

Maarten van Rossem

De nieuwshype

Redactioneel

De Academische Boekengids 30, december 2001, pp. 2.

Wat mij zorgen baart, is dat de serieuze media de laatste jaren steeds meer kletspraat, emotie en sensatie in hun kolommen en uitzendingen verwerken. Of dat ook werkelijk, objectief meetbaar zo is, weet ik niet. Het wachten is op wetenschappelijk onderzoek, maar laat ik ondertussen mijn klacht maar op papier zetten. De eerste keer dat ik het gevoel had dat vrijwel de hele wereld krankzinnig was geworden, was ten tijde van de dood van Diana. Ik was die nacht nog op toen de eerste geruchten over het ongeluk in Parijs CNN bereikten. Aanvankelijk was de reactie van de gerenommeerde nieuwszender rustig. In de volgende uren konden de kijkers op de voet volgen hoe CNN er een nieuwshype van maakte. De dood van de prinses veranderde in hoog tempo in een gebeurtenis van wereldhistorisch formaat en de prinses werd in een moeite door aan de nieuwe situatie aangepast. Zij behoorde plotseling tot de belangrijkste personen van de vorige eeuw. Ik had verwacht dat de serieuze kranten deze massahysterie wel ironisch afstandelijk zouden beschrijven. Het tegendeel was het geval. Zij gingen gretig mee in de waanzin en schreven pretentieuze artikelen over de symbolische betekenis van de prinses en haar dood. De postmoderne denker zal hier waarschijnlijk opmerken dat Diana kennelijk echt belangrijk was, omdat er anders niet zoveel aandacht aan haar dood zou zijn besteed. Ik geloof niet dat dat het geval is. Ik houd het er op dat de massapsychose wordt veroorzaakt door de interactie tussen de tegenwoordig permanent uitzendende televisiestations en de behoefte van de kijkers aan simpel sentiment. Aan verdriet dat geen echt verdriet is, en dus na een paar dagen weer even gemakkelijk kan worden vergeten. Heerlijk therapeutisch snikken.

Hoewel de dramatische gebeurtenissen van 11 september 2001 van een geheel andere orde waren dan de dood van Diana, zijn er toch overeenkomsten te ontdekken in de wijze waarop de media reageerden. Dat het een gruwelijke gebeurtenis was, was de media niet genoeg. Het was het begin van de Derde Wereldoorlog, het einde van een wereldtijdperk, het begin van een ander wereldtijdperk, het was erger dan de Tweede Wereldoorlog, het was belangrijker dan het einde van de Koude Oorlog en het was het begin van de Botsing der Beschavingen. Bovenal was het echter oorlog met alle opwindende oorlogsretoriek van dien: geen discussie meer, geen mitsen en maren meer, nee, pal staan, solidair zijn, de rijen sluiten, in rotten van tien op weg naar Armageddon. Dat dit, ondanks de ernst van de gebeurtenissen, toch ook weer een mediapsychose was, bleek in de volgende weken. Het nieuws over de Derde Wereldoorlog en het nieuwe wereldtijdperk werd al weer vrij snel verdrongen door het nieuws over de machtsstrijd in het CDA. Vanwaar deze emotionele behoefte om dingen veel groter te maken dan zij zijn? De cynicus zal zeggen dat het verschijnsel veroorzaakt wordt door de noodzaak van hogere kijkcijfers en een grotere betaalde oplage, maar ik geloof dat eigenlijk niet. De toestand is veel ernstiger, want de journalisten geloven hun eigen hype. Die dag weten ze zeker dat een nieuw tijdperk is begonnen. Wellicht komt het ook omdat de westerse mensheid zich verveelt; eindelijk wat opwindend, eindelijk weer allemaal samen in de zeepbel van het nationale sentiment. De serieuze kranten die zich laten meeslepen door de hype, moeten zich vooral schamen. Wie schrijft, kan afstand nemen, reflecteren, ja zelfs twijfelen aan het gelijk van zijn eigen hype.