A

Bijlage

Rapportage inhoudsanalyse

EUR-COT onderzoek 'Politie en media'

drs. M. Kleppe en drs. T.C.C. van Beek
o.l.v. prof.dr. H.J.G. Beunders

November 2003 – februari 2004

Inhoud

Bijlage A

Inleiding 7

Hoofdstuk 1 Onderzoeksopzet 9

1.1 Vraagstelling 9
1.2 Opzet 11
1.3 Operationalisatie 11
1.4 Definiëring 14
1.5 Verantwoording 17

Hoofdstuk 2 Resultaten van het onderzoek 19

2.1 Kwantitatief 19
2.1 Kwalitatief 21

Hoofdstuk 3 Koppeling van de uitkomsten 31

3.1 Onderwerpen nieuwsartikelen versus ingezonden brieven 31
3.2 Aard en bron van de berichtgeving over de politiekorpsen 33
3.3 Fouten politie 35
3.4 Verloop toon berichtgeving 36

Hoofdstuk 4 Conclusies 39

Hoofdstuk 5 Samenvatting 41

Bijlage I Definities 43

I.I Artikelen 43
I.II Bronnen 44
I.III Onderwerp/Hot item 46

Bijlage II Tabellen behorende bij hoofdstuk 2 51

Bijlage III Tabellen behorende bij hoofdstuk 3 55

Inleiding

Dit rapport is een weergave van de uitkomsten van een uitgebreide inhoudsanalyse van twee Nederlandse kranten en hun berichtgeving met betrekking tot de politie. Samen met een enquête en interviews zijn de resultaten van dit onderzoek een bron van gegevens t.b.v. het onderzoek 'Politie en media: inzicht in een spanningsvolle relatie'.

Het doel van dit onderzoek is de beeldvorming over de politie te bepalen, zoals deze tot stand wordt gebracht door kranten. Hiertoe wordt niet alleen bepaald of er een positief dan wel negatief beeld van de politie wordt geschetst, maar ook wordt er gekeken welke politiekorpsen veelal in het nieuws zijn, wat voor onderwerpen de meeste aandacht krijgen en wanneer dit het geval is.

Dit onderzoek is geen perceptie-onderzoek en pretendeert het ook niet te zijn. De onderzoekers willen enkel en alleen de berichtgeving in de geschreven media over de politie beschrijven aan de hand van een vooraf opgestelde analysemodel en onderzoeksvragen.

In het volgende hoofdstuk zullen de onderzoeksvraag en methoden van onderzoek behandeld worden. Het hoofdstuk daarna zal per deelvraag de uitkomsten van het onderzoek behandelen en in het derde hoofdstuk zullen deze uitkomsten gekoppeld worden. In het laatste hoofdstuk worden de conclusies van dit onderzoek gepresenteerd.

1

Onderzoeksopzet

Het doel van dit onderzoek is de beeldvorming over de politie te schetsen, door middel van de berichtgeving over de politie in twee landelijke kranten. Aanleiding voor dit onderzoek zijn de reacties van politievoorlichters over de media. Eveneens geeft het onderzoek meer inzicht in de relatie tussen de politie en de media. Hiertoe zijn een hoofdvraag en een aantal deelvragen opgesteld.

1.1 *Vraagstelling*

De hoofdvraag van dit onderzoek luidt als volgt:

Hoe is de beeldvorming over de Nederlandse politie in enkele geschreven media tussen 1 augustus 2002 en 31 juli 2003?

Om een goed antwoord te krijgen op deze vraag is een aantal subvragen gedefinieerd. Deze zijn onder te verdelen in vorm-, onderwerp-, aard- en regio-deelvragen.

1. *Vorm-deelvragen:*
   - ***Hoeveel artikelen zijn er in de onderzochte kranten verschenen waarin de politie een actieve rol vervulde of waarin de politie onderwerp was? Hoe lang zijn deze artikelen?***
   Deze deelvraag is bedoeld als algemeen overzicht van het totaal aantal artikelen maar ook kan het dienen als vergelijking tussen de twee onderzochte kranten. Van elk artikel wordt genoteerd uit hoeveel woorden het bestaat, zodat de lengte kan worden vastgesteld. Hierdoor kan de gemiddelde lengte worden uitgerekend en eventueel gebruikt worden als referentie. Eveneens kunnen controles worden uitgevoerd. Zo kan het zijn dat er over een onderwerp veel artikelen worden geschreven, terwijl deze artikelen kort zijn.

   - ***In welke rubrieken staan de gevonden artikelen?***
   De mate van belangrijkheid van een artikel kan worden afgeleid van de rubriek waarin een artikel is geplaatst. Een artikel op de voorpagina krijgt immers meer aandacht dan een artikel op pagina zeven.

- Wat voor soort artikelen worden er geschreven over de Nederlandse politie?
Zijn er veel nieuwsberichten of voornamelijk opiniërende artikelen met betrekking tot de politie? De uitkomst hiervan zegt iets over de berichtgeving maar ook over de mate van betrokkenheid van burgers.

2. *Onderwerp-deelvragen:*
- Welke onderwerpen m.b.t. de politie krijgen de meeste aandacht?
Verspreid over een jaar zijn er een aantal onderwerpen die telkens terug komen. Welke zijn dit?

- Hebben nieuwsartikelen dezelfde onderwerpen als de ingezonden brieven?
Als vervolg op de vorige deelvraag: welke onderwerpen vinden burgers, die brieven naar de kranten sturen, belangrijk? Zijn dit dezelfde onderwerpen die de aandacht krijgen in de algemene berichtgeving in de krant?

- Waar komt de informatie voor de geanalyseerde artikelen vandaan?
Degene die optreedt als bron voor een journalist en daarmee voor een artikel kan een belangrijke rol spelen in de beeldvorming. Een analyse van deze bronnen is essentieel, vooral wanneer de politie een actief communicatiebeleid voert. Op deze manier kan bekeken worden of dit beleid terug komt in de geanalyseerde artikelen.

3. *Aard-deelvragen:*
- Schetsen de gevonden artikelen een positief, negatief of neutraal beeld van de Nederlandse politie?
Het beeld van de politie in de geschreven media wordt voor een groot deel bepaald door de toon van de berichtgeving. Elk bericht is anders, maar uit elk bericht is de toon voor de politie vast te stellen.

- Is er een causaal verband tussen de bron en de toon van de berichtgeving?
Kan degene die de informatiestromen beheerst, ook de toon van de berichtgeving beheersen? Oftewel, ontstaat er een positief dan wel negatief beeld van de politie wanneer een voorlichter actief dan wel passief optreedt?

- Hoe is het verloop van de aard van de berichtgeving?
Van elk artikel kan worden vastgesteld of het positief, negatief of neutraal is voor de politie. Omdat dit onderzoek een volledig jaar beslaat, kan worden

vastgesteld of de verdeling van deze berichten gelijkmatig verdeeld is over het onderzochte jaar of wellicht vertoont het een wisselend patroon.

4. *Regio-deelvragen:*
   - **Hoe is de verdeling van de media-aandacht over de verschillende politie-korpsen?**
   Elk korps is verschillend en dus ook het communicatiebeleid. Maar welk korps komt nu het meeste in het nieuws en welk korps het minste?

1.2 Opzet

Gekozen kranten
Om deze vragen te beantwoorden is er gekeken naar twee landelijke dagbladen, te weten *De Telegraaf* en *NRC Handelsblad*. Met de keuze voor deze twee kranten wordt er zowel een ochtend- als avondkrant bekeken. Daarnaast zijn het twee verschillende soorten kranten: *De Telegraaf* is een zogenaamde 'populaire massa-krant' en *NRC Handelsblad* is een 'kaderkrant', ook wel *paper of record* genoemd. Dit verschil uit zich niet alleen in de opmaak van de krant maar eveneens in de onderwerpskeuze en het lezerspubliek. Door deze twee verschillende kranten te bestuderen is er op deze vlakken een evenredige verspreiding, waardoor een zo volledig mogelijk beeld kan worden bepaald.

Periode
De onderzochte artikelen zijn afkomstig uit de periode 1 augustus 2002 tot en met 31 juli 2003. Voor deze periode is gekozen vanwege de duur waarin het algehele onderzoek valt: veel van de interviews vonden plaats gedurende deze maanden. Eveneens vonden er in deze maanden een aantal interessante gebeurtenissen plaats. Te denken valt aan de arrestaties van de Albert Heijn-medewerkers, maar ook de tweedekamerverkiezingen in januari en de discussie over presatie-contracten met de politie.

1.3 Operationalisatie

Artikelen
De archieven van *De Telegraaf* en *NRC Handelsblad* zijn beide digitaal beschikbaar waardoor de relevante artikelen relatief eenvoudig gevonden kunnen worden.

Artikelen uit *NRC Handelsblad* zijn terug te vinden in *de Krantenbank*. Dit is een digitale databank waarmee artikelen uit de PCM-kranten geraadpleegd kunnen worden. Deze databank is openbaar toegankelijk via bibliotheken.[1] De artikelen van *De Telegraaf* waren ten tijde van het onderzoek nog niet publiekelijk toegankelijk voor de onderzoekers. Daarom is er gebruik gemaakt van het systeem *CAT-net*, dat de documentatie-afdeling van *De Telegraaf* hanteert. De onderzoekers hebben hiervan gebruik mogen maken bij *De Telegraaf* zelf.

Een nadeel van *de Krantenbank* is dat artikelen van freelance journalisten niet beschikbaar zijn omdat de auteurs hier geen toestemming voor hebben gegeven. Wel is na te gaan welke artikelen dit zijn. In dit geval waren het er dusdanig weinig dat dit geen vertekening zal opleveren bij de resultaten voor *NRC Handelsblad*. Een tweede nadeel van *de Krantenbank* is dat er geen foto's beschikbaar zijn. Deze zijn daarom niet meegenomen in dit onderzoek. Een laatste nadeel is dat de opmaak van de krant niet beschikbaar is via de databank. Hierdoor kan bijvoorbeeld de grootte van de kop boven het artikel niet worden geanalyseerd.

De onderzoekers hebben in beide databases verschillende *trefwoorden* ingevoerd. Documentalisten bij de kranten kennen deze trefwoorden toe aan alle artikelen. Omdat de twee kranten niet dezelfde definities voor de trefwoorden hanteren, is er bij beide kranten met verschillende trefwoorden gezocht. Dit waren in het geval van *NRC Handelsblad*: politie, overvallen, diefstal, strafrecht, mishandeling, justitie, vermogensdelicten, minderheden en arrestaties.
In het geval van *De Telegraaf* waren dit: politie, misdrijven, arrestaties, allochtonen, criminaliteitscijfers, korps, sterkte en succes.

Van de gevonden artikelen is vastgesteld of de politie een actieve rol had en/of onderwerp van het artikel was. Als dit het geval was, dan zijn deze opgenomen in de selectie artikelen, die verder geanalyseerd is. Artikelen waarin de politie geen actieve rol heeft en/of geen onderwerp van het artikel was, zijn niet geanalyseerd omdat deze niet beeldbepalend zijn voor de politie.

Om de gevonden selectie artikelen te controleren is er voor zowel *De Telegraaf* als *NRC Handelsblad* ook nog gezocht op het woord 'politie'. Hierdoor zouden alle

1 Tegenwoordig is de *Krantenbank* opgegaan in het systeem *Lexis Nexis News Portal*.

artikelen waarin het woord 'politie' staat, gevonden worden. Op deze manier kon de gevonden selectie artikelen gecontroleerd worden zodat een zo betrouwbaar mogelijke selectie artikelen geanalyseerd zou worden.
Op deze manier zijn er in eerste instantie 6451 artikelen gevonden in beide database. Hiervan zijn er 1475 door de onderzoekers als relevant beschouwd. Deze artikelen zijn geanalyseerd en in dit onderzoek opgenomen.

Analyse
De gevonden artikelen zijn door de onderzoekers inhoudsanalytisch gecodeerd met behulp van een vooraf opgesteld model. Uit de deelvragen is op te maken dat de artikelen zowel kwantitatief als kwalitatief onderzocht zijn.

De *kwantitatieve* elementen van het model zijn:
- Het aantal artikelen en de lengte hiervan
- De rubriek
- Het soort artikel.

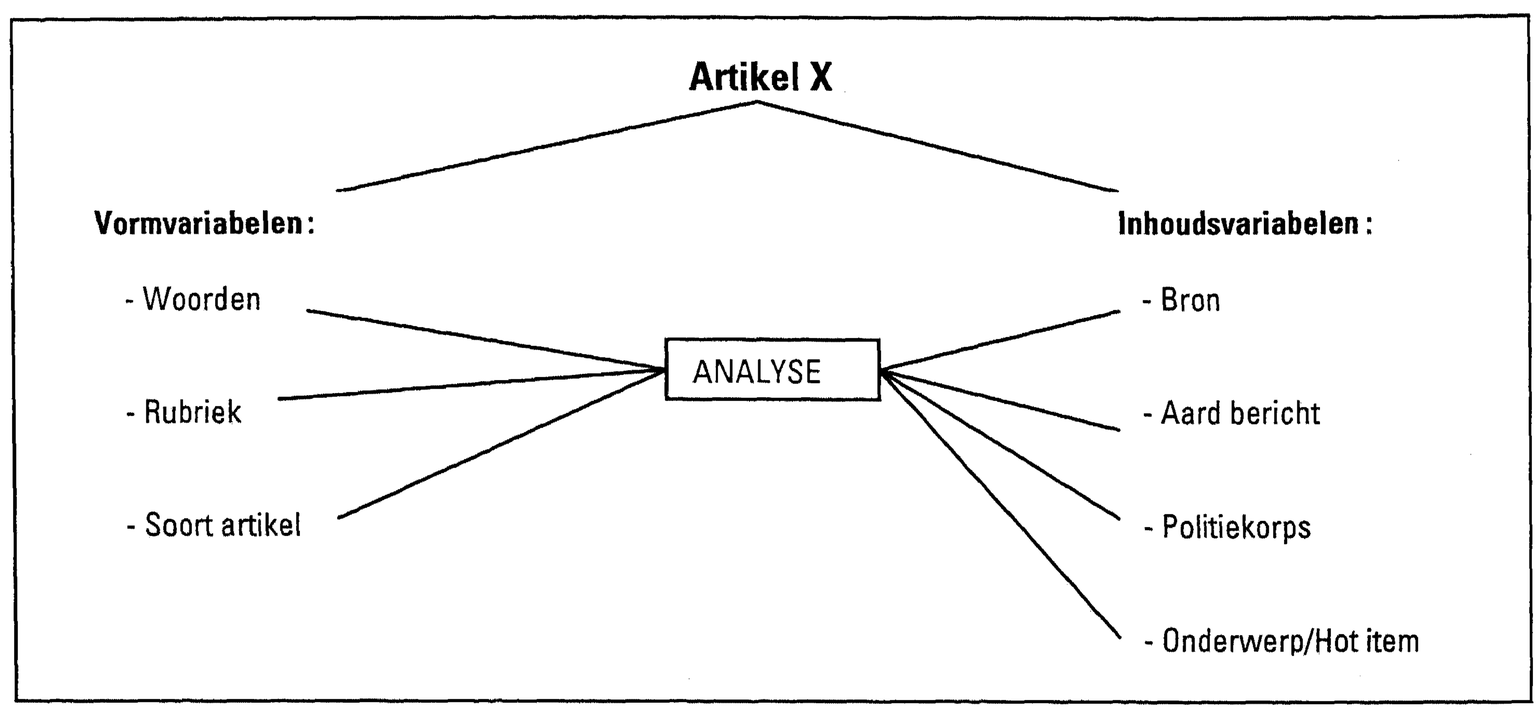
De *kwalitatieve* elementen zijn:
- De bron
- De aard van het bericht(positief, negatief of neutraal)
- Het betrokken politiekorps
- Het onderwerp.

Met behulp van deze elementen zijn de volgende vorm- en inhoudsvariabelen opgesteld:

Vormvariabelen:
- Woorden
- Rubriek
- Soort artikel.

Inhoudsvariabelen:
- Bron
- Aard bericht
- Politiekorps
- Onderwerp/hot item.

Deze variabelen zijn door de onderzoekers aan elk van de 1475 geanalyseerde artikelen toegekend. Vervolgens konden de vorm- en inhoudsvariabelen met behulp van een statistisch programma aan elkaar gekoppeld worden door middel van een kruistabel. Zodoende kan bijvoorbeeld vastgesteld worden hoeveel woorden de positieve berichten hebben en in welke rubriek deze voornamelijk staan. Maar ook kan gekeken worden welk onderwerp het meest op bijvoorbeeld de voorpagina staat.



Schema 1.1 Aan elk artikel worden vorm- en inhoudsvariabelen toegekend. Wanneer dit is gedaan, kunnen de twee soorten variabelen aan elkaar gekoppeld worden door middel van een kruistabel.

1.4 Definiëring

Voorafgaand aan de analyse is elke variabele gedefinieerd. In bijlage I is een definitie van elke variabele opgenomen. In deze paragraaf wordt volstaan met een korte beschrijving van de variabele en het noemen van de verschillende soorten.

Woorden
Van elk artikel wordt de hoeveelheid woorden geteld om zo de lengte van een artikel vast te kunnen stellen.

Rubriek
Een rubriek is de sectie in de krant waar het artikel is geplaatst. In dit onderzoek zijn de volgende rubrieken gehanteerd:

- Voorpagina
- Binnenland
- Metropool-Amsterdam
- Metropool-Rotterdam
- Reportage
- Opinie
- Buitenland
- Kunst
- Sport
- Economie
- Zaterdagbijlagen

De Telegraaf heeft naast de normale binnenland pagina nog twee speciale edities, te weten 'Metropool-Rotterdam' en 'Metropool-Amsterdam'. Deze pagina's verschijnen alleen in respectievelijk de regio Rotterdam en Amsterdam. Bij de analyse van de totale gegevens zijn deze onder de rubriek 'binnenland' geplaatst. Wanneer er alleen naar *De Telegraaf* wordt gekeken, dan worden deze twee pagina's als aparte rubrieken behandeld. Dit geldt ook voor de rubriek 'reportage' en 'opinie' bij *NRC Handelsblad*.

Artikel
Er zijn een aantal verschillende soorten artikelen, die grosse modo in drie soorten zijn te onderscheiden: nieuwsartikelen, achtergrondartikelen en opiniërende artikelen.
In dit onderzoek zijn deze soorten enigszins uitgebreid en als volgt verdeeld:

- Nieuws
- Interview
- Achtergrond
- Reportage
- Opinie-brieven
- Hoofdartikel
- Opinie-artikel

Bron
De bron is de persoon of instantie waarvan de journalist informatie heeft verkregen voor het schrijven van het bestudeerde artikel. Voor dit onderzoek zijn de volgende bronnen gehanteerd:

- Advocaat
- Ambtenarij
- Belangengroepering
- Betrokkene
- Buitenlandse politie
- Dader/Verdachte
- Nationale ombudsman
- Openbaar Ministerie (OM)
- Politie
- Politiek
- Slachtoffer
- Wetenschap

- Familie/Nabestaanden slachtoffer
- Gerechtshof
- Justitie
- Allerlei
- Onbekend
- Niet relevant

Aard bericht
Van elk bericht is vastgesteld of het positief, negatief of neutraal voor de politie is. Bij het vaststellen van de aard is dus beredeneerd vanuit de politie. Zodoende wordt bijvoorbeeld 'een arrestatie' positief beoordeeld, maar een 'geschorste agent' negatief.

Politiekorps
Van elk bericht wordt vastgesteld op welk korps het betrekking heeft. Hierbij is gebruik gemaakt van de reguliere indeling. Wanneer een bericht op heel Nederland betrekking heeft, wordt de regio 'Nederland' toegekend.
Zodoende zijn de volgende korpsen gehanteerd:

- KLPD
- Brabant Zuid-Oost
- Brabant-Noord
- Drenthe
- Flevoland
- Fryslân
- Gelderland-Midden
- Gelderland-Zuid
- Gooi en Vechtstreek
- Groningen
- Haaglanden
- Hollands Midden
- IJsselland
- Kennemerland
- Limburg-Noord
- Limburg-Zuid
- Midden- en West-Brabant
- Noord- en Oost-Gelderland
- Noord-Holland Noord
- Rotterdam-Rijnmond
- Twente
- Utrecht
- Zaanstreek-Waterland
- Zeeland
- Zuid-Holland-Zuid
- Nederland als geheel

Onderwerp / Hot item
Van elk artikel is bepaald of het een onderwerp is, dat regelmatig terugkomt of niet. Indien dit het geval is, dan wordt het tot een zogenaamd 'hot item' gerekend. In dit onderzoek zijn twee soorten 'hot items' gedefinieerd: 'beleidsmatige-hot items' en 'incident-hot items'. De laatste soort heeft betrekking op gebeurtenissen, die een lange nasleep hebben of later terug komen. De beleids hot items gaan over algemenere zaken, die veelal betrekking hebben op het beleid van de politie of de politiek.

De volgende 'beleidsmatige-hot items' zijn gedefinieerd:

- Bereikbaarheid
- C 2000
- Cameratoezicht
- Cellentekort
- Criminaliteitscijfers
- Draaideurcriminelen/Veelpleger
- Extra agenten
- Kabinetsbeleid
- Opsporingsmethoden
- Opsporingspercentage
- Organisatie politie
- Prestatiecontracten
- Prioriteitsstelling
- Terorrisme
- Zichtbaarheid

'Incident-hot items':

- 4 mei verstoringen
- Aanhoudingen winkelpersoneel
- Bedreigingen openbare figuren
- Drugs
- Etnische spanningen
- Fouten politie
- Illegalen
- Invallen woonwagenkampen
- Kogelbrieven
- Neerschieten verdachte
- Preventief fouilleren
- Verkeerscontroles
- Zaak-Pieper
- Zaak-Venlo/Steegmans

1.5 *Verantwoording*

De onderzoekers zijn van mening dat de gekozen werkwijze zorgvuldig en volledig is en een getrouw beeld geeft van de politie, zoals de onderzochte media deze creeëren.
Een nadeel van de gehanteerde werkwijze is dat deze zeer arbeidsintensief is. Allereerst omdat een grote groep artikelen moet worden doorgenomen om vast te stellen welke artikelen tot de definitieve selectie behoren. Vervolgens moeten deze geselecteerde artikelen wederom allemaal worden doorgenomen om de vooraf gedefinieerde variabelen toe te kennen. Bij de bestudering van de artikelen had er ook voor gekozen kunnen worden om enkel de eerste paragraaf van elk artikel te bestuderen. Om het onderzoek echter zo compleet mogelijk te maken is besloten om het volledige artikel te onderzoeken. Juist bij een onderwerp als dit kunnen kleine opmerkingen, die veelal niet in de eerste paragraaf worden gemaakt, beeldbepalend zijn. Zodoende was het noodzakelijk om het volledige artikel door te nemen.

De onderzoekers zijn zich er verder van bewust dat met de keuze voor twee dagbladen een enigszins eenzijdig deel van de media wordt bestudeerd. Zo wordt de televisie bijvoorbeeld helemaal niet onderzocht, terwijl deze toch ook beeldbepalend kan zijn. Hiervoor zijn een aantal redenen te geven. Allereerst blijkt uit eerdere onderzoeken dat bij het proces van *inter-media agenda setting* in Nederland, de invloed van het krantennieuws op de televisie groter is dan omgekeerd.[2] Eenvoudig gezegd: de televisie volgt het nieuws dat het eerst in de krant wordt gemeld. Hierdoor kan worden aangenomen dat de berichtgeving op de televisie en kranten grotendeels gelijk zal zijn. Een tweede reden is dat de codering van televisiebeelden nóg arbeidsintensiever is dan bij geschreven media. Bij de laatste kan immers gebruik worden gemaakt van elektronische bestanden en zoekfuncties terwijl dit bij televisiebeelden helaas nog niet het geval is.

Zoals eerder vermeld hebben databanken echter ook enkele (grote) nadelen. Zo zijn de artikelen van freelance journalisten niet opgenomen in de bestanden, net als de foto's. Maar ook de lay-out van de pagina is niet digitaal beschikbaar. Hierdoor kan bijvoorbeeld niet de grootte van de kop boven een artikel worden geanalyseerd. Dit is dus ook niet gedaan voor dit onderzoek en dat is betreurenswaardig.

Een laatste kanttekening die bij dit onderzoek kan worden gemaakt is de keuze voor de twee dagbladen. Een regionale krant was wellicht ook interessant geweest om te bestuderen. Het feit dat *De Telegraaf* echter voor een deel regionale secties heeft (Metropool-Amsterdam en Metropool-Rotterdam) heft dit mogelijk punt van kritiek weer enigszins op. Desondanks zouden regionale kranten toch ook een interessante bron van onderzoek kunnen zijn.

---

2 Kleinnijenhuis, Jan, Dirk Oegema, Jan de Ridder, Anita van Hoof en Rens Vliegenthart, *De puinhopen in het nieuws. De rol van de media bij de Tweede-Kamer verkiezingen van 2002*. Alphen aan de Rijn, Kluwer, 2003.

2

Resultaten van het onderzoek

In dit hoofdstuk worden de uitkomsten van het onderzoek besproken. De resultaten zullen per deelvraag behandeld worden, te beginnen met de kwantitatieve elementen. In paragraaf 2.2 komen de kwalitatieve aspecten aan bod. Naar aanleiding van deze resultaten zullen enkele vragen rijzen en deze zullen in het volgende hoofdstuk behandeld worden waarbij de uitkomsten van de kwalitatieve en kwantitatieve analyse worden gekoppeld. De belangrijkste resultaten in dit hoofdstuk worden ondersteund door tabellen en/of grafieken. In de bijlagen zijn alle relevante tabellen per paragraaf en deelvraag opgenomen.

2.1 Kwantitatief

- Hoeveel artikelen zijn er in de onderzochte kranten verschenen waarin de politie een actieve rol vervulde of waarin de politie onderwerp was? Hoe lang zijn deze artikelen?

Het antwoord op het eerste deel van deze deelvraag is eenvoudig te geven. In totaal zijn 1475 artikelen gevonden, waarvan verreweg het grootste deel afkomstig is van *De Telegraaf*, namelijk 1031. *NRC Handelsblad* levert 444 artikelen. De artikelen in *De Telegraaf* zijn daarentegen een stuk korter. De gemiddelde lengte bedraagt namelijk 217 woorden, terwijl dit gemiddelde bij *NRC Handelsblad* een stuk hoger ligt, namelijk op 355 woorden. De gemiddelde lengte van een artikel, bezien over het totaal aantal artikelen is 259 woorden.

	De Telegraaf	NRC Handelsblad	Totaal
Totaal aantal artikelen	1031	444	1475
Totaal aantal woorden	224036	157814	381850
Gemiddeld aantal woorden per artikel	217	355	259

Tabel 2.1 Overzicht aantallen artikelen en woorden per krant en totaal.

- In welke rubrieken staan de gevonden artikelen?

Zoals al in het vorige hoofdstuk vermeld is, hebben beide kranten verschillende rubrieken. Om een totaal beeld te kunnen maken zijn bij *De Telegraaf* zowel de Metropool-pagina's, als ook de rubriek 'Reportage' bij binnenland gerekend. Bij

NRC Handelsblad is de sectie 'opinie' in onderstaande tabel eveneens onder binnenland gerekend.

Rubriek	Aantallen artikelen	Percentage van het geheel
Voorpagina	88	6 %
Binnenland	1354	92 %
Buitenland	3	0 %
Kunst	2	0 %
Sport	5	0 %
Economie	7	1 %
Zaterdagbijlagen	16	1 %
Totaal	1475	100 %

Tabel 2.2 Een schematisch overzicht van de verdeling van de aantallen artikelen over de rubrieken.

Uit bovenstaande tabel blijkt dat verreweg de meeste artikelen die betrekking hebben op de politie, op de binnenland pagina's staan. Slechts een klein deel, namelijk 6 procent van alle artikelen staat op de voorpagina.

Wanneer gekeken wordt naar *De Telegraaf* en *NRC Handelsblad* dan ziet de tabel er als volgt uit:

Rubriek	Telegraaf-absoluut	Telegraaf-relatief	NRC-absoluut	NRC-relatief
Voorpagina	50	5 %	38	9 %
Binnenland	626	62 %	347	79 %
Metropool-Amsterdam	190	18 %	n.v.t.	n.v.t.
Metropool-Rotterdam	138	13 %	n.v.t.	n.v.t.
Reportage	22	2 %	n.v.t.	n.v.t.
Buitenland	1	0 %	2	0 %
Opinie	n.v.t.	n.v.t.	31	7 %
Kunst	0	0 %	2	0 %
Sport	1	0 %	4	1 %
Economie	1	0 %	6	1 %
Zaterdagbijlage	2	0 %	14	3 %
Totaal	1031	100 %	444	100 %

Tabel 2.3 De verdeling van de aantallen artikel over de rubrieken per onderzochte krant.

Uit deze tabel blijkt dat 50 van de 1031 onderzochte artikelen uit *De Telegraaf* op de voorpagina staan. Alhoewel dit percentueel niet veel is, blijkt hier wel uit dat bijna elke week een artikel met betrekking tot de politie op de voorpagina staat. Dit is enigszins opmerkelijk aangezien er per dag slechts vijf tot zeven artikelen op de voorpagina staan.

Hieruit kan geconcludeerd worden dat *De Telegraaf* niet alleen veel artikelen m.b.t. de politie plaatst, maar ook worden deze artikelen regelmatig op een prominente plaats in de krant gezet.

- Wat voor soort artikelen worden er geschreven over de Nederlandse politie?

Artikel	Telegraaf-absoluut	Telegraaf-relatief	NRC-absoluut	NRC-relatief	Totaal-absoluut	Totaal-rel
Nieuws	877	86 %	373	83 %	1250	84 %
Reportage	22	2 %	5	1 %	27	2 %
Achtergrond/Nieuwsanalyse	3	0 %	25	6 %	28	2 %
Interview	1	0 %	9	2 %	10	1 %
Opinie-hoofdartikel	20	2%	13	3 %	33	2 %
Opinie-artikel	0	0 %	12	3 %	12	1 %
Opinie-column	4	0 %	0	0 %	4	0 %
Opinie-brieven	104	10 %	7	2 %	111	8 %
Totaal	1031	100 %	444	100 %	1475	100 %

Tabel 2.4 Een schematisch overzicht van de verdeling van de soorten artikelen verdeeld over de twee onderzochte kranten en het totaal.

Uit deze tabel blijkt dat verreweg de meeste artikelen, nieuwsberichten zijn, namelijk 84 procent van alle berichten. Wel is een verschil te zien tussen *De Telegraaf* en NRC *Handelsblad*. *De Telegraaf* besteedt namelijk meer aandacht aan opinie (twaalf procent) dan de NRC (acht procent). Deze besteedt juist meer aandacht aan achtergronden en interviews; acht procent terwijl dit bij *De Telegraaf* nul procent is. Dit verschil is te verklaren door te kijken naar de achtergrond van de krant. *De Telegraaf* is een 'populaire massakrant' waar achtergronden en interviews minder in voor komen, dan in een 'kaderkrant of paper of record', hetgeen NRC *Handelsblad* wil zijn.

2.2 Kwalitatief

- Waar komt de informatie voor het artikel vandaan?

Bij elk artikel is gekeken waar de informatie vandaan kwam. Dit is door de onderzoekers vastgesteld door te kijken naar verwijzingen die in de tekst stonden, zoals 'volgens de politiewoordvoerder', 'de advocaat verklaarde', etc. In de meeste gevallen was het duidelijk wie of wat de bron was. Wanneer dit niet het geval was, is de variabele 'onbekend' toegekend. Wanneer meerdere bronnen zijn gebruikt, dan is de variabele 'allerlei' toegekend. Onder 'allerlei' valt ook nagenoeg de politie als bron.

Bron	Aantallen artikelen	Percentage van het geheel
Politie	406	28 %
Onbekend	403	27 %
Allerlei	209	14 %
Niet relevant	150	10 %
Politiek	92	6 %
Wetenschap	53	4 %
Slachtoffer	38	3 %
Openbaar Ministerie (OM)	36	2 %
Belangengroepering	24	2 %
Justitie	19	1 %
Betrokkene	8	1 %
Familie/Nabestaanden slachtoffer	7	0 %
Media	7	0 %
Advocaat	6	0 %
Ambtenarij	6	0 %
Gerechtshof	6	0 %
Dader/Verdachte	2	0 %
Nationale ombudsman	2	0 %
Buitenlandse politie	1	0 %
Totaal	1475	98 %

Tabel 2.4 Een schematisch overzicht van de verdeling van de bronnen. Wegens afrondingen komt het totale percentage niet op precies honderd procent uit.

Bij een eerste blik op de percentages lijkt het erop dat de hoeveelheid artikelen die de politie als bron hebben (28 procent) en de artikelen waarvan de bron onbekend (27 procent) is, ongeveer gelijk zijn. Echter, wanneer het percentage van de variabele 'allerlei' (14 procent) erbij wordt betrokken, blijkt dat de politie met 42 procent de meest gebruikte bron is.

- Schetsen de gevonden artikelen een positief, negatief of neutraal beeld van de Nederlandse politie?

Zoals in het vorige hoofdstuk al is vermeld wordt voor het beantwoorden van deze deelvraag de politie als uitgangspunt genomen. Kortom, is een bericht voor de politie positief, negatief of neutraal?
Voor de duidelijkheid volgen hier enkele voorbeelden van artikelen en hoe deze beoordeeld zijn.

- Positief:

Drugsdealers aangehouden

De recherche van Amsterdam heeft vier personen van 37, 39, 44 en 49 jaar aangehouden in verband met de handel in drugs. In totaal werd vier kilo cocaïne en een vuurwapen in beslag genomen. Een verdachte had een rugzak met 73.000 Engelse ponden in bezit en kon dit geld bij de politie inleveren. De hoofdverdachte van de drugshandel is een Engelsman die zich in Nederland schuil hield voor de politie in zijn eigen land. Hij werd gezocht in verband met een grote zaak.

Bron: De Telegraaf, 8 oktober 2002

Dit artikel is duidelijk positief voor de politie. De politie heeft immers een aantal mensen (terecht) gearresteerd en dat is positief.

- Negatief:

Ombudsman: Haagse politie fout in pedo-zaakTekst

De Haagse politie is door de Nationale Ombudsman op de vingers getikt vanwege de onfatsoenlijke manier waarop agenten zich de afgelopen jaren hebben gedragen tegenover een man, die door de buurt werd gezien als pedofiel. De man vluchtte drie jaar geleden met zijn gezin halsoverkop uit de Haagse nieuwbouwwijk Ypenburg nadat buurtbewoners hem hadden mishandeld en de ruiten van zijn woning hadden vernield. Zij hadden geruchten opgevangen dat de man, die zelf vader is van twee kinderen, een eerder veroordeelde pedofiel zou zijn. Voor zover bekend is de man, die tegenwoordig in het Groene Hart woont, echter nooit voor een zedenmisdrijf veroordeeld. Volgens de Ombudsman is de hele kwestie te wijten aan een politieambtenaar, die tevens in de ouderraad van de plaatselijke basisschool zat. Deze politieman zou in 1999 zijn boekje te buiten zijn gegaan. Toen vertelde hij aan de directeur van de basisschool in de wijk dat 'de integriteit van de man ten aanzien van kinderen in twijfel kon worden getrokken' en 'dat hij iets te maken had met pedofilie'.
Bovendien weigerde de politie drie jaar lang aangiften van de mishandelde en bedreigde man op te nemen.

Bron: De Telegraaf, 6 december 2002

Dit soort artikelen zijn negatief gecodeerd. Alhoewel het een kort artikel is, is het duidelijk dat de desbetreffende agent buiten z'n boekje is gegaan en dus is dit negatief voor de politie.

- Neutraal:

Geen geld, geen auto

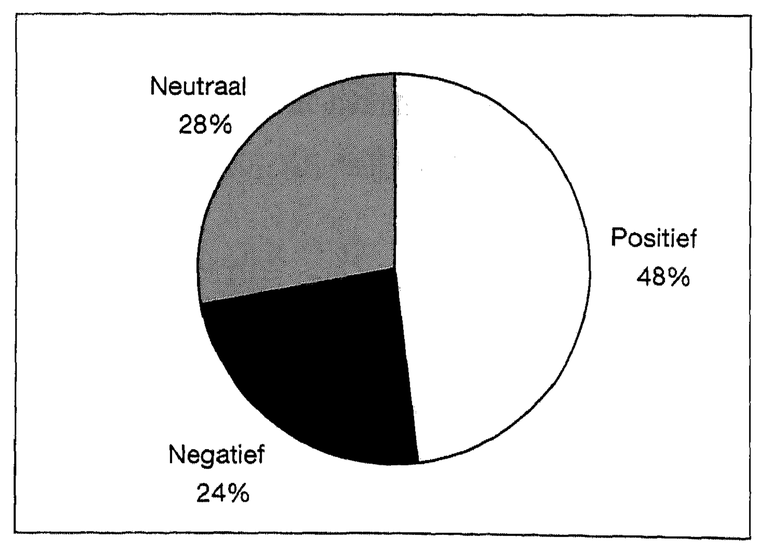
Een 32-jarige Duitser is in een woning aan de M.H. Trompweg in de Dordtse wijk Wielwijk op gewelddadige wijze beroofd van enkele duizenden euro's. De man dacht in de Merwestad een auto op de kop te kunnen tikken, maar kreeg direct bij binnenkomst in de woning een pistool tegen het hoofd gedrukt. Nadat hij zijn geld aan de drie mannen had afgegeven, werd de Duitser meerdere malen met het wapen opzijn hoofd geslagen. Toen de politie arriveerde, waren de daders al gevlogen. De onfortuinlijke oosterbuur moest zich door ambulancepersoneel aan zijn hoofdwond laten behandelen.

Bron: *De Telegraaf*, 3 juli 2003

In tegenstelling tot de vorige twee artikelen is in dit artikel niet duidelijk iets over de politie te zeggen. Het feit dat de daders al weg waren toen de politie arriveerde, wil nog niet zeggen dat de politie te laat was. Stel dat dit wel het geval was geweest en hierover stond een citaat van bijvoorbeeld het slachtoffer in de tekst, dan was het artikel negatief gecodeerd. Echter, in dit geval wordt het neutraal gecodeerd.

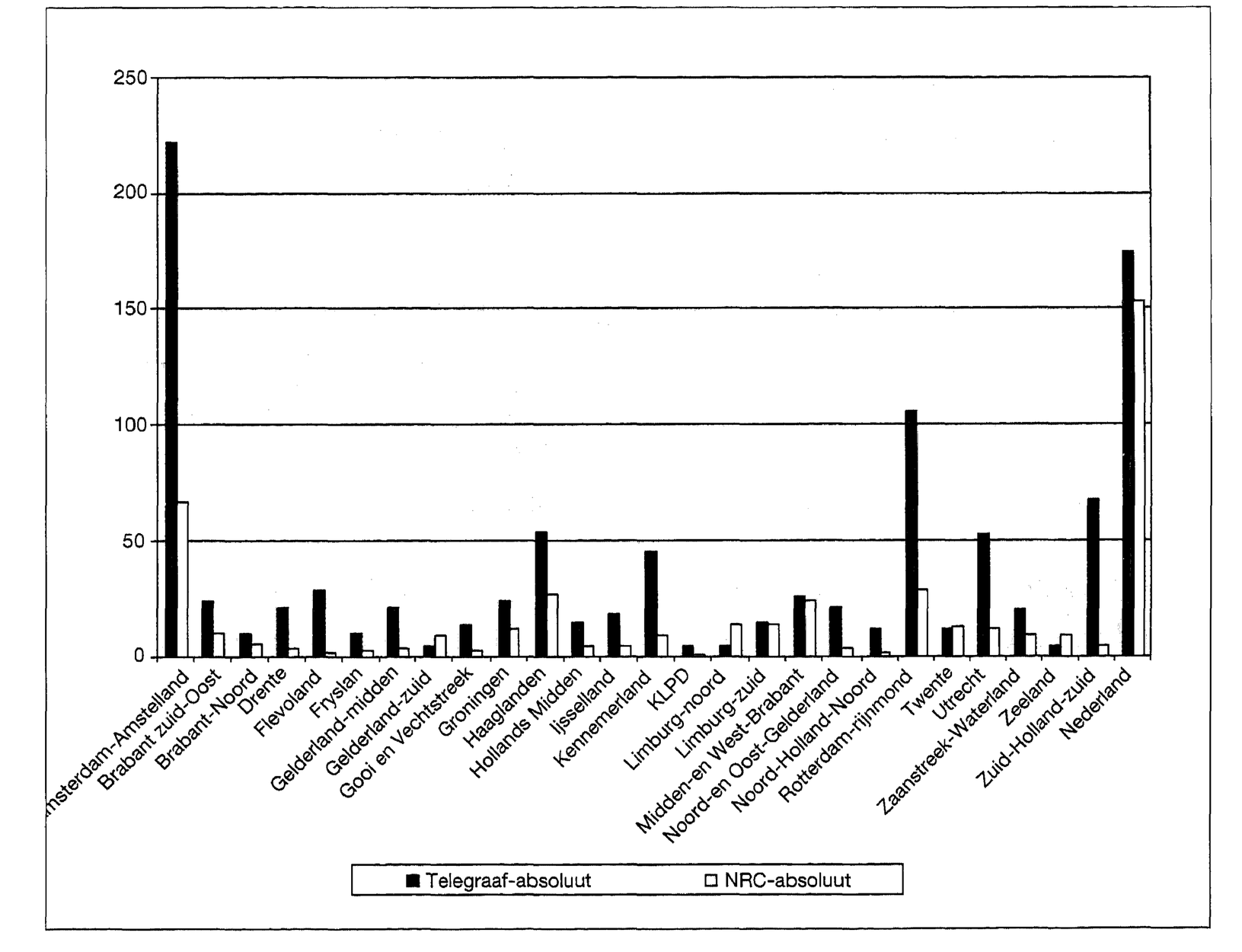
Bij de hierboven gegeven voorbeelden is het erg duidelijk wat de aard van het bericht is. Bij enkele berichten is dit niet zo, maar aan alle berichten is een aard toegekend.

Bij de uitkomsten laten zowel *De Telegraaf* als *NRC Handelsblad* een zelfde beeld zien: Ongeveer de helft van de artikelen is positief, en ongeveer een kwart is negatief en een kwart is neutraal. Hierdoor laten alle artikelen gezamenlijk ongeveer hetzelfde beeld zien.



Grafiek 2.1 Een taartdiagram met de verdeling van de aard van alle berichten.

- *Hoe is de verdeling van de media-aandacht over de verschillende politiekorpsen?*
Over welk politiekorps wordt het meeste bericht? Zoals onderstaande tabel en grafiek laten zien, besteedt *De Telegraaf* verreweg de meeste aandacht aan het korps Amsterdam-Amstelland. Bij *NRC Handelsblad* is dit een goede tweede. Nederland krijgt bij deze krant de meeste aandacht.
Overigens moet met betrekking tot *De Telegraaf* rekening worden gehouden dat zij twee secties hebben, die enkel aandacht besteden aan Rotterdam en Amsterdam (Metropool-Rotterdam en Metropool-Amsterdam). Hierdoor ligt de berichtgeving omtrent deze regio's enigszins hoger. Deze kanttekening heeft voor de conclusies van dit onderzoek geen invloed omdat hier wordt gekeken naar de berichtgeving in het algemeen. Voor een eventueel perceptie-onderzoek moet dit echter wel meegewogen worden.



Grafiek 2.2 De aantallen artikelen per politiekorps en per krant.

Politiekorps	Telegraaf-totaal	Telegraaf-relatief	NRC-totaal	NRC-relatief	Totaal-absoluut	Totaal-relatief
Amsterdam-Amstelland	222	21 %	67	15 %	289	19 %
Brabant Zuid-Oost	24	2 %	10	2 %	34	2 %
Brabant-Noord	10	1 %	6	1 %	16	1 %
Drenthe	21	2 %	4	1 %	25	2 %
Flevoland	29	3 %	2	0 %	31	2 %
Fryslân	10	1 %	3	1 %	13	1 %
Gelderland-Midden	21	2 %	4	1 %	25	2 %
Gelderland-Zuid	5	0 %	9	2 %	14	1 %
Gooi en Vechtstreek	14	1 %	3	1 %	17	1 %
Groningen	24	2 %	12	3 %	36	2 %
Haaglanden	54	5 %	27	6 %	81	5 %
Hollands Midden	15	1 %	5	1 %	20	1 %
IJsselland	19	2 %	5	1 %	24	2 %
Kennemerland	46	4 %	9	2 %	55	4 %
KLPD	5	0 %	1	0 %	6	0 %
Limburg-Noord	5	0 %	14	3 %	19	1 %
Limburg-Zuid	15	1 %	14	3 %	29	2 %
Midden-en West-Brabant	26	3 %	24	5 %	50	3 %
Noord-en Oost-Gelderland	21	2 %	4	1 %	25	2 %
Noord-Holland Noord	12	1 %	2	0 %	14	1 %
Rotterdam-Rijnmond	106	10 %	29	6 %	135	9 %
Twente	12	1 %	13	3 %	25	2 %
Utrecht	53	5 %	12	3 %	65	4 %
Zaanstreek-Waterland	20	2 %	9	2 %	29	2 %
Zeeland	5	0 %	9	2 %	14	1 %
Zuid-Holland Zuid	68	7 %	5	1 %	73	5 %
Nederland	175	17 %	153	34 %	328	22 %
Totaal	1037	96 %	455	100 %	1492	99 %

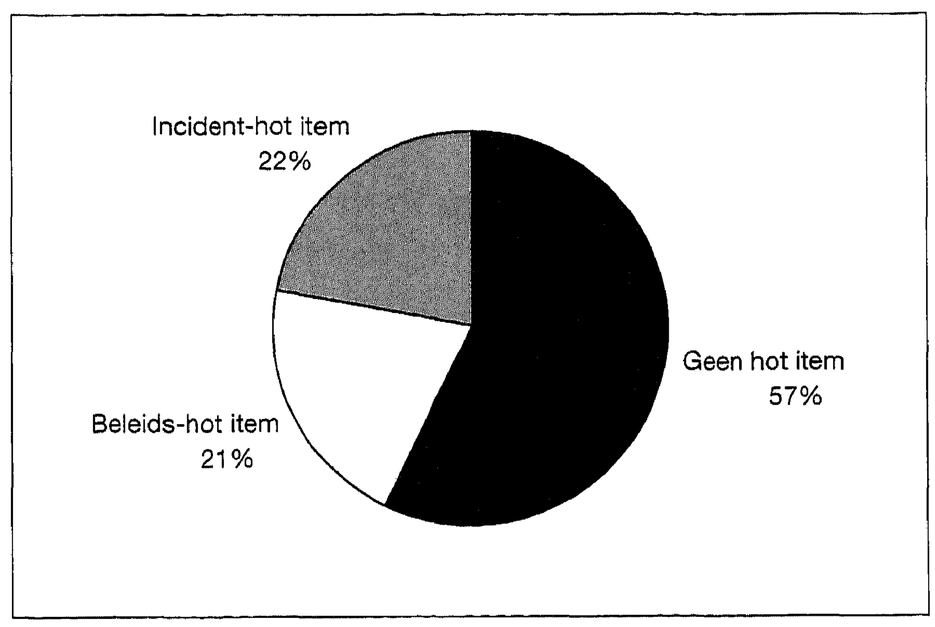
Tabel 2.5 De absolute en relatieve verdeling van de media-aandacht per korps. In een artikel kunnen *meerdere korpsen voorkomen en daarom zijn de totale aantallen hoger dan het aantal bestudeerde artikelen. De relatieve aantallen komen niet helemaal uit op honderd procent, vanwege afrondingen.*

Uit de laatste kolom van bovenstaande tabel blijkt dat de meeste aandacht van alle artikelen naar Nederland gaat. Dit zijn voornamelijk artikelen die betrekking hebben op toekomstig beleid of niet betrekking hebben op een specifiek politiekorps. Het feit dat de geanalyseerde artikelen van *NRC Handelsblad* voornamelijk in deze categorie vallen, zal waarschijnlijk wederom te maken met het soort krant. Een kaderkrant/paper of record besteedt namelijk meer aandacht aan politiek en beleid dan een populaire massakrant, zoals *De Telegraaf*.

Wanneer enkel naar de politiekorpsen wordt gekeken, dan blijkt dat Amsterdam-Amstelland met 19 procent van alle artikelen verreweg het meeste in het nieuws is. Het verschil met de andere politiekorpsen is erg groot en daarom is het interessant om dieper op dit korps in te gaan. Hoe is bijvoorbeeld de aard van de berichtgeving over dit korps in verhouding tot andere korpsen? En waar komt de informatie vandaan voor deze grote hoeveelheid berichten? Deze vragen zullen we in het volgende hoofdstuk behandelen.

- *Welke onderwerpen m.b.t. de politie krijgen de meeste aandacht?*

Om deze deelvraag te beantwoorden zijn er vooraf een groot aantal 'beleidsmatige- en incident-hot items' geformuleerd. Uit onderstaand taartdiagram blijkt dat 43 procent van de artikelen betrekking hebben op een hot item en 57 procent van de artikelen geen hot item bevat. De verdeling tussen 'beleidsmatige- en incident-hot items' is praktisch gelijk.



Grafiek 2.3 Van de 1041 artikelen bevatten 663 geen hot item en 184 een 'beleidsmatig hot-item' en 194 een 'incident-hot item'.

In de onderstaande tabel staat de verdeling tussen de verschillende hot items.

Hot item	Aantallen	Percentueel
Incident-hot items:		
Fouten politie	101	16 %
Drugs	55	9 %
Aanhoudingen winkelpersoneel	32	5 %
Preventief fouilleren	28	4 %
Illegalen	22	3 %
Zaak-Pieper	17	3 %
Verkeerscontroles	15	2 %
Neerschieten verdachte	14	2 %
Zaak-Venlo	10	2 %
Invallen woonwagenkampen	9	1 %
Etnische spanningen	7	1 %
4 mei verstoringen	6	1 %
Bedreigingen openbare figuren	5	1 %
Kogelbrieven	3	0 %
Beleidsmatig-hot items:		
Organisatie politie	79	12 %
Prioriteitsstelling	65	10 %
Opsporingsmethoden	28	4 %
Prestatiecontracten	22	3 %
Criminaliteitscijfers	17	3 %
Opsporingspercentage	16	3 %
Kabinetsbeleid	14	2 %
Extra agenten	12	2 %
Terrorisme	11	2 %
Bereikbaarheid	10	2 %
C 2000	10	2 %
Draaideurcriminelen/Veelplegers	10	2 %
Cameratoezicht	8	1 %
Cellentekort	6	1 %
Zichtbaarheid	4	1 %
Totaal	636	100 %

Tabel 2.6 De verdeling van de hot items over de artikelen.

Zoals voorgaande tabel laat zien, is het belangrijkste hot item 'fouten politie'. Zestien procent van de artikelen die een hot item hebben, hebben betrekking op dit onderwerp. Met twaalf procent komt 'organisatie politie' als tweede en met tien procent is 'prioriteitsstelling' het derde meest behandelde item.

Opvallend aan deze drie hot items is dat zij een negatieve klank hebben en dit klopt ook wanneer naar de aard van berichten van deze hot items wordt gekeken.

	Fouten politie		**Organisatie politie**		**Prioriteitsstelling**	
	Totaal	Percentueel	Totaal	Percentueel	Totaal	Percentueel
Negatief	92	93 %	43	56 %	38	60 %
Positief	3	3 %	19	25 %	15	24 %
Neutraal	4	4 %	15	19 %	10	16 %

Tabel 2.7 De aard van de drie belangrijkste hot items

Kortom, de berichten die de belangrijkste hot items bevatten, zijn grotendeels negatief.

3

Koppeling van de uitkomsten

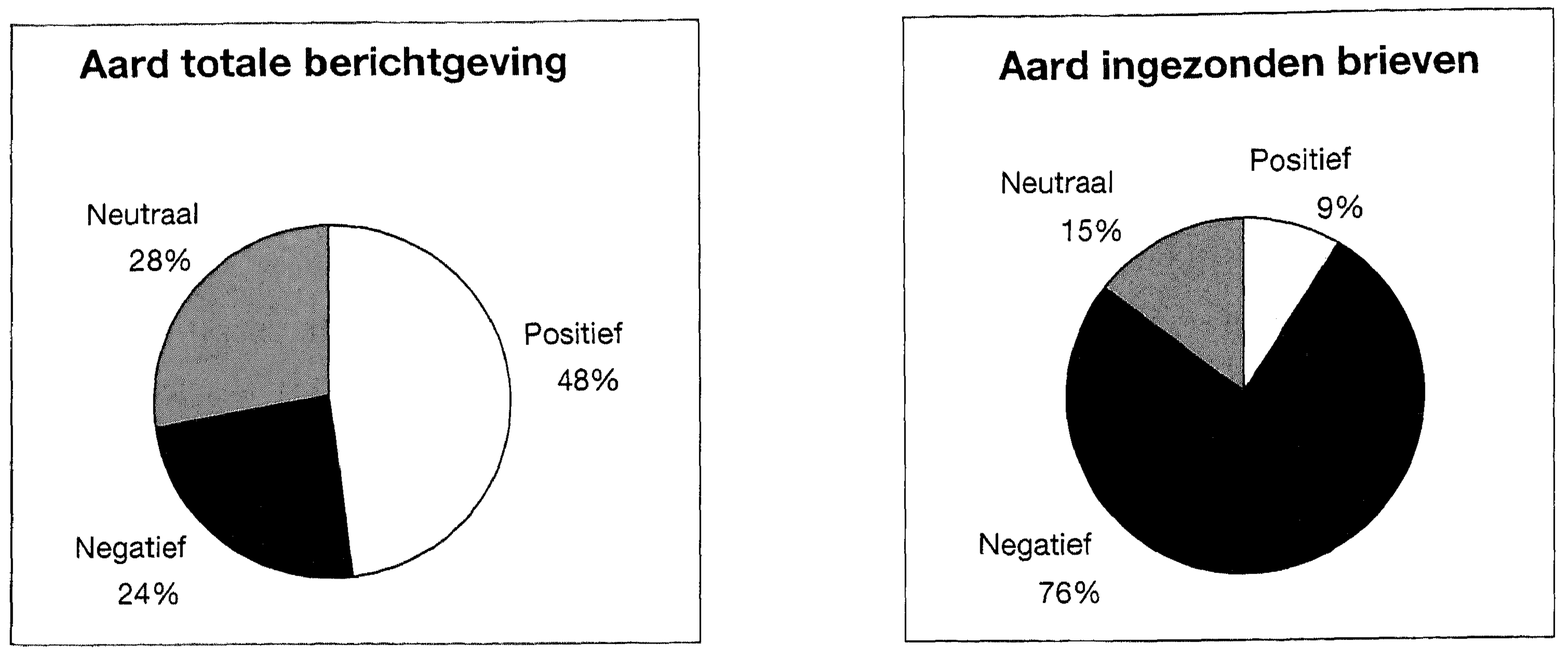
Bij enkele van de hiervoor behandelde resultaten zijn vragen gerezen, welke in dit hoofdstuk zullen worden behandeld. Allereerst zullen de onderwerpen van de nieuwsberichten en die van ingezonden brieven worden vergeleken. Vervolgens komen de aard en bron van de berichtgeving die betrekking hebben op de politiekorpsen ter sprake. Afsluitend zal dieper in worden gegaan op het hot item 'fouten politie' en het verloop van de aard van de berichtgeving over de onderzochte periode.

3.1 Onderwerpen nieuwsartikelen versus ingezonden brieven

In paragraaf 2.2 is vermeld dat zowel *De Telegraaf* als *NRC Handelsblad* voornamelijk nieuwsberichten over de politie plaatsten. Eveneens kwam uit het onderzoek dat de helft van alle artikelen een hot item bevatte en van deze artikelen was vervolgens het meest gebruikte hot item 'fouten politie'. Hieruit blijkt dus dat het grootste deel van de berichtgeving over fouten van de politie gaat. Het is echter interessant om ook te bekijken waar de ingezonden brieven over gaan. Zijn de lezers van de kranten ook voornamelijk bezig met fouten van de politie of vinden ze andere onderwerpen belangrijker? Hieraan kan ook de aard van de berichtgeving gekoppeld worden. Immers, de helft van alle berichtgeving is positief. Maar zijn de brievenschrijvers ook zo positief?

Om deze vraag te beantwoorden zijn de artikelen die bij *De Telegraaf* gecodeerd zijn met 'opinie-brieven' en bij *NRC Handelsblad* met 'opinie-artikel' geanalyseerd. Dit zijn immers de ingezonden brieven en/of artikelen. Hieruit bleek dat van de 123 ingezonden brieven, 76 negatief voor de politie is en slechts negen procent positief.

De ingezonden brieven zijn dus voornamelijk negatief gestemd. Dit is een omgekeerd beeld met dat van de totale berichtgeving. Hier zagen we namelijk dat de helft positief was.



Grafiek 3.1 De linker diagram laat de verdeling van de aard van de berichten zien over alle artikelen. De rechter diagram toont de aard van de berichten van de ingezonden brieven in beide kranten.

Aard	Telegraaf		NRC Handelsblad		Totaal	
	Absoluut	Relatief	Absoluut	Relatief	Absoluut	Relatief
Positief	11	10,5 %	0	0 %	11	9 %
Negatief	82	79 %	12	63 %	94	76 %
Neutraal	11	10,5 %	7	37 %	18	15 %
Totaal	104	100 %	19	100 %	123	100 %

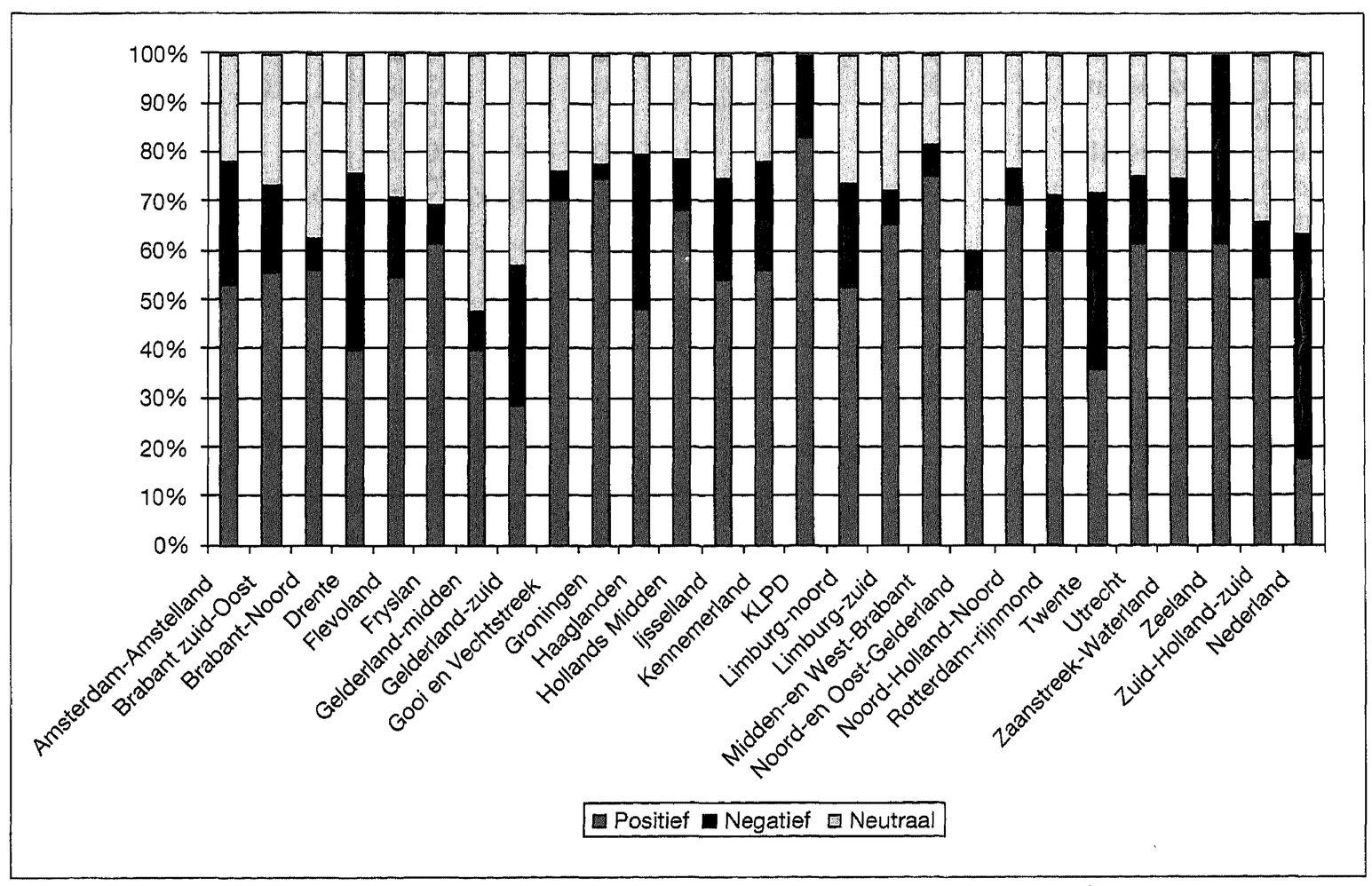
Tabel 3.1 De verdeling van de aard van de ingezonden brieven per krant en in totaal.

Bij de onderwerpsverdeling zien we eveneens een verschil. Eerder bleek dat het belangrijkste hot item bij de totale berichtgeving 'fouten politie' is. In de eerste tabel van bijlage III is af te lezen dat bij de ingezonden brieven slechts één brief betrekking heeft op dit hot item.

Het belangrijkste hot item voor brievenschrijvers is juist 'prioriteitsstelling' (28 procent), gevolgd door 'verkeerscontroles' (vijftien procent) en 'aanhoudingen winkelpersoneel (achttien procent). Alhoewel de laatste twee onderwerpen 'incident-hot items' zijn, zijn het illustraties van de prioriteitsstelling van de politie. Blijkbaar maken de schrijvers van de gepubliceerde brieven zich dus voornamelijk druk om de prioriteitsstelling. Dit verklaart eveneens waarom het grootste deel van de ingezonden brieven negatief is. In het vorige hoofdstuk zagen we immers dat artikelen met het onderwerp 'prioriteitsstelling' voornamelijk negatief zijn.

3.2 Aard en bron van de berichtgeving over de politiekorpsen

We hebben al gezien dat het politiekorps Amsterdam-Amstelland het meeste voorkomt in de selectie geanalyseerde artikelen. En alhoewel de helft van alle artikelen positief is voor de politie, bleek uit het voorbeeld van de ingezonden brieven dat deze artikelen niet allemaal positief hoeven te zijn. Het is daarom interessant om te kijken hoe de aard van de berichtgeving over de afzonderlijke politiekorpsen is.



Grafiek 3.2 De percentuele verdeling van de aard van de berichtgeving per politiekorps.

Uit bovenstaande grafiek blijkt dat op een enkel korps na de berichtgeving voor alle korpsen voor het grootste deel positief is. De korpsen die onder het gemiddelde van 48 procent positieve berichten scoren scoren (Drenthe, Gelderland-Zuid, Gelderland-Midden en Twente) zijn de korpsen waar ook relatief weinig artikelen van zijn verschenen. Het beeld van deze korpsen is dus niet volledig betrouwbaar. Dit geldt ook voor de KLPD die juist erg positief scoort.

Het is erg opvallend dat drie grote politiekorpsen, namelijk Amsterdam-Amstelland (53 procent positief), Rotterdam-Rijnmond (60 procent positief) en

Utrecht (62 procent) alle boven het gemiddelde van 48 procent positieve berichtgeving scoren. Hier kunnen veel redenen voor worden aangegeven, maar in het kader van dit onderzoek is het wellicht interessant om te kijken naar de bron van de artikelen die betrekking heeft op deze twee politiekorpsen. Zodoende kunnen we kijken of het mogelijk is om een antwoord te geven op de deelvraag: *'Is er een causaal verband tussen de bron en de aard van de berichtgeving?'*

	Utrecht		Amsterdam-Amstelland		Rotterdam-Rijnmond	
Bron	Totaal	Relatief	Totaal	Relatief	Totaal	Relatief
Advocaat	2	3 %	2	1 %	1	1 %
Allerlei	6	9 %	41	14 %	21	16 %
Ambtenarij	0	0 %	2	1 %	1	1 %
Belangengroepering	0	0 %	6	2 %	1	1 %
Betrokkene	0	0 %	1	0 %	4	3 %
Buitenlandse politie	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Dader / Verdachte	0	0 %	1	0 %	0	0 %
Familie / Nabestaanden slachtoffer	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Gerechtshof	0	0 %	2	1 %	0	0 %
Justitie	0	0 %	1	0 %	4	3 %
Media	0	0 %	1	0 %	0	0 %
Nationale ombudsman	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Niet relevant	2	3 %	34	12 %	3	2 %
Openbaar Ministerie (OM)	1	2 %	4	1 %	5	4 %
Onbekend	42	65 %	62	22 %	42	32 %
Politie	11	17 %	112	39 %	38	29 %
Politiek	0	0 %	11	4 %	8	6 %
Slachtoffer	1	2 %	3	1 %	3	2 %
Wetenschap	0	0 %	5	2 %	1	1 %
Totaal	65	101 %	288	100 %	132	101 %

Tabel 3.1 De absolute en relatieve verdeling van de bronnen voor alle artikelen die betrekking hebben op de politiekorpsen Utrecht, Amsterdam-Amstelland en Rotterdam-Rijnmond.

Uit de gegevens van bovenstaande tabel blijkt dat de informatie voor artikelen met betrekking tot de regio Rotterdam-Rijnmond voor 45 procent afkomstig is van de politie (29 procent polite + 16 procent allerlei). Voor Amsterdam-Amstelland blijkt dat dit zelfs 52 procent is (39 procent + 14 procent allerlei). Hieruit zou geconcludeerd kunnen worden dat wanneer de politie maar vaak genoeg als bron optreedt, er vanzelf een positief beeld onstaat. Dit kan helaas niet zonder meer gesteld worden.

Bij het korps Utrecht zien we namelijk een andere ontwikkeling. Bij dit korps komt de informatie van slechts 17 procent van de berichten over dit korps bij de politie

zelf vandaan. Van 65 procent van de berichten is onbekend wie of wat de bron is. Dit percentage 'onbekende bron' is een stuk hoger dan het algemene percentage van 27 procent. Het is moeilijk om binnen dit onderzoek een verklaring voor dit verschil te geven. Wellicht heeft het korps Utrecht een ander communicatie-beleid dan de korpsen Rotterdam-Rijnmond en Amsterdam-Amstelland?

Kortom, het is onduidelijk of er een causaal verband is te leggen tussen het optreden van de politie als bron en de aard van de berichtgeving.

3.3 Fouten politie

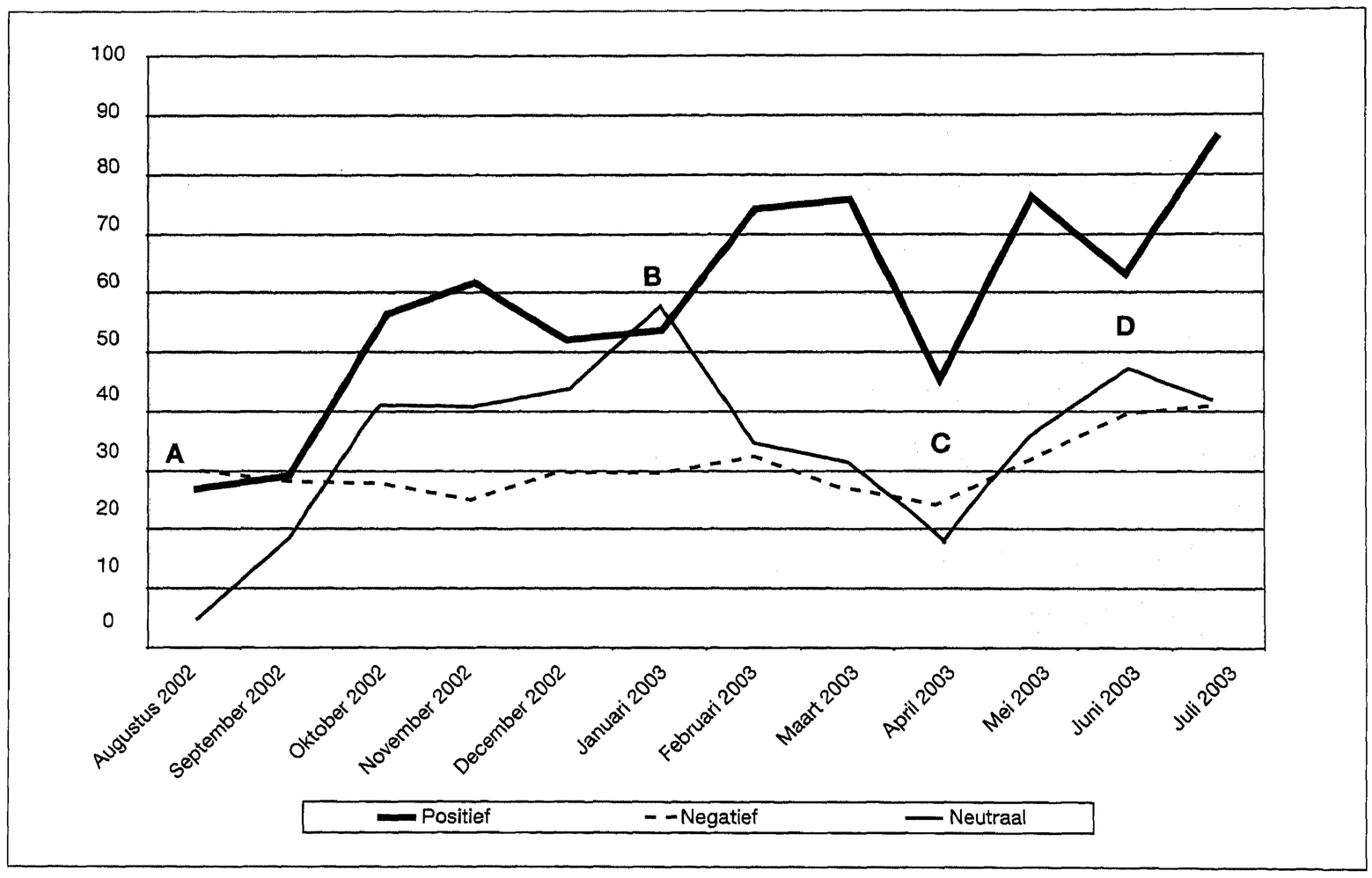
Van alle artikelen over de politie hebben de onderzoekers aan 43 procent van de artikelen een hot item toegekend, waarvan het onderwerp 'fouten politie' het meeste. Omdat dit hot item een negatieve connotatie heeft, wordt er dieper op ingegaan.

In totaal zijn er 101 artikelen die betrekking hebben op dit onderwerp. Dat is een relatief groot aantal en daarom kijken we nu naar de lengte van deze artikelen. Wanneer het gemiddelde van het aantal woorden van al deze artikelen wordt berekend, blijken dit 294 woorden te zijn. Dit is boven het gemiddelde van 259 woorden per artikel, zoals dit bij deelvraag I is behandeld. Wanneer nauwkeuriger naar de selectie artikelen met het hot item 'fouten politie' wordt gekeken, blijkt dat er zes zeer lange reportage artikelen in *De Telegraaf* hebben gestaan. Slechts een klein deel van deze lange artikelen heeft betrekking op dit hot item. Wanneer deze zes artikelen buiten beschouwing worden gelaten, ligt het gemiddeld aantal woorden een stuk lager, op namelijk 204 woorden. Dit is een stuk lager dan het gemiddeld aantal woorden.
Wanneer de artikelen met het onderwerp 'fouten politie' nader worden bekeken, valt op dat met name de berichten over geschorste agenten bijzonder kort zijn. Zo plaatst *De Telegraaf* op 23 augustus 2002 een artikel van slechts 103 woorden over een agent die zeven pistolen uit een politiebureau zou hebben gestolen. Maar ook het artikel *15 agenten geschorst* in NRC *Handelsblad* van 6 juni 2003 telt slechts 145 woorden. Elke maand staat er wel een artikel over geschorste agenten of andere fouten van de politie in beide onderzochte kranten. Het is daarom des te opmerkelijker dat deze artikelen meestal niet langer zijn dan 120 woorden; ver beneden het gemiddelde van 259 woorden per artikel.

Kortom, alhoewel de onderzochte kranten de meeste aandacht besteden aan artikelen met het onderwerp 'fouten politie', is de lengte van deze artikelen een stuk korter dan de overige artikelen.

3.4 Verloop toon berichtgeving

In het vorige hoofdstuk zagen we dat ongeveer de helft van alle gevonden artikelen positief is voor de politie. Dit is gemeten over de totale onderzoeksperiode. Toen we echter naar de toon van de drie meest gebruikte hot items keken, bleek dat deze voornamelijk negatief waren. Daarom is het interessant om te kijken hoe het verloop van de toon van de berichtgeving is, gedurende de onderzoeksperiode. Op deze manier kan bepaald worden of de (veelal negatieve hot items) invloed hebben op de aard van de berichtgeving per maand.



Grafiek 3.3 Het verloop van de aard van de berichtgeving per maand in aantallen artikelen

In de bovenstaande grafiek is de toon van alle berichten afgezet tegen de bestudeerde maanden. Zodoende wordt het verloop van de toon van alle berichtgeving zichtbaar.

Uit deze grafiek zijn een aantal interessante observaties te halen. Allereerst blijken er in augustus 2002 meer negatieve berichten voor de politie te zijn gepubliceerd dan positieve artikelen (A). Dit kunnen we verklaren door te kijken naar de gebeurtenissen in deze maand. Allereerst werden toen voor het eerst twee medewerkers van een Albert Heijn filiaal gearresteerd wegens hardhandig optreden tegen een winkeldief. Als reactie daarop verschenen enkele ingezonden brieven die het optreden van de politie veroordeelden. Eveneens zijn er die maand veel berichten over fouten van politieagenten. Zo staat er op 16 augustus in *NRC Handelsblad* een bericht over een aangifte van mishandeling tegen agenten en kopt *De Telegraaf* op 31 augustus dat een hoofdagent is aangehouden na diefstal. Deze 'incident-hot items' zorgen ervoor dat er meer negatieve berichten zijn dan positieve.

Een tweede observatie uit de grafiek is dat de meeste berichten in januari 2003 neutraal van toon zijn (B). Dit heeft te maken met de destijds gevoerde discussie over prestatiecontracten, die veelal in die maand speelde vanwege de Tweede-Kamerverkiezingen. Hierdoor zijn er veel berichten gepubliceerd over (toekomstig) beleid van de politiek met betrekking tot de politie en deze berichten zijn neutraal gecodeerd door de onderzoekers.

Erg opvallend in de grafiek is de daling van artikelen in april 2003. De lijnen in de grafiek van zowel de positieve, negatieve als ook de neutrale berichten laten alle drie een neergaande beweging zien (C). Dit is waarschijnlijk te verklaren uit het feit dat de oorlog van de Verenigde Staten tegen Irak toen begon. De meeste aandacht in beide kranten ging daar naar toe en er was waarschijnlijk minder plaats in de krant voor binnenlandse berichtgeving.

De laatste opmerking uit de grafiek heeft betrekking op juni 2003. In die maand daalt het aantal positieve artikelen ten opzichte van de maand daarvoor en stijgt het aantal negatieve artikelen (D). Dit is wederom te verklaren door te kijken naar de hot items. In die maand werden wederom twee Albert Heijn medewerkers gearresteerd wegens het molesteren van een winkeldief. Dit leidde weer tot veel negatieve reacties van lezers die hun afkeur richting de politie uitten door middel van ingezonden brieven. Maar ook viel in juni een man de vrouw van Roel Pieper aan. Pieper was zeer boos op de politie omdat de man de familie al vaker had lastig gevallen. Aangifte bij de politie had volgens Pieper echter niets uitgehaald. Dit incident leidde eveneens tot een groot aantal negatieve berichten

over de politie. Het is opmerkelijk dat net als in augustus 2002, twee incident hot items zorgen voor een grote toename van het aantal negatieve berichten.

Samenvattend, lijkt het er op dat de twee kranten in het algemeen een positief beeld vormen van de politie. Echter, wanneer er sprake is van incidenten (zoals de aanhoudingen van winkelpersoneel en de aanval op Roel Pieper) dan stijgt het aantal negatieve berichten sterk.

4

Conclusies

In de voorgaande hoofdstukken zijn de antwoorden op de deelvragen geformuleerd. In dit hoofdstuk zal er een antwoord op de hoofdvraag worden gegeven. Deze luidde:
Hoe is de beeldvorming over de Nederlandse politie in de geschreven media tussen 1 augustus 2002 en 31 juli 2003?

Zoals al uitgebreid in hoofdstuk twee is behandeld, is bijna de helft van alle artikelen over de politie positief. Ongeveer een kwart van de stukken is negatief en een kwart is neutraal. Kortom, verreweg het grootste deel van de artikelen is positief voor de politie.
Wanneer we echter naar de belangrijkste onderwerpen of hot items kijken, dan lijkt het erop dat deze voor een groot deel negatief zijn voor de politie. Vooral wanneer er incidenten plaats vinden, dan stijgt het aantal negatieve artikelen over de politie. Ook de ingezonden brieven met betrekking tot de politie zijn zeer negatief. Echter, omdat deze ingezonden brieven en hot items slechts een deel van het totaal aantal bestudeerde artikelen zijn, heeft dit niet veel invloed op het totaal beeld. Daarbij is gebleken dat artikelen met betrekking tot fouten van de politie een stuk korter zijn dan de overige artikelen.
Kortom, het algemene beeld dat naar voren komt in de twee kranten is voornamelijk positief voor de politie.

Voor een eventueel vervolgonderzoek is het interessant om te bekijken hoe dit positieve beeld van de politie tot stand komt. Dit onderzoek is helaas niet toereikend genoeg om hier een afdoende wetenschappelijk antwoord op te geven. Wel bleek uit de analyse van de artikelen over de korpsen Rotterdam-Rijnmond en Amsterdam-Amstelland dat hier meer dan gemiddeld positief over werd bericht en dat vaker dan normaal de politie de bron is van artikelen over deze politiekorpsen. Het onderzoek reikt helaas niet ver genoeg om te stellen dat wanneer de politie vaker als informatiebron optreedt, er positiever over de politie wordt bericht. Helaas zijn er in dit onderzoek niet genoeg gegevens voor handen om deze veronderstelling te toetsen. Daarbij wordt ook aan de menselijk factor van de journalist tekort gedaan. Desalniettemin is het interessant om hier dieper op in te gaan bij verder onderzoek.

5

Samenvatting

Onderzoeksopzet

Door middel van een analyse van 1475 kranten artikelen uit *De Telegraaf* en *NRC Handelsblad* is getracht vast te stellen hoe de beeldvorming over de Nederlandse politie is. Aan alle artikelen zijn zowel vooraf geformuleerde vorm-(woorden, rubriek, soort artikel) en inhoudsvariabelen (bron, toon, politiekorps, hot item) toegekend. Door middel van een statistisch programma konden alle variabelen aan elkaar gekoppeld worden om op deze manier een antwoord te formuleren op de vraag:

Hoe is de beeldvorming over de Nederlandse politie in de geschreven media tussen 1 augustus 2002 en 31 juli 2003?

Resultaten

- In bijna de helft van alle geanalyseerde artikelen wordt positief geschreven over de politie. Ongeveer een kwart is negatief en een kwart is neutraal. Het grootste deel de artikelen is dus positief.
  Echter, wanneer incidenten zich voordoen (zoals de arrestaties van de twee Albert Heijn medewerkers en de aanval op de vrouw van Roel Pieper) dan neemt de negatieve berichtgeving over de politie sterk toe.

- In de kranten komen onderwerpen met betrekking tot fouten van de politie het meeste voor.
  Het is echter opmerkelijk dat de hierover gepubliceerde artikelen een stuk korter zijn dan de overige artikelen.

- In tegenstelling tot de makers van de kranten, is bij de schrijvers van de afgedrukte ingezonden brieven het onderwerp 'prioriteitsstelling' het belangrijkste. Het grootste deel van de brievenschrijvers is negatief over de politie.

- De belangrijkste bron voor artikelen over de politie, is de politie zelf.

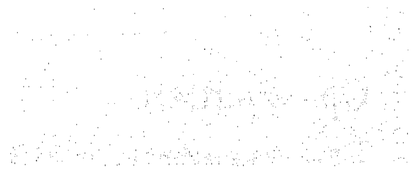
- Wegens te weinig gegevens kan er binnen dit onderzoek geen verband aangetoond worden tussen de bron en de toon van de berichtgeving.

- De politieregio met verreweg de meeste media-aandacht is Amsterdam-Amstelland. Over dit korps worden meer dan twee maal zoveel artikelen geschreven dan over het tweede, namelijk Rotterdam-Rijnmond. Als derde volgt het korps Haaglanden. Over deze drie korpsen wordt overwegend positief bericht.

- De vier korpsen waar het minste over wordt bericht zijn KLPD, Fryslân, Zeeland en Gelderland-Zuid.

- Verreweg de meeste artikelen in beide onderzochte kranten staan op de binnenland pagina's. *De Telegraaf* plaatst desondanks ongeveer één keer per week een artikel op de voorpagina.

Bijlage I – Definities



Gedurende het onderzoek zijn aan alle artikelen vooraf gedefinieerde vorm- en inhoudsvariabelen toegekend. In deze bijlage zijn de beschrijvingen van de relevante variabelen terug te vinden.

I.I. *Artikelen*

Bij de analyse zijn er verschillende artikelvormen gedefinieerd. Voor deze inhoudsanalyse is er gebruik gemaakt van een verfijning van de drie standaard artikelvormen, te weten: nieuwsartikelen, achtergrondartikelen en opiniërende artikelen.

Nieuws
Een nieuwsartikel beschrijft de actualiteit en kan functioneren als nieuwsgaring en/of registratie van een feit.

Interview
In deze artikelvorm staat een beschrijving van een gesprek tussen de journalist en één of meerdere personen.

Achtergrond
Een onderdeel van nieuwsartikelen zijn achtergrondartikelen. Hierin schildert de desbetreffende journalist de achtergronden van een nieuwsfeit.

Reportage
Een vorm van een achtergrondartikel, kan een reportage zijn. Deze staan vaak in de zaterdagbijlagen en de auteur maakt veelal gebruik van verschillende bronnen en verschillende journalistieke technieken.

Opinie-brieven
Er worden verschillende opiniërende artikelen onderscheiden, waarvan de ingezonden brief er één is. Hierin schrijft een lezer van een krant ongevraagd zijn of haar mening met betrekking tot een bepaald onderwerp.

Opinie-artikel
Een tweede vorm is het opiniërende artikel. Hierin geeft een auteur zijn of haar mening, soms op verzoek van de redactie.

Opinie-hoofdartikel
In de laatste vorm, staat de mening van de hoofdredactie met betrekking tot een bepaald onderwerp. Hiermee wordt tevens de mening van de krant aangegeven. Veelal staat dit redactioneel hoofdcommentaar op de opinie of binnenland pagina's.

I.II. Bronnen

De informatie voor een artikel is afkomstig van een bron. Onderstaande bronnen zijn voor zover mogelijk gedefinieerd met behulp van de omschrijving van het begrip in de Van Dale woordenboeken.

Advocaat
Rechtsgeleerde aan wie officiële toestemming is verleend om in procedures rechtsbijstand te verlenen aan personen of instellingen.

Ambtenarij
Hieronder wordt het ambtenarenapparaat verstaan. In dit onderzoek gaat het vaak over de reacties van een bijvoorbeeld een ministerie.

Belangengroepering
Een samenwerkingsverband van mensen die dezelfde belangen nastreven zoals vakbonden.

Betrokkene
Iemand die bij een gebeurtenis aanwezig is geweest of ermee te maken heeft.

Buitenlandse politie
Personen die werkzaam zijn bij een buitenlandse politiemacht.

Dader/verdachte
Persoon die veroordeeld of verdacht is van het plegen van een misdaad.

Familie / Nabestaanden slachtoffer
Mensen die een familie- of vriendenband hebben met het slachtoffer waarop het artikel betrekking heeft.

Gerechtshof
Alle soorten rechtbanken die een uitspraak doen.

Justitie
De rechterlijke macht

Nationale ombudsman
Een in de grondwet vastgelegd neutraal orgaan dat onderzoek doet naar de gedragingen van bestuursorganen en een oordeel geeft over deze gedragingen.

Openbaar Ministerie (OM)
De instantie die in Nederland bepaalt welke verdachten voor de strafrechter komen.

Politie
Personen die werken bij de politie, zoals agenten, maar ook voorlichters vallen onder deze bron.

Politiek
Iedereen die een uiting doet uit diens politieke functie. Dit kunnen dus ministers zijn, maar ook burgemeesters en gemeenteraadsleden.

Slachtoffer
Persoon die door een gebeurtenis getroffen is.

Wetenschap
Alle uitingen van onafhankelijk onderzoeks-instituten. Dit kunnen universiteiten zijn maar ook andere private of publieke onderzoeksbureau's.

Allerlei
Wanneer meerdere bronnen worden gebruikt, wordt deze bron toegekend. Meestal valt de politie hier ook onder.

Onbekend
Indien niet duidelijk is, wie of wat de bron is.

Niet relevant
Bij hoofdartikelen en ingezonden brieven waarvan de achtergrond van de schrijver niet bekend is, wordt de bron als niet relevant getypeerd. Bij een opinie-artikel is dit ook het geval tenzij de achtergrond van de schrijver vermeld wordt.

I.III. Onderwerp / Hot item

Van elk artikel is vastgesteld of het een 'hot item' is. Dit zijn artikelen, die betrekking hebben op een onderwerp dat regelmatig terugkomt. In dit onderzoek zijn twee soorten hot items gedefinieerd: 'beleidsmatige-hot items en 'incident-hot items'. De eerste gaan over algemene zaken, die veelal betrekking hebben op het beleid van de politie of politiek. 'Incident-hot items' hebben betrekking op gebeurtenissen die een lange nasleep hebben of later terug komen.

- Beleids hot items

Opsporingsmethoden
Alles dat te maken heeft met het boven water krijgen en oplossen van overtredingen en criminaliteit, en discussies daarover.

Opsporingspercentages
Hoeveel procent van de bij de politie aangebrachte misdrijven wordt daadwerkelijk opgelost?

Bereikbaarheid politie
Hoe moeilijk of makkelijk is het voor burgers om contact te krijgen met de politie?

Prestatiecontracten
De tussen korpsen en minister gemaakte afspraken over te leveren prestaties van de korpsen, en discussies daarover.

Criminaliteitscijfers
Hoe vaak komt een bepaalde overtreding of misdrijf voor binnen een vastgesteld gebied (gemeente, korps, provincie, landelijk)?

Draaideurcriminelen/Veelplegers
Mensen die telkens weer hetzelfde of een ander klein vermogensdelict begaan, en de discussies over de te volgen aanpak.

Cellentekort
Problemen of dilemma's die ontstaan doordat er niet voldoende mogelijkheden zijn om verdachten/veroordeelden op te sluiten.

Camera's
Camera's opgehangen ter verhoging van de veiligheid van personen en eigendom en de discussie daarover.

Kabinetsbeleid
Landelijk beleid op het gebied van politie/justitie en veiligheid en de discussie daarover.

Terrorisme
Alle maatregelen in Nederland ter preventie van terrorisme, en de politieke discussie daarover.

Zichtbaarheid
Agenten op straat die nadrukkelijk aanwezig zijn.

Prioriteitsstelling
Waar besteedt de politie haar mankracht aan en waar zou deze aan moeten worden besteed volgens derden.

Organisatie politie
Alles dat te maken heeft met apparaat, opleidingen en ontwikkelingen binnen de organisatie van de politie.

Extra agenten
(Politieke) discussies over meer blauw op straat.

- Incident hot items

Neerschieten verdachte
Alle zaken waarbij de politie een kogel heeft afgevuurd op een verdachte.

Fouten politie
Alles dat misgaat op het niveau van de individuele agent en op het niveau van de organisatie van de politie.

Drugs
Het onderscheppen van een drugstransport of het oprollen van een hennepkwekerij of xtc-laboratorium en de daarbij behorende arrestaties.

Kogelbrieven
Brieven gestuurd aan een aantal prominente Nederlanders met daarin bedreigingen en/of één of meerdere kogels.

Etnische spanningen
Spanningen tussen autochtone en allochtone bevolkingsgroepen of allochtone bevolkingsgroepen onderling.

Preventief fouilleren
Fouilleren in een door de gemeente aangewezen veiligheidsrisicogebied, en de discussie daarover.

Bedreigingen openbare figuren
Het bedreigen en intimideren van personen met openbare functies door middel van telefoontjes, dreigbrieven en e-mail.

Illegalen
Personen van buiten Nederland die niet in Nederland mogen verblijven.

Verkeerscontrole
Het strikt handhaven van de verkeersregels door de politie en de discussie daarover.

C2000
Het nieuwe communicatiesysteem voor alle hulpdiensten en de door velen beschouwde gebrekkige invoering daarvan.

Aanhoudingen winkelmedewerkers
Het arresteren van winkelpersoneel vanwege buitensporig gebruik van geweld bij het aanhouden van een winkeldief.

Zaak-Venlo/Steegmans
Het mishandelen tot de dood erop volgde van René Steegmans te Venlo in oktober 2002 en de publieke verontwaardiging

4 mei verstoringen
Het zich onoorbaar uitlaten tijdens de 4 mei herdenking door diverse Amsterdamse jongeren in 2003.

Invallen woonwagenkampen
Omsingeling en doorzoeken van woonwagenkampen door de politie vanwege verdenkingen van illegaal wapenbezit en drugsbezit/hennepteelt.

Zaak-Pieper
Geestelijk verwarde man dringt landgoed van Roel Pieper binnen en verwondt diens vrouw ernstig, en de publieke verontwaardiging over het wel/niet optreden van de politie in deze zaak.

Bijlage II – Tabellen behorende bij hoofdstuk 2

In deze bijlage staan de tabellen behorende bij de deelvragen, voor zover deze gegevens niet in de tekst staan.

- In welke rubrieken staan de gevonden artikelen?

Rubriek	Telegraaf-absoluut	Telegraaf-relatief	NRC-absoluut	NRC-relatief	Totaal-absoluut	Totaal-relatief
Voorpagina	50	5 %	38	9 %	88	6 %
Binnenland	626	62 %	347	79 %	973	67 %
Metropool-Amsterdam	190	18 %	n.v.t.	n.v.t.	190	14 &
Metropool-Rotterdam	138	13 %	n.v.t.	n.v.t.	138	9 %
Reportage	22	2 %	n.v.t.	n.v.t.	22	1 %
Buitenland	1	0 %	2	0 %	3	0 %
Opinie	n.v.t.	n.v.t.	31	7 %	31	2 %
Kunst	0	0 %	2	0 %	2	0 %
Sport	1	0 %	4	1 %	5	0 %
Economie	1	0 %	6	1 %	7	0 %
Zaterdagbijlage	2	0 %	14	3 %	16	1 %
Totaal	1031	100 %	444	100 %	1475	100 %

De absolute en relatieve verdeling van de artikelen over de rubrieken in de twee kranten afzonderlijk en gezamenlijk.

- Waar komt de informatie voor het artikel vandaan?

Bron	Telegraaf-absoluut	Telegraaf-relatief	NRC-absoluut	NRC-relatief	Totaal-absoluut	Totaal-relatief
Politie	261	25 %	145	33 %	406	28 %
Onbekend	347	34 %	56	13 %	403	27 %
Allerlei	140	14 %	69	16 %	209	14 %
Niet relevant	129	13 %	21	5 %	150	10 %
Politiek	39	4 %	53	12 %	92	6 %
Wetenschap	22	2 %	31	7 %	53	4 %
Slachtoffer	27	3 %	11	2 %	38	3 %
Openbaar Ministerie (OM)	7	1 %	29	7 %	36	2 %
Belangengroepering	14	1 %	10	2 %	24	2 %
Justitie	16	2 %	3	1 %	19	1 %
Betrokkene	8	1 %	0	0 %	8	1 %
Familie/Nabestaanden slachtoffer	7	1 %	0	0 %	7	0 %
Media	3	0 %	4	1 %	7	0 %
Gerechtshof	0	0 %	6	1 %	6	0 %
Advocaat	4	0 %	2	0 %	6	0 %
Ambtenarij	4	0 %	2	0 %	6	0 %
Dader/verdachte	1	0 %	1	0 %	2	0 %
Nationale ombudsman	1	0 %	1	1 %	2	0 %
Buitenlandse politie	1	0 %	0	0 %	1	0 %
Totaal	1031	100 %	444	100 %	1475	100 %

De absolute en relatieve verdeling van de bronnen in de twee kranten afzonderlijk en gezamenlijk.

- Schetsen de gevonden artikelen een positief, negatief of neutraal beeld van de Nederlandse politie?

Aard	Telegraaf-absoluut	Telegraaf-relatief	NRC-absoluut	NRC-relatief	Totaal-absoluut	Totaal-relatief
Positief	511	50 %	195	44 %	706	48 %
Negatief	229	22 %	128	29 %	357	24 %
Neutraal	291	28 %	121	27 %	412	28 %
Totaal	1031	100 %	444	100 %	1475	100 %

De absolute en relatieve verdeling van de aard van de berichten in de twee kranten afzonderlijk en gezamenlijk.

- Welke onderwerpen m.b.t. de politie krijgen de meeste aandacht?

Hot item	Telegraaf-absoluut	Telegraaf-relatief	NRC-absoluut	NRC-relatief	Totaal-absoluut	Totaal-relatief
Geen	663	63 %	194	43 %	857	57 %
Beleidsmatige- hot items	184	18 %	128	28 %	312	21 %
Incident-hot items	194	19 %	130	29 %	324	22 %
Totaal	1041	100 %	452	100 %	1493	100 %

De absolute en relatieve verdeling van de artikelen naar soort hot item in de twee kranten afzonderlijk en gezamenlijk.Voor zowel De Telegraaf als NRC Handelsblad zijn de totalen meer dan het totaal aantal artikelen. Dit kan voorkomen omdat er aan één artikelen meerdere hot items toegekend kunnen wordent. Bij De Telegraaf is dit tien keer gebeurd en bij NRC Handelsblad acht keer.

- Welke onderwerpen m.b.t. de politie krijgen de meeste aandacht? (vervolg)

Rubriek	Telegraaf-absoluut	Telegraaf-relatief	NRC-absoluut	NRC-relatief	Totaal-absoluut	Totaal-relatief
Incident-hot items:						
Fouten politie	62	16 %	39	15 %	101	16 %
Drugs	38	10 %	17	7 %	55	9 %
Aanhoudingen winkelpersoneel	19	5 %	13	5 %	32	5 %
Preventief fouilleren	13	3 %	15	6 %	28	4 %
Illegalen	13	3 %	9	3 %	22	3 %
Zaak-Pieper	12	3 %	5	2 %	17	3 %
Verkeerscontroles	13	3 %	2	1 %	15	2 %
Neerschieten verdachte	10	3 %	4	2 %	14	2 %
Zaak-Venlo/Steegmans	1	0 %	9	3 %	10	2 %
Invallen woonwagenkampen	3	1 %	6	2 %	9	1 %
Etnische spanningen	1	0 %	6	2 %	7	1 %
4 mei verstoringen	5	1 %	1	0 %	6	1 %
Bedreigingen openbare figuren	1	0 %	4	2 %	5	1 %
Kogelbrieven	3	1 %	0	0 %	3	0 %
Beleidsmatige-hot items:						
Organisatie politie	51	13 %	28	11 %	79	12 %
Prioriteitsstelling	48	13 %	17	7 %	65	10 %
Opsporingsmethoden	21	6 %	7	3 %	28	4 %
Prestatiecontracten	6	2 %	16	6 %	22	3 %
Criminaliteitscijfers	13	3 %	4	2 %	17	3 %
Opsporingspercentage	5	1 %	11	4 %	16	3 %
Kabinetsbeleid	0	0 %	14	5 %	14	2 %
Extra agenten	11	3 %	1	0 %	12	2 %
Terrorisme	2	1 %	9	3 %	11	2 %
Bereikbaarheid	6	2 %	4	2 %	10	2 %
C 2000	5	1 %	5	2 %	10	2 %
Draaideurcriminelen	6	2 %	4	2 %	10	2 %
Cameratoezicht	4	1 %	4	2 %	8	1 %
Cellentekort	4	1 %	2	1 %	6	1 %
Zichtbaarheid	2	1 %	2	1 %	4	1 %
Totaal	378	99 %	258	101 %	636	100 %

De absolute en relatieve verdeling van de artikelen naar soort hot item in de twee kranten afzonderlijk en gezamenlijk. De soms enigszins niet kloppende percentages, komt door afrondingen.

Bijlage III – Tabellen behorende bij hoofdstuk 3

In deze bijlage staan de tabellen, behorende bij hoofdstuk III. De relevante tabellen zijn per paragraaf opgenomen.

Paragraaf 3.1 Onderwerpen nieuwsartikelen versus ingezonden brieven

Rubriek	Ingezonden brieven-absoluut	Ingezonden brieven-relatief
Incident-hot items:		
4 mei verstoringen	3	4 %
Aanhoudingen winkelpersoneel	15	18 %
Bedreigingen openbare figuren	0	0 %
Drugs	2	2 %
Etnische spanningen	0	0 %
Fouten politie	1	1 %
Illegalen	0	0 %
Invallen woonwagenkampen	0	0 %
Kogelbrieven	0	0 %
Neerschieten verdachte	0	0 %
Preventief fouilleren	0	0 %
Verkeerscontroles	12	15 %
Zaak Pieper	5	6 %
Zaak Venlo	2	2 %
Beleidsmatige-hot items:		
Bereikbaarheid	3	4 %
C 2000	0	0 %
Cameratoezicht	0	0 %
Cellentekort	1	1 %
Criminaliteitscijfers	0	0 %
Draaideurcriminelen/Veelplgers	0	0 %
Extra agenten	1	1 %
Kabinetsbeleid	2	2 %
Opsporingsmethoden	1	1 %
Opsporingspercentage	1	1 %
Organisatie politie	3	4 %
Prestatiecontracten	7	9 %
Prioriteitsstelling	23	28 %
Terrorisme	0	0 %
Zichtbaarheid	0	0 %
Totaal	82	99 %

De absolute en relatieve verdeling van de hot items over het totaal aantal ingezonden brieven. Bij NRC Handelsblad zijn de artikelsoorten 'opinie-artikel' ook meegenomen in de analyse voor de ingezonden brieven.

Paragraaf 3.2 Aard en bron politiekorpsen

Politiekorps	Positief-absoluut	Negatief-absoluut	Neutraal-absoluut
Amsterdam-Amstelland	153	72	63
Brabant Zuid-Oost	19	6	9
Brabant-Noord	9	1	6
Drenthe	10	9	6
Flevoland	17	5	9
Fryslân	8	1	4
Gelderland-Midden	10	2	13
Gelderland-Zuid	4	4	6
Gooi en Vechtstreek	12	1	4
Groningen	27	1	8
Haaglanden	38	25	16
Hollands Midden	13	2	4
IJsselland	13	5	6
Kennemerland	31	12	12
KLPD	5	1	0
Limburg-Noord	10	4	5
Limburg-Zuid	19	2	8
Midden-en West-Brabant	37	3	9
Noord-en Oost-Gelderland	13	2	10
Noord-Holland Noord	9	1	3
Rotterdam-Rijnmond	79	15	38
Twente	9	9	7
Utrecht	40	9	16
Zaanstreek-Waterland	12	3	5
Zeeland	8	5	0
Zuid-Holland Zuid	40	8	25
Nederland	59	149	120
Totaal	704	357	412

De verdeling van de aard van alle berichten per politiekorps. Deze tabel hoort bij grafiek 3.2

B

Bijlage

Enquête onder politiewoordvoerders

Inhoud Bijlage B

S.1	Samenvatting		61
	S1.1	Aanleiding en doel	61
	S1.2	Uitvoering en enquête	61
	S1.3	Algemene opmerkingen	62
	S1.4	Conclusies	63
	S1.4.1	Algemeen	63
	S1.4.2	Mediabeleid	63
	S1.4.3	Contact met de media	64
	S1.4.4	Belang en effect van de contacten	64
	S1.4.5	Autonomie of centralisering van de voorlichting	65
	S1.4.6	De rol van andere betrokken partijen dan de media	65
	S1.4.6	Enige opvattingen over diverse zaken	66
Hoofdstuk 1	Inleiding		67
	1.1	Aanleiding en doel	67
	1.2	Opzet en uitvoering	67
	1.2.1	Enquête	68
	1.2.2	Respons	68
	1.3	Inhoud van het rapport	69
	1.4	Algemene opmerkingen	69
Hoofdstuk 2	Resultaten		71
	2.1	Persoonlijke gegevens	71
	2.1.1	Leeftijd en aantal dienstjaren	71
	2.1.2	Functieomschrijving	71
	2.1.3	Loonschalen	72
	2.1.4	Vooropleidingen en eerdere betrekkingen	72
	2.2	Eigen taken en verantwoordelijkheden respondent	73
	2.2.1	Hoofdtaak	73
	2.2.2	Contactfrequentie media	73

2.2.3	Reden van contact met de media	74
2.2.4	Politieverslaggevers – contactfrequentie en verloop	75
2.2.5	Berichtgeving	75
2.2.6	Hoe belangrijk zijn media?	76
2.2.7	Intern overleg	77
2.3	Mediabeleid en trainingen	78
2.3.1	Mediatraining toegepast	78
2.3.2	Proactief mediabeleid	78
2.3.3	Klachten ten aanzien van berichtgeving	79
2.3.4	Klachten van de media over voorlichters	80
2.3.5	Beeldvorming	80
2.3.6	Beoordeling berichtgeving	81
2.4	Organisatie mediabeleid	82
2.4.1	Welke medewerkers hebben mediabevoegdheid	82
2.4.2	Invoering en aanleiding geformaliseerd mediabeleid	82
2.4.3	Bezetting afdelingen	83
2.4.4	Centrale doelstelling mediabeleid	83
2.4.5	De inhoud en effectiviteit van het mediabeleid	84
2.4.6	Uitvoering en focus van het mediabeleid	84
2.5	Het werk in brede context	85
2.5.1	Stellingen	85
Hoofdstuk 3	*Slotbeschouwingen*	89
3.1	Algemeen	89
3.2	Mediabeleid	89
3.3	Contact met de media	90
3.4	Belang en effect van de contacten	91
3.5	Autonomie of centralisering van de voorlichting	92
3.6	De rol van andere betrokken partijen dan de media	92
3.7	Enige opvattingen over diverse zaken	93

S.1 Samenvatting

S1.1 Aanleiding en doel

De hoofdvraag van de studie 'Politie en media. Feiten, fictie en imagopolitiek luidt: welke invloed hebben politie en media op elkaar en hoe verloopt de interactie, met welke gevolgen?

Daaruit vloeiden enkele deelonderzoeken voort. Het doel van dit deelonderzoek is landelijk in kaart te brengen hoe korpsen hun relaties en contacten met de media hebben georganiseerd, en in de praktijk gestalte geven. De vooronderstelling was, dat dit, behalve door de korpsleiding zelf, meestal gebeurt via de afdelingen Communicatie en Voorlichting. Dit rapport is het resultaat van dit deelonderzoek, uitgevoerd door BackBone Research & Marketing Support.

Om de mediacontacten en de opvattingen over externe politiecommunicatie in kaart te kunnen brengen, is een enquête opgesteld door prof.dr. H.J.G. Beunders en drs. T. van Beek. Deze is door BackBone operationeel gemaakt en uitgevoerd.

S1.2 Uitvoering en enquête

Deze enquête is naar alle politiemedewerkers verstuurd die zich beroepshalve bezighouden met communicatie en media. Het overkoepelende orgaan van alle politie, het Nederlands Politie Instituut (NPI), blijkt niet over een bestand te beschikken van alle communicatiemedewerkers bij alle korpsen. Daarom is er voor gekozen om gegevens over het totale aantal formatieplaatsen (FTE)/personen per voorlichtingsafdeling van de korpsen in eerste instantie via vragen in de enquête te verkrijgen.

Gezien het ontbreken van een bestand met individuele namen en adressen is er voor gekozen om de korpschefs en hoofden communicatie aan te schrijven met een oproep tot medewerking. En om de hoofden communicatie een voldoende aantal enquêteformulieren te zenden met het verzoek deze over de afdeling te verspreiden, en ook aan de korpsleiding te overhandigen.

De enquête zelf was voorzien van een brief met uitleg en instructie, en het verzoek om de enquête in de bijgeleverde antwoordenvelop zelf terug te sturen. Het onderzoekstraject startte in oktober 2003, en werd medio februari 2004 afgerond.

S1.3 Algemene opmerkingen

In dit onderzoek is rekening gehouden met het feit dat er enige zaken zijn die de validiteit kunnen bedreigen.

Absoluut gezien is, gezien de diversiteit van de medewerkers en de korpsen de respons niet maximaal. Daarbij hebben sommige korpsen zeer bovengemiddeld gereageerd, en andere zeer ondergemiddeld. Bij het interpreteren van de uitkomsten, moet hiermee rekening worden gehouden.

Veiligheidshalve moet er van uitgegaan worden dat de resultaten alleen betrekking hebben op de onderzochte medewerkers.

S1.4 Conclusies

S1.4.1 Algemeen

Alle onderzochte korpsen hebben medewerkers met een communicatie- en voorlichtingstaak. Er lijkt geen direct verband te bestaan tussen de grootte van het korps en het aantal communicatiemedewerkers.

De 'doorsnee' communicatiemedewerker heeft een HBO-achtergrond (52,3%). Ruim de helft van de respondenten heeft vóór de huidige functie een andere functie binnen de politie vervuld (57,7%). De gemiddelde leeftijd is 41 jaar, de gemiddelde diensttijd is 14,4 jaar. Een grote minderheid (42,2%) komt 'van buiten', bedrijfsleven of overheid. De gemiddelde loonschaal is niveau 9.

De ondervonden waardering door het korps wordt als redelijk (38,7%) tot goed (50%) bestempeld. De contactfrequentie met de leiding is veelal wekelijks (25,5%) of maandelijks (29,2%) of onregelmatig (33%). Slechts een gering percentage (5,7%) heeft op dagelijkse basis contact met de korps/afdelingsleiding.

S1.4.2 Mediabeleid

De meeste korpsen (84,3%) maken gebruik van een geformaliseerd communicatieplan, waarin het mediabeleid is opgenomen. De gemiddelde leeftijd van deze beleidsplannen is vijf jaar. Veel korpsen geven ongevraagd aan dat hun beleidsplan momenteel geactualiseerd wordt. Voor enkele korpsen is deze actualisering een eerste introductie van een geformaliseerd beleidsplan media & communicatie. Voor eind 2004 zal, volgens de enquête, geen enkel korps meer zonder beleidsplan te werk gaan.

Als het gaat om de vraag wat het centrale doel is van het media- en communicatieplan, is het aantal antwoorden zeer divers. Het lijkt dat de medewerkers niet in staat zijn op eenduidige wijze het centrale doel te formuleren.

De door de respondenten genoemde functieomschrijving en benaming van de communicatiemedewerkers is een zeer diverse hoeveelheid van terminologieën: van de 108 opgenomen benamingen is ruwweg de helft anders gesteld. Alle functieomschrijvingen met de woorden communicatie, media, publiek, pers en vooral adviseur erin komen voor en in alle mogelijke combinaties en volgordes.

Alle respondenten die aangeven 'communicatieadviseur' te zijn (22,2%), zeggen geen taken op het terrein van media- of publieksvoorlichting te hebben, maar vooral te adviseren.

Bijna alle medewerkers onderschrijven het belang van een goede opleiding voor het communicatiewerk. Echter, waar andere medewerkers binnen de politie dan die welke direct belast zijn met communicatie direct bevoegd zijn de media te woord te staan – zoals agenten – dan wordt hen slechts in beperkte mate (36,2%) training aangeboden.

De medewerkers verdelen hun taken tussen publieks- en mediavoorlichting. Bijna alle respondenten (93,4%) vinden dat er veel tijd en energie gaat zitten in pers/media-voorlichting.

De meeste afdelingen voorlichting werken naar eigen zeggen redelijk tot goed. Een zeer klein percentage acht het functioneren slecht tot zeer slecht.

De respondenten vinden de publieke opinie belangrijker dan de mening van de media.

S1.4.3 Contact met de media
Het eerste contact over zaken wordt doorgaans vanuit de korpsen zelf geïnitieerd, het meest via de bekende elektronische communicatiekanalen.

Bij criminaliteit en ongevallen komt het eerste contact van de media. Bij opsporingsactiviteiten en speciale acties nemen de korpsen het initiatief tot communicatie.

Het percentage dat dagelijks contact heeft met kranten is ruim 92 %, met radio is dat ruim 50% en met televisie bijna 40%.

Bij zaken of incidenten die het imago van de politie negatief kunnen beïnvloeden, komen de voorlichters naar eigen zeggen pro-actief in actie.

Er wordt geprobeerd door het nemen van specifieke acties de beeldvorming positief te beïnvloeden. Alhoewel deze zaken naar mening van de medewerkers proactief zijn, lijken het vooral reactieve acties te zijn. Het idee ontstaat, dat er slechts wordt gereageerd op een situatie in plaats van deze actief te voorkomen.

In het algemeen vinden de voorlichters dat er veel tijd gaat zitten in de contacten met de media.

Persconferenties beleggen komt bijna niet voor, zoals ook het beleggen van bijeenkomsten met hoofdredacties zeer weinig voorkomt.

Opmerkelijk is dat volgens de hoofden communicatie agenten vaker bevoegd zijn de media te woord te staan dan volgens de medewerkers.

S1.4.4 Belang en effect van de contacten
Niet alle media worden door de korpsen als even belangrijk gezien. Lokale en vooral regionale media (inclusief huis-aan-huisbladen en kabelkranten) worden belangrijker gevonden dan de landelijke media.

In totaliteit beschouwen de respondenten de berichtgeving in de diverse media als meer negatief dan positief. De publieke omroepen en de landelijke kranten het meest negatief, de lokale/regionale omroepen en kranten het meest positief. Naar mening van de respondenten worden landelijke kranten minder benaderd.

De relatie met de media wordt als goed of zeer goed omschreven (82,4%). De publieke opinie over het bureau, district of korps wordt door slechts 26% van de medewerkers als goed gezien.

De berichtgeving door de media wordt door velen als onvoldoende, eenzijdig, onjuist en sensatiebelust gezien, zeker als het gaat over het korps of zaken als de criminaliteit.

Bijna alle respondenten geven gebeurtenissen aan die de bevolking in hun regio de afgelopen paar jaar ernstig hebben beroerd (85,8%). In 64% van deze gevallen heeft specifieke actie plaatsgevonden om eventuele negatieve beeldvorming over het korps/de politie bij te stellen. Het betreft vooral beleidsmatige acties vanuit het mediabeleid.

S1.4.5 Autonomie of centralisering van de voorlichting
De meerderheid vindt het noodzakelijk dat korpsen vrij en autonoom kunnen handelen. Tevens vinden de medewerkers het ook nuttig dat er een centrale, nationale voorlichtingsafdeling komt die effectief lijnen uitzet en bijspringt. Dit is tegenstrijdig met de bovenstaande opvatting.

S1.4.6 De rol van andere betrokken partijen dan de media
De ontevredenheid over de rol van de politieke overheden en het Openbaar Ministerie (OM) is aanzienlijk. De communicatiemedewerkers menen dat zij onnodig vaak 'de zwarte piet' krijgen toebedeeld door 'Den Haag'. De nieuwe richtlijnen inzake privacybescherming die het OM sinds 1999 heeft ingevoerd, worden als lastig ervaren.

Communicatie om beter om te gaan met andere groepen in de beeldvorming over de politie – strafrechtadvocaten, gedupeerden of familieleden, de burgers zelf (niet alleen de boze of mondige burgers) – heeft een lage prioriteit.

S1.4.6 Enige opvattingen over diverse zaken

- De gedachte dat afdelingen voorlichting erg veel tijd aan pers/mediavoorlichting besteden en
- de gedachte dat persvoorlichting het best kan verlopen via internet, email of fax, en
- de gedachte dat voorlichting centraal, eenduidig en in formats moet geschieden, worden ruim gedeeld.
- Een vertrouwensrelatie met journalisten wordt erg belangrijk geacht.
- De burgers moeten meer bij het politiewerk worden betrokken.
- Die burgers moeten meer informatie krijgen van/over de politie buiten de media om.
- De onderlinge communicatie tussen de afdelingen voorlichting van de verschillende korpsen is ontoereikend.
- De opvatting dat de politie taken moet afstoten die ze niet waar kan maken is tamelijk populair.
- De politieslogan '*U kunt op ons rekenen*' vindt minder bijval dan bovenstaande stelling.
- In de multiculturele samenleving is het politiewerk moeilijker geworden, is een breed gedeelde opvatting.
- Een meerderheid vindt dat programma's als '*Peter R. de Vries, misdaadverslaggever*' nuttig zijn voor de politie, en een meerderheid vindt dat programma's als '*Opsporing Verzocht*' belangrijk zijn voor het imago van opsporing.
- Terughoudende informatieverstrekking werkt geruchten in de hand is een breed gedeelde opvatting.
- Amerikaanse politie- en rechtbankseries vertekenen het beeld van het rechtssysteem en politiewerk.

1

Hoofdstuk 1 Inleiding

1.1 Aanleiding en doel

De hoofdvraag van de studie *Politie en media* luidt: welke invloed hebben politie en media op elkaar en hoe verloopt de interactie, met welke gevolgen?

Daaruit vloeiden enkele deelonderzoeken voort. Het doel van dit deelonderzoek is landelijk in kaart te brengen hoe korpsen hun relaties en contacten met de media hebben georganiseerd, en in de praktijk gestalte geven. De vooronderstelling was, dat dit, behalve door de korpsleiding zelf, meestal gebeurt via de afdelingen Communicatie en Voorlichting. Dit rapport is het resultaat van dit deelonderzoek, uitgevoerd door BackBone Research & Marketing Support.

Om de mediacontacten en de opvattingen over externe politiecommunicatie in kaart te kunnen brengen, is een enquête opgesteld door prof.dr. H.J.G. Beunders en drs. T. van Beek. Deze is door BackBone operationeel gemaakt en uitgevoerd.

1.2 Opzet en uitvoering

Deze enquête is naar alle politiemedewerkers verstuurd die zich beroepshalve bezighouden met communicatie en media. Het overkoepelende orgaan van alle politie, het Nederlands Politie Instituut (NPI), blijkt niet over een bestand te beschikken van alle communicatiemedewerkers bij alle korpsen. Daarom is er voor gekozen om gegevens over het totale aantal formatieplaatsen (FTE)/personen per voorlichtingsafdeling van de korpsen in eerste instantie via vragen in de enquête te verkrijgen.

Gezien het ontbreken van een bestand met individuele namen en adressen is er voor gekozen om de korpschefs en hoofden communicatie aan te schrijven met een oproep tot medewerking. En om de hoofden communicatie een voldoende aantal enquêteformulieren te zenden met het verzoek deze over de afdeling te verspreiden, en ook aan de korpsleiding te overhandigen.

De enquête zelf was voorzien van een brief met uitleg en instructie, en het verzoek om de enquête in de bijgeleverde antwoordenvelop zelf terug te sturen.

Het onderzoekstraject startte in oktober 2003, en werd medio februari 2004 afgerond.

1.2.1 Enquête

De enquête is opgesteld in samenspraak met de begeleidingscommissie van het onderzoek *Politie en media*. Besloten is de vragen op de volgende deelgebieden toe te spitsen:

- Persoonlijke gegevens.
- De eigen taken en feitelijke werkzaamheden van de respondent. Met name aard en frequentie van contacten met (vertegenwoordigers van) verschillende media alsmede een aantal vragen over het belang dat de respondent hecht aan die contacten.
- Vragen over het korps van de respondent en de wijze waarop de voorlichting en/of communicatie zijn georganiseerd.
- Opleiding en training. Heeft de respondent een specifieke opleiding voor het werk wat hij/zij doet? Zijn er trainingsmogelijkheden? Is de respondent uit de politieorganisatie zelf afkomstig of van buiten?
- Het werk in bredere context.

Deze subdoelen zijn wederom uitgesplitst en uitgewerkt en na goedkeuring verwerkt in de uiteindelijke enquête. De gehele enquête onder de politievoorlichters is op te vragen bij de Commissie Politie en Wetenschap te Apeldoorn.

1.2.2 Respons

In totaal zijn er naar de 25 regiokorpsen en naar medewerkers van het korps KLPD ruim 300 enquêteformulieren verstuurd. Hiervan zijn er 108 geretourneerd.

Om duidelijkheid te verkrijgen over het aantal medewerkers met een communicatie- en of voorlichtingstaak, zijn alle hoofden communicatie na afloop van het enquêtetraject nogmaals benaderd om deze cijfers te verschaffen.

Het resultaat van deze navraag, gekoppeld aan de enquêtegegevens, levert een totaal aantal van 355 medewerkers op. Dit betekent dat de respons 33,2 procent.

1.3 Inhoud van het rapport

In dit rapport worden de resultaten van het onderzoek onder de medewerkers van politie met een communicatie- of voorlichtingstaak weergegeven.

Dit rapport bestaat uit drie onderdelen. In hoofdstuk 1 wordt beknopt ingegaan op de aanleiding, het doel en de opzet van het onderzoek. Hoofdstuk 2 is gewijd aan de resultaten van het onderzoek. Deze resultaten zijn waar nodig voorzien van een tabel of grafiek. Hoofdstuk 3 bevat de slotbeschouwingen.

In dit rapport worden de percentages op één decimaal afgerond. Dit heeft tot gevolg dat het totaal van de percentages boven of onder de 100% uit kan komen.

1.4 Algemene opmerkingen

In dit onderzoek is rekening gehouden met het feit dat er enige zaken zijn die de validiteit kunnen aantasten.

Absoluut gezien is, gezien de diversiteit van de medewerkers en de korpsen de respons niet maximaal. Daarbij hebben sommige korpsen zeer bovengemiddeld gereageerd, en andere zeer ondergemiddeld. Bij het interpreteren van de uitkomsten, moet hiermee rekening worden gehouden.

De gegevens moeten dan ook als indicaties worden gezien. Dit is gezien het inventariserende karakter van het onderzoek geen bezwaar. Maar veiligheidshalve moeten ervan uitworden gegaan dat de resultaten alleen betrekking hebben op de onderzochte medewerkers.

Hoofdstuk 2 Resultaten

2

Dit deel van het rapport geeft de resultaten omtrent werkzaamheden en opvattingen van de politiefunctionarissen weer met een communicatie- en/of voorlichtingstaak bij één van de aangeschreven korpsen.

2.1 *Persoonlijke gegevens*

Aan de respondent zijn vragen voorgelegd die betrekking hebben op de persoon zelf; leeftijd, aantal dienstjaren, functieomschrijving, vooropleiding, vorige functie, loonschaal.

2.1.1 *Leeftijd en aantal dienstjaren*

De jongste communicatiemedewerker is 23 jaar, de oudste 58 jaar. De gemiddelde leeftijd van de respondent is 41,4 jaar. Gemiddeld is de respondent 14,4 jaar in dienst van de politie. Dit met een maximum van 40 en een minimum van nog geen enkel dienstjaar.

2.1.2 *Functieomschrijving*

De respondenten is gevraagd hun functie weer te geven, zoals deze op de arbeidsovereenkomst vermeld staat. Dit blijkt een brede waaier van functies. Niet verrassend is dat het grootste deel van de respons bestaat uit communicatiemedewerkers.

Hieronder staat een overzicht van de vijf meest genoemde functieomschrijvingen. Zij vertegenwoordigen 81,4% van het totaal.

Functieomschrijving	Aantal	Percentage
Communicatiemedewerker	35	32,4
Communicatieadviseur	24	22,2
Communicatie Chef	15	13,9
Persvoorlichter	9	8,3
Voorlichter	5	4,6
Totaal	88	81,4

Tabel 1 Functieomschrijving

Opvallend is het aantal communicatieadviseurs (22,2%). Slechts voor de helft van hen geldt dat zij ook taken uitvoeren als de voorlichters (4,6%), persvoorlichters (8,3%) en woordvoerders (1,9%). De overigen zeggen zich vooral met adviseren bezig te houden.

De functie van woordvoerder sec komt nauwelijks voor. Slechts twee respondenten omschrijven hun functie op een dergelijke manier.

2.1.3 *Loonschalen*

De genoemde functies zijn ingeschaald volgens de bij de politie geldende normen. Schaal 9 is de meest voorkomende schaal (52,3%). Ruim 20% valt in schaal 7 of 8. De hoogst genoemde schaal is 17, die van een korpschef.

2.1.4 *Vooropleidingen en eerdere betrekkingen*

HBO is de meest genoemde vooropleiding (52,3%), gevolgd door WO (19,6%). Twee hebben een opleiding bij de politieschool gevolgd, één is opgeleid tot journalist.

Bijna de helft van de communicatiemedewerkers vervulden eerder een andersoortige functie bij de politie (42,9%). Hiermee kan de relatief hoge gemiddelde leeftijd en het hoge gemiddeld aantal dienstjaren samenhangen (zie paragraaf 2.1.1).
De overigen werkten eerder bij andere overheidsdiensten of in het bedrijfsleven.

Eerdere functie: Bij welke organisatie?		
	Aantal	Percentage
Politie	56	57,7
Bedrijfsleven	24	24,7
Andere overheidsdiensten	17	17,5
Totaal	97	100,0

Tabel 2 Organisatie vorige functie

Van de 60 extern aangetrokken medewerkers werkten er 32 als voorlichter. Onder het kopje 'allerlei' vallen journalist (zeven stuks) en communicatie-werker (zeven stuks) maar ook een verkeersveiligheidsadviseur, een directiesecretaresse en een medewerker in een vakantiepark.

2.2 Eigen taken en verantwoordelijkheden respondent

De respondent is gevraagd naar items die de eigen taken, bevoegdheden en verantwoordelijkheden en de feitelijke werkzaamheden omschrijven. Het kan dus voorkomen dat bepaalde werkzaamheden niet tot het officiële takenpakket van de respondent behoren. De mening van deze respondent is in dat geval niet in de resultaten opgenomen.

2.2.1 *Hoofdtaak*

Gevraagd is aan te geven wat de hoofdtaak is. De opties waren: 'Mediavoorlichting', 'Publieksvoorlichting' en 'Anders'.

Publieks- of mediavoorlichting hoofdtaak, of 'Anders'		
	Aantal	Percentage
Nee, mijn hoofdtaak is anders	73	68,9
Mijn hoofdtaak is mediavoorlichting	30	28,3
Mijn hoofdtaak is publieksvoorlichting	3	2,8
Totaal	106	100,0

Tabel 3 Hoofdtaak

Ruim tweederde van de respons bestaat dus uit de categorie 'Nee, mijn hoofdtaak is anders' (68,9%). In het algemeen geven respondenten aan beide taken – media én publieksvoorlichting – als hoofdtaak te vervullen.

Alle respondenten die de functie van communicatieadviseur (22,2%) vervullen, geven aan geen van genoemde taken als hoofdtaak te hebben, maar zich vooral bezig te houden met adviseren.
De vijftien hoofden communicatie geven aan vooral leiding te geven en beleid te maken.

2.2.2 Contactfrequentie media

Hoe vaak heeft de respondent contact met de verschillende media?
Met kranten is doorgaans dagelijks contact (92,6%). Radio en televisie komen zowel dagelijks als wekelijks voor. Onder 'Andere media' vallen kabelkranten, internetsites, tijdschriften.

	Contact met media				
	Dagelijks	Wekelijks	Maandelijks	Onregelmatig	Helemaal niet
Contact met kranten	92,6%	5,6%	-	1,9%	-
Contact met televisie	39,8%	39,8%	13,0%	7,4%	-
Contact met radio	50,5%	36,4%	5,6%	7,5%	-
Contact met andere media	35,6%	24,4%	13,3%	17,8%	8,9%

Tabel 4 Contact met media

2.2.3 *Reden van contact met de media*

De redenen om contact te zoeken met de media kunnen zeer divers zijn. Gevraagd is met welke frequentie waarom contact wordt gezocht.

	Redenen				
	Dagelijks	Wekelijks	Maandelijks	Onregelmatig	Helemaal niet
Om een bepaalde zaak in de pers onder de aandacht brengen	41,7%	28,7%	13,0%	14,8%	1,9%
Om een persconferentie aan te kondigen	-	2,8%	8,4%	61,7%	27,1%
Om assistentie te verschaffen aan de pers voor een nieuwsverhaal over criminaliteit	11,4%	23,8%	20,0%	38,1%	6,7%
Om een bijeenkomst te organiseren met hoofdredacties van lokale media	-	-	0,9%	55,7%	43,4%
Om een andere reden, namelijk.....	20,8%	-	33,3%	29,2%	16,7%

Tabel 5 Contactreden media

Persconferenties worden dus maar zelden of onregelmatig georganiseerd. Regelmatige bijeenkomsten met (hoofd-)redacties komt nagenoeg helemaal niet voor (0,9%).

De antwoordmogelijkheid 'Anders' betreft hier een veelvoud van redenen. Enkele *highlights* zijn:

- De dagelijkse berichtgeving
- Persborrel
- Oefenscenario's waar de media bij betrokken is
- Rectificaties
- Achtergrondinformatie bij gebeurtenissen

2.2.4 *Politieverslaggevers – contactfrequentie en verloop*

De respondenten is gevraagd naar contactfrequentie met en verloop van de politieverslaggevers.

Er wordt relatief veel aangegeven dat respondenten geen contact hebben met politieverslaggevers (18,9%). Indien er wel contact bestaat is dat tussen de één (34,0%) en zes maal (24,5%) per week. Ook geeft 18,9% aan tien of meer malen per week contact met politieverslaggevers te hebben. Dat zou meerdere malen per dag betekenen.

Hoe vaak per week heeft u contact met vaste politieverslaggevers?		
	Aantal	Percentage
niet	20	18,9
1 tot 3	36	34,0
4 tot 6	26	24,5
7 tot 9	4	3,8
10 of meer	20	18,9
Totaal	106	100,0

Tabel 6 Contactfrequentie politieverslaggevers

Tevens is de respondenten naar het verloop van het aantal verslaggevers gevraagd.

In het algemeen is het aantal politieverslaggevers naar de mening van de respondent redelijk stabiel (40,2%). Het aantal neemt naar mening van de respondent niet toe (17,6%). Ook geeft 18,6% van de respondenten aan geen idee te hebben of er verloop zit in het aantal politieverslaggevers.

Het stabiele verloop wordt als normaal gezien. Ongeveer evenveel respondenten menen dat het verloop klein (18,9%) of groot (15,6%) is. 14,4% geeft aan dat het verloop te groot is.

Uit de zeer uiteenlopende meningen zou kunnen worden afgeleid dat de relatie tussen de medewerker en de politieverslaggever regionaal bepaald is.

2.2.5 *Berichtgeving*

De berichten die met grote regelmaat over de politie in de media verschijnen kunnen negatief, neutraal of positief van aard zijn. De respondent is gevraagd aan

te geven hoe vaak naar zijn/haar mening positieve en negatieve berichten in de media komen.
Zij konden dit doen op een vijfpuntsschaal, waarbij: 1 staat voor 'Bijna nooit' en 5 staat voor 'Heel vaak'.

Positieve berichten	Gemiddelde
Stadskrant	3,4
Regionale kranten	3,3
Landelijke kranten	2,6
Lokale omroepen	3,6
Regionale omroepen	3,4
Landelijke publieke omroepen	2,4
Landelijke commerciële omroepen	2,6
Andere media.	4,0

Tabel 7 Positieve berichten

Negatieve berichten	Gemiddelde
Stadskrant	2,6
Regionale kranten	3,3
Landelijke kranten	3,3
Lokale omroepen	2,6
Regionale omroepen	2,9
Landelijke publieke omroepen	3,1
Landelijke commerciële omroepen	3,1
Andere media.	2,3

Tabel 8 Negatieve berichten

Volgens de voorlichters komen meer negatieve dan positieve berichten in de media. Hierbij kan worden opgemerkt dat negatieve berichten voor de respondent een hogere attentiewaarde hebben.

Landelijke kranten en omroepen brengen vaker negatieve berichten dan regionale en lokale kranten en omroepen.

De vraag rijst hier hoe groot en effectief het netwerk van regionale voorlichters binnen de landelijke media is.

2.2.6 *Hoe belangrijk zijn media?*

De positieve of negatieve berichten in de verschillende media wegen voor de voorlichters niet alle even zwaar. Om hier een beeld van te krijgen is naar de relatieve belangrijkheid van de verschillende media gevraagd. Wederom volgens de vijfpuntsschaal, dit maal van 1 'Niet belangrijk' tot 5 'Heel belangrijk'.

De regionale media worden als de belangrijkste gezien, de landelijke media als de minst belangrijke. De categorie 'Andere media' bevat vooral lokale en regionale kabelkranten en tekst-tv.

Hoe belangrijk zijn de volgende mediatypen?		
Lokale media	Aantal	Gemiddeld
Huis-aan-huisbladen	107	4,3
Hoe belangrijk zijn stadskranten	101	4,3
Lokale omroepen	105	4,2
Andere lokale media	3	4,3
Regionale media	Aantal	Gemiddeld
Regionale kranten	106	4,5
Regionale omroepen	106	4,5
Andere regionale media	10	4,6
Landelijke media	Aantal	Gemiddeld
Nationale kranten	106	3,8
Publieke omroepen	106	3,7
Commerciële omroepen	106	3,7
Andere landelijke media	-	-

Tabel 9 Belangrijkheid mediatype

Men zou kunnen concluderen dat de regionale media als belangrijker gezien worden omdat deze positiever berichten. Andersom redeneren is natuurlijk ook mogelijk.

2.2.7 *Intern overleg*

De respondenten is gevraagd de mate van waardering voor hun werk te becijferen, en de mate van contact met de eigen (korps)leiding.

De respondenten beoordelen zelf het functioneren van de eigen afdeling en de waardering ervoor als 'Redelijk' (38,7%) tot 'Goed (50%).

Een zeer klein aantal respondenten (5,7%) geeft aan dagelijks met de leiding te overleggen over het mediabeleid. 35,5% van de respondenten heeft wekelijks, en 29,2% heeft maandelijks contact. Voor 33% van de respondenten geldt dat er onregelmatig overlegd wordt.
Indien deze resultaten zonder de communicatiehoofden wordt bekeken is er slechts een kleine afwijking zichtbaar.

De vraag rijst hier of het lage percentage dagelijks contact en het hoge percentage onregelmatig contact duidt op een vlot en flexibel lopend contact, of op een te hiërarchisch contact. Bij de algemene opmerkingen aan het einde van de enquête wordt over de contactfrequentie nauwelijks geklaagd.

2.3 Mediabeleid en trainingen

2.3.1 *Mediatraining toegepast*

De respondenten hebben de belangrijkheid van mediatraining bij de volgende taken weergegeven op een vijfpuntsschaal waarbij 1 staat voor 'Niet belangrijk' en 5 staat voor 'Zeer belangrijk'.

Mediatraining toegepast	
	Gemiddelde
Ter voorbereiding op een voorlichtingsfunctie	4,6
Ter voorkoming van lekken naar de pers	3,2
Ter rectificatie van misverstanden	3,5
Ter promotie van een gunstig imago	4,0
Om goede relaties met journalisten op te bouwen	3,8
Om het beleid van de politie te promoten	4,0
Om een andere reden, nog niet genoemd	4,4

Tabel 10 Mediatraining toegepast

Mediatraining als voorbereiding op de voorlichtingsfunctie in het algemeen wordt het belangrijkste gevonden. Onder 'Om een andere reden' valt onder meer het aanscherpen van vaardigheden 'on the job'. Er wordt tevens gesproken over de houding en vaardigheden van de voorlichter. Het opbouwen van zelfvertrouwen en het verkrijgen van een professionele houding worden ook genoemd.

2.3.2 *Proactief mediabeleid*

Meer dan de helft (53,8%) van de respondenten geeft aan te proberen het imago van de politie op proactieve wijze te verbeteren. Hiertoe wordt een hele reeks, soms zeer uiteenlopende, acties ondernomen. Het vaakst wordt het extra benaderen van journalisten genoemd, maar ook het organiseren van slachtofferavonden, het plaatsen van een advertentie, of medewerking aanbieden aan bepaalde tv-programma's.

Over dit brede scala aan activiteiten kan worden opgemerkt dat de politie in beginsel ook over zeer veel mogelijkheden beschikt, gezien de veelsoortige rol die de politie heeft in de maatschappij.

Er wordt geprobeerd door het nemen van specifieke acties de beeldvorming positief te beïnvloeden. Alhoewel deze zaken naar mening van de voorlichters proactief zijn, lijken het vooral reactieve acties te zijn. Het idee ontstaat, dat er slechts wordt gereageerd op een situatie in plaats van deze actief te voorkomen.

Er wordt veel melding gemaakt van deelname aan verschillende fictieve politieseries alsmede aan *real life* politieseries op nationaal en vooral op regionaal niveau. Ook wordt medewerking verleend aan goede doelen zoals de stichting Doe een Wens en Kikker Op. De landelijke politiedag wordt ook als promotieactie genoemd. Een voorbeeld van de andere acties is het organiseren van sportevenementen met probleemjongeren of gedetineerden.

2.3.3 *Klachten ten aanzien van berichtgeving*

Er bestaan bij de respondenten verschillende, soms ernstige grieven over 'de media'. Hen is een aantal grieven voorgelegd.

Wat is uw grootste klacht ten aanzien van de berichtgeving?		
	Aantal	Percentage
Anders	33	34,7
Media zoeken vooral sensatie	32	33,7
Media maken geen melding van successen	13	13,7
Media begrijpen niets van de rol van de politie	12	12,6
Media beïnvloeden lopende zaken verkeerd	5	5,3
Totaal	95	100,0

Tabel 11 Grootste klacht ten aanzien van media

Van de respondenten heeft 98,1% klachten over de manier waarop de media berichten over politiewerk. Binnen deze groep is de sensatiedrang van de media het meest dominant aanwezig (34,7%).

Naast 'Sensatiezoekerij' wordt onder het kopje 'Anders' een heel palet aan zaken genoemd. Gebrek aan hoor en wederhoor, oppervlakkigheid, luiheid en slordigheid, foute interpretatie van feiten en dergelijke.

Het rectificeren van klachten dan wel de betreffende redactie attent maken op een onjuistheid gebeurt typisch volgens het onderstaande patroon:
Eerst wordt er direct contact gezocht met de betrokken journalist. Als dat niets

oplevert, wordt er contact gezocht met de redactie of de hoofdredacteur. Enkele respondenten geven aan direct met de hoofdredactie te overleggen. Als laatste uitweg wordt een enkele keer de Raad voor de Journalistiek genoemd.

2.3.4 *Klachten van de media over voorlichters*

Niet alleen de medewerkers hebben klachten over de media, ook de media hebben opmerkingen. Van de respondenten geeft 85,6% aan dat dit voorkomt. In alle gevallen betreft het te weinig, te late of te oppervlakkige informatie. Ook het uitblijven van een persalarm wordt vaak als klacht genoemd.

2.3.5 *Beeldvorming*

Het beeld van de politie is mede afhankelijk van de manier waarop zij zich presenteert bij publieke gebeurtenissen en incidenten. Bij die incidenten kan er sprake zijn van een of meerdere kwesties die de media en/of de burgerij heviger dan andere heeft beroerd.
De vraag is gesteld of dit in de afgelopen paar jaar zo was, en of er specifieke actie heeft plaatsgevonden om (eventuele) negatieve beeldvorming positief bij te stellen.

Een zaak die de media of burgerij heeft beïnvloed?		
	Aantal	Percentage
Ja	91	85,8
Nee	6	5,7
Weet niet	9	8,5
Totaal	106	100,0

Tabel 12 Invloed van incidenten

Omdat elke respondent deze zaken anders omschrijft, gaat publicatie van het overzicht in dit deel van het rapport te ver. Enkele veel genoemde zaken zijn:

- De zaak Fortuyn
- De zaak Spooren / Anne Frank Plantsoen
- De zaak Soares
- De zaak Erdocan
- De zaak Pieper
- De gijzeling op de Griekse ambassade
- De afpersing van Ahold
- De vuurwerkramp

Vele korpsen hebben actief gereageerd op deze situaties.

Heeft er specifieke actie plaatsgevonden om negatieve beeldvorming bij te stellen?		
	Aantal	Percentage
Ja	59	64,1
Nee	15	16,3
Weet niet	18	19,6
Totaal	92	100

Tabel 13 Actie naar aanleiding van incidenten

Ruim 64% van de respondenten geeft aan dat er specifieke media-actie heeft plaatsgevonden naar aanleiding van een of meer van de genoemde incidenten of heikele zaken.
De lijst met acties is, wederom, opmerkelijk gevarieerd. In veel gevallen echter betreft het duidelijk beleidsmatige maatregelen vanuit het geformuleerde media-beleid. Banden met de media aanhalen, de regie in de berichtgeving in handen trachten te krijgen, verkeerde berichtgeving proberen bij te sturen, worden in verschillende bewoordingen vaak genoemd.
Enkele opvallende specifieke acties zijn:

- Het plaatsen van een grote advertentie in een dagblad
- Het organiseren van een slachtofferavond
- Het aanpassen van het gastenboek of instellen van een vraagbaak op de website

Er wordt geprobeerd door het nemen van deze specifieke acties de beeldvorming positief te beïnvloeden. Alhoewel deze zaken naar mening van de medewerkers proactief zijn, lijken het vooral reactieve acties te zijn. Het idee ontstaat, dat er slechts wordt gereageerd op een situatie in plaats van deze actief te voorkomen.

2.3.6 *Beoordeling berichtgeving*

De respondenten is gevraagd de relatie van het bureau/district/korps met de pers in het algemeen te beoordelen en een oordeel te geven over de berichtgeving over respectievelijk bureau, korps en 'de politie', alsmede over enkele thema's.
Deze uitkomsten zijn opmerkelijk. De relatie met de pers wordt door ruim 80% van de respondenten als 'Goed' tot 'Zeer goed' beoordeeld.

Daarbij vergeleken vallen de beoordelingscijfers over de berichtgeving veel lager

uit. Slechts 35,5% vindt de berichtgeving over 'de politie' goed. Als het gaat om de berichtgeving over de criminaliteit, of de opsporing ervan, is een kwart tot eenderde van mening dat deze berichtgeving slecht is.

Beoordeling berichtgeving					
	Zeer slecht	Slecht	Redelijk	Goed	Zeer goed
Relatie van uw bureau, district of korps met de pers	-	2,8%	14,8%	73,1%	9,3%
Heersende publieke opinie over uw bureau, district of korps	-	3,7%	70,1%	25,2%	0,9%
Berichtgeving over het functioneren van uw korps	-	6,5%	57,9%	35,5%	-
Berichtgeving over de politie in het algemeen	2,8%	22,2%	62,0%	13,0%	-
Berichtgeving over de ontwikkeling van criminaliteit	1,0%	23,8%	59,0%	16,2%	-
Berichtgeving over de ernst van criminaliteit	1,0%	32,7%	47,1%	18,3%	1,0%

Tabel 14 Beoordeling berichtgeving

2.4 Organisatie mediabeleid

2.4.1 *Welke medewerkers hebben mediabevoegdheid*

Over het algemeen zeggen de respondenten dat alle communicatiemedewerkers bevoegd zijn zelfstandig contact met de media te hebben.

Toch zegt 86,1% van de respondenten dat er 'bepaalde personen' binnen de organisatie deze bevoegdheid hebben.
Van deze 'media-bevoegden' heeft 66,3% ook daadwerkelijk een opleiding op het gebied van media en communicatie gehad.

Volgens 29,2 % van de respondenten zijn ook agenten bevoegd de media te woord te staan. Hen wordt slechts in beperkte mate een mediatraining aangeboden (36,1%).

Opmerkelijk is dat de hoofden communicatie vaker van mening zijn dat agenten bevoegd zijn de media te woord te staan dan de medewerkers.

2.4.2 *Invoering en aanleiding geformaliseerd mediabeleid*

In 84,3% van de gevallen wordt aangegeven dat de diensteenheid, district of korps werkt met een geformaliseerd mediabeleid.

In slechts 17,7% van de gevallen wordt aangegeven dat een bepaalde gebeurtenis de aanleiding was voor de invoer van het mediabeleid. Deze gebeurtenissen variëren van een reorganisatie (8,3%) tot het aantreden van een nieuwe korpschef (0,9%, één stuks)6.
Het mediabeleid is gemiddeld 5 jaar oud. Uit de bijgeschreven opmerkingen blijkt dat veel korpsen op dit moment bezig zijn hun mediabeleid te vernieuwen.

2.4.3 *Bezetting afdelingen*

Het precieze aantal FTE-voorlichting per korps kan niet precies worden vastgesteld. Te veel korpsen konden niet de vereiste uitsplitsing naar functies leveren. Daarom kan, uitgaande van een totaal van 350 FTE (bron: NPI), slechts een schatting gemaakt worden van het gemiddelde aantal fte per functie, een extrapolatie van de binnengekomen gegevens.

Schatting gemiddeld aantal FTE voorlichting bij politiekorpsen		
	Totaal	Per korps
Aantal FTE voor persvoorlichting	36	1,38
Aantal FTE voor publieksvoorlichting	20	0,76
Aantal FTE voor communicatie	140	5,38
Aantal FTE voor communicatieadvies	96	3,69
Aantal FTE voor overige werkzaamheden	58	2,34
Totaal	350	13,55

Tabel 15 Gemiddeld aantal fte per korps

2.4.4 *Centrale doelstelling mediabeleid*

In tegenstelling tot de aanleiding en instelling van het mediabeleid, is er in 89,6% van de gevallen wel sprake van een centraal doel.

De genoemde centrale doelen vallen ruwweg uitéén in vier verschillende soorten.
1. Het bevorderen van een gevoel van veiligheid en leefbaarheid bij de burgers
2. Het bevorderen van een open, transparante en eenduidige manier van communiceren, en op een professionele manier
3. Het promoten van het imago van de politie
4. Ondersteunen van de doelen van het individuele korps.

Deze vier deeldoelen komen in enige vorm in vrijwel ieder centraal doel terug. De medewerkers lijken niet in staat een eenduidig doel van het beleid formuleren.

2.4.5 *De inhoud en effectiviteit van het mediabeleid*

67,6% van de respondenten is goed tevreden over de inhoud van het mediabeleid. De negatieve zijde van de schaal ('Slecht', 'Zeer slecht') wordt slechts in zeven gevallen (6,8% in totaal) gebruikt.

Het mediabeleid wordt in verschillende situaties ter sprake gebracht. Bij gevallen als 'Lekken naar de pers' of 'Rectificatie van misverstanden' wordt het mediabeleid als een effectief hulpmiddel gewaardeerd.

Het mediabeleid wordt als meest effectieve en belangrijkste gereedschap gezien ter voorbereiding op de communicatie met de media (3,9).

Hoe effectief is het mediabeleid voor welk doel?	Gemiddelde
Ter voorbereiding op communicatie met de media	3,9
Om het beleid van de politie in zaken te promoten	3,8
Om goede relaties met journalisten op te bouwen	3,7
Ter promotie van een gunstig imago	3,6
Ter voorkoming van lekken naar de pers	3,5
Ter rectificatie van misverstanden	3,3
Om mondige burgers het hoofd te kunnen bieden	2,7
Om mondige slachtoffergroepen het hoofd te kunnen bieden	2,5
Om strafadvocaten het hoofd te kunnen bieden	2,4

Tabel 16 Effectiviteit mediabeleid

Voor het contact met burgers, slachtoffergroepen, actievoerders en strafadvocaten lijkt het mediabeleid van mindere betekenis.

2.4.6 *Uitvoering en focus van het mediabeleid*

Ook de praktische uitvoering van het communicatiebeleid wordt door de respondenten zelf als 'Redelijk' (35%) tot 'Goed' (60,2%) gewaardeerd. Het woord 'Slecht' valt slechts in 4,9% van de gevallen.

Bijna alle respondenten (93,4%) vinden dat persvoorlichting de meeste aandacht krijgt. Dit is opmerkelijk omdat zij aangeven zich voornamelijk met media- én publieksvoorlichting bezig te houden. In de hierna volgende tabel 18 wordt de onvrede hierover bevestigd (score: 3,1).

Wat krijgt, naar uw mening, de meeste aandacht bij externe communicatie?		
	Aantal	Percentage
Persvoorlichting	99	93,4
Publieksvoorlichting	4	3,8
Iets anders	2	1,9
Maatschappelijke activiteiten	1	0,9
Totaal	106	100

Tabel 17 De meeste aandacht bij externe communicatie

2.5 Het werk in brede context

2.5.1 Stellingen

Als laatste onderdeel van de vragenlijst zijn een aantal stellingen voorgelegd. Deze worden in delen van vijf stuks besproken. De respondent heeft wederom de vijfpuntsschaal gebruikt. Hierbij is wederom een vijfpuntsschaal aangeboden. 1 staat voor 'Helemaal oneens' en 5 staat voor 'Helemaal eens'. De hoogte van het gemiddelde bepaald dus de mate waarin respondenten het eens zijn met de stelling.

Stellingen	
	Gemiddelde
Voorlichters/woordvoerders besteden teveel tijd aan pers-/mediavoorlichting	3,1
Voorlichting direct aan het publiek is belangrijker dan via de media	3,5
Voorlichters moeten zelfs lastige vragen eerlijk beantwoorden	4,5
Persvoorlichting kan het beste verlopen via internet, e-mail of fax	3,2
Voorlichting moet centraal, eenduidig en in formats geschieden	3,8

Tabel 18 Stellingen

Niet alle stellingen zijn relevant voor alle respondenten. De resultaten van deze vragen zijn om die reden indicatief. De conclusies naar aanleiding van deze stellingen zijn in het algemeen niet apart in deze paragraaf opgenomen maar zijn in Hoofdstuk 3. Slotbeschouwing verwerkt.

De relatie met de media wordt als zeer belangrijk gezien (4,3). De medewerkers achten de publieke opinie van groter belang dan de mening van de media.

Stellingen	Gemiddelde
Publieke opinie is belangrijker dan de mening van de media	3,9
U heeft genoeg handelingsvrijheid ten aanzien van de media	4,0
Een vertrouwensrelatie met journalisten is belangrijk	4,3
Voorlichters moeten meer met journalisten samenwerken	3,1
Journalisten moeten meer bij politiewerk betrokken worden	3,3

Tabel 19 Stellingen vervolg

Stellingen	Gemiddelde
Burgers moeten meer bij politiewerk betrokken worden	3,9
De agenda van voorlichters wordt te vaak gedicteerd door de media	3,7
Er zijn onvoldoende journalisten met verstand van zaken	3,4
Burgers moeten meer informatie over de politie krijgen buiten de media om	4,1
Voorlichters moeten ook actief de zienswijze van de politie bepleiten	4,4

Tabel 20 Stellingen vervolg

Stellingen	Gemiddelde
Het bekleden van maatschappelijke functies is belangrijk voor werk als voorlichter	3,0
Voorlichting moet alleen gebaseerd zijn op feitelijke informatie	3,7
Voorlichting moet vooral de positieve aspecten van politiewerk benadrukken	2,9
De communicatie tussen voorlichters van verschillende korpsen is toereikend	2,4
Iedereen bij de politie moet zich ambassadeur voelen	4,6

Tabel 21 Stelling vervolgt

Opvallend is dat de communicatie tussen de korpsen onderling door betrekkelijk weinig respondenten als toereikend wordt gezien (2.4). Voorlichting hoeft blijkens het gemiddelde van 2,9 ook niet noodzakelijk alleen positief van aard te zijn. Dit is in lijn met de eerdere stelling over eerlijkheid bij lastige vragen.

Stellingen	Gemiddelde
Voor de herkenbaarheid dient voorlichting per korps door één persoon te geschieden	2,0
Elk bureau, district of korps moet zelfstandig voorlichting kunnen bepalen	2,1
De politie moet taken die ze niet kan waarmaken afstoten	3,3
'U kunt op ons rekenen' is de juiste slogan voor de politie	2,8
In de multiculturele samenleving is het politiewerk moeilijker geworden	3,7

Tabel 22 Stellingen vervolg

De respondenten zien zeer weinig in slechts in de aanstelling van slechts één voorlichter per korps (2,0). De vraag rijst of het lage gemiddelde samenhangt met de neiging geen arbeidsplaatsen verloren te willen laten gaan of met de behoefte zelf verantwoordelijkheid te willen blijven dragen.

Ook opvallend is het feit dat voorlichters behoefte blijken te hebben aan sturing door een hoger orgaan gezien het lage gemiddelde (2,1) bij de stelling 'Elk bureau, district of korps moet zelfstandig voorlichting kunnen bepalen'.

Stellingen	Gemiddelde
Strafpleiters en slachtoffergroepen in de media maken voorlichtingswerk moeilijker	2,8
Programma's als 'Peter R. de Vries' zijn nuttig en noodzakelijk voor de politie	3,2
Programma's als 'Opsporing verzocht' zijn belangrijk voor het imago van opsporing	3,7
Fictieve politieseries scheppen bij de burger een te hoge verwachting	3,5
Zonder politievoorlichting komen journalisten niet aan hun informatie	2,7

Tabel 23 Stellingen vervolg

De relatief hoge scores over fictie en non-fictie programma's op tv suggereren dat de invloed van de media op het imago van opsporing als bijzonder groot worden gezien. De lage score (2,7) op de stelling 'Zonder politievoorlichting komen journalisten niet aan hun informatie' zou kunnen suggereren dat de mogelijkheid van sturing van de berichtgeving als niet al te groot wordt gezien.

Stellingen	Gemiddelde
Den Haag schuift te vaak ten onrechte de zwarte piet naar de politie	3,7
De landelijke politie moet één aansprekende woordvoerder hebben, zoals de RVD	3,0
De nieuwe privacyrichtlijnen van het OM maken voorlichting makkelijker	2,4
Terughoudende informatieverstrekking werkt geruchten in de hand	4,1
Het OM dient beter naar de politie te luisteren	3,8

Tabel 24 Stellingen vervolg

Terughoudendheid met informatie werkt geruchten in de hand. Openheid en transparantie zijn dus gewenst. De respondenten zijn neutraal ten opzichte van één landelijk aanspreekpunt.

Stellingen	Gemiddelde
Om het imago beter te kunnen uitdragen dient er een landelijke PR-afdeling te zijn	3,5
Toenemende media-aandacht vereist autonoom en alert optreden van korpsen	3,7
Voor een beter imago moet de politie vaker voor eigen tv-beelden zorgen	2,9
Strenger straffen vergroot de veiligheid in het land	2,9
Amerikaanse politie- en rechtbankseries geven een vertekend beeld van het rechtssysteem en van politiewerk	3,9

Tabel 25 Stellingen vervolg

Opvallend is de stelling over autonoom en alert optreden van korpsen. Alhoewel hier blijkt dat autonoom handelen gewenst is, werd in tabel 25 tegelijkertijd aangegeven dat voorlichters behoefte hebben aan extra sturing.

3

Slotbeschouwing

3.1 *Algemeen*

Alle onderzochte korpsen hebben medewerkers met een communicatie- en voorlichtingstaak. Er lijkt geen direct verband te bestaan tussen de grootte van het korps en het aantal communicatiemedewerkers.

De 'doorsnee' communicatiemedewerker heeft een HBO-achtergrond (52,3%). Ruim de helft van de respondenten heeft vóór de huidige functie een andere functie binnen de politie vervuld (57,7%). De gemiddelde leeftijd is 41 jaar, de gemiddelde diensttijd is 14,4 jaar. Een grote minderheid (42,2%) komt 'van buiten', bedrijfsleven of overheid. De gemiddelde loonschaal is niveau 9.

De ondervonden waardering door het korps wordt als redelijk (38,7%) tot goed (50%) bestempeld. De contactfrequentie met de leiding is veelal wekelijks (25,5%) of maandelijks (29,2%) of onregelmatig (33%). Slechts een gering percentage (5,7%) heeft op dagelijkse basis contact met de korps/afdelingsleiding.

3.2 *Mediabeleid*

De meeste korpsen (84,3%) maken gebruik van een geformaliseerd communicatieplan, waarin het mediabeleid is opgenomen. De gemiddelde leeftijd van deze beleidsplannen is vijf jaar. Veel korpsen geven ongevraagd aan dat hun beleidsplan momenteel geactualiseerd wordt. Voor enkele korpsen is deze actualisering een eerste introductie van een geformaliseerd beleidsplan media & communicatie. Voor eind 2004 zal, volgens de enquête, geen enkel korps meer zonder beleidsplan te werk gaan.

Als het gaat om de vraag wat het centrale doel is van het media- en communicatieplan, is het aantal verschillen zeer divers. Het lijkt dat de medewerkers niet in staat zijn op eenduidige wijze het centrale doel te formuleren.

De door de respondenten genoemde functieomschrijving en benaming van de communicatiemedewerkers is een zeer diverse hoeveelheid van terminologieën: van de 108 opgenomen benamingen is ruwweg de helft anders gesteld. Alle functieomschrijvingen met de woorden communicatie, media, publiek, pers en vooral adviseur erin komen voor en in alle mogelijke combinaties en volgordes

Alle respondenten die aangeven 'communicatieadviseur' te zijn (22,2%), zeggen geen taken op het terrein van media- of publieksvoorlichting te hebben, maar vooral te adviseren.

Bijna alle medewerkers onderschrijven het belang van een goede opleiding voor het communicatiewerk. Echter, waar andere medewerkers binnen de politie dan die welke direct belast zijn met communicatie direct bevoegd zijn de media te woord te staan – zoals agenten – dan wordt hen slechts in beperkte mate (36,2%) training aangeboden.

De medewerkers verdelen hun taken tussen publieks- en mediavoorlichting. Bijna alle respondenten (93,4%) vinden dat er veel tijd en energie gaat zitten in pers/media-voorlichting.

De meeste afdelingen voorlichting werken naar eigen zeggen redelijk tot goed. Een zeer klein percentage acht het functioneren slecht tot zeer slecht.

De respondenten vinden de publieke opinie belangrijker dan de mening van de media.

3.3 Contact met de media

Het eerste contact over zaken wordt doorgaans vanuit de korpsen zelf geïnitieerd, het meest via de bekende elektronische communicatiekanalen.

Bij criminaliteit en ongevallen komt het eerste contact van de media. Bij opsporingsactiviteiten en speciale acties nemen de korpsen het initiatief tot communicatie.

Het percentage dat dagelijks contact heeft met kranten is ruim 92 %, met radio is dat ruim 50% en met televisie bijna 40%.

Bij zaken of incidenten die het imago van de politie negatief kunnen beïnvloeden, komen de voorlichters naar eigen zeggen proactief in actie.

Er wordt geprobeerd door het nemen van specifieke acties de beeldvorming positief te beïnvloeden. Alhoewel deze zaken naar mening van de medewerkers proactief zijn, lijken het vooral reactieve acties te zijn. Het idee ontstaat, dat er slechts wordt gereageerd op een situatie in plaats van deze actief te voorkomen.

In het algemeen vinden de voorlichters dat er veel tijd gaat zitten in de contacten met de media.

Persconferenties beleggen komt bijna niet voor, zoals ook het beleggen van bijeenkomsten met hoofdredacties zeer weinig voorkomt.

Opmerkelijk is dat de hoofden communicatie vaker van mening zijn dat agenten bevoegd zijn de media te woord te staan dan de medewerkers.

3.4 *Belang en effect van de contacten*

Niet alle media worden door de korpsen als even belangrijk gezien. Lokale en vooral regionale media (inclusief huis-aan-huisbladen en kabelkranten) worden belangrijker gevonden dan de landelijke media.

In totaliteit beschouwen de respondenten de berichtgeving in de diverse media als meer negatief dan positief. De publieke omroepen en de landelijke kranten het meest negatief, de lokale/regionale omroepen en kranten het meest positief. Naar mening van de respondenten worden landelijke kranten minder benaderd.

De relatie met de media wordt als goed of zeer goed omschreven (82,4%). De publieke opinie over het bureau, district of korps wordt door slechts in 26% van de medewerkers als goed gezien.

De berichtgeving door de media wordt door velen als onvoldoende, eenzijdig, onjuist en sensatiebelust gezien, zeker als het gaat over het korps of zaken als de criminaliteit.

Bijna alle respondenten geven gebeurtenissen aan die de bevolking in hun regio de afgelopen paar jaar ernstig hebben beroerd (85,8%). In 64% van deze gevallen heeft specifieke actie plaatsgevonden om eventuele negatieve beeldvorming over het korps/de politie bij te stellen. Het betreft vooral beleidsmatige acties vanuit het mediabeleid.

3.5 *Autonomie of centralisering van de voorlichting*

De meerderheid vindt het noodzakelijk dat korpsen vrij en autonoom kunnen handelen. Tevens vinden de medewerkers het ook nuttig dat er een centrale, nationale voorlichtingsafdeling komt die effectief lijnen uitzet en bijspringt. Dit lijkt tegenstrijdig met de bovenstaande opvatting.

3.6 *De rol van andere betrokken partijen dan de media*

De ontevredenheid over de rol van de politieke overheden en het Openbaar Ministerie (OM) is aanzienlijk. De communicatiemedewerkers menen dat zij onnodig vaak 'de zwarte piet' krijgen toebedeeld door 'Den Haag'. De nieuwe richtlijnen inzake privacybescherming die het OM sinds 1999 heeft ingevoerd, worden als lastig ervaren.

Communicatie om beter om te gaan met andere groepen in de beeldvorming over de politie – strafrechtadvocaten, gedupeerden of familieleden, de burgers zelf (niet alleen de boze of mondige burgers) – heeft een lage prioriteit.

3.7 Enige opvattingen over diverse zaken

- De gedachte dat afdelingen voorlichting erg veel tijd aan pers/mediavoorlichting besteden en
- de gedachte dat persvoorlichting xhet best kan verlopen via internet, email of fax, en
- de gedachte dat voorlichting centraal, eenduidig en in formats moet geschieden, worden ruim gedeeld.
- Een vertrouwensrelatie met journalisten wordt erg belangrijk geacht.
- De burgers moeten meer bij het politiewerk worden betrokken.
- Die burgers moeten meer informatie krijgen van/over de politie buiten de media om.
- De onderlinge communicatie tussen de afdelingen voorlichting van de verschillende korpsen is ontoereikend.
- De opvatting dat de politie taken moet afstoten die ze niet waar kan maken is tamelijk populair.
- De politieslogan 'U kunt op ons rekenen' vindt minder bijval dan bovenstaande stelling.
- In de multiculturele samenleving is het politiewerk moeilijker geworden, is een breed gedeelde opvatting.
- Een meerderheid vindt dat programma's als *Peter R. de Vries, misdaadverslaggever* nuttig zijn voor de politie, en een meerderheid vindt dat programma's als *Opsporing Verzocht* belangrijk zijn voor het imago van opsporing.
- Terughoudende informatieverstrekking werkt geruchten in de hand is een breed gedeelde opvatting.
- Amerikaanse politie- en rechtbankseries vertekenen het beeld van het rechtssysteem en politiewerk