. 9	positief	positief	negatief	positief	positief	4-1
Ber. 10	positief	positief	negatief	positief	positief	4-1

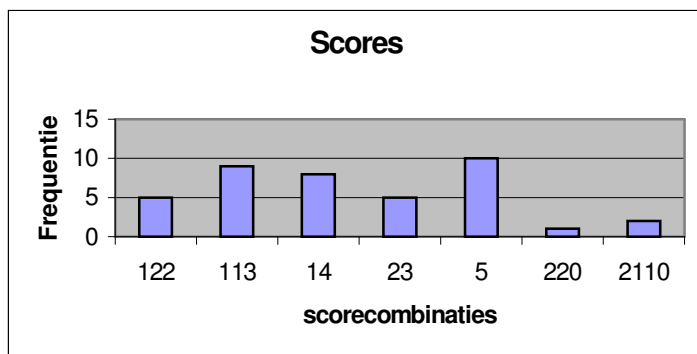


Totaalscores



Score	Volkskrant	Pers	Trouw	NRC.next	Totaal
1-2-2	2	3	1		5
1-1-3	1	2	1	5	9
1-4	3	1	2	2	8
2-3	2		2	1	5
5	2	4	2	2	10
2-2-0		1			1
2-1-1-0			2		2
Totaal	10	10	10	10	40

De onderstaande grafiek geeft weer hoe vaak de verschillende scorecombinaties die ik per bericht heb toegekend, voorkomen. Opvallend is dat de score waarin de respondenten het allemaal met elkaar eens zijn (5) het meest voorkomt. In 25 procent van de gevallen is dit zo. Maar heel dicht daar in de buurt zitten de scores 1-1-3 en 1-4. De combinaties waarin de verdeeldheid het grootst is komen veel minder voor.



Conclusie

Ik heb een zeer summier onderzoekje gedaan dus het is eigenlijk niet mogelijk om op basis daarvan iets zinnigs te concluderen. Maar het valt mij wel op dat wanneer iedereen het eens was over de beoordeling van een bericht de beoordeling de meeste keren 'negatief' was.

Die verdeling is als volgt voor de drie categorieën die het hoogst scoren:

1. Wanneer iedereen het met elkaar eens was (score 5), was in zes van de tien gevallen de beoordeling negatief, in drie gevallen positief en één keer neutraal.
2. De score 3-1-1 kwam negen keer voor, waarvan de meerderheid vijf keer positief was, twee keer negatief en twee maal neutraal.
3. Bij de score 4 tegen 1, die acht keer voorkwam, was de meerderheid vier keer negatief, twee keer positief en twee keer neutraal.

Het lijkt er dus op de negativiteit gemakkelijker te beoordelen is. Daar hebben mensen denk ik ook wel een universeel beeld over. Artikelen over verkrachtingen, aanslagen en dergelijke beschouwd iedereen toch wel als negatieve berichten.

Bij positieve berichten ligt dit moeilijker. Ik denk dat er over positieve berichten een minder universeel beeld is, omdat dingen die voor één iemand positief zijn, voor anderen weer negatief kunnen zijn.

Beoordeelde krantenberichten:**Trouw, 10 januari 2008.**

- Bericht 1: 'Snelrecht voor belager hulpdienst'
- Bericht 2: 'Bush krijgt in Israël warm onthaal te midden van felle protesten'
- Bericht 3: 'Afgeschreven, maar sterk teruggekomen'
- Bericht 4: 'Weinig draagvlak voor Europese gedragscode voor moslims'
- Bericht 5: 'Panorama Mesdag vreest de trillingen en zettingen'
- Bericht 6: 'Zelfs de gympen zijn verbrand'
- Bericht 7: 'Burgemeester van Maasdriel plagieert ambtsgenoot Thom de Graaf'
- Bericht 8: 'Photoshopvrij boek vol innerlijke schoonheid'
- Bericht 9: 'Farmacoloog verzwijgt mogelijk belangenconflict in artikel'
- Bericht 10: 'Ouders moeten beter op hun chattende pubers letten'

NRC.Next, 10 januari 2008

- Bericht 1: 'Israël wil vooral over Iran praten'
- Bericht 2: 'Of toch dat Shakira-clipje?'
- Bericht 3: 'Doden en energietekort in winters Nabije Oosten'
- Bericht 4: 'Wederopstanding van de verliezers'
- Bericht 5: 'Pianura walgt van afval en overheid'
- Bericht 6: 'VU Amsterdam opent kliniek vage klachten'
- Bericht 7: 'Het was niet de eerste aanslag die Jerry R heeft overleefd'
- Bericht 8: 'De overheidsheld wenst meer geld'
- Bericht 9: 'Ongehoorzaam Berlijn braaf aan het milieuvignet'
- Bericht 10: 'Niet alleen Duitsland is strenger geworden'

De Pers, 10 januari 2008

- Bericht 1: 'Een miljoen nachtmerries erbij'
- Bericht 2: 'School zwicht voor acties dorpelingen'
- Bericht 3: 'Kenia's onschuldige kant'
- Bericht 4: 'Geschorste arts werkt wel in België'
- Bericht 5: 'Erfenis Willem Endstra zorgt voor gedonder'
- Bericht 6: 'Kandidaten stellen zich voor, Eindhoven óók'
- Bericht 7: 'Ik maak me er niet druk over'
- Bericht 8: 'Een Pakistaans heldenverhaal'
- Bericht 9: 'Obama wint, of nee, 't is Hillary'
- Bericht 10: 'De vage staat van het tropisch regenwoud'

De Volkskrant, 10 januari 2008

- Bericht 1: 'Hillary's snik als wondermiddel'
- Bericht 2: 'Ook Nederland krijgt kippenvel'
- Bericht 3: 'Koranfilm Wilders werpt op You Tube al schaduw vooruit'
- Bericht 4: 'Internist' misleidde ernstig zieken'
- Bericht 5: 'Sm-date via internet was geplande moord'
- Bericht 6: 'Rechtbank: OM faalt in Friese verkrachtingszaak'
- Bericht 7: 'Jerry R. was gewaarschuwd'
- Bericht 8: 'Snelrecht ingezet om geweld tegen agent aan te pakken'
- Bericht 9: 'Kerngezond', maar wel in een rolstoel'
- Bericht 10: 'R'dam is keihard, een en al stenigheid'

Bijlage 2

Interview met Willem Schoonen

Interview met Willem Schoonen, hoofdredacteur van Trouw – Amsterdam, 29 januari 2008

Op wat voor een manier houdt Trouw zich bezig met positief nieuws?

Nou niet zo dat we in de ‘kwart voor elf’ (ochtendvergadering van alle chefs, AB) tegen elkaar zeggen van: ‘Goh, we moeten vandaag weer zoveel positief en zoveel negatief nieuws in de krant hebben’. Maar we schrijven wel over projecten die gewoon goed gaan. Bijvoorbeeld over iemand die, al is het in zijn eentje, iets goeds doet waarbij nou eens een keer geen problemen zijn of geld aan de strijkstok blijft hangen. En de lezer heeft daar ook behoefte aan, merk ik uit de mailtjes die ik krijg. De lezer wil ook graag meer positieve dingen in de krant.

Ja, maar dan is er natuurlijk nog een groot verschil tussen een pasgeboren ijsbeertje of nieuws dat gaat over oplossingen van problemen.

Ja, dat is denk ik ook een valkuil waar je niet in moet trappen. Dat positief nieuws over dat soort kleine dingetjes gaat als ijsbeertjes. Maar dat gebeurt denk ik wel als je jezelf als krant ten doel stelt om elke dag minstens zoveel positief nieuws te brengen. Dat zag je ook bij die ‘Goednieuwsdag’, als kranten daaraan meedoen wordt het al gauw een *fait divers* van Knuts, zehondjes en weet ik veel wat. Met die benadering degradeer je positief nieuws ook. Voor Trouw zit het bijvoorbeeld heel erg in verhalen over vrijwilligers, mantelzorgers en ontwikkelingsprojecten. Alhoewel we in onze commentaren dat soort goedbedoeld amateurisme meestal afbranden, omdat het de professionele ontwikkelingshulp doorkruist.

Moeten kranten meer aandacht schenken aan positief nieuws?

Het is belangrijk om te laten zien wat er goed gaat. Maar je moet er ook wel heel erg mee oppassen dat je een reëel beeld neerzet, want voor je het weet lijkt het alsof het allemaal fantastisch is en er nooit was misgaat.

Neem nou bijvoorbeeld de relschoppende allochtonen, heel veel mensen zeggen steeds dat dat maar een kleine minderheid is en dat er ook heel veel allochtonen zijn die wel wat van hun leven maken. En dat is ook zo, dus dat moet je niet overdrijven. Daar moet je mee oppassen. Maar omgekeerd moet je ook opletten dat je de problemen niet wegstopt.

Maar dat betekent wel dat je als journalist eerst zelf goed moet weten hoe de werkelijkheid in elkaar zit voor je kunt beoordelen of een positief dan wel negatief verhaal gerechtvaardigd is?

Ja, dat klopt. Journalisten moeten ook zelf goed weten waar ze over schrijven. Neem nou een tijdje terug die moslimvrouwen die zich niet wilden laten behandelen door een mannelijke arts. Voor je het weet zit je in een enorm debat over dat dokters gewoon zouden moeten zeggen: ‘ik ga u behandelen en daarmee af’. Er is toen op de redactie discussie geweest over de vraag: hoe groot is dit probleem nou eigenlijk? Dat hebben we uitgezocht en toen kwamen we tot de conclusie dat het eigenlijk helemaal niet zoveel voor kwam.

Maar toen we niks gevonden hadden vroegen we ons ook weer af of we wel goed genoeg gezocht hadden of dat het probleem er misschien wel was en we het gewoon niet hebben kunnen vinden. Later hebben we dat (bericht over dat het nauwelijks een probleem was, AB)

weer moeten herzien, omdat het toch wel een serieus probleem bleek te zijn. Maar het is wel belangrijk dat je je afvraagt hoe groot een probleem werkelijk is. Iedere krant zou zich moeten afvragen: geven wij wel een getrouw beeld van de werkelijkheid? En geven we door ons te concentreren op het negatieve niet een scheef beeld van de werkelijkheid?

Waarom zijn journalisten huiverig voor positief nieuws?

Ik weet niet of dat nog steeds zo is, hoor. Positief nieuws is natuurlijk een groeimarkt en er zijn steeds meer journalisten die zich ermee bezighouden. Maar even gesteld dat het zo is, dan komt het denk ik doordat we ervan uitgaan dat dingen goed gaan. En pas als dat niet zo is wordt het interessant voor de krant. Neem nou bijvoorbeeld, even een heel stom voorbeeld hoor, maar wij gaan er vanuit dat de economie groeit. En als die krimpt gaan we daar dus meteen over schrijven. Over een groeiende economie wordt ook wel bericht, maar veel kleiner. Nieuws gaat nu eenmaal over wat afwijkt van normaal.

Ja, sommige mensen zeggen daarom ook wel dat als er veel negatief nieuws in de krant staat, dat juist positief is, omdat het betekent dat het goed gaat.

Ja, ha ha.

Maar hebben lezers dat wel altijd door dat wat in de krant staat het afwijkende is? Want ik kan me voorstellen dat als de krant vol negatief nieuws staat ze denken dat het alleen maar ellende is en niet bedenken van ja maar dat zijn steeds allemaal uitzonderingen.

Nee, dat is waar. Daarom heeft de lezer ook wel behoefte aan positief nieuws. Tien jaar geleden hebben we eens een groep van acht lezers een dag laten meelopen op de redactie en parallel aan de gewone redactie een voorpagina laten maken. En dan zie je dat de lezer hele andere dingen kiest dan de redactie. Het was vlak voor Hemelvaart en de lezers hadden daarom een gedicht op de voorpagina en een verhaal over de betekenis van Hemelvaart. Ja, dat is echt geen nieuws. Dat kun je niet op een voorpagina zetten. Dus wat de lezer positief vindt, is journalistiek vaak totaal niet interessant. In het weerbericht van de krant was het halfbewolkt en in het weerbericht van de lezers ...

Halfzonnig...

Ja ha ha, halfzonnig. En nog veel meer van dat soort dingen. Maar ik denk dat als wij iedere dag zo'n soort krant zouden maken dat niemand ons meer serieus nam en dat de lezer daar ook echt niet op zit te wachten.

Ik denk dat positief nieuws ook minder vaak in de krant staat, omdat negatief nieuws vaak gewoon ingrijpender is.

Ja, dat klopt.

En als er iets negatiefs gebeurt zijn de gevolgen vaak meteen zichtbaar, maar als er iets positiefs gebeurt ontwikkeld zich dat vaak veel langzamer.

Ja, dat is zo. Maar ik denk dat het ook te maken heeft met als je echt nieuws te pakken hebt, het lekkere negatieve dan is daar altijd ruimte voor in de krant. Maar als je komt met een project over mensen die zelf hun buurt schoonmaken, bijvoorbeeld, wordt hier op de redactie vaak geroepen: 'Nou en!'

Ja, dat is leuk voor de regionale krant, maar verder...

Precies.

Maar is het ook niet zo dat journalisten een positief verhaal eerder wantrouwen dan een negatief verhaal, omdat er bij een positief verhaal toch snel wordt gedacht: dan zal je wel niet kritisch genoeg zijn geweest?

Ja, dat is zeker zo.

Maar waarom eigenlijk?

Nou, we gaan er eigenlijk vanuit dat mensen die wij als journalisten spreken altijd graag een positief verhaal willen vertellen. Maar als ze een negatief verhaal hebben dat liever voor zich houden. Dus daarom is negatief nieuws vaak lastiger te halen en wordt het dus geassocieerd met 'betere journalistiek'.

Ja, maar er zijn ook mensen die er juist belang bij hebben om iets negatiever voor te doen dan het is?

Ja, maar dat zijn dan meestal derden.

Maar je hebt het ook bij arbeidsconflicten...

Ja.

En politici soms. Zijn dat dan ook meestal derden voor u?

Ja

Maar de mensen die ergens zelf bij betrokken zijn doen dat dus niet zo snel?

Nee

Denkt u dat door meer positieve berichten te brengen mensen ook anders naar de wereld gaan kijken?

Nou op onze religie- en filosofiepagina's laten we vaak mensen aan het woord die vertellen over wat ze inspireert of over hun overtuiging. Dat zijn stukken die meestal niet problematisch zijn en die tot nadenken stemmen en de lezer inspireren.

Maar besteden jullie op de nieuwspagina's bijvoorbeeld ook aandacht aan dit soort verhalen?

Nou positiviteit zit hem denk ik vooral in achtergronden en analyses en niet zo zeer in het nieuws. Maar je zit het ook wel in reportages. Maar het zijn in Trouw dan toch ook vaak de stukken die gaan over maatschappelijke betrokkenheid.

Ik heb in mijn onderzoekje ook een lijstje opgenomen van maatschappelijke taken die kranten volgens mij hebben. En dan kom je natuurlijk sowieso op de klassieke taken als informatie verschaffen en de waakhondfunctie. Maar ik heb ook ergens gelezen dat je die waakhondfunctie eigenlijk niet goed kunt uitoefenen zonder ook aandacht te besteden aan dingen die de machtige instanties wel goed doen, omdat de lezer anders geen goede beoordelingsmaatstaf heeft.

Ja, dat klopt.

Maar je ziet bijvoorbeeld nauwelijks verhalen als een politieke maatregel goed heeft uitgepakt over wat die maatregel heeft gebracht, maar het komt wel meteen in het nieuws als een maatregel niet goed uitpakt.

Ja, daar heb je inderdaad een punt. Dat zou inderdaad wel wat meer kunnen. Maar ook niet teveel, want daar zit de lezer ook niet op te wachten en dan boet je als krant ook echt aan kwaliteit in.

Maar zulke verhalen komen soms ook wel in de krant, hoor. Bijvoorbeeld met de Betuwelijn, een geldverspillend plan, hebben allerlei mensen in onze krant gezegd. Maar als die een keer rendeert, besteden we daar ook aandacht aan.

Positieve berichten zijn natuurlijk wel vaak korter dan negatieve berichten. Als er meer treinen op tijd rijden, komt dat ook in de krant. Alleen dan is het een klein berichtje. Maar we berichten er wel over.

Maar dat is dan ook een beetje, omdat het zo afwijkend is.

Ja, ha ha

Veel voorstanders van positief nieuws vinden dat kranten ook moeten inspireren. Vindt u dat ook?

Ja, dat is zeker voor een krant als Trouw belangrijk. Wij staan er ook een beetje om bekend dat we streven naar een betere wereld. En daarom willen we in onze berichtgeving ook uitdragen hoe het beter kan. En we zijn maatschappelijk betrokken, dat verwacht de lezer ook van ons. Zeker de wat meer traditionele.

Waarom zouden kranten de lezer moeten inspireren?

Omdat de lezer daar behoefte aan heeft. De krant is ook een emotioneel product. En de lezer heeft naast informatie, meningsvorming, amusement, de puzzeltjes en sudoku's en zo ook behoefte aan inspiratie.

En inspireren doen jullie dan vooral door oplossingen aan te dragen?

Ja we willen de lezer laten zien dat er wat aan te doen is.

Want als je dat niet doet dan denkt de lezer misschien ook: nou het zijn toch allemaal problemen en ik kan er niks aan doen, dus laat maar. Dat stompt af.

Ja, dan krijg je fatalisme en dat moet je niet hebben.

Geven jullie dan ook tips voor wat de lezer zelf kan doen?

Ja, ik denk dat iedere krant dat wel doet en wij doen dat natuurlijk vooral in De Gids (service- en cultuurkatern, AB). Maar alleen als we een informatiebehoefte vooronderstellen bij de lezer. Als iets niet leeft, heeft tips geven geen zin. We schreven in de jaren negentig ook al over milieuproblematiek, voordat Al Gore zijn film had gemaakt. En toen leefde het nog niet zo, dus toen had tips geven ook geen zin.

Ja, maar soms moet je wel over dingen schrijven ook al zit de lezer er niet op te wachten.

Jazeker. Maar dat doen we ook wel. Alleen tips geven heeft dan nog geen zin.

Ik ben tijdens mijn onderzoek ook de opvatting tegengekomen dat je als krant de opiniërende taak niet goed kunt uitvoeren als je alleen maar de discussie polariseert door hele uiteenlopende meningen tegenover elkaar te zetten, maar dat je misschien beter kunt zoeken naar punten waarop compromissen te bereiken zijn.

Nee, daar ben ik het niet mee eens. Soms bestaan er nu eenmaal grote tegenstellingen en dan moet je die ook aan bod laten komen. Als je altijd op zoek gaat naar compromissen, verzandt iedere discussie in het grijze midden. Dat is voor de lezer ook niet interessant.

Maar als je bijvoorbeeld een Wilders iets laat roepen en daar tegenover een moslim zet die het allemaal een schande vindt, leidt dat toch nergens toe. En de lezer denkt dat ook van: ja, fijn, en?

Soms liggen standpunten gewoon ver uit elkaar. En dat mag ook af en toe best lekker knallen. Dat is ook goed voor het debat, want er komen dan ook vaak nieuwe argumenten naar voren.

Maar als je steeds in die tegenstellingen blijft hangen, heeft de lezer er ook niks aan.

Nee, dat doen we ook niet. Neem nou die discussie over het ontslagrecht, daar komen al heel lang geen nieuwe argumenten meer in naar voren dus daarover hebben we dan ook geen opiniestukken meer de laatste tijd. Het leidt nergens toe, want beide partijen hebben er belang bij om zo ver mogelijk van elkaar af te blijven staan.

Bijlage 3

Interview met Suzanne Weusten

Interview met Suzanne Weusten, adjunct-hoofdredacteur van de Volkskrant – Amsterdam, 12 februari 2008

Houdt de Volkskrant zich bezig met het onderscheid tussen positief en negatief nieuws? Speelt dat op de redactie?

Nou, het is niet zo dat we iedere dag bijeenkomen om te bekijken hoeveel positief en negatief nieuws we hebben.

Nee, maar speelt het een rol bij de selectie of het nieuws positief of negatief is?

Nee, daar houden wij ons niet mee bezig. Kijk: het nieuws is gewoon het nieuws dat zijn feiten. En positief en negatief zijn erg subjectieve begrippen. Neem de Amerikaanse verkiezingen. Als we schrijven dat Clinton verliest is dat slecht nieuws? Tja, voor wie? Het is natuurlijk wel zo dat je in de formulering kan letten op positief of negatief. Als Clinton verliest is dat negatief, omdat er het woord verlies in zit en zo. Maar de andere kant is dat Obama wint en dat is dan weer een positief geformuleerd.

Maar vaak is het nieuws gewoon feitelijk het nieuws en speelt positief of negatief daarbij geen enkele rol. Het zijn nu eenmaal de feiten, daar kunnen wij niks aan afdoen. Neem de krant van vandaag. (Ze vouwt de Volkskrant van die dag open en wijst op het openingsbericht) 'Scholen willen terug naar 890 uren', is dat positief of negatief? Wat vind jij?

Nou, ik denk dat het eigenlijk gewoon neutraal is, omdat het gewoon de feiten weergeeft. Er wordt niet geschreven dat het goed is dat er zoveel uren zijn, of dat het er juist veel minder zouden moeten zijn.

Ja, en zo is het met het meeste nieuws. Het is meestal gewoon neutraal en feitelijk.

De termen positief en negatief zijn inderdaad subjectief. Ik heb er in mijn reflectie voor gekozen om positief nieuws te definiëren als gebeurtenissen die op een positieve manier bijdragen aan de maatschappij, bijvoorbeeld die gaan over partijen die dichterbij elkaar komen of gericht zijn op oplossingen.

Ja, zo kun je het ook bekijken. Vooral dat oplossingsgerichte is belangrijk, denk ik. Ik denk dat kranten ook steeds vaker oplossingsgericht gaan schrijven. Wij doen het zelf ook wel. Bijvoorbeeld in het zaterdagkatern 'Hart en Ziel'. Het staat zelfs in de doelstellingen van dat katern dat het mensen handvaten moet bieden en oplossingen moet aanreiken. Wij geven daarin informatie waar de lezer zelf iets mee kan in zijn leven.

Ja, maar dat gaat vooral over persoonlijke onderwerpen en niet zozeer over maatschappelijke onderwerpen of wereldproblematiek.

Jawel hoor, laatst hebben we nog een verhaal gehad over hoe belangrijk het is voor vrouwen om vrouwelijke rolmodellen te hebben in de wereldpolitiek.

Maar ik denk dat we in de nieuwskrant inderdaad vaak wat negatiever zijn. Maar waarom denk jij dat dat is?

Nou, ik denk eigenlijk dat negatief nieuws vaker in de krant staat, omdat het vaak ingrijpender is dan en de gevolgen sneller zichtbaar zijn dan bij positief nieuws. Daarom is de noodzaak om over negatieve zaken te berichten groter.

Ja, hoe denk je dat het ging voor dat kranten er waren? Toen waarschuwden mensen elkaar ook voor naderende rampen of stammen op oorlogspad of een wild beest. En dat doet de krant nu nog. Het is van evolutionair belang voor de lezer om van slecht nieuws snel op de hoogte te zijn.

Maar je moet als krant natuurlijk wel opletten dat je een evenwichtig beeld neerzet dat klopt met de realiteit.

Ja, maar dat heeft niks met positief nieuws te maken. Dat is gewoon een journalistieke vraag die wij ons op de redactie ook stellen.

Maar heb je daar een concreet voorbeeld van dat dat niet gebeurt?

Nou bijvoorbeeld als er een tbs'er ontsnapt, is dat meteen nieuws en besteden kranten daar aandacht aan. Terwijl als je naar de cijfers kijkt, is de kans dat dat gebeurt eigenlijk heel klein. Maar door alle aandacht voor ontsnappingen lijkt het alsof het systeem niet deugt. Dus eigenlijk zouden kranten hier wel een kanttekening bij mogen maken als ze erover berichten.

Ja, maar wij zijn natuurlijk een kwaliteitskrant en de redacteur die bij ons over tbs schrijft, weet dit ook en houdt daar ook rekening mee in zijn berichten. Dat is hetzelfde als met Joran van der Sloot. Het is eigenlijk raar dat daar zoveel aandacht voor is. Het gebeurt zo vaak dat er meisjes vermist raken.

Maar als je bijvoorbeeld kijkt naar de Telegraaf, die gaan daar heel anders mee om. Zij hebben vanaf vorige week zondag (uitzending van Peter R. de Vries over de zaak, AB) de hele week standaard de eerste drie pagina's voor die zaak vrij gemaakt. Dat snap ik ook wel, het is natuurlijk ook een interessant verhaal met een blond meisje op een Bounty-eiland en zo'n rare jongen dat is natuurlijk ook heel spannend. Maar zoiets komt zo vaak voor.

Ja, maar je kunt over tbs bijvoorbeeld ook een verhaal maken over een tbs'er waarmee het wel goed gaat, die wel normaal zijn verlofperiodes doorloopt.

Ja, maar dat soort dingen doen we ook. We hebben bijvoorbeeld ook over asielzoekers een verhaal gemaakt over dat het best wel goed met ze kan komen.

Ik heb me in mijn onderzoek ook gericht op maatschappelijke taken. En dan kom je natuurlijk op de standaardlijstjes die je in alle journalistiekboeken tegenkomt...

O, ja? Vertel.

Nou dan kom je toch op taken als informeren, duiden en analyseren en de waakhondfunctie. Maar wat voorstanders van positief nieuws ook vaak zeggen is dat kranten ook zouden moeten inspireren. Ik heb dat zelf in mijn reflectie vervangen door engageren, omdat ik vind dat inspireren teveel gericht is op aanzetten tot handelen. En dat blijft toch aan de lezer zelf of hij iets wil gaan doen. Maar ik denk wel dat kranten de lezer een gevoel van betrokkenheid moeten geven.

Ja, hmm. Maar dat inspireren is niet nieuw hoor. Ik ben in 2005 betrokken geweest bij het opzetten van de nieuwe zaterdagbijlagen. En toen hebben we geformuleerd dat de katernen moesten voldoen aan de drie I's en de O. De I's waren informeren, inspireren en identificeren. En de vierde pijler was de O van opiniëren, want dat moet een krant ook doen, hè. Ze moeten de lezer helpen zich een mening te vormen.

Ja, maar met engageren bedoel ik dat de krant de lezer het gevoel geeft dat hij er wat aan kan doen en dat het niet allemaal alleen maar problemen zijn. Omdat dat lezer dan denkt: 'het zijn toch allemaal problemen, dus laat maar zitten'.

Ja, dat soort dingen doen wij ook. Martin Bril is bijvoorbeeld iemand die vaak toch wel optimistische stukjes schrijft. En in het Hart en Ziel-katern natuurlijk. En we bieden in de krant ook informatie waar de lezer iets van kan leren. Bijvoorbeeld over salarisonderhandelingen, daar heeft iedereen mee te maken die een baan heeft. En vandaag hebben we bijvoorbeeld ook een verhaal over leidinggeven; wat moet je doen als je voor het eerst in je leven leiding moet geven?

(Stilte)

Maar dat kranten oplossingsgericht zijn, vind ik echt heel belangrijk. Dat draag ik ook uit hier. En ik denk dat kranten dit ook steeds vaker aandacht besteden aan oplossingen. Over een overstroming in Bangladesh kun je bijvoorbeeld moeilijk gaan schrijven in de trant van gelukkig was er in Italië geen overstroming. Maar we hebben toen wel een verhaal gemaakt over wat je moet doen in zo'n situatie als je je tussen veel mensen bevindt er ontstaat ineens paniek.

Ja, ik denk eigenlijk dat het misschien wel meevalt dat kranten geen aandacht aan besteden aan positief nieuws. Ik denk dat kranten steeds vaker ook positieve verhalen schrijven en de negatieve houding tegenover positief nieuws is misschien ook wel is veranderd.

Ja, dat is denk ik ook zo.

Maar ik denk ook dat negatief nieuws misschien meer gewaardeerd wordt, omdat het geassocieerd wordt met kritische journalistiek omdat je er meer moeite voor moet doen. Als mensen iets positiefs te vertellen hebben, willen ze meestal wel praten, maar als ze iets negatiefs te vertellen hebben, houden ze liever hun mond.

Ja, maar bij iets negatiefs zijn er meestal wel derden die het maar wat graag willen vertellen, dus het is niet per definitie zo dat je daar meer moeite voor moet doen als journalist.

Wat ook misschien een oud beeld is, maar wat je nog steeds wel eens hoort, is dat de Volkskrant een beetje een zurige, negatieve krant is. Wat eigenlijk een beetje vreemd is, want als ik globaal naar de krant kijkt, valt het volgens mij nog redelijk mee.

Nou, ik ben blij dat je dat zegt. Want dat zurige imago is iets van jaren geleden en dat kleeft nog steeds aan ons op de één of andere manier. Maar bij ons werken inmiddels ook een hoop nieuwe, jonge mensen die helemaal niks meer hebben met dat zurige en oude imago.

Maar we zijn natuurlijk wel kritisch en dat wordt vaak verward met zuur. Maar over het algemeen proberen we toch zo neutraal mogelijk zijn en sec over de feiten te berichten.

Ik denk dat positief en negatief nieuws hem meer zit in de consequenties van een gebeurtenis die positief of negatief kunnen zijn. Bij een overstroming kun je je bijvoorbeeld richten op positieve consequenties, bijvoorbeeld hoe de hulpverlening opgang komt en misschien ook op wat mensen zelf kunnen doen.

En je moet ook kijken naar wat het nieuws voor de lezer betekent want daardoor kom je ook dichterbij de lezer en voelt die zich maatschappelijk meer betrokken.

Ik heb ook nog een paar vragen over andere maatschappelijke taken van de krant. De krant heeft ook een opiniërende taak. En in het boek the elements of journalism heb ik gelezen dat de schrijvers vinden dat het niet goed is als opiniestukken alleen maar polariserend zijn en

heel tegenovergestelde mening belichten. De schrijvers vinden dat het beter zou zijn als het opinieplatform meer gericht zou zijn op compromissen en oplossingen.

Dan wordt het allemaal wel erg braaf, hè? Dat iemand gaat zeggen: ‘Van meneer Wilders ik begrijp best dat u die film wilt maken, maar van mij hoeft het niet zo nodig’. Soms is het juist goed dat debatten op het scherpst van de snede worden gevoerd.

Wij hebben wel columnisten die oplossingen aandragen in hun stukken, bijvoorbeeld voor de problemen in de jeugdzorg. Maar het debat moet er natuurlijk ook blijven.

Ja. Ik heb in datzelfde boek ook gelezen dat om hun waakhondfunctie goed uit te voeren kranten ook aandacht moeten hebben voor dingen die de instanties wel goed doen en met hun macht bereiken zodat de lezer een betere beoordelingsmaatstaf heeft.

Ja, maar voor positieve berichten kunnen de machtige instanties ook zelf zorgen, hè. Daar hebben ze voorlichters voor. En ze geven vaak zelf folders uit. De SP kan bijvoorbeeld in de zendtijd voor politieke partijen positieve verhalen over zichzelf naar buiten brengen en via de website en partijpublicaties ...

Ja, maar als een politieke maatregel negatief uitpakt wordt daar bijvoorbeeld veel over bericht, maar als een maatregel positief uitpakt, zie je niet zo snel een bericht over wat het ons allemaal gebracht heeft.

Nee, nou ja. Dat soort verhalen schrijven we natuurlijk wel. Bijvoorbeeld na de honderd dagen van het kabinet maken we de balans op over wat het kabinet precies heeft gedaan en wat het heeft opgeleverd. En als de feiten dan uitwijzen dat het weinig heeft opgeleverd wordt het dus een negatief stuk, maar als het wel zinvol bleek te zijn geweest hadden we ook gerust een positief verhaal geplaatst.

Maar als het positief had uitgekapt, was het waarschijnlijk wel een korter stuk geworden dan bij een negatief verhaal, denk ik.

Ja, dat klopt wel. Maar dat komt denk ik ook omdat we in een sterk gereguleerde samenleving leven, waardoor als iets een keer afwijkt van de normale gang van zaken het meteen opvalt.

We schrijven bijvoorbeeld niet over een kind dat een jaar is geworden dat het nog nooit mishandeld is en dat het zijn beide ouders nog heeft. Of als een vader een kind in elkaar rammelt schrijven we niet: ‘gelukkig heeft hij zijn andere kind niet geslagen’.

Bijlage 4 **Interview met Ben Rogmans**

Interview Ben Rogmans, hoofdredacteur van De Pers – Amsterdam, 16 januari 2008

Wat is volgens De Pers 'positief nieuws'?
Niets. Wij doen niet aan positief nieuws.

Ja, maar jullie presenteren je als een optimistische krant. Hoe uit zich dat dan?
Nou gewoon dat we ook op zoek gaan naar oplossingen en daarover schrijven. En dat we niet meegaan in het al het geklaag.

Is oplossingen zoeken moeilijker voor journalisten dan gewoon over een probleem berichten?
Nee, het is maar net hoe je er tegen aankijkt. Neem bijvoorbeeld een stuk uit de Volkskrant. Daarin stond dat er per jaar 20.000 fouten gemaakt worden door personeel van verpleeghuizen. Maar als je dat rapport ziet, zie je ook dat dat nauwelijks tot meer sterfte heeft geleid onder ouderen daar. En we zijn ook gaan kijken naar hoeveel handelingen in totaal per jaar in verpleeghuizen verricht worden. Nou, dan blijkt dat het er zoveel zijn dat het in 99,8 procent van de gevallen goed gaat.

Dus u wilt eigenlijk vooral door positieve berichten een realistischer beeld neer zetten voor de lezer?
Een completer beeld.

En wat levert dat de lezer voor een voordeel op?
Nou dat je stukken leest die je nergens anders leest.

Maar dan moet je als journalist eerst wel zelf weten hoe de werkelijkheid in elkaar zit. En in het geval dat u net noemde was er cijfermateriaal beschikbaar. Maar dat is er natuurlijk niet altijd. Hoe kun je als journalist dan weten hoe het werkelijk zit?
Neem nou die Marokkaantjes die overal rotzooi uithalen. Er zullen er best 5.000 zijn die iedere dag wakker worden met de gedachte: wat zal ik vandaag in elkaar gaan trappen. Maar er worden er minstens net zoveel iedere dag wakker met de gedachte: hoe kan ik er vandaag weer wat van maken, volgens mij. En dat is minstens zo interessant.

Hoe komt het dat andere kranten zulke verhalen niet brengen volgens u?
Het is wel grappig. Er is volgens mij een patroon zichtbaar. Het is zo voorspelbaar dat iets pas nieuws wordt voor kranten als het mis is. Daardoor zijn er een hele hoop mensen in Nederland die denken dat het slecht gaat met de samenleving, de wereld, de politiek. Maar we zijn rijker, gezonder, gelukkiger dan ooit. En zelfs onze pubers, zijn gelukkig bleek laatst uit onderzoek.
Maar blinkbaar zijn er in de media en in de politiek nog steeds een hele hoop mensen die er belang bij hebben om te doen alsof het allemaal slecht gaat.

En u wilt in dat beeld van mensen verandering brengen?
Ja

Hoe dan?

Nou door aan al die negativiteit niet mee te doen. En ons te richten op oplossingen.

Maar je kunt door altijd een positieve invalshoek te zoeken ook afbreuk doen aan een probleem. Want soms is iets gewoon heel erg. Ook al is het maar een klein probleem. Bijvoorbeeld bij genocide, kun je moeilijk gaan schrijven zoveel mensen zijn niet het slachtoffer geworden.

Nee. Maar dat doen we dan ook niet. Daar berichten we gewoon sec over. We schrijven geen positieve stukken om het positief zijn. Maar we zullen in zo'n geval wel nog eerder proberen ons te richten op een straat in zo'n land waar verschillende groepen wel op een goede manier met elkaar samenleven.

En bedenken jullie ook wel eens zelf oplossingen of berichten jullie alleen over oplossingen die er al zijn?

Nou, ja dat gaat meestal over oplossingen die er al zijn. Echt zelf oplossingen bedenken doen we eigenlijk niet. En als we het wel doen, gaan we gewoon met zijn alleen een uurtje bij elkaar zitten om te discussiëren. Maar dat gebeurt maar heel weinig.

We hebben tot nu toe twee keer iets van een commentaar gehad. Eerst de actie *Blijf in Uruzgan* en later *Bord weer op schoot* (Oproep aan lezers om geld te storten zodat de NOS de voetbalrechten kan terugkopen, AB). Maar meer eigenlijk niet.

Nee, jullie hebben inderdaad ook geen dagelijks commentaar.

Nee

Waarom eigenlijk niet?

Dat vind ik zo'n onzin. Ik lees die commentaren van andere kranten ook niet eens meer. Het is alleen maar enerzijds dit, anderzijds dat, zou het niet zo moeten zijn dat, enzovoorts.

En jullie hebben ook geen opiniestukken in de krant.

Nee, waarom zouden we dat moeten doen? Moeten we de financieel directeur van een onderneming laten vertellen dat we allemaal moeten investeren in de economie? Dat is allemaal zo vanzelfsprekend. Want dat soort stukken zijn het toch vaak. Vandaag zag ik weer een stuk van een sporter die naar de Olympische Spelen gaat die dan schrijft dat hij wel gaat en dat hij niet aan de boycot meedoet. Nou daar hoeft je hem toch geen stuk over te laten schrijven?

Waarom denkt u dat andere kranten vaker de voorkeur geven aan negatief nieuws?

Nou dat komt, doordat ze werken met verouderde redacties die er al zolang zitten. Daar is het negatieve helemaal ingesleten. Die kunnen niet meer anders.

Want de negatieve benadering van nieuws is iets wat er langzaam aan is ingesleten?

Ja door de jaren heen is dat zo ontstaan. Op die redacties heerst een bepaalde cultuur die niet zo gemakkelijk te veranderen is.

Dus eigenlijk is de enige oplossing alle oude redacteuren weg en jonge mensen aannemen?

Ja, inderdaad.

Maar u komt zelf ook van de Volkskrant vandaan. En dat is toch een krant die erom bekend staat dat nogal zurig te zijn.

Ja. Maar dat is dan ook al meer dan zeventien jaar geleden.

Maar het is dus wel mogelijk om uit zo'n cultuur te komen en optimistischer te gaan schrijven?

Nou, ik denk dat als ik nu bij de Volkskrant zou gaan werken dat ik zo weer mee zou gaan in die cultuur.

Maar toen u bij de Volkskrant zat had u geen last van die cultuur?

Nee, toen dacht ik er nog niet zo over als nu.

Hoe is het gekomen dan dat u positiever berichten belangrijk bent gaan vinden?

Nou, dat kwam door een gesprek met de initiatiefnemer van deze krant, Cornelis van den Berg. Toen ik hem hoorde praten, dacht ik, ja zo wil ik er ook wel tegen aankijken.

Wat zei hij dan?

Nou dat hij niet geloofde dat de helft van de wereldbevolking 's ochtends opstaat met de gedachte: wat zal ik nou weer eens voor een rottiigheid uithalen.

Maar om een compleet wereldbeeld neer te zetten, vraagt wel veel van je redacteuren. Want die moeten eerst zelf goed weten hoe de wereld in elkaar zit voor ze weten welke benadering gepast is.

Ja, maar het zijn ook allemaal slimme mensen die hier werken. Die graag positieve stukken schrijven. Van de zomer hebben we bijvoorbeeld twee teams van de ieder twee mensen erop uit gestuurd om in verschillende landen op zoek te gaan naar positieve personen en verhalen. En dat is veel moeilijker dan die dezelfde uitgekauwde problemen behandelen die je altijd hoort.

In mijn onderzoek liep ik ook aan tegen het idee dat veel journalisten volgens mij wel kritisch zijn op een positief verhaal, omdat ze dan denken: het kan toch niet allemaal goed zijn. Maar ze zijn niet zo kritisch als iemand een negatief verhaal vertelt. Als iemand vertelt hoe slecht hij het wel niet heeft, zal niemand zeggen: maar, het zal toch niet allemaal alleen maar slecht zijn. Ik ben er alleen nog niet goed achter waarom dat eigenlijk zo is.

Tja, dat weet ik eigenlijk ook niet. Dat is net zoiets als dat als een bedrijf honderd mensen ontslaat het meteen in de krant komt. Maar als een bedrijf honderd mensen aanneemt moet het hemel en aarde bewegen om daarmee in de krant te komen.

Maar ik kan je wel een voorbeeld geven. Neem nou de orkaan Katrina in New Orleans. Toen werden er veel mensen opgevangen in een voetbalstadion en in dat stadion zou van alles gebeuren stond in de kranten. Er zou worden vermoord, geroofd en verkracht. Nou, achteraf bleek er niets van waar. Maar dat las je nergens in de kranten. Daarom proberen wij ook altijd afstand te houden van hypes en eerst kritisch te kijken of het wel klopt.

Enkele voorstanders van meer positief nieuws, zoals de stichting Zinfo.nl vinden dat kranten ook moeten inspireren. Vindt u dat ook?

Ja, maar niet zoals Zinfo, hoor.

Nee, maar vindt u in zijn algemeenheid dat kranten de lezer moeten inspireren?

Ja.

Hoe doe je dat dan?

Door te schrijven over mensen die proberen iets aan een probleem te doen. Door te laten zien dat het kan en dat het niet zo slecht gaat.

Waarom zou je de lezer moeten inspireren?

Dat weet ik niet.

Maar zitten lezer er dan wel op te wachten?

Ja, wij hebben dagelijks een miljoen lezers. Dus ik denk het wel.

Maar u heeft geen lezersonderzoek gedaan?

Nee, daar doen wij niet aan. Dat vinden we niet belangrijk. We maken gewoon een krant die we zelf willen en wat de lezers daarvan vinden zal me een zorg zijn.

Maar je hebt als krant wel voldoende lezers nodig om te kunnen bestaan.

Ja, als het niet aanslaat is het zo bekeken.

Dus als het niks wordt met De Pers vindt u het ook niet goed?

Ja hoor dat maakt mij niets uit. Maar als je niks probeert, gebeurt er ook niks.

Maar er zijn ook mensen die vinden dat een krant zich helemaal niet bezig moet houden met inspireren. Die zeggen dat je sec moet berichten over wat er gebeurt in de wereld en that's it.

Ja, maar dat is zo'n ouderwetse beroepsopvatting. Want je selecteert iedere dag al uit honderden onderwerpen. En in die selectie liggen al zoveel waarden en normen besloten dat sec berichten er al niet meer bij is.

Kan positieve berichtgeving samengaan met kritische journalistiek?

Ja.

Hoe dan?

Nou bijvoorbeeld als iemand zonnepanelen laat installeren kijken we eerst kritisch of het wel effect heeft, voordat we erover berichten.

Nog een ander bijvoorbeeld is het artikel over Eveline Herfkens (hoofd van de Millennium Campagne van de Verenigde Naties, AB) dat van de Nederlandse overheid duizenden euro's per maand kreeg om een appartement te kunnen betalen. Wij hebben voor haar vier appartement gevonden beneden de vierduizend euro die ze gemakkelijk kan betalen en die aan al haar eisen voldoen.

Dat is inderdaad wel een goed voorbeeld. Want het is een positieve insteek, maar er zit wel een bijtend ondertoontje aan in richting Herfkens.

Ja, leuk toch?

Kan het brengen van positief nieuws ook ten kosten gaan van je geloofwaardigheid?

Hoe bedoel je?

Nou als alle kranten negatief berichten over iets en jullie kiezen voor een positieve insteek dat lezers dan zeggen: O, maar dat is die krant die optimistisch wil zijn dus het zal nog wel meevallen.

Nee hoor. Er was laatst bijvoorbeeld tijdens glad en slecht weer een grote kettingbotsing. Maar het verbaasde mij vooral dat er niemand bij was omgekomen. Toen zijn we gaan onderzoeken hoe dat vroeger was en wat bleek: onze auto's zijn de laatste jaren veel veiliger geworden. In alle andere kranten las je verhalen over gladheid en dichte mist, maar dat

niemand zich heeft afgevraagd hoe het kan dat er niemand bij is omgekomen daar kan ik niet bij.

Hoe positief zijn de Nederlandse kranten op dit moment volgens u?
Nou ze zijn enorm zuur volgens mij.

Zit er nog enige ontwikkeling in dat het positiever wordt?
Nee, helemaal niet. Het is al jaren lang dezelfde negatieve tendens.

Tot slot, nog één ding. Ik heb in mijn onderzoek de taak inspireren, waar we het eerder over hadden, vervangen door 'de lezer betrokken maken bij', omdat inspireren voor mij meer gaat om handelen en ik denk dat een krant dat niet hoeft te doen. Of je ook echt wat gaat doen, blijft toch aan de lezer zelf. En betrokken maken gaat voor mij meer over het vertrouwen geven aan de lezer dat het beter kan en dat je een verschil kan maken.
Ja, voor mij heet dat gewoon inspireren.

Maar hoe kijkt u daar dan tegenaan? Vindt u dat kranten alleen moeten betrekken of ook aanzetten tot handelen?
Nou soms moeten ze ook aanzetten tot handelen.

Doen jullie dat dan wel eens?

Ja, recent hebben we de lezers nog opgeroepen geld te storten, zodat de NOS de voetbalrechten kan kopen. Ha ha. In totaal heeft de actie volgens mij 13,55 euro opgeleverd. Ha ha. O nee, eigenlijk 17,55 euro. Maar iemand heeft vier euro gejat om sigaretten te kopen. Ha ha.

Bijlage 5

Telefonisch gesprek met Dirk Koppes

Telefonisch gesprek met Dirk Koppes, adjunct-hoofdredacteur van De Pers - Tilburg, 20 december 2007

De Pers noemt zichzelf op de website een optimistische krant. Wat betekent dat voor het nieuws dat jullie brengen?

Dat betekent dat we niet eindeloos berichten over problemen in de wereld en dingen die mislukken. Kijk zoets als de dood van Jan Wolkers. Tja, daar kom je niet omheen. Maar dan kijken we toch op een positieve manier terug op zijn zestig jaar werkzame leven. Kijk de staking en acties van de politiebond daar berichten we wel over, maar dan gaan we niet uitgebreid in op A zei dit en B zei dat. Dat gekibbel is vaak ook niet zo relevant. En we doen ook minder aan entertainmentnieuws zoals de ruzie van Gerard Joling en Gordon. Als we bijvoorbeeld kijken naar integratie dan kijken wij niet naar wat er allemaal mis is. En de problemen zo dramatisch mogelijk afschilderen. Wij gaan Nieuw West (wijk in Amsterdam, AB.) in om te kijken wat er wel goed gaat.

Dus jullie gaan bewust op zoek naar positief nieuws?

Ja, wij gaan inderdaad bewust op zoek naar het positieve.

Maar loop je dan niet het risico dat je problemen teveel gaat nuanceren?

Nee, negatief nieuws is er altijd. Ook op onze pagina's staat toch veel hard nieuws over bijvoorbeeld overstromingen en orkanen. Maar we plaatsen het dan niet meteen in een negatieve context van het grote kwaad. We proberen het sec en nuchter te brengen en gaan niet meteen roepen dat het komt door het broeikaseffect en klimaatveranderingen.

Zouden Nederlandse kranten volgens u sowieso meer aandacht moeten besteden aan positief nieuws?

Ja, ik denk het wel. Als je bijvoorbeeld kijkt naar de misdaadcijfers die zijn de laatste jaren gedaald. Maar als je heel veel bericht over kleine criminaliteit en andere misdrijven uitgebreid in beeld brengt, zoals de Telegraaf heel vaak doet. Kunnen mensen daar een ontzettend onveilig gevoel van krijgen. Terwijl als je naar de cijfers kijkt het wel meevalt met het risico dat ze lopen.

Wat voor een voordeel heeft het voor kranten om meer positief nieuws te brengen?

Nou voor onszelf is dat we ons onderscheiden van de rest een voordeel. Maar dat is niet de reden dat we dit doen. Wij vinden dat je gewoon zo met nieuws om moet gaan en op die manier in de wereld moet staan. Dat je niet alleen over problemen moeten willen schrijven maar ook naar oplossingen moet zoeken.

Maar je kunt het slechte nieuws toch ook niet helemaal negeren?

Nee, in de praktijk is er ook gewoon behoorlijk wat hard nieuws. Je kan wel proberen een krant te maken a la Sonja Barends goednieuwsshow maar dat wordt al heel snel saai. Dat gevaar loop je dan als krant.

En ook wij brengen wel negatieve dingen. Zo hebben we wetenschapsjournalist Marcel Hulspas die regelmatig allerlei onderzoeken en kwakzalverij genadeloos onderuithaalt. Of Hans Wiegel(columnist en erelid van de VVD, AB) die roept dat het allemaal onzin is.

Is het gemakkelijker voor journalisten om negatief nieuws te vinden dan om positief nieuws te vinden?

Ja, dat is zeker zo. Het is veel gemakkelijker om slecht nieuws te vinden en daarvan te roepen dat het allemaal verschrikkelijk en een schande is. Maar het vergt veel meer energie en tijd om op zoek te gaan naar oplossingen.

Hebben journalisten door de jaren heen misschien een betere nieuws ontwikkeld voor slecht nieuws?

Ja, dat denk ik wel. Daarom hebben wij ook een jonge ploeg die nog niet zo gedeformeerd is. Daar selecteren wij ook bewust op in ons personeelsbeleid. Wij nemen bijvoorbeeld geen mensen aan die bij de Volkskrant hebben gewerkt en helemaal getraind zijn in het schrijven van zure stukjes.

Nu we bijna een jaar bestaan, weten mensen dat ook van ons. Als ze komen solliciteren, weten ze wat voor een soort krant wij zijn en waar wij voor staan. Als je alleen maar afzeikstukjes wilt schrijven, word je bij ons niet aangenomen.

Maar jullie schrijven toch ook wel eens over negatieve dingen?

Ja dat klopt. Als het belangrijk is, brengen we het gewoon. Soms gebeuren er ook gewoon negatieve dingen. Zo fantastisch is de wereld nu ook weer niet.

En vaak zijn dingen die mislukken gewoon nieuws. Als een vrachtwagenchauffeur tien keer dezelfde route rijdt en dat gaat elke keer goed is er geen nieuws. Maar als het een keer misgaat dat is het nieuws. Nieuws is toch datgene wat afwijkt van het normale. En je kunt ook niet alleen maar goed nieuws brengen, dat wordt te saai.

Kan het brengen van goed nieuws ook het beeld dat mensen van de wereld hebben beïnvloeden?

Ja, zoals ik al zei bij berichtgeving over criminaliteit. Nu durven veel bejaarden de straat niet meer op, omdat ze denken dat het onveilig is. Maar door kleine criminaliteit niet altijd breed uit te meten en ook te vertellen dat het volgens de cijfers wel meevalt met het risico dat mensen lopen dat er iets gebeurt, durven ze misschien wel weer de straat op.

Is het corrigeren van beeldvorming over problemen in de samenleving ook een reden waarom jullie ervoor hebben gekozen een optimistische krant te zijn?

Ja, door positief nieuws te brengen willen we ook de beeldvorming over bepaalde onderwerpen corrigeren. Zoals misdaad en milieu.

Maar we willen ook onze eigen misstanden signaleren en op de kaart zetten. Zoals de seksualisering van de samenleving en de uitwassen daarvan. Dat vinden wij dan weer een groot probleem waar we ons zorgen over maken. Maar naast hierover te berichten, kijken we ook naar hoe we dat verschijnsel kunnen aanpakken.

Bijlage 6 Procesverslag

In deze bijlage geef ik een beschrijving van mijn werkwijze om tot deze reflectie te komen en verantwoord ik de keuzes die ik tijdens dit proces heb gemaakt.

Onderwerpkeuze en hoofdvraag

Zoals in de inleiding beschreven, kwam ik tot mijn onderwerp door een redactievergadering tijdens de periode dat ik stage liep bij Trouw. Maar toen ik aan het project Vakonderzoek begon was het voor mij nog niet meteen duidelijk dat ik dit onderwerp zou gaan kiezen voor mijn reflectie. Ik had een hele lijst met onderwerpen die ik leuk en interessant vond.

Toen ik begon met het bedenken van een concrete onderzoeksvraag die zich leende voor reflectie, kwam ik er wel snel achter dat het onderwerp ‘positief nieuws’ wel eens heel geschikt zou kunnen zijn. Tijdens de redactievergadering over dit onderwerp, vroeg ik me namelijk al af of je je als journalist überhaupt moet bezig houden met of een verhaal dat je schrijft positief of negatief is; Is het brengen van positief nieuws een journalistieke taak? Daarom besloot ik me te richten op hoe positieve berichtgeving bijdraagt aan de maatschappelijke taken van de krant.

Daarbij maakte de ‘onderzoeken’ van de stichting Zinfo.nl het onderwerp ook nog eens mooi actueel, waardoor mijn motivatie voor dit onderwerp nog wat meer groeide.

Wat is positief?

Maar toen diende zich eigenlijk al meteen een moeilijke taak aan: het definiëren van positief nieuws. Want, wanneer is nieuws positief? Om een goede definitie te kunnen bedenken, leek het mij het meest logisch om te raden te gaan bij media die zich bezighouden met het brengen van positief nieuws. Ik dacht dat als je je bezighoudt met het brengen van positief nieuws je er waarschijnlijk ook wel een definitie van hebt bedacht. Dat viel tegen, want veel goednieuwswebsites hadden geen concrete definitie. De websites die ik geraadpleegd heb, waren:

- De Goednieuwscurant <http://www.degoednieuwscurant.nl/over-de-gnc/>
- Een buurtkrant met alleen goed nieuws van bewoners van een Rotterdamse wijk http://antilliaans.caribiana.nl/innederland/car20070118_bonnoticia
- Het Tilburgs Positive News Agency www.goednieuws.com
- Giomundo www.giomundo.com
- Happy News <http://www.happynews.com/index.htm>
- Diverse persoonlijke goednieuwsweblogs van mensen waar geen definitie aan ten grondslag lag.
- En verschillende christelijke goednieuwswebsites waar ik niks mee heb gedaan omdat zij positief nieuws vooral beoordelen op of het de waarden van het christendom uitdraagt en daar heeft mijn reflectie niks mee te maken.

Ook heb ik mailcontact gehad met Peter Goossens van het Vlaamse Positief Nieuws Bureau (PNB)³¹ maar hij gaf aan dat het PNB eigenlijk geen definitie hanteert. Zij berichten over alles waarvan zij denken dat het over het algemeen als positief ervaren wordt.

³¹Website van deze Vlaamse tegenhanger van Zinfo.nl: <http://positiefnieuws.wordpress.com/>

Omdat het Haarlems Dagblad sinds november wekelijks een goedniewsrubriek heeft, heb ik ook gebeld met Willem Spierdijk, chef redactie van die krant. Ook hij kon niet echt duidelijke criteria geven voor positief nieuws, net als adjunct-hoofdredacteur Dirk Koppes van ‘optimistische krant’ De Pers (Bijlage 5).

Omdat Robbert Zoon, oprichter van Zinfo.nl, maandelijks peilingen³² houdt naar het aandeel positief nieuws in verschillende media, verwachtte ik dat hij mij dan toch zeker wel kon vertellen wat zijn criteria waren om iets ‘positief nieuws’ te noemen. Helaas, bleek dat ook niet het geval. Omdat Zoon zelf zei dat het onderscheid tussen positief en negatief nieuws een kwestie van gevoel is die afhangt van wie de keuze maakt en omdat hij maar steeds maar een hele korte periode heeft gemeten (1 tot 3 dagen) vond ik zijn peilingen niet betrouwbaar genoeg om in mijn reflectie op te nemen.

Omdat deze bevindingen mij lieten twifelen aan de mogelijk om überhaupt tot een eenduidige definitie van positief nieuws te komen, heb ik zelf een zeer summier veldonderzoekje gedaan (Bijlage 1). Ik heb vijf medestudenten gevraagd een aantal krantenberichten te beoordelen met ‘positief’, ‘negatief’, ‘neutraal’ of ‘weet niet’. Hieruit bleek dat er over negativiteit wel een redelijke consensus bestaat. Iedereen vindt moorden, aanslagen en verkrachtingen wel negatief. Maar over positiviteit liepen de meningen veel meer uiteen. Dat komt, denk ik, omdat wat één positief vindt voor iemand anders misschien helemaal niet positief hoeft te zijn.

Dit is voor mij ook de reden geweest waarom ik voor deze reflectie niet zelf een inventarisatie heb gemaakt van hoe positief of negatief de Nederlandse kranten zijn. Het is bij sommigen berichten heel moeilijk te zeggen of het nou positief of negatief is. En dan zou een indeling door mij zo subjectief zijn dat het weinig waarde heeft en ik er ook geen redelijke conclusies aan kan verbinden.

Uiteindelijk kwam ik terecht op de website van het Good News Network. Het netwerk had de definitie van positief nieuws teruggebracht tot een aantal kenmerken waaraan gebeurtenissen volgens de medewerkers aan moesten voldoen om positief genoemd te worden (zie Hoofdstuk 1). Omdat ik het met al deze kenmerken wel eens ben, heb ik deze definitie overgenomen. En het fijne van deze definitie vind ik ook dat die het persoonlijke belang overstijgt. De waarden waar positief nieuws volgens deze website aan moet voldoen zijn dingen die voor de samenleving als geheel positief zijn. Dan kan een bericht nog wel op individueel niveau negatief uitpakken, maar voor de maatschappij als geheel is het uiteindelijk positief en daar gaat het volgens mij om. Het terugdringen van lease-auto’s is bijvoorbeeld voor mensen die zo’n vervoersmiddel gebruik heel vervelend, maar het is uiteindelijk beter voor het milieu en draagt dus bij aan een groter belang.

Algemene research

Naast het zoeken naar een definitie heb ik de eerste weken van het project gebruikt om heel breed research te doen naar positief nieuws. Ik heb voornamelijk op internet gezocht naar initiatieven, opinies, en onderzoeken op dit gebied. Ik heb in deze fase heel veel gevonden en zal het hier niet allemaal noemen, omdat het dan te uitgebreid wordt. Ik zal me hier beperken tot de belangrijkste resultaten.

Op aanraden van mijn begeleider, Theo Dersjant, heb ik gezocht naar soortgelijke onderzoeken als die van Zinfo.nl in het buitenland, maar ik heb daarover weinig kunnen

³² Zinfo.nl (2007, 10 december); Zinfo.nl (2008, 14 januari); Zinfo.nl (2008, 9 februari)

vinden. Ik heb uiteindelijk alleen een peiling gevonden van het Vlaamse Positief Nieuws Bureau alleen was dat gericht op websites en hanteren zijn dezelfde onderzoeksmethode als Zinfo.nl waardoor ik er weinig mee kon doen in mijn reflectie.

Verder heb ik nog ontdekt dat er in de Verenigde Staten een discussie gaande is over het al dan niet brengen van positieve berichten over Irak. Ook Charles Groenhuijsen mengt zich op de website Planet.nl in deze discussie³³. Maar ik heb besloten daar niets mee te doen, omdat het te weinig verband houdt met het onderwerp van deze reflectie.

Verder heb ik op het weblog Bexlog wel informatie gevonden over een onderzoek van het onderzoeksbureau Trendlight Nederland, waaruit zou blijken dat in Nederlandse kranten de optimistische berichtgeving de negatieve berichten zelfs overheerst qua aantal artikelen³⁴. En de Telegraaf zou volgens dit onderzoek de meest positieve krant zijn en het NRC Handelsblad de meest negatieve. Omdat het bericht op dit weblog erg summier is en niks zegt over de onderzoeksmethode heb ik contact gezocht met Trendlight (mailcontact op 14 december 2007 met Eelko Mink). Maar hij wilde mij het onderzoek niet ter inzage geven, omdat het exclusief voor het tijdschrift Eye hebben was gedaan. Ik heb van het bureau wel het artikel gekregen dat in Eye heeft gestaan (Bijlage 7).

Ik heb nog geprobeerd om via de redactie van het tijdschrift aan het onderzoek te komen, maar daar hadden ze de informatie niet meer, werd mij verteld. Daarom heb ik dit onderzoek niet opgenomen in mijn reflectie. Ik kan namelijk niet beoordelen wat de onderzoeksmethode is geweest, hoe betrouwbaar die is, welke definities zijn gebruikt en in hoeverre het dus werkelijk van toepassing is op mijn reflectie.

Ik ben in deze fase ook al diverse opinies tegengekomen over positief nieuws. Sommige opinies haal ik direct aan in deze reflectie, zoals die van Marco Visscher op de website van NRC Handelsblad³⁵.

Maar ik heb ook van stukken kennis genomen die ik niet citeer of paraphraseer in de reflectie, omdat de meningen weinig verschillen met die van de mensen die ik gesproken heb (Bijlage 2,3,4 en 5). Het gaat hier om de mening van Charles Groenhuijsen in een stuk op De Nieuwe Reporter³⁶; het stuk *Goed is nieuws* dat lezersredacteur Edith Ramakers schreef op de website van de Provinciale Zeeuwse Courant (PZC)³⁷ en hetgeen Frits van Exter, oud-hoofdredacteur van Trouw, zegt in zijn 'Brief van de hoofdredactie' op 26 november 2005³⁸.

Ik heb er in deze gevallen steeds voor gekozen om de mensen die ik zelf gesproken heb aan het woord te laten in de reflectie, omdat ik hun uitspraken beter kan interpreteren. Ik was in die gevallen immers zelf steeds in de gelegenheid om door te vragen.

In deze researchfase ben ik ook de boeken *De toekomst van het nieuws* van Irene Costera Meijer en *The good news is, the bad news is wrong* van Ben Wattenberg tegengekomen. Ik

³³ Groenhuijsen, C (2007, 20 maart). *Goed Irak-nieuws taboe?*. Internet:

<http://www.planet.nl/planet/show/id=2124153/contentid=823915/sc=649260>

³⁴ Rooij, S van (2006, 14 december). *Printed media brengen meer positief nieuws dan consumenten denken*.

Internet: <http://www.bexblog.nl/?p=120>

³⁵ Visscher, M (2006, 14 december). *Verdriet, verderf en vernietiging – melden de kranten*. Gevonden op: http://www.nrc.nl/opinie/article574452.ece/Verdriet,_verderf_en_vernietiging_ndash_melden_de_kranten

³⁶ Groenhuijsen, C (2006, 5 juli). *Goed-nieuwsjournalistiek: Broertjes vs. Balkenende*. Internet: <http://www.denieuwereporter.nl/?p=463>

³⁷ Ramakers, E (2007, 10 november). *Goed nieuws is nieuws*. Internet:

<http://www.pzc.nl/extra/lezersredacteur/2140698/Goed-nieuws-is-nieuws.ece>

³⁸ Exter, F van (2005, 26 november). *In slecht nieuws schuilt vaak het goede nieuws*. Internet:

http://www.trouw.nl/deverdieping/dossiers/article40493.ece/In_slecht_nieuws_schuilt_vaak_het_goede_nieuws?backlink=true

heb beide boeken uiteindelijk niet gebruikt in de reflectie. Het boek van Costera Meijer ging vooral over het nieuws op televisie, terwijl ik me juist richt op de krant. En het boek van Wattenberg bevat eigenlijk alleen voorbeelden van gevallen waarin media met hun voorkeur voor negativiteit een vertekend beeld van de werkelijkheid neerzetten. Deze voorbeelden gaan onder meer over de economie en gezondheidszorg en zijn te theoretisch en cijfermatig om opgenomen te kunnen worden in deze reflectie. Bovendien is het boek uitgegeven in 1985 waardoor de voorbeelden ook nog eens erg gedateerd zijn.

Formuleren deelvragen

Langzamerhand merkte ik dat dit vrije zoeken niet zo heel veel ging opleveren. Ik vond wel een heleboel nieuwe, interessante dingen, maar omdat het zoveel was, zag ik werkelijk door de bomen het bos niet meer en wist ik niet meer wat ik nou precies wilde met mijn reflectie en waar ik moest beginnen. Daarom heb ik in projectweek 4 het vrije zoeken maar even gelaten voor het was en ben ik eerst eens gaan nadenken over wat ik precies wilde gaan onderzoeken door voor mezelf deelvragen te formuleren.

Omdat mijn hoofdvraag was hoe positieve berichten voor kranten kunnen bijdragen aan het vervullen van hun maatschappelijke taak. Was het logisch dat ik op zijn minst de vraag moest beantwoorden welke maatschappelijke taken kranten hebben.

Verder viel mij tijdens de eerste tutorbijeenkomsten ook op dat een veelgebruikt argument door medestudenten tegen goed nieuws was, dat het niet nieuwswaardig was. Dat bracht mij op het idee om ook te kijken hoe positief nieuws binnen de alom gehanteerde nieuwscriteria van kranten past.

Tot slot bedacht ik de deelvraag 'hoe kan positieve berichtgeving het wereldbeeld van de lezer beïnvloeden', omdat het antwoord op deze vraag naar mijn idee zou kunnen onderstrepen wat de gevolgen van positieve berichtgeving voor de lezer kunnen zijn. En die informatie zou ik waarschijnlijk kunnen gebruiken bij het beredeneren van hoe positieve berichten kunnen bijdragen aan het vervullen van de maatschappelijke taken van de krant.

Aanpak

Nu ik wist wat ik wilde weten kon ik er ook gericht literatuur en andere informatie bij zoeken.

Over de beeldvorming

Om aan te geven dat kranten nog steeds een belangrijke rol spelen in het leven van mensen heb ik in het begin een aantal onderzoeken aangehaald die dit illustreren (zie eerste alinea, hoofdstuk 2).

Vervolgens heb ik om de mogelijke invloed van positief nieuws op beeldvorming te verkennen het boek *Media en Publiek* van Connie de Boer en Swantje Brennecke geraadpleegd. Dit boek geeft namelijk een goed overzicht van bestaande beeldvormingstheorieën.

Ik heb dit boek doorgelezen en bij de verschillende theorieën steeds overwogen in hoeverre het bruikbaar was in mijn reflectie. De benaderingen die ik in hoofdstuk 2 behandel vond ik uiteindelijk het best toepasbaar en het meest toevoegen aan mijn reflectie. De benaderingen die ik niet behandel voegden dus naar mijn idee niet veel toe of waren niet goed toepasbaar, zoals bijvoorbeeld de culturele indicatoren benadering³⁹, omdat die vooral over invloeden van het medium televisie gaat.

³⁹ Boer, C de & Brennecke, S (2003). P.159- 184

Over de nieuwsriteria

Voor de beantwoording van de tweede deelvraag heb ik gekeken naar selectiecriteria voor nieuws. Ik heb hierbij gekozen voor de lijstjes van Nico Kussendrager en Dick van der Lugt (*Basisboek Journalistiek*) en Freerk Teunissen (*Wat is nieuws?*), omdat die alom gehanteerde nieuwsriteria bevatten die je in de meeste journalistiekboeken ook terugziet komen.

Daarnaast trok het rijtje van Galtung en Ruge dat ik in het boek van Teunissen tegenkwam⁴⁰ mijn belangstelling. Daarin worden namelijk ook criteria genoemd die niet over de inhoud gaan, maar vooral over redactionele zaken die ook een belangrijke rol spelen bij de nieuwsselectie, zoals de compositie.

Hier ben ik een beetje hetzelfde te werk gegaan als bij het vorige hoofdstuk. Ik heb voor mezelf eerst bij alle taken bekeken in hoe ik positieve gebeurtenissen en ontwikkelingen hier juist wel of niet bij vond passen. Ook hier heb ik, omwille van de lengte en leesbaarheid, niet alles kunnen behandelen. De criteria waarbij ik een reden zag voor waarom positief nieuws juist meer of minder kans zou moeten krijgen om in de krant te komen dan negatief nieuws heb ik eruit gelicht. De rest heb ik achterwege gelaten.

Vandaar dat ik in hoofdstuk 3 ook de volgende passage heb opgenomen:

‘Voor de overige, nog niet behandelde criteria uit de tabel aan het begin van dit hoofdstuk, geldt bij nagenoeg allemaal dat er op basis daarvan geen duidelijk oordeel te vellen is over of positief dan wel negatief nieuws meer aan deze kenmerken voldoet. Het hangt er maar net vanaf waar het nieuws zich afspeelt en welke mensen erbij betrokken zijn. Of het positief of negatief is maakt daarbij niet zoveel uit voor de kans om in de krant te komen. Daarom zal ik op deze criteria hier niet verder ingaan.’

Zo is meteen duidelijk waarom niet alle criteria in het hoofdstuk uitgebreid behandeld worden. En het is beter leesbaar dan wanneer ik voor elk kenmerk apart zou gaan uitleggen waarom ik er niks zinvols over kan zeggen als het gaat om het onderscheid tussen positief en negatief nieuws.

Over de maatschappelijke taken

Omdat over de taken van de krant verschillende opvattingen bestaan, heb ik ervoor gekozen om naar aanleiding van literatuur over *The social responsibility theory of the press* en *The elements of journalism* zelf een lijstje te maken met maatschappelijke taken die kranten volgens mij hebben. Op deze manier zou de uitkomst van deze reflectie ook meer gebaseerd zijn op mijn eigen mening, wat uiteindelijk ook de bedoeling is van een reflectie.

Hieronder zal ik nog even kort per element uit beide theorieën toelichten waarom ik ze wel en niet in mijn rijtje heb opgenomen en onder welke taken ik ze heb geplaatst.

The social responsibility theory of the press

1. De pers dient te zorgen voor ‘a truthfull, comprehensive and intelligent account of the day’s events in a context that gives them meaning. *Dit slaat volgens mij op de informerende taak. De pers moet informatie geven over actuele gebeurtenissen. En het tweede stuk van dit element, het in een context plaatsen van de gebeurtenissen, gaat over de duidende en analyserende taak.*
2. The press should try to represent all important viewpoints, not merely those with which the publisher or operator agrees; and in doing so, it should carefully identify all

⁴⁰ Teunissen. F, (2005). P 105

- sources of news. *Het weergeven van alle belangrijke standpunten heeft volgens mij betrekking op de platformfunctie.*
3. De pers moet voorts ‘a representative picture of the constituent groups in society’ schetsen. *Het neerzetten van een representatief beeld vind ik bij de informatietaak horen. Want als een krant mensen goed informeert is de informatie daarin ook representatief voor de werkelijkheid.*
 4. Eveneens zijn de media verantwoordelijk voor ‘the presentation and clarification of the goals and values of the society’. *Dit is de cultuuroverdrachtstaak. Media moeten laten zien welke waarden en normen in een samenleving belangrijk zijn.*
 5. Ten slotte dient de pers te zorgen voor ‘full access to the day’s intelligence’, zodat het publiek zo volledig en veelzijdig mogelijk wordt geïnformeerd. *Het laatste deel van dit element zegt het eigenlijk zelf al, dit heeft ook weer te maken met de informatietaak.*

The elements of journalism:

1. Journalism’s first obligation is to the truth. *Ik heb dit voor mezelf even vrij vertaald naar ‘het neerzetten van een waarheidsgetrouw beeld’ en daarom vind ik dat dit element hoort bij de informerende taak.*
2. Its first loyalty is to citizens. *Dit element heeft naar mijn mening niet direct betrekking op maatschappelijke taken van een medium, maar meer op hoe je moet handelen als journalist en welke ethische codes je na moet leven. Ik heb dit dus niet opgenomen in mijn rijtje met taken.*
3. Its essence is a discipline of verification. *Idem.*
4. Its practioners must maintain an independence from those they cover. *Idem*
5. It must serve as an independent monitor of power. *Dit element slaat heel duidelijk op de waakhondfunctie die de pers, en ook kranten, hebben.*
6. It must provide a forum for public criticism and compromise. *Dit heeft betrekking op de platformfunctie.*
7. It must strive to make the significant interesting and relevant. *Ik heb dit element niet direct opgenomen in mijn eigen lijstje, maar het houdt natuurlijk wel verband met de amuserende taak. Informatie moet zodanig interessant en relevant gepresenteerd worden dat het de lezer zijn belangstelling trekt.*
8. It must keep the news comprehensive and in proportion. *Dit vind ik passen bij de duidende en analyserende taak, omdat dit gaat over het in een groter geheel en in het juiste perspectief plaatsen van nieuws; dingen niet groter maken dan ze zijn en verbanden leggen.*
9. Its practioners have an obligation to exercise their personal consience. *Dit element heeft naar mijn mening niet direct betrekking op maatschappelijke taken van een medium maar meer op hoe je moet handelen als journalist en welke ethische codes je na moet leven. Ik heb dit dus niet opgenomen in mijn rijtje met taken.*
10. Citizens, too, have rights and responsibilities when it comes to the news. *Dit element heeft niets te maken met taken van de krant maar gaat over wat burgers zouden moeten doen. Daarom heb ik het niet opgenomen in mijn lijstje met maatschappelijke taken die kranten volgens mij hebben.*

Er zijn nog vier taken over die ik noem in de reflectie, maar die niet logischerwijs voortvloeien uit deze theorieën. De eerste drie zijn ‘onderwerpen agenderen’, ‘amuseren’ en ‘service bieden’. Ik heb geen literatuur gebruikt om op deze taken te komen, maar dat kranten deze maatschappelijke taken hebben lijkt mij nogal voor de hand liggend en is volgens mij ook iets wat al op de middelbare school bij maatschappijleer wordt verteld. Dus ik denk dat

het zo duidelijk is dat kranten deze taken vervullen, dat ik ze niet per sé hoef te verantwoorden met literatuur.

En de laatste maatschappelijke taak uit mijn rijtje, namelijk ‘betrekken bij de maatschappij’, heb ik bedacht naar aanleiding van artikelen en uitspraken over de inspirerende taak die ik in hoofdstuk vier noem. Ik heb hierover nagedacht en ben uiteindelijk op deze taak gekomen en waarom ik die zo heb geformuleerd heb ik in de reflectie zelf al uitgebreid toegelicht.

Conclusie en aanbevelingen

In hoofdstuk 5 beantwoord ik mijn hoofdvraag. In eerste instantie heb ik zelf beredeneerd hoe positieve berichtgeving naar mijn mening bij de taken past die ik in hoofdstuk 4 heb benoemd. Ook hier denk ik dat de inhoud van de tekst zelf voldoende toelicht hoe ik tot mijn beredenering ben gekomen.

Mijn conclusie in hoofdstuk 6, vloeit hier logisch uit voort, maar ik heb er toch voor gekozen om er een apart hoofdstuk van te maken, omdat de conclusie dan wat meer opvalt.

Vervolgens heb ik in het laatste hoofdstuk enkele aanbevelingen op een rijtje gezet die ik in de reflectie al zijdelings heb genoemd. Maar door het hier even op te sommen is het wat duidelijker voor de lezer omdat het allemaal nog even kort wordt aangestipt en samengevat. De aanbevelingen voor verder onderzoek zijn vooral gebaseerd op vragen die bij mij op kwamen gedurende het project maar ik niet zelf kon uitvoeren vanwege de beperkte tijd of omdat het teveel afweek van wat ik wilde onderzoeken.

Voorbeelden

Soms vond ik het nodig om mijn beweringen te verduidelijken met voorbeelden. Deze voorbeelden zijn voornamelijk ontleend aan berichten die ik toevallig tegenkwam in verschillende kranten, mijn ervaringen tijdens de stage bij Trouw en soms zijn ze gewoon puur fictieel.

Interviews

Ik heb ervoor gekozen om me in de eerste weken te richten op literatuuronderzoek en me op basis daarvan alvast een mening te vormen en een voorlopig antwoord op mijn hoofdvraag te formuleren. Dit heb ik gedaan omdat ik dan zodra ik mijn bevindingen ging voorleggen aan de (adjunct)hoofdredacteuren heel goed kon zien hoe mijn mening veranderde door de gesprekken.

Als ik niet al het één en ander had opgeschreven en overdacht voordat ik de interviews ging doen, was het denk ik niet zo goed mogelijk geweest om na de gesprekken voor mezelf helder te hebben welke van mijn opvattingen van mijzelf komen en welke beïnvloedt zijn door de gesprekken.

Dat ik het zo heb aangepakt is bijvoorbeeld goed te zien bij het stukje over de platformfunctie in hoofdstuk 5. Daarin ontwikkelde ik eerst zelf een visie op basis van de literatuur over The elements of journalism van Kovach en Rosentiel. Maar na de interviews heb ik deze mening herzien.

Waarom ik juist deze (adjunct)hoofdredacteuren heb geïnterviewd, is terug te vinden aan het einde van hoofdstuk 1, waarin ik aangeef wie ik ga interviewen en waarom.

Ik heb ook nog diverse malen telefonisch en per e-mail contact proberen te krijgen met iemand van DAG die mij iets zou kunnen vertellen over hoe deze krant omgaat met positief nieuws. Dat wilde ik graag, omdat DAG volgens een onderzoekje van Zinfo.nl de meest positieve krant was, maar het is me niet gelukt om degene die hier over ging te pakken te krijgen.

Verwijderde passages

Omdat ik al voordat ik de interviews ging houden ruimschoots over het maximum aantal van 10.000 woorden heen was, heb ik flink moeten schrappen in deze reflectie. Theo Dersjant heeft tegen mij gezegd dat het niet zo erg was als ik er wat overheen zat, maar dat het natuurlijk niet te gortig mocht worden. Omdat ik voor de interviews al ruim 11.000 woorden had geschreven heb ik dus veel verwijderd. Als ik grotere stukken verwijderde, heb ik deze steeds in een ander bestand op mijn pc geplakt. Zo kon ik het later altijd nog terug halen als ik het nog nodig had en zo had ik een overzicht van wat ik heb verwijderd. En uiteindelijk is dit document geworden van ruim zes pagina's met losse flarden tekst. Ik zal die hier niet alsnog gaan behandelen, want dat voert te ver, maar de stukken die ik heb weggehaald zijn vooral voorbeelden en verduidelijkingen door dingen nogmaals in iets andere bewoording te zeggen. Omdat ik veel van dit soort stukjes heb verwijderd kan het soms zijn dat dingen wat kort door de bocht staan opgeschreven in de reflectie.

Niet gebruikte contacten

Niet alle gesprekken die ik heb gevoerd heb ik ook gebruikt in mijn reflectie. Het mailcontact met Peter Goosens van het Positief Nieuws Bureau heb ik niet gebruikt, omdat het alleen ging over wat positief nieuws is en wat hij mailde van dezelfde strekking was als wat Peter Zoon van Zinfo.nl mij al had verteld. Ik vond dus dat het niet veel toevoegde en omwille van de lengte van mijn reflectie heb ik er daarom maar niks mee gedaan. Het telefoongesprek met de redactiechef van het Haarlems Dagblad, Willem Spierdijk, heb ik om dezelfde reden niet aangehaald in de reflectie.

Toevoeging n.a.v presentatiebijeenkomst

Twee weken voor het inleveren van deze reflectie heb ik mijn bevindingen in een bijeenkomst op school gepresenteerd aan een groepje medestudenten en docent Monique Hamers. Zij gaf mij tijdens deze presentatie nog de tip om te kijken naar het boek *Geschiedenis van het nieuws* van Mitchell Stephens. Ik vond dit zelf ook een goede aanbeveling, omdat dit boek een aantal van mijn bevindingen, vooral over de nieuwscriteria, in historisch perspectief plaatste voor mij. Daarom heb ik in de laatste weken nog wat informatie uit dit boek toegevoegd.

De Bijlagen

Ik heb niet alle gesprekken die ik heb gevoerd uitgewerkt en opgenomen in de bijlagen. Eerlijk is eerlijk, dat komt doordat ik tijdens het voeren van deze gesprekken in de eerste projectweken er nog niet bij stil had gestaan dat ik eigenlijk alle gesprekken integraal op moest nemen in de bijlagen bij deze reflectie. Ik had daar dus geen aantekeningen van en het dan achteraf reconstrueren is onnodig veel werk in verhouding tot wat de gesprekken hebben toegevoegd aan mijn reflectie. Daarnaast brengt dat het risico met zich mee dat ik mensen dingen in de mond leg die ze niet gezegd hebben. Daarom heb ik het telefoongesprek met Willem Spierdijk van het Haarlems Dagblad en dat met Robbert Zoon van Zinfo.nl niet opgenomen.

Verder heb ik de artikelen en internetpublicaties die ik in mijn reflectie aanhaal niet opgenomen in de bijlagen, omdat de meesten daarvan gemakkelijk online te raadplegen zijn. Ik heb er alleen voor gekozen om in Bijlage 7 het artikel uit het tijdschrift Eye over het onderzoek van Trendlight Nederland naar de hoeveelheid positief nieuws in Nederlandse kranten en op weblogs integraal op te nemen. Ten eerste, omdat ik bij dit stuk niet over voldoende gegevens beschik om het in de bronnenlijst op te kunnen nemen. Er staat bijvoorbeeld geen titel boven het verhaal. En ten tweede is het stuk niet openbaar te raadplegen op internet.

Sterke punten in de reflectie

Het goede aan deze reflectie vind ik zelf dat ik vanuit een nieuwe invalshoek naar positief nieuws heb gekeken. Er wordt natuurlijk wel veel gezegd over of positief/goed nieuws eigenlijk wel nieuws is, maar in deze reflectie kijk ik verder dan dat. Ik laat door het te koppelen aan de maatschappelijke taken zien waarom iedere krant zou moeten nadenken over de positiviteit en negativiteit van hun berichtgeving. En dat het bij de maatschappelijke taken van het medium hoort om ook te berichten over dingen die wel goed gaan.

Ik ben zelf ook wel blij met mijn werkwijze en overwegingen om uiteindelijk tot een werkbare definitie van positief nieuws te komen. Door hierbij stil te staan, laat ik eigenlijk al meteen zien wat een probleem kan vormen bij de praktische uitvoerbaarheid van het brengen van positieve verhalen. Het is heel goed mogelijk dat redacteuren daar andere dingen onder verstaan dan de chef, waardoor alleen de boodschap: ‘we moeten meer positief nieuws brengen’, niet zinvol is om uit te dragen als hoofdredacteur van een krant. Mijn definitie maakt het ook voor een hoofdredacteur gemakkelijker om beleid te ontwikkelen voor het brengen van positieve verhalen. Hij kan bijvoorbeeld zeggen: ‘ik wil dat we ons meer gaan richten op oplossingen in de krant.’

Zwakke punten in de reflectie

Ik denk dat ik goede redenen heb aangevoerd om niet zelf een onderzoek te gaan doen naar hoe positief of negatief de Nederlandse kranten zijn, maar ik vind het wel jammer dat ik daardoor ook niets kan zeggen over of kranten meer of minder aandacht moeten hebben voor positief nieuws. Ik denk dat als ik wel hard kon maken dat sommige kranten te weinig aan goed nieuws doen, dit mijn reflectie sterker zou maken.

Een ander zwakker punt aan deze reflectie vind ik dat ik in hoofdstuk 3 op bladzijde 14 de sceptische houding van journalisten tegenover positief nieuws die er volgens mij is, niet kan onderbouwen omdat ik geen onderzoek heb gedaan naar hoe journalisten denken over positief nieuws. En ik heb hier ook geen onderzoeken van anderen over heb gevonden. Dat de (adjunct)hoofdredacteurs die ik gesproken heb dit verschijnsel ook zien maakt het iets minder een ‘nattevingerbewering’, maar deze mensen kunnen natuurlijk niet oordelen over de hele beroepsgroep van journalisten.

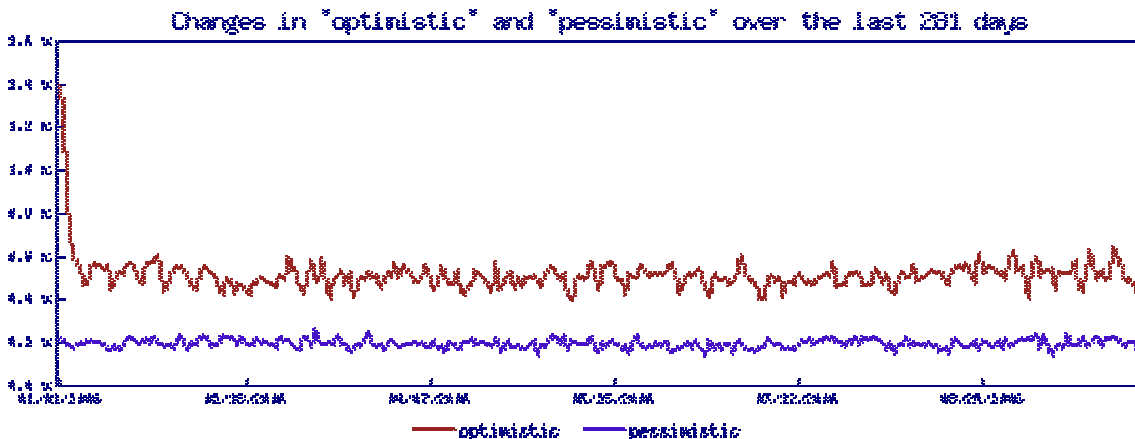
Bijlage 7

Artikel over onderzoek van Trendlight Nederland

Dit artikel is in december 2006 in het tijdschrift Eye verschenen.

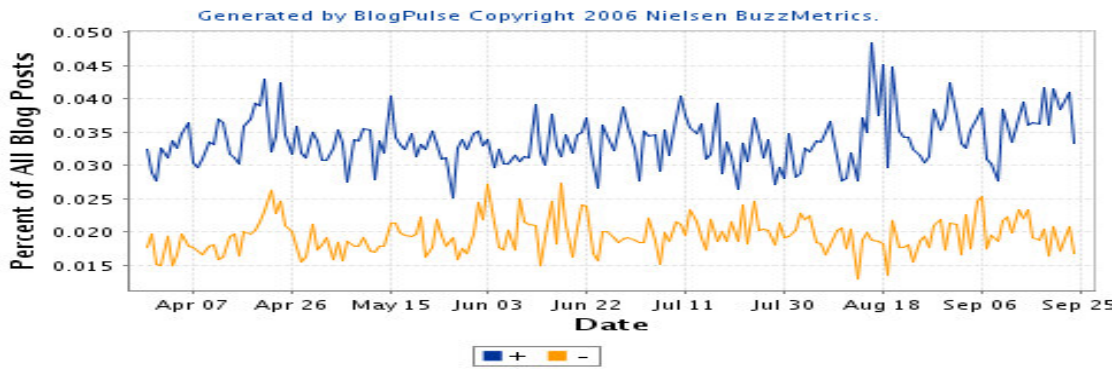
Optimisme in de politiek is in. Jan Peter Balkenende is met zijn VOC-mentaliteit en visie op een nieuwe Gouden Eeuw inmiddels de PvdA in de peilingen voorbijgestreefd. Tegelijkertijd zien we de partijen aan de rechterkant verschrompelen. Het electoraat heeft blijkbaar genoeg van negativisme en wil weer vooruit. Het consumentenvertrouwen gaat omhoog, de bestedingen stijgen. Er is geen plaats meer voor pessimisme..... In ieder geval niet in de politiek.

Kunnen we in de media gelijksoortige bewegingen zien? We hebben het optimisme in de media eens langs de meetlat gelegd. Hiertoe hebben we verschillende bronnen aangeboord. Allereerst het initiatief van Professor Maarten de Rijke van de Universiteit van Amsterdam die met zijn Moodviews inzicht geeft in de mate waarin verschillende sentimenten voorkomen in weblogs.



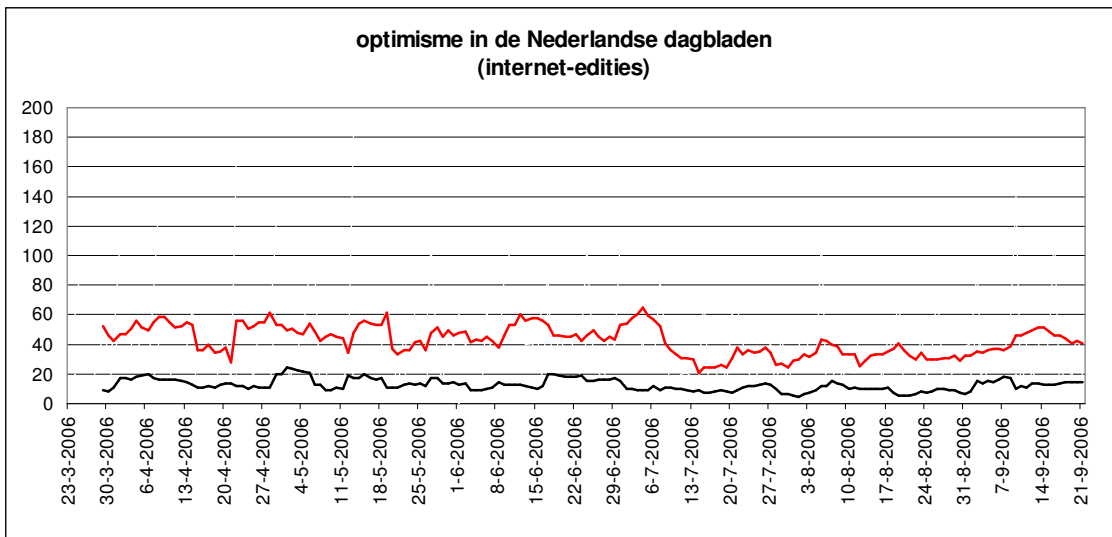
Eigenlijk zien we een beeld dat gedurende het gehele jaar min of meer constant is. Bloggers zijn in hun weblogs gemiddeld 2 tot 2,5 vaker positief dan negatief. Uitzondering hierop is de periode rond de jaarwisseling, waarin een zeer duidelijke toename van berichten met een optimistische toon is waar te nemen.

Ook op blogpulse zien we een soortgelijke verhouding tussen berichten met een optimistische en die met een pessimistische toon.



Zijn de dagbladen in de loop van 2006 nu ook positiever gaan schrijven? We hebben hiertoe een groot aantal internet krantenarchieven geraadpleegd en onderzocht hoe berichtgeving met uitgesproken positieve en negatieve woorden zicht tot elkaar verhouden.

De grafiek toont een 7-daags voortschrijdend gemiddelde. De artikelen zijn gewogen. Hoe nadrukkelijker er positief werd bericht, hoe hoger de waarde.



Ook hier zien we opvallend genoeg een vergelijkbaar beeld met de onderzochte weblogs, er is beduidend meer aandacht voor positief nieuws dan voor negatief. In de tweede helft van de zomer wordt de berichtgeving minder positief, zonder dat de negatieve berichtgeving overigens toeneemt. Begin september tekent zich weer een opwaartse lijn naar boven af. Wanneer we kijken naar de optimistische berichtgeving zien we dat deze vooral van economische aard is. De aantrekkende economie in het gehele Eurogebied en de toename van het consumentenvertrouwen zijn hiervoor de belangrijkste aanleiding. Ook vinden we enig

optimisme rond het WK voetbal. Opvallend genoeg heeft ook de negatieve berichtgeving vooral betrekking op de economie.

Telegraaf	1,97
Reformatorisch Dagblad	1,97
Google blogs	1,94
Volkskrant	1,91
Trouw	1,90
FD	1,85
AD	1,85
Web-log.nl	1,69
Nederlands Dagblad	1,66
Metro	1,66
NRC	1,63
NieuwNieuws	1,48
GeenStijl	1,13
Elsevier	0,96

We zien wel duidelijke verschillen tussen de media. De Telegraaf is van alle landelijke dagbladen het meest positief. Er staan in de redactiekolommen van de “krant van wakker Nederland” bijna 2 keer meer positief gekleurde berichtgeving dan negatieve. Ook het Reformatorisch Dagblad heeft een positief kijk op het wereldgebeuren. Het NRC Handelsblad is het meest negatief van alle onderzochte dagbladen, maar de balans slaat nog steeds door naar de positieve kant. Alleen in Elsevier vinden we meer negatief dan positief gekleurd nieuws. Ook de shockblog GeenStijl en de nieuwsblog NieuwNieuws hebben een veel negatiever wereldbeeld dan de overige Nederlandse media.

In het algemeen kunnen we stellen dat de mens positief is ingesteld. Op vrijwel alle onderzochte media winnen de optimisten het ruim van de pessimisten. In dat licht gezien kan de strategie om in de verkiezingscampagne de toekomst van de zonnige kant te belichten, wel eens de winnende blijken. Hieraan kan worden toegevoegd dat de positieve economische ontwikkelingen de perfecte driver zijn om een rooskleurig toekomstbeeld aan op te hangen. De campagnestrategen van Balkenende hebben de Clinton doctrine “It’s the economy stupid” goed begrepen en aangevuld met “and say it with a smile”

Raymond Franz

directeur van TrendLight Netherlands

