



## 'Van onze redactie economie'

**Auteur(s):**

Keuzenkamp, H.A.

**Verschenen in:**

ESB, 82e jaargang, nr. 4117, pagina 625, 27 augustus 1997

**Rubriek:**

Redactioneel

**Trefwoord(en):**

economie-beoefening

**Wee de krant die uit de brievenbus linea recta op de bodem van de kattenbak belandt omdat ze te ranzig is als wikkel om de fish and chips. Nederland prijst zich gelukkig met zijn pers: vergeleken met *Bild* en *The Sun* lijken onze kranten een toonbeeld van degelijkheid en fatsoen. Het toevallige feit van een klein marktaandeel voor losse verkoop heeft de markt voor sensatie beperkt gehouden. Misschien heeft het calvinisme nog een handje mee geholpen.**

Maar wordt de afwezigheid van lieflijke meisjes op pagina drie gecompenseerd door kwalitatief goede en afdoende berichtgeving? Of is er minder reden voor zelfgenoegzaamheid? Dit nummer van *ESB* beantwoordt deze vraag voor de economische berichtgeving. Aan een groep economische onderzoekers is gevraagd de economische journalistiek in zeven dagbladen door te lichten. Bij deze 'visitatie' van de krant is gekeken naar de kwaliteit van de berichtgeving (de feiten), de manier waarop economische verbanden aan de orde gesteld worden en geïnterpreteerd (de analyse) en naar de kleur die kranten er aan geven (commentaar en opinie). Het was een enorme opgave. We zijn de deelnemers aan het project zeer erkentelijk voor hun inspanning.

In het inleidende artikel presenteren de bezoekers de samenvatting van hun vergelijkend warenonderzoek, terwijl de consumententest in deelstudies nader wordt uitgewerkt. 'Beste uit de test' is, nee, niet Het *Financieele Dagblad*, de krant die in deze toets toch een comparatief voordeel zou moeten hebben. De eer gaat naar *NRC Handelsblad*, zij het met de nodige kanttekeningen.

Goede economische journalistiek is van groot maatschappelijk belang. De publieke opinie en politieke besluitvorming worden sterk beïnvloed door wat kranten over economie te melden hebben. Maar economische journalistiek is moeilijk, want de journalist moet het tegen drie draken opnemen: feiten, betrokkenen en deskundigen. Feiten zijn te talrijk en complex, betrokkenen te betrokken en deskundigen te verdeeld, of juist te saai. Om deze draken te bedwingen moet de journalist goed beslagen ten strijde trekken. Zonder gedegen economische scholing komt hij niet ver, zoals [Frank Kalshoven](#) in dit nummer betoogt.

Het blijkt dat er veel is aan te merken op de economische journalistiek. De vraag wat een goed journalistiek product zou zijn wordt minder diepgaand besproken. Een eenduidig antwoord hierop is ook niet te geven, omdat lezers verschillen, dus (in een concurrerende markt) kranten ook. Daarom enkele suggesties die passen bij verschillende ambitieniveaus.

Om te beginnen zal iedere krant een minimum aan economische feiten en ontwikkelingen moeten rapporteren. Als de wet op het minimumloon prominent aan de orde is, dan mag verwacht worden dat de krant de kern van deze wet rapporteert. Een primeur is minder belangrijk dan adequate berichtgeving. Geen enkele krant slaagt echter voor deze minimum-toets. Dat de markt voor informatie hier al faalt, is een schokkende bevinding.

Een eis die iets verder gaat is dat de krant het feitelijk belang van een onderwerp kan duiden. Ook hier is het minimumloon een goed voorbeeld: de lezer zou gediend zijn bij informatie over het huidige niveau ervan, het aantal personen dat ervoor werkt en het aantal personen waarvoor het nieuwe regime relevant is. Misschien is het zelfs mogelijk om de gevolgen voor inkomens en werkgelegenheid te schetsen. Dat is moeilijk, want de effecten worden niet volgens een natuurwet bepaald. Betrokkenen (zoals belanghebbenden op de arbeidsmarkt) zullen proberen de beeldvorming te beïnvloeden. Deskundigen (zoals arbeidsmarkteconomen) kunnen behulpzaam zijn, maar, zo luidt de journalistenklacht: economen verschillen immer van mening. Inderdaad is er altijd wel een malloot op één van de economische faculteiten te vinden, die zich met een onconventioneel standpunt in de publiciteit wil begeven (dezelfde malloot kan heel competent zijn bij een ander onderwerp). De klacht dat dit de regel zou zijn is echter misplaatst: zeker waar het micro-economische vraagstukken betreft heerst er brede consensus onder economen<sup>1</sup>. Sommige journalisten vallen echter op conflicten: meningsverschillen kunnen immers een bron van nieuws zijn. Soms is heibel waardevol, vaker is het 'noise'. Goede economische journalistiek weet signaal en bijgeluiden te onderscheiden.

Een andere manier om nieuws te plaatsen is door de feiten in een breder verband te zetten. Een goed voorbeeld is het artikel over Nedcar, in de *Wall Street Journal Europe* van donderdag 21 augustus (blz. 4). Hier wordt niet alleen de typerende Nederlandse bedrijfscultuur scherp geduid, maar ook de weerslag op zaken zoals productietijd van auto's en gemiddelde voorraad. Deze worden vergeleken met wat elders in de bedrijfstak gebruikelijk is. 'Benchmarking' is informatief maar vereist journalistieke inzet. Het levert een andersoortig artikel op dan de 'Hollands Glorie'-verhalen die te vaak de Nederlandse kranten vullen.

De hoogste ambitie voor de krant is ten slotte te melden wat er in de economische wetenschap gaande is. Gelukkig doen de kranten hier weinig aan. Want concurrentie is leuk, maar wel graag buiten het vaarwater van *ESB*.

Zie **Onderzoek 'Economie in de krant'**:

[Tragediespelers](#) van D.J. Wolfson

[Economie in de krant](#) van E.E.C. van Damme c.s

[Typering van dagbladen](#) van E.E.C. van Damme c.s

[De nieuws waarde van een rel](#) van R. Nahuis

[De wet op het minimumloon](#) van P.J.J. Herings

[Oververhitting?](#) van H.L.F. de Groot

Reactie: [Poortwachters van het publiek debat](#) van F. Kalshoven

[Vraag en aanbod van economisch nieuws](#) van G.H.A. van Hagen en Th. Leer

---

<sup>1</sup> Zie bijvoorbeeld het thema 'is there a global economic consensus?', in de *American Economic Review*, papers and proceedings, mei 1992, blz. 203-220.