Inhoud

Inleiding: Politie en media, inzicht in een spanningsvolle relatie 13

1 Inherente spanning 13
2 Politie en media in verandering 14
3 Politie en media als instituten 18
4 Inhoud studie 19

deel I Maatschappij, media en politie 23

1 *Media en maatschappij* 25

1.1 Angst voor de massa en massamedia 25
1.2 Respect voor 'de krant' 26
1.3 De verzuiling 27
1.4 De 'dekolonisatie' van de burger 28
1.5 Het belang en het effect van 'de media' 29
1.6 De moderne burger: mondiger of moeilijker 30
1.7 Individualisering en nieuwe medialoyaliteiten 32
1.8 Belang en effect van de (nieuwe) media: *the silent majority* wordt mondig 34
1.9 De sociale gevolgen van nieuwe communicatienetwerken 37
1.10 Waarheid en illusie 38
1.11 Perceptie, resultaten en emotie 41
1.12 De 'incidenten- en heisamaatschappij' 43
1.13 Beeldcultuur of niet? 44
1.14 Betekenis voor relatie politie en media 47

2 *Politie en maatschappij* 49

2.1 Inleiding 49
2.2 Politie in verandering 50
2.3 Politie: partner in integrale veiligheidszorg 55
2.4 Politie als bedrijf 56

2.5 Differentiatie politiefunctie 58
2.6 Vaardigheden van agenten 58
2.7 Politieagenten als *streetcorner politicians* 60
2.8 Media en politie bij crises en ordeverstoringen 62
2.9 Media, politie en terrorisme 64
2.10 Media: haat en liefde voor terroristische incidenten 65
2.11 Emo-tv en *soft stories* 66
2.12 Mediamanipulatie door terroristische organisaties 67
2.13 Waarschuwen en claimen: irrelevant voor de mate van media-aandacht 69
2.14 Terroristische incidenten, media en het publiek 70
2.15 Terroristische incidenten, media, publiek en overheid 73
2.16 Overheidsfunctionarissen en media 74
2.17 Bestuurders en politici 75
2.18 Politie en inlichtingen- en veiligheidsdiensten 75
2.19 Overheidsmaatregelen rond mediaberichtgeving 76
2.20 Van *laissez faire* via richtlijnen naar censuur? 77
2.21 Tot slot 79

deel II Het Openbaar Ministerie en de media 81

3 *Mediarichtlijnen en het imago van het Openbaar Ministerie* 83

3.1 Imago van overheidsinstellingen 83
3.2 Waarom aandacht voor het OM? 85
3.3 Schaalverandering 86
3.4 Richtlijnen en Aanwijzingen inzake OM-voorlichting 88
3.5 Marketing Openbaar Ministerie 94
3.6 Het OM in de verdrukking 96
3.7 'Het proces van de eeuw' 98
3.8 Proactief of mediacircus 100
3.9 Camera in de rechtszaal? 102
3.10 Kritiek op OM-voorlichting houdt aan 108
3.11 Mediaoffensief als politiek signaal 110
3.12 'Mediahypes' 112
3.13 Mediahype en de theorie van de vorige keer 115
3.14 Lessen en kritiek 117

3.15 Speelbal van de publieke opinie 120
3.16 OM weer 'op slot', nieuwe kritiek 122
3.17 OM zoekt zelf weer de publiciteit: Pim Fortuyn en prins Bernhard 125
3.18 Van reactief naar proactief 128
3.19 De mening van journalisten over het OM 131
3.20 Conclusies 135

deel III De politie en de media 141

4 *Media, politie en misdaad* 143

4.1 Veranderd imago van de politie 143
4.2 Communicatiemiddelen bij de opsporing 146
4.3 Media en de perceptie van veiligheid 149
4.4 Politie in fictie 151
4.5 *Opsporing Verzocht* 155
4.6 Effecten van fictie en non-fictie op de perceptie van de politie 158
4.7 Het effect van fictie op de politie zelf 162
4.8 Moord in de krant 165
4.9 Van sensationele tot abstracte berichtgeving 167
4.10 Strubbelingen tussen pers, politie en justitie 173
4.11 Justitie en politie: naar modern management 175
4.12 Imago van de politie op een dieptepunt 177
4.13 De invoering van de politieperskaart 179
4.14 Verandering van de pr-strategie bij de politie 181
4.15 Vernieuwing bij justitie: voorlichting en camera's 183
4.16 Verwarring en frustratie bij de pers 186
4.17 Onvrede over de politievoorlichting 191
4.18 Onvrede en onmacht onder de politievoorlichters 195
4.19 Conclusie 196

5 *Televisie en politie* 199

5.1 Inleiding 199
5.2 Televisie moet het geblutste imago herstellen 200
5.3 Televisie als hulp bij de opsporing 202

5.4 Medewerking aan fictie en non-fictie op tv 208
5.5 Roep om betere bescherming van de privacy 212
5.6 Verkoeling in de relatie tussen politie en media 215
5.7 Een meer bezonnen koers 219
5.8 De strijd tegen negatieve publiciteit 222
5.9 Meer privacy in de pers, minder privacy op tv en op straat 226
5.10 De politiek en het imago van de politie 229

6 *Richtingenstrijd over de politievoorlichting* 233

6.1 Inleiding 233
6.2 Het Nederlands Politie Instituut en de *corporate*-aanpak 235
6.3 De 'sociale pr' in de plattelandsomgeving 237
6.4 'Leve het publiciteitsplan' 241
6.5 De voorlichtingstactiek van het korps Amsterdam-Amstelland 249
6.6 Politievoorlichting onder een 'gekozen' burgemeester: Rotterdam 252
6.7 Conclusies 256

7 *De enquête onder politievoorlichters* 259

7.1 Inleiding 259
7.2 Algemeen 259
7.3 Waardering en toegang tot korpsleiding 261
7.4 Mediabeleid 262
7.5 Contact met journalisten 264
7.6 Waardering en effect van de contacten met de media 265
7.7 Autonomie of centralisering van de voorlichting 267
7.8 Slotopmerkingen 268

deel IV De media en de politie 271

8 *Journalisten over de politievoorlichting* 273

8.1 Inleiding 273
8.1.1 Grondrechten 273

8.1.2 Mediamacht 275
8.1.3 Gedragscode voor krant en televisie 278
8.2 Waren er 'gouden jaren' in de relatie verslaggever-politie? 281
8.3 Verzakelijking en *public relations* 285
8.4 De politie-invloed op de onderwerpselectie door journalisten 287
8.4.1 Het persbericht 287
8.4.2 Persconferenties 290
8.4.3 *Deals* over primeurs 291
8.5 De houding van de politie bij het vergaren van informatie 296
8.5.1 De kennis bij journalisten 297
8.5.2 De *spin*: een gunstige draai geven aan informatie 298
8.5.3 Informatie achterhouden 299
8.5.4 Afscherming van de politieorganisatie 306
8.5.5 Beïnvloeding van het uiteindelijke artikel 311
8.5.6 Na publicatie: de dreigingen en de advocaten 313
8.5.7 Afronding 315

9 *Inhoudsanalyse van berichtgeving over de politie in twee kranten* 321

9.1 Inleiding 321
9.2 Opzet 322
9.2.1 Gekozen kranten 322
9.2.2 Periode 323
9.2.3 Analyse 323
9.3 De resultaten 324
9.3.1 Kwantitatief 324
9.3.2 Kwalitatief 327
9.4 Koppeling van de uitkomsten 334
9.4.1 Onderwerpen nieuwsartikelen versus ingezonden brieven 334
9.4.2 Aard en bron berichtgeving politiekorpsen 336
9.4.3 Fouten politie 338
9.4.4 Verloop aard berichtgeving 339
9.5 Samenvatting en conclusies 342

deel V Slotbeschouwing en drie scenario's 345

10 Slotbeschouwing 347

10.1 De mediamaatschappij 347
10.2 Publieke opinie en 'incidentalisme' 348
10.3 Van feit naar voorlichting 349
10.4 Vermomde politisering 351
10.5 De politie domineert als bron 352
10.6 Crises doorbreken de mediadominantie 354
10.7 Schaarbewegingen 356
10.7.1 Radio en tv versus het gedrukte woord 356
10.7.2 Officieel nieuws versus het gerucht 358
10.7.3 Routine versus 'hype' en 'rechtszaak van de eeuw' 360
10.8 Media als 'agenten van politie' 363
10.9 De media als arena voor probleemdefinitie 365
10.10 De schaarbeweging van de privacy 368
10.11 Mogelijke boemerangeffecten van de succesvolle politievoorlichting 368
10.12 Televisie ideologiseert 371
10.13 De persoonlijkheid van de korpschef en voorlichter 372

11 Drie voorlichtingsscenario's 375

11.1 Bestaat 'de juiste manier' van mediabeleid? 375
11.2 Scenario 1: minder media, af en toe imagopolitiek 379
11.3 Scenario 2: actief mediabeleid, ondersteunende imagopolitiek 381
11.4 Scenario 3: zo veel mogelijk media, altijd imagopolitiek 383
11.5 Boemerangeffect van imagopolitiek: *hypes* en schandalen 385
11.6 Legitimiteit en transparantie in het tijdperk van imagopolitiek 389

deel VI Conclusies en aanbevelingen 391

12 *Conclusies van het onderzoek* 393

12.1 Algemeen 393
12.2 Media en politie in de maatschappij 394
12.3 Media, politie en misdaad 395
12.4 OM en de media 397
12.5 Televisie en politie 398
12.6 Politievoorlichting 399
12.7 Journalisten en politievoorlichting 402

13 *Aanbevelingen voor politie en media* 405

13.1 Aanbevelingen voor zowel politie als media 405
13.2 Aanbevelingen voor de politie 410
13.3 Aanbevelingen voor het bevoegd gezag over de politie 414
13.4 Aanbevelingen voor de media 415

Literatuur 419

Register 435