

De media de schuld?

Eerst hand in eigen boezem!

Frans Hoogeveen

Het verpleeghuis heeft de laatste jaren veel negatieve publiciteit gehad. Dat heeft in de sector tot de nodige verontwaardiging geleid. Maar het is veel te makkelijk de schuld in de schoenen van de media te schuiven, betoogt Frans Hoogeveen. ‘Als de berichtgeving eenzijdig de problematische kant van de verpleeghuiszorg belicht, betekent dat misschien wel dat wij gewoon te weinig naar buiten treden met de vele goede ontwikkelingen die er ook plaatsvinden.’

In de beide vorige artikelen is uitvoerig stilgestaan bij de rol van de media in de beeldvorming van verpleeghuizen. *Peter Bakens* geeft een overzicht van de negatieve spiraal waarin die beeldvorming de laatste jaren is beland. Hij haalt een aantal schokkende voorbeelden aan van (koppen van) krantenberichten die ‘de nietsvermoedende burger’ wel de stuipen op het lijf moeten jagen. Impliciet en expliciet maakt hij de media het verwijt van eenzijdige en ongenueanceerde berichtgeving. Tegelijk vraagt hij zich af hoe de werkers in de sector daar nu eigenlijk zelf tegenaan kijken: ‘Hoe ervaren zij het om in een “rampgebied” te werken?’ Verbaasd constateert hij dat zij weinig van zich laten horen. Hij roept de directies van de instellingen, maar vooral de werkers zelf, op om weerwerk te bieden. Zij moeten veel nadrukkelijker dan nu het geval is de positieve ontwikkelingen in de zorg voor het voetlicht brengen en daarmee zorgen voor een evenwichtiger beeldvorming. Het stuk van *Britt Fontaine* versterkt het betoog dat door Bakens is ontvouwd. Zij laat zien dat Anne-Mei The in haar veelbesproken boek

over een verpleeghuis in de Randstad een genuanceerd beeld schetst van zaken die daar goed en fout gaan. Er zijn veel problemen. De zorg is in vele opzichten schraal. De werkdruk is hoog, er is te weinig en vaak ongeschoold personeel en het ziekteverzuim is hoog. Ook bestaat er een culturele kloof tussen de overwegend ‘zwarte’ verzorgenden en de ‘witte’ bewoners en dito management. Maar The geeft ook vele voorbeelden van goede zorg: tussen verzorgenden en bewoners ontstaat vaak een hechte band die op een familieband lijkt, de zorg rond het sterven is warm en zorgvuldig. De kranten berichten echter vrijwel uitsluitend over de schraalheid en het gebrek. Over de goede zaken geen woord, de ‘voodoo-rituelen’ daarentegen worden breed uitgemeten. Evenals Bakens maakt Fontaine de media hier het verwijt van eenzijdigheid en – in een enkel geval – van stemmingmakerij en zucht naar sensatie. En ook zij stelt dat wij, de sector, daaraan iets moeten doen

In dit artikel stel ik de vraag wat wij de media kunnen en mogen verwijten en sta ik stil bij onze eigen rol. Welke verantwoordelijkheid nemen wij, directies van instellingen en werkers in de zorg, voor een meer evenwichtige beeldvorming bij het publiek? De berichtgeving in de media speelt bij deze beeldvorming, gunstig of ongunstig, zonder enige twijfel een doorslaggevende rol. Moeten wij veel beter met de pers samenwerken en zo ja, hoe moeten wij dan te werk gaan?

Nieuws, daar gaat het om!

De gezondheidszorg dient een publiek belang. Iedereen heeft er – direct of indirect, nu of in de toekomst – mee te maken. De wijze waarop de gezondheidszorg functioneert wordt door het publiek dan ook kritisch gevolgd.

Frans Hoogeveen, door, (✉)

Frans Hoogeveen is gz-psycholoog. Hij is werkzaam als adviseur psychogeriatric bij Florence en lid van de kenniskring van het Lectoraat Psychogeriatric aan de Haagse Hogeschool; daarnaast is hij voorzitter van de Vereniging voor Psychogeriatric.

Een goede verstandhouding met het publiek is van belang voor een goed functionerende hulpverlening. Goede informatie kan aan die verstandhouding een bijdrage leveren en waarschijnlijk ook bijdragen tot de bereidheid van het publiek en de politiek om de gezondheidszorg te (blijven) financieren. Om het publiek te benaderen hebben we de media nodig. En om dan meteen maar een van de hierboven gestelde vragen te beantwoorden: ja, we moeten dus streven naar een goede samenwerking met de media!

Het is de taak van de media het publiek te informeren over ontwikkelingen in de samenleving. Journalisten dienen dit publieke belang en zijn dan ook voortdurend op zoek naar nieuws. Nieuws is wat afwijkt van wat het publiek al wist. Wat vandaag anders, beter of slechter is dan gisteren, komt in de krant. Het 'verschil' is nieuws. Daarbij moet er niet alleen letterlijk verschil zijn, het verschil moet ook van belang zijn voor het publiek. Journalisten en redacteurs vragen zich bij het aanbieden van nieuws steeds af welk belang het publiek erbij heeft. Natuurlijk spelen daarbij ook minder verheffende zaken een rol. Kranten concurreren tegen elkaar en streven – ten koste van elkaar – naar verhoging van de oplage. Snelheid van berichtgeving is daarbij cruciaal. Oud nieuws is geen nieuws en snelheid kan ten koste gaan van zorgvuldigheid en volledigheid. Krantenkoppen moeten de aandacht van de lezer trekken en blinken daardoor vaak niet uit in nuance. Bakens en Fontaine geven daarvan enkele treffende voorbeelden.

Daarbij komt, dat journalisten ook maar mensen zijn. Ook al zien zij hun beroep als het dienen van de publieke zaak, dan nog zullen zij als ieder ander behoefte hebben om te 'scoren'. Ook dat kan onzorgvuldige berichtgeving opleveren. De expertise en de persoonlijke opvattingen van de journalist over, in dit geval, de gezondheidszorg spelen daarbij mee. Een journalist die bekend is met de verpleeghuiswereld, bijvoorbeeld omdat hij zelf een familielid in het verpleeghuis heeft, kijkt anders naar de zaak dan zijn op dit gebied minder deskundige collega die hoort dat patiënten in verpleeghuizen in veel gevallen niet worden gereanimeerd en meent een misstand op het spoor te zijn.

Samenwerken met de media

Hoe moet het niet? Ik geef een kijkje in eigen keuken. In augustus 2004 schreven verpleegkundige *Wilma van Oeffel* en ik namens de Vereniging voor Psychogeriatric een brief naar de Forumredactie van *de Volkskrant* (u kunt de tekst van de brief nalezen op de VPG-pagina van DENKBEELD, 2004/5). Aanleiding was een recente stroom aan negatieve berichtgeving, met koppen als:

'Zorgverlening faalt in verpleeghuizen; Toezicht ontbreekt, tweede instellingen bindt bewoners vast' en 'Tehuizen reanimeren niet; Alleen na verklaring leven patiënt redden; Nieuws slaat in als bom bij familie'. Enkele dagen na het zoveelste bericht stelden we de brief op. De strekking daarvan was scherp kritisch en verwijtend naar de media. We schreven onder meer: 'We hebben een groot aantal recente krantenberichten verzameld en hebben deze in chronologische volgorde nog eens grondig bestudeerd. De woorden die dan bij ons opkomen zijn: onzorgvuldig, ongenueanceerd, eenzijdig en onverantwoordelijk.' De brief werd niet geplaatst. De redactie wees plaatsing met weinig specifieke redenen omkleed af ('De redactie ontvangt elke dag meer ingezonden brieven dan kunnen worden geplaatst en weegt af welke van deze van meer of minder belang voor onze lezers zijn'), maar achteraf gezien hadden wij ten minste twee belangrijke fouten gemaakt. Ten eerste reageerden wij te laat! Het laatste krantenbericht dateerde alweer van enkele dagen geleden en ander nieuws was inmiddels actueler. Ten tweede gaven wij eenzijdig de media de schuld. Behalve dat dit niet juist is, is het ook niet verstandig: journalisten vertonen dan – figuurlijk gesproken – een allergische reactie.

Nooit cynisch

Hoe kan het wel? Ik heb mijn oren eens te luisteren gelegd bij diverse ervaren journalisten en dit zijn hun aanbevelingen:

1. Ga uit van de goede bedoelingen van de journalist. Benader journalisten nooit cynisch, op de toon van 'daar heb je weer zo'n persmuskiet'.
2. Belt een journalist met een vermeende 'misstand', leg hem dan geduldig uit hoe het zit, bijvoorbeeld waaróm patiënten in het verpleeghuis niet worden gereanimeerd.
3. Schrijf brieven naar kranten en praat mee op discussiesites. Probeer ook daar de hardnekkige misverstanden over verpleeghuizen te bestrijden.
4. Schrijf die brief nu, meteen, over het onderwerp dat je het meest stoort in de berichtgeving. Stuur hem onmiddellijk op als dat onderwerp voor de zoveelste keer in het nieuws is.
5. Houd je bij het schrijven van die brief aan een aantal regels (zie kader).
6. Zoek niet alleen de publiciteit vanuit het defensief! Als je succesvolle publiciteit wilt bereiken moet je een netwerk van journalisten opbouwen. Het hoeft niet direct NOVA te zijn, ook plaatselijke bladen zijn belangrijk. Nodig journalisten uit in je verpleeghuis. Laat dingen zien, maar vooral, doe dat gestructureerd en houd de

regie in eigen handen. Iemand in de organisatie zou speciaal aandacht voor deze taak moeten hebben.

Hoe schrijf ik een ingezonden stuk?

- Beperk je tot één onderwerp en wees daarin streng voor jezelf.
- Val met de deur in huis.
- Mijd jargon, spreek gewone-mensentaal.
- Besef dat kranten leven van nieuws, schrijf meteen zodra er weer een ‘misstand’ in het nieuws is.
- Stel je in die brief op als een vriendelijke onderwijzer die even een misverstand wil rechtzetten.

Naar onszelf kijken

Resteert de vraag wat we de media wél mogen verwijten. Ik ben van mening: weinig. De journalist informeert het publiek, soms op basis van eigen onderzoek maar ook heel vaak naar aanleiding van wat hem ter kennis wordt

gebracht, bijvoorbeeld een rapport van de Inspectie voor de Gezondheidszorg. Als de berichtgeving eenzijdig de problematische kant van de verpleeghuiszorg belicht, betekent dat misschien wel dat wij gewoon te weinig naar buiten treden met de vele goede ontwikkelingen die er ook plaatsvinden. Dat laat overigens onverlet dat we kritisch mogen en moeten zijn ten opzichte van onzorgvuldige of opzettelijk stemmingmakende berichtgeving. Bakens en Fontaine geven daarvan enkele schokkende voorbeelden. Een flinke verbale klets om de oren, gericht tegen de betreffende journalist en krant, is dan de gepaste reactie. Bakens kijkt bij dit alles in de eerste plaats naar de beroepsgroep van verzorgenden en verplegenden. Hij kan daarin gelijk hebben, maar ik ben van mening dat met name ook directies van zorginstellingen hierin een belangrijke taak hebben. Zij moeten meer van zich laten horen en, waar nodig, van zich afbijten. Dat geldt ook voor de verschillende beroepsorganisaties in de ouderenzorg en – ik moet het helaas erkennen – voor een vereniging als de VPG. Dames en heren, dat moet beter!