

HET JOURNAAL:
DE WERELD BIJ STUKJES EN BEETJES

**nieuws
wordt gemaakt!**

Als beleidsmedewerker bij de NOS is Jo Bardoel goed op de hoogte van hoe televisieprogramma's tot stand komen. Zijn artikel is bedoeld als een handreiking voor leerkrachten die in hun lessen aandacht willen besteden aan informatieve programma's. Hij beschrijft wat er allemaal aan vooraf gaat, voor het dagelijkse journaal is samengesteld. Tenslotte doet hij enkele suggesties voor de manier waarop men leerlingen inzicht kan geven in het productieproces van mediaboodschappen.

Het beeld staat op zwart. Middenin trekt een rijtje witten stippen als een ritssluiting over het scherm en verbreedt zich tot horizontale lijnen die de wereldkaart vormen. Dan verschijnen onder een aanzwellend geluid de letters: NOS-journaal.

Het journaal. Zo alledaags dat het niet meer opvalt. Voor veel kijkers het rituele begin van een avondje televisiekijken, beroepskijkers gaan eraan voorbij in hun tv-recensies. Ook de makers houden zich op de achtergrond: het NOS-journaal is het enige televisieprogramma zonder aftiteling. De rubriek die het nieuwsmonopolie op de beeldbuis bezit, huldigt een anonieme presentatie. Dat versterkt het idee dat de berichtgeving objectief, onpartijdig en algemeen is. De feiten en niets dan de feiten, want de commentaarpositie is voorbehouden aan de actualiteitenrubrieken.

Wat valt er dan nog van het journaal te zeggen? Het is er en de meeste mensen nemen het zoals het komt en zijn het daarna weer vergeten. Wat

was er op het journaal? 'Oh niks.' Maar aan de andere kant toch Nederlands belangrijkste journalistieke produkt. Voor vijf miljoen mensen dagelijks de waakhond van het wereldgebeuren. Volgens enquêtes steevast het meest onmisbare televisieprogramma en de meest vertrouwde nieuwsbron.

De kijkers komen — zoals bij de meeste tv-programma's — vooral uit de lagere sociale klassen. Mensen die de actualiteit verder vooral meekrijgen via de koppen van hun regionaal dagblad of de landelijke 'gezond-verstand-krant'.

Al met al reden genoeg om eens te kijken hoe het journaal tot stand komt. Want het journaal *is* er niet, *het wordt gemaakt*. Het is een produkt van journalistieke routine, afhankelijk van de mensen die het maken, van hun keuzen en criteria, van de technische middelen die hen ter beschikking staan. Een beschrijving van dit productieproces met de nadruk op hoofdmomenten daarin als 'nieuwsgeving', 'nieuwsselectie' en 'nieuwspresentatie', kan deze stelling verduidelijken voor men-

sen die niet de gelegenheid hebben om achter de schermen te kijken. Hopenlijk leidt dat ertoe het nieuws eens met andere ogen te bekijken. Minder vanzelfsprekend en consumptief, alerter wellicht.

Wie 's ochtends de grote 'newsroom' betreedt, merkt nog weinig van de 'race tegen de klok' die het journaal heet te zijn. De aanwezige redacteurs lezen de ochtendkranten om zich te kunnen spiegelen aan wat hun schrijvende collega's nieuwswaardig vinden. Verder bekijken ze de binnenkomende telexberichten en de aangekondigde items van de Eurovisie-nieuwsuitwisseling, de belangrijkste woord- en beeldbronnen van het journaal.

Hoewel 'nieuws' berust op het uitzonderlijke en onverwachte en zich volgens de journalistieke mythologie niet laat organiseren, is de verwerking ervan tot een journaalbulletin een zeer geordend proces met een strakke werkverdeling.

De nieuwsgaring, de 'input', en de bewerking van het nieuws voor de bulletins, de 'output', gebeuren door de redacties binnen- en buitenland. Daarnaast is er een speciale Haagse redactie voor het parlementaire nieuws. Naast de meer journalistieke werkzaamheden zijn er nog afdelingen als productie, montage en regie die een groot deel van de technische en organisatorische rompslomp die een televisie-uitzending met zich meebrengt voor hun rekening nemen. Bij het NOS-journaal werken in totaal ongeveer tachtig mensen, waarvan ruim de helft in journalistieke functies.

De redacties binnen- en buitenland vormen de sluis tussen het wereldgebeuren en de journaalbulletins. Hier werken de journalisten die de *nieuwsgaring* verzorgen. Daarbij maken ze gebruik van vele bronnen. In het allereerste begin van het journaal, vijftientig jaar geleden, bestond de rubriek grotendeels uit binnenlands nieuws, omdat de Eurovisie-nieuwsuitwisseling nog niet functioneerde en er evenmin communicatiesatellieten waren om de beelden van de overkant van de oceaan snel hierheen te brengen.

De *binnenland-redactie* is uiteraard het meest autonoom in zijn nieuwsvoorziening. Naast de meldingen die per telex, brief of telefoon binnenkomen, kan deze eigen correspondenten uitsturen om ter plekke poolshoogte te nemen.

Veel passiever is de *redactie buitenland*. De voornaamste bron is hier de telex via welke de buitenlandse persbureaus hun nieuwsmeldingen doorge-

ven. Zij beschikken over correspondenten over de hele wereld die hun berichten in beknopte vorm aan hun afnemers (kranten, radio, televisie) ter beschikking stellen. De buitenlandse persbureaus waarop het journaal geabonneerd is, zijn Associated Press (AP) en United Press International (UPI) uit de Verenigde Staten en het Britse Reuter. Verder ratelt ook de telex van ons eigen ANP dat voor zijn buitenland-berichtgeving, behalve van bovengenoemde agentschappen, ook gebruik maakt van AFP (Frankrijk) en DPA (West-Duitsland). Opvallend is dat alle belangrijke persbureaus in rijke Westerse landen gelokaliseerd zijn. De informatievoorziening in de wereld kent dezelfde overheersings- en ondergeschiktheidsrelaties als de wereldeconomie. De benadering en de inhoud van het nieuws door de meeste persbureaus — en daarmee noodgedwongen vaak ook van hun afnemers — is grotendeels toegesneden op de Westerse interessesfeer en belangen. Inhoudsanalyses van de berichtgeving over onder meer de Vietnam-oorlog, de machtsovername in Chili en het conflict in Zuidelijk Afrika hebben deze vooringenomenheid aangetoond. Kwantitatieve vergelijkingen laten zien dat de nieuwsvoorziening tussen de Westerse wereld enerzijds en de derde wereld en socialistische landen anderzijds een kwestie is van eenrichtingsverkeer.

Het beeldmateriaal versterkt deze 'nieuwsgeografie' nog. De voornaamste beeldbron voor het journaal is de Eurovisie-nieuwsuitwisseling. Daarin wisselen de Europese omroeporganisaties rechtstreeks beelden van gebeurtenissen uit de aangesloten landen met elkaar uit. In de ochtend houden de redacteurs uit de Eurovisie-landen een telefonische vergadering om de belangstelling voor elkaars aanbiedingen (Italië heeft beelden van de nieuwe regering, Engeland van de laatste IRA-aanslag, enzovoort) te peilen en bestellingen uit te wisselen. Voor het beeldmateriaal van gebeurtenissen buiten Europa zorgen filmagentschappen als Visnews (Engeland), UPI-TN en CBS-News (Verenigde Staten), die overigens hun producten ook via de Eurovisie-nieuwsuitwisseling aanbieden.

De eigen inbreng van het journaal op het gebied van de buitenlandse berichtgeving, komt van de eigen correspondenten in verschillende hoofdsteden in de wereld. Meestal dragen deze niet zelf actief nieuws aan, maar dienen ze om nadere toelichting te geven bij nieuwsfeiten die al op de telex gestaan hebben. Het aantal buitenlandse

Mogelijkheden voor manipulatie

De maker van film/tv werkt met beeld en geluid. Daarmee probeert hij zijn bedoeling zo ongestoord mogelijk over te brengen op de kijker. Dat levert de volgende mogelijkheden op:

De beeldtaal

Keus van beeld: De camera registreert steeds een uitsnede, een deel van de omgeving. De maker beslist wat hij wel of niet zal laten zien. Hij bepaalt of hij verband wil tonen tussen objecten en wat voor verband, of hij toont het object op zichzelf.

Perspectief: De maker bepaalt het standpunt van de camera en legt daarmee het perspectief vast waaronder hij iets toont. Als de camera laag staat, lijkt de gefilmde persoon dreigend/machtig. Als de camera hoog staat, ziet de kijker op de gefilmde persoon neer.

Afstand: De maker kan door middel van de zoomlens objecten in detail of in totaal tonen zonder de camera te verplaatsen. Hij kan dus kiezen tussen:

- *Detail (duidelijker voor de kijker en het roept meer betrokkenheid op).*
- *Totaal (kan een verklarend verband tonen, is afstandelijker).*

Voorbeeld. Het detail 'gezicht van huilend kind' roept betrokkenheid op, maar de kijker weet verder nog niets. In totaal kan het huilende kind deel zijn van een overzichtsbeeld van een vernietigd dorp: nu weet de kijker waarom het kind huilt.

Door de dimensie detail-totaal kan een maker vooral zijn eigen of bewust geplande impressies weergeven.

Montage: Door de montage, de volgorde van de beelden, ontstaat het 'verhaal'. De maker heeft hier ongekende manipulatiemogelijkheden, bijvoorbeeld:

- *Lengte: Hoe lang laat je iets zien? Door lengteverschillen tussen bepaalde onderwerpen komen er onderlinge verhoudingen, accenten en waarden in de film.*

- *Inductie: Een enkel beeld zegt nog niet veel. Het krijgt pas betekenis door de beelden die eraan vooraf gaan en die erop volgen. Voorbeelden: contrasten, snelle op-eenvolging, rustige montage, 'rijm', enz.*

De geluidstaal

We kunnen onderscheiden tussen tekst/commentaar en achtergrondgeluid/muziek.

Keus van tekst: De maker kiest de tekst. Wat zegt hij wel en wat laat hij weg? Hoe wordt de mededeling gedaan?

Soort commentaar: Het commentaar kan ironisch, ernstig, vrolijk, droef, enz. zijn en met een daaraan aangepaste stem en intonatie geleverd worden.

Achtergrond(muziek): De maker kan kiezen tussen live geluid en/of muziek/geluidseffekten. De soort muziek bepaalt in sterke mate de sfeer en daarmee de stemming van de kijker.

Combinatie van beeld en geluid

Intensivering: Als een filmscene gekoppeld is met intensieve, verschillende geluiden, krijgt de kijker het idee meer te zien dan de film in werkelijkheid toont.

Betekenisgeving: Beeld en geluid kunnen elkaar een betekenis geven in de richting die de maker wenst.

- *Huilend kind. Commentaar: 'Kind huilt omdat moeder is weggelopen.'*
- *Huilend kind. Commentaar: 'Kind huilt van de honger.'*

Ondersteuning/versterking: Beeld en geluid kunnen samen het effect versterken, bijvoorbeeld: beeld van huilend kind met live geluid.

Neutralisatie: Beeld en geluid kunnen elkaar neutraliseren, bijvoorbeeld: beeld van huilend kind met als commentaar: 'Huilen is gezond.'

H.S.

correspondenten is beperkt en ze zitten meestal op plaatsen die ook al door persbureaus en filmagentschappen gedekt worden.

Voor wat betreft de nieuwsbronnen moet het

journaal dus roeien met de riemen die het heeft. Binnenlands nieuws kan altijd zelf gehaald worden, maar voor het buitenlandse nieuws is men grotendeels aangewezen op de infrastructuur van

de internationale nieuwsvoorziening. Een voordeel van het buitenlandse nieuws is dat het als halffabrikaat wordt aangevoerd en dus makkelijk verwerkbaar is. Daarom ligt voor de journaal-redactie New York in de Verenigde Staten veelal dichterbij dan Nieuw Amsterdam in Oost-Groningen.

De relatief sterke afhankelijkheid van externe nieuwsbronnen is ook verklaarbaar uit het feit dat de nieuwsgaring van het journaal in wezen passief is. De rubriek moet naar haar opdracht vooral registrerend zijn. Daarnaast zijn er ook hele praktische redenen. De beschikbare tijd en ruimte zijn zo gering dat een bulletin maar weinig informatie over een beperkt aantal onderwerpen kan verschaffen. Bovendien stimuleert het gegeven dat de meeste items door hun actualiteit eenvoudig verplichte nummers zijn een actieve nieuwsgaring niet. In feite belanden we hier bij het punt van de *nieuwsselectie*. Omdat het journaal nog geen procent van het beschikbare nieuws kan 'meenemen', moet er gekozen worden: wat wel en wat niet. Deze nieuwsselectie vindt voortdurend plaats, maar is het meest zichtbaar tijdens de redactievergaderingen die in de loop van de dag gehouden worden. Daarin worden de inhoudsschema's van de bulletins bepaald en steeds aangepast aan de ontwikkeling van het nieuws.

Aan het begin van de eerste *redactievergadering*, om tien uur in de ochtend, staat de inhoud van het journaal van dezelfde avond vaak nog verre van vast. De redactie, bestaande uit de bureauredacteuren binnen- en buitenland en de verslaggevers, praat eerst even na over het journaal van de vorige dag en bepaalt de onderwerpen voor de acht-uur-uitzending. 'Nieuws' heet altijd onvoorspelbaar te zijn, maar de hele organisatie van het journaal is erop gericht deze onvoorspelbaarheid zoveel mogelijk terug te dringen. Ontmoetingen van wereldleiders, een Europese ministersconferentie, een reis van de paus, kabinetsberaad of een kamerdebat; ze zijn allemaal vantevoren aangekondigd en daarop kan de redactie haar berichtgeving plannen.

Veel organisaties stellen het journaal op de hoogte van hun doen en laten in de hoop tot het beeldscherm door te dringen. Politici en vakbondsleiders sturen vanuit dezelfde verwachting de speech waarin zij de regering voor de laatste maal waarschuwen aan de media toe nog voordat hij wordt uitgesproken.

Veel onderwerpen passeren de revue. Bij de meeste wordt over de keuze niet of nauwelijks gesproken. In het ene geval betekent dit stilzwijgen de prullemand, in het andere geval dat het per se meemoet. Alleen in twijfelgevallen ontstaat enige discussie. De meeste tijd wordt niet besteed aan de vraag *of* men een onderwerp zal 'coveren' maar *hoe* men het moet aanpakken: is het gebeuren toegankelijk, is een verslaggever beschikbaar, hoe kan het in beeld gebracht worden?

Deze punten spelen natuurlijk vooral bij binnenlandse onderwerpen.

De redactie gebruikt bij de nieuwsselectie een onzichtbare meetlat: de *nieuws waarde*. Wie een journalist vraagt wat hij onder 'nieuws' verstaat, hoe hij zijn selectie maakt uit het aangeboden materiaal, wordt weinig wijzer. Hij weet het, hij ruikt het, hij voelt het in zijn vingertoppen, maar uitleggen wat de criteria zijn, kan hij niet. Het gaat kennelijk niet om eenduidig vastgelegde maatstaven. Het zijn voorkeuren die ontstaan zijn en doorgegeven worden in de journalistieke praktijk. Laten we stellerwijs wat zaken op een rij zetten die met nieuws waarde te maken hebben:

- Nieuws moet veel mensen aangaan. Een prijsverhoging voor brood of koffie is nieuws, die voor hagelslag of jarretels niet.

- Nieuws moet actueel, 'heet van de naald' zijn. De aandacht richt zich steeds op de dingen die gebeuren tussen het vorige en het volgende bulletin.

- Nieuws moet onverwacht, liefst negatief zijn. 'Goed nieuws is geen nieuws'. Wie zonder ongelukken de straat oversteekt, komt vast niet in de krant; wie de overkant niet haalt, wellicht wel.

- Nieuws moet dichtbij zijn. Een verkeersongeluk met een zwaargewonde is plaatselijk nieuws, een botsing met drie doden wordt landelijk nieuws, maar in India moet minstens een bus met 50 mensen in het ravijn storten, willen we ervan vernemen.

- Nieuws moet feitelijk en ondubbelzinnig zijn. Feiten die eenvoudig constateerbaar zijn, worden eerder nieuws dan een complexe ontwikkeling. Economische malaise is geen nieuws totdat het tot zichtbare hongersnood leidt.

- Nieuws is erg topgericht. Hoe hogergeplaatst de personen die bij een gebeurtenis betrokken zijn, des te eerder is het nieuws.

Hoe meer van deze maatstaven op een bericht van toepassing zijn, des te hoger stijgt het op de

nieuwsladder. Ton Planken, voormalig presentator van 'Den Haag Vandaag', vat in het gelijknamige boek enkele nieuwsriteria bondig samen: 'Nieuws is als ergens rotzooi is. Als grote politieke partijen tegenover elkaar staan. Als een politiek leider dronken, overspelig, fout, frauduleus of gewoon maar onbekwaam is. De regeringspartij telt altijd zwaarder dan de oppositiepartij, de grote altijd meer dan de kleine, de fractieleider meer dan het andere fractielid. Wat telt zijn vooral de nederlagen.'

Nieuwsmaatstaven zijn van oorsprong commerciële criteria, bedoeld om de mediaproducten aan een zo groot mogelijk publiek te slijten. Nieuwheid en actualiteit van de informatie zijn daarin belangrijker dan grondigheid en samenhang. Het journaal, dat door zijn centrale positie in de tv-nieuwsvoorziening de plicht torst om 'objectief', 'onpartijdig' en 'evenwichtig' te informeren, houdt zich (omdat niemand weet wat deze opdracht inhoudt) sterk aan de journalistieke maatstaven. Door deze officiële neutraliteit zijn de voorkeuren van de redactie alleen herkenbaar op minder in het oog springende punten als woordkeuze (is iemand een vrijheidsstrijder of een terrorist?) of de dosering van achtergrondinformatie (onbekend maakt onbemind, nietwaar). Naast deze algemeen-journalistieke criteria stelt ook het medium televisie zijn specifieke eisen, zoals *visualiseerbaarheid*. Er moet immers beeld bij. Het meest dankbaar zijn uitslaande branden, oorlogen en natuurrampen. Bij gebeurtenissen die om hun nieuwswaarde per se gecoverd moeten worden, zien we daarom vaak dezelfde beelden. Politieke leiders die vliegtuigtrappen aflopen, uit auto's stappen, conferentiezalen betreden (camera langs naambordjes: Etats-Unis, Pays-Bas). Deze plichtmatige pogingen om nieuwsitems van beeldmateriaal te voorzien, zijn wel getypeerd als 'beeldengymnastiek'.

Televisienieuws is hierdoor vaak noodzakelijkerwijs oppervlakkiger dan gedrukte informatie: nog meer gespist op de zichtbare topjes van gebeurtenissen en nog sterker op personen in plaats van structuren.

Naarmate de dag vordert, wordt duidelijk welke nieuwsitems de slag om een plaats in het achtuur-bulletin zullen overleven. Het beeldmateriaal van de binnenlandse reportages en van Eurovisie komt binnen.

In de laatste uren voordat het bulletin de lucht in

gaat, bereiken de activiteiten in de 'newsroom' hun hoogtepunt. De schrijfredactie werkt onder hoogspanning om de beelden van op de tweede afgemeten tekst te voorzien: de 'stopwatch-cultuur' in optima forma. Tijdens deze beslissende uren spelen de bestaande werkverdeling, de routine, het kiezen zonder veel nadenken het sterkst. Terwijl bij de nieuwsselectie vooral de eigen journalistieke maatstaven doorslaggevend zijn, wordt bij de verwerking en presentatie van het nieuws al meer naar de mensen thuis gekeken: hoe kunnen we een onderwerp zo begrijpelijk mogelijk overbrengen? De sombere onderzoeksresultaten drukken de journalisten regelmatig op dit punt. En, het moet gezegd, bij het journaal is de afgelopen vijf jaar stevig aan de presentatie gesleuteld.

De meest voor de hand liggende verbeteringen betreffen het *taalgebruik*. Eenvoudige woorden, moeilijke termen uitleggen, meer met voorbeelden werken en meer tijd per onderwerp uittrekken, op het eind van het bulletin de hoofdpunten nog eens herhalen, het zijn evenzovele pogingen om de begrijpelijkheid te vergroten. Meer achtergrond geven, vaker 'duiden', vormt daarvan het logische verlengde. Ook dat gebeurt, al betekent 'achtergrond' vaak eerder het opsommen van vroegere feiten dan het geven van werkelijke analyse. Anders sluipen, zo is de redenering, teveel interpretatie en opinie binnen waarmee het gras voor de voeten van de actualiteitenrubrieken wordt weggemaaid. Niettemin moeten we constateren dat het journaal de afgelopen jaren op deze punten de meeste vooruitgang geboekt heeft. Joop van Zijl is de levende illustratie van dit streven naar begrijpelijkheid. De beperking van deze pogingen blijft dat de begrijpelijkheid van nieuwsuitzendingen natuurlijk niet alleen een taalkundige kwestie is. 'Men moet niet vergeten', waarschuwt de Finse mediawetenschapper Nordenstreng, 'dat de eenvoud van een idee — bijvoorbeeld een nieuwsitem — niet hetzelfde is als de eenvoud van de taal waarin het wordt beschreven.'

'Waarschijnlijk nog wezenlijker dan de argumentatie met linguïstische bijzonderheden', voegt zijn Duitse collega Albrecht daaraan toe, 'is de verwijzing naar de verschillende maatschappelijke oriëntatie van medium en publiek. Inzoverre dat het tot de lagere sociale klasse behoort, heeft het een andere ervaringshorizon, een andere relatie tot de realiteit, een andere maatschappelijke grondhouding, een ander maatschappijbeeld en

ook een andere houding ten opzichte van informatie. Het journaal gaat niet in op deze wezenlijk andere oriëntatie en verhindert alleen al daardoor de deelname van de onderste maatschappelijke lagen aan de sociale communicatie.'

Beide mediawetenschappers stellen eigenlijk dat niet alleen de overdrachtswijze, de vorm, belangrijk is, maar meer nog de inhoud, de *onderwerpeuze*. Een onderzoek naar de Duitse journaals bevestigt deze stelling: 'Vooral van het onderwerp van een nieuwsitem — dat de kijker interesseert, hem raakt of niet — hangt het af wat en hoeveel hij zich herinnert'.

In het vaderlandse journaal heeft men aan dit besef tegemoet willen komen door de verhouding tussen het aantal buitenlandse en binnenlandse onderwerpen ietwat ten gunste van het nieuws dichtbij huis te laten verschuiven. Een tweede poging om de betrokkenheid van de kijker te vergroten, vormt het streven om het nieuws minder 'topgericht' te maken, minder de exclusieve spreekbuis voor hoge bommen te laten zijn.

Het staat buiten kijf dat het journaal de afgelopen jaren het nieuws van de 'basis', over plaatselijke acties van bedrijfsbezitters, boze boeren en blijf-van-mijn-lif-vrouwen serieuzer is gaan nemen. Maar toch blijft dit soort nieuws, zo blijkt ook uit inhoudsanalyses, vooral randversiering. De journalistieke nieuwswaarden geven de garantie dat het journaal een 'establishment-show' blijft.

'Het belang van het wereldnieuws, de prioriteit die het krijgt in het nieuwsblok, de onaangeveerbaarheid die het uitstraalt, presenteren een beeld van de politiek dat niet strookt met de politieke werkelijkheid, noch met de moderne opvatting van politiek in de politicologie en de politieke vorming', aldus Rainer Kabel. Ofwel, in eenvoudig Nederlands, politiek in nieuwsuitzendingen betekent 'je mag er wel naar kijken, maar aankomen niet'.

Een ander punt waarmee het niet erg wil vloten, is de *visuele presentatie*, de beeldkeuze dus. Televisie biedt immers, naast gesproken woord, ook beeld. Maar terwijl verstrooiende programma's (zoals Toppop) aan dezelfde inhoud steeds een nieuwe, aantrekkelijke visuele verpakking weten te geven, blijven informatieve uitzendingen tot nu toe meestal steken in de lezing met lichtbeelden. We wezen al op de 'beeldengymnastiek', de

shots die doorgaans ontmoetingen van wereldleiders en topconferenties vergezellen.

Als tegenwicht voor dit verplichte beeldmateriaal worden gebeurtenissen die wel interessante beelden bieden dankbaar aangegrepen. Maar meestal betreft dit slechts de zichtbare buitenkant van veel complexere problemen en verhoudingen. Stenengooiende kleurlingen staan voor het apartheidsvraagstuk, verhongerde kindertjes voor het noord-zuidprobleem, de verzorgde gezichten van Kok en Van Veen voor de sociaal-economische verhoudingen ten onzent. Zo probeert de televisie moeilijk grijpbare zaken letterlijk een gezicht te geven.

Bovendien kan het visuele materiaal de aandacht afleiden van de informatie die in het begeleidend commentaar vervat zit. Dat is vooral het geval wanneer beeld en geluid elkaar niet ondersteunen: opnames van gevechtshandelingen terwijl de presentator de achtergronden van het conflict analyseert. Bernward Wember hanteert de vergelijking met een schaar. Hoe meer beeld en tekst van elkaar afwijken, des te verder gaat de schaar open. Des te meer wordt bij de kijker de paralleliteit van horen en zien doorbroken. In zo'n geval moet de kijker kiezen voor het een of het ander, voor horen óf zien. En dan wint doorgaans de beeldinformatie. Met enkele publiekstests toont hij aan dat afwisselende beelden in combinatie met een commentaar van een hoge abstractiegraad de begrijpelijkheid van de informatie sterk terugbrengen. Als alternatief stelt Wember onder meer voor om complexe materie vaker met grafische middelen (bijvoorbeeld titelkaarten, tekeningen, etc.) te verduidelijken. Het journaal heeft deze suggestie met wisselende voortvarendheid in praktijk gebracht. Gebrek aan tijd en mankracht (of een verkeerde prioriteitenstelling) eisen hier hun tol.

De gemiddelde kijker die tegen achten zijn televisietoestel inschakelt om 'het nieuws' te zien, heeft geen weet van de hele voorgeschiedenis: nieuwsgaring, nieuwsselectie en nieuwspresentatie.

'De televisie komt op de kijker', aldus Oskar Negt en Alexander Kluge, 'op de eerste plaats als beeldscherm over. Op dit scherm is echter het historische proces van de tv-productie niet te zien. Het ontstaan van informatieve uitzendingen, het kenmerkende van de televisie als een aan het management ondergeschikt productieproces,

is op de buis in een punt van suggestieve directheid samengetrokken. Geen ander medium draagt zo duidelijk met de schijn van directheid tegelijkertijd de schijn van volledigheid over en kan de kijker in plaats van bewustzijn van het eigenlijke productieproces louter het resultaat op het scherm laten zien.'

Het strakke, afgepaste keurslijf van het journaalbulletin, de veelheid van onderwerpen die in een korte, op de tweede afgepaste tijdsspanne wordt afgedaan en de neutrale presentatie geven de kijker het idee dat hem een kant en klare werkelijkheid wordt voorgezet. Het visuele element, het *tv-beeld*, versterkt deze indruk nog.

De voorgaande korte excursie naar de journaalbulleten poogde duidelijk te maken dat televisienieuws niet *de* werkelijkheid laat zien, maar *een* werkelijkheid die resulteert uit bepaalde journalistieke werkmethodes. Een werkelijkheid die verbrokken is omdat hij vooral bestaat uit gebeurtenissen en minder uit sociale processen. Enzensberger bezigt in dit verband de term 'schervenwereld'. Een werkelijkheid die bestaat uit de zichtbare activiteiten van politieke topfiguren, terwijl moeilijker traceerbare economische machtsconcentraties buiten beeld blijven. Een werkelijkheid die de Westerse wereld 'en detail' toont, terwijl de derde wereld alleen in termen van rust en onrust bekeken wordt.

Het publiek wordt echter nooit voorbereid op het realiteitsgehalte van televisie, noch binnen het gezin, noch in de schoolopleiding. Vreemd eigenlijk dat scholieren wel de gedichten van P.C. Hooft leren analyseren, maar nooit de produkten van de moderne massamedia. Als het wel gebeurt, is het nog te vaak via moralistische verhalen over de manipulatieve methodes van de media. Zinvoller dan deze aanpak die doorgaans in zijn tegendeel verkeert, is het leerlingenzicht te bieden in het productieproces van mediaboodschappen. Daarom tenslotte hieronder enkele suggesties voor de bespreking van het journaal in de klas. Een punt vooraf. Media-opvoeding binnen de school mag nooit, evenmin als literatuuronderwijs, een incident zijn. Daarom is het eigenlijk nonsens om een los recept te geven voor de bespreking van het journaal in de klas. Maar in alle bescheidenheid toch enkele algemene suggesties.

— Vraag de leerlingen om op de avond voor de les thuis naar het acht-uur-journaal te kijken.

Neem zelf het betreffende bulletin met een videorecorder op.

— Begin de les met iedereen te vragen voor zichzelf op te schrijven welke onderwerpen hij of zij zich nog herinnert. Inventariseer het resultaat en neem vervolgens (met de videorecorder in de aanslag) enkele items door. Bijvoorbeeld de onderwerpen die iedereen en die niemand nog te binnen schoten.

— Een manier om een item door te nemen, is eerst een paar attentiepunten noemen en dan het journaalfragment nog eens laten zien. Laat eerst de opmerkingen uit de klas komen (het resultaat valt meestal mee) en pak er vervolgens enkele hoofdpunten uit die (met de informatie uit het artikel bij de hand) nog wat verdieping behoeven.

— Als attentiepunten kunnen we bijvoorbeeld nemen (niet allemaal tegelijk!):

* onderwerpkeuze

- welke nieuwswaarden zijn in het geding?
- hoe is de verdeling binnenland-buitenland, welke maatschappelijke sectoren krijgen aandacht?
- hoeveel tijd wordt per onderwerp uitgetrokken?
- hoe is een onderwerp opgebouwd (structuur tekst: feit, duiding, historische achtergrond, etc.; beeldopbouw: presentator, film, grafische voorstelling)?

* stellingname

- wie komen aan het woord (autoriteiten, betrokkenen)?
- wat voor uitleg wordt gegeven?
- zitten in het woordgebruik keuzes verborgen?

* begrijpelijkheid

- is het taalgebruik duidelijk?
- hoe is de visuele ondersteuning?
- is de informatie relevant voor de kijker?

— Er zijn natuurlijk legio andere mogelijkheden. Bijvoorbeeld het journaal vergelijken met actualiteitenrubrieken ('algemene' versus 'gekleurde' informatie) of met de ochtendkrant van de dag erna. Het is ook mogelijk het journaal over wat langere tijd te volgen om bijvoorbeeld de berichtgeving over de derde wereld onder de loep te nemen (en de rol van de persbureaus daarin). Succes ermee.