



RUG

Oratie Marc Chavannes, hoogleraar journalistiek RUG, uitgesproken op 6 februari 2007.

iMedia: nieuwe journalistiek, nieuw burgerschap?

Mijnheer de Rector Magnificus, Dames en Heren,

Het Algemeen Dagblad plaatste vorige week op zijn website beelden van een door messteken verwonde jongeman. De kijker zag hem vallen en weer opstaan. Het tafereel was verder verraderlijk gewoon: twee mannen op een schuurtje, een vrouw bezig met de was in een Schevenings achtertuin. Pascal Triep overleed buiten beeld. Van veel kanten klonk ontzetting, zo iets doet een fatsoenlijke krant niet. Is dit nieuwe journalistiek?

De beelden zijn de afgelopen dagen op honderdduizenden computers bekeken. Als het filmpje niet op de krantensite was gepubliceerd, was het ook wel op videosites als *Dumpert* of *YouTube* terecht gekomen. Er is niet alleen het nodige in de journalistiek veranderd, maar vooral ook daarbuiten. In het komende halfuur wil ik trachten een aantal van die ontwikkelingen te beschrijven en proberen na te gaan wat journalistiek is in 2007, hoe geïnformeerd burgerschap zich ontwikkelt in een wereld waarin beelden en feiten *overal* en *van iedereen* zijn. En mij afvragen welke rol de journalistiek straks vervullen.

Een van de bezwaren die u tegen mijn verhaal kunt aanvoeren is dat u het van het begin tot het eind krijgt voorgeschoteld. U kunt niet vooruit spoelen. Luisteren in een aula is een keuze-arme bezigheid. Maar ook het lezen van gedrukte kranten is als binnenkomen in een restaurant waar de gastheer je welkom heet, naar een tafeltje leidt dat makkelijk staat voor de bediening en direct de bestelling wil opnemen. U mag kiezen, maar de keuken bepaalt hoe snel u iets te eten krijgt.

Oude media bieden ook enige keus, maar dankzij internet is het nieuwsaanbod verduizendvoudigd. De keuken is altijd open. In de auto hier naar toe heeft u ruimschoots kunnen horen wat er vandaag speelt. Als u met de trein kwam, bent u bijgelezen en heeft u misschien uw favoriete podcast beluisterd. Vóór u vertrok las u gespecialiseerd nieuws in een email-nieuwsbrief. Misschien bekijkt u nu op uw mobiele telefoon wie minister van justitie wordt.

Binnen een paar jaar zijn de 'grote' media hun collectief-alleenrecht op het onthullen van nieuws kwijtgeraakt. Het NOS Journaal van acht uur 's avonds is een nationaal familiemoment dat velen ongaarne opgeven, maar hopeloos ongeïnformeerd is wie het overslaat niet. Het nieuws is overal. Maar is al het nieuws ook overal? Natuurlijk niet. De redacteurs van het Journaal en de krant bepalen wat zij voor u van belang vinden op grond van hun ervaring met de economie, kunst, het Midden-Oosten of de voetballerij. Hun nieuwskeus is steeds minder vanzelfsprekend.

Er is een stroming die zegt dat 'de oude journalistiek' vooral de eigen hobbies en vooroordelen volgt en geen antwoord geeft op de vragen die leven bij 'het publiek'. Kranten die het daar mee eens zijn, leggen zich er op toe het nieuws te bieden dat de lezer wil lezen, op een toegankelijke manier, met wel zes 'instap-punten' en soms dus met video van een buurtgenoot. Collega's in 'de oude journalistiek' denken dat zij nooit iets anders deden dan de lezer helpen de wereld te volgen.

Maar nrc.next ordent die zelfde wereld anders dan de avond-NRC, ten dele met de zelfde journalisten en de zelfde journalistieke grondstoffen, en heeft daar in negen maanden boven verwachting 65.000 klanten voor gevonden. Er zijn meer wegen naar Rome. Ook buiten de klassieke gedrukte en elektronische media.

Zie de podcastende pater Roderick Vonhögen uit Amersfoort, die in de hele wereld luisteraars heeft die opstaan met zijn opgewekte *Daily Breakfast Show*.

De website *Uitzending Gemist* is zo'n succes dat de Publieke Omroep steeds meer opslag-capaciteit nodig heeft. Nederlanders willen best kijken naar programma's van Nederland 1 t/m 3, maar niet altijd op het in Hilversum bedachte uur. Het Avondje Avro is voorbij. De Netcoördinator mikt op het overleven van de publieke omroep. De techniek geeft u en mij de kans onze eigen avond te programmeren. Bij rampen stemmen wij af op de nationale zender of crisis.nl – verder redden burgers zich wel zonder gids.

De laatste weken hebben Hillary Clinton, Barack Obama, Sam Brownback en andere Witte Huispretendenten zich bij herhaling per online video tot de Amerikaanse kiezers gericht. Daar kwam geen journalist meer aan te pas. De 'gewone televisie-zenders' moesten deze campagne-lancerings wel overnemen. Ze waren nieuwswaardig.

Voor diegenen die nog in tekst geloven is het elektronische dagboek, het weblog, uitgegroeid tot een verschijnsel van de eerste orde. De Amerikaanse columnist George Will noemt het puur 'narcisme'. Hij weet waarschijnlijk wel beter. De weblog-tellers van Technorati denken dat er meer dan 57 miljoen weblogs in de wereld zijn. Dat aantal verdubbelt iedere 230 dagen. Er zitten miljoenen reisdagboeken en poëziealbums bij, maar als er enige tienduizenden tussen zitten die mensen met een zelfde belangstelling voor een nog vrij onbekende ziekte, oude Ford Mustangs of de Dapperbuurt bij elkaar brengen, dan is een nieuw medium ontstaan. Hier zijn gemeenschappen ontstaan die virtueel en tegelijk reëel zijn.

Ook journalistiek is het weblog moeilijk weg te denken. We weten meer over de oorlogswerkelijkheid in Irak dankzij *Salam Pax*, *Bagdad Burning* en andere bloggers tussen het puin. Het zelfde geldt voor illegale bloggers in China en Iran. Honderden weblogs hebben in de Verenigde Staten het weefsel van de berichtgeving en opinievorming in een paar jaar ingrijpend veranderd. Die worden soms geschreven door deskundigen met een verhaal en goede pen, in andere gevallen door journalisten die hun eigen uitgeverhoofdredacteur zijn geworden en de officiële waaheid tegen het licht houden, zoals I.F. Stone dat tijdens de Vietnam-oorlog deed in zijn fameuze eenmansweekblad.

Steeds meer burgers zetten hun eigen belevenissen op het web. De Zuid-Koreaanse site *OhmyNews* is een goed voorbeeld van 'citizen journalism' in de praktijk. Op allerlei video-sites staan gebruikerservaringen met treinen, scholen en pillen, kortom het hele leven. Een mobiele telefoon maakt van de burger niet automatisch een journalist, maar het is duidelijk dat internet hem een machtig instrument in handen heeft gegeven. De vraag is of de democratie er van kan profiteren.

Over de winst- en verliesrekening van de iMedia straks meer. Eerst wil ik trachten de stand van zaken in de journalistiek samen te vatten na ruim tien jaar internet-voor-iedereen. Voor mediabedrijven, journalisten én burgers is de werkelijkheid ingrijpend veranderd. Eenrichtingsverkeer is niet langer de norm. Mediaconsumenten kunnen zelf producent worden. Zoals Eric Anderson uit Napa Valley, die met drie wijnvrienden en een wijnvriendin veel succes heeft met GrapeRadio.com. Wijn-radio en -tv, die u desgewenst op uw iPod kunt meenemen.

Weinig 'oude media' hebben de bocht naar rendabele cyberjournalistiek soepel genomen. Uitgevers en redacties zoeken naarstig naar aangepaste formules, staand op hun krimpgebied. De ontwikkeling van internetradio en -tv fragmenteert het aanbod zodanig dat financiering via de overheid van de publieke omroep in West-Europa steeds minder vanzelfsprekend wordt. Volgens *The Economist* kreeg de BBC onlangs zijn laatste licentie voor tien jaar.

In de VS hebben 24 uren nieuws-tv-zenders zich binnen twintig jaar ontwikkeld van innovatieve nieuwsbronnen tot 'infotainment'-kanalen, waar *opinie als nieuws* wordt aangeboden. Fox News heeft daarin de weg gewezen. De klassieke tv-nieuwsvoorziening is zo gemarginaliseerd dat het soms lijkt of de satirische nieuwsprogramma's van Jon Stewart en Stephen Colbert op kabelstation *Comedy Central* het meest relevante politieke nieuws brengen. Zij doen dat onder de banier *'fake news that delivers the truth'*, nepnieuws dat de waarheid brengt.

Het Amerikaanse journalistieke ideaal van scheiding van feiten en opinies is van tijdelijke aard geweest, met een hoogtepunt na de Tweede Wereldoorlog. Tegenwoordig bewonen verschillende groepen in de VS

aparte waarheden vrijwel zonder raakvlak. De machtigste democratie op aarde beleeft langs elektronische weg een scheiding van informatieverkeer die elementen van verzuiling in zich draagt.

Bij Amerikaanse kranten is het vervluchtigen van de objectiviteitsambitie minder opvallend. Veel steden hebben maar één krant. Die hoeft zich om praktisch-commerciële redenen meestal voor te veel partijdigheid, soms ook voor karakter. Een onderzoek van de Universiteit van Wisconsin¹ heeft overigens laten zien dat in het Midden-Westen *televisie* bij de Congresverkiezingen van november 2006 nog steeds de belangrijkste nieuwsbron was. Maar dan wel de *lokale* tv. Een pyrrhus-overwinning van het oudste nieuwe medium, want die zenders besteedden tweeëneenhalf keer zo veel tijd aan politieke reclamespots als aan de eigenlijke berichtgeving. Het gemiddelde politieke nieuwsitem duurde 76 seconden. Zelfs de gemiddelde 'soundbite' duurt dan te lang.

Bij de laatste Kamer-verkiezingen in Nederland leek infotainment terreinwinst te boeken op meer serieuze informatie-overdracht. De gemiddelde tv-kijker werd wijzer over de 'televisie persona' van de belangrijkste kandidaten dan over de standpunten van hun partijen. Het NOS Journaal nam zich na afloop voor in de toekomst terughoudender om te gaan met de resultaten van de dagelijkse opiniepeilingen.

Dagbladen bevinden zich wereldwijd in een glijvlucht van dalende oplages. In Europa zijn vertrouwde kwaliteitstitels in financiële problemen terecht gekomen, met name in Frankrijk en Duitsland. Andere, zoals *The Guardian* in Groot-Brittannië, hebben zichzelf radicaal heruitgevonden. In Nederland zijn de meeste landelijke kranten nog steeds winstgevend, maar de groei van de jaren '80 en '90 is over het algemeen omgeslagen in gestage krimp. De komst van gratis kranten heeft de vanzelfsprekendheid van betaalde kranten ondermijnd.

Voor wie de belangrijkste taak van journalistiek vooral ziet binnen het democratische proces is de Amerikaanse dagbladsituatie dramatischer. Een recent voorbeeld is de Knight Ridder Groep. Deze keten van regionale kranten (met titels als de *Philadelphia Inquirer* en de *San Jose Mercury News*) bracht sinds 2001 de meest evenwichtige berichtgeving over Irak. De behoorlijk renderende groep werd vorig jaar, onder druk van activistische aandeelhouders, te koop gezet en overgenomen door de kleinere McClatchy-groep. Ondanks honderden ontslagen zijn de Knight Ridder-kranten sinds de verkoop al 8% minder waard. Maar het grootste verlies schuilt in de verzwakking van een journalistieke organisatie met een traditie van onafhankelijke berichtgeving. De drijfveren van beleggers-die-het-beter-weten sporen niet automatisch met de belangen van een open democratie.

Het hoge woord is er uit. In mijn ogen heeft goede journalistiek iets te maken met democratie. Kranten ontstonden omdat actieve burgers – al of niet in partijverband - iets te zeggen hadden, of omdat drukkers omzet zochten en het lezende deel van de bevolking wilde betalen voor nieuws en meningen. Vorige eeuw ontstond in de VS een journalistieke taakopvatting die de pers een bijzondere rol toedacht in vrije samenlevingen. Vooral het debat tussen de filosoof John Dewey en de invloedrijke journalist Walter Lippmann leidde er toe dat journalisten op grote schaal gingen geloven in dat nobele democratische zelfbeeld. Zo ontstond de journalistieke ambitie de zuurstof te leveren voor de ware democratie, die leeft bij de vrije uitwisseling van ideeën. U zult me toestaan dat ik volsta met een verwijzing naar het fundamentele werk van Tocqueville, Dahl, Lipset, Van Gunsteren en anderen die hebben onderzocht wat de kenmerken zijn van een echte democratie.

De ideeën van de Duitse socioloog en filosoof Jürgen Habermas over de 'publieke sfeer' hebben het werkterrein voor de 'serieuze journalistiek' verder helpen definiëren. Onze collega Marcel Broersma onderzoekt op het ogenblik hoe culturele, politieke en economische omstandigheden de ontwikkeling van de journalistiek hebben beïnvloed en wat de effecten daarvan zijn op de publieke sfeer. Hij doet dat vergelijkenderwijs in Groot-Brittannië, Frankrijk en Nederland.

In ons deel van de wereld staat juist de serieuze journalistiek overal onder druk, vooral op radio en tv. Publieke omroepen worstelen met een duivels dilemma: moeten zij zich steeds meer gelegen laten liggen aan kijkcijfers, de voertaal van de commerciële zenders, of zich schikken in een vormende rol voor slinkende publieksgroepen. Ondanks de kijkcijfer-opleving ten gevolge van de nieuwe zenderindeling in Hilversum zie ik op termijn geen andere begaanbare weg dan concentratie op hun publieke rol.

¹ <http://www.joycefdn.org/pubs/content/pubs-newslab112106.html>

In een commercieel en technologisch gefragmenteerd omroepspectrum boeten publieke omroepen aan onmisbaarheid in, welke koers zij ook kiezen. Maar de publieke ruimte kan deze dragers van het democratisch debat slecht missen. Het verbaast dat men in de Nederlandse omroepdiscussie zo vaak de BBC als voorbeeld neemt en zich weinig laat inspireren door Amerika's *National Public Radio* en *Public Broadcasting Service*. Die worden letterlijk door het publiek in de lucht gehouden, op lokaal niveau. Zij bedrijven voor een toegewijd publiek omroepjournalistiek die de toekomst heeft.

Ook de Nederlandse en andere Europese kranten kunnen er niet stilzwijgend van uitgaan dat zij met hun huidige werkwijze de openbare zaak tot in lengte van dagen blijven dienen. Na het afschudden van hun ideologische veren hebben zij in dit land alle het algemeen belang hoog in hun vaandel geschreven, maar de burger raakt steeds meer gewend aan gratis informatie en media die geen boodschap hebben aan 'oude' journalistieke normen, zoals het groepsweblog *Geen Stijl*.

De Amerikaanse burger kijkt de oude media met duizend ogen op de vingers. Waarom zou dat hier uitblijven? In de Verenigde Staten hebben bloggende burgers *CBS News*, *The New York Times* en andere eens gerespecteerde media tot pijnlijke bekentenissen gedwongen. Misschien waren de motieven van die bloggers politiek, verschillende door die media gerapporteerde onthullingen waren niettemin van dien aard dat rectificatie geboden was.

De leesgewoonten van twintigers en dertigers wereldwijd zijn een veelzeggend voorteken. Wie goed opgeleid is en desondanks het leven meent aan te kunnen zonder het regelmatig lezen van kranten zoals wij die nu kennen, zendt een krachtig signaal naar krantenmakers. Voorzover die jongere, meer webwijze burger zich informeert aan de hand van websites die fungeren als verzamelaars van krantennieuws (denk aan *googlenews*), is er sprake van een enigszins parasitaire constructie die vraagt om een nieuw zakelijk evenwicht. Maar wanneer die jongere genoeg heeft aan nieuwsbrieven en websites die gratis, originele informatie brengen, dan slinkt de markt voor betaalde, serieuze kranten verder.

Het slagveld overziend kunnen we vaststellen dat de nieuwe werkelijkheid hard is voor 'oude' media. Kranten en omroepen verliezen hun collectief-alleenrecht op het onthullen van wat gisteren onbekend was. Zij zijn ook niet meer de belangrijkste bringers van amusement en reclame. Zelfs hun sociale functie wordt overgenomen door vriendschaps- en ontmoetingssites waarop de burger, desgewenst in cyberversmomming, zijn tweede leven leidt.

De huiskamer van de nationale zenders en de landelijke debatingclubs die kranten ook willen zijn, moeten terrein afstaan aan allerhande elektronische dorpspompen. Het wordt voor politici en bestuurders lastiger bevolkingsgroepen te bereiken die de bestaande publieke sfeer hebben verruild voor hun eigen, soms afgelegen webdrevens².

Als het waar is dat traditionele media een bescheidener rol gaan spelen in de overvolle agenda van de burger en moeten vechten om zijn informatieleverancier te mogen zijn, wat zijn de gevolgen daarvan voor die media en voor het actieve burgerschap waar iedere democratie op drijft? Een paar tussentijdse conclusies.

. Journalisten zullen er aan moeten wennen dat zij hun oude ambacht op het virtuele marktplein uitoefenen. Zij zullen transparanter moeten werken: laten zien wat hun grondstoffen zijn en wat zij er mee doen. Wat heel timide begon met rubrieken als 'Aanvullingen & Correcties' zal een manier van leven worden. Burgers weten veel meer. Openheid is een kwestie van gezond verstand, niet als PR-wapen, maar als beroepshouding.

. Wil de journalistiek overleven, dan zullen journalisten veel meer informatie-*bemiddelaars* worden dan stadsomroepers die weten hoe alles zit. Niet op de hurken gaan zitten en een kinderkrant schrijven, ook niet doen alsof iedere burger voortaan journalist is, maar wel de kennis die lezers aandragen serieus nemen. De persoonlijkheid en betrouwbare kwaliteit van journalisten zal op een zinvolle manier worden ingezet en door lezers worden meegewogen bij hun doorlopende beslissing of zij hun tijd en geld over hebben voor journalistiek werk.

² Zie ook: *In Dienst van de Democratie*, Commissie Toekomst Overheidscommunicatie, 2001

. Dagbladjournalisten leven in een 24 uren-omgeving en kunnen zich waarschijnlijk niet blijvend veroorloven hun bijdragen eens per dag, zes dagen per week aan te bieden. Niet alleen wordt Gratis gewoon, en Betalen de uitzondering die waargemaakt moet worden. Ook Direct is gewoon, en Een Keer Per Dag de uitzondering.

. De Uitleg kan niet achterblijven bij de beschikbaarheid van nieuwe feiten. Burgers die toevallig ter plekke waren of veel afweten van een onderwerp zullen steeds vaker hun kennis willen delen; omgekeerd accepteren zij minder dat 'hun' krant er kennelijk niet bij was of er kennelijk niets aan toe te voegen heeft. Als dat te vaak gebeurt is het 'hun' krant niet langer.

Uitleg. Duiding. Waarschijnlijk het reddingsvest van de journalistiek. Op een rijtje zetten wat iedereen meldt doen de verzamelaars, de GoogleNews en Nu.nl's beter dan wie ook. Maar er zal altijd behoefte blijven aan weging en hiërarchisering. Dat deden de oude media altijd al. Maar de kunst zal zijn dat te doen in een wereld waarin de burger rustelozener, impulsiever en minder merktrouw is. Niet voor niets is The New York Times bezig op haar website een mogelijkheid te scheppen die de lezer kans geeft *My New York Times* te maken. Een voorpagina naar eigen smaak. Dan kan op allerlei websites allang, maar dat die krant zich door de gebruiker laat kneden, dát is nieuws. Met verwijzingen naar voorkeursites als *Digg*, *Facebook* en *Newsvine* lonken grote Amerikaanse kranten steeds nadrukkelijker naar de gunsten van de webburger. De BBC gaat de luisteraars in staat stellen hun eigen radioprogramma online te bouwen.

In het verlengde zijn samengestelde abonnementen op papieren kranten denkbaar: van weekend-abonnement, nrc.next-plus-weekend-abonnement naar Volkskrant-sport+economie- abonnement of Trouw-politiek+Verdieping-abonnement, op iedere gewenste tijd uit de huisprinter. En waarom geen combinatie van dergelijke bestanddelen, zo lang PCM bestaat? Met op de websites relevant beeld en geluid, gemaakt door wat je vroeger omroepmedewerkers noemde. Het verschil tussen dagblad en omroep vervaagt.

Niet de verspreidingstechniek maar de mentaliteit, de journalistieke methode wordt het onderscheidende kenmerk van media. Net als vroeger ten tijde van de verzuiling maar nu zonder dat houvast. Daarom is de Opleiding Journalistiek aan de Rijksuniversiteit Groningen in toenemende mate convergent, waarbij het niet alleen gaat om plaatjes en praatjes te combineren, maar ook om een meer gelaagde methode van vertellen te ontwikkelen. Daarom zal het onderzoek naar de geschiedenis van de Vara, waar collega Wijffjes aan werkt, een multimediale weerslag krijgen – tekst, geluid en bewegend beeld.

Niet voor niets werd U de Persoon van het Jaar 2006 volgens weekblad *Time*. Maar heeft die drukbelaste burger wel zin en tijd om haar eigen medium samen te stellen? Zij moet al zo veel hollen om werk en gezin te combineren, in de file te staan, zich voortdurend te vergewissen van het nieuws en dan ook nog een uitgekend combinatie-abonnement op de krant verzinnen? Ik denk het wel, al blijven anderen kiezen voor het standaard pakket. Er zullen altijd burgers zijn die zich opwinden over de buurt, het onderwijs, de belastingen, de zeespiegel, de oorlog. Hun bijdrage, dat is wat je burgerschap noemt. De vervlechting van hun mening met wat anderen vinden, dat is wat je democratie noemt.

Als nogmaals de Amerikaanse ervaring een aanwijzing mag zijn van wat ons te wachten kan staan, dan is te zien dat – ondanks een lagere opkomst bij verkiezingen dan Nederland gewend is – in de Verenigde Staten de politieke participatie bloeit. Volgens het jongste onderzoek van het *Pew Internet & American Life Project* gebruikte bij de Congres-verkiezingen van november 2006³ een derde van alle Amerikanen internet als middel om campagnenieuws te verzamelen en uit te wisselen. 23 procent van de politieke internet-gebruikers – dat wil zeggen 15 miljoen mensen – was ook actief: zij discussieerden online, zij organiseerden avonden en zamelden geld in voor kandidaten of hun favoriete thema's.

Dit legioen heeft het oude begrip 'grassroots' een nieuwe inhoud gegeven. De campagne voor de Democratische kandidatuur van Howard Dean in 2003 en 2004 kon alleen maar een bijna-sensatie worden doordat honderdduizenden hun tientjes stuurden en bleven sturen. Joe Trippi, zijn internetvaardige campagneleider, voorspelde na afloop: „The Revolution will not be televised". De revolutie die hij voorspelde was digitaal, zou het zonder de oude media doen en stond ten dienste van een democratie waarin de politiek niet langer wordt verkocht aan, maar gedragen door burgers.

³ http://www.pewinternet.org/PPF/r/199/report_display.asp

Terwijl Trippi's idealistische horizon verder ligt, is de macht van de webmieren onmiskenbaar. Er is altijd wel iemand die een camera bij zich heeft. De Republikein George Allen liep in november herverkiezing op zijn Senaatszetel in Virginia mis dankzij de videocamera die één racistische campagneuitglijder vastlegde. *YouTube* deed de rest. Dat betekende één serieuze Republikeinse presidentskandidaat minder. De nu christen-conservatieve presidentskandidaat Mitt Romney, Republikeins gouverneur van Massachusetts, wordt dezer dagen hardnekkig herinnerd aan zijn gematigder opvattingen in 1994 over abortus en homohuwelijk, met opnames die, zeer tot zijn verdriet, op *YouTube* circuleren.

Is er op internet ook nog journalistiek te vinden, behalve op de sites van de traditionele media? Zeker, maar anders. De meest opvallende nieuwkomers zijn schrijvers en 'public intellectuals' met uiteenlopende politieke visies als Andrew Sullivan, Josh Marshall, Glenn Reynolds (schrijvend onder de naam *Instapundit*), Glenn Greenwald, Hugh Hewitt, Markos Moulitsas (*DailyKos*) en Juan Cole die de laatste jaren een publiek van honderdduizenden, soms miljoenen opgebouwd waar menige krant jaloers op kan zijn⁴. Zij voorzien in een behoefte aan snelheid, associatieve directheid, misschien ook aan passie, die de 'oude media' met hun formules vorm, stijl en balans missen. Zelfs de publiek geïnteresseerde mens leeft niet bij louter ratio en rust.

Deze web-opinieformers schrijven één tot tien keer per dag, zij krijgen tips, doen onderzoek, verwijzen naar elders gevoerde discussies, leggen verbanden, onthullen en winden zich op. Ook duizenden minder bekende helden uit de blogosphere dragen bij aan een in toenemende mate sprankelend en fijnmazig Amerikaans opinieklimaat. Steeds vaker zien 'oude media' zich gedwongen te verwijzen naar wat in de blogosphere al dagen bekend is en druk wordt besproken.

Als zij het goed doen vullen de blogosphere en oude journalistiek elkaar aan. Maar bloeit de democratie, steeds meer verlaten door traditionele elektronische media, hierdoor aantoonbaar op? Sinds de jaren '80 van de vorige eeuw hebben democratie-denkers als Alvin Toffler gedroomd van 'een cyber-agera naar Grieks model'. Zij zagen de nieuwe mogelijkheden van het wereldwijde web in termen van bevrijding van de burger. Iedereen kan alles weten, iedereen kan permanent meestemmen over openbaar beleid. De realiteit is ingewikkelder.

Op het grensgebied van media- en politieke wetenschap wordt het nodige onderzoek gedaan naar het burgerschap zoals dat zich aftekent. Zo gingen Kent Jennings⁵ en Vicki Zeitner, politicologen van de Universiteit van Californië in Santa Barbara, aan de hand van een schoolklas uit 1965 na of de komst van internet iets veranderde aan het verschil tussen niet- en wel-politiek-geïnvolveerden.

De in Amerika veel besproken 'digital divide' bleek een voortzetting van de al bestaande predigitale informatiekloof. Vooral de toch al politiek geïnteresseerden stortten zich op de mogelijkheden van internet. Maar het vertrouwen tussen mensen onderling en het vertrouwen in politieke instellingen bleek niet af te nemen in het cybertijdperk. Dat was een verrassing want cynici hadden voorspeld dat het 'sociale kapitaal' zou afnemen als mensen niet meer oog in oog vergaderen.

Mijn waarnemingen tijdens de Amerikaanse presidentsverkiezingen van 2000 en 2004 suggereren dat veel mensen zich snel aanpassen aan de elektronische organisatie van hun politieke betrokkenheid. Bagels eten met buurtgenoten en luisteren naar de favoriete kandidaat via het laptopscherm op het kookeiland, een afgeladen koffiewinkel vol jonge Republikeinen die elkaar vonden via de lokale *MeetUp*-website, anderhalf miljoen Bush-haters die elkaar 'kennen' van *MoveOn.org*, het is net zo gewoon geworden als folderen in het winkelcentrum.

Is er ook al iets van te merken in Europa? Stephen Coleman, hoogleraar e-Democracy in Oxford, ging na⁶: hoe tevreden is 'de eenzame burger', die een eeuw via algemeen kiesrecht indirect is vertegenwoordigd door een afstandelijk Lagerhuislid? Nauwelijks. Verlangt hij naar directe democratie?

⁴ Daniel Drezner and Henry Farrell, *The Power and Politics of Blogs*, paper University of Chicago, 2004, <http://www.utoronto.ca/~farrell/blogpaperfinal.pdf>

⁵ *Public Opinion Quarterly*, Volume 67.311-334, 2003

⁶ *Public Communication*, 22.197-214, 2005

Ook niet. Men is toch huiverig afstand te doen van zijn uiterst indirecte volksvertegenwoordiger. De Britse burger staat net zo sceptisch tegenover het idee 'directe democratie'.

Het internet-tijdperk schept misschien kansen voor een tussenvorm. „Directe *vertegenwoordiging* biedt veel van de zelfde voordelen als directe *democratie*, maar minder van de nadelen”, schrijft Coleman. Internet maakt het mogelijk volksvertegenwoordiger en burger te betrekken in een wederzijds proces. Via verschillende netwerken denkt de burger mee en legt de vertegenwoordiger verantwoording af in dit ideaaltypische beeld van de groeiende netwerksamenleving. De toeschouwer wordt weer deelnemer.

Gedachten die uitwerking verdienen, maar zijn er al feiten te melden van webdemocratisch front? Pippa Norris van de Kennedy School of Government aan Harvard heeft onderzoek⁷ gedaan naar de invloed van internet op politiek activisme van burgers. Zij stelde aan de hand van de Eurosurvey-enquête in 19 Europese landen, waaronder Nederland, een index samen van kiezersbetrokkenheid. Daarbij zocht zij tussen droom en daad naar de reële bijdrage van internet aan modern burgerschap.

Norris ontwikkelde een 'politiek marktmodel' waarin de vertrouwde politieke- en overheidsinformatie om aandacht strijdt met een veelheid aan politiek relevante emails, nieuwsbrieven, internet-actiegroepen, journalistiek-politieke websites en burger-prikborden op het web. Om er zicht op te krijgen hoe vraag en aanbod elkaar vinden, onderscheidt Norris democratische activiteiten die door de opkomst van de kennismaatschappij worden bevorderd.

Wat blijkt? Hoe meer men internet gebruikt, des te politiek actiever Europese burgers zijn. Maar dat geldt vooral voor activisme in wat men in Nederland 'het middenveld' noemt, *civil society*, binnen verenigingen, vakbonden en kerken. Zij vond ook sterker activisme van internet-gebruikers ten opzichte van niet-websurfers wanneer het ging om concrete doelen, consumentenacties, lokale kwesties en sociale problemen. Internet dreef mensen niet naar de stembus maar bracht hen er wel toe actiever mee te doen aan verkiezingscampagnes.

Na een hele batterij factoren door het wasprogramma van haar model te hebben gehaald, concludeert Norris dat moderne democratieën inderdaad een markt zijn waarop internet politiek activisme aanzienlijk stimuleert zolang de doelen maar probleemgericht zijn. Niet zo verrassend als je er over nadenkt, maar fascinerend om zo zorgvuldig aannemelijk gemaakt te zien met recente en degelijke Europese gegevens.

Deze bescheiden uitkomst geeft ook een indicatie van de rol die de journalistiek zou kunnen vervullen in een tijdperk waarin het nieuws op ieders telefoon binnenstroomt, een tijd waarin alle beschikbare kennis in theorie van iedereen is, maar in de praktijk voor velen even onbereikbaar als vóór de komst van het wereldweb.

Journalisten zullen meer van hun bestaansrecht moeten verdienen als dienstverleners die helpen orde in de chaos te scheppen. Maar zij zullen dat doen in een geïntensiveerde samenspraak met wat vroeger 'de lezer' en 'de kijker' werd genoemd, dus op internet.

iMedia zullen de gewone media zijn. Willen zij hun rol ten dienste van de democratie blijven vervullen, dan zullen die iMedia behalve overzicht vooral kennis en inzicht moeten bieden in zaken waar de burger zijn politieke activiteiten bij voorkeur op richt. Zo kunnen journalistiek en burgerschap in het internettijdperk op vruchtbare wijze bij elkaar komen. Juist met het wegvallen van oude vormen van gemeenschappelijkheid in de media, een onvermijdelijk gevolg van de groeiende *on demand*-cultuur, zou de journalistiek er goed aan doen op dagelijkse basis elementen aan te dragen die illustreren dat wij van lokaal tot internationaal niveau één wereld bewonen.

Al met al lijkt het mij geboden de komende jaren verder te denken over de vraag wat journalistiek is. De professie kan moeilijk speciale rechten claimen en gevrijwaard worden van overheidsbemoeienis als zij niet kan aangeven wat een journalist onderscheidt van een niet-journalist. Voorts hoop ik met de Afdeling Journalistiek verder te komen met het uitzetten van een pad waarlangs journalistiek een zinvolle bijdrage kan leveren aan een democratische samenleving. Dit vak gaat om meer dan mooischrijven en ontroerend filmen en geluid vastleggen. Hoewel onze praktijkdocenten niet kunnen nalaten onze studenten ook dat mee te geven. Daarvoor zijn het vakmensen. Onderling hebben wij de nodige discussie maar nooit over

⁷ *International Journal of Electronic Government Research*, 1(1), 20-39, Jan-March 2005

wat echt goede journalistiek is. Zoals niemand twijfelt aan de prestatie van collega Hans Renders die in een luttel aantal jaren gestalte heeft weten te geven aan het Biografie Instituut, waar het beste wat Journalistiek en Letteren te bieden hebben, samenkomen.

Dames en Heren, ik heb strenge instructies om niemand te bedanken. Dat zal ik dus niet doen, zeker de Stichting Groninger Journalistiek niet, noch het College van Bestuur en het Faculteitsbestuur, die vijftien jaar geleden gezamenlijk de wijsheid hadden aan deze universiteit een academische Opleiding Journalistiek te vestigen. Ook mijn eminente voorganger Harry Lockefeer en Sanna Buurke, die de afdeling dagelijks journalistieke zwier geeft, moet ik daarom ongenoemd laten. Tenslotte u allen, die hier heeft willen zijn, kan ik – vrij naar Clausewitz – slechts verwijzen naar de voortzetting van deze bijeenkomst met andere middelen.

Ik heb gezegd.