

Hoofdstuk 40

Politie en media

H.J.G. Beunders

40.1 Inleiding

'De politie' bestaat niet. 'De media' evenmin. Beide instituties bestaan uit individuen. Als organisaties zijn ze de afgelopen decennia zowel in horizontale als verticale zin gefragmenteerd. Alleen in naam, in imago, bestaan 'de politie' en 'de media'. De kracht die aan beide instituties wordt toegeschreven is echter bijzonder groot. Het doet er niet toe of deze instituties nu gezien worden als daadwerkelijke machtsfactor waarmee het welbevinden van de samenleving staat of valt, of 'slechts' fungeren als kristallisatiepunt voor allerlei maatschappelijke onvrede.

Dat laatste is niet verwonderlijk. De politie is, met het ziekenhuis, de enige overgebleven publieke organisatie die 24 uur per dag aanspreekbaar is en, als er iets misgaat, achteraf ook aanspreekbaar is. De media zijn er ook 24 uur per dag, maar ze zijn veel minder aanspreekbaar geworden. De overheid c.q. de politie kon vroeger 'de krant' bellen om iets wel of juist niet gepubliceerd te krijgen. In het huidige medialandschap staan nog wel enkele media als pilaren overeind — de publieke omroep, de grote kranten, Radio 1 — maar ze worden omringd door steeds hoger opschietend struikgewas, wat van een afstand bezien het beeld van een jungle oplevert. Het resultaat is dat de politie soms het gevoel heeft gekregen door 'de media' omsingeld te worden.

Gevoegd bij de sterk gewijzigde omstandigheden — naast fragmentatie ook politisering van de politiefunctie — die het gevoel van kwetsbaarheid van de organisatie hebben vergroot, is er de afgelopen decennia een intensere behoefte ontstaan *'to ride the tiger'* van de media — en de publieke opinie — om de beeldvorming te beheersen of te sturen. Het wel en wee van deze pogingen staan in dit hoofdstuk centraal. Die pogingen stonden en staan natuurlijk in directe relatie met de gewijzigde omstandigheden: de openbare orde en de criminaliteitsbestrijding, de samenleving en de politieke (f)actoren, inclusief het medialandschap, en niet te vergeten de technologie.

Voor een gedetailleerdere beschrijving van de spanningsvolle relatie tussen politie en media in Nederland wordt verwezen naar het boek *Politie en Media: Feiten, fictie en imagopolitiek*.¹ Dat deze studie het eerste brede onderzoek naar deze relatie was, zegt iets over de angst en/of afkeer die bij vele overheden vele decennia heeft gedomineerd als het ging om 'de media'. Dit hoofdstuk sluit aan bij die studie, maar scherpt sommige inzichten aan en vult ze aan met ontwikkelingen die kenmerkend lijken te worden voor de 21e eeuw, vooral de komst van 'de totale communicatie', of — uit het oogpunt van zowel politie en criminologen bezien — van 'the surveillance society'.²

Wat betreft de definities: er wordt een onderscheid gemaakt tussen 'de media' als zijnde de technische communicatiemiddelen en degenen die hiervan gebruikmaken (dus van krant en tv tot sms en cctv) en 'de publieke opinie' als zijnde dat 'veelkoppige monster in de mist' dat soms via de media haar kop laat zien, soms via de stembus, en in onze 'public relations democracy' soms op wijzen buiten de direct zichtbare media om, zoals via het gerucht of het lobbynetwerk.³

40.2 Crises leiden tot andere communicatiestrategieën

Grote maatschappelijke veranderingen, hoe sluipend sommige ervan ook plaatsvinden, zullen uiteindelijk meestal resulteren in een gewijzigde positie van de grote spelers in het maatschappelijke krachtenveld. Dit geldt voor het ziekenhuis niet minder dan voor de politie. Voor beide instituties geldt dat de democratisering van de afgelopen halve eeuw heeft geleid tot een aantasting van de vanzelfsprekende autoriteit van 'de arts' of de politiemans. Hoezeer beide functionarissen, als het erop aankomt, de aloude macht hebben behouden — de chirurg over de patiënt onder narcose, de politiemans over de arrestant in de cel — beiden staan onder grotere druk van 'de maatschappij' als het gaat om de voorziening in de behoefte aan zorg en veiligheid. Beiden moeten zich na afloop van 'de operatie' veel meer verantwoorden dan in de tijd dat het gehele politiek-maatschappelijke bestel een *top-down*-karakter had.

De voorbeelden van ziekenhuis en politie zijn behalve in hun overeenkomsten ook verhelderend door de verschillen. Het ziekenhuis heeft in de afgelopen decennia sluipenderwijs een geheel ander aanzicht gekregen, terwijl de interne organisatie van de gezondheidszorg ook drastisch veranderd

1 Beunders en Muller, 2005

2 Coleman 2004.

3 Davis 2002.

is in de richting van 'supermarkt voor de zorg'. De politie is, ook wat betreft de houding tegenover de media, veel intenser door grote interne en externe crises van slag gebracht. Met grote koerswijzigingen tot gevolg.

Zoals in menig ander hoofdstuk al is besproken, is de grote wijziging van het zelfbeeld van de politie, en haar taakopvatting in de samenleving, neergelegd in het rapport *Politie in Verandering* dat in 1977 verscheen. Het rapport, dat in de praktijk 'de statenbijbel' werd van vele politiemensen, behelsde de evaluatie en conclusies van ruim tien jaar crisis in de Nederlandse samenleving. Het rapport *Politie in ontwikkeling*, dat in 2005 verscheen en de politiefunctie bijna 30 jaar later opnieuw bezag en er conclusies uit trok, kan wederom de vrucht worden genoemd van jaren van grotere en kleinere crises, met als trefwoorden veiligheid, politisering en fragmentatie. De conclusies van beide rapporten zijn in menig opzicht echter tegengesteld, ook als het de media betreft. Vandaar dat in dit hoofdstuk het complex van veranderingen vooral tussen deze twee jaartallen zal worden gezien.

40.3 'Kennen en gekend worden'

De crisis in de samenleving in de jaren '60 van de 20e eeuw wordt in sociaal-cultureel opzicht wel een grotere genoemd dan die van de bezetting tussen 1940 en 1945. De verhouding tussen overheid en burger werd in 1945 immers hersteld zoals die voor de oorlog bestond: een betrekkelijk autoritaire relatie. De opvatting over de taak van de politie veranderde niet: orde handhaven en misdaad opsporen. De politie was 'de sterke arm' van de staat. En de politie vond dit een goede en rustgevende opvatting.

Hoe sluipende en plotselinge veranderingen tot heftige confrontaties kunnen leiden, werd medio jaren '60 duidelijk. De sluipende veranderingen waren de welvarender, mondiger wordende burgers en tegelijkertijd een verlies aan automatisch gezag van 'de politiemans', misschien ook wel een laat gevolg van de vernederende 'ontmanning' van de politie door de Duitsers tijdens de oorlog. De plotselinge, soms door de demografie van de *babyboom* veroorzaakte, rellen in de jaren '60, van boze boeren tot inspraak eisende studenten, overrompelden de politie.

De media speelden in deze jaren van crises in de openbare orde natuurlijk een rol. Maar hoe precies, dat is niet precies in getallen uit te drukken, hoezeer men dat, toen en ook nu, telkens weer probeert.

Elke surveillerende politiemans weet immers van welke persoonlijke, toevallige of klimatologische factoren het afkan hangen of een situatie in een wijk rustig blijft of na de lichtste scheldpartij al om kan slaan in broei-

erigheid, confrontaties of zelfs oproer, zonder dat 'de media' hier ook maar bij aanwezig zijn.⁴ Bij escalatie en verantwoording spelen de media evenwel bijna altijd een grote rol.⁵

Zo speelden de media in de jaren '60 en '70 een groeiende rol. Soms als stutten van de overheid, soms als bronnen van steun voor de demonstranten die 'in verzet' waren gegaan tegen het gemeentebestuur, het ministerie, de hele overheid of zelfs heel het Koninkrijk der Nederlanden. Kranten, het dominante medium uit die tijd, keurden de ene vorm van verzet goed, de andere vorm sterk af. Zo steunde *De Telegraaf* de boeren die in verzet kwamen tegen het Landbouwschap, maar riep enige jaren later om hard politie-ingrijpen tegen de protesterende studenten. Andere kranten, zoals *Het Vrije Volk*, lieten het omgekeerde beeld zien. Gezien de lange duur van deze maatschappelijke onrust vergrootten de media de bestaande polarisatie over de rellen zelf en de manier waarop de politie de openbare orde probeerde te handhaven dus wel.

Belangrijker wellicht is geweest dat de politie met een schok geconfronteerd werd met de kracht van de visuele beeldvorming. En de beelden waren ook krachtig: de beelden van boeren die met hun gezin door de militaire politie in 1964 uit hun huis werden gezet; beelden van de rookbom die in 1966 naar de Gouden Koets werd gegooid tijdens *Het Huwelijk*; de foto van de agent die eindjaren '60 hulpeloos naar zijn pet zoekt te midden van een demonstratie; de beelden van opgebroken straten, spuitende waterkanonnen tijdens de metrorellen in 1973 in Amsterdam; de radiogeluiden en tv-beelden van de regelrechte 'krakersoorlog' in 1980 die culmineerde in een fysieke opmars naar de Nieuwe Kerk in de hoofdstad waar koningin Beatrix werd ingehuldigd. Deze stilstaande fotografische en bewegende televisiebeelden gingen de hele wereld over, en veroorzaakten schok op schok in de Nederlandse samenleving zelf.

De autoritaire strategie inzake openbare orde, ja, het hele instituut van de politie kwam ter discussie te staan. Centrale conclusie van het rapport *Politie in Verandering* uit 1977 was dan ook dat de politie te zeer vervreemd was van de samenleving. Hierbij is het overigens van belang op te merken dat nieuwe communicatiemiddelen waarover de politie de beschikking had gekregen — auto en radiomobilofoon — de kloof tussen de politie en de bevolking eerder had vergroot dan verkleind. Wist de buurt vroeger nog wie de wijkagent was, nu zag men de politie alleen af en toe heel hard voorbijrijden. Nieuwe communicatiemiddelen hebben vrijwel altijd positieve én

4 Van Stokkom 2005.

5 Vasterman 2004.

negatieve aspecten. Waar het, voor individu en organisatie, op aankomt is de juiste toepassing te kiezen voor verschillende situaties en doeleinden.

De kern van *Politie in Verandering* was echter een en al communicatie, met de burgers en met alle andere instellingen op het gebied van de nu hoog-nodig geachte 'integrale veiligheidszorg'. De politie moest worden getransformeerd van 'sterke arm' tot 'de beste kameraad' van de burger, naast en in dienst van deze burger. Van autoritair naar coöperatief en dienstverlenend. De politie werd nu goeddeels in ziekenhuistermen beschreven: eerste hulp, wijkzuster, preventief aanwezig in de haarvaten van de samenleving en dergelijke.

De slogan werd 'Kennen en gekend worden'. Van belang voor een goed begrip van de veranderingen in de relatie tussen politie en media is dat deze slogan vooral werd opgevat in de zin van directe communicatie tussen politie en burger, en dat de voorlichting (en pr-achtige bijsturing van de beeldvorming) nog altijd een tamelijk vertrouwd karakter had, namelijk via de lokale krant en haar politieverslaggever(s). Sommige politieverslaggevers spreken over de jaren die toen volgden als over 'de gouden jaren' in de politieverslaggeving.⁶ De paternalistische ouwe-jongens-krentenbroodsfeer die in de decennia ervoor had bestaan in de relatie tussen politiefunctionarissen en de politieverslaggevers, werd intussen langzaam maar zeker verruild voor een tamelijk open maar iets zakelijker relatie.

Dit laatste werd veroorzaakt door het besef binnen de politie dat naast het 'kennen en gekend worden' een actievere voorlichting en sturing van de media noodzakelijk was om het geschonden vertrouwen weer op te poetsen en om nieuwe strategieën die de politie bedacht ter handhaving van de openbare orde en de bestrijding van de misdaad, geaccepteerd te krijgen. De politie kreeg er belang bij om bijvoorbeeld de werkwijze van de mobiele eenheid of het nieuwe fenomeen van het Arrestatieteam (AT) door de media toegelicht te zien.

Deze overgang rond 1980 naar een actiever mediabeleid was het gevolg van de langdurige paniek over het verlies aan gezag sinds medio jaren '60. Ze was het begin van een instrumentele benadering van 'de media': hoe kunnen wij als politie de diverse technische media gebruiken voor onze eigen doeleinden? De anoniemer en individueler geworden samenleving betekende dat de 'kennen en gekend worden'-attitude buiten de grote steden wellicht als voldoende geacht kon worden, maar in de grotere steden zelf niet. Dankzij radio en tv was Nederland intussen namelijk een nationale 'praatgemeenschap' geworden, waarin de politie een actieve rol wilde spelen.

6 Beunders en Muller 2005, p. 281.

De politie had de traditionele dominante positie ten aanzien van de nieuwsvoorziening over politiezaken verloren, bezag de media niet langer meer als een, soms wat lastige, medespeler, maar meer als een in de praktijk contraire en onbestuurbare macht. De media waren altijd een actieve speler geweest — dat was de reden van hun bestaan — dus ook in de berichtgeving over politiezaken. De politie was altijd tamelijk passief geweest. Onder druk van de bijna onafgebroken grote en kleine crises op het gebied van de openbare orde tussen media jaren '60 en jaren '80 raakte de politie ervan overtuigd dat er weloverwogen strategieën ontwikkeld dienden te worden ten aanzien van de media.

Onder druk van de algemene sfeer in politiek Den Haag omtrent democratisering en openbaarheid rond het politieke handelen van de overheid, en de eerste Wet openbaarheid van bestuur (1972) in het bijzonder, werd het voor de politie niet gemakkelijker om niet te antwoorden op vragen van journalisten. Wat de politie zelf over haar organisatie en optreden naar buiten wilde brengen, kwam echter steeds minder vaak overeen met de verlangens van de media.

40.4 De wet en de informatieverstrekking

De politiek-juridische kant van de relatie tussen politie en media is in Nederland altijd gekenmerkt geweest door ogenschijnlijke duidelijkheid op papier maar onduidelijkheid in de praktijk. Artikel 7 van de Grondwet is de basis van deze relatie:

1. Niemand heeft voorafgaand verlof nodig om door de drukpers gedachten of gevoelens te openbaren, behoudens ieders verantwoordelijkheid volgens de wet.
2. De wet stelt regels omtrent radio en televisie. Er is geen voorafgaand toezicht op de inhoud van een radio- of televisieuitzending.
3. Voor het openbaren van gedachten en gevoelens door andere dan in de voorgaande genoemde middelen heeft niemand voorafgaand verlof nodig wegens de inhoud ervan, behoudens ieders verantwoordelijkheid volgens de wet. De wet kan het geven van vertoningen toegankelijk voor personen jonger dan zestien jaar regelen ter bescherming van de goede zeden.
4. De voorafgaande leden zijn niet van toepassing op het maken van handelsreclame.

Onduidelijk is de term 'ieders verantwoordelijkheid volgens de wet'. Het betreft hier bijvoorbeeld zaken als laster, blasfemie en belediging van het koningshuis en het geven van informatie die schadelijk is voor andere personen. Dit soort zaken is ondergebracht in het Wetboek van Strafrecht (Sr).⁷

De onduidelijkheden in de praktijk voor de twee bazen van de politie — de burgemeester voor de openbare orde en het Openbaar Ministerie voor de opsporing en vervolging — zijn altijd groot geweest. Zij dienden te bepalen wanneer er sprake was van overtreding van artikelen uit het Sr, of schending van de goede zeden in de publieke ruimte. De politiemans op straat in de rumoerige decennia voor 1985 werd keer op keer geconfronteerd met het dilemma van wel of niet ingrijpen: als er bij een demonstratie leuzen werden geroepen die beledigend konden zijn voor een bevriend staatshoofd, of als goede zeden in het geding leken in het park.

Inzake de berichtgeving van nieuwsmedia zijn twee zaken van groot belang. De ene is het verschil tussen de krant en tussen de publieke omroep. De krant heeft geen toestemming nodig om te bestaan, en heeft zich alleen aan de (grond)wet te houden. De radio en televisiezenders van de publieke omroep zijn voor hun bestaan afhankelijk van de regels die de overheid daarvoor heeft gesteld in de Mediawet. Deze betreffen, zoals de grondwet aangeeft, niet de inhoud van hun programma's. Maar het feit dat ze überhaupt toestemming nodig hebben om te bestaan, maakt dat hun positie minder onafhankelijk is dan die van kranten en tijdschriften. De komst van commerciële televisie in 1990 leidde ertoe dat er veel radio en tv-zenders kwamen die ook niet op indirecte wijze afhankelijk waren van de overheid en de staatssubsidies. Dit versterkte het beeld van 'de jungle'.

Het andere belangwekkende is dat noch in de Grondwet, noch in de regels die de overheid voor publieke omroep heeft gesteld in de Mediawet, iets vermeld staat over de manier *waarop* de media dienen te berichten. In tegenstelling tot vele andere landen staan woorden als 'objectiviteit' of '*fair play*' en 'hoor- en wederhoor', laat staan het recht op wederwoord achteraf, het '*droit de réponse*', in deze regels niet vermeld.

De reden van de vaagheid over de manier waarop de journalistiek zich dient te gedragen is behalve uit de grondwettelijke vrijheid van meningsuiting te verklaren uit het typisch Nederlandse feit dat de publieke omroepen vanaf hun officiële bestaan (radio in 1930, televisie in 1951) door de geestverwante politieke partijen werden gezien als propagandakanalen. De komst van een 'neutrale' tv-omroep, zoals de NTS (later NOS geheten), is heel lang door het verzuild-politieke systeem tegengewerkt.

Maar ook voor deze neutrale, nationale omroep is er geen officiële plicht tot bijvoorbeeld objectiviteit, een regel die voor buitenlandse staatsomroepen zoals de BBC wel geldt. Drie nieuwe wetten van de afgelopen decennia zijn van groot belang geworden bij het afbakenen van het kader waarbinnen de overheid — en dus ook de politie — informatie dient te verstrekken over haar eigen handelen:

- de *Wet politieregisters* (WPoR) uit 1990, die regels stelt voor het gebruik van de gegevens die de politie registreert;
- de *Wet openbaarheid van bestuur* (WOB) (herzien in 1991), die regels stelt betreffende de openbaarheid van bestuur;
- «* de *Wet bescherming persoonsgegevens* (WBP) uit 2000, die regels stelt inzake de bescherming van persoonsgegevens.

Het voert te ver in dit hoofdstuk de totstandkoming en de effecten van deze drie wetten - die tientallen tot bijna honderd artikelen kennen - op de relatie politie-media uitvoerig te bespreken.

Hier moet volstaan worden met de vaststelling dat de tegenstrijdigheden en complicaties die de grondwetsartikelen vaak opleveren als het gaat om informatievergaring door journalisten en de vrijheid van meningsuiting aan de ene kant en de vrijheidbeperkende artikelen aan de andere kant door deze drie nieuwe wetten niet zijn weggenomen, integendeel. De Grondwet begint met het beroemde artikel 1:

Allen die zich in Nederland bevinden, worden in gelijke gevallen gelijk behandeld. Discriminatie wegens godsdienst, levensovertuiging, politieke gezindheid, ras, geslacht of op welke grond dan ook, is niet toegestaan.

Artikel 10 over het recht op privacy en artikel 13 over het recht op telegraaf-, brief- en telefoongeheim beperken de vrijheid van zowel de journalist als de politie bij het vergaren en melden van gegevens over het handelen van burgers of de politie zelf. Kortweg kunnen we zeggen: de WOB, die 'goede en democratische bestuursvoering' wil bevorderen, vergroot de plichten tot openbaarheid van de overheid en versterkt dus de positie van de journalistiek. De *Wet politieregisters* en de *Wet bescherming persoonsgegevens* verkleinen voor de overheidsinstanties de eigen keuzevrijheid bij het verstrekken van informatie juist weer.

Voor de politie zou vanaf 1990 niet een wet, maar het fenomeen van de *Richtlijn* en *Aanwijzing* het kader gaan bepalen waarbinnen de media- en publieksvoorlichting over opsporing en vervolging zich diende af te spelen. In dat jaar vaardigde het OM de *Richtlijnen informatieverstrekking en voorlichting aan de media in en over stafzaken* uit.⁸ De kern ervan was de beslechting van het competentieverschil tussen politievoorlichters en persofficieren ten gunste van het OM. Het OM droeg voortaan de verantwoordelijkheid voor de voorlichting over opsporing en vervolging, ook als de informatie door de politie werd verstrekt.

De WOB leidde in de jaren '90 tot pogingen om ook de 'bestuursvoering' van het OM transparanter te maken. Het resultaat was een nieuwe *Richtlijn opsporing en vervolging* in 1998. Hierin stond, conform de geest van de WOB: "Een overheidsorgaan verschaft burgers uit eigen beweging informatie indien dit in het belang is van een goede en democratische bestuursvoering".⁹

Vier jaar later, in 2002, werd onder druk van de nieuwe *Wet bescherming persoonsgegevens* besloten de informatievoorziening door het OM aan strakkere regels te binden. De *Richtlijn* werd vervangen door een dwingende *Aanwijzing en Beleidsnota voorlichting, opsporing en vervolging*, en deze werd door de politiekorpsen ervaren als een nog verdere inperking van de bewegingsvrijheid inzake de voorlichting aan media en publiek over het eigen optreden.

In augustus 2006 liep de werkingstermijn van deze *Aanwijzing* af. Inmiddels was het tij wederom gekeerd. In de overlegfase die een nieuwe *Aanwijzing* moest produceren, was er sprake van om de politie weer meer speelruimte te geven in de politievoorlichting, en de vrijheid daarin voor zowel OM als politie te vergroten. Nu was het devies dat beide instanties bij de opsporing en vervolging niet langer in alle gevallen op dezelfde wijze — zeer terughoudend — met de media dienden om te gaan, maar de informatievoorziening moesten kunnen laten variëren, al naargelang de situatie zou vereisen.

De vaak gebleken machteloosheid bij het OM in gevallen van veel publiciteit veroorzakende zaken zou in de nieuwe *Aanwijzing* tegengegaan moeten worden met behulp van een actieve mediapolitiek, waarbij het OM vooral pertinent onjuiste berichten op het oog had. Deze zouden voortaan actief, ongeacht de kans op verstoring van de rechtsgang, moeten kunnen worden rechtgezet.

8 Beunders en Muller 2005, p. 81 e.v.

9 Beunders en Muller 2005, p. 88.

40.5 *Politie-gerelateerde zaken van belang voor de
nieuwsmedia*

Er zijn de afgelopen decennia dus grote golfbewegingen waar te nemen geweest in de houding van de overheid — OM en politie, maar ook de burgemeester — ten aanzien van informatieverstrekking aan de bevolking op directe wijze, of op indirecte wijze via de media. Deze vloeiden en vloeien voort uit de wisselwerking tussen de taakopvatting van de politie en de politiek-maatschappelijke omgeving waarin ze opereert. Verandert de ene constellatie, dan verandert de andere ook. Dit geldt vanzelfsprekend, naast de veranderende interne organisatie van de politie zelf, voor meer omgevingsfactoren, zoals de technologische. Zo hebben ook de soms snelle, soms heftige veranderingen in het medialandschap grote gevolgen gehad voor de manieren waarop de politie berichtte over eigen handelen en de eigen organisatie. Vanuit de media gezien veranderde de werkelijkheid ook drastisch, en dus ook de manieren waarop zij over die werkelijkheid wilde berichten. Ook hier hebben de technologische en economische factoren een grote invloed gehad op de organisatie van de media zelf en op de journalistieke werkwijzen.

In weerwil van de algemene principes van de Grondwet, de genoemde specifieke wetten en de Aanwijzingen van het OM, en in weerwil van alle golfbewegingen in de informatievoorziening en de incidentele commotie en verwarring over 'de media', kunnen we de interesses van de nieuwsmedia in een heel overzichtelijk drieluik samenvatten¹⁰:

- *Publieke gebeurtenissen.* Deze categorie omvat belangrijke misdaden, ernstige verkeersongelukken, de betrokkenheid van zeer jonge of zeer bekende vermiste personen, grote arrestaties, en gelijksoortige gebeurtenissen. Deze zijn nieuwswaardig vanwege de importantie of roem van de betrokken individuen of vanwege het ongebruikelijke karakter van het ongeluk. Dit zijn de 'wat gebeurde er vandaag in ons dorp'-verhalen waarvoor kranten, commerciële televisie en radio een speciale belangstelling hebben.
- *Politiezaken.* Deze categorie omvat interne gebeurtenissen in de organisatie die de politie ofwel in een goed, ofwel in een slecht daglicht kunnen zetten. Zowel verhalen over wangedrag als buitengewone moed van politiemensen zijn van belang voor de media.

10 Wilson en Fuqua 1975, p. 3-10.

- *Speciale gebeurtenissen en noodgevallen.* Deze categorie omvat zaken waarbij de nieuwsmedia wel of niet speciaal geïnteresseerd zijn in de activiteiten van de politie, maar in elk geval buitengewoon geïnteresseerd zijn in de verslaggeving van een speciale gebeurtenis of noodgeval die geheel of gedeeltelijk door de politie wordt afgedaan. Deze gebeurtenissen leiden tot onverwachte, dynamische situaties waarin zich gemakkelijk misverstanden kunnen ontwikkelen tussen angstvallige politie en ambitieuze nieuwsgaarders die beide hun werk proberen te doen. In dit soort gevallen gaan de ruzies vaak over de vraag welke ruimte toegankelijk is voor verslaggevers, fotografen en cameramensen, en wie wie in de weg staat. De relatie tussen politie en media staat dan voor haar zwaarste beproeving.

Kortom, hoezeer voor zowel politie als media het hele landschap is veranderd, aan dit basispatroon is in de loop der tijden niet veel veranderd. En evenmin aan de basisbehoefte van journalisten: toegang tot informatie. Een effectieve relatie tussen politie en media hangt daarom af van de bereidheid, mogelijkheid en bekwaamheid van de politie om die toegang te verschaffen.

40.6 Weerbarstige praktijk

Hoe simpel de basisbehoeften van nieuwsmedia in theorie ook zijn, hoe simpel de reactie hierop van de politie ook kan worden geformuleerd¹¹, in de praktijk ging het er sinds het rapport van 1977 heel wat moeizamer aan toe.

Als we één dominerende factor zouden moeten aanwijzen in de verklaring voor de moeizame, meestal gespannen relatie tussen politie en media, dan geldt die voor de hele overheid: de moeizame en langdurige overgang van een paternalistische, soms autoritaire samenleving naar een democratischer, mondiger samenleving.¹² Bij overheidsorganisaties overheerste lang een oestercultuur en niet een verinnerlijkte overtuiging dat zij er zijn voor de burger en dus een vanzelfsprekende plicht hebben om zo veel mogelijk openheid van zaken te geven tegenover die burger die per slot van rekening 'eigenaar' is van de overheidsorganisaties. Deze houding vond zijn oorsprong in de Nederlandse politieke cultuur waarin een verzuild *top-down*-model dominant was.

11 Boulogne 1996.

12 Van den Brink 2002.

Voor de media heeft lange tijd een andere vorm van vertekening opgetreden. Zij zagen zich niet alleen als spreekbuis van alle burgers, met een vanzelfsprekende plicht tot neutrale en objectieve berichtgeving over alles wat het Nut van het Algemeen, de *res publica*, betrof. Veel kranten, en diverse zenders van de publieke omroep, zagen zich ook als ideologische ondersteuners dan wel bestrijders van de zittende macht. Dit mondde niet automatisch uit in een vanzelfsprekende houding dat goede en betrouwbare informatie als zodanig noodzakelijk is voor het behoud van de democratie en beschaafde politieke cultuur.

Het gevolg is daarom geweest dat overheidsdienaren en journalisten in de afgelopen decennia niet altijd als burgers tegenover elkaar stonden, maar vaak als mede- of tegenstanders, elk met zijn eigen tamelijk bekrompen belang.

Het ontbreken van enige wettelijke praktijkplichten voor de journalistiek en het ontbreken van een geschreven 'code voor journalisten' hebben samen geleid tot een zeer weerbarstige praktijk, gekenmerkt door incidenten, verdeeldheid en verwarring. Het vergrootte de interne richtingenstrijd over de mate van openheid binnen de politie, de competentieconflicten met het OM, en de strijd met politiek Den Haag over taakopvatting en middelen.

Ook 'de media' trokken zelden één lijn als het ging om verbetering van de manieren waarop berichtgeving over de handhaving van de openbare orde en opsporing en vervolging gestalte diende te krijgen. De grote kloof bestond, en bestaat, tussen schrijvende journalisten enerzijds en fotografen en cameramensen anderzijds, tussen krant en televisie.

Vanaf eind jaren '70 kwam het wel tot enige structurering van de afspraken tussen politie en journalisten, op voorstel van 'de journalistiek' die een einde wilde maken aan het willekeurige en/of incidentele karakter van de beperkingen die de overheden oplegden bij vooral speciale gebeurtenissen en noodgevallen. Zo nam de politie bij de Molukse gijzelingsacties in Drenthe en Amsterdam tussen 1975 en 1977 diverse malen film- en foto-rolletjes van journalisten in beslag omdat volgens de minister van Justitie "ongecontroleerde informatie gevaar zou kunnen opleveren voor het leven van de gegijzelden in Amsterdam".¹³

Toen dat kritiek opleverde in verband met artikel 7 van de Grondwet, vaardigde de minister bij de volgende gijzeling, in 1977, een verbod uit voor journalisten en persfotografen "zich op te houden in een nader aangegeven

13 Beunders en Muller 2005, p. 180.

deel van de gemeente". Probleem hierbij was dat niet duidelijk was wie wel en wie geen journalist was, en dat volgens de Grondwet iedereen informatie mag vergaren en verspreiden.

De structurering, en in zekere zin zelfinperking, kwam van de journalistiek zelf, in de vorm van een landelijk uniforme politieperskaart. Deze kaart was ongeveer het enige waar de journalistiek zich rond 1980 geheel in kon vinden. Maar 'de journalistiek' was toen nog samen te vatten in één woord: de krant. Tot in de jaren '90 zag 'de krant' zich als de belangrijkste vertegenwoordiger van 'de media', en werd zij door zowel de grondwet als door de overheid ook als zodanig gezien. 'De krant is een meneer', iemand die je kon opbellen of met wie je afspraken kon maken.

Zo was er in de jaren '80 wel degelijk sprake van een gestructureerd overleg tussen media, politie en OM over allerhande brandende zaken zoals het in beslag nemen van foto- en filmmateriaal ten behoeve van opsporing en vervolging, het gijzelen van journalisten die hun bron niet wilden bekendmaken, en dergelijke.

Maar zelfs binnen de schrijvende journalistiek was er geen eensgezindheid. Een krant als *De Telegraaf* beschouwde zich als te onafhankelijk om lid te zijn van de 'club' van voornamelijk landelijke en regionale 'kwaliteitskranten', en wenste zich tot in de 21e eeuw ook niet neer te leggen bij uitspraken van de interne tuchtcommissie van 'de journalistiek', de Raad voor de Journalistiek. Tussen kranten en gerespecteerde opinieweekbladen bestond weinig vriendschappelijkheid, terwijl populaire weekbladen als *Panorama* en *Nieuwe Revu*, die toch veel aan politie- en rechtbankverslaggeving deden, helemaal als nauwelijks tolereerbare media werden beschouwd.

Tussen de schrijvende journalistiek en de audiovisuele media bestond een uitgesproken haat en nijd. Zo is er bijvoorbeeld nooit een eensgezind standpunt gekomen vanuit 'de journalistiek' over de camera in de rechtszaal. De kranten, en de rechtbank, vonden het altijd voldoende als er schrijvende journalisten werden toegelaten tot de zitting. De roep vanuit de wereld van radio en televisie, en ook van een enkeling binnen de politiek en de rechterlijke macht zelf, om toelating van deze manier van journalistieke verslaggeving, is door de kranten nooit gesteund. En binnen radio en televisie ontstond een niet minder grote haat en nijd na de komst van de commerciële zenders in 1990. Daarna wilde de publieke omroep wel toelating voor zichzelf, maar met uitsluiting van de commerciële, 'sensatiezoekende' omroepen.

40.7 *Revoluties in het medialandschap*

'De media' gaven vanaf 1990 in toenemende mate het beeld te zien van een versplinterend landschap, waarbij de oude, vertrouwde kwaliteitsmedia steeds meer in het defensief raakten ten opzichte van al die nieuwe belagers: commerciële zenders en, vanaf 1999, de komst van gratis 'treinkranten' als *Metro* en *Spits*.

Tegelijkertijd zorgde de verbreiding van het nieuwe medium internet voor de misschien wel meest ingrijpende revolutie op het gebied van de communicatie sinds de invoering van de televisie bijna een halve eeuw eerder. De gratis kranten *Metro* en *Spits* waren, landelijk gezien, nieuw, niet revolutionair. Huis-aan-huisbladen waren (en zijn) ook gratis, en werden ook nog door de brievenbus geduwd. De gratis dagbladen versterkten ook het commerciële karakter van nieuws, als achterkant van de advertentiepagina, maar reclame was altijd ongeveer de helft van de inkomsten geweest van dagbladen, en was ook op radio en televisie een noodzakelijke bron van inkomsten geworden.

Wel vergrootten deze gratis kranten de paniek bij de traditionele printmedia. Zij zagen zich gedwongen zich veel meer bezig te houden met de wensen van de lezer. Behoeftes aan nieuws over veiligheid en misdaad behoorde hierbij. De grotere commercialisering verhinderde echter een gelijktijdige investering in tijd en kennis bij politie- en rechtbankverslaggevers, zodat het nettoresultaat van deze koerswending uiteindelijk vooral meer opwindings over incidenten is.

Internet zette echter de hele piramide van nieuwsvoorziening op zijn kop. De verticale, neerwaartse, berichtgeving — van medium naar burger — werd in één klap aangevuld met een horizontale vorm van communicatie: iedere wereldburger met een pc en modem kon voortaan met iedereen communiceren, kon zowel zender als ontvanger zijn. Dit betekende meer dan een revolutionaire versnelling van het briefverkeer via de e-mail: iedereen kon nu vanuit huis toegang vinden tot alle mogelijke op 'het net' gezette informatie. En internet betekende ook meer dan een thuisbibliotheek/-videotheek van onvoorstelbare omvang, het betekende voor de politie ook dat er een heel nieuw werkterrein bijkwam, zoals de internetcriminaliteit. Het betekende ook een groeiende onzichtbaar wordende samenscholing van gelijkgestemden, of dit nu fans, terroristen of liefhebbers van oude auto's zijn.

De snelheid en de kracht van het organisatie- en mobilisatievermogen dat burgers met dit nieuwe medium ter beschikking kregen, hebben een extra impuls gekregen, zoals de terreurbeweging Al Qaida en de vreedzamere actiegroepen, zoals de anders-globalisten, hebben bewezen.

Voor de politie betekent internet een versterkte mogelijkheid buiten de traditionele media om, dus 'onvertaald', de eigen berichtgeving te verzorgen, en ook de eigen nieuwsvoorziening aan de media verder te digitaliseren. Dit laatste heeft de tendens van de professionalisering, zichtbaar sinds de jaren '80, van de politievoorlichting versterkt, maar met boemerangeffecten. Zoals we nog zullen zien: de digitalisering van de contacten betekent een vermindering van het fysieke contact tussen politie en journalisten. En dat heeft eveneens het 'incidentalisme' versterkt.

40.8 De IRT-affaire en de instrumentalisering van de media

De komst van de commerciële omroep in 1990 was de grootste dambreak in de naoorlogse geschiedenis van de omroepen, van de hele Nederlandse media. Niet minder groot was beginjaren '90 de schok over en het effect van wat de *IRT-affaire* ging heten. De oorzaak was de niet door wet of regelgeving gedekte handelswijze van het multidisciplinair samengestelde politieteam IRT Noord-Holland/Utrecht, die interregionaal een bepaalde vorm van zware criminaliteit onderzocht, in dit geval handel in drugs. Nadat eind jaren '80 het eerste IRT was gevormd — het later gesneuveld IRT Noord-Holland/Utrecht — kwamen er na 1992 vijf over het hele land bij. Zij werden met IRT of kernteam aangeduid.

De rol van de media in deze affaire was groot. De door het kernteam 'geleide doorvoer van drugs' — om de grote bazen te vangen — riep zo veel weerstand op binnen de politie en leidde ook tot zoveel competentiegeschillen tussen de regiokorpsen en het OM, dat 'klokkenluiders'journalisten inseinden dat er iets niet deugde. Toen vervolgens de kwestie leidde tot Kamervragen en een Parlementaire Enquête, hield de IRT-affaire jarenlang heel Nederland in zijn ban. Politie en Justitie, en politiekorpsen onderling, bestookten elkaar met beschuldigingen en lekken via de krant, meestal uit puur lijfsbehoud.¹⁴

Door de IRT-affaire werd het duidelijk dat het probleem in Nederland niet langer, zoals tussen halverwege jaren '60 en '80, de openbare orde was, maar de groeiende kleine en grote criminaliteit. De publieke opinie klaagde al jaar en dag over de groeiende onveiligheid, en in de troonrede werd vanaf medio jaren '80 keer op keer een intensivering van de strijd tegen de criminaliteit aangekondigd.

¹⁴ Haenen en Meeus 1996.

Het effect van de IRT-affaire op het imago van 'de politie' en het OM was desastreus. De kranten berichtten om de haverklap over het groeiende cel-lentekort en het heenzenden van verdachten wegens vormfouten. De regiokorpsen in de grote steden, Amsterdam en Rotterdam voorop, besloten het negatieve imago op te poetsen: niet via de hen vijandig gezinde kranten, maar via de televisie. Het meest toegankelijke waren de zojuist verschenen commerciële omroepen en enkele publieke zenders zoals de TROS.¹⁵

Zoals vermeld, vervult de NOS een speciale rol in Nederland, ook als het gaat om rampen en andere noodsituaties. De centrale overheid kan zendtijd vorderen. Sommige regionale zenders zijn om deze reden zelfs opgericht, zoals RTV Rijnmond in de jaren '60 wegens de talrijke smog-alarms en mogelijke rampen in de haven.

Politiekorpsen zijn altijd afhankelijk geweest van de bereidheid van journalisten om ergens over te berichten. De al vele decennia bestaande en zeer succesvolle tv-programma's als *Politiebericht* en *Opsporing Verzocht* - en ook *Blik op de Weg* - zijn coproducties tussen politie/OM enerzijds en een publieke omroep anderzijds. Dit voorbeeld werd in de jaren '90 gevolgd door menig politiekorps. De lawine aan tv-programma's - documentaires, docudrama's, *reality*-series - over de politie die over Nederland werd uitgestort, leek een tweeledig doel te hebben. De programma's dienden om de bevolking duidelijk te maken dat het politiewerk zwaar, maar onmisbaar was. En ze dienden om de bevolking te waarschuwen dat de politie niet alleen onmisbaar was in de verhardende, multiculturele, geürbaniseerde samenleving, maar ook meer steun en middelen nodig had om de groeiende grote en kleine criminaliteit met succes te kunnen bestrijden.

Wat de effecten van dit charme- en alarmeringsoffensief van de politie waren, is niet met zekerheid vast te stellen. Maar het staat wel vast dat de reeds vanaf de jaren '80 groeiende roep om meer veiligheid in de jaren '90 aan kracht won, tot de woede over 'de toestand in het land' tot een uitbarsting kwam met de komst en het succes van Pim Fortuyn in 2001 en 2002.

Het staat ook vast dat de roep om meer veiligheid zou leiden tot het bekende sociologische fenomeen van *'the revolution of the rising expectations'*: de verwachtingen ten aanzien van de politie werden hoger en hoger. Terwijl het publieke imago van de politie sinds de jaren '90 beter en beter werd, en het bestaan van de politie als onmisbaar werd gezien, bleef volgens de grafieken in de *Politiemonitor* de tevredenheid over de politie daarbij achter.¹⁶

15 Beunders en Muller 2005.

16 *Actieve wederkerigheid* 2005.

Dat de media een tweesnijdend zwaard zijn — de scherpe kant kan de ander raken maar bij onhandig gebruik ook jezelf — drong in de loop van de jaren '90 door bij de politie. Dat leidde tot een veel terughoudender mediabeleid. Sommige regiokorpsen, zoals Amsterdam-Amstelland, hielden nog lang vast aan het adagium: zo veel mogelijk in de media verschijnen. Maar ook dit korps zou uiteindelijk het voorbeeld van andere korpsen, zoals Rotterdam-Rijnmond, Utrecht en Haaglanden, volgen: alleen zeer goed voorbereide optredens in de media.

De politievoorlichting kreeg begin 21e eeuw, onder druk van de prestatiecontracten en van de permanente hete adem van het politieke 'incidentalisme' in Den Haag in de nek, meer en meer het karakter van met veel cijfers en grafieken gelardeerde imagopolitiek.

40.9 Boemerangeffecten van digitale voorlichting

De politievoorlichting is sinds de jaren '90 sterk uitgebreid, tot circa 350 fte, en is mede dankzij de instroom van veel hogeropgeleide communicatiedeskundigen begonnen aan een professionalisering die op veel terreinen zijn vruchten afwerpt.

De komst van internet stelt de afdelingen voorlichting in staat om op diverse wijze informatie over de politie, of politie-gerelateerde onderwerpen zoals buurtveiligheid, bij de media of direct bij de bevolking te krijgen via de eigen politie.nl-websites.

Crises en de nieuwe technologie hebben dus, zoals zo vaak, tot nieuwe mediastrategieën geleid. Op het gebied van de openbare orde bijvoorbeeld - hét probleem van 1965-1985 - is de professionaliteit van de politie - in samenwerking met talloze andere instellingen — bewonderenswaardig toegenomen. De EK 2000 in Nederland/België en de grootschalige beveiligingsoperatie die *Het Huwelijk* in 2002 tussen kroonprins Willem Alexander en prinses Máxima inhield, zijn hier de bewijzen van.

De crisis rond de IRT en de aanzwellende roep om meer veiligheid in de jaren '90 en de eerste jaren van het nieuwe millennium heeft de centralisatie van het OM en van politie als organisatie, ondergeschikt aan de ministeries van Binnenlandse Zaken en Justitie, versneld. Maar ook professionalisering van het mediabeleid. De prestatiecontracten, en soms als *de jacto* gekozen burgemeester opererende korpsbeheerders, hebben de afgelopen jaren de neiging versterkt om op gepaste tijden via grote 'mediamomenten' de burgers te verzekeren dat de veiligheid in de buurt, de wijk, de stad, in de hele regio, is toegenomen.

Deze tendens heeft wel, opnieuw, de vraag opgeworpen naar het verschil tussen werkelijke veiligheid en de perceptie van veiligheid. Dit is grotendeels een onbelangrijke discussie. Het gevoel van onveiligheid mag soms niet op cijfers of eigen ervaring gebaseerd zijn, het gevoel is een politiek feit. Imago-management¹⁷, *management of expectations*, ofwel sturing van perceptie zijn geoorloofde middelen voor elke organisatie, mits de kloof met de realiteit niet al te groot wordt. Want dan kunnen die gemedieerde succesverhalen als een boemerang terugslaan op de organisatie bij de eerste de beste crisis.

Uit onderzoek¹⁸ komt de suggestie naar voren dat nog een ander fenomeen kan leiden tot boemerangeffecten op het imago van de politie. En dat is de alsmear toenemende digitalisering van de communicatie tussen de afdelingen voorlichting der politie en de media en de burgers zelf. Uit een deelonderzoek, een inhoudsanalyse van krantenberichten over de politie, komt namelijk de harde conclusie naar voren dat in de afgelopen jaren circa de helft van de berichten over de politie positief was en dat de helft maar één bron had: de politie. De grafiek van de teneur van positieve berichten bleef altijd boven die van de neutrale en negatieve berichten.

Dit kan als succes worden beschouwd voor de politie, hoewel we niet zeker weten in welke mate dit is toe te schrijven aan de veranderde samenleving waarin de behoefte aan politie sterk is gegroeid, of aan de professionalisering van de politie zelf én de voorlichting erover.

Twee minpunten zijn namelijk te noemen. Uit het onderzoek blijkt dat de teneur van de ingezonden brieven over de politie voor driekwart negatief is, vooral over de verkeerd geachte prioriteitstelling. Dit punt wordt in ander onderzoek, een rapport over 'klanttevredenheid', gesteund.¹⁹ Hieruit blijkt dat de tevredenheid van de burgers over de persoonlijke contacten met de politie, zoals bij melding of aangifte, onder de maat blijft. Het andere minpunt is de ogenschijnlijke toename van het aantal incidenten die in de media en in de politiek uitgroeien tot zaken van nationale opwindning.

Hoe kunnen we dit verklaren? De theorie, zoals door Beunders en Muller aangedragen, is dat dit fenomeen van het 'incidentalisme' niet alleen te verklaren is uit de komst van 'de emotiemaatschappij'.²⁰ Belangrijker voor de politie is dat de digitalisering van de mediacontacten de frequentie van het persoonlijke contact met journalisten zeer scherp heeft doen dalen.

17 Blauw 1994.

18 Beunders en Muller 2005.

19 *Actieve wederkerigheid* 2005.

20 Beunders 2002.

Gevoegd bij de tendens om de controle over de beeldvorming steeds beter te willen bepalen, en verzoeken van journalisten om achtergrondgesprekken ofte mogen meelopen' steeds minder vaak te honoreren, is het gevolg geweest dat politie, media (en ook OM) elkaar voornamelijk vanuit de eigen kantoorlorens bestoken met persberichten per e-mail. Dit wreekt zich bij incidenten.

Bij incidenten, noodgevallen en rampen is het wegens de snelheid van de huidige media van vitaal belang om zo snel mogelijk, liefst als eerste, de kwestie te labelen, en richting te geven aan de mogelijke interpretaties ervan door de bevolking.²¹ Dit vereist een 'snelle interventiemacht' bij de politie (en het OM). Maar deze staat of valt bij het hebben van contacten bij de media. Bij de afhandeling van een crisis spelen de bestaande contacten (niet alleen met de media), en het direct ingestelde vaste ritme van de persbrieings, een doorslaggevende rol.

Het feit dat de politie sinds circa 1990 steeds meer een instrumenteel mediabeleid is gaan voeren, en de bovenvermelde natuurlijke plicht tot verstrekken van informatie wat uit het oog lijkt te zijn verloren, heeft dus de tendens tot 'incidentalisme' versterkt. De media, om van 'de politiek' hier maar te zwijgen, zijn er niet minder debet aan. Onder druk van de commercialisering is de bereidheid om veel tijd en geld te investeren in goede en gedegen politie- en rechtbankverslaggevers zienderogen afgenomen bij de meeste media. De *'hit-and-run'*-journalistiek — 'effe een quotje halen' of 'effe een paar beelden schieten' — is daarmee versterkt, en daarmee het 'incidentalisme' en de elkaar versterkende opwinding. Persoonlijk contact daarentegen leidt tot begrip en kan een buffer vormen in tijden van crisis.

40.10 Centralisering, technologie en de toekomst

De 21e eeuw is een mediamaatschappij, dat lijkt geen twijfel. De burger is in veel van zijn doen en laten een mediamens geworden. Dit geldt ook voor de wetsovertreder en crimineel. De politie moet dus opereren in een omgeving die meer 'gemediatiseerd' is dan ooit tevoren. De positie van de politie in deze samenleving is gevarieerder, gefragmenteerder en afhankelijker van andere organisaties en technologie dan een halve eeuw geleden.

21 't Hart 1997.

Voor de relatie met de media geldt dit ook. De manier waarop de vraag 'hoe moet dit aan wie of met wie gecommuniceerd worden?' beantwoord kan worden varieert meer dan ooit: via de krant, de televisie, internet, sms, of via een open dag met de bevolking zelf. De basispatronen van nieuwsbehoefte en de basishouding die de politie hier tegenover moet stellen zijn, idealiter, in onze democratische rechtsstaat ook niet aan verandering onderhevig: verantwoorde openheid op basis van gedeeld burgerschap.²²

Niettemin zijn 'de media' voor de politie een centrale rol gaan spelen, als we media niet langer opvatten als 'krant, radio en televisie' maar in de brede zin van communicatiemiddelen in het algemeen, dus inclusief internet en de (fotograferende) mobiele telefoon. Voor de politie lijkt, in de tweede helft van het eerste decennium, de toekomst van de eigen organisatie te midden van het politieke krachtenveld voor de meeste hoofdbrekens te zorgen, of: wat er door alle centraliserende rivaliserende krachten over zal blijven van de eigen autonomie.

Tussen het rapport uit 1997 *Politie in Verandering* en het rapport uit 2005 *Politie in ontwikkeling* liggen bijna 30 jaar. Wat opvalt is de totaal verschillende teneur en toon van beide rapporten. In 1977 wilde de politie, na een decennium van vervreemding, de bevolking opzoeken, voortaan op basis van lokale autonomie en worteling — het 'kennen en gekend worden' — midden in de samenleving staan. In 2005 gaf de politie — geplaagd door overbevraging vanuit de bevolking en toenemende afhankelijkheden in de keten van integrale veiligheidszorg, en ook nog vanuit 'Den Haag' belaagd door centralisering, in de nieuwe visienota de indruk vooral de eigen organisatie overeind te willen houden. In deze bestuurlijk-functionalistisch getoonzette visienota wordt opmerkelijk weinig aandacht besteed aan de maatschappelijke ontwikkelingen en nagenoeg geen aan de rol van de media in de toekomst van de politie.

We hebben gezien dat in 1977 het antwoord van de politie op de gerozen problemen het adagium 'kennen en gekend worden' luidde. Dit had een sterk persoonlijk, bijna 'kameraadschappelijk' karakter. Uit bovenstaande is gebleken dat dit persoonlijke karakter nog steeds van groot belang is, zoals tot uitdrukking kwam in de slechte tevredenheidsscores over de contacten van de burger met de politie. Toch lijkt de factor technologie in de afgelopen decennia de boventoon te zijn gaan voeren in het denken en doen van de politie. Dit is begrijpelijk: de technologische veranderingen zijn zo drastisch geweest dat ze terecht een revolutie genoemd kunnen worden.

22 Wilson en Fuqua 1975.

In de strijd met de criminaliteit was er altijd al sprake van een wapenwedloop tussen de politie en de overtredders/misdadigers: wie is het snelst, wie heeft de meeste informatie. De gewone burgers beschikten tot eind vorige eeuw, in vergelijking tot de politie, nauwelijks over technologische communicatiemiddelen. Dat is nu wel anders. De digitalisering van het dataverkeer heeft van de burgerij een netwerksamenleving gemaakt op lokaal, nationaal en mondiaal niveau.

De nieuwe uitdagingen waarvoor de politie zich gesteld ziet als het gaat om de criminaliteit en veiligheid zijn goeddeels mediagerelateerd: internet-misdrijven (pornografie en pedofilie, transnationale financiële misdaad, diefstal van identiteit), en natuurlijk het (internationaal terrorisme dat ook voor een belangrijk deel leeft van internet en mobiele telefoon. De samenleving en de criminaliteit zijn een stuk virtueel geworden. De onzichtbaarheid is toegenomen.

De politie zelf daarentegen is door de technologische uitvindingen alleen maar zichtbaarder geworden voor de burgerij. De politiemans op straat was vanzelfsprekend zichtbaar: zijn zichtbaarheid en gezagsuitstraling zijn een belangrijk onderdeel van de functie. Door de mobiele telefonie en internet kunnen de gedragingen en misdragingen van elke individuele politiefunctaris nu echter wel binnen enkele uren wereldwijd bekend zijn en getoond worden. Omringd door dit 'glazen huis' zal het gedrag van de politieagent nog strakker en beheerster moeten zijn.

Op haar beurt schakelt de politie de technologie steeds meer in om strak en beheerst gedrag bij de burgers af te dwingen, 's Lands wegen zijn inmiddels bespikkeld met snelheidscamera's en de uitgaanscentra, probleemwijken en andere gebieden in de openbare ruimte waar veel publiek passeert zoals stations, hangen steeds voller met CCTV: *closed circuit television-camera's*, met als doel het heroveren van de straat, of *reclaiming the streets* zoals het in Groot-Britannië heet, de voorloper op het gebied van *'the surveillance society'*.²¹

In deze nieuwe wapenwedloop tussen politie enerzijds en burgerij/misdaad anderzijds spelen de media een hoofdrol. Wat de gevolgen van deze *surveillance society* zullen zijn voor zowel politie als burgerij — die vaak zelf vraagt om dit *friendly eye in the sky* — is, in tegenstelling tot het buitenland, in Nederland helaas nog nauwelijks onderzocht.²⁴

Al met al kan de conclusie van dit hoofdstuk zijn dat er in de afgelopen 30, 40 jaar grote crises zijn geweest in de relatie politie-burgerij, en dus ook in de relatie politie-media, en dat grote strategiewijzingen hiervan het gevolg zijn geweest. Het hele terrein van politie-media-maatschappij overziend is de conclusie dat de burgerij zich heeft geëmancipeerd — ten opzichte van alle gezagsdragers — en dat haar mogelijkheden om te communiceren dankzij de technologie fundamenteel zijn toegenomen. Dit heeft tijdelijk geleid tot meer politieke strijd, maar niet tot permanente anarchie, integendeel. De overvloed aan alles in de huidige maatschappij, en het gevoel door alles bedreigd te worden, heeft het begin van de 21e eeuw de aanblik gegeven van een tamelijk onrustige, zo niet angstige samenleving, op zoek naar meer duidelijkheid, veiligheid en minder vrijheid van gedrag.

Een van de gevaren in de huidige mediamaatschappij is de overschatting van de technologie voor onze toekomst. Zonder persoonlijk contact en persoonlijke communicatie — tussen hoog en laag en tussen burgers onderling — kan een 'samenleving' niet bestaan. Blind geloof in de technologie vermindert de bekwaamheid om persoonlijk contact tot stand te brengen en bevredigend te laten verlopen.

Ook in dit technologische tijdperk gaat het uiteindelijk om vertrouwen en geloofwaardigheid. Die wordt verkregen via de media, maar meer nog door het functioneren zelf, op straat, in de werkelijkheid. Crises komen bijna altijd onverwacht²⁵ en zinvolle methodische voorspellingen voor de hoeveelheid media-aandacht zijn nauwelijks te geven, hoezeer sommigen dat ook wensen en proberen.²⁶ Goede intuïtie voor de omgevingsfactoren, duidelijkheid en zelfvertrouwen zijn in de contacten met de media en de burger, ook in tijden van crises, uiteindelijk de doorslaggevende factoren om overeind te blijven. Positiever gesteld: 'de media' zijn niet alleen een lastig bijverschijnsel en soms de ramp zelf, ze vormen ook een kans om te laten zien wat de agent, de korpschef, de hele organisatie, vermag.

25 Ginneken 2003.

26 Zoeteman 2006.