

## Tekst 2

### Gebrek aan diepgang leidt tot desinteresse

(1) Commerciële belangen dwingen journalisten ertoe elkaar de loef af te steken met gevoelige, soms pikante onderwerpen. De gedachte is: als wij er geen aandacht aan besteden, doet een ander het wel. Een onbezonnen uitspraak van een politicus, een weinig doorzichtig systeem van onkosten-declaraties of een stukgelopen liefdesrelatie tussen twee bekende Nederlanders bieden een uitgelezen kans eens flink te scoren. Dagenlang volgt men nauwgezet de ontwikkelingen, ook al valt er verder niets meer te vertellen, en worden deskundigen aan de tand gevoeld met het doel de aandacht van de lezer en de kijker vast te houden. Het smakelijke onderwerp wordt volledig uitgemolken totdat een volgende hype zich aandient.

(2) Natuurlijk is het onjuist 'de media' af te schilderen als één voortrazende hypemachine. *De Volkskrant* is de *Metro* niet, *nu.nl* is geen *nrc.nl* en *Vrij Nederland* is iets anders dan *Panorama*. Toch zijn er bij al deze bladen tekenen waarneembaar die een toenemende macht van de commercie verraden. Zo worden de artikelen, uit angst om de aandacht kwijt te raken, steeds korter. Artikelen van meer dan duizend woorden zijn in kranten steeds meer uitzondering dan regel; in treinkranten staan al helemaal geen artikelen van enige omvang.

(3) Ook in Hilversum is 'kort en bondig' de absolute norm geworden. De metingen van het Centrum voor Kijk- en Luisteronderzoek, waar op de tweede nauwkeurig het kijkgedrag van het Nederlandse televisiepubliek wordt geregistreerd, vormen sinds enkele jaren het belangrijkste uitgangspunt voor de vormgeving en programmering van de publieke zenders. De gemiddelde tv-

kijker blijkt een onrustig type: een pauze of stilte langer dan een paar seconden doet hem al naar een andere zender zappen. Te lang stilstaan bij hetzelfde onderwerp verdraagt hij niet. Interviews in praatprogramma's zijn daarom niet langer dan strikt noodzakelijk is. Gesprekken bij bijvoorbeeld *Pauw en Witteman*, de volgens velen belangrijkste serieuze, dagelijkse talkshow van de publieke omroep, duren gemiddeld zo'n twaalf minuten per gast. Wie dat nog te lang vindt, kan het hele programma nog eens op internet bekijken in 'vodcasts'<sup>1)</sup> van vijf minuten.

(4) Het moordende tempo dat op televisie de norm is, heeft tot gevolg dat het publieke debat sterk bepaald wordt door mensen die bereid maar vooral in staat zijn hun uitgesproken mening te verwoorden zonder een al te diepgravende argumentatie. Mediapersoonlijkheden als Jort Kelder en Jan Mulder komen in één week daarom vaker aan het woord dan de meeste hoogleraren, academici en wetenschappers in hun hele carrière. Deze bekende Nederlanders (BN'ers) zijn 'veilige' gasten voor programmamakers: je weet tenminste zeker dat het geen 'saaie' of 'trage' televisie wordt. Ook rap formulerende, stellige politici worden veel vaker gevraagd dan hun meer omzichtig formulerende, wat bedachtzamere collega's.

(5) Het gebrek aan diepgang in het publieke debat komt niet alleen voort uit een angst om kijkers (en dus adverteerders) kwijt te raken. Aan het tekort aan intellectuele bijdragen ligt ook een diepere, filosofische oorzaak ten grondslag: de inflatie van wat kan worden aangeduid met het begrip 'deskundigheid'. Die inflatie is vooral te wijten aan het postmoderne denken. Onder invloed

van sceptici als Søren Kierkegaard (1813 – 1855) en Friedrich Nietzsche (1844 – 1900) kreeg het streven naar waarheid een andere invulling. Dé waarheid bestond niet langer of was op z'n hoogst een door de mens gefabriceerde sociale constructie. Zo werd iedere opvatting min of meer gereduceerd tot 'slechts een mening': niemand had de definitieve of ware visie op de wereld. Door die gewijzigde invulling kreeg het begrip 'deskundigheid' ook een andere betekenis. Er was immers geen criterium meer voorhanden om te beoordelen of een bepaalde opvatting méér waar of waardevoller was dan een andere. De waarheid – voor zover daarvan kon worden gesproken – was een kwestie van optellen geworden: alle meningen bij elkaar benaderden 'het ware' nog wel het meest. Veel journalistieke redacties lijken zich aan die gedachte te hebben gespiegeld. Je zou het de 'verwikipediëisering' van de journalistiek kunnen noemen: de websites van de kranten in Nederland worden tegenwoordig volgeschreven door anonieme internetgebruikers, die op discussiefora en onder ieder nieuwsbericht hun mening mogen geven (of beter gezegd: hun grieven mogen uiten).

**(6)** Ik vind de tegenzin om onderscheid te maken tussen gezaghebbende en willekeurige meningen vanuit een filosofisch standpunt begrijpelijk. Een alomvattend wereldbeeld is per definitie onmogelijk; niemand heeft in principe méér recht van spreken dan een ander. Maar dat neemt niet weg dat dit uitgangspunt in de dagelijkse praktijk van een publiek debat wel degelijk nadelige effecten heeft. Voor het grootste nadelige effect waarschuwde Nietzsche zelf al toen hij de waarheid voor 'dood' verklaarde: het gevaar van nihilisme. Als geen enkele opvatting gezaghebbender is dan enig andere, waarom dan überhaupt nog opvattingen huldigen?

**(7)** Desinteresse en cynisme kenmerken al jaren het publieke debat in Nederland – voor zover je nog van een echt debat kunt spreken. Terwijl momenteel in bijvoorbeeld Duitsland al maandenlang een vurige discussie wordt gevoerd over de verhouding tussen de macht van de staat en de privacy van burgers, wordt de privacykwestie in Nederland afgedaan met een apathisch 'ach, wie niks te verbergen heeft, heeft ook niks te vrezen'. En dat komt niet doordat de Nederlander zich geen zorgen hoeft te maken: een elektronisch kinddossier dat gegevens bevat over de 'wijze van opvoeden', een elektronisch patiëntendossier dat gevoelige medische gegevens digitaal beschikbaar maakt, de identificatieplicht, een recordaantal telefoontaps, belgegevens met een bewaarplicht van twee jaar – het is slechts een willekeurige greep uit de pot vol onderwerpen die een stevig debat zouden rechtvaardigen.

**(8)** Een ander voorbeeld van markante desinteresse is het debat over de Europese eenwording, of liever gezegd het gebrek daaraan. In 2005 werd de nieuwe Europese Grondwet nog door een grote meerderheid van de bevolking afgewezen. Maar toen een slechts cosmetisch herziene versie – met een beetje minder symboliek en een andere naam – alsnog via de parlementaire achterdeur werd goedgekeurd, bleef het stil. Het zij dan maar zo, luidde de cynische conclusie. Over Europa is daarna geen substantiële discussie meer van de grond gekomen.

**(9)** De naar nihilisme neigende onverschilligheid ('wat maakt het allemaal uit') heeft niet alleen te maken met de befaamde kloof tussen burger en politiek, maar ook met een diep wantrouwen jegens de media. Steeds vaker beklagen burgers en politici zich over de beeldvorming: niet dé werkelijkheid, maar een subjectief of zelfs gemanipuleerd beeld van de werkelijkheid is wat de media

ons voorhouden. Ook hier heeft dat besef van subjectiviteit dezelfde nihilistische consequentie: we hechten geen waarde meer aan nieuws ('het is maar een beeld'), we wantrouwen de bron ('de media manipuleren') en we zijn bovendien cynisch over de mogelijkheid tot verandering ('het is nu eenmaal zo').

**(10)** De ironie wil dat desinteresse vaak zelfversterkend werkt. Aan de ene kant zet ze het journaal ertoe aan om met allerlei niet-inhoudelijke kunstgrepen de aandacht van het snel verveelde publiek vast te houden: het nieuws wordt teruggebracht tot zestig seconden, afgewisseld met kolderieke YouTube-filmpjes en opgeleukt met BN'ers. Aan de andere kant veroorzaakt deze entertainmentjournalistiek ook die desinteresse en het cynisme waar ze tegen moet vechten. Hoe kan iemand werkelijk betrokken raken bij zoiets complex als mensenrechtenschendingen in Tibet, als tien minuten later het gespreks-onderwerp alweer verandert in de nieuwste cd van Lee Towers? En hoe kan iemand echt iets begrijpen van het fundamentalisme in het Midden-Oosten, als de discussie na twaalf minuten al wordt onderbroken door reclameblokken?

**(11)** Geen wonder dus dat de animo voor serieuze, diepgravende verslaggeving – en daarmee voor belangrijke maatschappelijke kwesties als privacy en de Europese Unie – gering is. De

burger is diepgang niet meer gewend. Dus houden we voor het gemak de verslaggeving zo simpel mogelijk. En helaas ontmoeten politiek en journalistiek elkaar te vaak in die behoefte aan simpelheid. Ze hebben er beide voordeel bij. Voor de een betekent het hogere kijkcijfers of een grotere lezerschare, voor de ander meer aandacht en meer stemmen. Het jammerlijke gevolg is dat daardoor de neiging om te reflecteren bij iedereen afneemt. Bij de journalist, omdat hij denkt: met diepgang bereik ik het publiek niet; bij de politicus, omdat hij weet: met diepgang haal ik het nieuws niet; en ten slotte bij het publiek of electoraat zelf, dat zich afvraagt: waarom nadenken over iets wat morgen toch alweer plaatsmaakt voor de volgende hype?

**(12)** Het wordt tijd dat patroon eens te doorbreken. De volksvertegenwoordigers moeten zich weer bewust worden van hun grote verantwoordelijkheid ten opzichte van de burger. Redacties van kranten en tv-programma's die ernaar streven kwalitatief goede producten te maken, zouden de durf moeten hebben echte deskundigen aan het woord te laten en daar tijd en ruimte voor moeten vrijmaken. Dat geldt natuurlijk in het bijzonder voor de media die gesubsidieerd worden. Alleen zo krijgen we meer diepgang in het publieke debat en kan de desinteresse bij de burger doorbroken worden.

*naar: Rob Wijnberg, filosoof en columnist  
uit: NRC Handelsblad, 7 maart 2009*

noot 1 Vodcasts: afkorting van video on demand; videofragmenten die op verzoek kunnen worden afgespeeld.

*De teksten die voor dit examen gebruikt zijn, zijn bewerkt om ze geschikt te maken voor het examen. Dit is gebeurd met respect voor de opvattingen van de auteur(s). Wie kennis wil nemen van de oorspronkelijke tekst(en), raadplege de vermelde bronnen.*

*De Cevo is verantwoordelijk voor vorm en inhoud van dit examen.*

## Tekst 2 Gebrek aan diepgang leidt tot desinteresse

---

- 22p 21 Maak een goedlopende samenvatting in correct Nederlands van maximaal **200** woorden van de tekst 'Gebrek aan diepgang leidt tot desinteresse'. Zorg ervoor dat deze samenvatting begrijpelijk is voor iemand die de oorspronkelijke tekst niet kent.

Uit je samenvatting moet duidelijk worden:

- wat typerend is voor de huidige media en hun journalistieke aanpak;
- welke gevolgen die aanpak heeft voor het publieke debat;
- wat de aanpak van de huidige media voor effecten heeft op burgers, de politiek en de media zelf;
- welke oproep aan wie gedaan wordt aangaande de huidige aanpak.