

LIESBET WALCKIERS

De media en de Derde Wereld.

MINDER BUITENLAND

We kunnen er niet omheen. Het aandeel van de Derde Wereld in het geheel van de berichtgeving is de afgelopen jaren drastisch teruggeschoefd, bij alle media. Maar bij nader inzien blijkt dat slechts een onderdeel te zijn van een ruimere evolutie: de verminderde aandacht voor het buitenlandse nieuws in het algemeen.

De Franse mediawatcher Serge Halimi heeft daar een paar veelzeggende cijfers over verzameld. In 1996 besteedde het Amerikaanse weekblad *Time* zijn cover aan de verkiezingsoverwinning van Benjamin Netanyahu, in Israël. *Newsweek* koos die week een ander onderwerp. *Time* behaalde met dat nummer één van zijn slechtste verkoopcijfers sinds 1980. Andere dieptepunten waren Somalië, Boris Jeltsin en Bosnië. De gevolgen bleven niet uit: in 1987 had *Time* nog elf covers over het buitenland. In 1997 was er dat nog één enkele. In augustus 1977 opent het Amerikaanse network CBS zijn televisiejournaal met een item van zes minuten over de ondertekening van het verdrag over het Panamakanaal. In 1998 plaatst het journaal van de Britse commerciële zender ITN een reportage over een vereniging van amateurzwemmers vóór de Indiase kernproef. En één van de slechtste kijkcijfers van het CBS-magazine *48 hours* ging naar de val van de Berlijnse muur.

Een typisch Amerikaans verschijnsel, zult u zeggen, op één uitzondering na. Wat dan te denken van de perikelen bij de Franse openbare televisie *France 2*? Daar hadden ze in 1998 beslist de steeds maar dalende kijkcijfers tegen te gaan door een resolute ommekeer. Tot dan hadden ze zich

laten meedrijven met de heersende trend: minder onderwerpen, meer uitgesponnen faits divers en andere sensationele bijdragen, minder buitenland. De nieuwe richtlijn luidde: opnieuw veel meer buitenland, meer inhoudelijk nieuws, meer achtergrond, minder sensatie, minder bloed en tranen. Met andere woorden, meer kwaliteit. Een jaar later, zomer 1999, werd het roer weer volledig omgegooid. De nieuwe lijn had niet gereendeerd. Het experiment heeft niet lang mogen duren.

Het buitenland boeit het publiek blijkbaar veel minder dan vroeger. Toch betekent dat niet dat de buitenlandse onderwerpen volledig uit het nieuws zijn verdwenen. Alleen werkt het nu anders. Het nieuws is opgebouwd rond hypes. Eén verhaal – meestal binnenlands, maar nu en dan ook buitenlands – verdringt al de andere. Op zich is daar niets op tegen, als dit ook een verdieping van het onderwerp inhoudt. Maar dat is het niet zo vaak. Dat het buitenland naar de achtergrond is verdrongen in de Belgische berichtgeving ten tijde van de zaak-Dutroux en de maatschappelijke uitbarsting die erop volgde, daar kan weinig bezwaar tegen bestaan. Dat de vijftiende eerste minuten van het VRT-televisienieuws op een septemberdag in 1999 volledig werden ingenomen door de voorstelling aan de pers van Mathilde, de toekomstige bruid van de troonsopvolger prins Filip, dat kan onschuldig lijken. Ware het niet dat er diezelfde dag wel heel ingrijpende dingen in Oost-Timor gebeurden. Beelden die we de laatste vijf minuten van het journaal te zien kregen. En een extreem voorbeeld is de Vlaamse krant *Het Volk*, die doodleuk haar buitenlandredactie heeft afgeschaft.

MINDER DERDE WERELD

De wereld is in onze media dus flink ingekrompen, alle mondialisering ten spijt. Het is een vrij algemene evolutie: wereldwijd, zowel in de schrijvende pers als in de audiovi-

suele media. Maar binnen dat verschijnsel zien we dat de aanwezigheid van de Derde Wereld nog eens extra is teruggedrongen. Alleen gebeurtenissen met spektakelwaarde of een hoog emotioneel gehalte komen nog aan bod. Twee elementen die vaak samengaan. Vooral Afrika scoort daarbij hoog: schrijnende beelden van droogte en hongersnood beroeren de publieke opinie nog altijd. De verslaggeving van die emotionele taferelen moet ook dienen om hoogst gemediatiseerde caritatieve acties op gang te trekken, die meestal wel garant staan voor pieken in de kijkcijfers.

De rechtstreekse band die bestaat tussen beeldverslaggeving van rampen en grootscheepse fondsenwerving heeft dan weer de concurrentie aangescherpt tussen de niet-gouvernementele organisaties die met de Derde Wereld zijn begaan. Het komt er op neer zich zo scherp mogelijk te profileren in de media, daar hangt de omvang van de binnengehaalde geldsom rechtstreeks van af. Noem het rustig het 'Artsen zonder Grenzen syndroom'. Of het 'Greenpeace mechanisme'. Waar ook een natuurramp uitbreekt, de voortreffelijk geoliede machine van *Artsen zonder Grenzen* is er dadelijk bij. En dat heeft dan op zijn beurt weer een invloed op de media. Media die zo goed als alle kampen met financiële beperkingen en er toch, uit eerlijke journalistieke reflex, zo snel en zo dicht mogelijk willen bij zijn. Gevolg: een telefoontje van *Artsen zonder Grenzen* doet vaak wonderen. Meestal op het juiste moment hebben zij een plaats in hun vliegtuig beschikbaar om een cameraploeg naar de plaats van het onheil mee te nemen. Ter plaatse zorgen zij voor de logistieke ondersteuning. Jeeps met het logo AZG zijn een vertrouwd beeld voor de televisiekijker. Je gaat ze als vanzelf associëren met hulpverlening bij rampen in verre landen. Voor hen is het doel bereikt. Of dat ook zo is voor de nieuwsgaarder, is een andere vraag. Hij of zij mag dan al zo onpartijdig en professioneel zijn, door de gekozen invalshoek, de plaats waar gefilmd wordt en de geboden infrastructuur, wordt de blik

van de journalist onvermijdelijk beïnvloed door de begeleidende organisatie. Ook de kijker kijkt mee door de ogen van *Artsen zonder Grenzen*.

Op zich hoeft daar niets verkeerd mee te zijn. Alleen, het verengt die blik op crisissen in de Derde Wereld tot een benadering die puur te maken heeft met hulpverlening in noodgevallen. Dat heeft een dubbel gevolg. Eerst en vooral, in de onvermijdelijke concurrentieslag tussen niet-gouvernementele organisaties worden minder gemediatiseerde NGO's onverbiddelijk naar de achtergrond verdrongen. Dat betekent, volgens een ijzeren logica, minder giften van het publiek, en daardoor minder middelen in de toekomst. En bij die andere organisaties zitten precies die welke bezig zijn met meer structurele projecten, met fundamentele ontwikkelingssamenwerking op langere termijn. Heel wat minder blits, dus. De weerslag daarvan is niet uitgebleven. Het mag dan al met zoveel woorden door de betrokkenen worden ontkend, de methodes van *Artsen zonder Grenzen* maken school. Er is een duidelijke terugkeer naar noodhulp en interventies op korte termijn, ten koste van meer structurele ingrepen. Dat leidt tot de merkwaardige situatie dat organisaties die tot roeping hebben een rechtvaardige ontwikkeling in de Derde Wereld te bevorderen, zich in het recente verleden in de kijker hebben gewerkt met inzamelingen voor vluchtelingen tijdens de Kosovaarse oorlog.

Een tweede gevolg treft de media zelf. De neiging ontstaat om elke grootscheepse en dramatische gebeurtenis te behandelen als gold het een zuiver humanitaire catastrofe of een natuurramp. Met andere woorden, pure verslaggeving, waar nauwelijks achtergrondinformatie bijhoort. Politieke analyse komt steeds minder aan bod. Neem alweer het voorbeeld van Kosovo. 'Emo-televisie' overspoelt niet alleen de binnenlandse berichtgeving, ook een buitenlands onderwerp krijg je nog heel moeilijk 'verkocht' als het niet vergezeld gaat van een dosis emotie. Natuurlijk geldt dit in de eerste plaats voor televisie. Maar de andere

media ontsnappen niet aan de evolutie. De *agenda setting* in de nieuwswereld gebeurt immers al een aantal jaren door de televisie. Het is een bekend gezegde op televisieredacties: 'Als er geen beeld van is, is het geen nieuws'. En haast vanzelf zitten de andere nieuwsverstrekkers in dat kielzog. Paradoxaal, want radio en schrijvende pers moeten het per definitie hebben van het loutere woord. Ze zouden afstand kunnen nemen van die *agenda setting* van het beeld. Zo ze dat al willen.

De interesse van het publiek voor een item uit de Derde Wereld houdt ook rechtstreeks verband met onze concrete betrokkenheid met het besproken land. Bij een inzamelactie is dat overduidelijk: de mensen willen weten waar hun geld naartoe gaat. Maar het heeft ook te maken met ons koloniaal verleden, bijvoorbeeld. Wat er in Suriname gebeurt laat de Belgen volkomen onverschillig, terwijl verhalen over de Mobutu-dictatuur in het toenmalige Zaïre nauwelijks enige weerklank kregen in Nederland. Oudkolonies zitten nog diep in ons collectief geheugen en daardoor zijn we blijkbaar alerter voor de huidige toestand in die landen. Onder meer de aanwezigheid van de traditionele 'oom missionaris' in menige Vlaamse familie, die bij tijd en wijle met exotische verhalen terugkwam uit verre landen, is daar zeker niet vreemd aan. Het kan ook economische betrokkenheid zijn: de evolutie in een land kan ook direct of indirect een weerslag hebben op onze welvaart. Een land waar wij nauwe handelsbanden mee onderhouden, bijvoorbeeld. Zo is er een plotse opstoot van interesse geweest voor de landen van Zuidoost-Azië, toen het er naar uitzag dat de financiële crisis daar – met Rusland in zijn kielzog en indirect ook landen zoals Brazilië – ook de Europese economie lelijke klappen zou toebrengen.

Dat het nieuws meer dan vroeger verloopt volgens hypes, zorgt nog voor een andere evolutie. Er is veel minder follow-up dan vroeger. Latijns-Amerika is daar een goed voorbeeld van. De hele jaren tachtig, en een goed deel

van de jaren zeventig zorgde dat continent voor headlines. Het publiek in België en Nederland kende de namen van de prominente sandinisten in Nicaragua, schrok op bij elke aanslag van de contra's, en volgde angstvallig de opmars of de terugval van de guerrilla in El Salvador. De aftocht van dictator Pinochet in Chili, eind jaren tachtig, en kort daarop de enthousiaste verkiezing van de kleine priester Jean-Bertrand Aristide, op Haïti – even snel bijna weer door het leger afgezet – zijn zo ongeveer de laatste grote Latijns-Amerikaanse nieuwsitems geweest die de gemoederen in Europa en de Verenigde Staten beroerd hebben. Het zou interessant zijn een peiling te houden onder het publiek met bijvoorbeeld de vraag hoe de burgeroorlog in El Salvador, die destijds zoveel aandacht heeft gekregen, uiteindelijk is afgelopen. Hoeveel zouden weten dat al jaren geleden een vredesakkoord is gesloten?

Een mooi voorbeeld van die benadering kregen we enkele jaren geleden op de v r t. De aanvang van een massale gijzelingsactie in Nicaragua kwam uitvoerig op het scherm. Mede door de bemiddeling van ex-president Daniel Ortega eindigde de actie met een minnelijke schikking. Niet erg visueel, natuurlijk. Over die afloop heeft de Vlaamse televisie nooit bericht. Voor de v r t-kijkers duurt die gijzeling nog altijd voort...

Veel meer dan vroeger springt het nieuws van het ene min of meer sensationele onderwerp op het andere, en laat het vorige dan weer vallen als een baksteen. Zo'n aanpak houdt in dat er ook veel minder nood is aan achtergrond, aan analyse, aangezien we het onderwerp dadelijk alweer loslaten.

DE SPIEGEL

Terug naar ons uitgangspunt. Hoe komt het toch dat de interesse voor het buitenland zo is geslonken? De Vlaamse historicus Gie van de Berghe heeft er een mooie verklaring

voor. Men beweert graag dat televisie een venster is op de wereld, zo vertelde hij in het VRT-radioprogramma *Het Wereldbericht*, maar dat is het al lang niet meer. Televisie is een spiegel, waarin de kijkers zichzelf willen zien. Ze projecteren er hun emoties op, ze zoeken een vorm van herkenning. Dat verklaart het succes van straatinterviews (je zou het zelf kunnen zijn, daar op de stoep, die ze om een mening vragen), en van de zo begeerde *human interest* programma's (alsof elk programma niet *human interest* hoort te brengen), waar achtergrondinformatie het moet afleggen tegen pure emotie. Het publiek wil niet echt iets nieuws ontdekken, het wil iets van zichzelf herkennen.

De vraag blijft natuurlijk: moeten de media per se ingaan op dat verwachtingspatroon van het publiek? Zijn er dan helemaal geen onderwerpen waarvan een journalist of een programmamaker in eer en geweten zegt: 'dit is belangrijk, ik vind dat dit *moet* worden bekendgemaakt, zelfs als er geen vraag naar is'? Met ander woorden: moet je de mensen datgene geven waar ze om vragen? In de huidige genadeloze concurrentieslag tussen de media, lijkt het antwoord eenvoudig: Je hebt geen keuze. De bedrijfsstrategen gaan elkaar te lijf met de lijsten kijk-, luister- of lezerscijfers in de hand en het programmabeleid zwalpt gewoon mee op de golfbeweging van die cijfers. Je zit in een commercieel bedrijf, zo wordt je ten overvloede herhaald, je moet dus meedraaien in een commerciële logica. Punt. En de openbare omroepen dan? Zijn zij niet de laatste reddingsboei voor wie niet meewil in dat raderwerk? Dat zouden ze horen te zijn. Zij zijn de enige die niet afhankelijk van reclamegelden en dus van publiekcijfers. Maar de praktijk is heel anders. Of ze het willen of niet, zij zitten in dezelfde concurrentieslag. Zij hebben gekozen om niet tegen de stroom in te roeien. Schaarse pogingen om dat wel te doen lopen vlug op de klippen. Kijk maar naar het eerder aangehaalde voorbeeld van de Franse publieke omroep *France 2*. De Vlaamse openbare televisie-omroep VRT heeft er alvast voor gekozen om het gevecht

met de nieuwsdienst van de commerciële omroep vtm aan te gaan met dezelfde middelen. Zeg maar vervlakking en emotie, met eventueel de nodig geachte dosis sensatie. De afgehaakte kijkers zijn slechts mondjesmaat naar de stal teruggekeerd. Het blijft blijkbaar een ijzeren wet dat ze altijd het origineel verkiezen boven de kopie. Ironisch is dat precies de commerciële zender de jongste tijd gevoelig is gebleken voor de groeiende kritiek op de oppervlakkigheid van de berichtgeving op de televisie en gestart is met een aantal dieper gravende programma's. Terwijl de vrt steeds meer de *human interest* toer opgaat en achtergrondinformatie er plaats moet maken voor het lichtere nieuws, met een voorliefde voor *faits divers*. Het buitenland is niet echt afwezig; het is minder, maar vooral anders aanwezig. Ook daar geen politieke analyses, geen follow up, maar het lichtere werk. De Monica Lewinsky affaire was een geschenk uit de hemel in deze barre tijden, want daar kon je nog enige politieke commentaar vastknopen aan een smeug verhaal.

Het moge duidelijk zijn: de openbare omroepen zijn de enige media die, dank zij hun financiële structuur een alternatief zouden kunnen betekenen, maar dan moet de wil bestaan om na te denken over een grondige koerswijziging. Dan moeten ze vooral bereid zijn resoluut uit de huidige commerciële wedloop te stappen. En het ziet er niet naar uit dat die wil momenteel aanwezig is.

WEERSLAG OP DE MEDIA IN DE DERDE WERELD

Het kan op het eerste gezicht verrassend lijken, maar de evolutie in onze media, in de media van de geïndustrialiseerde wereld, heeft indirect een grote invloed op die van de Derde Wereld.

Daarbij moeten we er vooraf toch even aan herinneren dat er niet zoiets bestaat als 'de media van de Derde

Wereld', als gold het één vrij eenvormig geheel. Om de eenvoudige reden dat er ook niet zoiets bestaat als 'De Derde Wereld'. We gebruiken de term bij gebrek aan beter, want ook 'het Zuiden' is niet echt een geschikte term om zo'n heterogeen geheel te benoemen. De diversiteit wordt weerspiegeld in de media van die landen. Neem nu Latijns-Amerika. Argentinië heeft een uitmuntende perstraditie, een krant als *Clarín* past in het rijtje van de internationale kwaliteitskranten. Ook Mexico kan bogen op goede kranten. In de landen van Midden-Amerika daarentegen vind je nauwelijks één degelijke publicatie. Je mag die media niet als één geheel beoordelen, evenmin als de onze.

Wat ze wel gemeen hebben, is dat ze een aanzienlijk deel van hun informatie halen bij de internationale – dus Westerse, of Noordelijke, zo u verkiest – agentschappen of andere media. Ook als het nieuws uit hun eigen continent betreft. Vroeger waren dat in de eerste plaats Amerikaanse agentschappen als UPI (*United Press International*) en AP (*Associated Press*), het Britse Reuters of het Franse AFP (*Agence France Presse*). Het is momenteel zonder twijfel de Amerikaanse televisiemaatschappij CNN (*Cable News Network*) die de kroon spant. Een station dat in de Verenigde Staten zelf notabene zeer weinig wordt bekeken, maar dat aan waarachtige Amerikaanse *agenda setting* doet in de hele Derde Wereld. In Afrika zijn het twee Europese – openbare -media die elk een enorme invloedssfeer bestrijken: de befaamde en oerdegelijke BBC (*British Broadcasting Company*) en RFI (*Radio France Internationale*). Volgens keurige neo-koloniale grenzen luistert Oost-Afrika naar de Britse en West-Afrika naar de Franse wereldomroep. Die hebben bij de plaatselijke bevolking veel meer prestige dan de eigen media.

Een gevolg daarvan is dat een bericht pas nieuwswaardig wordt bevonden wanneer het komt uit Londen of Parijs. Ook – en dat is helemaal pervers – als het gaat om een gebeurtenis in een land van de eigen regio. Zo weten Senegalezen bijvoorbeeld nauwelijks wat er aan de hand is

in Mali, nochtans één van hun buurlanden, tenzij ze de berichten krijgen via het Franse nieuwsagentschap A F P of via *Radio France Internationale*. Dat heeft uiteraard ook te maken met de onvoorstelbaar armoedige omstandigheden waarin de plaatselijke media moeten werken. Wie van ons kan zich nog indenken dat een Burundees reporter bijvoorbeeld soms geen andere keuze heeft dan zijn bericht meegeven met één of andere busreiziger, in de hoop dat die niet vergeet het af te geven in de hoofdstad? Wie zei ook weer dat we in het internet-tijdperk zitten? Overigens, over Burundi gesproken, daar stoot verslaggeving op nog heel wat fundamentele hinderpalen. Nog niet zo lang geleden heeft de minister van defensie in dat land waar al jaren een burgeroorlog aan de gang is, botweg verklaard dat elke journalist die er in de conflictgebieden wordt aangetroffen er voortaan gewoon als een vijand zal worden beschouwd. Voor iedereen in het vak een beangstigende uitlating natuurlijk, maar toch nog altijd stukken gevaarlijker voor een Burundees dan voor een buitenlandse verslaggever. In vele derdewereldlanden is de druk op de eigen persmensen vaak zo sterk dat werken gewoon onmogelijk wordt.

Er zijn pogingen geweest om daar iets aan te doen, maar erg succesvol zijn die niet te noemen. I P S (*Inter Press Service*) probeert al geruime tijd aan onafhankelijke nieuwsverstrekking te doen vanuit de Derde Wereld, met plaatselijke journalisten. Het levert vaak verdienstelijk werk, maar dit heeft nooit voldoende formaat gehad om de concurrentie met de grote commerciële agentschappen aan te kunnen. En het televisieverband *Afrovision* was een poging om een soort van Afrikaanse tegenhanger op te richten van het al jarenlang goed functionerend Eurovisienetwerk. Een verband van publieke omroepen die beeldmateriaal uitwisselen. Maar dat is, onder meer om politieke redenen, uitgedraaid op een flop.

Afrikanen krijgen dus doorgaans hun eigen continent te zien door een Europese bril. Zoals Latijns-Amerikanen

vaak een bril *made in USA* krijgen opgezet om naar hun eigen realiteit te kijken. Een vervormende bril, per definitie. Maar indirect betekent dat ook dat de verschraling van onze eigen berichtgeving over de Derde Wereld, de inkrimping in onze media, de vervlakking van die informatie, die zij van ons overnemen, ook hun nieuws aantast. Zij nemen niet alleen 'gekleurd' nieuws over, zij nemen er ook de kwalen van onze media bij. Hoe zouden wij van hen structurele analyses van hun politieke en economische toestand moeten verwachten, of kritische verslagen over de gang van zaken in hun land, als we zelf slechts interesse hebben voor natuurrampen en humanitaire catastrofes die hen teisteren?

En zo komt het dat de verschraling van wat voor ons buitenlands nieuws is, de bloedarmoede van het eigen binnenlandse nieuws in de derdewereldlanden mee in de hand werkt.

BIBLIOGRAFIE

Serge Halimi, 'Un journalisme de racolage'. In: *Le Monde diplomatique*, augustus 1998.

Rony Brauman en René Backmann, *Les médias et l'humanitaire: la communication, une arme contre la misère*. Parijs, Editions du C P F J, 1996.

Hugues Le Paige, *Une minute de silence. Crise de l'information, crise de la télévision, crise du service public*. Brussel, Editions Labor, 1997.

Jan van den Bulck (ed.), *De pers en haar vrijheid*. Koning Boudewijnstichting, 1998.