



Massamedia leveren meningen, verpakt in nieuws dat ze zelf fabriceren

Posted on 22 mei 2024 by Paul Frentrop

Er bestaan drie wijdverbreide misvattingen over nieuws. De eerste is dat media bedoeld zijn om nieuws te leveren. De tweede is dat dit nieuws de waarheid bevat. De derde misvatting is dat er toezicht op de nieuwsvoorziening moet komen om onwaarheden (desinformatie) tegen te houden. Hoe zijn deze misvattingen gerezen?

‘Niemand heeft voorafgaand verloop nodig om door de drukpers gedachten of gevoelens te openbaren,’ staat er sinds 1848 in de Grondwet. Dat staat er niet voor niets. De ontdekking, rond 1450, van het systeem om met losse letters te drukken, gaf de verspreiding van ideeën een enorme impuls. Zonder deze techniek had Erasmus in 1509 zijn *Lof der Zotheid* ook wel kunnen publiceren en had Maarten Luther in 1517 ook wel zijn 95 stellingen op papier kunnen zetten, maar de vrije Westerse wereld had dan niet bestaan.

Met dank aan de rotatiepers

Daarom staat de drukpers in de Grondwet. Maar nieuws, onwaarheden of journalisten vermeldt de wet niet. Slechts 'gedachten en gevoelens', oftewel: meningen.

Die kwamen volop in omloop sinds in 1869 de rotatiepers zijn intrede maakte. Deze machine kon rollen papier verwerken in plaats van vellen en maakte het zo voor het eerst mogelijk om winstgevend hele grote oplagen te drukken. Het massamedium was geboren.

Nu konden uitgevers het brede publiek bereiken en wat dat publiek voorgeschoteld wilde krijgen beschreef Lev Tolstoj in 1877 al in zijn roman *Anna Karenina*:

'Prins Stepan Oblonski – Stiva voor zijn vrienden – was geabonneerd op een gematigd liberale krant met opinies die door de meeste mensen werden aangehangen. Bijzonder geïnteresseerd in wetenschap, kunst en politiek was hij niet, maar hij deelde de standpunten van de meerderheid en van zijn krant, en hij herzag zijn meningen pas als iedereen dat deed, of beter gezegd: zijn ideeën veranderden ongemerkt, zonder dat hij er iets voor hoefde te doen.

'Visies en politieke kleur waren geen zaken waarvoor hij koos, maar die tot hem kwamen, net als het model van zijn hoed en de snit van zijn pak, die hij afstemde op wat iedereen om hem heen droeg. Het hebben van standpunten was in het milieu waarin hij verkeerde even noodzakelijk als het bezit van een hoed, omdat men op rijpere leeftijd nu eenmaal de behoefte ontwikkelt aan enige geestelijke activiteit.

'Oblonski was eraan gewend geraakt het liberale gedachtegoed te belijden, en hij hield van zijn krant als van de lichte beneveling die hem beving wanneer hij na de maaltijd een sigaar opstak.'

Nieuws om meningen aan de man te brengen

De gemiddelde *NRC Handelsblad*-lezer zal dit gevoel herkennen. Al anderhalve eeuw lang is de belangrijkste functie van de krant het verschaffen van een mening aan mensen die daar behoefte aan hebben. Mensen gebruiken de krant (of door de aanleg van het elektriciteitsnet mogelijk gemaakte nieuwere media) niet omdat ze nieuws willen. De krant verschaft een mening; een mening waar je mee voor de dag

kunt komen. Dat is wat de mensen willen hebben. Dat is dan ook het product dat de media leveren.

Er staat wel nieuws in de krant, maar dat nieuws is slechts een middel om die mening aan de man te brengen. Kleine uitgevers konden altijd kranten verkopen door voor hun eigen doelgroep de juiste mening te verkondigen, maar de eigenaren van dure rotatiepersen moesten hun bedrukt papier onder een bredere vlag aan de man brengen. Ze kozen voor nieuws. En dat nieuws gingen ze zelf maken. Zo ontstond het beroep journalist.

Een eerste grote nieuwsmaker was James Gordon Bennet (1841-1918), uitgever van de *New York Herald*. Hij stuurde Henry Morton Stanley naar de binnenlanden van donker Afrika. Een miljoenenpubliek kon vervolgens lezen hoe die daar op 10 november 1871 de verloren gewaande dr. Livingstone vond. Stanley werd de eerste beroemde journalist.

Niet minder befaamd als nieuwsmaker was Joseph Pulitzer (1847-1911). Die kocht in 1883 de sukkelende *New York World*. Hij wist de oplage van deze krant al snel op te schroeven door berichten vol sensatie, vooral over misdaad. Zijn grote tegenstrever Randolph Hearst (1863-1954) produceerde smeulige verhalen over schandalen in het bedrijfsleven. In hun felle concurrentiestrijd om de krantenmarkt in New York brachten deze persbaronnen de Amerikaanse regering er in 1898 zelfs toe om Spanje de oorlog te verklaren, zodat ze over die oorlog konden berichten. Ook maakten uitgevers nieuws uit sport. Zo was hoofdredacteur Henri Desgrange in 1903 de organisator van de eerste Tour de France, een evenement waar hij in zijn krant verslag van kon doen.

Naast nieuwigheden als journalistiek en professionele sportbeoefening leverde de rotatiepers nog een bijproduct op: de publieke opinie. De massa kreeg opeens een mening over van alles en nog wat. En de massa is gemakkelijker tot geestdrift te brengen dan de enkeling. Regeringen moesten voortaan met de emoties van het nieuws consumerende volk rekening gaan houden.

Door een krantenartikel kwam Dreyfus vrij

In Frankrijk bleek dat in 1898. Niet het parlement, maar een krantenartikel van Émile Zola, getiteld *J'Accuse*, maakte dat de onschuldig veroordeelde joodse officier Alfred Dreyfus weer vrij kwam. In Engeland maakte de door kranten gevoede

publieke opinie dat de regering in 1885 een legermacht naar de Soedan moest sturen om daar de populaire door jihadistien belegerde generaal Gordon te redden. (De Britse troepen, vergezeld door de jonge journalist Winston Churchill, kwamen te laat.)

Moraal van dit verhaal: kranten werden (en worden) niet gemaakt om nieuws te ontdekken. Nieuws werd (en wordt) gemaakt om kranten te verkopen. Voor alle sindsdien ontwikkelde massamedia (radio, film, televisie, internet) geldt hetzelfde. Massamedia leveren meningen, verpakt in nieuws dat ze zelf fabriceren.

De verpakking van meningen is niet gemaakt van waarheid. Walter Lippmann, lang een van de bekendste journalisten in de Verenigde Staten, schreef in 1922 in zijn boek *Public Opinion* al dat een duidelijk onderscheid gemaakt moet worden tussen nieuws en de waarheid. Die laatste brengt verborgen feiten aan het licht, maar fladdert op de vleugels van de twijfel. Nieuws daarentegen valt met de deur naar binnen, maar kan er nooit aan ontkomen deels fictie te zijn, een verhaal verteld door belanghebbende partijen. Nieuws heeft weinig met de waarheid van doen.

In 2016 is de derde misvatting gerezen. De aanhangers van Hillary Clinton waren verbijsterd dat Donald Trump de Amerikaanse presidentsverkiezingen had gewonnen. Hun kandidaat was toch veel beter? De kiezers moesten zijn misleid. De Nederlandse regering formuleerde daarom in 2019 'een strategie tegen desinformatie gericht op preventie, het verstevigen van de informatiepositie en (zo nodig) reactie. De nadruk ligt op preventieve acties,' schreef D66-minister Kajsa Ollongren.

Die 'strategie van de regering' kon natuurlijk geen wet worden omdat in 1983 aan het drukwetartikel in onze Grondwet is toegevoegd dat niemand voorafgaand verlof nodig heeft om gevoelens of gedachten te openbaren op radio, televisie en andere middelen. Dus werd de beproefde omweg gevolgd. 'Desinformatie is een systeemrisico voor de samenleving en de democratie,' stelde men in Brussel en zo kwam er de Europese *Digital Services Act*. Die dwingt de Nederlandse regering de verspreiding van desinformatie voortaan tegen te houden.

Bretels met doodskoppen

Wat desinformatie is, definieert de EU-richtlijn net zo min als dat de asielregels bepalen wat een veilig land is. Zou een amusant voorval uit 2015 ook onder

desinformatie vallen? Het illustreert in ieder geval de bestaande misvattingen over nieuws:

Voormalig PvdA-minister Tineke Netelenbos werd toen (onder ede) gehoord door de parlementaire enquêtecommissie die het mislukte project met de HSL-Zuid en de Fyra onderzocht. Ze vertelde over een gesprek met Jan Timmer, destijds president-commissaris van de Nederlandse Spoorwegen. Die had zijn jasje uitgedaan en over zijn stoel gehangen. 'Toen werden zijn brede bretels met doodskoppen zichtbaar. Dat was volgens mij een statement,' aldus de ex-minister. De media waren geschokt. Journalist Bas Heijne schreef de volgende dag in *NRC Handelsblad* over Timmer: 'De man is een intimiderende gek, van het soort dat door corporate Nederland in die jaren op handen gedragen werd. Het soort *alpha male* dat aanbeden wordt.'

Zo wordt 'nieuws' gebracht en 'geduid'. Zo worden kranten gevuld. Maar toen journalist Marcel van Silfhout een tijdje later mevrouw Timmer belde met het verzoek om even in de garderobe van haar man te kijken, trof die daar slechts een set bretels aan met 'lachende mannetjes'. Een nerveuze Netelenbos had '*smileys*' aangezien voor doodshoofden en een vooringenomen Heijne had in dat 'nieuws' zijn eigen beeld van het Nederlandse bedrijfsleven bevestigd gezien. Beiden bleven bij hun meningen. 'Ik heb dit overlegd met mijn secretaris-generaal Ralph Pans en die herinnert het zich ook,' aldus Netelenbos destijds.

Gedachten en gevoelens zijn zelden correct

Politici, ambtenaren, journalisten, emoties en herinneringen brouwen vaker 'nieuws'. Maar nieuws blijft verpakkingsmateriaal voor de handel in uiteenlopende meningen; zowel rijpe als rotte. Zo was de eerste fascist een journalist (Benito Mussolini) maar was de oprichter van D66 dat ook (Hans van Mierlo).

Massamedia bieden meningen waar vraag naar bestaat en verpakken die meningen in nieuws dat aanspreekt. De mens heeft immers behoefte aan meningen, al zullen die zelden correct zijn. 'Mensen praten het meest over zaken waar ze het minste van weten,' signaleerde Denis Diderot.

Het is vanwege die behoefte aan meningen dat die oude machine die gevoelens en gedachten van rare mensen op velletjes papier zette nog steeds in artikel 7 van onze Grondwet staat vermeld. De wet is er niet om onderscheid te maken tussen al het echte en onechte 'nieuws' dat geproduceerd wordt om de rotatiepersen en hun

technologische opvolgers draaiend te houden.

Paul Frentrop was achtereenvolgens journalist, bankier, ondernemer, pensioenbeheerder, hoogleraar en lid van de Eerste Kamer.

Wynia's Week verschijnt 104 keer per jaar met even onafhankelijke als broodnodige berichtgeving. De donateurs maken dat mogelijk. [**Doet u mee?**](#) Hartelijk dank!