

Beeld/spraak

Frank BAHNMÜLLER / Jozefien VAN HUFFEL

BORSBEKE | Een hand rust op een andere hand tijdens een vormingsavond voor toekomstige trouwers in het Oost-Vlaamse Borsbeke. Een onwillekeurig gebaar, maar alles wat ze binnenkort zullen uitspreken en beloven, gaat er wel in schuil. Hij wil de hand zijn die de koorts opmeet als zij ziek is. Zij de hand die blijft vasthouden als zijn wereld onder dreigt te gaan. Hij de pink die haar ten dans vraagt, zij de duim die beloont voor een lekkere maaltijd na een lastige dag. Geen mooier gebaar dan dit: ik laat jou niet los.



Mediastormen voor oktober



Thee & Televisie

Marcel VAN NIEUWENBORGH

„ Bertolt Brecht had het in een gedicht ooit over een Grote Rode Oktober, niet verwijzend naar de kleur van de herfstbladeren, maar naar de historische revolutiemaand in 1917. Met de lokale verkiezingen in het verschieft zou oktober 2012 bij ons wel eens een maand van de afrekeningen kunnen worden. We zijn nog bijna een half jaar verwijderd van die gemeenteraadsverkiezingen en nu al krijg je de indruk dat het een behoorlijk verbeterd strijd zal worden, die zich vooral op televisie en in de bladen zal afspelen.

De klassieke media staan al nerveus. De kranten en weekbladen hebben het moeilijker dan ooit en hopen van deze verkiezingsstrijd een graantje mee te pikken. Ze kunnen het zich vandaag niet meer veroorloven om al de aangebrachte berichten na te trekken. Nieuws, vaker nieuwtjes, worden onmiddellijk op de website van het blad gepost. Ze brengen die dingen wel eens simpelweg op gezag van een ander blad, waar dan weer het devies geldt dat je 'een smeug verhaal vooral niet kapot mag checken'.

De mediabedrijven moeten allereerst hun doelstellingen halen. Dat is de vraag van de aandeelhouders, die zeer weinig ruimte laten voor de mooie journalistieke principes van weleer. De tijd is al lang voorbij dat in de

bestuursraden van kranten en andere commerciële mediabedrijven altijd wel een paar mensen zaten die waren gekozen vanwege hun intellectuele gezag. Vandaag worden de commerciële media bestuurd door financiers en marketeers die uitsluitend naar cijfers kijken. De inhoudelijke koers van zo'n krant komt zelden nog ter sprake. Men gaat ervan uit dat de CEO die 'onder controle' heeft, via hoofdredacteuren die de jongste jaren almaar meer gingen deel uitmaken van de marketeers aan de top. Dat terwijl er vroeger sprake was van een 'waterdicht schot' tussen commercie en redactie.

Alle bladen zijn – willens nillens – een beetje boulevardblad geworden. De radio en televisie van hun kant gaan vooral emoties rapen. Niet toevallig overheersen in interviews vragen als: „Hoe voelt het om...?“, „Wat doet het met een mens als hij...“ Men grossiert in bekentenissen en getuigenissen. De waan van de dag wordt nagehold en 's avonds verschijnen in de praatshows de helden die liefst zo emotioneel mogelijk hun verhaal doen.

Waar de meeste volksbladen, bij de gemeenteraadsverkiezingen zes jaar geleden, nog sterk stonden met een netwerk van lokale correspondenten die aan de tapkast de pols van de burger voelden, namen de zogeheten 'sociale netwerken' die functie met succes over. Vandaag

kan elkeen instantopinie, geruchten en feiten met Twitter de wereld insturen en er zeker van zijn dat er wel iets zal blijven hangen.

Waar voorheen er nog een redactionele controle bestond op wat werd gedrukt of de ether in gestuurd, is het nu vaak vrij schieten en haken die redacties van radio, televisie en kranten op hun internetsites haast onmiddellijk in op de meest sensationele nieuwtjes die ze niet onvermeld willen laten.

Politici lopen meer dan ooit gevaar in een mediastorm terecht te komen. Dat is vandaag zo bij ons, maar ook in andere Europese landen. Onlangs bracht de Duitse openbare omroep ARD een uitzending over de praktijken van het Duitse *Bild*. Hoe het blad erin slaagde president Christian Wulff na twintig maanden tot aftreden te dwingen na aantijgingen over zijn relaties met rijke ondernemers, het gebruik van een gunstig privé-krediet en kosteloze vakanties. Wekenlang was Wulff het enige onderwerp van de talkshows op zowat alle netten en zelfs de kwaliteitskranten breiden dagelijks een vervolg aan het dossier-Wulff. Wie meent als politicus op 'bevriende pers' te kunnen rekenen, moet weten – zo zei een van de Duitse mediadeskundigen – dat het vandaag „Hosanna“ is, maar morgen „Kruisig hem!“