

Heeft Fitna te veel media-

In de rubriek “Polemiek over politiek” binden twee politicologen in spe door Deze keer wordt er geschreven over de rol van de media omtrent ‘Fitna’, de film
journaal al beelden te zien van anti-reacties uit de islamitische wereld. Hebben besteden? Carlijn van Donselaar en Wouter van Noort

Beste Wouter,

“Dood aan Nederland, niemand komt aan onze Profeet!”, aldus de Afghaanse moslimfundamentalisten, die wij in februari te zien kregen in het NOS Journaal. Aanleiding leek op het eerste gezicht Fitna, de film van Geert Wilders die toen nog niet eens verschenen was. Maar was de echte reden voor het ontstaan van een dergelijke reactie niet de absolute garantie op aandacht in de media? Immers, zonder de in overvloed aanwezige en draaiende camera’s zou geen zinnig mens op het idee komen om met een schoen op een Nederlandse vlag te slaan, laat staan een oranjeleurig lampenkapje te verbranden. De groep moslimfundamentalisten en Geert Wilders lijken meer gemeen te hebben dan gedacht: voor beiden is media-aandacht de zuurstof die hun boodschap in leven houdt.

Na het verschijnen van “De Film” werd op pijnlijke wijze duidelijk hoezeer de media een regisserende rol hebben gehad in alle commotie die vooraf ging aan het daadwerkelijke verschijnen ervan. Bij gebrek aan daadwerkelijke nieuwsfeiten, besloten de media om dan zelf maar deel te nemen aan het schouwspel; dag na dag werd er bericht over het onheil dat zich na het uitkomen van Fitna onherroepelijk over ons, de Nederlandse bevolking, uit zou storten. Wat werd vergeten, was een momentje van zelfreflectie. De vraag in hoeverre de media zelf hun steentje bijdroegen aan de zogenaamd dreigende situatie, werd in het geheel niet gesteld. Inmiddels kunnen we wel stellen dat Geert Wilders in de afgelopen maanden in ieder geval één trouwe bondgenoot heeft weten te winnen, eentje waar hij altijd op kon rekenen: de media. God, wat moet die man in zijn vuistje hebben gelachen om de garantie op aandacht bij elk woord dat hij zei!

Zo langzamerhand zouden de media zich eens af moeten vragen tegen welke prijs zij zich nog langer voor het karretje van zowel Wilders als de groep moslimfundamentalisten willen laten spannen. Natuurlijk zijn er in Afghanistan en Pakistan mensen te vinden die er genoeg in scheppen om voor de camera een popje dat Geert Wilders moet voorstellen, te verbranden. Maar geef deze individuen niet meer aandacht dan ze verdienen. Geef Wilders en zijn “knip- en plakwerkje” niet meer aandacht dan ze verdienen. Niet door het in acht nemen van een cordon sanitaire, maar door beide partijen in hun context te plaatsen en te focussen op relevant nieuws inzake deze kwestie, zoals eventuele diplomatieke gevolgen of een Kamerdebat.

Voor mij is het duidelijk: de media moeten afscheid nemen van hun rol als regisseur in het schouwspel waarin Geert Wilders en “De Moslimfundamentalisten” de hoofdrollen vervullen. Hierdoor zullen deze partijen zonder de voor hen broodnodige munitie komen te staan, en zullen zij als minderheden niet langer in staat zijn het publieke debat over de islam en vrijheid van meningsuiting te domineren en polariseren. Bovendien kunnen de media zich dan weer eens richten op hun kerntaak, te weten het evenwichtig informeren van burgers over op zichzelf staande gebeurtenissen.

Hartelijke groet,

Carlijn

aandacht gekregen?

middel van een briefwisseling de strijd met elkaar aan over een politiek onderwerp van Geert Wilders. Lang voor de inhoud van de film bekend was, waren op het de media hierin een verkeerde rol gespeeld door te veel aandacht aan de film te binden de pennenstrijd met elkaar aan.

Hallo Carlijn,

Ik ben het niet met je eens. Volgens mij haal je oorzaak en gevolg toch echt iets te veel door elkaar. De eerste stap is en blijft een nieuwsfeit zoals de vlagverbranding. Dat media vervolgens buitenproportioneel veel aandacht schenken aan zo'n gebeurtenis kan je verkeerd vinden, het doet alleen geen afbreuk aan het feit dat het echt heeft plaatsgevonden.

Door moordende concurrentie en een eindeloze stroom informatie op internet kunnen nieuws- en actualiteitenrubrieken niet onder de onderwerpen van collega-rubrieken heen. Ze willen namelijk beantwoorden aan de informatievraag van hun publiek. Als dat publiek iets heeft gehoord over een opvallende uitspraak van Wilders, of een anti-Nederlandse demonstratie in het Midden-Oosten wil het in een actualiteitenrubriek daar iets over zien.

Wilders genereert zó handig publiciteit dat hij een eigen werkelijkheid heeft geschapen waarin alles wat hij doet of zegt journalistiek relevant is: veel mensen hebben er een mening over en er is veel media-aandacht voor. Als de mediaconsument meer wil weten over de kroegpraat van Wilders, is het de taak van journalisten om daarover te berichten. Door de media-aandacht wordt het onderwerp nóg relevanter en zullen steeds meer rubrieken erover publiceren. Deze cirkelredenering is het directe gevolg van de commercialisering van de media. In feite wordt de journalistiek dus gegijzeld door de democratisering van nieuwsselectie, niet direct door Wilders zelf.

Als de druk van kijkcijfers het belang van een onderwerp omhoog stuwt, kan het net zo makkelijk dat onderwerp weer van de

journalistieke agenda afkrijgen. Op het moment dat iedereen Wilders zat is, is het voor de journalistiek tijd om andere zaken te belichten. Toegenomen invloed van kijkerswensen is een gegeven, het is niet anders. Het alternatief voor een gedemocratiseerd mediabestel is zelfcensuur of een cordon sanitaire. Deze alternatieven zijn door de pluriformiteit van het medialandschap en heersende journalistieke ethiek een volstrekte onmogelijkheid.

De inhoud van de boodschap van Wilders is overigens compleet irrelevant in deze discussie. Iets is nieuwswaardig of niet, de afweging of een journalist het ermee eens of oneens is moet geen enkele rol spelen in het selectieproces. Het hoort bij een open en democratisch ingerichte samenleving dat mensen hun mening uiten en als mensen hun mening uiten, zullen anderen daardoor beledigd zijn. Een journalist behoort zich niet bezig te houden met de inhoud van een boodschap, wèl met de duiding en context ervan.

Kortom vind ik niet dat "de media" (als er al zo'n eenduidige betekenis aan te geven is) verantwoordelijk zijn voor polariserende effecten. Journalisten zitten nou eenmaal in een permanente spagaat tussen hype en "echt nieuws". Zolang commercie de belangrijkste voedingsbodem is van de journalistiek, zoals nu, zal daar niet veel in veranderen. De alternatieven voor een gedemocratiseerd en commercieel gedreven mediabestel lijken alleen ook niet erg aantrekkelijk.

Veel vriendelijk groeten,

Wouter