

Omgaan met mediahypes

Wat moeten bestuurders doen in geval van een mediahype?

A.F.A. Korsten

Inleiding

Een mediahype is een nieuwsgolf, waarbij vele media betrokken zijn, die op gang komt naar aanleiding van een feit of gebeurtenis die (heftige) emotie oproept en mede daardoor nieuwswaarde heeft. Denk aan een daad van zinloos geweld of de aanslag op de Twin Towers. Vaak kent een vraagstuk dat belicht wordt veel lagen van uitdieping waaronder ook simpele. Een mediahype gaat over een onderwerp dat het gesprek van de dag is (denk aan de 'de wissel van Advocaat' bij een voetbaltoernooi). Meestal is sprake van een focus op een persoon en veel verontwaardiging en van de andere kant 'verzoek om respect' (Oudkerk, Clinton, Mabel, Lubbers). Denk aan billenknijperij, zinloos geweld.

Mediahypes horen bij het moderne leven maar hypes roepen ook discussie en weerstand op. Weinigen zijn verdedigers van een mediahype. Voor bestuurders en ambtenaren ligt het een slag anders. Zij zitten niet in de positie van 'voor' of 'tegen' hypes, ze moeten ermee leren omgaan. Is het object van een hype een persoon dan kan dit schadelijk zijn zonder dat die persoon, bij gebleken onterechte verdachtmaking of andere voor deze negatieve berichtgeving, later de mogelijkheid heeft zich te rehabiliteren.

Hoe om te gaan met een mediahype? Omgaan met een mediahype betekent

- een hype voorkomen of
- een hype proberen af te breken of
- een hype een andere wending geven of
- ongeschonden uit een hype komen.

Denk aan president Bill Clinton (na de Lewinsky-zaak), UNHCR-baas Ruud Lubbers (na het verwijt van 'billenknijperij' in UNHCR-verband), wethouder Rob Oudkerk (na de beschuldiging van bezoek aan prostituees aan de Theemsweg). Denk ook aan Dick Advocaat, de bondscoach van het Nederlandse voetbalelftal, die in Portugal werd bijgestaan door voorlichter Eef Brouwers, en onder vuur kwam te liggen door een defensieve tactiek gepaard met een te vroege wissel van Arjen Robben (ingeruild voor middenvelder Bosvelt) in een van de poulewedstrijden tegen Tsjechië (verlies 2-3). Welke adviezen heeft u of heb ik voor hen?

Er zijn wel adviezen te geven, zij het dat de eerste les wel is: alles is anders, het ene geval is het andere niet. Plaats en tijd en andere omstandigheden doen ertoe. Soms komt een zaak aan het rollen door eigen handelen maar vaak is sprake van onhandigheid en loslippigheid (Oudkerk naar journaliste Heleen van Royen). Veelal zijn journalisten in het spel. Zij berichten. Zonder journalisten geen hype.

Stellingen

- Een hype is bewegende emotie tijdens een nieuwsgolf.
- Zonder de elektronische media geen nieuwsgolf. Televisie zorgt voor de beelden.
- Bij een mediahype ontwikkelen de media zich tot speler in het veld, en beperken ze zich niet tot waarnemer en verslaggever. Ze verwijzen naar elkaar. Denk aan de Mabel-kwestie.

- Mediahypes leiden te vaak tot selectieve waarneming en willekeur van journalisten en leunen op bronnen die dubieus zijn. Aldus mediaonderzoeker Vasterman. Charly da Silva uit Chili?
- Een door een hype getroffen bestuurder weet een mediahype te hanteren.
- Een bestuurder die een nieuwsgolf verwacht, koopt tijd.
- Laat in een ingewikkeld geval als onder vuur liggend bestuurder direct onafhankelijk onderzoek doen.

Les: De bestuurder weet een hype op gang te brengen

Een goed bestuurder weet een mediahype te hanteren. Aldus Hans Hillen, oud-journalist en voormalig departementaal voorlichter van minister Ruding en ex-Tweede Kamerlid.

Een bestuurder kan een hype met een beeld op gang brengen. Hillen zelf deed dat bewust door te zeggen: de rollator voor ouderen kan in de toekomst wel voor rekening van de gebruiker komen. De tekst stond al op teletekst voor die was uitgesproken. Selectie van persberichten vindt bij het ANP en andere selectieorganen als redacties plaats op veronderstelde nieuwswaarde maar ook op schokkendheid en scabreusheid. Hypes zijn echter niet geheel te construeren.

Een bestuurder kan juist ook het tegendeel van een hype ensceneren door handig een bericht te lozen in de luwte. De avond voor een voetbalwedstrijd in het EK te Portugal is een uitgelezen moment om een ‘vervelend’ bericht dat een rel kan veroorzaken in te steken. In de hoop en verwachting dat een rel uitblijft omdat het nieuws niet opvalt.

Les: Geef openheid

Wie onder vuur komt te liggen, moet niet de halve waarheid vertellen of leugens vertellen. Dan duiken journalisten juist verder op het geval en genereert het mikpunt in een hype zelf het vervolg. Vertel onmiddellijk hoe het zit, betuig zo nodig spijt. Schwarzenegger, kandidaat voor een gouverneurschap in Californië, werd vlak voor de verkiezingen beschuldigd van seksuele intimidatie. Hij ontkende niet, zij dat er misschien wel eens wat gebeurd was en bood onmiddellijk alle beschuldigingen aan. Daarmee was de lont weg. Mabel Wisse Smit deed het niet zo.

Les: Verzoek om respect helpt niet

Een mikpunt van aandacht kan proberen respect te vragen van journalisten. Denk aan Lubbers of Oudkerk. Maar helpen deed het niet.

Les: Een bestuurder moet niet in de tijdsdruk meegaan

Een positief advies luidt: koop tijd. Komt een bestuurder onder vuur te liggen dan moet hij zich niet laten verleiden tot overhaaste berichten. Negeer het bericht evenwel nooit en doe er niet laatdunkend over. Laat de woordvoerder informatie verstrekken over wat je doet. Haal de tijdsdruk weg door een onderzoek te beloven als het ministerie van OC&W onder vuur ligt door vermeend overdadig of onjuist declaratiegedrag van de ambtelijke top. Beloof de Tweede Kamer een brief met informatie. Staatssecretaris Wijn handelde verstandig toen hij na berichtgeving over het niet betalen van belastinggeld door woonwagenbewoners direct toezegde de zaak te zullen uitzoeken. Gooi geen olie op het vuur door te zeggen dat je het altijd al vermoed had terwijl je als staatssecretaris de feiten niet kent.

Les: Ga niet alleen af op informatie van een topambtenaar

Organiseer deskundigheid om de hype te analyseren. Informeer je als bestuurder buiten de normale lijnen om als er weer eens een boef uit de gevangenis is ontsnapt. Vraag niet alleen de secretaris-generaal hoe het zit. Premier Kok stuurde in de netelige kwestie rond Maxima oud-minister Van der Stoep naar Argentinië om de vader een paar dingen aan het verstand te brengen. Kok minimaliseerde zo het risico.

Literatuur

- Vasterman, P., Mediahypes, Aksant, Amsterdam, 2004.
- Vasterman, P., Duivel uitdrijven is terug van weggeweest, in: NRC, 23 juni 2004.
- Vijver, O. van de, Leren leven met de hype, in: Pluche, voorjaar 2004, pp. 129-136.