

BUITENLAND-
BERICHTGEVING
IS DOOD.
LEVE DE MONDIALE
JOURNALISTIEK?



Gie Goris, hoofdredacteur MO*



nummer 82 – februari 2014
www.mo.be



MO*papers is een serie analyses die uitgegeven wordt door Wereldmediahuis vzw. Elke paper brengt fundamentele informatie over een tendens die de globaliserende wereld bepaalt. MO*papers worden toegankelijk en diepgaand uitgewerkt.

MO*papers worden niet in gedrukte vorm verspreid. Ze zijn gratis downloadbaar op www.mo.be. Bij het verschijnen van een nieuwe paper wordt een korte aankondiging gestuurd naar iedereen die zijn of haar e-mailadres bezorgt aan mopaper@mo.be (onderwerp: alert)

Gie Goris is hoofdredacteur van MO* (magazine en online). Hij schreef deze tekst op basis van interne discussies rond de vernieuwing van het media-aanbod van MO* (gelanceerd begin maart 2014), een inleidende lezing voor de buitenlandjournalisten van de VRT, en als bijdrage tot gesprek met enkele andere nieuwe media-initiatieven zoals Apache.be, dewereldmorgen.be, StampMedia, Rekto:Verso, Doorbraak, NewsMonkey en Express.be.

Redactieraad MO*papers: Saartje Boutsen (Vredeseilanden), Lieve De Meyer (eindredactie), Rudy De Meyer (11.11.11), Gie Goris (MO*), Brigitte Herremans (Broederlijk Delen), Nadia Molenaers (IOB Antwerpen), Marieke Poissonnier (Oxfam-Wereldwinkels), Arne Schollaert (Oxfam-Wereldwinkels), Liesbet Vangeel (FOS-Socsol), Emiel Vervliet.

Informatie: mopaper@mo.be of MO*paper, Vlasfabriekstraat 11, 1060 Brussel

Suggesties: emiel.vervliet@mo.be

Wereldmediahuis is ook uitgever van het printmagazine MO*, de mondiale nieuwssite www.MO.be, en van de nieuwsbrief eMO* (tweemaal per week). Verder organiseert de vzw MO* lezingen en mondiale cafés.

Overname van de teksten is toegestaan mits toestemming van auteur en uitgever.

INLEIDING

De alomtegenwoordigheid van informatie en media in alle vormen en formaten leidt in de perceptie al snel tot de waardedevaluatie van zowel inhoud als boodschapper. Burgers, overheden én middenveld bekijken media eerder als doorgeefluik van hun mening en imago dan als een essentiële en autonome waarde waarvoor ze moeten vechten en waarin ze moeten investeren. In *Het idee van rechtvaardigheid* schrijft Amartya Sen, Nobelprijs Economie 1998 en een van de toonaangevende publieke intellectuelen in de wereld: ‘Als men het publieke redeneren in de wereld wil stimuleren, is een van de belangrijkste aandachtspunten de steun voor een vrije en onafhankelijke pers.’ In het boek, dat beschouwd wordt als zijn magnum opus, neemt hij de ruimte om de bijdrage van ‘ongecensureerde en gezonde media’ te omschrijven. Ze zorgen, stelt hij, op directe manier voor een betere levenskwaliteit, omdat mensen via die weg in staat gesteld worden met elkaar te communiceren en de wereld waarin ze leven beter te begrijpen. Media voegen ook concrete –en anders onbelichte- informatie toe over de wereld waarin we leven. Bovendien ziet Sen de media een ‘beschermende functie’ spelen ‘doordat zij vergeten en achtergebleven groepen een stem geven’. In ruimere zin noemt hij persvrijheid cruciaal voor de open communicatie en discussie die noodzakelijke voorwaarden zijn om te komen tot een ‘geïnformeerde en vrije vorming van waarden’.

Dat klinkt wellicht te hooggestemd voor zowel consumenten als praktijkmensen, die de voorbije jaren eerder doordrongen zijn van het cynisme dat samenhangt met commercialisering en verkleutering, dat ooit samengevat werd door Bruce Springsteen als ‘57 channels and nothing on’. In *India. An Uncertain Glory* schrijven Amartya Sen en Jean Drèze dat er in India twee jaar geleden 831 tv-zenders waren (waarvan meer dan vierhonderd nieuwskanalen) en 86.000 kranten en tijdschriften met een opgetelde oplage van 370 miljoen exemplaren. Het is niet, zeggen de auteurs, dat er nothing on is in deze levendige media-omgeving, het probleem is wel dat de nieuwsagenda beperkt wordt tot de leefwereld, de interesses en de belangen van de middenklasse of de relatief geprivilegieerden: het publiek dat de media koopt of gebruikt, en dus ook van belang is voor de adverteerders. Dat leidt ertoe dat het platteland zo goed als afwezig is in de berichtgeving. In Indiase kranten, stelde een studie vast, gaat slechts twee procent van het nieuws over het platteland, en dat in een land waar zeventig procent van de mensen niet in steden woont.

Als Sen en Drèze de verbanning van de armen uit de media, en dus uit ons geweten en bewustzijn, aanklagen, dan is er misschien reden om hun bezorgdheid uit te breiden naar de relatie van het westerse publiek met de realiteit van het Zuiden, en meer bepaald de levens, de strijd en de dromen van de 1,2 miljard extreem armen. Het belang van mondiaal nieuws is niet louter een zaak van intellectuele bevrediging, maar van debat over de inrichting van de wereld –want de samenleving die door publiek debat vormgegeven moet worden, is de gemondialiseerde wereld.

Kijk ma: zonder nieuws, zonder journalisten!

In 2011 publiceerde Vodafone *FutureAgenda. The World in 2020*, een lijvige samenvatting van een internationaal onderzoek waarbij meer dan 2000 mensen uit tientallen landen betrokken waren. Eén van de conclusies van de telecommunicatiegigant was: 'Informatie zal geen waarde meer hebben, maar het begrijpen van informatie en het analyseren van de impact ervan, hebben dat wel.'

De Nederlandse sterjournalist Joris Luijendijk schreef enkele jaren daarvoor net het tegenovergestelde in zijn bijdrage aan *Het maakbare nieuws*: 'Nog nooit in de geschiedenis was informatie zo waardevol als nu –het woord informatiesamenleving zegt het al.'

De tegenstelling tussen beide stellingen is louter vormelijk, want Luijendijk bedoelt met "informatie" net hetzelfde als het begrijpen en analyseren van Vodafone: 'Kwaliteitsjournalisten onderscheiden zich door hun vermogen informatie te doorgronden, te wegen, in een context te plaatsen.'

Voor de petite histoire: het was in die bijdrage uit 2008 dat Luijendijk voor het eerst de idee lanceerde om de indeling van het nieuwsaanbod radicaal te wijzigen: 'Dit is de tijd van globalisering maar correspondentieschappen zijn nog steeds nationaal georganiseerd; onze man in Parijs, Berlijn, Moskou. Misschien moeten er ook correspondenten "klimaatverandering" komen, correspondenten "migratie" en "Europese verkiezingen" en "epidemieën" en "water" en "energie".'

Toen MO* in 2003 op de markt kwam, waren de tien eerste bladzijden ook niet continentaal opgedeeld, maar thematisch (Economie, Sociaal, Politiek, Milieu, Cultuur). Maar het zou wellicht van hoogmoed getuigen als we zouden suggereren dat Luijendijk de mosterd aan deze kant van Maas en Schelde gehaald heeft.

Rob Wijnberg, die andere wonderboy van de Nederlandse media, pikte de suggestie van Luijendijk in 2013 op en zette samen met hem De Correspondent op, volledig gemodelleerd op de suggesties die Luijendijk vijf jaar daarvoor deed. Verder lijkt ook Wijnberg het volmondig eens met de toekomstverwachting van Vodafone, alleen meent hij dat we vandaag al in die toekomst leven. 'Nieuws is voor het brein wat suiker is voor het lichaam', citeert hij in *De Nieuwsfabriek* de Zwitserse schrijver Rolf Dobelli uit diens artikel Avoid News. Wijnberg gaat verder over dat nieuws: 'Gemakkelijk te verteren stukjes informatie, vol lege calorieën, die je eventjes bezighouden, maar je nooit echt een bevredigd gevoel geven. Je kunt zonder, maar als je er eenmaal van snoept, wil je er steeds meer van. Uiteindelijk maakt het je vooral "dik" in plaats van wijzer.' Bovendien, zegt Wijnberg, is de belangrijkste tekortkoming van nieuws dat het 'op een enkele uitzondering na, altijd gaat over uitzonderingen... Wie de wereld uitsluitend zou volgen via het nieuws, weet precies hoe die wereld niét werkt.'

Wijnberg vindt dat nieuws en duiding hun kleuren niet moeten verbergen, maar net tonen: 'Nieuws is een keuze. Een keuze welk verhaal belangrijk is om te vertellen, welke vorm, lengte, invalshoek en toon daarvoor het meest geschikt zijn, hoe prominent een verhaal gebracht moet worden, welke betrokkenen aan het woord moeten worden gelaten, wiens mening of commentaar relevant is, enzovoorts.'

De Nederlandse collega's wijzen op het gevaar van nieuws zonder context. Intussen groeit de dreiging van media zonder nieuws. In *The Death and Life of American Journalism* citeren Robert McChesney en John Nichols president Obama in 2009: 'Ik maak er mij zorgen over dat het nieuws een en al blogosfeer, een en al opinie wordt, zonder fatsoenlijke fact-checking, zonder ernstige pogingen om het nieuws in zijn context te plaatsen. We zouden dan wel eens kunnen eindigen met een situatie waarin mensen elkaar over een leegte toeschreeuwen, zonder veel wederzijds begrijpen.' Zelf voegen de auteurs daaraan toe: 'Een wereld zonder journalistiek betekent niet een wereld zonder politieke informatie. Het is wél een wereld waarin datgene dat doorgaat voor nieuws grotendeels spin en propaganda uit eigenbelang is –soms is dat verrassend gesofisticeerd, maar het leeuwendeel is van zeer twijfelachtige waarde. Het is een omgeving die cynisme, onwetendheid, ontmoediging en apathie voortbrengt.'

De Amerikaanse auteurs concretiseren de stelling in een recent voorwoord, waarin ze stellen dat er vandaag in de VS per elke werkende journalist vier PR-mensen actief zijn. In 1960 was die verhouding 1 journalist per 0,75 PR-medewerker. Rob Wijnberg citeert een onderzoek van de Universiteit van Amsterdam, waarin gesteld wordt dat er in Nederland voor elke journalist wel tien 'pr-medewerkers, communicatiestrategen en spindokters' zijn. 'Het gevolg is dat machtige instituten, die de meeste middelen hebben om de publieke opinie naar hun hand te zetten, stevast de bovenliggende partij zijn in onze door beeldvorming bepaalde mediocratie.'

De overheid moet de democratie behoeden

Bovenstaande vaststellingen zijn geen uitnodiging om het gevecht voor betrouwbare en onafhankelijke reacties en media op te geven. McChesney en Nichols zeggen ook te geloven in de mogelijkheid om weerwerk te bieden aan de veelvuldige crisissen die de media en de journalistiek in het bijzonder bedreigen. De beginvoorwaarde om de huidige neergang om te buigen tot nieuwe toekomstkansen, betogen zij, is dat journalistiek beschouwd moet worden als een "publiek goed" en niet langer (uitsluitend) als een commercieel product. Op basis van werk van Freedom House en The Economist komen ze tot de vaststelling dat 'de landen met de meest vrije perssystemen dezelfde landen zijn die de hoogste openbare investeringen in journalistiek doen, waardoor ze de fundamenteen leggen om sterke democratieën te zijn.'

In de aanloop naar de eerste Staten-Generaal van de Media (2009) schreven de Vlaamse Vereniging van Beroepsjournalisten (VVJ) samen met de vakbonden een pleidooi *Voor het behoud van het pluralisme en de kwaliteit van het nieuws*. Daarin stellen de belangenorganisaties dat 'de huidige mediacrisis de beperkingen van het moderne mediabestel' aantoont en dat 'in het licht van de galopperende commercialisering van de nieuwsmedia' het tijd wordt dat 'de overheid haar onthoudingsplicht omzet in een zorgplicht'.

De markt is niet in staat om de afbraak van de gekende mediamodellen tegen te houden of afdoend te beantwoorden, dat heeft de meest radicale mediamarkt –de Verenigde Staten- intussen wel bewezen. Maar subsidies voor media alleen vormen ook

een onvoldoende antwoord, dat maakt de evolutie van de openbare omroep in eigen land voldoende duidelijk. Als de overheidssubsidies of de investeringen van non-profitorganisaties vooral gebruikt worden om een wezenlijk commerciële logica op te leggen, bijvoorbeeld concurrentiële kijk- of bereikcijfers, dan wordt ook de non-profit of de openbare omroep in het commerciële dwangbuis gedwongen.

Als nieuwe media-initiatieven succesvol willen zijn in bereik én in het realiseren van hun democratische opdracht, hebben ze behoefte aan ‘een aanzienlijk corps van voltijdse betaalde journalisten die hun gemeenschappen, de natie en de wereld volgen in competitie en in samenwerking met andere betaalde journalisten’, schrijven McChesney en Nichols. ‘Er is behoefte aan onafhankelijke redacties waar journalisten, die voldoende bestaanszekerheid hebben opdat ze zich op hun werk kunnen concentreren, kunnen samenwerken en waar ze professionele eindredactie, fact-checking en ondersteuning krijgen. Er is nood aan expertise, die over jaren opgebouwd wordt met vallen en opstaan, op cruciale thema’s... We hebben nood aan journalisten die opgeleid zijn in diverse talen, in geschiedenis en cultuur om internationale berichtgeving te kunnen doen; journalisten ook met de nodige ervaring en geloofwaardigheid om hen te beschermen tegen overheden...’

Het belang van mondiale journalistiek

‘Het beeld dat Vlaamse burgers over de wereld hebben, hangt in grote mate af van het beeld dat onze media ze aanbieden’, schrijft dr. Stijn Joye, prof. aan de Vakgroep Communicatiewetenschappen van de UGent. Dat is geen kleine verantwoordelijkheid, want ‘dit buitenland heeft een steeds grotere invloed op het nationale politieke en economische vlak.’ Het is dan ook niet voor niets dat ‘buitenlandberichtgeving een belangrijke indicator is voor de algemene kwaliteit van het nieuws’.

De stelling van Joye bevat een duidelijke echo van de stelling van Bourdieu en vele anderen, dat de media een open venster op de wereld moeten bieden, dat de kijker, luisteraar en lezer toelaat te begrijpen in welke actuele en historische context hij leeft, beweegt, droomt en keuzes maakt. Ruud Wouters, Knut De Swert en Stefaan Walgrave schreven in 2009 een rapport voor het Vlaams Vredesinstituut: *Een venster op de wereld. De actuele staat van buitenlandberichtgeving: feiten, impact en actieruimte*. Daarin schrijven de auteurs dat ‘buitenlands nieuws een zeer moeilijke nieuwscategorie is –de interesse van het publiek is laag- en bovendien is buitenlands nieuws vergaren erg duur. De redenering van veel mediacritici is dan ook dat buitenlands nieuws min of meer ‘een vogeltje in de mijn’ is, een kanariepietje dat de geest geeft wanneer de voorwaarden voor kwaliteitsvolle journalistiek in het gedrang komen.’

Dit is uiteraard spek voor de bek van de journalisten die zich specialiseren in buitenlandberichtgeving: wie wil nu niet graag horen dat het domein waarop hij of zij actief is, en dat gerust als bedreigd beschouwd mag worden, net de belangrijkste indicator is van kwaliteit? Als de buitenlandkanarie flauwvalt, is de hele journalistiek bedreigd. En zonder ernstige journalistiek, geen duurzame democratie.

Het lijkt niet onzinnig om, voordat we op dit elan doorgaan, toch eerst even een dosis tegengif te geven. Dat wordt met plezier geleverd door een nestor van de Nederlandse journalistiek, Jan Blokker. In zijn *Nederlandse journalisten houden niet van journalistiek* (2010) zegt Blokker: ‘Zelf hou ik er al jaren een nooit helemaal getoetste privé-theorie op na die er kort gezegd op neerkomt dat buitenland, journalistiek gesproken, gemakkelijker is dan binnenland, dat het (hele) binnenland gemakkelijker is dan het gewest, dat het gewest gemakkelijker is dan de stad, en die weer gemakkelijker dan het dorp.’ Dat heeft, volgens Blokker, vooral te maken met het feit dat niemand je tegenspreekt, niet van de subjecten want die lezen je niet, maar ook niet bij de ontvangers, want die weten het meestal niet. Bovendien ‘is het honderdmaal eenvoudiger het staatshoofd te interviewen van een land dat je morgen weer zult verlaten, dan de burgemeester van de gemeente bij wie je al jaren om de hoek woont.’

Centres of excellence

Met die relativiserende en wellicht terechte bedenkingen van Blokker op zak, keren we terug naar het belang van buitenlands nieuws. Want, stelt Stijn Joye: ‘Het is binnen een steeds globaler wordende wereld noodzakelijk en essentieel om goed te informeren over internationale ontwikkelingen. Nieuwsmedia worden in deze taak echter geconfronteerd met tendensen van commercialisering, mediaconcentratie, oplopende kosten en teruglopende lees- en kijkcijfers, alsook grote uitdagingen van technologische aard. Deze maken dat buitenlandberichtgeving onder zware druk is komen te staan wat zich uit in kritieken rond de beeldvorming en (geografische en thematische) diversiteit van de buitenlandberichtgeving door de Vlaamse mainstream commerciële nieuwsmedia.’

Een belangrijke kanttekening daarbij is dat de externe druk op redacties en mediamakers de voorbije twintig jaar ook heel sterk geïnterioriseerd is door journalisten en redacties. In 1997 stelde J.Th.J. van den Berg, ex-journalist en –columnist voor NRC Handelsblad: ‘Het democratisch ideaal van de goed geïnformeerde burger veronderstelt immers een informatietoever die meer doet dan hem op zijn individuele wenken bedienen; die ook nog iets anders levert dan meer van hetzelfde; die de burger vertrouwd tracht te maken met tendensen waarin hij goed zou doen belang te stellen, ook als hij er niet onmiddellijk eigener beweging toe neigt.’

Die stelling werd de voorbije jaren weggehoond door de pleitbezorgers van een “geëmancipeerde” journalistiek, “bevrijd” van de opdracht om iets te betekenen voor de maatschappij en de burgers dat verder ging dan wat verkoopbaar en amusant was. In 2008 werd Van den Berg instemmend geciteerd door Warna Oosterbaan en Hans Wansink in *De Krant moet kiezen. De toekomst van de kwaliteitsjournalistiek*. In 2009 werd dat citaat dan weer overgenomen in het rapport van het Vlaams Vredesinstituut. Misschien groeit er dan toch opnieuw consensus over wat kwaliteitsmedia moeten doen. Oosterbaan en Wansink eindigen hun conclusies met als zevende aanbeveling: ‘De journalistieke missie vereist journalisten die zelfbewust, geëngageerd, onafhankelijk en ter zake kundig zijn –en die niet bezwijken onder de druk van de omstandigheden. De redacties van kwaliteitskranten moeten centres of excellence vormen, specialisten in

het Grote Nieuws, in de achtergronden en de interpretatie daarvan.’ Dat geldt bij uitstek, maar niet uitsluitend zegt Blokker terecht, voor buitenlandjournalistiek.

Een gordijn voor het venster

Academici die de mediasector analyseren, en met name als ze de “buitenlandcontent” bekijken, zien weinig dergelijke centra van uitmuntendheid in de media. Professor Stijn Joye schrijft in zijn *Evaluatie van de uitvoering van de beheersovereenkomst 2008-2012 tussen de Vlaamse Gemeenschap en vzw Wereldmediahuis en vzw Inter Press Service Vlaanderen* van eind december 2012: ‘Zo stelden alle studies vast dat Vlaamse mainstream nieuwsmedia zich hoofdzakelijk focussen op de buurlanden en een beperkt aantal westerse (elite)landen met groot geopolitiek, economisch en militair belang. Dit werd aangeduid als eurocentrisme. De thematische diversiteit van internationaal nieuws wordt dan weer beperkt door een focus op hard en negatief nieuws zoals politiek, economie en oorlogen. De analyse van het internationaal nieuws in de kranten wees aanvullend op een toename van entertainment en meer human interest nieuws. Verder werd aangetoond dat de internationale berichtgeving gekenmerkt wordt door een korte aandachtscurve en dat vooral een beroep wordt gedaan op enkele dominante westerse (beeld)bronnen. Qua beeldvorming was er een vertekening in de zin van negatieve buitenlandberichtgeving en gebruik van stereotypen.’

Die korte samenvatting wordt in het rapport, maar ook in een aantal andere boeken en onderzoeken uitgebreid onderbouwd met cijfers. Zie daarvoor de bijlage.

De oorzaken van die beperkte en beperkende blik zijn veelvuldig, maar hebben zelden alleen te maken met keuzes die de journalisten zelf maken. De redactionele opdracht, de commerciële en economische druk, het beschikbare budget, de geraadpleegde bronnen en de afhankelijkheid van enkele nieuwsagentschappen dragen allemaal bij tot een output die steeds minder voldoet aan dat mooie, maar bijna romantische beeld van het venster op de wereld.

Het einde van het buitenland

In de jaren vijftig regeerde in Nederland een kabinet met twee buitenlandministers. Joseph Luns, een van de betrokken ministers en later legendarisch secretaris-generaal van de Navo, had een simpele verklaring voor die bizarre situatie, die in feite het gevolg was van koehandel tijdens de coalitiebesprekingen. Nederland is een klein land dat zo veel buitenland heeft, dat twee ministers niet overbodig zijn, liet hij weten.

Je zou die Lunsiaanse uitspraak helemaal kunnen doortrekken en op zijn kop zetten anno 2014: de grenzen tussen Europese landen zijn voor zoveel levensbelangrijke terreinen verdwenen of quasi overbodig geworden, dat de 28 lidstaten eigenlijk geen eigen buitenlandministers meer nodig hebben. Eén Europees vertegenwoordiger moet volstaan –dat heeft Henry Kissinger een paar decennia geleden al bepleit. Maar zelfs

wie de gedachte genegen is, botst op de onverdedigbaarheid ervan in de personen van Ashton en Van Rompuy.

Er is steeds minder buitenland en steeds meer binnenland, en die vaststelling strekt zich door economische mondialisering en politieke internationalisering tot ver voorbij de grenzen van de EU uit. De realiteit is anders. In België hebben we een voor elk bevoegdheidsniveau een minister die zich mag bezighouden met buitenlandse betrekkingen, maar geen enkele van onze zes regeringen heeft een minister die echt bevoegd is voor Europese aangelegenheden. De politiek heeft wel vaker de neiging om rond zijn eigen logica te draaien in plaats van te antwoorden op de behoeften van de veranderende realiteit.

Alleen, verandert die realiteit wel zo snel? De Indiaas-Amerikaanse topeconoom Pankaj Ghemawat, hoogleraar aan de IESE Business School in Barcelona, zet daar grote vraagtekens bij in *World 3.0. Global Prosperity and How to Achieve It*. In een interview vatte hij zijn scepsis over de Platte Aarde van Thomas Friedman samen: 'Niet meer dan twee procent van alle telefoonminuten ter wereld heeft betrekking op internationale gesprekken. Slechts twee procent van alle universiteitsstudenten studeert in het buitenland. Slecht drie procent van de wereldbevolking is een migrant van de eerste generatie. Slechts negen procent van alle vaste investeringen valt onder Foreign Direct Investment. En van alle handel die op de wereld gedreven wordt, is anno 2011 niet meer dan pakweg twintig procent grensoverschrijdend.'

Ghemawat behoedt ons voor het euvel van de overtrokken conclusies. Net zoals het gedrukte woord de komst van het gesproken en gefilmde, en later het online nieuws overleefde, zo overleven grenzen en soevereine staten de komst van supranationale, multilaterale of regionale beleidsniveaus. De opkomst van gedelokaliseerde economische macht is veel moeilijker te verteren voor gevestigde natiestaten dan het gecontroleerde afstaan van bevoegdheden aan grotere gehelen. Toch geldt voor landen en grenzen wat ook voor media geldt: de vernieuwing laat de bestaande realiteiten niet ongeschonden.

Er is dus wel degelijk een wereld ontstaan waarin de scherpe grenzen tussen binnen- en buitenland vervaagd zijn. Karel De Gucht is de minister van Handel voor de hele Europese Unie. De afspraken die binnen de Wereldhandelsorganisatie gemaakt worden, zijn onontkoombaar voor deelnemende landen, ongeacht politieke turbulenties in de eigen hoofdsteden. Als er internationale, bindende klimaatafspraken gemaakt worden, dienen de nationale ministers vooral om dat beleid uit te voeren, niet langer om het te formuleren. Migratie, pandemieën, vervuiling, wereldhandel, klimaat, de mogelijkheden om een sociaal herverdelend beleid te voeren, transitie, energie en voedsel: het zijn allemaal voorbeelden van terreinen die niet netjes aan een binnen- of buitenlandredactie toegewezen kunnen worden.

De toekomst is dan ook aan de mondiale journalistiek die zich niet houdt aan territoriale opdelingen uit de dagen van de Conferentie van Berlijn of Jalta. Het buitenland is nog niet dood, maar krimpt. De wereld wordt tegelijk groter en belangrijker, voor de burger en dus ook voor de media. Of zo zou het toch moeten zijn.

Het medium als geheel

Pleiten voor kwaliteitsvolle mondiale journalistiek is essentieel om actief en effectief mondiaal burgerschap mogelijk te maken –al zijn er talloze problemen met dat concept want zolang er geen mondiale politieke beslissers of procedures zijn, kan er ook geen sprake zijn van een “contract” tussen overheid en burger op dat niveau. ‘In een global village horen namelijk global citizens thuis’, schrijven de auteurs van *Een venster op de wereld*, ‘afdoende geïnformeerd om hun rechten ook op supranationaal niveau te laten gelden.’

Een fout, of ten minste een afwijking, die bijna altijd voorkomt in media-analyses, is de eenzijdige focus op en aandacht voor de journalistieke kant. Als academici onderzoek doen naar de kwantiteit of kwaliteit van mondiale content in de media, dan turven ze de journaals en in het beste geval de duiding maar vergeten ze de rest van de programmatie. Alsof (politieke) beeldvorming stopt na het Nieuws, De Ochtend, Ter Zake en Panorama. Alsof de verhalen die verteld (of verzwegen) worden in Houtekiet, Nieuwe Feiten, Missie Mosango, Reizen Waes, Via Annemie of De Madammen geen bouwstenen zijn voor het wereldbeeld van kijkers en luisteraars.

In het –verder uitstekende– rapport dat Stijn Joye eind 2012 voor de Vlaamse Administratie Internationale Solidariteit schreef, focust de Gentse hoogleraar ook uitsluitend op de aanwezigheid van buitenland in de nieuwscontent. Naast de geruststellende vaststelling dat de absolute hoeveelheid buitenland redelijk constant blijft, is er de problematische vaststelling dat het “puur” buitenlandse nieuws terrein verliest tegenover het “gedomesticeerde” buitenlandse nieuws: nieuws dat gebracht wordt met of omwille van de link met België. Ik vraag me wel af of die twee categorieën relevant blijven als onderscheid in de gemondialiseerde wereld van vandaag. Gedomesticeerd nieuws bevat immers zowel de berichtgeving die bijna uitsluitend gebruik maakt van het selectie criterium ‘is er een Limburger / Kempenaar / Bruggeling bij betrokken?’, als de reportage over het Panama-kanaal waarbij ook uitdrukkelijk aandacht is voor de participatie van een Belgische baggeraar in het megaproject.

Een andere zorgwekkende trend die academische onderzoekers vaststellen, is dat ‘zowel op televisie als in kranten buitenlandberichtgeving thematisch vooral bestaat uit zogenaamd ‘hard’ nieuws als politiek, oorlog, rampen, criminaliteit, financiën en economie. De overheersing van ‘hard’ nieuws houdt het reële gevaar in dat de kijker een negatief beeld krijgt van het buitenland gezien het allemaal om tegenslag, rampspoed, kommer en kwel gaat. Uit een studie van het ENA / Steunpunt Media (2011) bleek bovendien dat de thematische nieuwsagenda voor de periode 2003 tot en met 2010 smaller is voor buitenlands dan voor binnenlands nieuws op televisie. Bijna één derde van het buitenlands nieuws gaat over oorlog en vrede. Ook de rampen in het buitenland krijgen erg veel aandacht in vergelijking met het binnenland.’

Er zijn overduidelijk ook problemen met de beeldvormende effecten van de buitenlandberichtgeving, stelt Stijn Joye nog vast. ‘De representatie van internationale

gebeurtenissen in westerse nieuwsmedia vertoont inhoudelijke vertekeningen en focust disproportioneel op negatieve ontwikkelingen... Het dominante (media)beeld dat gevormd wordt van ontwikkelingslanden wordt gekenmerkt door negatieve waarden, rampen, armoede en oorlog... Ondanks de vele culturele, politieke en regionale verschillen worden de ontwikkelingslanden bovendien als een homogeen blok voorgesteld. Dit alles leidt er volgens Ignatieff (1998) toe dat er voor een westers publiek nog weinig gronden zijn voor (positieve) identificatie met de 'andere'. Deze cultureel 'andere' en 'ons', het Westen, worden doorgaans voorgesteld aan de hand van een aantal "sharply opposed, polarized, binary extremes", namelijk slecht en goed, primitief en beschaafd, onaantrekkelijk en mooi, en minderwaardig en superieur.'

Extreem luid en ongelooflijk snel

Buiten de strikte nieuwsomgeving wordt dat zwart-witformaat nog veel meer en nefaster gebruikt. Met name in praatprogramma's gaat het niet alleen om een kadrering door de journalist, maar om een door commerciële overwegingen opgelegd mediaformat. Indien een complex thema –ik noem maar wat: de politieke keuzes in Gaza, de Amerikaanse pivot naar Azië, het Chinese milieubeleid, islam en mensenrechten, sociale cohesie in Brussel- niet langer te vermijden is, wordt het voor de consumptie in de media gereduceerd tot twee behapbare en netjes onderscheiden opinies. Die worden dan belichaamd door twee antagonisten die bereid zijn hun eigen inzichten opzij te zetten voor de pantomime van het programma.

Versimpeling en polarisering krijgen zo het respectabele air van 'het debat op scherp stellen', waardoor het ook voor mensen die veel meer weten geen schande meer is eenzijdigheid en populisme te verkiezen boven nuance en complexiteit.

Een voorbeeld. Wie Afghanistan wil begrijpen, moet meer zien dan het bewust gecreëerde bipolaire schema van taliban versus vooruitgang (met de tegengestelde waardenclusters autoritair-middeleeuws-vrouwonvriendelijk en democratisch-moderniteit-mensenrechten). Media die zelf de inspanning niet doen om duidelijk te maken dat zulke schema's de werkelijkheid en de mensen onrecht aandoen, en vaak zelfs gewoon propaganda zijn die de meerderheid of de overheid dient, schieten schromelijk tekort. Maar om die inspanning te kunnen doen, moet het medium zijn journalisten de ruimte, de tijd en de middelen geven om hun werk goed te doen.

'Snelheid is vaak onze grootste vijand', zei Seymour Hersh in 2012 op de conferentie van Vlaamse en Nederlandse onderzoeksjournalisten in Antwerpen. Dat betekent niet dat we de berichtgeving terwijl de feiten zich afspelen moeten laten vallen, wel dat er voldoende ruimte moet zijn om los van de brandende actualiteit verhalen te brengen die het begrijpen mogelijk maken.

De dictatuur van de onmiddellijkheid voedt ons met feiten, geruchten en opinies. Als dat niet gebeurt in het kader van voorafgaande en opvolgende analyses en reportages, dan is de kans groot dat de aangezwollen nieuwsstroom het begrijpen van de wereld eerder bemoeilijkt dan vergemakkelijkt. Naarmate het nieuws in toenemende

mate gezocht, gevonden en gepubliceerd wordt waar het nooit slaapt, neemt het belang van trage journalistiek toe.

De verloren eer van de media

De meest recente bedreiging voor deze vorm van weloverwogen journalistiek, is de buzz-journalistiek, de lijstjes-journalistiek of de klikgedreven journalistiek. Het gevecht om de nieuwsconsument –en dus voor de advertentie-inkomsten– speelt zich hoe langer hoe meer af online. Het aantal kliks, het aantal geopende pagina's en het aantal seconden dat de bezoeker op de site spendeert worden meticuleus gemeten. Dat resulteert stilaan in een nieuwe dictatuur, die van de onweerstaanbare titels of Youtube-films die beloven dat '57 seconds into this video the guy does something I couldn't believe I would ever see'. De bezoeker wordt ofwel bedrogen ofwel met lege en platte humor geamuseerd, maar op korte termijn lijkt het een onweerstaanbare succesformule.

The medium is the message, wist Marshall McLuhan al in 1964. Communicatiespecialisten als Marc Hooghe, Knut De Swert en Stefaan Walgrave vertaalden die stelling in 2005 in *Vlaamse actualiteit in Nieuws op televisie*. *Televisiejournals als venster op de wereld*: 'Als de hoofdredacties van VTM en VRT besluiten om voortaan geen lange politieke interviews meer uit te zenden, omdat de kijkers dan toch maar wegzappen, dan leidt dat onvermijdelijk tot een andere politieke cultuur, en op de lange termijn tot het aantrekken van een ander soort politiek personeel.' Media weerspiegelen, met andere woorden, niet alleen de realiteit, ze geven haar mee vorm en hun impact op dat vlak gaat in stijgende lijn.

Ook Rob Wijnberg maakt dat punt in zijn *Nieuwsfabriek* (2013). Hij geeft het voorbeeld van een eindejaarsprogramma van de Nederlandse talkshow Pauw & Witteman eind 2011. Het was het jaar van Obama's aankondiging van het einde van de oorlog in Irak, de aanslag door Anders Breivik, het faillissement van Griekenland en de Arabische opstanden. Niets daarvan in het lijstje 'politieke fragmenten van het jaar', wel onder andere: Geert Wilders blaft premier af; Mark Rutte maakt een rekenfout; Staatssecretaris Veldhuizen slaat haar buurvrouw in het gezicht... 'Wie deze oogst ziet, zal niet verbaasd zijn dat politiek en parlement tot de meest gewantrouwde instituties van ons land behoren', is het commentaar van Wijnberg. Elke gelijkenis met programma's op Vlaamse zenders is overigens louter toevallig.

Meerstemmige wereld

Dat brengt ons terug bij het *FutureAgenda* onderzoek van Vodaphone. In het begin van deze tekst citeerden we daaruit de stelling dat in de toekomst informatie op zich weinig waarde zal hebben, terwijl begrippen, kaderen, in perspectief plaatsen net aan belang zullen toenemen. Het rapport voegt daar op blz. 255 aan toe: 'Geconfronteerd met een groeiend informatieaanbod en met een steeds stijgend aantal manieren om

toegang te hebben tot die informatie, zullen mensen in toenemende mate focussen op inhoud die afkomstig is van geloofwaardige bronnen. Zij zullen zich wenden tot organisaties die ze vertrouwen om een heldere analyse te bieden van de dingen die gebeuren... Sleutelmerken worden een snelle manier om keuzes te maken.'

Jammer genoeg lijkt die voorspelling op een perverse manier bewaarheid te worden. Niet per se door steeds groter succes van kwaliteitsmedia –al lijkt het daar in het Vlaamse krantenlandschap soms wel op- maar vooral door een sterke concentratie van aanbieders –en dat is onomstotelijk zo in datzelfde krantenlandschap. Tien jaar geleden gold nog het geloof dat de komst van online voor een oneindige diversiteit aan bronnen zou zorgen. Iedereen werd zijn eigen uitgever, en wie het goed en in het Engels deed, mocht zoniet gouden bergen, dan toch een mondiale stem in het debat verwachten. Dat geloof lijkt alweer achterhaald. Het internetblad Wired signaleert dat de top tien sites in 2001 goed waren voor 31 procent van de pageviews in de VS, en dat dit opliep tot 40 procent in 2006 en 75 procent in 2010. De tendens toont, met andere woorden, dat enkele mediastemmen de nieuws- en beeldvorming blijven domineren en dat ze dat in het webtijdperk misschien nog meer doen dan in het verleden.

'We hebben een keuze', schreef Subcomandante Marcos, de zapatistenleider in Chiapas, Zuid-Mexico. 'We kunnen een cynische houding aannemen ten opzichte van de media, en zeggen dat er niets te doen is aan de macht van de dollar, die zich omzet in beelden, woorden, digitale communicatie en computersystemen en die niet alleen onderwerpen, maar ook een manier van kijken naar de wereld oplegt. We kunnen er ons bij neerleggen. Of we kunnen gewoon alles ontkennen. We kunnen zeggen dat alle communicatie van de mediamonopolies een totale leugen is. We kunnen het negeren en gewoon verder gaan met ons leven. Maar er is een derde optie, weg van het conformisme, het scepticisme of het wantrouwen. We kunnen timmeren aan een andere weg: de wereld tonen wat er écht gebeurt, een kritisch wereldbeeld hebben, interesse tonen voor wat er écht gebeurt met de mensen in de vier windstreken.' Marcos pleit met zijn "derde optie" voor media die mensen niet alleen in staat stellen te 'weten wat er elk moment overal ter wereld gebeurt, maar die mensen vooral de instrumenten geven om de gebeurtenissen te begrijpen en er lessen uit te trekken. Dat is de manier om te leren wie we zijn, wat we willen, wie we kunnen zijn en wat we kunnen doen of niet.'

Robert W. McChesney en dr. John Nichols noteren dan ook met vreugde -en enig voorbehoud- in *The Death and Life of American Journalism* dat 'organisaties zonder winstoogmerk producenten worden van online journalistiek op terreinen waarop ze expertise bezitten, waarbij ze voordeel halen uit hun bestaande bronnen.' Hun voorbehoud is dubbel. Enerzijds roepen ze op tot voorzichtigheid om zulke initiatieven niet te laten wegzinken in de zee van PR die de wereld -ook van het middenveld- overspoelt: '...we erkennen dat er veiligheidsmechanismen ingebouwd moeten worden om de journalistieke stemmen en waarden in dit onbekende terrein te vrijwaren'. Anderzijds zetten de auteurs, die tot de meest gerespecteerde mediawatchers en -activisten van de VS behoren, zich af tegen de tendens bij nieuwe media die 'de neiging hebben te steunen op vrijwilligerswerk of extreem onderbetaald en uitgebuite arbeid.' Amerikanen, zeggen ze, 'zouden er nooit aan denken hun nationale defensie,

onderwijssystemen, gezondheidszorg of luchtvaart in handen te geven van zelfbenoemde vrijwilligers. Waarom zou iemand dan geloven dat die benadering wel kans op succes zou maken in de journalistiek?

Bibliografie

Amartya Sen. *Het idee van rechtvaardigheid*. Uitgegeven door Lemniscaat. 486 blzn. ISBN 978 90 477 0463 8

Amartya Sen en Jean Drèze. *India. An Uncertain Glory. India and its Contradictions*. Uitgegeven door Princeton University Press. 433 blzn. ISBN 978 0 691 16079 5

Vodafone FutureAgenda. *The World in 2020*. zie: <http://www.futureagenda.org/pg/cx/view#0>

H.J.A. Hofland, Jan Blokker, Garry Van Pinxteren, e.a. *Het maakbare nieuws. Antwoord op Joris Luyendijk*. Uitgegeven door Balans. 231 blzn. ISBN 978 90 5018 918 7

Robert McChesney en John Nichols. *The Death and Life of American Journalism. The Media Revolution that Will Begin the World Again*. Uitgegeven door Nation Books. 368 blzn. ISBN 978 1 56858 636 6

Rob Wijnberg. *De nieuwsfabriek. Hoe media ons wereldbeeld vervormen*. Uitgegeven door De Bezige Bij. 155 blzn. ISBN 978 90 234 7758 7

Ruud Wouters, Knut De Swert en Stefaan Walgrave. *Een venster op de wereld. De actuele staat van buitenlandberichtgeving: feiten, impact en actieruimte*. Een uitgave van het Vlaams Vredesinstituut. Downloadbaar op <http://www.m2p.be/publications/1256742877.pdf>

Marc Hooghe, Knut De Swert en Stefaan Walgrave. *Nieuws op televisie. Televisiejournals als venster op de wereld*. Uitgegeven door Acco. 237 blzn. ISBN 90 334 5813 6

Marc Hooghe, Sarah Schuermans, Knut De Swert en Stefaan Walgrave. *De kwaliteit van het nieuws. Kwaliteitsindicatoren voor televisieverslaggeving*. Uitgegeven door Acco. 232 blzn. ISBN 978 90 334 6266 5

Jan Blokker. *Nederlandse journalisten houden niet van journalistiek*. Uitgegeven door Bert Bakker. 169 blzn. ISBN 978 90 3513 5178

Warna Oosterbaan en Hans Wansink. *De krant moet kiezen. De toekomst van de kwaliteitsjournalistiek*. Uitgegeven door Prometheus. 196 blzn. ISBN 978 90 446 1208 0

Pankaj Ghemawat. *World 3.0. Global Prosperity and How to Achieve It*. Uitgegeven door Harvard Business Review Press. 385 blzn. ISBN 978 1 4221 3864 9

Bijlage: meten is weten

Deze bijlage is afkomstig van Stijn Joye, prof. aan de Vakgroep Communicatiewetenschappen van de UGent. Hij geeft een kwantitatieve aanvulling op de bedenkingen hierboven.

1.1. Hoeveelheid buitenlandberichtgeving

A. Televisie

Wat het aandeel buitenland op televisie betreft, merken we dat buitenland, in de meest brede zin van het woord, goed is voor 44% van het dagelijkse nieuwsaanbod tussen 2003 en 2008. VRT brengt meer internationaal nieuws (48%) dan VTM (40%), waarbij het verschil voornamelijk gemaakt wordt door de verslaggeving van ‘puur’ buitenlandse gebeurtenissen zonder enige Belgische betrokkenheid. Wouters et al. (2009: 69-72) plaatsen deze cijfers in een ruimer internationaal perspectief door deze data te vergelijken met de buitenlandberichtgeving van zenders in tien andere Westerse landen en daaruit bleek dat VRT relatief veel over het buitenland bericht en VTM net onder het gemiddelde zit.

In grote lijnen schommelde het volume buitenlandberichtgeving voortdurend tussen de veertig en vijftig percent voor de periode 2003 en 2008, afhankelijk van het nieuwsaanbod. De cijfers verhullen echter een tendens die zich in de laatste jaren van de onderzoeksperiode sterker liet gelden, namelijk een daling in het aandeel puur buitenlands nieuws tegenover een stijging van het binnenlands nieuws en het zogenaamd gedomesticeerd buitenlands nieuws. Dit laatste betreft internationale gebeurtenissen met een link naar België. Deze link kan zowel een deel uitmaken van de eigenlijke gebeurtenis (bijvoorbeeld Belgische slachtoffers bij een buitenlandse ramp) maar kan evenzeer door de journalist toegevoegd worden om het verhaal relevanter en aantrekkelijker te maken voor het thuispubliek door bijvoorbeeld Belgische toeristen als ooggetuige te interviewen. Het gevaar van een te ver doorgedreven domesticatie bestaat er echter in dat op langere termijn “a rather Eurocentric if not ethnocentric picture of global affairs is produced” (Manning, 2001: 62). Critici wijzen er in dit verband op dat het buitenland te vaak gereduceerd wordt tot wat zich bij wijze van spreken onder de kerktoren afspeelt. Voormalig buitenlandjournalist bij De Standaard en momenteel journalist bij Uitpers Freddy de Pauw (2005: 25) bestempelt deze evolutie als een mentale overgang bij zowel publiek als journalist van ‘de wereld mijn dorp’ naar ‘mijn dorp de wereld’. Onderzoekers van het Elektronisch Nieuwsarchief (Steunpunt Media) stelden vast dat de berichtgeving over het ‘pure’ buitenland systematisch daalde in de periode 2003 tot 2010, van 28,3% in 2003 tot 22,7% in 2010. Vooral VTM domesticceert het buitenlands nieuws meer dan in het verleden en meer dan de openbare omroep, wat samenhangt met het kijkersprofiel, het redactiebeleid en de financiële middelen.

Het meest recente onderzoek naar buitenlandberichtgeving op televisie is een studie van het Steunpunt Media uit mei 2012 waaruit bleek dat er zich in het jaar 2011 een trendbreuk voordeed: ten opzichte van 2010 steeg het aandeel puur buitenlands nieuws met 6% en maakt het 28.5% uit van het totale nieuwsaanbod. De stijging in de buitenlandberichtgeving kan vooral toegeschreven worden aan een stijging in het

buitenlandse politieke en financieel-economische nieuws, wat gekoppeld is aan enkele belangrijke gebeurtenissen zoals de eurocrisis, de Arabische Lente en de rampen in Japan en Noorwegen. De onderzoekers besluiten dat de stijging in de buitenlandberichtgeving niet zozeer te maken heeft met veranderingen in redactioneel beleid maar met de actualiteit en de uitzonderlijke gebeurtenissen op internationaal vlak, wat een bevestiging is van de voornoemde thesis van buitenlands nieuws als een 'zero sum game'. Dergelijke piekmomenten leidden met andere woorden tot meer aandacht voor het buitenland, zowel van journalisten als van burgers. Uit de analyse van de behaalde resultaten van IPS Vlaanderen en WereldMediaHuis en specifiek de cijfers met betrekking tot de overname van artikels bleek een zelfde patroon op te duiken. Grote internationale nieuwsfeiten deden de vraag naar informatie stijgen.

B. Kranten

Uit de analyse bleek verder dat de kwaliteitskranten opmerkelijk meer internationaal nieuws brengen dan de meer populaire kranten, wat wel een bevestiging is van eerder (inter)nationaal onderzoek. De Morgen spendeerde de meeste aandacht en ruimte aan internationaal nieuws (20,1% - gemiddeld 5 op 25 pagina's), op de voet gevolgd door De Standaard (17,6% - gemiddeld 4 op 22 pagina's). Met 9,3% (gemiddeld 2 op 21 pagina's) besteedt Het Laatste Nieuws opvallend minder aandacht aan het buitenland. Bovendien domesticert deze krant bijna 1 artikel op 4, gerelateerd naar de voorziene ruimte steeg dit tot 35%. Bij de kwaliteitskranten zweeft het aandeel gedomesticeerd buitenlands nieuws relatief constant rond 20%.

1.2. Kwaliteit van buitenlandberichtgeving

Wat de kwantiteit van internationaal nieuws in Vlaamse nieuwsmedia betreft dienen we dus de internationale bevindingen te nuanceren, maar naar de inhoud of kwaliteit toe wijzen de meeste studies wel op een bevestiging van de internationale onderzoeksresultaten. Aan de hand van verschillende kwaliteitsindicatoren kan gewezen worden op een aantal vertekeningen in het aanbod internationaal nieuws in de Vlaamse kranten en op de Vlaamse televisiezenders. Doorgaans worden de volgende indicatoren gehanteerd: geografische en thematische breedte van de nieuwsagenda; het bronnengebruik (zie ook de interviews met enkele buitenlandjournalisten); aandachtscurve; en de beeldvorming.

1.2.1. Thematische diversiteit

Zowel op televisie als in kranten bestaat buitenlandberichtgeving thematisch vooral uit zogenaamd 'hard' nieuws als politiek, oorlog, rampen, criminaliteit, financiën en economie. De overheersing van 'hard' nieuws houdt het reële gevaar in dat de kijker een negatief beeld krijgt van het buitenland gezien het allemaal om tegenslag, rampspoed, kommer en kwel gaat. Uit een studie van het ENA/Steunpunt Media (2011) bleek bovendien dat de thematische nieuwsagenda voor de periode 2003 tot en met 2010 smaller is voor buitenlands dan voor binnenlands nieuws op televisie. Bijna één derde van het buitenlands nieuws gaat over oorlog en vrede. Ook de rampen in het buitenland krijgen erg veel aandacht in vergelijking met het binnenland.

Het binnenlands nieuws is meer divers en de aandacht is evenwichtiger verdeeld over de verschillende thema's. Wat buitenlandberichtgeving in kranten betreft, identificeerden Biltreyst en Desmet (2010) een belangrijk onderscheid tussen kwaliteitskranten en meer populaire kranten. De Standaard bijvoorbeeld besteedde meer aandacht aan hard buitenlands nieuws zoals politiek, economie en gerechtelijk nieuws terwijl Het Laatste Nieuws in de buitenlandberichtgeving meer focuste op entertainment, human interest verhalen en populaire cultuur. De auteurs concluderen hieruit dat de geschetste tendens van een versmalde nieuwsagenda zich het sterkst manifesteert bij de meer populaire pers wat volgens hen de vrees voor een wezenlijke nieuws- of kenniskloof voedt. Denolf (2010) onderzocht de buitenlandberichtgeving in Het Laatste Nieuws voor 2010 en vond dat 30,6 % van het aanbod gericht was op economisch nieuws en 22% aan human interest verhalen. Joye (2010) wees er verder op dat entertainment (lifestyle, roddels, filmsterren, ...) een steeds groter aandeel van buitenlandberichtgeving inneemt.

Gezien bijna 75% van het aanbod internationaal nieuws naar de thema's rond hard nieuws en entertainment gaat, rest er logischerwijze weinig ruimte voor een breed scala aan onderwerpen. Onderstaande tabel geeft aan dat onderwerpen als milieu, onderwijszaken, migratie en integratie bijzonder moeilijk de krantenpagina's halen.

In het algemeen stellen alle auteurs dat bepaalde topics als ontwikkelingssamenwerking, onderwijs, milieu, ... bijna niet aan bod komen in het internationale nieuws. Hier zien we een belangrijke thematische niche in de buitenlandberichtgeving voor nieuwsactoren als IPS Vlaanderen en WereldMediaHuis.

1.2.2. Geografische diversiteit

Geografisch focust de Vlaamse buitenlandberichtgeving zich voornamelijk op de Verenigde Staten en West-Europa, in het bijzonder onze directe buurlanden Frankrijk, Duitsland en Nederland. De ruime media-aandacht voor deze landen is te verklaren door het concept van nabijheid dat binnen buitenlandberichtgeving een centrale rol opneemt. Nabijheid verwijst naar de geografische afstand, psychologische en emotionele afstand, taal, historische banden, culturele affiniteit, economische relaties, en zelfbelang zoals de aanwezigheid van landgenoten onder de slachtoffers. Verder wordt er vooral aandacht besteed aan conflicthaarden of aan de opkomende economische en geopolitieke machten als China en Brazilië.

Op basis van de verschillende studies (Peeren & Biltreyst, 2001; Votquene & Van Aelst, 2003; De Bens & Paulussen, 2005; Biltreyst & Joye, 2005; De Swert et al., 2008; Wouters et al., 2009; Joye, 2010) is een bijzonder standvastige rangorde van nieuwswaardige landen op te stellen: de Verenigde Staten van Amerika, Frankrijk, het Verenigd Koninkrijk, Nederland en Duitsland. Voor kranten geldt bijvoorbeeld dat 75% van de ruimte gependend wordt aan gebeurtenissen uit Europa en Noord-Amerika (Joye, 2010). Dit Eurocentrische wereldbeeld is het sterkst aanwezig bij Het Laatste Nieuws (79% volgens Denolf, 2010). Onderaan de ranglijst vinden we zo goed als alle Afrikaanse en Latijns-Amerikaanse landen terug. De nieuwswaarde van deze landen is immers sterk afhankelijk van spectaculaire gebeurtenissen. Bovendien blijkt uit de longitudinale analyse voor de kranten dat Latijns-Amerika (5,5% in 1986 naar 2,9% in 2006) en Afrika (8,4% naar 5,2%) steeds minder aan bod komen. Deze rangorde wordt tevens geïllustreerd door onderstaand cartogram. De grootte van het land is een

weerspiegeling van de hoeveelheid aandacht die het land in de periode 2003-2010 heeft gekregen op de Vlaamse televisiezenders. De kaart symboliseert op een krachtige manier hoe het wereldbeeld er zou uit zien van iemand die al zijn informatie haalt uit de Vlaamse televisiejournals en is meteen een tweede, kwalitatieve, indicatie van het belang en de meerwaarde van alternatieve media-actoren als IPS Vlaanderen en WereldMediaHuis die zich specialiseren in nieuws over deze regio's.

1.2.3. Aandachtscurve van internationaal nieuws

Meer nog dan binnenlands nieuws, is de aandachtscurve van internationaal nieuws heel kort en sterk 'event-driven' met een focus op enkele grote verhalen (Hafez, 2007). Graber (1989) spreekt in dat verband van 'flashlight coverage' en Hafez (2007: 35) van 'decontextualization' waarmee hij doelt op het "neglect of political, economic, social and cultural relations of cause-and-effect." De Vlaamse televisiezenders belichten vooral de eigen regio en enkele buurlanden op een meer continue wijze terwijl andere landen pas in het vizier van de media komen omwille van een plotse en extreme gebeurtenis met hoge nieuwswaarde (Wouters et al., 2009: 91). Ook internationaal nieuws in de Vlaamse kranten wordt hoofdzakelijk gebracht in korte en middellange berichten (Biltereyst, Peeren & Van Gompel, 1999) waardoor achtergrond en duiding de uitzondering blijven. Wouters et al. (2009: 42) wijzen in dit verband ook op de sterke hype-gevoeligheid van internationaal nieuws waardoor enkel het spectaculaire en dramatische buitenland zoals een plotse natuurramp, een staatsgreep of een bloedige opstand kort maar krachtig het nieuws haalt. Dit gebeurt bovendien zonder veel achtergrond en diepgang (cf. doelstelling van IPS Vlaanderen en WereldMediaHuis) (Walgrave & De Swert, 2007). Een gevolg of zelfs oorzaak hiervan kan gevonden worden in het fenomeen van 'firefighting'-journalistiek (Franks, 2004: 427) of parachutejournalistiek (van Ginneken, 1996; Hachten, 1998; Shanor, 2003). Dit concept verwijst naar de situatie waarbij nieuwsmedia bij gebrek aan vaste correspondenten journalisten in een bepaalde 'hot spot' parachutereren om over de nieuwswaardige gebeurtenis te berichten, zonder veel aandacht voor de context en gevolgen op langere termijn. Na enkele dagen verhuist de journalist weer naar een nieuwe conflicthaard of rampgebied.

1.2.4. Bronnengebruik

Naar bronnengebruik toe schatten recente studies dat minstens 50% tot zelfs 80% van het buitenlandse en internationale nieuws afkomstig is van de grote nieuwsagentschappen (Wolter, 2006; Hafez, 2007). Dit hangt nauw samen met de inkrimping van het aantal buitenlandse correspondenten die kranten of televisiezenders (kunnen) inzetten (Shanor, 2003). Dergelijke afhankelijkheid van een beperkt aantal bronnen leidt tot meer similariteit en minder diversiteit tussen nieuwsmedia (Kim, 2003; Wolter, 2006; Clausen, 2010). Ook Sreberny-Mohammadi et al. (1984) wezen al eerder in de richting van de nieuwsagentschappen als een mogelijke verklaring voor onder meer de hierboven aangehaalde beperkte geografische en thematische spanwijdte van internationaal nieuws. Volgens Giffard (1998), Paterson (2001: 84-89) en Harrison (2006: 92) voedt dit gebrek aan diversiteit een homogeen publiek discours op leest van de heersende sociale, politieke en economische ideeën van het Westen.

Naast de nieuwsagentschappen is het internet verrassend snel uitgegroeid tot een van de belangrijkste bronnen voor buitenlandberichtgeving (zie ook de interviews met Vlaamse journalisten). Toch waarschuwen verschillende auteurs (Paterson, 2001; Harrison, 2006; Berger, 2009) voor een gelijkaardige dominantie van de grote westerse nieuwsagentschappen in het leveren en verspreiden van online nieuws. Boyd-Barrett (2000: 10) geeft bijvoorbeeld aan dat het voornamelijk deze reeds gevestigde spelers zijn die het meeste voordeel uit het internet als nieuw distributiekanaal en nieuwsmedium halen. Binnen de dagelijkse routineproductie van nieuws heeft onderzoek ook aangetoond dat journalisten maar weinig gebruik maken van sociale media om alternatieve bronnen te raadplegen. Veel journalisten klagen over de ‘information overload’ en de gebrekkige betrouwbaarheid van online informatie (Heinrich, 2011; Paulussen & Ugille, 2008).

Gegevens voor een Vlaamse context zijn schaars gezien televisiezoekers niet en kranten bijzonder weinig aan bronverwijzing doen. Uit interviews met journalisten bleek dat de omroepen voor de verslaggeving van internationale gebeurtenissen doorgaans afhankelijk zijn van het beeldmateriaal aangeleverd door de internationale beeldpersagentschappen. VRT en VTM vissen hierbij vaak in dezelfde vijver daar ze beiden geabonneerd zijn op de twee dominante agentschappen, het Amerikaanse APTN en het Britse Reuters. Daarnaast ontvangt de VRTnieuwsdienst via een samenwerking binnen de EBU (European Broadcasting Union) beelden van de andere Europese publieke omroepen aangevuld met de Amerikaanse netwerken CBS en in mindere mate ABC. VTM kan daarentegen een beroep doen op een samenwerkingsverband tussen de commerciële stations in Europa, European News Exchange of kortweg ENEX genaamd. Via deze uitwisseling heeft VTM ook toegang tot beeldmateriaal van CBS voor haar Amerikaanse berichtgeving.

Wat de kranten betreft, wordt vooral gebruik gemaakt van het nationale agentschap Belga en de grote internationale nieuwsagentschappen Reuters, AP en in mindere mate AFP. Uit het onderzoek van Joye (2010) bleek verder dat Het Laatste Nieuws nooit vermeldt welke bron of nieuwsagentschap geraadpleegd werden terwijl De Standaard en De Morgen hoofdzakelijk alleen de naam van de eigen journalist opgeven. Wanneer wel melding wordt gemaakt van een nieuwsagentschap, dan is het vooral Reuters (23,8% voor De Standaard en 14,1% voor De Morgen). Rekening houdende met deze belangrijke nuance, wees een recente studie van Van Leuven, Deprez en Raeymaeckers (2012) uit dat er zich in het laatste decennium geen tot weinig verschuivingen hebben voortgedaan op het vlak van bronnengebruik bij buitenlandberichtgeving in een Vlaamse nieuwscontext, dit ondanks de (inter)nationale trends van digitalisering, ‘cut and paste’ journalistiek en kostenbesparingen op redactioneel niveau. Op basis van een kwantitatieve inhoudsanalyse van 2229 artikels over internationaal nieuws uit De Morgen, De Standaard, Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad voor een periode van 2000 tot en met 2010 kwamen de auteurs tot de conclusie dat in bijna 80% van de gevallen er geen bronvermelding is. Wanneer wel een bron wordt vermeld, dan is het in 1 op de 4 gevallen een verwijzing naar een nieuwsagentschap, in het bijzonder Reuters en AP.

Verder merkten de onderzoekers nog op dat “[t]he new possibilities for information gathering offered by Web 2.0 applications have not yet been fully integrated in Belgian newsrooms. The news analysis however shows a relatively high amount of balance between different information actors. The use of copy-pasted articles is limited and

in-depth news coverage is still a major element in Belgian newsroom practices” (Van Leuven et al., 2012: 18). Met andere woorden, een enigszins positief resultaat voor de buitenlandberichtgeving in de Vlaamse kranten qua bronnengebruik.

1.2.5. Beeldvorming

Tot slot enkele bevindingen betreffende de beeldvorming in buitenlandberichtgeving. Uit het voorgaande bleek reeds dat de representatie van internationale gebeurtenissen in Westerse nieuwsmedia inhoudelijke vertekeningen vertoont en dat de buitenlandberichtgeving bijvoorbeeld disproportioneel focust op negatieve ontwikkelingen. Dit heeft zijn implicaties voor het aldus gerepresenteerde beeld van de ‘andere’. De kritiek focust zich voornamelijk op de grote nieuwswaarde van de eigen regio (Stevenson & Cole, 1980; Reeves, 1993; Kamalipour, 2002) in vergelijking tot de “inadequate, negative, and stereotypical portrayal” van ontwikkelingslanden (Rampal, 2002: 111). Het dominante (media)beeld dat gevormd wordt van deze landen wordt gekenmerkt door negatieve waarden, rampen, armoede en oorlog (McAnany, 1983; Fair, 1993; Hachten, 1998; Franks, 2005; Scott, 2009). In het geval van Afrika stelt Franks (2010: 73) bijvoorbeeld dat heel wat Westerse journalisten aan het ‘National Geographic’-syndroom lijden waarbij er een simplistisch beeld wordt geschetst van een overbevolkt continent bewoond door wilde dieren en primitieve stammen (zie ook Ebo, 1992; Fair, 1993; Kenney, 1995; Philo, 2004). Benthall (1993: 186-188) wees in dit verband op een overheersend negatieve representatie van de Derde Wereld in termen van hulpeloosheid met de nadruk op het vreemde en exotische karakter.

Ondanks de vele culturele, politieke en regionale verschillen worden de ontwikkelingslanden bovendien als een homogeen blok voorgesteld (van Dijk, 1988: 44). Dit alles leidt er volgens Ignatieff (1998) toe dat voor een Westers publiek nog weinig gronden zijn voor (positieve) identificatie met de ‘andere’. Deze cultureel ‘andere’ en ‘ons’, het Westen, worden doorgaans voorgesteld aan de hand van een aantal “sharply opposed, polarized, binary extremes” (Hall, 2001: 326), namelijk slecht en goed, primitief en beschaafd, onaantrekkelijk en mooi, en minderwaardig en superieur. Internationaal nieuws is bijgevolg vaak gekaderd binnen deze sociaal-culturele dichotomie van ‘wij’ versus ‘zij’ (van Dijk, 2001: 361; Tomanić Trivundža, 2008: 37). Volgens Nederveen Pieterse (1990) is een van de belangrijkste kenmerken van gemediatiseerde representatie of beeldvorming precies dat het een onderdeel is van de productie en reproductie van de bestaande globale ongelijkheden en achtsverhoudingen. Van Dijk (1988: 34) geeft aan dat internationaal nieuws over ontwikkelingslanden steevast gekaderd wordt binnen een Westers ideologisch of cultureel perspectief wat resulteert in het veelvuldig gebruik van stereotypen. Verder wijzen Moeller (1999: 15) en Hanusch en Obijiofor (2008: 11) erop dat de beeldvorming van een ander land ook bepaald kan worden door onder andere het referentiekader en de culturele achtergrond van de buitenlandjournalist.

Zo stelden alle studies namelijk vast dat Vlaamse mainstream nieuwsmedia zich hoofdzakelijk focussen op de buurlanden en een beperkt aantal Westerse (elite)landen met groot geopolitiek, economisch en militair belang. Dit werd aangeduid als eurocentrisme. De thematische diversiteit van internationaal nieuws wordt dan weer beperkt door een focus op hard en negatief nieuws zoals politiek, economie en

oorlogen. De analyse van het internationaal nieuws in de kranten wees aanvullend op een toename van entertainment en meer human interest nieuws. Verder werd aangetoond dat de internationale berichtgeving gekenmerkt wordt door een korte aandachtscurve en dat vooral een beroep wordt gedaan op enkele dominante Westerse (beeld)bronnen. Qua beeldvorming was er een vertekening in de zin van negatieve buitenlandberichtgeving en gebruik van stereotypen.



Reeds verschenen MO* papers



2014

- feb 2014: Is Afghanistan klaar voor 2014? (Thomas Ruttig)
- jan 2014: Ligt Pakistan op het Arabisch schiereiland? (Bruno De Cordier)

2013

- dec 2013: Schept microkrediet slechts een illusie van ontwikkeling? (Milford Bateman en Ha-Joon Chang)
- september 2013: Kan Afrika zijn ontwikkeling zelf financieren uit hogere belastingsopbrengsten? (Mick Moore)
- jun 2013: Is uw gsm goud waard? (CATAPA)
- apr 2013: Wat weten we (niet) over het geweld in Oost-Congo? (Koen Vlassenroot, Steven Spittaels, Kris Berwouts en Nadia Nsayi)
- apr 2013: Bestaan de Zapatisten nog? (François Hautart)
- feb 2013: Kan rijst West-Afrika voeden? (Saartje Boutsen en Jan Aertsen)
- feb 2013: Hoe komt het dat Afrika de Millenniumdoelstellingen niet haalt? (Dimitri Van den Meerssche)

2012

- okt 2012: Genetisch gewijzigd voedsel als oplossing voor het hongerprobleem? (Hielke Van Doorslaer)
- sep 2012: Kan zwart-Afrika voedselzekerheid bereiken? (UNDP)
- sep 2012: What is the Rise of South-South relations about? (Sanoussi Bilal)
- apr 2012: Hoe inclusief is onze ontwikkelingssamenwerking? (PHOS)
- mar 2012: Brengen verkiezingen meer democratie in Congo? (Mieke Berghmans en Nadia Nsayi)
- mar 2012: Wat na Busan? (Bert Jacobs)
- mar 2012: Kan de politiek de ontwikkelingssamenwerking redden? (Alex Duncan en Gareth Williams)
- feb 2012: Wordt het precariaat een nieuwe sociale klasse? (Guy Standing)
- feb 2012: Waarheen met de revoluties in Egypte en Syrië? (Brigitte Herremans, Pieter Stockmans en Majd Khalifeh)

2011

- nov 2011: Kan armoede overwonnen worden? (Abhijit Vinayak Banerjee en Esther Duflo)
- nov 2011: Is India goed bezig? (Jean Drèze en Amartya Sen)
- nov 2011: Een keerpunt voor sociale bescherming wereldwijd? (Gijs Justaert en Bart Verstraeten)
- okt 2011: Heeft ontwikkelingshulp zijn tijd gehad? (Marcus Leroy)
- okt 2011: 7 billion: development disaster or opportunity? (Hania Zlotnik and Fred Pearce)
- sep 2011: Erkenning van de Palestijnse staat: een *game changer*? (Brigitte Herremans)
- jun 2011: Een uitweg uit de nieuwe voedselcrisis? (Saartje Boutsen)
- mei 2011: Is het einde van de bevolkingsgroei werkelijk in zicht? (Ronald C. Schoenmaeckers)
- apr 2011: Waarom gelijkheid beter is voor iedereen (Richard Wilkinson en Kate Pickett)
- mar 2011: Welke toekomst voor de ontwikkelingssamenwerking? (Nemat Shafik)
- feb 2011: Realiteit of mythe? Minerale rijkdom als motor van het geweld in het oosten van Congo (Rachel Perks en Koen Vlassenroot)

2010

- dec 2010: Heeft Congo kans van slagen? (Tom De Herdt, Kristof Titeca en Inge Wagemakers)
- nov 2010: Heeft de crisis het draagvlak van ontwikkelingssamenwerking ondermijnd? (Tom De Bruyn & Ignace Pollet)
- nov 2010: De laatste energiecrisis? Betekent piekolie het einde van de homo Petroliensis? (Elias Verbanck)
- sep 2010: Wat doet China in Afrika en Latijns-Amerika? (John Vandaele & Marc Vandepitte)
- sep 2010: De millenniumdoelstellingen: wachten op de grote doorbraak? (Lonne Poissonnier & Rudy De Meyer)
- jun 2010: Hoe goed zijn Brazilië, China en India in armoedebestrijding? (Emiel Vervliet)
- mei 2010: Why is poverty a human right crisis? (Irene Khan and Steven Vanackere)
- mei 2010: Wat is nu eigenlijk goed bestuur? (Emiel Vervliet)
- apr 2010: Is er Apartheid in het Heilige land? (Korneel De Rynck)

- mar 2010: Water zonder grenzen? Het regionaal belang van het Afghaanse water (Benjamin Sturtewagen)
- feb 2010: Wat met de Cubaanse revolutie na Fidel Castro? (Marc Vandepitte)
- feb 2010: Leidt klimaatverandering tot oorlogen? (Harald Welzer en Jamie Shea)
- jan 2010: Mogen we nog dieren eten in tijden van klimaat- en voedselcrisis? (Jonathan Safran Foer en Louise Fresco)

2009

- nov 2009: Spionage in het hart van Europa? (Kristof Clerix)
- nov 2009: Hebben de ngo's hun ziel verkocht aan de minister van Ontwikkelingssamenwerking? (Jean Reynaert en Patrick Develtere)
- okt 2009: Chaos in Afghanistan en Pakistan? (Ahmed Rashid en Jef Lambrecht)
- sep 2009: De 'Gele Reus' in ademnood? (Samia Suys)
- sep 2009: Is ontwikkelingshulp verantwoordelijk voor de armoede in Afrika? (Dambisa Moyo en Kumi Naidoo)
- jul 2009: Is dit de nieuwe kolonisering? (International Food Policy Research Institute, The Economist, vertaling Emiel Vervliet)
- jun 2009: Kan de G20 de wereld redden? (Emiel Vervliet)
- apr 2009: Hoezo, vrije meningsuiting? (Ruddy Doom en Sofie Van Bauwel)
- mar 2009: Hebben financiële speculanten 120 miljoen mensen honger laten lijden? (Peter Wahl, vertaling en samenvatting door Emiel Vervliet)
- mar 2009: What is the status of human rights in Iran? (Shirin Ebadi)
- feb 2009: Hoe zien wij Gaza? (Ruddy Doom en Simone Korkus)

2008

- dec 2008: Wat is waardig werk? (Emiel Vervliet)
- nov 2008: Betalen de armen de prijs van een slecht beleid? (Saar Van Hauwermeiren)
- okt 2008: Hoeveel armen zijn er nu eigenlijk? (Emiel Vervliet)
- okt 2008: Blinkt alle goud? (Catapa)
- jul 2008: Door welke lens kijken wij naar China? (Kristof Decoster)
- jun 2008: Heeft Congo iets aan zijn mijnen? (Raf Custers)
- jun 2008: Wie zorgt er voor een échte groene revolutie? (Jan Aertsen en Dirk Barrez)
- mei 2008: Kan onverschilligheid dodelijk zijn? (Forum for African Investigative Reporters - Vertaling en samenvatting: Emiel Vervliet)
- mar 2008: Levert de traditie de oplossing? (Bert Ingelaere)
- feb 2008: Kunnen boeren de wereld redden? (Saartje Boutsen)
- jan 2008: Neemt de inkomensongelijkheid in de wereld toe of af? (Emiel Vervliet)

2007

- dec 2007: Waar de kassa altijd rinkelt? (Internationaal Vakverbond, vertaling: Emiel Vervliet)
- dec 2007: Is er leven na Kyoto? (Simon Calcoen, Peter Tom Jones, Edith Vanden Brande en Alma De Walsche)
- okt 2007: Zijn de EPA's levensgevaarlijk? (Marc Maes)
- sep 2007: Ligt de Afrikaanse hemel in Barcelona? (Roos Willems, vertaling: Emiel Vervliet)
- jun 2007: Hoe erg is het klimaat eraan toe? (IPCC, vertaling: Emiel Vervliet)
- jun 2007: Redt de minister van Financiën het klimaat? (Aviel Verbruggen, vertaling: Emiel Vervliet)
- jun 2007: Viva el populismo? (Emiel Vervliet en Alma De Walsche)
- mar 2007: Veertig jaar bezetting - Hoe lang nog? (Ludo De Brabander & Brigitte Herremans)

2006

- dec 2006: Hoe geglobaliseerd is de islam? (Olivier Roy)
- dec 2006: Zit de Congolese toekomst in de grond? (Sara Frederix en John Vandaele)
- nov 2006: Helpt onze hulp tegen honger? (Saartje Boutsen en Jan Vannoppen)
- nov 2006: Wil China de wereld overheersen? (Jonathan Holslag)

Al deze MO* papers kunnen gratis gedownload worden op www.MO.be/papers