

Massamedia, splijtzwam of bindmiddel?

Huub Evers

De drieduizend inwoners van het Zuiditaliaanse dorpje Cerisano zullen het enige tijd zonder televisie moeten stellen, zo meldde The Times op 13 maart 2000. Ze doen mee aan een vijftien dagen durend wetenschappelijk experiment dat is opgezet om te onderzoeken of de afwezigheid van televisie de gemeenschapszin in het dorpje kan herstellen. De onderzoekers hopen de communicatie in de familiekring en de buurt weer op gang te brengen in de plaats van het eenrichtingsverkeer tussen de mensen en hun televisietoestel.

Sociologen menen dat de televisie, hoewel een verslavend en anti-sociaal medium, positieve effecten heeft gehad in Italië, omdat mede dankzij de beeldbuis de afzonderlijke regio's werden samengesmeed tot één natie (1).

W. Koole, oud-directeur van IKON, heeft een andere kijk op televisie. Hij meent dat het medium juist het persoonlijke, directe contact tussen mensen bevordert, "ook al zit er koud glas tussen". Via televisie "kon je dichterbij komen bij mensen die je bewonderde om hun intellect!", zegt hij. Die 'humaniserende werking' van televisie heeft zijns inziens gevolgen gehad op allerlei uiteenlopende gebieden (2). Zelf heeft Koole veel ervaring met "vertroostende tv-programma's", waarin mensen aan de kijkers laten zien hoe zij vrij en met zelf-ironie terugzien op hun eigen levensgeschiedenis. "Vertrouwend zijn mensen die in openheid en oprechtheid over gevoelens van schaamte, schuld en onzekerheid kunnen vertellen om zo het inzicht van medemensen te bevorderen." (Koole, 1986, p.102)

Veel pessimistischer weer is Volkskrant-journalist W. de Bruin, die meent dat deze eeuw vermoedelijk geen uitvinding heeft opgeleverd, de auto uitgezonderd, die zo aan zijn eigen succes ten onder is gegaan als de televisie. "Geheel ten onrechte wordt er van uitgegaan dat mensen die een interessante mening hebben, ook interessant zijn om naar te kijken. (.....) Wie leeft in de voortdurende angst informatie te missen, zou de vraag eens om moeten draaien. Hoeveel meer informatie zou u hebben kunnen opdoen als u niet had gekeken?" (3).

Televisie als medium dat bijdraagt aan de teloorgang van maatschappelijke verbanden, wellicht daarvan zelfs de hoofdoorzaak is, of televisie als bindmiddel om lotgenoten samen te brengen, als medium dat gemeenschapsvormend werkt?

Dat de moderne samenleving met cohesieproblemen kampt, wordt wel door niemand betwijfeld. Het verschijnsel is inmiddels door veel auteurs in diverse toonaarden beschreven. Drok (1999) vat het proces van afnemende samenhang in de maatschappij als volgt kernachtig samen: "De actieve participatie op politiek en maatschappelijk gebied neemt af, de maatschappelijke middenkaders verliezen aan betekenis, er doen zich processen van segmentatie, fragmentatie en zelfs sociale uitsluiting voor. De openbare ruimte wordt als onveilig of vijandig ervaren. Het vertrouwen in de democratie en in de rechtsstaat staat onder druk. Er is sprake van een crisis in de publieke zaak." (p.31).

Welke rol spelen de media in dit proces van ontbinding? En welke rol spelen zij of zouden zij kunnen of moeten spelen als maatschappelijk bindmiddel?

Met de eerste vraag bevinden we ons op het terrein van wat mediawetenschappers de opvattingen over werking van media noemen; welke zijn de gevolgen van media en mediaboodschappen voor mensen individueel en voor de samenleving als geheel? De tweede vraag leidt ons naar opvattingen over taak en functie van de massamedia in de samenleving. Ter introductie schetsen we kort de opvattingen op beide terreinen.

Werking van media

De moderne massamedia hebben een enorme invloed op het denken en doen van mensen, vindt de een. Ze kunnen reputaties maken en breken. Van de macht van de media moet men zich geen overdreven voorstellingen maken, vindt de ander. In de krant van vandaag wordt morgen de vis verpakt en de hoofdpunten van het journaal zijn de meeste mensen een uur later weer vergeten. Is het effect en de invloed van de media en van mediaboodschappen wel zo groot als soms wordt beweerd? En wanneer er in meerdere of mindere mate van beïnvloeding sprake is, hetgeen wel door niemand wordt betwist, hoe verloopt dan dat beïnvloedingsproces?

In de periode tot de Tweede Wereldoorlog werd aan de media een grote invloed toegekend. Men dacht dat de media een verdovende werking hebben op de massa. Niet voor niets wordt in overzichten deze opvatting aangeduid als de 'injectienaaldtheorie'. Mensen nemen willoos tot zich wat de media aanbieden en doen kritiekloos wat de media voorschrijven. Dat in deze tijd de film en de radio zich in een grote populariteit mochten verheugen, is in belangrijke mate een verklaring voor deze visie op de almacht van de massamedia. Men denke aan het mediagebruik door de Nazi's voor propagandistische doeleinden: de propagandamachinerie van Joseph Goebbels en de films van Leni Riefenstahl.

Ook kan gedacht worden aan de grote populariteit van het radiohoorspel. Befamd is de uitzending in 1938 in de Verenigde Staten van het hoorspel "War of the worlds" van Orson Welles. Bij veel luisteraars sloeg de paniek toe, omdat men dacht dat er werkelijk sprake was van een landing van Marsmannetjes op aarde en dat die vreemde wezens een bezetting van de VS uitvoerden.

Na de Tweede Wereldoorlog groeide, vooral onder invloed van Amerikaans empirisch onderzoek naar media-effecten, het inzicht dat die invloed niet zo groot is als men voorheen wel dacht. Men ontdekte dat sociale en psychologische factoren een rol spelen bij het beïnvloedingsproces van de media op de mensen. Zo is er allereerst het kernbegrip 'selectiviteit'. Uit de psychologie weten we dat mensen zich afsluiten voor bepaalde informatie en dat ze selectief waarnemen: ze nemen datgene op uit de grote hoeveelheid mediaboodschappen wat ze voor zichzelf aanvaardbaar vinden. Verder is er sprake van selectief onthouden; na verloop van tijd wordt bepaalde informatie vergeten.

Uit de sociologie is bekend dat het netwerk-complex een belangrijke rol speelt. Naast de invloed van de media is er de niet te onderschatten invloed van sociale netwerken als gezin, school, vriendenkring, werkkring, verenigingsleven etc.

Kan men aldus de invloed van de media relativiseren, één ding is anderzijds wel duidelijk: de massamedia bepalen in belangrijke mate waar mensen het in hun dagelijkse gesprekken met elkaar over hebben. Dit is wat wel wordt aangeduid als de 'agenda-settingsfunctie' van de media.

Eind jaren zestig verschoof het perspectief naar de 'uses and gratifications'-benadering. Niet de zender, de boodschapper, speelt de belangrijkste rol, maar de ontvanger, het publiek. Het gaat niet om de vraag wat media doen met mensen, maar wat mensen doen met de media. Mensen zijn geen passieve gebruikers van media, ze gaan zelf actief en selecterend te werk en zij bepalen wat ze met mediaboodschappen doen. Ze gebruiken de media om bepaalde behoeften (informatie, educatie, ontspanning) te bevredigen. Er is sprake van een grote differentiatie in leefstijlen en consumptiepatronen en dus ook van mediagebruik.

In de laatste decennia heeft in de mediawetenschap steeds meer het inzicht terrein gewonnen, dat media vooral betekenissystemen aanbieden. Mediaboodschappen dragen bij aan het definiëren, ordenen en interpreteren van de werkelijkheid. Media produceren betekenissen die mensen gebruiken om de wereld beter te kunnen begrijpen. Hier valt te denken aan vragen die nog niets aan actualiteitswaarde lijken te hebben ingeboet: hoe berichten media over illegalen,

asielzoekers etc.? Welk beeld geven talkshows ons over relaties, trouw, respect voor elkaar etc.? Welk mens- en maatschappijbeeld wordt impliciet gecommuniceerd door soaps? Samenvattend kan gesteld worden, dat de mediawetenschappers over effecten en invloeden van media en mediaboodschappen nog niet zijn uitgedacht, maar dat wel sprake is van voortschrijdend inzicht, bijvoorbeeld dat de media nauwelijks in staat zijn bestaande meningen te veranderen, maar dat ze wél bestaande opvattingen en houdingen kunnen bevestigen en versterken.

Functies van media

De vraag welke rol media zouden kunnen of moeten spelen om als bindmiddel te fungeren in een individualiserende samenleving, voert naar wat 'theories of the press' genoemd wordt in de mediawetenschap; opvattingen over taken, functies en verantwoordelijkheden van de pers in de desbetreffende samenleving. In de kern zijn er twee opvattingen, een autoritaire en een libertaire (Evers, 1987).

De autoritaire perstheorie was en is vooral te vinden in pre-democratische samenlevingen en in landen die openlijk dictatoriaal of repressief zijn en waarin een onafhankelijk opererende journalistiek niet mogelijk is. Het was in de zestiende en zeventiende eeuw de algemeen aanvaarde opvatting, dat de waarheid eigendom was van de machthebbers. Het stond de pers dan ook niet vrij informatie te verspreiden, die inging tegen de heersende ethische en politieke waarden of tegen het door de machthebbers gevoerde beleid en die dus het gevestigde gezag zou kunnen ondermijnen. Ook in niet-totalitaire samenlevingen kunnen onder bepaalde omstandigheden restrictieve tendenzen worden aangetroffen. In bepaalde tijden en situaties kan de persvrijheid in conflict komen met het algemeen belang van de staat, bijvoorbeeld ten tijde van oorlogsdreiging of terrorisme.

Tegenover de autoritaire staat de libertaire perstheorie. Ten tijde van de Verlichting en het ontstaan van democratische opvattingen en praktijken ontworstelde de pers zich aan de invloed en de controle van de machthebbers. Ook op het terrein van informatie ontstond een vrije markt-economie: alle opvattingen moeten gehoord kunnen worden zonder belemmeringen, dan komt in het publiek debat de waarheid vanzelf boven drijven. Daarnaast ontwikkelde zich de opvatting dat het eveneens tot de taak van de pers behoort om toezicht te houden op de handel en wandel van de overheid. Hier komt het idee van de waakhond vandaan, de pers als instantie die het bestuur en de rechtspraak controleert.

Een latere variant hiervan is de theorie van de maatschappelijke verantwoordelijkheid van de pers. In de Verenigde Staten bleek persvrijheid toch vooral ondernemersvrijheid te zijn. In kringen van uitgevers en journalisten groeide de overtuiging, dat persvrijheid maatschappelijke verplichtingen en verantwoordelijkheden met zich meebrengt. Die vrijheid kan immers zowel gebruikt als misbruikt worden.

Civic journalism

Een wel zeer speciale en zonder twijfel ook controversiële vorm van een maatschappelijk-verantwoordelijke pers vinden we in de stroming van 'civic journalism'. Deze beweging, ook wel aangeduid als 'public journalism', kwam in de Verenigde Staten in de laatste helft van de jaren tachtig tot stand. Deze praktijk, waarin de massamedia gemeenschapsopbouw als een van hun belangrijkste taken zien, is inmiddels in ons land bekend onder termen als 'publieksjournalistiek' of 'civiele journalistiek'.

Civic journalism is gebaseerd op twee premissen. De eerste is, dat steeds minder mensen kranten lezen en naar het nieuws op tv kijken. De journalistiek slaagt er blijkbaar niet in de mensen bij de publieke zaak te betrekken. Er is sprake van een fundamentele uitholling van

het vertrouwen van het publiek in de nauwgezetheid, betrouwbaarheid en fairness van journalisten. De media staan voor de opgave om hun betrouwbaarheid te bewijzen in een tijd waarin de burgers zeer weinig vertrouwen hebben in de pers en sceptisch zijn over journalistieke standaarden als privacy, waarheid en fairness, over paparazzi-methoden, over "hinderlaag-journalistiek" en over drijfveren van journalisten. De algemene opinie is dat de media garen spinnen bij geweld, schandalen en sex. Er is een zorgwekkende verschuiving opgetreden met betrekking tot wat als nieuws wordt gedefinieerd. Veel minder aandacht voor regeringspolitiek en buitenlands nieuws, veel meer aandacht voor entertainment, schandalen, geweld en celebrities.

De tweede premisse is, dat er geknaagd wordt aan de fundamenteën van de democratie in de VS. Er is sprake van een toenemende stroom cynisme en onvrede in de samenleving; de mensen zijn niet meer geïnteresseerd en geëngageerd in de publieke zaak. Dat blijkt onder meer uit een geringe opkomst bij verkiezingen.

Daarnaast is er sprake van een toenemende segmentarisering van publieksgroepen, van een afnemende motivatie bij de redacties van de media en van een algemeen gevoel dat de beroepsgroep van mediaprofessionals er niet in is geslaagd de mensen te interesseren voor de dagelijkse actualiteit.

Startpunt van de beweging waren de verkiezingen van 1988. Zowel de bevolking als de journalistiek hadden genoeg van verkiezingscampagnes waarin het alleen maar draaide om algemene slogans en percentages uit opiniepeilingen. Kranten vroegen hun lezers over welke onderwerpen zij zich zorgen maakten, stelden een 'agenda van de burger' samen en organiseerden het publieke debat over deze agendapunten. Politici op verkiezingstournee namen deel aan panels, maar het was en bleef primair de zaak van de burgers zelf. De bijeenkomsten werden rechtstreeks uitgezonden door de publieke televisie en in de kranten verschenen uitgebreide verslagen en commentaren.

Dit alles betekent overigens niet, dat journalisten partij kiezen in politieke debatten of kwesties binnen de plaatselijke gemeenschap. Zij wakkeren actief het publieke debat aan en geven het publiek de gelegenheid informatie uit te wisselen en actie te ondernemen. Civic journalism houdt niet in dat journalisten propagandisten worden of dat ze zich geroepen moeten voelen in de gemeenteraad te zitten. Ook niet dat de objectiviteit afgeschaft wordt. En evenmin dat de krant zijn eigen agenda oplegt aan de plaatselijke gemeenschap.

De opkomst van civic journalism aan het einde van de jaren tachtig is bepaald geen toeval; er was sprake van een dramatisch geslonken vertrouwen van het publiek in de pers en een sterk toegenomen ergernis en cynisme met betrekking tot de publieke zaak. De beweging mikt op een nieuwe verhouding tussen de pers en het publiek, te beginnen met het besef dat journalisten een fundamentele verantwoordelijkheid hebben voor het versterken van de 'civic culture'.

Civic journalism gaat over het aangaan van betrekkingen tussen journalisten en de gemeenschappen waarover ze berichten en tussen journalistiek en burgerschap. Het is allereerst een verzameling praktijken waarin journalisten weer in contact proberen te komen met burgers, waarin ze proberen het publieke debat te verbeteren en de 'civic culture' te versterken. Daarnaast is het een voortdurende discussie over de uiteindelijke doelen van de journalistiek. De pleitbezorgers van civic journalism vinden, dat de pers een grotere rol zou moeten spelen om de democratie beter te doen functioneren.

Civic journalism is niet één bepaalde manier van journalistiek bedrijven, al zijn er wel enkele uitgangspunten. De journalist is primair georiënteerd op de burgers en hun aangelegenheden en secundair op politici en deskundigen en dan ook nog slechts voorzover dat van belang kan zijn voor de kwesties waarmee burgers bezig zijn

Het publiek moet voor journalisten meer zijn dan een commercieel interessante doelgroep voor het verstrekken van informatie. Zij moeten hun lezers, luisteraars of kijkers niet zien als (deel van) het publiek, maar als burgers, niet als nieuwsconsumenten maar als leden van de plaatselijke gemeenschap. Het is allereerst een appél aan de journalistiek om het publiek meer te beschouwen als toekomstige deelnemers aan het publieke leven, dan als slachtoffers of toeschouwers. Een appél ook om de lokale gemeenschap te helpen bij het oplossen van problemen, om het klimaat van het publiek debat te verbeteren en om te helpen bij het zo goed mogelijk doen functioneren van het openbare leven. Wanneer de journalistiek samen met de plaatselijke bevolking problemen aanpakt en naar oplossingen zoekt, komen de doelgroepen voor de media vanzelf tot stand.

Wanneer journalisten zo handelen, menen 'civic journalists', zal op termijn het vertrouwen van het publiek in de pers weer toenemen en zal de tanende band met de lezers weer hechter worden. Uiteindelijk gaat het toch allemaal om de gezondheid van de democratische samenleving, tevens de ratio achter het verlenen van privileges en bescherming aan journalisten.

Civic journalism is niet alleen een andere aanpak, het is ook een andere visie op de taak en de functie van de journalistiek in de samenleving. In de kern beoogt civic journalism de lezers de informatie te geven die ze nodig hebben om als burgers te kunnen functioneren.

Het is ook een zoektocht naar nieuwe definities van nieuws: niet alleen melding maken van conflicten, maar ook van consensus. Niet alleen berichten over mislukkingen maar ook successtories brengen die andere gemeenschappen kunnen helpen bij het oplossen van hun problemen. Verhalen brengen op een manier die meer relevant is voor de lezers. Verkiezingen niet langer presenteren als een wedstrijd en als een kwestie van percentages, maar als een proces van afwegingen maken door de kiezers.

Zo is het ook een pogen om het begrip 'evenwichtige berichtgeving' nieuwe inhoud te geven; faire berichtgeving betekent niet het routineus toepassen van hoor en wederhoor, zodat de twee kanten van de zaak aan bod komen, maar álle betrokkenen aan het woord laten komen, niet alleen de meest uitgesproken standpunten of degenen die het hardste schreeuwen of die de media het handigst weten te bespelen.

De kranten proberen hun lezers te beschouwen en te behandelen als echte participanten die een rol spelen in het besturen van de samenleving, meer dan als slachtoffers of toeschouwers. Ze geven burgers de kans om, in fora, panels en andere meetings, hun zegje te doen over wat hen bezighoudt en, niet minder belangrijk, journalisten op het hart drukken te luisteren naar de burgerij.

Civic journalism betekent ook transparantie ten opzichte van het publiek over redactionele afwegingen en beslissingen, uitleggen waarom de krant iets zus en zo aanpakt en de lezer uitnodigen te reageren.

Dit alles betekent ook dat de journalistiek veel meer interactief moet worden dan de traditionele journalistiek is. Er moet sprake zijn van een tweezijdige communicatie met de lezers in plaats van een eenzijdig droppen van door journalisten vergaarde en geselecteerde informatie. Chatrooms, communicatie per e-mail en discussiebijeenkomsten van lezers en redacteurs zijn dan ook vaste bestanddelen geworden van civic journalism-projecten.

Journalisten willen niet alleen reacties, ze willen ook van de expertise van de lezers profiteren om zo beter op de hoogte te zijn van wat er speelt in de plaatselijke samenleving.

Jay Rosen, professor aan New York University en een van de grondleggers van civic journalism, zei het zo: "Public journalism is not a settled doctrine or a strict code of conduct but an unfolding philosophy about the place of the journalist in public life. This philosophy has emerged most clearly in recent initiatives in the newspaper world that show journalists

trying to connect with their communities in a different way, often by encouraging civic participation or regrounding the coverage of politics in the imperatives of public discussion and debate." (Denton en Thorson).

En elders: "In a word, public journalists want public life to work. In order to make it work they are willing to declare an end to their neutrality on certain questions -- for example: whether people participate, whether a genuine debate takes place when needed, whether a community comes to grip with its problems." (Hoyt, 1995)

Critici interpreteren dit appél om de neutraliteit los te laten als een oproep om de objectiviteit als een van de belangrijkste journalistieke principes op te geven. De journalist, zo vrezen zij, verlaat de persbureau en betreedt zelf het speelveld. Zoals Jane Eisner, redacteur van The Philadelphia Inquirer, het zei: "Our central mission is to report the news, to set priorities, to analyze but not to shape or direct events or outcomes. Subsume or diminish the central mission, and we become like any other player in society, like any other politician, interest group, do-gooder, thief. I am not willing to relinquish this unique role." (Hoyt, 1995)

Joann Byrd, ombudsman van The Washington Post, daarentegen schreef: "The goals of civic journalism can be accomplished without compromising journalism's important principles. It does not help the community - or the paper - to have the paper acting as booster or as champion of its own agenda. Communities always need a newspaper that can stand back, take the long, broad view of the conflicts and the possibilities and avoid, in service to the whole community, taking sides." (Steele, 1995)

De beweging van civic journalism wordt in de Verenigde Staten inmiddels in praktijk gebracht door een groot aantal locale kranten en tv-stations. Redacties die serieus werk maken van deze nieuwe aanpak, melden aantrekkende oplagecijfers en kijkcijfers. Niettemin, ook civic journalism is geen wondermiddel. De beste journalisten zijn en blijven diegenen die nieuwsgierig zijn naar alles wat zich om hen heen afspeelt en die zich rekenschap geven van hun verantwoordelijkheid ten opzichte van de samenleving.

Het in praktijk brengen van civic journalism gebeurt overigens niet zonder kritische vragen te stellen; de nieuwe beweging wil ook het debat aangaan over de rol van de pers. Enerzijds doemen vragen op als: engageert de pers zich niet te sterk met de politiek en gaat dat niet ten koste van de journalistieke onafhankelijkheid? Geef je dan niet aan het publiek met al z'n grilligheden veel te veel macht over het nieuws? Ga je als krant dan niet afdoen aan je kwaliteitsstandaarden omwille van populariteit? Hoe groot is het gevaar dat de verslaggeving gemanipuleerd wordt van gebeurtenissen waarbij nieuwsorganisatie als sponsors of supporters betrokken zijn? Anderzijds zijn er ook overwegingen als: mensen weer bij de publieke zaak betrekken is toch iets anders dan partijdigheid of optreden als pleitbezorger van het een of ander? Beginnen waar de mensen beginnen wil toch nog niet zeggen dat je als krant daar ophoudt waar de mensen ophouden? Trouwens, de pers is toch ook nu al een invloedrijke factor in het openbare leven en in de politiek, niet een toeschouwer? Laat die pers dan zijn invloed aanwenden om de democratie sterker te maken!

Denton en Thorson wijzen er in hun beschouwing op dat er nog veel vragen onbeantwoord blijven. Is deze werkwijze van journalisten werkelijk in staat mensen meer bij de publieke zaak te betrekken of is het enkel het zoveelste nieuwigheidje? Zal civic journalism sterker blijken te zijn dan de trivialisering en de manipuleerbaarheid van verkiezingscampagnes en van de politiek in het algemeen? Betekent een krachtiger electoraat ook een meer verantwoordelijk bestuur? Heeft civic journalism een positieve of een negatieve invloed op de betrouwbaarheid van nieuwsmedia? Zal het vertrouwen in de geschreven journalistiek toenemen?

Kritiek is er overigens ook van de zijde van de 'mainstream media' en dan gaat het vooral over het loslaten van klassieke journalistieke standaarden als objectiviteit, onafhankelijkheid en

kritische distantie. Grote kranten als de Washington Post en de New York Times verzetten zich fel tegen de nieuwe stroming. Eerstgenoemde krant wil zich veeleer blijven profileren als de krant die een traditie van onderzoeksjournalistiek hoog te houden heeft, vermoedt Lünenborg (2000). Bovendien vrezen journalisten bij de nationale media, dat het locale en alledaagse nieuws de boventoon gaat voeren en dat dat ten koste gaat van buitenlands nieuws. Ook zit er een portie arrogantie bij: wij hebben geen aansporingen nodig, wij weten zelf wel wat kwaliteitsjournalistiek is!

Van de zijde van het locale bestuur in de Verenigde Staten werd wel opgemerkt dat een krant die "aan civic journalism doet" misschien teveel macht krijgt door zowel het nieuws te creëren als ook er vervolgens over te berichten. Zo'n krant "heeft twee petten op".

Ongezoeten kritiek op civic journalism kwam in ons land vooral van Max Snijders, jarenlang hoofdredacteur van Utrechts Nieuwsblad en in de laatste jaren van zijn loopbaan aan de Rijksuniversiteit Groningen de eerste Nederlandse hoogleraar journalistiek. In zijn afscheidsrede brak Snijders (1996) de staf over wat hij 'publieksjournalistiek' noemde. Dat kranten luisteren naar wat hun lezers bezighoudt en dat ze actief participeren in maatschappelijke besluitvormingsprocessen, is niet nieuw en al evenmin verwerpelijk, maar dat ze zich tot taak stellen de burger te helpen een oplossing te vinden in controversiële locale en regionale kwesties, is niet alleen een stap verder, maar zijns inziens ook duidelijk een stap té ver.

Civic journalism als middel tegen ontleding én tegen het afgenomen vertrouwen van het publiek in het openbaar bestuur, is naar het oordeel van Snijders verkeerd omdat fundamentele journalistieke waarden als onafhankelijkheid en objectiviteit worden aangetast, waarden die belangrijker zijn dan stijgende oplage- of kijkcijfers. Bovendien helpt het middel niet, omdat een krant die 'aan civic journalism doet' de eigenlijke functie van het medium niet meer goed kan vervullen.

Kranten moeten berichten, analyseren, commentariëren en kritiseren, maar niet zich bemoeien met de besluitvorming zelf en met het uitvoeren van genomen besluiten. Een krant die dat wél doet, kan "nooit meer onbevooroordeeld en onafhankelijk (...) schrijven, laat staan oordelen over de manier waarop die zaak zich verder ontwikkelt." Wie medeverantwoordelijkheid aanvaardt voor de uitvoering van een wenselijk geachte ontwikkeling, kan later, wanneer er problemen komen, nauwelijks meer onbevooroordeeld en onverbloemd, kortom onafhankelijk oordelen over het falende beleid, waarmee men zich immers in de aanvangsfase engageerde. Publieksjournalisten zetten volgens Snijders niet alleen hun onafhankelijkheid op het spel, ze zetten ook objectiviteit "als misschien onbereikbaar, maar wel nastrevenswaardig doel" ten onrechte overboord. Hij vond dat bij civic journalism meer sprake is van "een taakopdracht (...) voor maatschappelijk werkers dan voor journalisten".

Drok (1999) daarentegen is, mét alle kritische kanttekeningen, aanzienlijk positiever. Hij signaleert een aantal gebeurtenissen die zijns inziens passen "in een lange reeks" die "onmiskénbaar" wijst in de richting van civiele journalistiek, ook in ons land. Zo organiseerde Brabants Dagblad ten tijde van de varkenspest een debatavond met boeren, bestuurders en andere betrokkenen. De Leeuwarder Courant hield een publiek debat over zinloos geweld. Verslaggevers van NRC Handelsblad voerden honderden gesprekken met bewoners van dorpen en stadsbuurten om uit te vinden aan welke kwesties de politiek volgens hen aandacht moet besteden.

Ook Rennen (2000) spreekt over een "toenemende belangstelling voor civic journalism, ook in Nederland". Die belangstelling "brengt een opwaardering van de publieksbronnen met zich mee. Als gemeenschapsvorming een journalistiek doel wordt en de krant een rol 'van binnenuit' wil spelen, wordt de daarmee gepaard gaande intensivering van transactieprocessen tussen journalisten en publieksbronnen een interessant onderwerp van studie" (p.317).

Klop (1999) noemde de stroming van civic journalism van belang voor de christelijke media in ons land. Christelijke organisaties zouden zich zijns inziens actief en duidelijk op moeten stellen door - door middel van "hun in een levende geloofsgemeenschap gewortelde identiteit" - "bepaalde waarden en normen naar voren (te) brengen die zij in het maatschappelijk leven wensen te realiseren omdat zij die van belang vinden voor iedereen". Zo leveren zij zijns inziens "tegelijk impliciet een andere waardevolle bijdrage aan de samenleving. Hun optreden veronderstelt namelijk dat het zinvol is om je via de civil society met de res publica te bemoeien".

Klop is het volstrekt oneens met de critici die menen dat 'civic journalists' hun onafhankelijkheid, kritische distantie en objectiviteit laten varen, waarden die kenmerkend dienen te zijn voor de journalistieke professie. "De onafhankelijkheid en kritische distantie worden juist gescherpt door het morele ideaal van de democratie, waarin burgers beschouwd worden als verantwoordelijke mede-constituenten van de staatsgemeenschap, welke gemeenschap niet louter bepaald wordt door de wil van de meerderheid, maar door de wens de macht te binden aan een streven naar rechtvaardigheid of publieke gerechtigheid."

Virtual communities

Zijn nieuwe media als internet veel meer "individueel" dan oude massamedia als radio en televisie? Wordt door die nieuwe media, waarvan immers interactiviteit een van de wezenskenmerken heet te zijn, de veronderstelde passiviteit van de huidige consument van radio en televisie doorbroken?

De Franse socioloog Dominique Wolton vroeg zich in een interview (4) af of "onze samenleving werkelijk meer behoefte (heeft) aan een bevestiging van het individualisme. Is het niet eerder zo dat de bestaande, generalistische media die zich op een breed publiek richten, zo'n beetje de laatste instrumenten van sociale cohesie zijn, bindmiddelen in een samenleving die verder wordt gekenmerkt door massaal individualisme?" Hij constateert zonder vreugde, dat familie, religie en vaderland als factoren van sociale cohesie verdwenen zijn en dat de televisie dezelfde kant opgaat, nu algemene programma's steeds meer naar de achtergrond worden gedrongen ten faveure van themazenders en special interest-programma's waarop men zich abonneren kan. De gemeenschappelijkheid verdwijnt in die zin, dat het (na)praten over televisieprogramma's die iedereen gezien heeft, tot het verleden behoort, want die 'gedeelde ervaring' bestaat vrijwel niet meer. Hij spreekt van een gevaarlijke ontwikkeling, wanneer de groeiende mogelijkheid tot individualisering via onder meer internet wordt gezien als vooruitgang.

Naar aanleiding van deze uitspraken van Wolton vroeg de NRC-redactie haar lezers om te reageren op de volgende twee vragen: "Vormen de nieuwe media een gevaar voor onderlinge solidariteit en maken ze mensen nog individueler en egoïstischer? Zijn radio en televisie een bindmiddel?"

Uit de reacties kwam onder meer naar voren, dat men de drang naar sociale cohesie niet bindt aan bepaalde massamedia en dat men dus meent dat cohesie via de nieuwe media wel op een nieuwe manier vorm zal krijgen. Waarom wordt bij radio en televisie de term "bindmiddel" gebruikt en wordt bij nieuwe media eerder aan "ontbinding" gedacht? Ook nieuwe media kunnen sociale cohesie tot stand brengen. Sterker nog, nergens wordt méér gecommuniceerd dan op internet, in nieuwsgroepen, per e-mail, op websites en in chatboxen.

In nieuwsgroepen en chat rooms ontmoeten mensen lotgenoten en gelijkgestemden. Zo ontstaan nieuwe gemeenschappen die niet langer door geografische of cultuurhistorische determinanten worden bepaald, maar door belangstelling en lotsverbondenheid, vaak over landsgrenzen heen. Virtuele gemeenschappen ontstaan op grote en kleine schaal rond een gemeenschappelijk belangstellingscentrum of een collectieve hulpvraag. De mensen die

elkaar treffen op dat "virtuele plein", wisselen ervaringen uit, geven antwoord op vragen en ontwikkelen al doende een eigen cultuur met eigen omgangsvormen, rituelen, taal etc.

Volgens de "nieuwe profeten van de informatierevolutie" staan wij op de drempel van een volstrekt nieuw tijdperk. "Zo zouden de onbeperkte mogelijkheden van informatietechnologie er toe leiden dat mensen zich als echte wereldburgers gaan gedragen. De fysieke begrenzings van tijd en ruimte zullen verdwijnen. Nieuwe vormen van sociale interactie zullen ontstaan. Er zullen virtuele vormen van sociaal contact ontstaan die desondanks zeer hecht zijn, ja zelfs virtuele romances behoren tot de mogelijkheden. Er zullen nieuwe gedragsregels en vormen van etiquette ontstaan die de virtuele gemeenschap op harmonieuze wijze bij elkaar houden." (Frissen, 1998, p.612)

Stanford-professor Norman Nie daarentegen wijst erop dat, ondanks alle spectaculaire verhalen over internethuwelijken en digitale vriendschappen, het meeste verkeer plaatsheeft tussen anonymi. Een chat- of nieuwsgroep is geen 'echte gemeenschap' omdat loyaliteit niet kan worden afgedwongen. Eén klik op de muis en de eens zo solidaire gespreksdeelnemer is verdwenen.

Amitai Etzioni deelt die visie niet. Hij meent dat beide vormen van gemeenschapsleven, de virtuele en de real life, hun eigen voor- en nadelen hebben. "De huidige, primitieve virtuele communities zijn in menig opzicht sterker dan the real thing. Als je eenzaam of depressief bent, kun je op elk moment online gaan, kijken wie van je vrienden ook op het net zit en een bezoek brengen. Probeer dat maar eens in je buurtcafé, zondagochtend om zeven uur." (5) De socioloog Manuel Castells noemde in een interview (6) de virtuele cultuur bedrieglijk: "je weet nooit met wie je praat. Het is een cultuur zonder samenleving, zonder ervaring, zonder geschiedenis. Het is een verzinzel."

Hoe het ook zij, er ontstaan gemeenschappen op het internet of in andere digitale omgevingen die niet langer voldoen aan de karakteristieken van de traditionele gemeenschappen; ze zijn aan geen territorium gebonden noch aan een bepaalde thematiek of aan een fysieke organisatie. Ze bestaan alleen in cyberspace, in een virtuele realiteit ('virtual reality').

Een van de beloften van het internet is het creëren van een nieuw publiek domein en van nieuwe gemeenschappen, die gekenmerkt worden door de toevoeging "virtueel", d.w.z. niet gebonden aan specifieke plaats of tijd. Doorgaans staat virtueel tegenover reëel.

Howard Rheingold, geciteerd bij van Dijk (1997, p.40), omschrijft "virtual community" als "a group of people who may or may not meet one another face-to-face, and who exchange words and ideas through the mediation of computer bulletin boards and networks. In cyberspace, we chat and argue, engage in intellectual discourse, perform acts of commerce, exchange knowledge, share emotional support, make plans, brainstorm, gossip, feud, fall in love, find friends and lose them, play games and make games, flirt, create a little high art and a lot of idle talk. We do everything people do when people get together, but we do it with words on computer screens, leaving our bodies behind. Millions of us have already built communities where our identities commingle and interact electronically, independent of local time or location. The way a few of us live now might be the way a large population will live, decades hence."

Kunnen deze nieuwe virtuele gemeenschappen compensatie bieden voor het verlies van gemeenschapsrelaties in de moderne samenleving? Zal het virtuele publieke domein ingaan tegen de tendens van sociale en culturele "tribalization" en individualisering in deze tijd van fragmentarisering? Zal daardoor geheel of gedeeltelijk een communicatie-infrastructuur voor de samenleving van de toekomst worden gecreëerd? Zal daardoor het publieke debat over de richting en de inrichting van de samenleving als geheel blijven bestaan? Of zal exact het

tegenovergestelde gebeuren en zal de segmentarisering van de samenleving door de communicatieve mogelijkheden van de nieuwe interactieve media worden versterkt?

Wie kan lid zijn van een bepaalde virtual community? Van Dijk (1997) noemt virtuele gemeenschappen "loose affiliations" omdat het aan- en afmelden (subscribe en unsubscribe) zo makkelijk en in veel gevallen ook anoniem en zonder verdere motivering gaat, dat eerder van los zand dan van een hechte gemeenschap sprake is. Daar staat tegenover dat het leggen van contacten zo veel soepeler gaat, dat deze nieuwe praktijken niet louter negatief gewaardeerd moeten worden.

Bovendien is er zo de mogelijkheid om gelijktijdig lid te zijn van een groot aantal virtual communities. In "real life" zijn de meeste mensen slechts lid van enkele gemeenschappen (buurtschap, familie, werkomgeving, school of verenigingsleven). Dat betekent waarschijnlijk ook, dat het gevoel echt ergens bij te horen veel meer diffuus is in de virtuele omgeving.

Welke zijn de gemeenschappelijke activiteiten van die virtual communities? Ze zijn samen te vatten in de volgende trefwoorden: uitwisseling van informatie, discussie, werk, scholing en het doen van spelletjes. In feite is de gebruiker van het internet een "lone rider", rondsurfend op het net en doorklikkend van de ene naar de andere site.

Een andere bekende illusie met betrekking tot het gebruiken van het netwerk is de interactiviteit. Er is in de praktijk toch meer sprake van betrekkelijk passieve bezigheden als het lezen van pagina's en het volgen van nieuws of discussies dan van het schrijven van pagina's of het actief deelnemen aan discussies.

Uit onderzoek blijkt dat het meest populaire gebruik van het net het gewoon rondsurfen is.

Daarna komt het gericht bezoeken van sites waar men informatie kan vinden over werk, research en scholing. Sites waar men zijn opinie moet geven of waar men gegevens of specifieke voorkeuren moet melden, bijvoorbeeld voor discussies of voor elektronisch winkelen, zijn veel minder populair.

Een belangrijk kenmerk van de huidige virtual communities is de exclusiviteit van hun lidmaatschap en van de participatie van hun leden. De overgrote meerderheid wordt gevormd door hoger opgeleide mannen met een gemiddelde leeftijd van ruim dertig jaar. Zij bevinden zich in de hogere inkomensgroepen en, geografisch, in de Verenigde Staten en Europa. Na de eerste pioniersjaren van het internet begint het aandeel van vrouwen aanzienlijk toe te nemen, maar het netwerk blijft en wordt wellicht in toenemende mate "een privilege van de rijken in geld en scholing" (7).

Het meest kenmerkende van virtual communities is dat ze worden opgezet zonder binding met specifieke tijden of plaatsen. Dat betekent niet dat de dimensies van tijd en plaats er niet meer toe doen en al helemaal niet dat er volstrekt geen bindingen meer bestaan. De mogelijkheid om op zelfgekozen tijdstippen en plaatsen te communiceren, betekent niet dat de context van plaats en tijd, of meer in het algemeen de materiële en sociale werkelijkheid opzij kan worden gezet. Om te beginnen zijn virtual communities net zo kwetsbaar als de technologie waarop ze berusten. Wanneer het netwerk "plat ligt", houdt ook alle virtualiteit op te bestaan. Bovendien is de fysieke en mentale constitutie van de mens tamelijk onveranderbaar en plaatsgebonden. Bovendien is de sociale organisatie van virtual communities gebouwd naar analogie van de "real life" samenleving en zijn sociale structuren en regels van de online communicatie, de "netiquette" bijvoorbeeld als geheel van gedragsregels voor het Net, ontleend aan de face-to-face communicatie. "Netspeak" zit vol metaforen en analogieën uit de "gewone werkelijkheid", voorafgegaan door het bijvoeglijk naamwoord digitaal.

De eerste virtuele gemeenschappen waren te vinden op de zogeheten 'community-sites'. Bezoekers werd daar de gelegenheid geboden een gemeenschap van geestverwanten te

vormen. Liefhebbers van bepaalde muziek, van bepaalde culinaire geneugten of andere takken van sport kunnen met elkaar converseren, elkaars homepages bewonderen of anderszins van elkaars virtuele nabijheid profiteren. Overigens wordt er meestal niet bij gezegd dat de bezoekers van deze sites met namen als Geocities, Tripod of Talk City advertentiedoelwit worden van organisaties met commerciële belangen.

In de beginperiode van het internet was er onder de gebruikers een wijd verspreid geloof dat er spontane gemeenschappen van gelijkgestemden en lotgenoten zouden ontstaan. Vervolgens werden de mogelijkheden van het net ontdekt door het bedrijfsleven. Bezoekers van sites konden direct doorklikken naar de homepages van de bedrijven zelf. Gevolg was dat de internetters die liever gezellig met elkaar zaten te chatten dan door digitale reclamefolders te bladeren, hun eigen ontmoetingsplaatsen creëerden buiten de commerciële sites om. Dus bood het bedrijfsleven ook op de eigen sites mogelijkheden om te chatten. Mensen kunnen daar hun eigen webpagina's bouwen en anderen ontmoeten die dezelfde hobby's hebben. Deze ontwikkeling is commercieel dubbel interessant: niet alleen blijven mensen de commerciële sites bezoeken, door over hun hobby's met anderen te communiceren zijn ze tevens meteen in rubrieken ingedeeld die als doelgroep voor adverteerders kunnen dienen.

Inmiddels fungeert het internet ook als vraagbaak voor medische kwesties en als ontmoetingsplaats voor hulpzoekenden op alle denkbare terreinen. Zo is er in ons land bijvoorbeeld het Myocafé. Dit is geen gewoon café, maar een virtuele ontmoetingsplaats op het internet, bestemd voor mensen met een spierziekte. De site is opgezet door de patiëntenvereniging Vereniging Spierziekten Nederland. De bezoeker kan er ruim honderd gespreksgroepen vinden, over sporten die met een nierziekte te beoefenen zijn, over de mogelijkheden voor mensen-in-een-rolstoel om een concert te bezoeken etc. etc. Per maand bezoeken zo'n tweeduizend mensen, die veelal zelf door hun ziekte aan huis gebonden zijn, de internetsite. Ook de Reumapatiëntenbond en de HIV Vereniging Nederland hebben zo'n site. Het internet als medische vraagbaak ('e-health') is een ontwikkeling met haken en ogen. Waar patiëntenorganisaties en artsen unaniem voor waarschuwen is de promotie en verkoop van geneesmiddelen via het internet. Achter algemene sites zitten vaak commerciële bedrijven. Verder worden valse beloften gedaan en wordt soms ronduit onjuiste informatie verspreid. (8).

Daarom bepleit de Raad voor de Volksgezondheid en Zorg dat de overheid haar verantwoordelijkheid neemt en de burger door het woud van al dan niet betrouwbare gezondheidsinformatie gidst. Wereldwijd gaat het inmiddels al om meer dan honderdduizend medische sites, een aantal dat niet meer te controleren is. (9)

Naast dit soort sites bevat het internet ook een zeer omvangrijk 'zelfhulpnetwerk', waar mensen praten over hun problemen, over depressie, incest en suïcidale gedachten. Voor ieder psychisch probleem zijn talrijke sites, nieuws- of chatgroepen te vinden, meldt de Volkskrant (10). Daar wordt intimiteit gecombineerd met anonimiteit en fysieke distantie.

Nieuwsgroepen over psychische problemen moeten niet beschouwd worden als een virtuele vlucht uit de werkelijkheid, want voor de deelnemers zelf hebben de gesprekken een directe relatie met hun alledaagse werkelijkheid.

Voorstanders prijzen het zelfhulpkarakter van de sites en de nieuwsgroepen, omdat mensen in nood de kans hebben elkaar te steunen "zonder tussenkomst van hulpverleners met hun professionele distantie en ellenlange wachtlijsten". Alleen al het feit dat mensen ontdekken, dat anderen dezelfde klachten en gedachten hebben, kan een enorme opluchting betekenen. Tegenstanders, vaak de hulpverleners zelf, waarschuwen voor deze vorm van therapeutisch amateurisme. Een verkeerd of misplaatst advies kan een averechts effect hebben en tot een gevaarlijke situatie leiden. Dat geldt in het bijzonder bij suïcidale personen.

De enige serieuze therapie op internet, aldus de Volkskrant (11) is "Interapy", een behandeling voor posttraumatische stress-stoornis. Patiënten beleven hun trauma opnieuw door het gedetailleerd op te schrijven.

De surfer op het internet kan ook desgewenst pastorale begeleiding krijgen. Kerken hebben op alle niveaus hun eigen sites, van het Vaticaan via de kerkprovincie naar de bisdommen, dekenaten, parochies en kloostergemeenschappen. Een goed overzicht is te vinden op www.dsdelft.nl/~rkdelft/rk/. Doorgaans gaan deze sites niet verder dan het bieden van informatie. In sommige gevallen kan per e-mail een gesprek met een pastor gearrangeerd worden of kan men er chatten met lotgenoten, bijvoorbeeld in rouwverwerkingsgroepen. Incidenteel kunnen betrokkenen van gedachten wisselen in het kader van doopgesprekken of huwelijksvoorbereiding.

Zo ook is bijvoorbeeld de KRO bezig met het opzetten van "een roomse Internet-community" waar de bisschoppen een eigen hoekje krijgen en waar gewone gelovigen kunnen discussiëren over netelige kwesties als abortus en celibaat, aldus de Volkskrant (12).

En elders (13) op het net kan men zelfs een virtuele klaagmuur bezoeken om er zijn smeekbede of dankbetuiging op een briefje te schrijven en in een opening van de muur te stoppen.

Inmiddels vormen ook de lezers van eenzelfde krant een virtuele gemeenschap. Froukje Santing, chef van de internetredactie van NRC-Handelsblad, zei hierover in het vakblad De Journalist: "De lezers vormen een virtuele gemeenschap. Ze communiceren met de krant, maar ook onderling. Wij zijn de krant van de polemiek en internet biedt daarvoor nieuwe mogelijkheden. Lezers kunnen zelf hun bijdrage op het net zetten, zonder dat de redactie dat redigeert. Die publikatie is onmiddellijk en wereldwijd beschikbaar. Alleen als wij vinden dat een artikel over de schreef gaat, bijvoorbeeld omdat het racistisch is, verwijderen wij het, maar dat is dan achteraf. Wij zijn verantwoordelijk voor de discussie-omgeving." (14)

Lezers die in het buitenland wonen, geven soms spontaan hun ervaringen aan de krant door en fungeren daarmee als buitenlands correspondent op amateurbasis. Ook geven in het buitenland wonende Nederlanders - allen abonnee op de weekeditie van NRC-Handelsblad en nu dagelijks lezer van de online editie van deze krant - elkaar tips over huizen en scholen in andere landen.

De terloops gemaakte opmerking dat het netwerk vooralsnog een privilege van de rijken in geld en scholing is, zeker wanneer we naar ontwikkelingen op mondiaal niveau kijken, verwijst naar een sociaal-ethisch vraagstuk van de eerste orde, de access. Wie heeft toegang en tot wie of wat? In beginsel heeft iedereen via internet toegang tot alle voor het publiek relevante informatie. In beginsel, want ook in onze maatschappij van welvaart en overvloed kunnen grote groepen mensen zich geen computer en internetfaciliteiten veroorloven. En wereldwijd hebben miljoenen mensen wel iets anders aan hun hoofd dan de aanschaf van hardware en software.

Wie bepaalt welke informatie op welk moment beschikbaar is voor het publiek? En wat te doen wanneer in de nabije toekomst de overgrote meerderheid van de bevolking online is en wanneer de gehele structuur van onze samenleving daarop gebaseerd is? Wat gebeurt er dan met die minderheid die de technologische ontwikkelingen niet kon of wilde bijbenen? Dit vraagstuk van wat wel de digitale tweedeling wordt genoemd staat inmiddels al vrij hoog op de politieke agenda.

Het digitale levensgeluk?

Het internet maakt wereldwijd contact mogelijk tussen mensen en schept de voorwaarden voor het creëren van virtuele gemeenschappen. Maar worden mensen daardoor gelukkiger en leiden zij een rijker en zinvoller bestaan in die nieuwe virtual communities? In augustus 1998 maakten onderzoekers van de Carnegie Mellon University in Pittsburgh (15) bekend, dat zij uit onderzoek hebben vastgesteld, dat internet-gebruik leidt tot toename van gevoelens van depressiviteit en eenzaamheid. Volgens de onderzoekers blijkt uit hun bevindingen "dat elektronisch contact op grote afstand niet het gevoel van veiligheid en welbevinden kan bewerkstelligen dat inherent is aan rechtstreeks persoonlijk contact". Dit onderzoek "betekent een onaangename verrassing voor degenen die het interactieve internet sociaal superieur achten aan passieve media als televisie en video".

Uit een onderzoek van marktonderzoeksbureau Multiscope echter blijkt, dat internetgebruik, anders dan sceptici denken, niet leidt tot sociale isolatie. De ondervraagden zeiden, dat ze eerder meer dan minder tijd besteden aan het bezoeken van familie en vrienden. Wel hebben ze door het internetten minder tijd voor andere vormen van vrijetijdsbesteding. Zo'n 14 procent zegt minder boeken te lezen, 9 % kijkt minder televisie en 5% besteedt minder tijd aan het lezen van de krant. Het luisteren naar muziek daarentegen groeide wél, omdat dat gemakkelijk te combineren is met het internetten. (16)

Onderzoekers van Stanford University daarentegen kwamen na een enquête onder ruim vierduizend mensen tot de conclusie, dat internetgebruikers wel degelijk eenzame wezens zijn die zich steeds meer afwenden van het sociale leven. Ze werken langer en nemen veel sneller werk mee naar huis. Toch besteden ze achter hun computer ook veel tijd aan zaken die niets met hun werk te maken hebben, zoals mailen met kennissen of informatie opzoeken over uiteenlopende zaken. Het onderscheid tussen werk en vrije tijd valt volgens de onderzoekers steeds meer weg.

Onderzoeker Norman Nie in de Volkskrant (17): "Internet zou weleens de technologie kunnen zijn die mensen op ultieme wijze isoleert, die onze deelname aan de gemeenschap nog verder reduceert dan televisie ooit deed. Internet is niet als tv, die je als achtergrondlawaai kunt behandelen. Het vergt meer aandacht en betrokkenheid."

Collega-onderzoeker Erbring van de Freie Universität in Berlijn wijst erop, dat de situatie nu weliswaar niet direct alarmerend genoemd kan worden, maar dat het aantal 'heavy users' in de komende jaren gestaag zal toenemen en dat we als maatschappij die trend nauwlettend in de gaten moeten houden.

Het Stanford-onderzoek kreeg veel kritiek, onder meer van Katz, die zelf onderzoek deed naar het sociale leven van de surfer. Hij kwam daarin tot de conclusie "dat meer dan een miljoen nieuwe vriendschappen on line zijn begonnen en de overstap naar de echte wereld hebben gemaakt" (18).

John Locke van Cambridge University vindt internet bedreigend voor de cohesie in de samenleving, althans wanneer het net niet alleen gebruikt wordt voor het uitwisselen van zakelijke informatie, maar ook voor sociale contacten. Internet, e-mail, voicemail en andere communicatiemiddelen creëren een samenleving waarin mensen totaal vreemden voor elkaar zijn. Wanneer mensen voor hun communicatie alleen zouden vertrouwen op elektronische hulpmiddelen, wordt de wereld een stuk minder plezierig. Hij gaat zelfs zo ver om fax en e-mail een potentiële tijdbom onder de samenleving te noemen. Zelf heeft hij meer kennissen dan vroeger, "maar die wonen vaak een e-mail van ons vandaan". (19)

Noten

1. <http://www.Sunday-times.co.uk/news/pages/tim/2000/03/13/x-timfgneur01003.html>
2. Trouw, 13-12-1999
3. De Volkskrant, 15-12-1999
4. NRC Webpagina, 15-5-1998
5. De Volkskrant, 10-3-2000
6. NRC Handelsblad, 8-11-1997
7. De uitdrukking is van Fred Keesen
8. Brabants Dagblad, 9-2-2000
9. Trouw, 21-3-2000
10. De Volkskrant, 10-3-2000
11. De Volkskrant, 4-2-2000
12. De Volkskrant, 28-1-2000
13. <http://www.jesus-fanclub.org/nl/klaagmuur/index.htm>
14. De Journalist, 10-3-2000
15. NRC Webpagina's, 31-8-1998
16. Trouw, 20-1-2000
17. De Volkskrant, 10-3-2000
18. <http://www.zdnet.nl/zd.asp?ch=NI&artid=4922>
19. De Volkskrant, 16-3-2000

Literatuur

- Buckner, J. (1966). *Public journalism: good or bad news*. Internet: http://www.pewcenter.org/doingcj/speeches/a_public.html
- Denton, F. & Thorson, E. *Civic journalism: does it work?* Internet: http://www.pewcenter.org/doingcj/research/r_doesit.html
- Drok, N. (1999). Civiele journalistiek: vaste waarden, nieuwe wegen? *Christen Democratische Verkenningen*, 1999 (3), 30-39
- Dijk, J. van (1997). The reality of virtual communities. *Trends in Communication*, 1997/1, 38-64
- Evers, H. (1987). *Journalistiek en ethiek. Een onderzoek naar regelgeving in de uitspraken van de Raad voor de Journalistiek 1960-1985*. Delft: Eburon
- Friedland, L., Rosen, J. & Austin, L. *Civic Journalism: a new approach to citizenship*. Internet: http://www.journalism.wisc.edu/cpn/sections/topics/journalism/civ.../civic_journalism.htm
- Frissen, V. (1998). Aangesloten of uitgesloten? Over de dubbelzinnige betekenis van de elektronische snelweg. *Tijdschrift voor Geestelijk Leven* 54 (1998) 6, 609-616.
- Gunaratne, S. (1996). *Old wine in a new bottle: public journalism movement in the United States and the erstwhile NWICO debate*. Internet: <http://www.moorhead.msus.edu/~gunarat/iamcr.html>
- Hoyt, M. (1995). *Are you now, or will you ever be, a civic journalist?* Columbia Journalism Review, September/October 1995. Internet: <http://www.cjr.org/year/95/5/civic.asp>
- Klop, K. (1999). Hoe toegankelijk is de publieke ruimte voor religieuze organisaties?, nog niet gepubliceerde toespraak, gehouden op 20 november 1999 te Nijmegen tijdens het symposium "Het Informatieparadijs" van het Katholiek Instituut voor Massamedia.
- Koole, W. (1986). *Ons dagelijks beeld. Over geloof en televisie*. Baarn: Ten Have
- Lünenborg, M. (2000). Praktizierte Bürgernähe. *Journalist* 1/2000, 70-71
- Meyer, Ph. (1995). *Public journalism and the problem of objectivity*. Internet: <http://www.unc.edu/~pmeyer/ire95pj.htm>

Rennen, T. (2000). *Journalistiek als kwestie van bronnen*. Delft: Eburon.
Rosen, J. (1999). *Public Journalism*. Internet:
http://www.nyu.edu/gsas/dept/journal/Faculty/bios/rosen/public_journalism.htm
Schaffer, J. (1997). *Civic journalism: the idea, the evolution, the impact*. Internet:
http://www.pewcenter.org/doingcj/speeches/s_wisemen.html
Schaffer, J. (1998). *Civic journalism: redefining news, engaging readers, making a difference*.
Internet: http://www.pewcenter.org/doingcj/speeches/s_kobe.htm
Snijders, M. (1996). *Publieksjournalistiek: een stap te ver*. Amsterdam: Cramwinckel.
Steele, R. (1995). *The ethics of civic journalism: independence as the guide*. Internet:
http://www.poynter.org/research/me/me_civic.htm

Dr Huub Evers (1947) is hogeschooldocent media-ethiek aan Fontys Hogeschool Journalistiek te Tilburg. Hij promoveerde op een proefschrift over de Raad voor de Journalistiek. Hij publiceert geregeld over actualiteiten en ontwikkelingen op het terrein van de media-ethiek.
E-mailadres: H.Evers@fontys.nl