

Kortwieken, dat schaamhaar van Madonna

Maandag schreef Ine Roox een in memoriam voor Alison Des Forges in *De Standaard*, maar ze moest expliciet verantwoorden waarom de mensenrechtenexpert een halve pagina verdiende. David Van Reybrouck vindt dat het ver gekomen is: 'Dat een topjournaliste zich moet verdedigen voor een evident stuk, terwijl de dagelijkse lawine aan bullshit geen enkele verantwoording meer behoeft.'

Vooruit dan maar: ik ben het zo godvergeten beu stilaan. De gestage neergang van de kwaliteitsjournalistiek in Vlaanderen is de afgelopen weken in een stroomversnelling terechtgekomen.

Donderdagavond kwam Alison Des Forges om in het vliegtuigongeval in Buffalo. Zij die haar kenden spraken zonder reserve over een van de indrukwekkendste mensen die ze ooit hebben ontmoet. 'Een ijzeren wil', 'de moeder aller activisten', 'een monumentale persoonlijkheid.' Alison Des Forges was een van de meest bevoegen mensenrechtenexperts ter wereld. Ze schreef de belangrijkste studie over de genocide van 1994 in Rwanda en ijverde onvermoeibaar voor een betere wereld. Haar werk bij Human Rights Watch kenmerkte zich door de unieke combinatie van academische precisie en maatschappelijke stelligheid. Zij was geen onderzoekster die elk onderzoek liet verzanden in enerzijds en anderzijds, maar net zo min was ze een militante wier schreeuwen een gebrek aan inhoud moest verbergen.

Bij het bredere publiek genoot ze weinig bekendheid, maar ik vermoedde dat daar verandering in zou komen en dat ze binnen de komende tien jaar de Nobelprijs voor de Vrede zou krijgen.

Toen ik vrijdagmiddag het nieuws van haar overlijden per sms ontving ben ik onmiddellijk gaan bellen en surfen. Pas uren later verscheen het bericht op sommige van onze nieuwssites, weggemoffeld tussen veel advertenties, begraven onder het onuitstaanbare tralala dat Valentijn heet en de hijgerigheid die zoveel journalistiek in dit land inmiddels kenmerkt.

Ik weet: het zijn lastige tijden voor de



DAVID VAN REYBROUCK
vraagt meer kwaliteitsjournalistiek in plaats van 'onuitstaanbare tralala'. Hij is schrijver en columnist van deze krant. Hij publiceerde onlangs het spraakmakende essay *Pleidooi voor populisme*.

media en het internet drijft op onlinereclame. Maar de ondraaglijke lichtvoetigheid van ons hippe tijdsgewricht heeft toch nieuwe limieten bereikt als naast het bondige stukje over Alison des Forges een grote en knalrode advertentie voor Goedeles seksbijbel staat te knippen. Voor het goede begrip: ik heb niets tegen Goedele, ik geloof dat haar werk voor velen betekenisvol is en ik begrijp dat de plaatsing van advertenties losstaat van redactionele beslissingen.

Maar als ik de reclame over 'de ultieme luxe-editie' van *Haar seksbijbel* zie staan ('gebonden en met goud op de snede', las ik elders, en het was niet eens dubbelzinnig bedoeld) naast het summiere levensverhaal van een ongelooflijk moedige vrouw, proef ik toch iets groters. Reclame is soms meer onthullend dan onderzoeksjournalistiek. Genot lijkt hier wel een mensenrecht geworden, dacht ik, comfort een basisbehoefte. Het leven bij ons: een ultieme luxe-editie. Ongemerkt zijn we tot de grootste hedonisten van de planeet gaan behoren. Tezelfdertijd lijken we ons niet eens bewust van die decadentie.

Wat vonden onlineredacties afgelopen vrijdag nog de moeite van het posten waard? Seks, veel seks, en niet alleen omdat het Valentijn was. Een veiling bij Christie's leek vooral een voorwendsel om de ongesnoeiende bos schaamhaar van Madonna eens aanklikbaar te maken. Een niet-gemaakt, niet-gemonteerd, niet-verspreid promo-filmpje van Studio Brussel (promo, niet porno) was toen al dagen hoofdnieuws. Ook

kon ik ergens, om in de stemming te blijven, mijn seks-IQ testen. En zo lijkt er elke dag wel een stel borsten dat dringend aan de buitenwereld getoond moet worden.

Ik begin stilaan te begrijpen waarom die radicale moslims ons verderfelijker vinden: wij zijn gewoon verdorven.

En verder struikelde ik ook afgelopen vrijdag over de onophoudelijke stroom aan societygezever over Britney, Rihanna en consoorten. Ter herinnering: we hadden het over de kwaliteitsjournalistiek. Maar ook daar worden onbenullige randfenomenen plotseling hoofdnieuws.

Ik word zo moe van die hysterie, die cultuur van choquerende schandalen en aangeboden excuses. Al die aandacht voor stormen in glaasjes water. Ik kan het niet meer horen. Ik wil het niet meer horen.

Maandag schreef Ine Roox een aangrijpend in memoriam voor Alison Des Forges in *De Standaard*, maar ze moest expliciet verantwoorden waarom die relatief onbekende vrouw een halve pagina verdiende. Het is ver gekomen: dat een topjournaliste zich moet verdedigen voor een evident stuk, terwijl de dagelijkse lawine aan bullshit geen enkele verantwoording meer behoeft.

Ik word zo moe van die hysterie, die cultuur van choquerende schandalen en aangeboden excuses. Al die aandacht voor stormen in glaasjes water. Ik kan het niet meer horen. Ik wil het niet meer horen

"We kunnen nu eenmaal niet anders," hoor ik de persbenzen al zeggen, "maar die lichtere journalistiek doet geen afbreuk aan de rest van onze berichtgeving". Dat is slechts ten dele waar. Uiteraard lees ik nog steeds schitterende stukken in onze kranten en op onze websites, maar de karrenvracht aan nevennieuws begint stilaan verstikkend te werken. Afgelopen week braken op de Franse Antillen massale protesten uit tegen de overzeese politiek van Sarkozy. Groot nieuws. Dit gaat niet alleen over het late kolonialisme van Frankrijk, maar over de economische crisis die een Europese regering met heftige sociale oproer confronteert. Belga stuurde vijf persberichten

uit, *La Libération* wijdde er vier pagina's aan, maar op *De Morgen* na berichtte geen enkele Vlaamse krant erover.

Nee, in plaats van de lezer te informeren over wat er speelt, laat men het de lezer zelf zeggen. En dus staan de onlinefora staan vol met vaak totaal idiote 'bijdragen aan het debat'. De losse surfer mag signaleren als ze beledigend of ongepast zijn, maar als ze niet constructief of ronduit dom zijn, moet hij zwijgen. Elk zinnig mens weet dat daar geen enkele maatschappelijke meerwaarde in schuilt, maar de adverteerders willen graag horen hoeveel 'unieke, geregistreerde bezoekers' er bestaan en hoelang ze online blijven. Vandaar.

Web 2.0 heet dat. Ik vind het toch meer nul dan twee. *User-generated content*. Jaja. *User-generated nonsense* meestentijds en die stijl nemen redacties inmiddels over als de norm.

De media beginnen wat dat betreft steeds meer op politieke partijen te gelijken: instellingen die niet langer met gezag en zelfvertrouwen een visie uitstralen, maar die vooral een zo groot mogelijk publiek willen behagen en dus bereid zijn om veel, heel veel water in hun wijn te doen. Er is geen verschil meer tussen het aanklikken

met de muis en het aanstippen met de lichtperi in het kiesholkje. Holheid regeert en het is nergens voor nodig. Die mode behoort niet tot de onvermijdelijke loop der geschiedenis, ze is de bewuste keuze van machtigen in de coulissen. Om in termen te spreken die zij toch moeten verstaan: "Alleen al commercieel gesproken vormen de meerwaardezoekers een interessante markt, een substantiële niche met veel geld." Zo, het is eruit. Nu de mond spoelen.

Vrijdagavond vieren we de strijd om deze krant. Ik ga er graag heen. Het is inmiddels twaalf jaar dat ik voor *De Morgen* freelance. En ik wil dat ook blijven doen. Omdat journalistiek een urgentie is.