

# Blogging politics

## *Weblogs als oplossing voor de crisis van de politiek*

Jeroen Steeman, 0014001  
jeroen@minitrue.nl – <http://www.minitrue.nl>

1 juli 2004

Nota voor Media & Democratie  
Nieuwe media en digitale cultuur, Communicatie- en informatiewetenschappen  
Faculteit der Letteren, Universiteit Utrecht

## Inhoud

Inhoud .....	2
Inleiding - Crisis in de democratie .....	3
Onderzoek naar media en politiek.....	3
Indeling.....	3
Hoofdstuk 1 - De macht van public relations .....	4
Het ontstaan van public relations.....	4
Negatieve berichtgeving.....	4
Injectienaald vs. Limited Effects .....	5
Packaging politics.....	5
Hoofdstuk 2 - Politiek met sportverslaggeving .....	6
Concurreren met entertainment .....	6
Verdwijnt het debat?.....	6
Hoofdstuk 3 - Weblogs als nieuw medium.....	8
Het ontstaan van weblogs .....	8
Wat is een weblog?.....	8
Politieke weblogs.....	9
Hoofdstuk 4 - Weblogs veroorzaken debat.....	10
Gedeelde macht .....	10
Niveaus .....	10
Debat .....	10
Ontwikkelingen .....	10
Literatuur.....	11
Weblogs.....	12
Politieke weblogs.....	12
Overige weblogs .....	12

## Inleiding - Crisis in de democratie

De politiek verkeert in een crisis. Het vertrouwen van Europese en Amerikaanse burgers in de politieke macht is gedaald tot een dieptepunt. Bij de verkiezingen van het Europees Parlement in juni 2004 heeft slechts 45,5% van de stemgerechtigden zijn stem uitgebracht, het laagste opkomstpercentage ooit bij Europese verkiezingen. (Europees Parlement, 2004) Ook de opkomst van Pim Fortuyn en zijn LPF in 2002 zijn een direct gevolg van het – al dan niet aangewakkerde – wantrouwen van het volk voor de paarse coalitie.

Vaak wordt er door wetenschappers met een beschuldigende vinger gewezen naar de gevestigde media en haar relatie met de politiek. Het is natuurlijk logisch dat deze relatie gelegd wordt, de politiek speelt zich immers constant af binnen de ruimte van de traditionele media. Zonder media-aandacht heeft het voor een politicus geen zin om actie te voeren. (Castells, 2003) Politici proberen op een dusdanige manier in het nieuws te komen dat het nieuws voor hen positief uitpakt. Deze vorm van public relations wordt ook wel *spin* genoemd. De media reageren daar vervolgens weer op.

### Onderzoek naar media en politiek

Deze nota zal de politiek en de rol van media daarin nader bekijken. Centraal hierin staat de vraag of de media en public relations een bijdrage leveren aan de crisis in de politiek.

In deze nota zal ik de verschillende visies over het antwoord tegenover elkaar zetten. Het doel van deze uitwerking van de verschillende visies is om tot een oordeel te komen over de nieuwe media in het algemeen en in het bijzonder over weblogs.

Weblogs spelen in de Amerikaanse politiek een steeds belangrijkere rol, zeker met de verkiezingen voor de deur. Nederlandse politici beschreven in 2002 hun eigen werkzaamheden tijdens de campagnes. Hoewel we het hier nog niet over 'echte' weblogs hebben, toch een flinke stap in de richting. De Amerikaanse presidentskandidaten voor de verkiezingen in november 2004 hebben naast hun gewone internetpagina's ook weblogs geopend.

De onderzoeksvraag die ik zal behandelen in deze nota luidt: *Kunnen weblogs als nieuw medium een bijdrage leveren aan het oplossen van de politieke vertrouwenscrisis?* Deze onderzoeksvraag valt uiteen in twee deelvragen:

1. Zijn de traditionele media of de public relations de oorzaak van de crisis in de politiek? Zo ja, op welke manier?
2. Kunnen weblogs in staat zijn om de huidige politieke crisis tegen te gaan?

### Indeling

In navolging van de twee deelvragen zal de nota uit twee delen bestaan. Het eerste deel behandelt de discussie over de rol van de traditionele media in het politieke proces. Aan de hand van Jürgen Habermas en Manuel Castells zal ik proberen om een oorzaak voor de crisis van de politiek aan te wijzen. Habermas legt de oorzaak neer bij het ontstaan van de public relations, Castells zegt dat de structuur van de media debet is aan de crisis.

Het tweede deel zal proberen om de opvattingen uit het eerste deel te koppelen aan het gebruik van weblogs. Om hiertoe te komen zal ik eerst een korte beschrijving geven van weblogs met enkele actuele voorbeelden. Daarna zal ik bespreken wat de rol van weblogs kan zijn in de politieke wereld en wat de mogelijkheden zijn om het publiek meer bij de politiek te betrekken. Uiteindelijk zal ik enkele uitspraken kunnen doen over weblogs en hun mogelijkheden om het vertrouwen in de politiek te herstellen.

# Hoofdstuk 1 - De macht van public relations

## Het ontstaan van public relations

Kranten zijn in de zestiende eeuw de eerste vorm van nieuwsmedia. Doordat het nieuws uit private brieven wordt gecombineerd, kan een drukker als kleine ondernemer een overzicht maken van het nieuws in zijn regio. Hierbij streeft hij vooral naar het maximaliseren van zijn winst door het verkopen van nieuws.

Maar al snel blijkt dat kranten ten tijde van de revoluties in Europa uitstekende middelen zijn om politieke meningen uit te dragen. Kranten veranderen van politiek neutraal in politiek gekleurde uitingen. In het jaar van de Franse Revolutie had iedere politieke stroming in Parijs zijn eigen krant.

De voortschrijdende techniek haalt echter de politiek in. De prijs van een oplage daalt dramatisch en er komt veel ruimte in de krant voor advertenties. Volgens Jürgen Habermas in *The Structural Transformation of the Public Sphere* (1962) is dit het begin van het einde van het kritische debat in de samenleving. De schaalvergroting zorgt ervoor dat er landelijk nog maar enkele grote krantenconcerns overblijven, steeds meer gericht op winst en steeds minder op politieke ideologie. Hierdoor worden de advertenties in een krant om deze winst te maken nog belangrijker.

Habermas ziet dit als het moment waarop private belangen (die van de uitgevers) binnendringen in de publieke sfeer waarin – al dan niet via de kranten – wordt gediscussieerd over politiek. Het publiek verandert volgens hem van participerende burger in een passieve consument.

Deze manier van denken zet zich voort in de politiek. Deze distantieert zich van het gewone volk en zij probeert met *public relations* via de media het volk achter haar besluiten te krijgen. Door middel van public relations manipuleert de politiek op een dergelijke manier het nieuws dat de politiek zelf in het beste daglicht komt te staan.

Habermas zegt dat hierdoor het publiek niet langer bestaat uit vrije kritische burgers die zelf in staat zijn hun mening te vormen. Ze worden beïnvloed door de public relations en vormen zichzelf geen mening in een rationeel-kritisch debat over het algemeen belang. Dit komt doordat de public relations impliceren dat zij weten wat het beste is voor het volk.

It bestows on its object the authority of an object of public interest about which – this is the illusion to be created – the public of critically reflecting private people freely forms its opinion. “Engineering of a consent” is the central task, for only in the climate of such a consensus does “promotion to the ‘public,’ suggesting or urging acceptance or rejection of a person, product, organization or idea,” succeed. (Habermas, 1962)

De politieke partijen spelen hierop in en proberen ieder een zo groot mogelijke aanhang achter zich te krijgen. Hierbij spelen private belangen een veel grotere rol dan publieke belangen (of het algemeen belang). Het gevolg is dat het kritisch-rationele debat nog verder afneemt en uiteindelijk verdwijnt. (Habermas, 1962)

Een uitstekend hedendaags voorbeeld hiervan is de manier waarop de partij van Silvio Berlusconi, Forza Italia in Italië werkt. De partij is opgezet als een bedrijf waarbij de marketingafdeling zich bezighoudt met de public relations.

## Negatieve berichtgeving

Robert Entman noemt het gebruikmaken van public relations zelfs volksmisleiding. De politiek wordt hierdoor verleid door de media. Een politicus moet wel meegaan in het mediacarrousel van de public relations en het nieuwsmanagement. Als hij het niet doet, dan doen zijn concurrentpolitici het wel. Zo ontstaat er een neergaande spiraal van negatieve berichtgeving. Voorbeelden hiervan kunnen we zien in de Amerikaanse politiek in de jaren

zeventig en tachtig. Zo veroordeelden de Republikeinen in 1984 de Democratische kandidaat Walter Mondale vanwege zijn (realistische) plannen om de belasting te verhogen. Hierbij hadden de Republikeinen geen 'tegenplan' om het begrotingstekort tegen te gaan. (Entman, 1989) Het ligt voor de hand dat hierdoor het vertrouwen in de politiek onder de burgers niet toeneemt.

Waar Habermas de rol van de journalistiek volledig links laat liggen, geeft Entman een verklaring voor het feit dat de journalisten meegaan in het carrousel van slecht nieuws. De journalist zit opgescheept met een dilemma. Aan de ene kant wil hij zo objectief en helder de politieke gebeurtenissen beschrijven, maar aan de ander kant is hij afhankelijk van de politici voor de aanvoer van zijn nieuws. Zonder politieke verklaringen is er geen politiek nieuws.

### **Injectienaald vs. Limited Effects**

De instellingen van Habermas en Entman om de media een enorme invloed te geven zijn in mijn optiek overdreven. Onderzoek van Katz en Lazarsfeld in de jaren veertig en vijftig toonde aan dat de media niet werkten als een injectienaald waarbij de ideeën direct werden 'geïnjecteerd' bij het publiek. Bij hun onderzoek naar de rol van de media tijdens verkiezingen in de jaren veertig ontdekten ze (tot hun eigen verbazing) dat slechts ongeveer vijf procent van de personen van stemgedrag wisselde door de media. Het onderzoek toonde aan dat personen vaker van gedachten veranderden door persoonlijke gesprekken met bijvoorbeeld vrienden en collega's dan door berichten uit de media. (Underwood, 2003)

Het onderzoek dat in navolging van Katz en Lazarsfeld werd uitgevoerd constateerde dezelfde feiten. Het is nu niet zo dat de media geen effect of invloed hebben op hun publiek, er is echter geen rechtstreekse een-op-een-relatie zoals de injectienaaldtheorie doet geloven. De media hebben een gelimiteerd effect op haar publiek.

**Media were shown to operate within a pre-existing structure of social relationships and a particular social and cultural context. These factors took primacy in shaping the opinions, attitudes and behaviour under study and also in shaping media choice, attention and response on the part of audiences. It was also clear that information acquisition could occur without related attitude change, and attitude change without changes in behaviour. (McQuail, 2000)**

### **Packaging politics**

Street weigert om public relations of zoals hij het zelf noemt *packaging politics*, van begin af aan te zien als schadelijk voor de democratie. Hij stelt dat packaging politics een andere manier van presenteren is die meer aansluit bij de veranderende maatschappij. Street toont aan dat inhoud en verpakking niet persé elkaars tegenpolen zijn.

Politiek wordt bedreven op een manier die afhankelijk is van de populaire cultuur. Zo is het logisch dat er in navolging van de populaire cultuur in de politiek meer gedacht wordt aan informatie in hapklare brokken zoals bijvoorbeeld soundbytes. Een vergelijkbaar voorbeeld is het beroemde debat tussen de presidentskandidaten Nixon en Kennedy. John F. Kennedy kon zich beter aanpassen aan het nieuwe medium televisie en hij was daardoor een stap voor op Nixon. (Street, 2001)

Street pleit voor meer onderzoek naar de invloed van de nieuwe vormen van het verpakken van politiek, zonder vooraf te stellen dat dit slechte gevolgen zal hebben voor de democratie. We moeten ons niet laten leiden door een angst voor nieuwe ontwikkelingen in de media en de gevolgen daarvoor voor de politiek te dramatiseren.

Street biedt hierbij echter geen oplossing voor het afnemende vertrouwen van het publiek in de politiek. Ondanks het toepassen van nieuwe politieke vormen die aansluiten bij de populaire cultuur kunnen steeds minder mensen zich vinden in de politieke besluitvorming. Zijn analyse van de manieren waarop politici hun boodschap verpakken gaat niet nader in op deze crisis van de democratie.

## Hoofdstuk 2 - Politiek met sportverslaggeving

In tegenstelling tot Habermas en in mindere mate tot Entman gaat Castells er van uit dat de macht verschoven is van de politiek naar de traditionele media. Zoals ik al in de inleiding heb geschreven is de politiek volkomen afhankelijk geworden van deze traditionele media. Dat komt doordat alle politieke gebeurtenissen alleen gezien worden door het volk als er mediapolitieke gebeurtenissen van gemaakt worden. Dit gebeurt niet alleen ten tijde van verkiezingen, maar ook bij besluitvorming en bestuur.

De traditionele media hebben uiteindelijk zeggenschap over welk nieuws er door hen wordt uitgegeven of uitgezonden en op welke manier dat gebeurt. Castells noemt dat principe *framing*, in een Nederlandse aanpassing *framen*. Elke politieke gebeurtenis wordt door de media 'in een lijstje gezet' en tentoongesteld aan het publiek.

### Concurreren met entertainment

De grote mediabedrijven in de wereld zijn voor hun inkomsten afhankelijk van advertenties. Deze advertenties komen alleen binnen als het medium voldoende kijkers of lezers trekt. De publieke omroepen zijn steeds meer gaan lijken op commerciële omroepen om niet kopje onder te gaan. Dit betekent dat de kijkcijfers een magische status krijgen binnen de media, er moet alles aan gedaan worden om zo veel mogelijk kijkers (of lezers) binnen te halen. Uiteindelijk moet ook de politieke verslaggeving geloven aan het kijkcijfermonster. Politiek moet kunnen concurreren met films, soaps en sportwedstrijden.

Since news is increasingly framed to parallel (and compete with) entertainment shows, or sports events, so it is logic. It requires drama, suspense, conflict, rivalries, greed, deception, winners and losers, and, if possible, sex and violence. Following the pace, and language, of sports casting, "horse race politics" is reported as an endless game of ambitions, maneuvers, strategies, and counter-strategies (...). (Castells, 2003)

De media heeft de macht gekregen om de manier waarop de politiek geuit wordt, aan te passen. Vervolgens tuint de politiek met open ogen in het gat dat door de media is gegraven; ze gaan hun werkwijze aanpassen aan die van de media. Hierdoor wordt de integriteit van de politiek ondermijnd en ontstaat er een politiek van schandalen. Door de constante media-aandacht voor politieke akkefietjes worden de politici gedwongen om hun onenigheid uit te vechten in de arena van de media.

Een recent voorbeeld hiervan zijn de uitspraken van oud-VVD-leider Hans Dijkstal over het asielbeleid van VVD-minister Rita Verdonk. Het ging om een onenigheid die in principe binnen de partij besproken had moeten worden, maar deze werd door de media opgeblazen tot enorme proporties die de VVD waarschijnlijk stemmen heeft gekost bij de Europese verkiezingen in juni 2004.

De *horserace* maakt de politici ook op een andere manier afhankelijk van de media. De politici gaan het politieke proces zelf meer via de media volgen. Deze buitelen over elkaar heen met de laatste stand van zaken over wie er voorligt in de laatste peilingen.

### Verdwijnt het debat?

Als de nood het hoogst is, dan is de redding nabij. Zal dat ook in dit geval zo zijn? Volgens Brian McNair wel. Hij stelt dat public relations en schandaalpolitiek best een positieve invloed kunnen hebben op het politieke stelsel.

Door het ontwikkelen van de horserace-verslaggeving zorgt de media juist voor een verduidelijking van het politieke landschap. In hun analyses over welke politici er 'in' zijn en welke 'uit' zorgen ze voor een demystificatie van de public relations zoals die door de spindoctors wordt bedacht. De hedendaagse journalistiek neemt ook een kijkje in de keuken.

Programma's proberen er achter te komen waarom een bepaalde politicus een uitspraak doet en vooral wat hij ermee probeert te bereiken.

Het feit dat de media hun aandacht meer verleggen naar de schandaalpolitiek hoeft ook geen bedreiging te zijn, het zorgt er juist voor dat meer mensen bij de politiek betrokken raken. De politiek wordt op deze manier minder elitair, omdat ze ook rekening moeten houden met andere bevolkingsgroepen die in andere zaken zijn geïnteresseerd. Als voorbeeld hierbij kunnen we denken aan Pim Fortuyn. Hij probeerde het publiek aan te spreken op zaken die hen interesseerden. Niet alleen onder zijn aanhangers, maar ook onder andere personen die niet in (Fortuyns) politiek zijn geïnteresseerd, zijn min of meer meegesleurd in de nationale discussies over bijvoorbeeld allochtonen in Nederland.

These trends are less a dilution or reduction of 'serious' journalistic content, a 'deficit of understanding', the ascendancy of irrational populism in the public sphere, or its contamination with infotainment, than a welcome reflection of the increased accessibility of contemporary political debate, and the heightened democratic accountability of political elites. To the extent that they signal a crisis, it is one caused not by the deteriorating quality of public communication by the impact on elite and intellectual thinking of unprecedented levels of *mass participation* in politics and, through the expansion of access, of *mass representation* in the public sphere. (McNair, 2000, cursief van de auteur)

McNair reageert rechtstreeks op de opmerkingen van Habermas over de refeodalisatie van het volk door public relations. Het volk wordt machteloos als politieke beslissingen opgelegd worden via de media. McNair constateert juist dat door de deconstructie van de politiek door de media, het beeld voor het publiek juist duidelijker wordt. Het publiek is in staat om zijn eigen mening te vormen omdat het door de public relations heen kan kijken en omdat het de achterliggende motieven ziet.

## Hoofdstuk 3 – Weblogs als nieuw medium

Er is niks zo veranderlijk als het internet. Doordat alle informatie op het internet in beginsel altijd virtueel is, blijft er geen ‘afdruk’ van over die netjes gearchiveerd kan worden. Eenmaal verwijderd is een webpagina echt verdwenen, al zijn er initiatieven om gedeeltes van of het gehele internet te bewaren. Dit om te voorkomen dat er later geen documenten overblijven die we kunnen gebruiken bij onderzoek naar de eerdere periodes van het internet.

Voor nu zijn we afhankelijk van informatie van anderen over het begin van weblogs.

Bijkomend nadeel daarvan is dat de informatie die te vinden is over het internet op internet niet altijd even helder gedocumenteerd is.

### Het ontstaan van weblogs

Rebecca Blood heeft in 2000 een poging gedaan om een korte geschiedenis te beschrijven van het fenomeen *weblog*. Volgens Blood is het begonnen in 1997 met websites die regelmatig een lijst publiceerden van leuke of interessante internetpagina's. Een voorbeeld hiervan is de pagina van Jesse James Garrett (<http://www.jjg.net/infosift/>). Hij begon met het verzamelen van dit soort linkpagina's en vermeldde deze op zijn website. Vervolgens ontstond er een gemeenschap van personen die verwezen naar elkaars websites. In deze tijd moesten de ontwerpers zelf in staat zijn om webpagina's te maken met HTML en meestal waren ze zelf echte webenthousiasten. De pagina's verwerden snel tot echte gidsen van het snel groeiende web. Ze zijn gebaseerd op het aanbieden van links naar afgelegen gedeeltes van het internet, waar iemand normaal niet zo snel zou komen. Deze links worden vaak vergezeld van een begeleidend praatje waarin de schrijver uitlegt waarom hij deze links interessant vindt. In juli 1999 ontstonden de eerste webapplicaties die het ook voor 'leken' mogelijk maakten om een weblog te beginnen. (Blood, 2000)

### Wat is een weblog?

Er is geen duidelijke definitie van wat een weblog is of moet zijn. Iedereen mag zelf bepalen wat hij mijn zijn weblog doet en welke informatie hij erop zet. Vanwege dit 'probleem' zal ik proberen om te beschrijven hoe een gemiddeld weblog eruit ziet en welke functies het heeft. De Nederlandse versie van de onvolprezen Wiki-encyclopedie geeft een heldere definitie van het basisbeginsel van een weblog.

Een weblog is een website die regelmatig – soms meerdere keren per dag - vernieuwd wordt en waarop de geboden informatie in chronologische volgorde (op datum) wordt weergegeven. Wie een weblog bezoekt, treft dan ook op de voorpagina de recentste bijdrage(n) aan. De weblogger biedt in feite een persoonlijk logboek van informatie die hij wil delen met zijn publiek, de bezoekers van zijn weblog. (Wikipedia NL, 2004)

Naast het regelmatig posten van berichten heeft een weblog een of meer karakteristieke eigenschappen.

*Reageren* Bezoekers van een weblog hebben vaak de mogelijkheid om een korte reactie te schrijven op de berichten die de weblogger gepost heeft.

*Verwijzen* Het is in de wereld van de weblogs (of *blogosphere*) gewoon om te verwijzen naar andere weblogs als je daar je eigen post op hebt gebaseerd. Het MIT is bezig met het ontwikkelen van Blogdex (<http://www.blogdex.net>) waarop men kan zien wat het belangrijkste nieuws is omdat het de meeste verwijzingen krijgt van weblogs. Hierbij wordt meestal gebruik gemaakt van *permalinks*. Dat zijn verwijzingen naar een betreffende post die in principe altijd hetzelfde blijven, zodat linkrot voorkomen kan worden.



## Feeds

Weblogs kunnen niet alleen via HTML benaderd worden, maar vaak ook via zogenaamde RSS-feeds. Deze bevatten de zelfde posts als de website, maar zijn opgebouwd in XML en daardoor in allerlei andere programma's en webapplicaties te gebruiken.

Er zijn verschillende genres waarin de weblogs onderverdeeld kunnen worden. De belangrijkste zijn de lifelogs en de linkdumps. Ten eerste zijn er de *lifelogs*. Deze vorm lijkt met meest op een dagboek, maar dan online. Een schrijver vertelt over gebeurtenissen uit zijn dagelijks leven. Een voorbeeld hiervan is Merel Roze (<http://www.merelroze.nl>). Daarnaast zijn er *linkdumps*, dat zijn weblogs die vooral links posten over de meest uiteenlopende zaken, meestal bizar. Bekende Nederlandse weblogs die linkdumpen zijn Retecool (<http://www.retecool.com>) en VolkomenKut (<http://www.volkomenkut.com>). Inmiddels is er echter over elk onderwerp een weblog te vinden.

## Politieke weblogs

Zo is er ook een nieuw genre ontstaan in de blogosphere, de politieke weblog. Dit genre kunnen we indelen in twee soorten. Ten eerst zijn er de weblogs die door politici zelf worden onderhouden. In deze categorie zou ook het weblog van Gerrit Zalm (<http://www.zalmlog.nl>) vallen, ware het niet dat zijn weblog niet de karakteristieke kenmerken van een weblog heeft. Zo is er geen mogelijkheid om te reageren en de posts zijn niet in de typische weblogstijl geschreven. Weblogs van politici die wel deze karakteristieke functies gebruiken zijn van Tom Watson (<http://www.tom-watson.co.uk>), een Brits parlementslid en van John Kerry (<http://blog.johnkerry.com>), de Amerikaanse presidentskandidaat, al hoewel hij niet persoonlijk schrijft. Het campagne team van George W. Bush houdt ook een weblog bij (<http://www.georgewbush.com/blog>), maar geeft bezoekers geen mogelijkheid om te reageren. Naast de weblogs van politici zelf zijn er ook weblogs die over politiek gaan. Een bekend Nederlands voorbeeld is het weblog Sargasso (<http://www.sargasso.nl>) dat regelmatig politieke onderwerpen aansnijdt. Het weblog van John Kerry biedt een lange lijst van weblogs, in de bijlage van deze nota zal ik er enkele opsommen en beschrijven.

## Hoofdstuk 4 – Weblogs veroorzaken debat

Na de korte beschrijving van wat weblogs nu precies inhouden, is het mogelijk om de weblogs te koppelen aan de opvattingen over de rol van de media in de democratie.

### Gedeelde macht

Dankzij de weblogs is de politicus in staat om rechtstreeks te communiceren met zijn achterban. Hierdoor is hij een stuk minder afhankelijk van de traditionele media. Een webloggende politicus is zelf in staat om onderwerpen aan te dragen en deze te bediscussiëren. Op deze manier komt de macht over het bepalen van onderwerpen en hoe deze worden weergegeven weer terug bij de politiek in plaats van bij de traditionele media. De weblogs over politiek (en dus niet door politici zelf) kunnen de boodschappen van de politiek analyseren en deconstrueren, net als de traditionele media dat volgens McNair nu zouden doen. Een bijkomend voordeel is dat de blogosphere werkelijk open is voor iedereen. Dit in tegenstelling tot de sfeer van de traditionele media, waar enkele grote nieuwsorganisaties de dienst uitmaken. De politieke weblogs kunnen ook weer in staat zijn om de belangen van de traditionele media in hun verslaggeving van de politiek te deconstrueren. Weblogs hebben in tegenstelling tot de traditionele media geen (of amper) economische belangen en zijn dus niet afhankelijk van bezoekersaantallen en hoeven daarom niet te concurreren om aandacht.

### Niveaus

De lage drempel om zelf een auteur te worden in de blogosphere zorgt er ook voor dat er een grote diversiteit is onder de weblogs over politiek. Het 'niveau' waarop over politiek gediscussieerd wordt, varieert per weblog. Het ene weblog focust vooral op de abstracte hogere politiek in ideologische discussies, terwijl een ander weblog juist de nadruk legt op de persoonlijke integriteit van politici. Een derde weblog kan zich weer specificeren op lokale politiek en de discussies die zich daar afspelen.

### Debat

Door hun karakteristieken zorgen de weblogs voor meer debat. Een schrijver plaatst een bericht op een weblog en de bezoekers kunnen daarop reageren. Vaak neemt een schrijver daarna deel in het debat dat kan volgen op politieke kwesties. Er ontstaat ook een debat op een hoger niveau door het gebruik onder weblogs om naar elkaar te linken. Op deze manier ontstaat er een discussie tussen de schrijvers van weblogs in verschillende posts. In deze posts reageert een schrijver bijvoorbeeld op een post uit een ander weblog waar hij het niet, of juist wel, mee eens is. In dit opzicht passen weblogs eerder bij de 'onderlinge gesprekken' zoals Lazarsfeld die noemt, dan bij de 'grote' traditionele media.

### Ontwikkelingen

Weblogs zijn duidelijk nog in ontwikkeling. Voor nu zijn weblogs nog een marge in de politieke wereld, de aandacht van kranten en televisie blijft nodig voor een succesvolle campagne. Maar zodra politici en burgers de mogelijkheden van weblogs ontdekken, en als de bezoekersaantallen zullen stijgen, kan de crisis in de democratie een halt worden toegeroepen. Dit komt doordat de burgers weer kunnen participeren in de politiek op een niveau dat ze zelf kunnen kiezen. Daarnaast is de politiek minder afhankelijk geworden van de traditionele media en kan ze zelf bepalen waarover de politiek gaat. Daarbij worden ze op de vingers gekeken door de 'publieke' weblogs die de politieke ontwikkelingen volgen en analyseren.

## Literatuur

- Blood, Rebecca. "Weblogs: A History and Perspective." Rebecca's Pocket 7 september 2000.  
[http://www.rebeccablood.net/essays/weblog\\_history.html](http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html): 1 juli 2004
- Castells, Manuel. The Power of Identity. 1997. The Information Age: Economy, Society and Culture. Second ed. Malden, USA: Blackwell Publishers, 2003.
- Entman, Robert M. Democracy without Citizens: Media and the Decay of American Politics. New York: Oxford University Press, 1989.
- Europees Parlement, Eos Gallup Europe. "Opkomst door de jaren heen bij de Europese verkiezingen (voorlopig)." Europese Verkiezingen 10-13 juni 14 juni 2004.  
[http://www.elections2004.eu.int/ep-election/sites/nl/results/306/turnout\\_ep/index.html](http://www.elections2004.eu.int/ep-election/sites/nl/results/306/turnout_ep/index.html): 29 juni 2004
- Habermas, Jürgen. The Structural Transformation of the Public Sphere. 1962. Cambridge, USA: MIT Press, 1989.
- McNair, Brian. Journalism and Democracy: An Evaluation of the Political Public Sphere. London: Routledge, 2000.
- McQuail, Denis. McQuail's Mass Communication Theory. Fourth ed. London: Sage Publications Ltd, 2000.
- Street, John. Mass Media, Politics and Democracy. Basingstoke: Palgrave, 2001.
- Underwood, Mick. "Katz and Lazarsfeld: Two-Step Flow." CCMS - Communication studies, cultural studies, media studies infobase 21 juni 2003.  
<http://www.cultsock.ndirect.co.uk/MUHome/cshtml/media/kl.html>: 29 juni 2004
- Wikipedia NL. "Weblog." 18 juni 2004. <http://nl.wikipedia.org/wiki/Weblog>: 30 juni 2004

## Weblogs

### Politieke weblogs

GeorgeWBush.com – Official Blog (<http://www.georgewbush.com/blog>), weblog van de campagne van George W. Bush

The Gay Vote (<http://www.thegayvote.co.uk/weblog/>), Brits weblog over rechten voor homo's

John Kerry for President Blog (<http://blog.johnkerry.com>), weblog van de campagne van presidentskandidaat John Kerry, met een indrukwekkende lijst weblogs onder 'Political Blogs'

Sargasso (<http://www.sargasso.nl>), Nederlands weblog met onder andere politieke onderwerpen  
Tom Watson – Labour MP (<http://www.tom-watson.co.uk>), weblog van Brits parlementslid

### Overige weblogs

Merel Roze (<http://www.merelroze.nl>), voorbeeld van een lifelog

Minitrue.nl (<http://www.minitrue.nl>), poging van de schrijver van deze nota om zelf een weblog te schrijven

The Amazing Retecool (<http://www.retecool.com>), Nederlands weblog over allerlei zaken, vooral bekend van de 'Foto Fuck Vrijdag', voert strijd tegen spam door bezoekers op te roepen om terug te spammen.

VolkomenKut (<http://www.volkomenkut.com>), weblog met allerlei interessante links, typische linkdump

Op <http://weblog.pagina.nl> is een overzicht te vinden met een enorme opsomming van Nederlandse weblogs.

---

De Creative Commons Naamsvermelding-NietCommercieel-GelijkDelen Licentie is van toepassing op dit werk. Ga naar <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/1.0/nl/> of stuur een brief naar Creative Commons, 559 Nathan Abbott Way, Stanford, Californië 94305, VS om deze licentie te bekijken.