

**“Boeven vangen” via internet: beelden over criminaliteit in opsporingsberichtgeving<sup>1</sup>.**

*Judith van Erp*

*Erasmus Universiteit Rotterdam*

*Abstract,*

This article studies community notification of suspects, as in *Crimewatch* and its Dutch equivalent, *Opsporing Verzocht*, and on police websites. It explores how these messages frame crime, and how these frames change when police messages are copied by private websites. Publication of suspects by the police is characterized as responsabilization, because it legitimizes the authority of the police and reinforces existing relations between police and the public. The new media, however, undermine the frame of authority as it is presented by the police, either because publications aiming to detect suspects are transformed into news or entertainment, or because private websites select those publications that give room to the questioning of police performance. As for the presentation of the publications, this article compares the Dutch TV program *Opsporing Verzocht* and the website *GeenStijl*. *Opsporing Verzocht* centers around the victim, while *GeenStijl* presents the subject from an enforcement point of view. *GeenStijl* users are not addressed as the police's helping hands, but as autonomous agents of social control, sometimes standing in for the police. Community notification of suspects therefore not only influences detection rates, but also the relation between the police, the public, and offenders in society.

*GOUTUM – Mishandeling in restaurant*

*De politie onderzoekt de mishandeling van een 18-jarige inwoner van Jelsum. Vrijdag 25 juni werd hij mishandeld in een restaurant in Goutum. De drie mannen die hem sloegen werden vastgelegd door een bewakingscamera. De duidelijke beelden zijn op [www.dadergezocht.nl](http://www.dadergezocht.nl) geplaatst. Kent u de drie jongens? Neem dan contact op met de politie via 0900 – 8844 of met Meld Misdaad Anoniem via 0800 – 7000.*

*(dadergezocht.nl, politie Fryslân, 28-07-2010)*

*‘Kijk nou toch 'es wat een prachtig stukje netwerkgeneratie we vandaag op de foto hebben! De Superdudes / Partyflock / Hyves-profieltjes staan nog net niet op hun*

---

<sup>1</sup> De empirische informatie in dit artikel is voor een groot deel afkomstig uit onderzoek dat Froukje van Gastel, Denise Zeeman en Luuk Stadhouders verrichtten in het kader van hun masterscriptie criminologie aan de Erasmus School of Law, onder begeleiding van de auteur. De auteur dankt de drie (inmiddels afgestudeerde) criminologen hartelijk voor hun medewerking aan het onderzoek. Daarnaast dankt zij Suzan Verberk, Froukje van Gastel, en René van Swaaningen voor waardevolle suggesties bij een eerdere versie van dit artikel.

*voorhoofd getatoeëerd. Moet te doen zijn dus, om dit drietal op te sporen. Nog even het verhaal: de heren gingen fijn uit eten (gezellig), maakte wat schunnige opmerkingen tegen de vriendin van een andere restaurantbezoeker en toen laatstgenoemde hier iets van zei sloegen ze hem het ziekenhuis in. Stijl en klasse in Goutum, de groeten en we krabbelen. Roept u maarrrr!’ (GeenStijl, 28-7-2010<sup>2</sup>).*

## 1. Introductie

Bovenstaande berichten zijn een voorbeeld van opsporingsberichten zoals die door de politie worden getoond op televisie en internet, en vervolgens worden overgenomen door private websites. Opsporingsberichtgeving is het tonen van beelden van verdachten of het verspreiden van andere informatie over delicten met als primair doel hulp te vragen aan het publiek bij het oplossen van deze zaken. Deze vorm van burgerparticipatie heeft de laatste jaren een enorme vlucht genomen. Naast Opsporing Verzocht, met 25 jaar een van de langst lopende televisieprogramma's in Nederland, hebben negen regionale televisiezenders een eigen opsporingsprogramma<sup>3</sup>. Opsporingsberichten worden ook getoond in Hart van Nederland op SBS6 en in het dagblad de Spits. Op internet publiceert de politie op [www.depolitiezoekt.nl](http://www.depolitiezoekt.nl), [www.politie.nl/opsporing](http://www.politie.nl/opsporing) en regionale politiewebsites naar schatting jaarlijks tienduizenden opsporingsberichten<sup>4</sup>. De verwachting is dat communiceren via de media het werk van de politie effectiever maakt. Hetzij direct, doordat burgers tips en informatie aan de politie geven waardoor delicten sneller kunnen worden opgelost, hetzij indirect, omdat een moderne, zichtbare en open politieorganisatie vertrouwen wekt en draagvlak kweekt bij burgers en maatschappelijke partners (Cornelissens & Ferwerda, 2010; Bekkers & Meier, 2010). De politie heeft echter al lang geen monopolie meer op de verspreiding van informatie over de identiteit van verdachten. Zoals in bovenstaande berichten is te zien, wordt opsporingsberichtgeving van de politie, overgenomen door private websites zoals GeenStijl; [boevenvangen.nl](http://boevenvangen.nl) en talloze andere websites. Daarnaast zijn er op Youtube tal van beelden van particuliere bewakingscamera's te vinden waarop verdachten van diefstal of inbraak te zien zijn, gepubliceerd door winkeliers, tankstationhouders of burgers.

Nieuwe media-initiatieven zoals het gebruik van Twitter door de politie, Burgernet en Amber Alert hebben de laatste tijd veel aandacht gekregen van Nederlandse onderzoekers (Cornelissens & Ferwerda, 2010; Van der Vijver et al, 2010; Bekkers & Meijer, 2010). Toch is het bereik hiervan beperkt in vergelijking met dat van

---

<sup>2</sup> [http://www.GeenStijl.nl/mt/archieven/2010/07/makkie\\_smile\\_jullie\\_staan\\_op.html](http://www.GeenStijl.nl/mt/archieven/2010/07/makkie_smile_jullie_staan_op.html)

<sup>3</sup> Voorbeelden zijn Ter Plaatse, Bureau Brabant, Team West, Bureau Hengeveld.

opsporingsberichtgeving: alleen al naar Opsporing Verzocht kijkt wekelijks gemiddeld 1,1 miljoen kijkers<sup>5</sup>. Naar de effectiviteit van opsporingsberichtgeving voor het opsporen van verdachten is, althans in Nederland, nog enkel verkennend onderzoek gedaan, zodat de inzet van opsporingsberichtgeving voornamelijk verloopt op basis van eigen inschattingen en ervaringskennis van de betrokken politiefunctionarissen (Kuijvenhoven, 2002; 2005; Cornelissens & Ferwerda, 2010). In de VS heeft Miles (2005) vastgesteld dat de pakkans van een voortvluchtige verdachte met een factor zeven toeneemt na het tonen in het programma "America's Most Wanted". In een volgend onderzoek (2008) toont Miles echter aan dat het doel van de bekende "FBI Ten most wanted list" in de afgelopen 25 jaar is verschoven van het tonen van verdachten waarbij de kans op aanhouding met hulp van het publiek het grootst is, naar het communiceren van de prioriteiten van de FBI. Zo stond Osama Bin Laden lange tijd bovenaan de lijst. De politie gebruikt de berichten dus niet alleen om te communiceren over verdachten, maar ook over haar eigen werk. Opsporingsberichtgeving vanuit de politie is, net als alle mediaberichtgeving, een vorm van betekenisgeving, en vertelt een verhaal over criminaliteit, daders, slachtoffers, en de politie (Smolej, 2010). Politieberichten veranderen daarbij van betekenis als ze in een andere context worden geplaatst, zoals bij de overdracht van publieke naar private sites.

Deze bijdrage richt zich dan ook niet op de effectiviteit van opsporingsberichtgeving bij het oplossen van delicten, maar onderzoekt de inhoud van deze berichtgeving als een vorm van mediarepresentatie van criminaliteit. Ik onderzoek hier welk beeld opsporingsberichtgeving vanuit de politie en particuliere websites schetst van criminaliteit, verdachten en de samenleving, en welke gevolgen dit heeft voor de samenleving. Daarbij is tevens de vraag in hoeverre bestaande criminologische theorieën over criminaliteit en media geschikt zijn om te beschrijven hoe nieuwe media door het tonen van beelden van verdachten, criminaliteit definiëren en representeren.

Het uitgangspunt van deze bijdrage wordt gevormd door twee klassieke modellen over de relatie tussen media en criminaliteit zoals die door de grondleggers van de huidige criminologische traditie in onderzoek naar de relatie tussen media en criminaliteit, Cohen en Young, zijn gepresenteerd. Deze modellen worden besproken in paragraaf twee, waarna paragraaf drie ingaat op de methode van dit onderzoek. Cohen en Young onderscheiden twee mechanismen waarmee mediaberichten een interpretatie tot stand brengen: de selectie van mediaberichten en de presentatie ervan. In deze bijdrage onderzoek ik dan ook (paragraaf 4) op welke wijze de politie

---

<sup>4</sup> De politie heeft geen totaalcijfers; de schatting is afkomstig van boevenvangen.nl, een particuliere website die alle opsporingsberichten van landelijke en regionale politiewebsites bundelt.

<sup>5</sup> Bron: kijkcijferonderzoek Avro, 2010. Het aantal kijkers is stabiel over de afgelopen vier jaar.

delicten selecteert voor opsporingsberichtgeving en welke selectie particuliere websites vervolgens maken uit de politie-opsporingsberichten, en welke gevolgen dit heeft voor de representatie van criminaliteit. Vervolgens onderzoek ik (paragraaf 5) welke frames de politie enerzijds en particuliere sites anderzijds gebruiken om de delicten te presenteren, en bespreek ik welke mogelijke gevolgen dit heeft voor de opvattingen over criminaliteit in de samenleving.

## **2. Media en criminaliteit: van manipulatie naar interpretatie**

De relatie tussen media en criminaliteit staat in de criminologie al lange tijd op de agenda. Cohen en Young bespreken in hun klassieke werk "The manufacture of news" (1973) twee perspectieven van waaruit deze relatie kan worden bekeken. In het "mass manipulation model" is de media de machtige manipulator van het passieve publiek. Volgens dit model kan mediaberichtgeving over criminaliteit angst oproepen, of juist geweld verheerlijken en daarmee kopieergedrag en nieuwe criminaliteit uitlokken. Hoe dan ook is de rol van de media voornamelijk schadelijk. Het "commercial laissez faire model" daarentegen gaat er vanuit dat het publiek niet direct wordt gemanipuleerd, maar dat mediaberichtgeving wordt geïnterpreteerd binnen bestaande percepties en attitudes. Er is dus meer ruimte voor eigen interpretatie van het publiek, en media kunnen hooguit bestaande percepties en attitudes versterken. Dit is een meer pluralistisch model waarin de media minder almachtig zijn. Dit model relativeert niet alleen de mogelijke gevolgen van mediaberichtgeving, maar geeft ook aanleiding voor een ander type onderzoeksvragen: de aandacht verschuift van de gevolgen naar de inhoud van mediaberichtgeving over criminaliteit, en de vraag welke interpretatie het publiek daaraan geeft. Recente criminologische theorievorming richt zich, in navolging van dit model, dan ook op de vraag hoe criminaliteit in de media wordt gerepresenteerd, geconstrueerd en geconsumeerd en op gevolgen die dit heeft voor de samenleving (Carrabine, 2008). Zoals Lee stelt in zijn boek "Inventing fear of crime" (2007, p. 192), is er een veelheid aan interpretaties van "crime stories". De directe causale relatie tussen mediaberichtgeving en publieke reactie is losgelaten; in plaats daarvan richt het onderzoek zich op de wisselwerking tussen media en andere instituties in het zogenaamde "crimino-legal complex" (Lee, 2007, p. 191-192).

In deze bijdrage wordt onderzocht in hoeverre de klassieke modellen nog bruikbaar zijn nu de nieuwe media de relatie tussen mediaproducent en -consument ingrijpend gewijzigd hebben. Het is direct duidelijk dat het massamanipulatie-model niet zonder meer is toe te passen op opsporingsberichtgeving: opsporingsberichtgeving benadert het publiek immers niet als passieve ontvanger van berichten, maar beoogt het publiek te activeren om tips te melden. Bovendien genereert

opsporingsberichtgeving op het eerste gezicht een heel wat positiever media-effect dan het manipulatiemodel suggereert, namelijk het opsporen en aanhouden van verdachten op basis van tips van het publiek of bevorderen van het vertrouwen in de politie te door zichtbaar te maken dat de politie samen met de burger werkt aan het oplossen van delicten.

Vanuit het commercial laissez faire model komen andere vragen naar boven: welk verhaal vertelt opsporingsberichtgeving over criminaliteit en welk frame wordt hierbij gehanteerd? De veelvuldige opsporingsberichtgeving op televisie en internet maakt dit een belangrijke bron van “crime news”. Daarbij wekt opsporingsberichtgeving, wellicht nog meer dan het reguliere nieuws over criminaliteit, de indruk een objectieve vorm van berichtgeving te zijn: er worden immers echt gepleegde delicten getoond, meestal met beelden van bewakingscamera’s van de dader. Echter, media zijn geen neutraal doorgeefluik van het nieuws, maar selecteren, definiëren en interpreteren. Daardoor geven ze betekenis aan gebeurtenissen en beïnvloeden ze opvattingen over risico en gevaar in de samenleving. Lippert en Wilkinson stellen bijvoorbeeld dat het format van bewakingscamerabeelden een moreel oordeel suggereert, omdat de camera letterlijk en figuurlijk neerkijkt op het gedrag, als een superieure autoriteit die objectief gebeurtenissen beschouwt vanaf een moreel hoger plan. Zo wordt via schijnbaar objectieve beelden, impliciet een wereldbeeld overgebracht. Juist omdat opsporingsberichtgeving “reality tv” in zijn pure vorm is, is het van belang te onderzoeken van welk frame deze berichten gebruik maken en hoe dit de beeldvorming over criminaliteit beïnvloedt: “distortion (..) is a less obvious process - often unconscious and unstated - of interpreting the event in terms of an acceptable world view” (Cohen & Young, 1973, 97).

### **3. Opzet van het onderzoek**

Het materiaal dat in deze bijdrage wordt gepresenteerd, is verzameld in een exploratief onderzoek naar verschijningsvormen van opsporingsberichtgeving op televisie en internet, dat mede tot doel had hypothesen te genereren voor vervolgonderzoek naar de effectiviteit van opsporingsberichtgeving (Van Erp et al, te verschijnen). In deze bijdrage wordt dan ook geput uit een brede inventarisatie van gepubliceerde opsporingsberichten, zowel vanuit de politie - via landelijke en regionale televisie en via vele politiewebsites - , als vanuit particuliere websites. Wat betreft politie-opsporingsberichtgeving heeft het onderzoek zich gericht op het AVRO-programma Opsporing Verzocht en regionale televisieprogramma’s en -websites. Bij de particuliere websites heeft het onderzoek zich gericht op Boevenvangen.nl; GeenStijl en Youtube. Boevenvangen.nl is een particuliere website die alle opsporingsberichten van landelijke en regionale politiewebsites bundelt. Het is een commerciële website van productiemaatschappij Bonovox, die tot doel heeft

via opsporingsberichten reclame-inkomsten te genereren<sup>6</sup>. GeenStijl, eigendom van de Telegraaf Media Groep, biedt naar eigen zeggen “nieuwsfeiten, schandelijke onthullingen, journalistiek onderzoek, en prettig gestoorde onzin”<sup>7</sup>. GeenStijl heeft een bereik van 619.000 unieke bezoekers en behoort tot de top 10 van best bezochte actualiteitensites van Nederland<sup>8</sup>. Opsporingsberichtgeving maakt maar een zeer klein onderdeel uit van alle berichtgeving op de website<sup>9</sup>. Geen Stijl is desondanks interessant voor onderzoek vanwege het alternatieve karakter van de berichtgeving en de potentie tot beïnvloeden van de publieke opinie. Youtube tot slot biedt zowel beeldmateriaal dat rechtstreeks afkomstig is van de politie, vaak op een Youtube-kanaal van een regionaal politiekorps, als materiaal van particulieren. Deze laatste beelden worden regelmatig overgenomen door GeenStijl.

Voor dit onderzoek zijn in de tweede helft van 2010 de uitzendingen van Opsporing Verzocht bekeken en is de inhoud van regionale opsporingsprogramma's en -websites en de genoemde particuliere websites geanalyseerd. Daarnaast zijn interviews gehouden met de teamleider opsporingsberichtgeving van het KLPD; de samensteller en presentatrice van Opsporing Verzocht, en de politieproducer van de website dadergezocht.nl van regiopolitie Friesland.

## **4. Selectie van opsporingsberichten**

### **4.1 Selectie van opsporingsberichten door de politie**

#### *Verschillen tussen landelijke en regionale opsporingsberichtgeving*

Opsporing Verzocht wordt gemaakt op basis van een samenwerkingsovereenkomst tussen de Avro en politie en justitie. De selectie van berichten voor Opsporing Verzocht wordt gemaakt door het team Opsporingsberichtgeving van het KLPD, die zaken krijgt aangedragen van de regionale politiekorpsen. De volledige inhoud van het programma – de keuze van uit te zenden zaken, de feiten en beelden die naar buiten worden gebracht, het script van het programma en de reconstructies, tot de keuze voor de acteurs aan toe – komt tot stand onder verantwoordelijkheid van de politie. Het team Opsporingsberichtgeving van het KLPD heeft hiervoor vier politieproducers in dienst. Samensteller en presentatrice van Opsporing Verzocht Anniko Van Santen:

---

<sup>6</sup> Tot dusver zijn echter weinig bedrijven bereid zich aan de site te verbinden, alleen de vliegmaatschappij Corendon heeft enige tijd geadverteerd op de site. Het is niet bekend hoeveel bezoekers Boevenvangen.nl heeft.

<sup>7</sup> Bron: GeenStijl.nl, Over GeenStijl, [www.GeenStijl.nl/contact](http://www.GeenStijl.nl/contact), geraadpleegd 6 juli 2011.

<sup>8</sup> Bron: Telegraaf Media Groep, <http://www.telegraafmedia.nl/titels/>, geraadpleegd 6 juli 2011.

<sup>9</sup> Gedurende de eerste zes maanden van 2010 werden 20 politie-opsporingsberichten door de website overgenomen; daarmee was het aandeel opsporingsberichten 1,5%.

*“Het heet AVRO’s Opsporing Verzocht, maar het is natuurlijk hét uithangbordje van de Nederlandse politie en justitie, dus dat moet één geheel zijn. Wij zijn de woordvoerders, misschien in de vorm van Sipke Jan en ik en dat logootje, zijn wij het gezicht, wij zijn wat dat betreft eigenlijk gewoon de spreekbuis van de Nederlandse politie”*

Opsporing Verzocht richt zich op de zwaardere misdrijven, aldus Van Santen:

*“Het is een zwaar middel dat nog steeds heel erg effectief is en dat moet je dus ook heel wijs en nuttig inzetten. Dus inderdaad voor de zware delicten voor mijn gevoel. Je moet niet vaak zaken hebben waarvan je denkt ‘is dat nou zo erg?’. De urgentie moet er heel erg in zitten. De urgentie van ‘ik moet kijken want dat is goed, dan doe ik iets goeds’. Met wat voor zaken je dan brengt, heb je een enorme invloed op dat gevoel.”*

De meeste van de getoonde misdrijven in Opsporing Verzocht zijn dan ook zware geweldsmisdrijven en levensdelicten. In het programma komen ook wel zaken aan bod die minder ernstig zijn. Toch houdt het KLPD regelmatig uitzending tegen van zaken die regionale politiekorpsen aandragen. De geïnterviewde teamleider Opsporingsberichtgeving van het KLPD noemt het voorbeeld van een winkeldiefstal van een pet met een waarde van € 250. Hoewel de pleger duidelijk herkenbaar was op de beelden van de bewakingscamera, achtte zij het delict niet zwaar genoeg voor uitzending.

Omdat de regionale programma’s minder budget hebben voor het maken van reconstructies, moeten zij verhoudingsgewijs vaker terugvallen op delicten waarvan beelden van bewakingscamera’s beschikbaar zijn. De regionale opsporingsprogramma’s en -websites tonen dan ook vele honderden beelden van winkeldiefstallen en vernielingen in de openbare ruimte. In tegenstelling tot Opsporing Verzocht, worden veelvuldig kleine diefstallen getoond. Zo toont Bureau Hengeveld een koppel dat rollen behang steelt uit een bouwmarkt<sup>10</sup> en een vrouw die een tas steelt<sup>11</sup>, Team West een winkeldiefstal van enkele honderden tubes tandpasta uit een supermarkt, Bureau Brabant de diefstal van flesjes parfum en Ter Plaatse de diefstal van kaas ter waarde van honderd euro uit een Albert Heijnfiliaal in Hilversum<sup>12</sup>.

Er zitten dus grote verschillen tussen de delicten die in Opsporing Verzocht en op regionale televisie worden getoond. Dat komt omdat politiekorpsen, binnen de

<sup>10</sup> <http://www.politie.nl/utrecht/opsporing/110615behang.asp>, laatst geraadpleegd 5 juli 2011.

<sup>11</sup> <http://www.politie.nl/utrecht/opsporing/110413winkeldief1.asp>, laatst geraadpleegd 5 juli 2011.

<sup>12</sup> <http://www.ter-plaatse.nl/uitzendingen/view/404>, laatst geraadpleegd 5 juli 2011.

geldende juridische kaders, aanzienlijke keuzevrijheid hebben ten aanzien van de zaken die ze publiceren. Het juridisch kader voor opsporingsberichtgeving is, in tegenstelling tot andere bijzondere opsporingsmethoden, niet vastgelegd in het wetboek van Strafvordering. Het OM heeft daarom in de Aanwijzing Opsporingsberichtgeving zelf richtlijnen vastgesteld voor het gebruik van opsporingsberichten. Niet alle beelden van verdachten mogen worden uitgezonden. Bij verdachten van wie de identiteit niet bekend is, is opsporingsberichtgeving slechts toegestaan bij misdrijven waarbij voorlopige hechtenis is toegelaten (Aanwijzing Opsporingsberichtgeving, Openbaar Ministerie, 2009). Dit zijn strafbare feiten waarbij een gevangenisstraf van vier jaar of meer kan worden opgelegd. In de praktijk blijkt dat binnen dit kader vrijwel alle diefstallen en geweldsdelicten met onbekende verdachten in aanmerking komen voor opsporingsberichtgeving, omdat voor de meeste delicten de straf van vier jaar *kan* worden opgelegd. De Aanwijzing schrijft bovendien voor dat de betrokken politiefunctionarissen en officieren van Justitie een afweging moeten maken tussen de strafrechtelijke handhaving van de rechtsorde enerzijds en de persoonlijke levenssfeer anderzijds, of met andere woorden tussen privacy van de gezochte personen en de veiligheid van de samenleving als geheel. Binnen dit kader worden op landelijk en regionaal niveau verschillende keuzes gemaakt met betrekking tot uit te zenden zaken.

#### *Gevolgen voor de beeldvorming*

De selectie van zaken heeft verschillende gevolgen voor de beeldvorming over criminaliteit en opsporing. Ten eerste hebben Lippert en Wilkinson (2010) erop gewezen dat mede door de voorkeur voor het tonen van bewakingscamerabeelden, criminaliteit wordt geconstrueerd als een beperkt scala aan activiteiten die voornamelijk schadelijk zijn voor ondernemingen (overvallen, diefstal), terwijl andere schadelijke vormen van gedrag, zoals fraude, witteboordencriminaliteit of oplichting die juist door ondernemingen worden gepleegd, minder aandacht krijgen.

Ten tweede volgt opsporingsberichtgeving op landelijke en regionale televisie de selectie van de politie. We kijken als het ware naar criminaliteit “door de ogen van de politie”. Doordat de programma’s als spreekbuis van de politie optreden - onder meer door veel politiefunctarissen aan het woord laten en door de politie opgeloste zaken als succes melden - tonen de programma’s een gezagsframe: de autoriteit van de politie wordt bevestigd en de prioriteiten of werkwijze van de politie wordt niet ter discussie gesteld (Kohm, 2009)<sup>13</sup>. De relatie tussen media en criminaliteit die hierbij het beste past, is die zoals beschreven in het manipulatiemodel van Cohen en Young (1973): de politieberichtgeving toont de

---

<sup>13</sup> Zoals bijvoorbeeld wel gebeurt in onafhankelijke opsporingsprogramma’s zoals dat van Peter R. de Vries.



wereld vanuit politie-gezichtspunt met als doel de kijker mee te nemen in dat beeld, om daarmee betrokkenheid en participatie van de kijker te realiseren. Van directe manipulatie is echter geen sprake. Een passender concept om de wijze waarop Opsporing Verzocht de hulp van burgers inroept te typeren is daarom “responsabilisering” (Garland, 2001): criminaliteitsbestrijding vindt deels plaats door partners, maar die voegen zich wel naar het stramien en de denkwijze van de staat. “The state’s new strategy is not to command and control but rather to persuade and align, to organize, to ensure that other actors play their part”, zo stelt Garland (2001, p. 126). Opsporing Verzocht en de regionale opsporingsprogramma’s ogen als een nieuwsprogramma, maar zijn in feite een volledig door het gezag gecontroleerde vorm van “infotainment”.

De vele camerabeelden van winkeldiefstallen en vandalisme tonen criminaliteit als iets dat verrassend gemakkelijk en door heel “gewoon” ogende mensen wordt gepleegd die geen bijzondere zaken buitmaken, maar tandpasta en kaas stelen. Zo ontstaat het beeld dat criminaliteit voortdurend, overal, en door iedereen wordt gepleegd. De contextloze presentatie – “there are no causes”, stelt Donovan (1998) over opsporingsberichten – wekt bovendien de indruk dat het aanhouden van de daders de enige oplossing is voor criminaliteit. Sterker nog: zelfs het oplossen van diefstal van tandpasta of kaas is het kennelijk waard dat de privacy van verdachten op het spel wordt gezet. Door te tonen dat criminaliteit overal is, wordt de noodzaak van politieoptreden gelegitimeerd. Ook hier zien we overeenkomsten met de controlecultuur zoals Garland die schetst: de relatie tussen dader en slachtoffer gepresenteerd als een zero-sum game, waarbij het slachtoffer alleen genoegdoening kan krijgen door het oppakken van de dader: “Our’ security depends on ‘their’ control” (Garland, 2001, pp 11 en 182).

## **2.2 Selectie van zaken door private websites**

De nieuwe media versterken voor een deel deze beeldvorming, maar ze bieden ook ruimte voor alternatieve interpretaties, kritiek op de politie, en eigen voorkeuren van kijkers, waardoor het oorspronkelijke bericht soms een tegengestelde wending krijgt.

Bevestiging van het gezagsframe vindt plaats door [boevenvangen.nl](http://boevenvangen.nl), dat beoogt *alle* opsporingsberichten die verspreid staan op landelijke en regionale politiewebsites, te bundelen. Het kenmerkende aan [Boevenvangen.nl](http://boevenvangen.nl) is dus juist dat geen (nadere) selectie gemaakt wordt uit politieberichten: er wordt ‘slechts’ overzicht geboden. [Boevenvangen.nl](http://boevenvangen.nl) biedt naast opsporingsberichten ook een nieuwsbrief, waarin er enkele delicten worden uitgelicht die op de een of andere manier opvallend zijn. Bovendien verandert de beheerder van de site de titels van de politieberichten waardoor ze eerder het karakter van nieuwsbericht dan van een opsporingsbericht

krijgen. Boevenvangen.nl biedt ook een iPhone-app waarmee de gebruiker een attentie krijgt als hij zich op een locatie bevindt waar een delict heeft plaatsgevonden<sup>14</sup>. Door deze technologische innovaties krijgen delicten die vaak niet meer dan lokale aandacht verdienen, landelijk bereik. Opsporingsberichtgeving wordt, aan gebruikers die zich op deze diensten hebben geabonneerd, ook aangeboden op momenten dat de gebruiker er niet zelf naar op zoek gaat. Criminaliteit dringt letterlijk voortdurend onze belevingswereld binnen, is het niet doordat gebruikers er zelf slachtoffer van worden, dan is het wel in de vorm van alarmerende berichten in de mailbox of op de telefoon met titels als “schietende overvallers bij McDonalds”; “Handgranaat in voortuin gegooid” of “overvallers richten pistool naar winkelend publiek”. Dit versterkt de indruk die al door regionale politiewebsites wordt gewekt, namelijk dat burgers op elk moment en overal kunnen worden overvallen door criminaliteit.

Het is echter de vraag of het veelvuldig aanbieden van opsporingsberichten de gebruiker ertoe aanzet om actief mee te werken aan de opsporing, zoals de makers van Boevenvangen.nl schijnen te verwachten. Een van de effecten van veelvuldige mediaberichtgeving over criminaliteit is dat deze criminaliteit juist kan ontdoen van morele lading, en het publiek ongevoelig kan maken (Young, 2004). Het is goed mogelijk dat de veelvuldige berichtgeving de kijker juist murw maakt, waardoor criminaliteit letterlijk steeds gemakkelijker wordt “weggeklikt”.

De nieuwe media maken ook aan het door de politie getoonde gezagsframe tegengestelde interpretaties mogelijk. In tegenstelling tot televisie biedt internet gebruikers de mogelijkheid zelf, binnen het aanbod van opsporingsberichten van de politie, een selectie te maken van berichten. Kijkers selecteren niet altijd de meest “opsporingswaardige”, maar ook (of vooral) de meest sensationele berichten. Boevenvangen.nl biedt een “meest bekeken” onderdeel waardoor de selectie van kijkers duidelijk wordt. Vaak zijn dit onderwerpen waarin enige mate van sensatie te vinden is: aanrandingen, delicten waarbij gebruik is gemaakt van dure, snelle auto’s waarvan het merk in de titel van het opsporingsbericht wordt genoemd, of met een titel die een vernederend element kent voor de dader, zoals “domme inbreker” of “mislukte inbraak”. Youtube en GeenStijl bieden de gebruiker de mogelijkheid te reageren op de berichten, waardoor het mogelijk wordt kritiek op de politie te uiten. Bij kleine delicten, wordt geregeld opgemerkt dat de politie “echte boeven” moet gaan vangen.

---

<sup>14</sup> De app wordt aangeboden via iTunes: <http://itunes.apple.com/nl/app/boevenvangen/id429413481?mt=8>, laatst geraadpleegd 8 juli 2011. Het idee voor deze app is mogelijk overgenomen van de app waarmee iPhone bezitters in Californië kunnen worden geattendeerd op de woningen van zedendelinquenten: <http://itunes.apple.com/app/offender-locator/id317435796?mt=8>, laatst geraadpleegd 8 juli 2011.

Andere media selecteren zelf berichten waarbij het gezagsframe waarin de berichten oorspronkelijk zijn gepresenteerd, onderuit wordt gehaald. Geen Stijl selecteert bijvoorbeeld juist die berichten die de onkunde van de politie tonen:

*‘Hebben ze in Purmerend weer. Treedt de politie eens een keer doortastend op na een overval op een supermarkt, grijpen ze de verkeerde bij de lurf’<sup>15</sup>.*

De berichten op sommige Youtube-kanalen van politiekorpsen krijgen een andere wending door de Youtube-technologie: bij elk Youtubefilmpje selecteert het programma automatisch kijksuggesties. Het filmpje op het kanaal van de politie Utrecht van de vrouw die een tas steelt, wordt bijvoorbeeld automatisch gelinkt aan een filmpje waarop een agent een overmeesterde winkeldief schopt<sup>16</sup>. Bij een opsporingsbericht van de politie Groningen dat enkele jongens toont die een bushokje vernielen, wordt de suggestie gedaan van een filmpje genaamd: *2 gekke mocro meisjes Slopen (sic) een politie wagen*<sup>17</sup>, waarin te zien is hoe een agent toekijkt terwijl zijn wagen met stenen wordt bekogeld.

Samenvattend doorbreekt de selectie van berichten op particuliere sites, op verschillende manieren het “gezagsframe” waarin de politie de berichten presenteert. Hiermee wordt duidelijk dat de praktijk van opsporingsberichtgeving op internet pluriform is en ruimte biedt voor een variëteit aan interpretaties. In de praktijk geldt daarom meer het “laissez faire” model dan het manipulatiemodel.

### 3. Presentatie van opsporingsberichten

#### 3.1 Het slachtofferframe in Opsporing Verzocht

De krachtigste manier van betekenisverlening in opsporingsberichtgeving vanuit de politie wordt gevormd door de in scene gezette en gefilmde reconstructies van de gepleegde delicten, die voornamelijk worden getoond in Opsporing Verzocht. Reconstructies worden in Opsporing Verzocht steeds vaker gebruikt, allereerst om het publiek te boeien – immers: hoe meer mensen kijken, hoe groter de kans dat er een tipgever in het publiek zit (Kuijvenhoven, 2005). Reconstructies dienen echter ook om sympathie te wekken voor het slachtoffer en verontwaardiging over het gepleegde delict. Samensteller Van Santen:

*“Die reconstructies die hebben inderdaad gewoon twee functies. Aan de ene kant het terughalen van de situatie, aan de andere kant zijn ze gewoon heel belangrijk voor het meevoelen van mensen thuis. Op het moment dat je mensen niet laat meevoelen met hoe erg iets is, is het heel makkelijk om te*

<sup>15</sup> [http://www.GeenStijl.nl/mt/archieven/2010/04/arrestatie\\_purmerend\\_blijkt\\_or.html](http://www.GeenStijl.nl/mt/archieven/2010/04/arrestatie_purmerend_blijkt_or.html), laatst geraadpleegd 7 juli 2011.

<sup>16</sup> [http://www.youtube.com/watch?v=YinHJy6dbO8&feature=player\\_embedded](http://www.youtube.com/watch?v=YinHJy6dbO8&feature=player_embedded); gelinkt aan naar “Amsterdamse motoragenten schoppen winkeldief in elkaar”, laatst geraadpleegd 29 juni 2011.  
<http://www.youtube.com/watch?v=GTbbAahfFUc&NR=1>, laatst geraadpleegd 29 juni 2011. . Dit laatste filmpje is weer overgenomen door Pownews onder de titel “De politie is je beste vriend”.

*denken 'ach, het is gevaarlijk als ik tip'. Het is zo makkelijk om met je hoofd op het kussen te gaan liggen en te denken 'nou ja, iemand anders lost het wel op', dus je moet een soort knop indrukken bij mensen dat ze denken 'nee ik moet nu wat doen, want dat ben ik verplicht aan die andere mensen'."*

Vroege theorievorming over de relatie tussen media en criminaliteit onderzoekt de rol van de media als aanjager van angst voor criminaliteit. Cohen en Young noemden media "agents of moral indignation" omdat ze - onbewust - verontwaardiging, emotie en paniek aanwakkeren en een gevoel oproepen dat "er iets moet gebeuren" (1973, p. 343). In recentere literatuur wordt de zelfstandige rol van de media gerelativeerd. Lee stelt in zijn boek "Inventing Fear of Crime" dat de media de angst voor criminaliteit zeker kan aanwakkeren, maar dat de media niet als centrale katalysator, oorzaak, of probleem mag worden beschouwd. Het publiek gaat niet vanzelf mee in het verhaal dat hen wordt gepresenteerd, maar verleent zijn eigen interpretatie aan de berichtgeving. Het is volgens Lee daarom belangrijk de institutionele en machtsstructuren te onderzoeken die bepalen hoe de media over misdaad berichten. "What and how the media reports in regard to crime is mediated through imagined - often borrowed - narratives about crime (192).

Deze gedachtegang is goed te herkennen in het bovenstaande citaat. De kijker van Opsporing Verzocht is niet zomaar bereid de gevraagde informatie aan de politie te verstrekken: in de veelheid van berichten over criminaliteit, moet Opsporing Verzocht moeite doen om de kijker te boeien en te mobiliseren. Om het gewenste effect te bereiken moeten steeds dramatischer middelen worden ingezet. In 1998 typeerde Chrisje Brants (p. 181-183) Opsporing Verzocht als "dull, decent and dependable". Het programma toonde voornamelijk "talking heads" en als er al een reconstructie werd getoond, waren daarin geen mensen te zien, laat staan bloed. Dat is in 2011 heel anders: Opsporing Verzocht tracht bewust "morele verontwaardiging" op te roepen door de zaken te presenteren in een herkenbaar narratief. De reconstructie is een minithriller waarin niet alleen het delict zelf, maar ook de aanloop ernaartoe en de afloop in beeld worden gebracht (vgl. Cavender 2004). Op basis van de analyse van de reconstructies van Opsporing Verzocht kunnen we drie terugkerende dramatische narratieven identificeren waarmee betrokkenheid van de kijker wordt nagestreefd.

In de eerste plaats wordt voor de reconstructies een klassieke dramatische verhaalsstructuur gebruikt waarin identificatie met het slachtoffer wordt bevorderd door een zo groot mogelijk contrast met de dader (vgl. Vanderveen, 2011). Reijnders (2005) trekt de parallel tussen opsporingsberichtgeving en 19<sup>e</sup> eeuwse "Murder ballads"; de liederen waarmee volkszangers het publiek op kermissen en braderieën

---

<sup>17</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=vzhLuHSblU4&feature=related>, laatst geraadpleegd 7 juli 2011.

informeerden en vermaakten over gruwelijke moorden. Een van de terugkerende elementen in deze *murder ballads* is het onschuldige slachtoffer dat gedurende de dagelijkse activiteiten, volkomen onverwacht wordt overvallen door een beestachtige moordenaar. Reijnders past dit standaard “goed en kwaad” narratief toe op het programma van misdaadverslaggever Peter R. de Vries, maar ook de reconstructies van Opsporing Verzocht verlopen steeds vaker volgens dit patroon. De redactie van Opsporing Verzocht presenteert het slachtoffer graag in de dagelijkse routine, bijvoorbeeld in huiselijke kring. Dit vreedzame beeld wordt onverwacht en wreed verstoord door wildvreemde overvallers, waarbij het gebruikte geweld realistisch in beeld wordt gebracht. Vanzelfsprekend verstrekt het researcheteam om tactische redenen niet alle informatie over de zaak. Het publiek kan hieraan de interpretatie verbinden dat criminelen zonder enige aanleiding toeslaan.

Een tweede manier om betrokkenheid van de kijker te genereren, zeker bij zaken waar geen reconstructie wordt gemaakt, is door informatie te geven over de wijze waarop het slachtoffer het delict of de nasleep ervan heeft ervaren. Dat deel van het verhaal wordt verteld door de presentatoren en steeds vaker door een familielid van het slachtoffer, of door de politiewoordvoerder, die hier de rol inneemt van vertegenwoordiger van het slachtoffer. Zo wordt in het geval van een gewapende overval op een supermarkt in Culemborg het volgende verteld door een politievertegenwoordiger:

*“Daarom zijn we erg blij dat we beelden kunnen laten zien van deze mannen, want wat ze de bedrijfsleider hebben aangedaan was heel erg. De man dacht echt dat z’n laatste uur geslagen had en hij heeft het daar heel moeilijk mee gehad. Gelukkig is ie wel weer aan het werk, maar dan in een ander filiaal.”<sup>8</sup>*

Op de regionale televisie hebben de verhalen over slachtoffers vaak een wat beeldender karakter. Zo vertelt politieproducer Boots in *Bureau Brabant* over een gezin dat slachtoffer is geworden van een gewapende overval:

*“De wond geneest niet goed, hij heeft veel pijn en elke dag moet hij verzorgd worden thuis. Om over werken nog maar niet te praten, want dat kan hij nog wel even vergeten. (...) Ja die moeder die probeert zo goed en zo kwaad als het gaat de boel wel bij elkaar te houden, want in het begin durfden de kinderen eigenlijk helemaal niet meer terug naar huis. Dat gaat nu wat beter. Ze slapen nog slecht en ze hebben nachtmerries, dus dat is wat minder nog. Maar ja, als je bedenkt dat die jongste nog maar vier is, de oudste die vader*

---

<sup>18</sup> Bron: Opsporing Verzocht, uitzending van 25 mei 2010. “Culemborg: Gewapende overval/culemborg.mov” <<http://www.youtube.com/watch?v=vxDR1Ekl1fE>>, geraadpleegd op 25 september 2010.

*toch wakker moest houden op het moment dat hij bijna dood bloedde, die is nog maar elf.”<sup>19</sup>*

Een derde manier waarop van identificatie van kijker met het slachtoffer wordt bevorderd is door afkeurende of neerbuigende uitlatingen over de plegers van criminaliteit. Dit narratief komt in vergelijking met de andere twee verhaalvormen overigens het minst vaak voor. In de woordkeus is Opsporing Verzocht over het algemeen redelijk terughoudend met het vellen van een moreel oordeel over de dader, en wordt de dader vooral als “slecht” geconstrueerd door het leed van het slachtoffer te beschrijven. Ook wordt er voornamelijk gesproken over ‘verdachten’. Toch wordt wel eens verwezen naar “daders”<sup>20</sup> en doen de presentatoren bij sommige zaken uitspraken over de persoon van de verdachte:

*“Hoe diep kun je zinken? Waarschijnlijk niet veel dieper dan deze man. Want hij overvalt met een vriend een bloemenkiosk... bij een crematorium.”<sup>21</sup>*

Na dit onderwerp worden de kijkers aangemoedigd om direct te bellen als zij vermoeden wie deze “laffe en behoorlijk respectloze jongens” zijn. Ook korps Hollands-Midden spreekt over overvallen die “laf en dom” zijn<sup>22</sup>. Een uitschieter is een stigmatiserend bericht over skimming op de opsporingssite van de politie Limburg-Noord op 30-09-2009<sup>23</sup>. :

*“[...] Dat geplunderde geld stroomt rechtstreeks in de zakken van internationaal georganiseerde criminelen, vooral afkomstig uit Roemenië. [...] De politie is op zoek naar een groep vermoedelijk Roemeense skimmers die landelijk actief zijn.”*

De volgende week:

*“Dat onderwerp heeft u flink aan het denken gezet, want er kwamen zo'n 40 tips binnen, daardoor weten we onder andere nu waar deze dikke man nu is. Die blijkt al voor iets anders in de cel te zitten. En dat onderwerp had nog een ander mooi resultaat. (...) Die 2 skimmers zitten uiteraard vast, ze zijn 21 en 28 jaar en komen uit... inderdaad, Roemenië.”*

De in Opsporing Verzocht en regionale programma's en websites vertoonde berichten zijn daarom zeker geen neutrale berichten: de verhaalsstructuur nodigt de kijker uit zich met het slachtoffer te identificeren en portretteert de dader als

<sup>19</sup> Bron: Bureau Brabant, uitzending van 25 oktober 2010. “Bureau Brabant – Gewelddadige overval Rijkevoort” <<http://www.youtube.com/watch?v=k-M9zGyclVM>>, geraadpleegd op 28 oktober 2010.

<sup>20</sup> Bron: Opsporing Verzocht, uitzending van 28 september 2010. “Cold Case: moord prostituee” <<http://www.youtube.com/watch?v=rD-MI2-XUF8>>, geraadpleegd op 1 oktober 2010.

<sup>21</sup> Bron: Opsporing Verzocht, uitzending van 21 september 2010. “Driehuis: Overval bloemenkiosk” <<http://www.youtube.com/watch?v=1f6Sz80SkKw>>, geraadpleegd op 23 september 2010.

<sup>22</sup> <http://www.politie.nl/hollands-midden/opsporing/100204overvalschoonhoven.asp> laatst geraadpleegd 05-01-2011.

<sup>23</sup> <http://www.politie.nl/limburg-noord/opsporing/venloskimming.asp>, bekeken op 30-07-2010.

buitenstaander. Daarmee wekken de reconstructies, onbedoeld, tegelijk de suggestie dat iedereen een potentieel slachtoffer kan zijn. Criminaliteit wordt in dit narratief gepresenteerd als volledig oncontroleerbare gebeurtenis die op elk moment in onschuldige levens kan toeslaan (Kohm, 2009, Jewkes, 2004). Garland stelt dat (...) Publicized images of actual victims serve as the personalized, real life, it-could-be-you metonym for a problem of security that has become a defining feature of contemporary culture” (Garland, 2001, p. 11). Door vanuit het perspectief van het slachtoffer te berichten, dragen de media bij aan een permanente boodschap van ‘gevaar’ in de media (Boutellier, 2002, 149).

De vraag kan worden gesteld of opsporingsberichtgeving de kijker niet bang maakt, in plaats van vertrouwen geeft in de politie. In een van de weinige studies die hiernaar zijn gedaan, onder kijkers van het Limburgse opsporingsprogramma “De Gouden Tip”, blijkt dat de kijkers zich na het bekijken van de uitzending onveiliger voelden dan de controlegroep wiens veiligheidsgevoel voorafgaand aan de uitzending was onderzocht (Van Gaal, 2007). Ook dit zou tot gevolg kunnen hebben dat kijkers wegzappen of murw worden.

### 3.2 Het handhavingsframe van GeenStijl

Op het eerste gezicht lijken de opsporingsberichten vanuit de politie en de berichten zoals ze door GeenStijl worden gepresenteerd, vooral te verschillen in stijl en taalgebruik. Maar nadere beschouwing laat zien dat er ook grote verschillen zitten in de *framing* van de berichten. In tegenstelling tot het slachtoffergerichte Opsporing Verzocht, is in de berichtgeving van GeenStijl een handhavingsframe te herkennen. In de eerste plaats is de hoofdrol niet weggelegd voor het slachtoffer, maar voor de dader. Net als de politie wordt deze vaak belachelijk gemaakt. Het bericht waarmee dit artikel begon is daar een voorbeeld van. Een ander bericht over mishandeling door een jonge vrouw luidt:

*Deze drilpudding vond het nodig een mevrouw uit te schelden en in haar gezicht te beuken. Niet slim wanneer je wordt gefilmd. Signalement rolmops: 15, 16 jaar, 1.70m, moddervet postuur, goedkope witte uitverkoopjas en dito laarzen. Gaarne tips naar 0800-TUIG of [@PolitieUtrecht](https://twitter.com/PolitieUtrecht). Tijd gaat nu in.*

Een ander voorbeeld is een recent bericht over diefstal van een i-phone uit een pizzeria<sup>24</sup>:

*Kun je wel zeggen; pizza = vies en laat die toko dan ook niet onbemand. Maar feit is dat we in Nederland met onze jatten van andermans spullen dienen af te blijven. De politie van Breda zegt: "niets met de foto's te kunnen". Wij zeggen: de popo van Kielegat praat peop. Wij doen een smile, u staat op*

<sup>24</sup> [http://www.GeenStijl.nl/mt/archieven/2011/03/kijk\\_nou\\_man\\_steelt\\_iphone\\_in.html](http://www.GeenStijl.nl/mt/archieven/2011/03/kijk_nou_man_steelt_iphone_in.html)

GeenStijl. *Fotostrip na de klik. NY Pizza geeft een 'damn tasty' vergoeding voor de gouden tip.*

In het frame van Opsporing Verzocht ligt het gezag bij de politie, en wordt de kijker gevraagd reeds bekende informatie te melden bij de politie. GeenStijl roept gebruikers echter op om zelf op zoek te gaan naar de verdachten en dus de opsporingstaak van de politie over te nemen. Waar Opsporing Verzocht de kijker tracht aan te spreken door medeleven te wekken met het slachtoffer, activeert GeenStijl de gebruiker met een jacht op de dader. Net als bij Opsporing Verzocht wordt opsporing gecombineerd met entertainment, maar waar dit bij Opsporing Verzocht de vorm krijgt van een dramatisch verhaal, presenteert GeenStijl opsporing als een spelletje. Naast "tijd gaat nu in" worden GeenStijl-gebruikers veelvuldig opgeroepen "namen en rugnummers" te leveren, 'herken ze allemaal'<sup>25</sup> of het "snelheidsrecord in de daderpakkerij te breken"<sup>26</sup>.

Het verschil tussen Opsporing Verzocht en Geenstijl kan worden verduidelijkt aan de hand van de typen burgerbetrokkenheid die Terpstra onderscheidt (2010, p. 83). In Opsporing Verzocht worden burgers aangesproken als "ogen en oren" van de politie, maar hebben zij beperkte autonomie: de verantwoordelijkheid voor de veiligheid blijft in handen van het gezag. En aangezien criminaliteit als zeer gevaarlijk en gewelddadig wordt gepresenteerd, is dat maar goed ook. Op Geenstijl echter bestaat burgerparticipatie niet alleen uit meepraten, maar ook uit meedoen, en is sprake van een grote mate van autonomie van burgers ten opzichte van de politie. GeenStijl presenteert de samenleving als een gemeenschap van zelfredzame personen die sociale controle zelf actief ter hand nemen. Criminaliteit is niet gevaarlijk, maar iets waar de digitale gemeenschap tegen opgewassen is: hier is geen sprake van meepraten, maar van handhaving in eigen beheer.

Het handhavingsframe komt ook tot uitdrukking in de ruim aanwezige normatieve elementen op GeenStijl, waar opsporingsberichtgeving vanuit de politie – uitzonderingen daargelaten – expliciete morele oordelen vermijdt. Daarmee lijkt de GeenStijl-berichtgeving in de behoefte te voorzien die Jack Katz (1987) in zijn klassieke artikel "What makes crime 'news'" toeschrijft aan misdaadnieuws. In navolging van Durkheim schetst Katz de moderne wereld als een situatie van anomie, waarin mensen dagelijks worden geconfronteerd worden met morele vragen waarop het antwoord onzeker is. Misdaadnieuws raakt aan deze morele kwesties: zonder dat het direct antwoord geeft op morele vragen, biedt het de nieuwsconsument wel de gelegenheid om te reflecteren op zijn eigen morele dilemma's. "Each day in myriad ways the metropolitan news reader must work out his position on dimensions of

---

<sup>25</sup> [www.GeenStijl.nl/mt/archieven/2010/03/smile\\_wassenaarse\\_benzinedieve.html](http://www.GeenStijl.nl/mt/archieven/2010/03/smile_wassenaarse_benzinedieve.html)



moral callousness, personal audacity and faith in collective enterprises, and these are the very matters which the news depicts criminals as testing”, stelt Katz (1987: 235). Deze functie is ook te herkennen in de berichten op GeenStijl. De berichten op GeenStijl betreffen niet de ernstigste delicten, zoals in Opsporing Verzocht, maar vaak juist banale, veelvoorkomende gebeurtenissen die voor de GeenStijl-lezer herkenbaar zijn vanuit hun dagelijkse belevingswereld. Beledigingen in het uitgaansleven, diefstal van mobiele telefoon, het zijn situaties die iedere jongere wel eens in zijn omgeving heeft meegemaakt of zou kunnen meemaken. De berichten bieden, door het belachelijk maken van de dader en het veelvuldig vermelden dat dit soort zaken “niet normaal” zijn, eerder geruststelling dat de sociale en morele orde nog intact is, dan dat ze de angst op slachtofferschap zullen vergroten, zoals in het geval van Opsporing Verzocht.

Katz wijst er ook op dat misdaadnieuws individueel wordt geconsumeerd, maar toch een gevoel van verbondenheid kan geven door de collectieve afkeuring. Ook GeenStijl bevordert een gemeenschapsgevoel zonder dat dit afbreuk doet aan de individuele beleving van de berichten. De berichten bieden een bevestiging van de verontwaardiging die de lezer zal voelen en stellen hem gerust dat hij hierin niet alleen staat. Ze stellen de lezer zelfs in staat om dit gevoel te delen met anderen. De berichten bevestigen dat inbreuken op de sociale orde niet onbestraft blijven: als de politie er niets aan doet, is er altijd nog de internetgemeenschap.

Zo is het internet geen normloze ‘zone of anomie’ maar juist een instrument voor handhaving van sociale normen (Solove, 2007). Online communicatie brengt nieuwe vormen van verbinding voort, die nieuwe inhoud geven aan de Durkheimiaanse bestraffing in de gemeenschap (Franko Aas, 2006). Ironisch genoeg is juist het als anti-establishment gepresenteerde GeenStijl een bron van sociale controle. Meer nog dan opsporing, staat de berichtgeving op GeenStijl in het teken van nieuwe punitiviteit en shaming, juist voor relatief kleine overtredingen van regels en sociale normen, die in toenemende mate onbestraft blijven als gevolg van de anonimisering in de samenleving. Het internet voorkomt dat overtreders hiermee kunnen weggelopen en biedt de mogelijkheid tot “bestrafing”, niet in formele zin, maar doordat mensen hun afkeuring kunnen uitspreken tegen de door hen ervaren hufterigheid (Solove, 2007; Mayer-Schönberger, 2009).

Voor de betrokkenen kunnen de gevolgen van eigenhandige sociale controle echter verstrekkend zijn. De jongens uit Goutum uit het bericht waarmee deze bijdrage begint, werden herkend in de omgeving en aangesproken door ouders, vrienden en in de omgeving. Na hun aanhouding en bestraffing zijn hun beelden door de politie van dadergezocht.nl verwijderd. Op GeenStijl is hun foto echter nog steeds te zien. Ook van tien andere jongeren, die er niets mee te maken hadden, werden de hypes-

---

<sup>26</sup> [www.GeenStijl.nl/mt/archieven/2010/04/hoi\\_overnaller\\_tankstation\\_op.html](http://www.GeenStijl.nl/mt/archieven/2010/04/hoi_overnaller_tankstation_op.html)

profielen op GeenStijl gezet. Het is niet bekend of zij hier negatieve gevolgen van hebben ondervonden. De politieproducer van Dadergezocht geeft aan dat met de traditionele media goede afspraken te maken zijn over het verwijderen van beelden. Op “grote instituten” zoals GeenStijl heeft de politie echter geen vat. “Ze doen waar ze zin in hebben, en voelen zich verheven boven alles en iedereen”, stelt hij.

In zijn boek “Delete” stelt Mayer-Schonberger dat het internet onze maatschappij verandert van een maatschappij waarin we moeite moeten doen om informatie te bewaren, naar een samenleving waarin we moeite moeten doen om zaken te vergeten (2009). Nu de politie geen controle heeft over de verspreiding van opsporingsberichten, kunnen internetsites een permanent, openbaar toegankelijk strafblad creëren (Solove, 2007). De vraag of betrokkenen (verdachten, daders en slachtoffers) hiervan geen buitenproportionele reacties ondervinden, is een relevante vraag voor toekomstig onderzoek.

#### **4. Conclusie**

In deze bijdrage is verkend welke boodschap opsporingsberichten vanuit de politie geven over criminaliteit, en hoe deze boodschap verandert wanneer deze berichten worden overgenomen door private websites. Klassieke modellen van mediarepresentatie zijn hierbij het uitgangspunt geweest. Wat betreft de opsporingsberichtgeving vanuit de politie, kunnen we concluderen dat deze belangrijke kenmerken vertoont van het manipulatiemodel. In lijn met het manipulatiemodel is opsporingsberichtgeving de stimulus, die de juiste respons moet oproepen bij het publiek, of zoals in een van de interviews werd gesteld, de knop moet indrukken. Een belangrijk verschil is dat er geen sprake is van eenrichtingsverkeer van media naar het publiek, maar dat de reactie van het publiek wordt gevraagd binnen het frame waarin de politie als autoriteit, en het publiek als behulpzaam wordt gedefinieerd. Het publiek mag reageren, maar wel binnen het kader van de hiërarchische verhouding tussen politie en burgers. Opsporingsberichtgeving zoals dat in Opsporing Verzocht wordt getoond, kan daarmee worden beschouwd als een vorm van responsabilisering die niet alleen bijdraagt aan de bestrijding van criminaliteit, maar ook leidt tot een controlecultuur waarin die criminaliteit als een omvangrijk en gevaarlijk probleem wordt beschouwd dat alleen kan worden opgelost door het ingrijpen van de politie (Garland, 2001; Simon, 2007).

Gezien de hoeveelheid beschikbare beelden is het echter onmogelijk als politie een eenduidige boodschap te verspreiden. Lokale politiekorpsen maken daarom hun eigen afwegingen met betrekking tot de getoonde delicten. Daardoor ontstaan tegenstrijdige frames: waar landelijke opsporingstelevisie criminaliteit presenteren

als schokkend geweld dat onverwacht in onschuldige levens kan toeslaan, waarbij iedereen een potentieel slachtoffer kan zijn, tonen regionale programma's en websites juist kleine criminaliteit in al zijn banaliteit. De hedendaagse praktijk is dus alleen al om deze reden pluriformer dan het manipulatiemodel suggereert. Bovendien is het sterk de vraag of het publiek precies zo te beïnvloeden is als het manipulatiemodel veronderstelt: in deze bijdrage is gesuggereerd dat de politie-opsporingsberichtgeving ook angst kan aanjagen of juist tot gevolg kan hebben dat het publiek afstompt. In hoeverre deze reacties ook daadwerkelijk optreden, kon in dit exploratieve onderzoek niet worden vastgesteld.

In het pluriforme medialandschap van vandaag heeft de politie niet langer de macht over het eigen bericht. Daders, slachtoffers, en vooral het publiek, zijn al lang geen passieve consumenten van het politienieuws meer – als ze dat al ooit waren. Doordat de politie zich bedient van nieuwe media, kunnen politieberichten gemakkelijk worden overgenomen door private websites. Daardoor wordt de (al niet helemaal) eenduidige berichtgeving vanuit de politie doorbroken en ontstaat een variëteit aan interpretaties. Soms worden ze getransformeerd tot nieuws, soms geconsumeerd als entertainment. In beide gevallen kan daderschap van zijn morele lading worden ontdaan doordat criminaliteit als alomtegenwoordig en normaal wordt gepresenteerd. Een derde mogelijkheid is dat het gezag van de politie dat de berichten oorspronkelijk beogen te ondersteunen, juist wordt ondermijnd.

De belangrijkste gedaanteverwisseling doet zich echter voor ten aanzien van het publiek. Op een website als GeenStijl is de mediaconsument niet langer de aangever van de politie, maar oefent deze zelf actief sociale controle uit, desnoods in plaats van de politie. Opsporing via internet leidt tot een gelijkwaardiger relatie tussen politie en burger, maar die gelijkwaardigheid leidt er ook toe dat burgers hun eigen invulling geven aan de opsporing. Dit kan een aanvulling zijn op formele handhaving, maar ze kan ook tot gevolg hebben dat opsporing gestart door de politie uitmondt in willekeurige en disproportionele reacties.

De rechtseconoom Dan Kahan, aanvankelijk een voorstander van shaming, publiceerde in 2006 het artikel "What's really wrong with shaming sanctions". De "fout" in shaming is volgens hem dat het niet alleen een boodschap bevat over degene die wordt geshamed, maar ook een boodschap over de machtsverhouding in de samenleving. Shaming berichten bevatten een boodschap van hiërarchie en ondergeschiktheid, van "wij" tegen "zij". Opsporingsberichtgeving heeft daarom niet alleen gevolgen voor de oplossing van criminaliteit, maar ook voor de wijze waarop het publiek, politie en criminelen zich in de samenleving tot elkaar verhouden. De onderliggende boodschap van opsporingsberichtgeving over rol van burgers en de

positie van verdachten in de maatschappij, zou uiteindelijk wel eens van grotere betekenis kunnen zijn dan haar bijdrage aan het oplossen van delicten.

## Literatuur

Bekkers, V.J.J.M. & Meijer, A.J. (2010). *Co-creatie in de publieke sector; Een verkennend onderzoek naar nieuwe digitale verbindingen tussen overheid en burger*. Den Haag: Boom Juridische Uitgevers.

Boutellier, H., (2002). *De veiligheidutopie. Hedendaags onbehagen en verlangen rond misdaad en straf*. Den Haag, Boom juridische Uitgevers.

Brants, C. (1998). Crime Fighting by Television in the Netherlands. In: *Entertaining Crime: Television Reality Programmes*, red. Mark Fishman and Gray Cavender, pp. 175-92. New York: Aldine De Gruyter.

Carrabine, E. (2008), *Crime, Culture and the media*, Polity Press.

Cavender, G. (2004). Media and Crime Policy: A Reconsideration of David Garland's The Culture of Control. *Punishment & Society*, 6, pp. 335-348.

Cohen, S., en J. Young (1973), *The manufacture of news. Social problems, deviance and the mass media*. Constable, London.

Cornelissens, A. en H. Ferwerda (2010), *Burgerparticipatie in de opsporing, een onderzoek naar aard, werkwijzen en opbrengsten*, Politie en Wetenschap.

Donovan, P., (1998) Armed with the Power of Television: Reality crime programming and the reconstruction of law and order in the United States, in: Fishman, M. & G. Cavender, *Entertaining Crime: Television Reality Programmes*, New York: De Gruyter , pp. 117- 137.

Erp, J. van, D. Webbink en F. van Gastel (te verschijnen 2012), *Gezocht, maar ook gevonden? Een quasi-experimenteel onderzoek naar de effectiviteit van opsporingsberichtgeving op televisie en internet*. Politie en Wetenschap, te verschijnen, 2012.

Franko Aas (2006). Beyond 'the desert of the real': crime control in a virtual(ised) reality, in: Y. Jewkes (ed.) *Crime Online*, Cullompton: Willan Publishing

Gaal, M. van (2007). Opsporingstv geeft een onveilig gevoel. *Tijdschrift voor de Politie*, jrg. 69, nr. 3, p. 10-15

Garland, D. (2001) *The Culture of Control: Crime and Social Order in Contemporary Society*. Chicago: The University of Chicago Press.

Jewkes, Y., *Media and Crime, a critical introduction*, Sage 2004.

Kahan, D.M., "What's Really Wrong with Shaming Sanctions", *Texas Law Review*, 2006, 84, p.2075 e.v.

Katz, J. (1987), What makes crime 'news', in *Media, Culture and Society*, 9, 1987, p. 47-75.

Kohm, S.A. (2009), Naming, shaming, and criminal justice: Mass-mediated humiliation as entertainment and punishment. *Crime, Media, Culture*, vol. 5 no. 2, p. 188-205.

Kuijvenhoven, A. (2002). De effectiviteit van opsporing op tv. *Het Tijdschrift voor de Politie*, 64, 11, pp. 11-17.

Kuijvenhoven, A. (2005). *Van Strohhalm tot Strategie: Een onderzoek naar ervaringen met opsporingsberichtgeving via elektronische media*. Vlaardingen: Bureau Kuijvenhoven.

Lee, M., *Inventing fear of crime, Criminology and the politics of anxiety*, Willan publishing, 2007.

Lippert R. en B. Wilkinson (2010): Capturing Crime, criminals and the public's imagination: Assembling Crime Stoppers and CCTV surveillance. *Crime, Media & Culture*, vol. 6 no. 2, p. 131-152.

Mayer-Schonberger, V., *Delete, The virtue of forgetting in the digital age*, Princeton University Press, 2009.

Miles, T. J. (2005). Estimating the Effect of *America's Most Wanted*: A Duration Analysis of Wanted Fugitives. *Journal of Law and Economics*, 48, pp. 281-306.

Miles, T. (2008). An Empirical Analysis of the FBI's Ten Most Wanted. *Journal of Empirical Legal Studies* 5, 2, p. 275-308.

Reijnders, S. (2005). The People's Detective: True Crime in Dutch Folklore and Popular Television. *Media, Culture & Society*, 27, 5, pp. 635-651.

Simon, J., (2007) *Governing through crime, How the war on crime transformed American democracy and created a culture of fear*, Oxford University Press.

Solove, D., *The future of reputation. Gossip, rumor, and privacy on the internet*. Yale University Press, 2007.

Smolej, M. (2010), Constructing ideal victims? Violence narratives in Finnish crime-appeal programming. *Crime, Media & Culture* 6, 1, April 2010, p. 69-85.

Vanderveen, G., Trial by media, stereotypering van daders en slachtoffers. in: Van der Leun, J., E. Muller, N. van der Schee, P. Schuyt en M. van der Woude (red), *De vogel vrij, Liber amicorum prof. Martin Moerings*, Boom/Lemma, 2011, p. 423-434.

Young, J. (2004), "Constructing the paradigm of violence", in HJ Albrecht, A Koukoutsake and T. Serassis (eds), *Images of Crime*, vol. 2, Max Planck Institut, Edition Iuscrim.