

We-media

Weblogs voor een betere civiele journalistiek

Visie

Suze Krijnen
1175160 / 0319597

Minor Journalistiek UU
Docent: Nico Kussendrager

14 december 2004

Inhoudsopgave

Hoofdstuk 1: Inleiding

- 1.1 Weblogs en civiele journalistiek?
- 1.2 Wat zijn weblogs?
- 1.3 Naar een civiele journalistiek

Hoofdstuk 2: Burger versus instituties

- 2.1 De nieuwsorganisatie als instituut
- 2.2 Journalistieke routine
- 2.3 Belangenverstrengeling
- 2.4 *Gatekeeper* van informatie
- 2.5 Vrijheid van webloguiting
- 2.6 Vertrouwen

Hoofdstuk 3: Decentralisering

- 3.1 Indymedia
- 3.2 Terug naar lokaal niveau

Hoofdstuk 4: 'Missing link'

- 4.1 De media zelf als referentiekader
- 4.2 Popularisering of '*dumbing down*'?
- 4.3 Meer aandacht voor het publiek

Hoofdstuk 5: Weblogs: Participatie

- 5.1 'Weblogs zijn de stem van het volk'
- 5.2 *Bottom-up*
- 5.3 Civiele journalistiek als marketinginstrument?

Hoofdstuk 6: *Embedded journalism versus the real world*

- 6.1 Raed Jarrar: een blogger in Irak

Hoofdstuk 7: Objectief versus subjectief

- 7.1 Niet neutraal

Hoofdstuk 8: Weblogs en politiek

- 8.1 Politieke blogs: een model
- 8.2 Blogs en verkiezingsverslaggeving

Hoofdstuk 9: Massa versus marge

- 9.1 Geen massamedium
- 9.2 Netwerk
- 9.3 Streamer.org

Hoofdstuk 10: 'Er komt geen journalistiek aan te pas'

- 10.1 'Een wereldwijd roddelcircuit'
- 10.2 'Betrouwbaarheid begint met de pretentie'
- 10.3 Voorbeeld: Sargasso

Hoofdstuk 11: Feiten versus interpretatie

- 11.1 Feiten zijn geen journalistiek
- 11.2 'This is not a building'

Hoofdstuk 12: 'Het publiek is dom'?

- 12.1 'Het publiek weet niet wat het wil'
- 12.2 De webloggemeenschap

Hoofdstuk 13: Waakhond van de vierde macht

- 13.1 De journalistiek is niet meer heilig
- 13.2 Rathergate
- 13.3 'Adopteer een journalist'
- 13.4 De kaf van het koren

Hoofdstuk 14: 'Het halleluja-effect'

Hoofdstuk 15: Conclusie

- 15.1 Zelfregulering
- 15.2 Een toekomstvisie

Literatuurverwijzing

1 - Inleiding

1.1 Weblogs en civiele journalistiek?

“De traditionele media zien hun monopolie afkavelen. Webdagboeken winnen aan invloed. Kranten en omroepen moeten zich aanpassen, anders gaan ze ten onder.” Dat zegt Geert-Jan Bogaerts op 27 november 2004 in *de Volkskrant*, naar aanleiding van een conferentie van de Online News Association, de Amerikaanse vereniging van internetjournalisten.¹

“De stem van het volk” en “de thermometer van de samenleving”² worden ze ook wel genoemd: weblogs. Sinds een paar jaar brengen ze een vorm van civiele journalistiek in de praktijk die onhaalbaar is voor de traditionele media. Maar het populaire internetverschijnsel stuit ook op meer kritiek dan welke eerdere publicatievorm op internet dan ook. De discussie bracht mij tot de volgende onderzoeksvraag: Hoe geschikt zijn weblogs als medium om een kwalitatieve en effectieve civiele journalistiek te realiseren?

Aanhangers van de civiele journalistiek (of burgerjournalistiek) wijten de huidige crisis in de media aan de kloof die die media hebben laten ontstaan tussen journalisten en hun publiek, en zodoende tussen burger en politiek. Verschillende media zijn reeds op de civiele toer geslagen en zoeken meer aansluiting bij het ‘gewone volk’. Echter vele maatregelen hebben nog steeds niet geleid tot een echte dialoog tussen journalist en publiek.

Internet kan aan de miscommunicatie een einde te maken, dankzij de ontwikkeling eind jaren negentig van de *open publishing software*. Deze eenvoudige technologie om berichtjes op het web te plaatsen (en waarvan ‘blogs’ gebruik maken) ontketent een ware revolutie in de journalistiek. “Het monopolie van de journalist is voorbij: iedereen kan publiceren”, zegt Peter Verweij, docent Internetjournalistiek aan de HvU. Wat de man in de straat te vertellen heeft, gaat weer tellen. Daardoor worden journalisten op hun beurt gedwongen meer rekening te houden met de reële behoeften van het publiek.

En dat is van wezenlijk belang voor het maatschappelijk discours, dat nu teveel bepaald wordt door de belangenverstrengeling tussen media, politiek en economie. Is het einde van Habermas’ *Strukturwandel* van de openbaarheid³ in zicht? Zijn weblogs het sluitstuk van zijn publieke sfeer; de voortzetting van het verloren open debat tussen onafhankelijke, kritische individuen; de uiteindelijke democratisering van de media?

Of overschatten we hier een marginaal medium, dat op geen enkele wijze voldoet aan de kenmerken van kwalitatieve journalistiek? Naast bejubeld worden weblogs even vaak sceptisch benaderd, met name door de traditionele journalistiek. Een afweermechanisme van media die zich in hun bestaansrecht bedreigd voelen, of wordt er terecht gesproken van een “gevaar”⁴? Welke haken en ogen zitten er aan weblogs en hoe gedegen is die kritiek?

1.2 Wat zijn weblogs?

Om te beginnen zal ik mijn onderwerp, de weblog, definiëren en afbakenen. Een weblog is een website waarop regelmatig, soms meerdere keren per dag, (doorgaans vrij korte) berichten verschijnen, geschreven op een persoonlijke toon. Weblogs handhaven een simpel ordeningsprincipe: de informatie wordt in chronologische volgorde (op datum) weergegeven. Wie een weblog bezoekt,

¹ Bogaerts, Geert-Jan. Internet zet krant en tv onder druk. In: *de Volkskrant*, 27 november 2004, p.M5

² Spierdijk, Romke. In: *De macht van weblogs*, een documentaire van *Netwerk*, uitgezonden op 22 oktober 2004 om 20:32 op Nederland 1.

³ Thompson, G. Weblogs, warblogs, the public sphere, and bubbles. In: *Transformations*, No.7, september 2003 <http://transformations.cqu.edu.au/journal/pdf/no7/thompson.pdf>.

⁴ Heeswijk, Erik van. Kritiek op weblog kaatst terug: “Dat is toch geen journalistiek”, 19 november 2004, via <http://villa.intermax.nl/digiproject/n/artikelen/uitgeefvormen.htm>

treft dan ook op de voorpagina de recentste bijdrage(n) aan.⁵ Blogs onderscheiden zich van de reguliere berichtgeving in de in hun teksten regelmatig opgenomen directe verwijzingen (*links*) naar andere internetbronnen. De blogs worden bijgehouden door professionele organisaties of door één of meerdere personen en bevatten al of niet commentaar van bezoekers. Ze maken vaak gebruik van RSS, oftewel *Really Simple Syndication*: een techniek waarmee de lezer van een weblog op de hoogte gesteld wordt wanneer er een nieuw bericht geplaatst wordt op een van zijn favoriete blogs.⁶

Erik van Heeswijk, journalist van *De IJ weblog*, noemt verschillende categorieën: “Biografische, specialistische (*Internetjournalist.nl*) en duidende (*Sargasso.nl*) blogs staan tussen fotoblogs (*Moblog.nl*), observaties (*Bieslog*), links (*Esc*), commentaar op het nieuws (*Tonie.net*) en ondeugendheden (*Retecool.com*).”⁷ Er zijn in Nederland momenteel ruim 6400 weblogs⁸. De ‘grote’, populaire Nederlandse blogs hebben bezoekersaantallen tussen de 1000 en tienduizenden per dag.⁹ Het merendeel van de weblogs heeft geen enkele journalistieke pretentie, maar “er zijn ook serieuze varianten”, aldus Arjan Dasselaar in zijn boek *Internetresearch*. Tenzij anders vermeld zal ik me in dit onderzoek tot deze serieuze weblogs, waarvan ik er enkele zal bespreken, beperken.

1.3 Naar een civiele journalistiek

Kranten kampen met dalende lezersaantallen en het *NOS-journaal* verliest kijkers aan *Hart van Nederland* en *Editie NL*. Tijdens een discussiebijeenkomst van de NVJ, over de betekenis van weblogs voor de journalistiek,¹⁰ werd gesteld dat het weblog *Fok.nl* voor veel jongeren een grotere nieuwsbron is dan de krant. Wat is er aan de hand?

Begin jaren negentig komt in de Verenigde Staten een journalistieke stroming op die meent dat de media vaker dan vroeger een nieuwsitem moeten opbouwen aan de hand van de gevolgen van het nieuws voor het publiek: *civic journalism* of *public journalism* (oa. Rosen, 1999). In het Nederlands vertaalt men de termen als “civiele journalistiek”, “publieke journalistiek”¹¹, alsook “burgerjournalistiek”¹². Ik zal de term civiele journalistiek handhaven. Het vertrekpunt van auteurs zoals Jay Rosen (1999) en Davis Meritt (1995) is de vaststelling dat burgers steeds minder belangstelling tonen voor publieke en maatschappelijke kwesties. Grotendeels hebben ze hun vertrouwen in de media verloren. “Journalisten benaderen hun rol teveel vanuit een *top-down* perspectief, van waaruit de professionele journalist de status heeft van een expert die weet wat nieuws is en wat het publiek nodig heeft, terwijl het publiek zelf op een comfortabele afstand wordt gehouden. Civiele journalisten daarentegen streven naar een hechte en ‘gelijke’ band met de burgers, teneinde hen meer bij het publieke leven te betrekken. (...) Om bij het publiek opnieuw interesse op te wekken over wat er gebeurt in de maatschappij, om hen terug bij het nieuwsgebeuren te betrekken, is het belangrijk dat ook de journalist zelf betrokkenheid toont bij het nieuws dat hij of zij covert”, stelt Steve Paulussen in zijn onderzoek naar internetjournalistiek in België.¹³ Civiele journalisten zijn ervan overtuigd dat een gemeenschap “slechts kan bestaan door de uitwisseling van opvattingen, door

⁵ Steeman, Jeroen. “Blogging politics: Weblogs als oplossing voor de crisis van de politiek”. *Nota voor Media & Democratie*. Utrecht, 1 juli 2004, via www.minitru.nl/essays/bloggingpolitics.html, p.1

⁶ Dasselaar, A. (2004). *Handboek Internetresearch*. Eck en Wiel: Van Duuren Media, p.176

⁷ Heeswijk, Erik van. Kritiek op weblog kaatst terug: “Dat is toch geen journalistiek”, 19 november 2004, via <http://villa.intermax.nl/digiproject/n/artikelen/uitgeefvormen.htm>

⁸ Lammers, Laurens. Waar blijft het blad voor webloggers? 19 december 2003, via <http://villa.intermax.nl/ij/?pagina=opinie&sub=webloggers>

⁹ Garnier, Raymond (directeur van de *provider* van *Geenstijl* en *Retecool*) in *De macht van weblogs*, een documentaire van *Netwerk*, uitgezonden op 22 oktober om 20:32 op Nederland 1.

¹⁰ Discussiebijeenkomst: De betekenis van de weblog in de journalistiek, georganiseerd door de NVJ-sectie Internet, op 18 november 2004, 20:00-22:30 in het Park Plaza Hotel te Utrecht.

¹¹ Drok, N. (2002). Civiele journalistiek. Het belang van de professe voor het publieke domein. In: Bardeel, J.; Vos, C.; van Vree, F. & Wijfjes, H. (Red.). *Journalistieke cultuur in Nederland* (p.373-389). Amsterdam: Amsterdam University Press, p. 375.

¹² Arnauts, L. (2002). Hinderpalen voor ‘burgerjournalistiek’. In: *Tussen woord en daad. Deel 2: Beschouwingen over de relatie tussen de media en de burger* (p.2-7). Brussel: Koning Boudewijn Stichting.

¹³ Paulussen, Steve (2004). De toekomst van de on-linejournalistiek. In: *Journalistiek@internet.be*. Ugent, p.346 (via www.internetjournalistiek.be)

dialogo, discussie en debat tussen burgers en niet tussen uitsluitend hun vertegenwoordigers”, aldus Drok.

Bondig samengevat bepleit de civiele journalistiek volgens het boek *Even geen Den Haag vandaag* van Nico Drok de volgende verschuivingen:

- van eenrichtingsverkeer naar *openheid en interactiviteit*,
- van instituties naar *burgers en hun onderwerpen*,
- van politieke tactiek naar *gevolgen voor de burgers*,
- van mislukkingen en extremen naar *oplossingen en alternatieven*,
- van losse feiten naar *pragmatische context*,
- van passief (nieuws)consumentisme naar *actief burgerschap*.¹⁴

Velen, onder wie de Amerikaanse mediahoogleraar en grondlegger van *civic journalism* Jay Rosen, opperen dat de civiele journalistieke houding zich ten volle kan ontplooiën op internet.¹⁵ In deze scriptie zal ik het functioneren van weblogs analyseren aan de hand van bovenstaande ‘civiele kritiek’ op de conventionele journalistiek. De voordelen en nadelen van weblogs zal ik daarbij afzetten tegen de praktijk van de traditionele journalistiek. Kritiek zal ik waar nodig in de context plaatsen van de criticus.

2 - Burgers versus instituties

2.1 De nieuwsorganisatie als instituut

“Het beeld van de autonome journalist die zelfstandig selecteert op grond van criteria voor de nieuwswaarde, en de organisatie treft als gegarandeerde afnemer treft van zijn materiaal, wordt genuanceerd door de praktijk van het werken in organisatorisch verband”, zegt Peter Vasterman in zijn boek *De context van het nieuws* (1995). Mijns inziens vormen een aantal aspecten van de praktijk van journalisten die werken binnen een institutionele nieuwsorganisatie een belemmering in het bedrijven van de waardevolle kritische, relevante en betrokken journalistiek waaraan de burger behoefte heeft.

2.2 Journalistieke routine

Veel journalistiek werk bestaat uit routinematige handelingen. De routine vergemakkelijkt de keuze uit onderwerpen en invalshoeken die in korte tijd moet worden gemaakt, en speelt een belangrijke rol in de bronnenkeuze. Journalisten vallen graag terug op mensen die ze kennen en die ze vertrouwen. Niet-professionele bronnen (de ‘gewone’ mensen) worden maar zelden opgevoerd, en waar dit gebeurt vaak naamloos en ligt de nadruk op het registreren van emoties. De gewoonte is ontstaan vooral óver in plaats van mét deze mensen te spreken. Dit geldt helemaal wanneer het gaat om mensen die tot tamelijk ondoordringbare subculturen behoren zoals randgroepjongeren, criminelen of inheemse volkeren. Het kost te veel tijd om de nodige contacten te leggen, het vertrouwen van de mensen te winnen, en de personen in kwestie zijn geen ervaren woordvoerders.¹⁶

2.3 Belangenverstrengeling

Journalisten, politici en pr-functionarissen investeren in een goede onderlinge verstandhouding die wederzijds voordeel oplevert. Men spreekt van IOU’s oftewel het ‘I owe you-systeem’. Het toenemende aantal voorlichters en spindoctors vanuit de overheid en het zakenleven, versterkt deze ontwikkeling. “Op veel terreinen zijn voorlichters van grote instituties de ‘prime definers’ van het nieuws geworden”, stelt Jaap van Ginneken in zijn boek *De schepping van de wereld in het nieuws*

¹⁴ Drok, N. & Jansen, Th. (2001). *Even geen Den Haag vandaag*. Naar een Nederlandse civiele journalistiek. Den Haag: Sdu Uitgevers, p.34.

¹⁵ Pieter Broertjes, Jaarrede 2002, 19 mei 2002, te Utrecht. Verder stelt onder meer Steve Paulussen dit in zijn onderzoek onderzoek@internetjournalistiek.be (via www.internetjournalistiek.be)

¹⁶ Vasterman, P. en Aerden, O. (1995). *De context van het nieuws*. Groningen: Wolters-Noordhoff, p.86 en 133-134

(2002). Wanneer journalisten zorgvuldig goede relaties onderhouden met (machtige) bronnen, dreigen zij van waakhonden te veranderen in schoothonden.

2.4 Gatekeeper van informatie

Het werken binnen de institutionele grenzen van een nieuwsorganisatie bepaalt (deels) de keuze uit het aangeboden nieuws, de mate van aandacht voor bepaalde onderwerpen en de invalshoek van de redacteur. Vasterman noemt enkele gevolgen: “het achterwege laten van door het management te kostbaar geachte voorstellen, het niet produceren van kritische artikelen over financiers of grote adverteerders, het inkorten van items of artikelen totdat ze binnen het *format* passen, het kiezen van een specialisatie niet vanwege persoonlijke belangstelling maar vanwege de overlevingskans van die specialisatie na een ingrijpende inkrimping.”¹⁷ Alle informatie wordt in verschillende fasen door allerlei verschillende betrokkenen gefilterd.¹⁸ De journalist in dienst van de nieuwsorganisatie produceert in de eerste plaats wat hem wordt opgedragen en zodoende bepalen de (machtigste) nieuwsorganisaties wat ‘nieuws’ is.

2.5 Vrijheid van webloguiting

De populaire Amerikaanse *political blogger* Joshua Marshall (tevens *public journalist* voor *Online Journalism Review*) zegt in een interview met columnist en blogger Dan Weintraub: “There’s a freedom for me, a value to the independence. I’ll be giving readers a sense of what’s happening that they don’t get in conventional journalism. (...) In an unmediated a fashion as possible.” Rebecca MacKinnon analyseert het fenomeen in een weblogpost: “Marshall is bypassing the editorial labyrinth of conventional journalism, eliminating layers of editors, constrictions of newshole and limitations of deadline.”¹⁹

Een weblogger heeft geen eindredactie, hij is onafhankelijk. Dit maakt een andere, vaak verfrissende nieuwsselectie mogelijk. “Weblogs brengen toch dingen aan de orde waar de NOS niet aan durft te komen”, zegt een bezoeker van het B&W Forum op de website van de Vara.²⁰ “Bloggers worden ook wel de vrijbuiters van het internet genoemd. Ze cultiveren doorgaans een eigengereide ongebondenheid en werpen zich soms op als (laatste) vertegenwoordigers van de democratische grondgedachte van het Net. Weblogs stralen vrijheid uit, kennen geen grenzen en baden in een relatieve anonimiteit”, zegt journalist De Haeck in een artikel op *Internetjournalistiek.be*.²¹

Voor internetgebruikers in gesloten systemen, zoals totalitaire staten, fungeert de blogosfeer dan ook als een toevluchtsoord of platform voor onderdrukte of ongewenste stemmen. Hierbij dient wel opgemerkt te worden dat in sommige landen, zoals Iran en China, waar de toegang tot het internet aan banden gelegd wordt, bloggers regelmatig in de gevangenis belanden.

Weblogs zijn overigens ook niet afhankelijk van een nieuwsritme en van deadlines, zodat ze altijd actueel kunnen zijn. Bloggers kunnen hun materiaal voortdurend aanvullen, reorganiseren en in verband brengen met prompt verschijnende nieuwe informatie, zowel binnen de eigen organisatie als daarbuiten. RSS-ondersteuning houdt hun lezers voortdurend op de hoogte van nieuwe publicaties. (nog niet veel primeurs, maar is goed mogelijk dat die steeds vaker het eerst via internet te vernemen zijn)

Het enige wat op het spel staat is het bezoekersaantal: de blogger bedient direct zijn publiek. Hij zal dus juist met die onderwerpen komen en deze op die manier presenteren dat het niemand anders dan dat publiek aanspreekt.

¹⁷ Vasterman, P. en Aerden, O. (1995). De context van het nieuws. Groningen: Wolters-Noordhoff, p.56.

¹⁸ Ginneken, J. van (2002). De schepping van de wereld in het nieuws. Alphen aan den Rijn: Kluwer, p.80-81.

¹⁹ MacKinnon, Rebecca. ‘How Participatory Journalism is Being Used Now.’ In: *Viva la Competencia! “The Press” and Servant Journalism*, 22 januari 2004, via <http://www.timporter.com/firstdraft/archives/000246.html>

²⁰ B&W Forum, n.a.v. uitzending over weblogs op 27 oktober 2004, via <http://debatplaats.vara.nl/forum/listthreads?forum=141631&offsetPosts=50&thread=943&offset=0>

²¹ Haeck, Sven de. ‘Bloggen op eigen risico’, 5 juli 2004 (via http://internetjournalistiek.be/dossiers/detail_ebanking.php?nieuwsid=14)

2.6 Vertrouwen

Weblogs communiceren op persoonlijke toon, waardoor hun berichtgeving heel menselijk overkomt. Mensen hebben eerder vertrouwen in individuen dan in instituties. In een column noemt Fons Tuinstra de “rauwe, authentieke emoties” van blogger Jeff Jarvis (Buzzmachine.com) de verklaring voor zijn verslaving aan weblogs: “De traditionele media gaan nog maar zelden over wat mij echt bezighoudt. Strenge eindredacteuren snoeien de menselijke emotie en opvattingen uit de verslaggeving want het is geen nieuws; emotie-tv geeft gevoelens een zo hoog plasticgehalte, dat het daardoor ook weer heel onpersoonlijk wordt.”²²

3 - Decentralisering: Indymedia

3.1 Indymedia

www.indymedia.org is een linkse actievorm voor onafhankelijke berichtgeving, die de weblogvorm gebruikt. Dit wereldwijde netwerk kent ook een initiatief in Nederland. Het netwerk is geboren uit de behoefte zelf alternatief nieuws te brengen over onderwerpen die in de traditionele media vaak geen of onvoldoende ruimte krijgen. De website vermeldt: “De noodzaak van het opzetten van het wereldwijde Indymedia-netwerk vond zijn oorsprong in Seattle (VS) alwaar de traditionele media hoofdzakelijk schermutselingen van (autoriteiten met) actievoerders eenzijdig in beeld brachten en de achterliggende verhalen negeerden. Ook in Nederland zijn sensatiejournalistiek en oppervlakkige berichtgeving schering en inslag. De oprichters hopen dat Indymedia zal bijdragen aan de verspreiding van inhoudelijke verhalen betreffende de diversiteit aan kritieken op de maatschappij en daardoor aan een betere wereld.”

Iedereen kan gemakkelijk haar of zijn verhaal in beeld, geluid en/of tekst op de website plaatsen. Deze items worden in principe niet gecorrigeerd of gecensureerd. De redactie wil zich zo terughoudend mogelijk opstellen en slechts in uiterste gevallen items verwijderen van de website indien er basisregels overtreden worden.

3.2 Terug naar lokaal niveau

Indymedia is niet gecentraliseerd op één plaats, maar heeft websites over de hele wereld. Het kan op elk ogenblik ontstaan op plaatsen waar zich feiten met nieuwswaarde afspelen. In tegenstelling tot de traditionele media wordt de nieuwswaarde door de activisten zelf toegekend. De decentralisering of antiglobalisatie die Indymedia nastreeft sluit aan bij de ideeën van de Amerikaanse professor James Carey. Volgens Carey kan civiele journalistiek, die een vitalisering van het lokale niveau teweeg kan brengen, een weerwerk bieden tegen de nieuwe economische tendens om de journalistiek volledig in te kapselen in een marktmodel, waarbij alle beroepsnormen ondergeschikt worden gemaakt aan winst en de media vervreemd zijn van de reële behoeften van de burger.²³ Grondlegger Jay Rosen spreekt zelfs van *global journalism*, een wereldwijd medium, dat meer kijkt naar de kant van de vraag (lezers) dan naar die van het aanbod (redacteuren).²⁴

²² Tuinstra, Fons (2004). *De rauwe emoties van de weblog*, via <http://villa.intermax.nl/digiproject/n/artikelen/tuinstra4.htm>

²³ Rapport, samenvatting (2002). ‘Een stem voor de burger? De ‘public journalism’-queeste in de Verenigde Staten van Amerika’, via www.kbs-frb.be/files/db/NL/PUB_1124_SYNON_een_stem_voor_de_burger.pdf

²⁴ Broertjes, Pieter. Jaarrede 2002, Utrecht, 19 april 2002.

4 - 'Missing link'²⁵

4.1 De media zelf als referentiekader

Inherent aan de onpersoonlijke, eenrichtingscommunicatie via massamedia is de onbekendheid met het publiek. Lange tijd zijn vanuit de journalistiek nauwelijks serieuze pogingen ondernomen om het publiek beter in beeld te krijgen. Kenmerkend voor de officiële media is over het algemeen een wat elitaire houding. Vasterman: "De journalistieke professe kent het publiek geen grote oordelingsbevoegdheid toe over de kwaliteit van het werk." Volgens Amerikaans onderzoek²⁶ besteedden journalisten die met de resultaten van marktonderzoek geconfronteerd werden hieraan nauwelijks aandacht in de vorm van reflectie op het eigen werk. Een BBC-journalist vertelde de onderzoeker Philip Schlesinger: "We take that if *we* can understand it, so can the public."²⁷

De journalist maakt echter steeds vaker deel uit van het maatschappelijke middenveld of de intellectuele elite en vertegenwoordigt steeds minder het grote publiek. Daarbij komt dat veel journalistiek naar binnen gericht is. Veel journalisten coveren een beperkt terrein, wat tot gevolg heeft dat zij voortdurend dezelfde collega's tegenkomen, wellicht zelfs in hun vrije tijd. Timothy Crouse spreekt in zijn studie over verkiezingsverslaggeving van "baarmoederachtige omstandigheden die aanleiding gaven tot het beruchte verschijnsel meutejournalistiek."²⁸ Journalisten vormen zodoende voor elkaar het belangrijkste referentiekader. "De erkenning van collega's is veel belangrijker dan die van het publiek. (...) De media zijn ook in breder opzicht elkaars referentiekader: als één of enkele smaakmakende media een kwestie opblazen, zullen andere vaak hun voorbeeld volgen", aldus Van Ginneken.

Ook volgens de Duitse socioloog Max Weber hebben journalisten een eigen set van ethische opvattingen ontwikkeld, die relatief onafhankelijk kan staan van de opvattingen van het publiek. De journalist ziet zich gedreven door binnen de beroepsgroep levende normen en waarden, hoe belastend het blootleggen van sommige feiten soms ook mag zijn voor het publiek.²⁹

"Deze ontwikkelingen leiden ertoe dat het publiek geen boodschap heeft aan de journalistieke boodschap, terwijl de journalist in de veronderstelling leeft iets wezenlijks te hebben bijgedragen aan de openbaarheid", stelt Vasterman: "Een Nederlands onderzoek naar de relatie tussen media en publiek³⁰ toont aan dat journalisten een volstrekt andere indruk kunnen hebben van het door hun berichten veroorzaakte effect op hun afnemers dan het door de afnemers zelf gemeten effect. Zo zei 59 procent van de lezers van *De Telegraaf* en 49 procent van de lezers van *NRC Handelsblad* zijn krant geen belangrijke bron voor politieke informatie te vinden."

4.2 Popularisering of 'dumbing down'?

Aan de andere kant leidt commercialisering gecombineerd met het gebrekkige inzicht van journalisten tot een *dumbing down* van de media. Habermas betoogde al in de jaren zestig dat de media in hun versimpeling het debat ontnemen aan individuen. Het voorheen kritische publieke debat is een consumentenproduct geworden.³¹ In de strijd om de tijd van de lezer vervallen de traditionele media de laatste tijd inderdaad steeds meer in popularisering. Politici presenteren zich als entertainers die aan de man gebracht moeten worden. "De journalistieke verleiding is groot om zich te beperken tot wat wél

²⁵ Schlesinger, Philip (1987). *Putting 'Reality' Together: BBC News*. Londen, p.106.

²⁶ Gans, H.J. (1978). *Deciding What's News. A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. New York, p.231-232.

²⁷ Schlesinger, Philip (1987). *Putting 'Reality' Together: BBC News*. Londen.

²⁸ Crouse, T. (1972, 1973). *The Boys on the Bus*. New York: Random House.

²⁹ Vasterman, P. en Aerden, O. (1995). *De context van het nieuws*. Groningen: Wolters-Noordhoff, p.92

³⁰ Scholten, O. (1982). *Krant en democratie. Een studie naar politieke informatie in landelijke dagbladen*. Amsterdam.

³¹ Habermas, J. (1996) *The Public Sphere*. In: *Media Studies. The reader*. Ed. P. Marris and S. Thornham. Edinburgh: Edinburgh University Press, p.92-97.

zichtbaar is: de gruwelijke ‘poppetjes’ of ‘Haagse ruzies’”, zegt Martin Sommer in *de Volkskrant*.³² Media hebben het politieke proces teruggebracht tot oneliners, persoonlijke drama’s en incidenten, waarmee zij tevens de kloof tussen politici en burgers mede op hun geweten hebben, vindt Marcel van Dam.³³

Met mate is die populariserende tendens verdedigbaar, maar vaak dreigt het ten koste te gaan van inhoudelijke thema’s. Dit terwijl burgers steeds beter opgeleid en mondiger zijn, dus te betwijfelen is of zij op den duur met te oppervlakkige informatie genoegen zullen nemen.

4.3 Meer aandacht voor het publiek

De laatste jaren is de beroepsopvatting van journalisten veranderd. Het publiek staat steeds meer mogelijkheden ter beschikking om op het werk van journalisten te reageren. Open dagen, rectificatierubrieken en ombudsmannen geven de lezers de mogelijkheid te reageren en te controleren. Het beter luisteren naar het publiek heeft echter voornamelijk een commerciële oorsprong. Uit zelfbehoud dient de journalistiek zich open te stellen voor reacties en suggesties van de consument van hun product, en dat product tijdig aan te passen.³⁴ Vooralsnog bepaalt de journalistiek bovendien zelf de aard, omvang en gevolgen van die repons. Zo belooft het *NRC* “geen open brieven of algemene politieke beschouwingen”³⁵, en stelt de krant als eis dat ingezonden brieven kort en bondig moeten zijn. Bovendien “stappen sommige lezers of kijkers niet zo snel naar de Raad van Journalistiek of naar de ombudsman”, aldus Joost Divendal, hoofdredacteur van *De Journalist*. Van een echte dialoog is dus doorgaans geen sprake.

5 - Weblogs: Participatie

5.1 ‘Weblogs zijn de stem van het volk’

(Romke Spierdijk, ex-medewerker van weblog *Geenstijl*)³⁶

“Weblogs maken het makkelijker voor groepen in de periferie om te publiceren”, zegt journalist en internetdeskundige Francisco van Jole. “Verslaggevers kunnen niet overal zijn”, zegt internetdeskundige, alsmede als docent aan de Utrechtse School voor Journalistiek verbonden Peter Verweij. “Traditionele media kunnen de *open media* of *we-media*³⁷ als bron gebruiken. Het gewone publiek treedt dan op als informant voor journalisten.”

De meeste weblogs bieden bezoekers bovendien de mogelijkheid om onder de berichten hun reactie te publiceren, waar vervolgens de auteur zelf, evenals andere bezoekers weer op kunnen reageren. Opmerkingen uit het publiek bevatten soms waardevolle praktijkkennis over een actuele kwestie. Vaak herhalen personen uit het publiek meningen die al eens verwoord zijn, en ook zijn die meningen vaak van geen werkelijke waarde. Dat neemt niet weg dat velen graag reageren en graag reacties van anderen horen.³⁸

Het is de reden voor de tienduizenden bezoekers die de honderden Amerikaanse warblogs kregen na de aanslagen op 11 september 2001: “People were not just hungry for news, I realized. They were hungry for communication, for checking their gut against someone they had come to know, for emotional support and psychological bonding. In this world, the very personal nature of blogs had far more resonance than more impersonal corporate media products. Readers were more skeptical of

³² Sommer, Martin. ‘Ook journalist verdwaalt in machtsnevel’. In: *Volkskrant*, 19 mei 2004, p.13

³³ In: Broertjes, Pieter. Jaarrede 2002, Utrecht, 19 april 2002.

³⁴ Vasterman, P. en Aerden, O. (1995). *De context van het nieuws*. Groningen: Wolters-Noordhoff, p.95

³⁵ *NRC Handelsblad*, 18 februari 1993.

³⁶ Spierdijk, Romke. In: *De macht van weblogs*, een documentaire van *Netwerk*, uitgezonden op 22 oktober 2004, 20:32 uur op Nederland 1.

³⁷ Gilmore, Dan (2004). *We the Media*.

³⁸ ‘Stand van zaken. Nieuwe publieksparticipatie’. In: *Gevolgen van de digitalisering voor de journalistiek* (lopend onderzoek), via <http://villa.intermax.nl/digiproject/n/nstand/publieksparticipatie.htm>

anonymous news organizations anyway, and preferred to supplement them with individual writers they knew and liked.”³⁹

Ook in Nederland is iets dergelijks aan de hand. Mellouki Cadat, GroenLinks-fractielid in Amsterdam-Zeeburg zegt op *Politiek.weblog.nl*: “Allerlei commentaren vinden hun weg naar de Indische Buurt Weblog. Er wordt, drie dagen na de moord op Theo van Gogh, stelling genomen. Zo zie je dat in tijden van grote maatschappelijke spanning dit soort digitaal medium een rol vervult. Het heeft meer nog iets van een uitlaatklep dan van een dialoog of een betekenisvolle confrontatie. Desalniettemin geeft wat er daar gebeurt aan wat de meerwaarde van ICT zou kunnen zijn voor de politiek in deze samenleving.”

5.2 Bottom-up

De eindredactie van een blogger is zijn lezer. Volgens mediahoogleraar en grondlegger van de *civic journalism* Jay Rosen zullen journalisten daardoor meer kijken naar de kant van de vraag (lezers) dan naar die van het aanbod (redacteuren). “De *top-down* werkwijze maakt plaats voor een *bottom-up* benadering”, zegt Peter Verweij. Weblogs zijn dus een heel democratisch medium.

5.3 Civiele journalistiek als marketinginstrument?

Civiele journalistiek is een participatieversterkende praktijk, geen marketinginstrument. Het civiele model verwordt in de traditionele journalistiek vaak tot een marktmodel: een model waarin de journalist het publiek geeft wat het wil en wat goed verkoopt.⁴⁰ Echter de civiele journalistiek is volgens Jo Bardoel juist een reactie op een “doorgesloten commercialisering van de media”, waarin lees-, kijk- en luistercijfers de voornaamste maatstaf zijn voor de journalistiek.⁴¹

6 - Embedded journalism versus the real world

6.1 Raed Jarrar: een blogger in Irak

Op plekken waar de gewone media moeilijk kunnen komen, bijvoorbeeld in oorlogsgebieden en in de loopgraven van het bedrijfsleven, zijn weblogs een essentiële nieuwsbron.

Raed Jarrar hield met drie vrienden een weblog bij vanuit Irak tijdens de Amerikaanse invallen. Hij vertelt tijdens een door de NVJ georganiseerde discussiebijeenkomst over weblogs en hun betekenis voor de journalistiek. Zijn weblog <http://raedinthemiddle.blogspot.com> werd veel gelezen door de Westerse media, vaak trok hij vijfduizend bezoekers per dag.

“Er waren maar een paar journalisten in Irak”, vertelt Jarrar, “en die zijn *embedded* [ingekwartierd] in het Amerikaanse leger. Sommige informatie wordt door de voornaamste informatiebronnen (CNN, Fox, BBC, *The Independent*, etcetera) geblokkeerd. De journalisten worden gedwongen om positieve berichtgeving uit te brengen over de oorlog. De Amerikaanse media *marketen* de oorlog als een *religious affair*; geënceneerde foto’s als een tank waaraan een kruis hangt, laten de boodschap zien die de *Bush administration* wil uitdragen. *Mainstream* journalisten stellen geen vragen bij de informatie en de foto’s die ze aangeleverd krijgen.” Jarrar heeft verschillende keren kunnen aantonen dat officiële aankondigen eenvoudigweg niet waar waren. Weliswaar is het merendeel van de Amerikaanse berichten uiteraard gebaseerd op feiten, maar volgens Jarrar is er sprake van “*bad linking*” van die feiten, zodat toch een scheef beeld ontstaat. Een groot deel van de oorlogsverslaggeving is analyse. “*Many people*” is bijvoorbeeld geen feit totdat je weet hoeveel het er precies zijn en wat hun namen zijn. “Dat is objectieve informatie”, aldus Jarrar.

³⁹ Thompson, G. Weblogs, warblogs, the public sphere, and bubbles. In: *Transformations*, No.7, september 2003, via <http://transformations.cqu.edu.au/journal/pdf/no7/thompson.pdf>.

⁴⁰ Paulussen, S. (2004). De toekomst van de on-linejournalistiek. In: *Journalistiek@internet.be*. Ugent, p.347. (via www.internetjournalistiek.be)

⁴¹ Bardoel, J.; Vos, C.; van Vree, F. & Wijffjes, H. (Red.). *Journalistieke cultuur in Nederland*. Amsterdam: Amsterdam University Press, p. 364.

Jarrars blog werd na een paar weken wereldbekend. Hij kreeg vragen van mensen buiten Irak over het dagelijks leven in het oorlogsgebied: “*Basic info, like ‘what did I do’, ‘what did I have for lunch’.*” Mensen wilden weten wat de positie was van gewone mensen in Irak. Dat kregen ze via de *mainstream* media niet te horen en te zien. De weblog gaf hen een veel realistischer beeld. Lezers van Jarrars weblog hebben meer vertrouwen in hem als individu dan in de instituties van de officiële media. De foto’s op zijn blog laten zien wat de blogger met zijn eigen ogen gezien heeft. Het persoonlijke perspectief (“*having a face and having a name: not just someone*”) spreekt aan en is geloofwaardiger.

Van beperking door officiële autoriteiten was volgens Jarrar geen sprake. Op internet vond hij publicatieruimte die ontsnapte aan de controle van de Iraakse regering, anders dan de lokale kranten. Ook de VS kunnen niet alles reguleren. Mediastation *Al Jazeera* zendt bijvoorbeeld uit vanuit een Amerikaanse basis zonder dat de VS vat hebben op de uitzendingen.

Jarrar heeft vrijwel geen Iraakse lezers. Meer dan 60% van zijn bezoekers is Amerikaans. Dat bepaalt zijn strategie: “Ik schrijf anders dan wanneer ik voor mijn ‘eigen kant’ zou schrijven. Ik lees de (buitenlandse) media en signaleer de ‘gaps’: de dingen die anders zijn. Die zet ik recht in mijn blog.” Onder zijn lezers zijn vooral veel *mainstream* journalisten en dat vindt Jarrar belangrijk. “Vijfduizend bezoekers per dag is een enorm aantal voor een individu, maar niks in vergelijking tot de aantallen die bereikt worden via de massamedia. Mijn informatie wordt pas wereldkundig wanneer die door journalisten wordt meegenomen in berichtgeving in de officiële media.” Zodoende zijn weblogs als die van Jarrar “*deconstructing the media itself.*”

7 - ‘Objectief’ versus subjectief

7.1 Niet neutraal

Betrokken, geëngageerde journalistiek in de vorm van actiejournalistiek is binnen de professionele journalistiek, met de waarde objectiviteit hoog in het vaandel, niet geliefd. Dit vanwege het gevaar voor partijdigheid en het zelf organiseren van nieuws. Die kritiek treft ook weblogs. “Weblogs zijn bijna nooit politiek neutraal”, zegt Jeroen Steeman, die een nota schreef over weblogs als oplossing voor de crisis in de politiek. “Zo is *GeenStijl* een rechts weblog en dat lokt rechtse reacties uit. Een links georiënteerd weblog zal meer linkse lezers aantrekken en dus meer linkse reacties.”

Lieve van de Velde, chef van het Belgische *De Standaard Online*, reageert hierop: “Weblogs staan naast internetjournalistiek zoals columns naast een krantenartikel. Ook in columns is objectiviteit niet aan de orde, wagens compleet irrelevant voor het genre.”

Raed Jarrar, de blogger uit Irak, zegt: “Weblogs kunnen heel goed een bron zijn, mits ze in de juiste context worden geplaatst. Lezers moeten beseffen dat ik geen *spokesman* of *ambassador* ben van een groep of een land. Ik vertegenwoordig evengoed een subjectief perspectief. Journalisten moeten webloggers niet als representatief bewijs opvoeren.” Dat geldt voor Jarrar in het bijzonder: zijn *lifestyle* (als directeur van een NGO) is niet standaard voor een Iraakees en daarom niet representatief voor de Irakese gemeenschap. Wanneer lezers dat in hun achterhoofd houden is met deze subjectieve eigenschap van weblogs volgens Jarrar echter niets mis.

8 - Weblogs en politiek

8.1 Politieke blogs: een model

Steeman schetst in zijn nota *Blogging politics* een ideale publieke sfeer die gebruik maakt van weblogs. Enerzijds zijn er de weblogs van politici en politieke partijen, die via hun weblog hun eigen beleid promoten. Zo’n pr-orgaan is uiteraard geen journalistiek product. Maar het heeft wel het voordeel dat de politicus minder afhankelijk is van de traditionele media om te communiceren met zijn achterban. Dat kan hij nu rechtstreeks doen, via zijn weblog, waarmee de macht over het bepalen van

onderwerpen en hoe deze worden weergegeven weer terugkomt bij de politiek in plaats van bij de traditionele media.

De bloggende politici worden op de vingers gekeken door de publieke weblogs óver politiek (bijvoorbeeld *Sargasso.nl*), die de boodschappen van de politiek op hun beurt analyseren en bekritisieren, net zoals de traditionele media dat nu zouden doen. In tegenstelling tot die media, waar enkele grote nieuwsorganisaties de dienst uitmaken, is de blogosphere werkelijk open voor iedereen. Weblogs hebben geen (of amper) economische belangen, zijn dus niet afhankelijk van bezoekersaantallen en hoeven daarom niet te concurreren om aandacht. De lage drempel om zelf een auteur te worden in de blogosphere zorgt voor een grote diversiteit onder weblogs over politiek. Het niveau waarop gediscussieerd wordt varieert dan ook sterk, zodat burgers kunnen participeren op een zelfgekozen niveau.

Er ontstaat een debat op hoger niveau door het gebruik onder weblogs om naar elkaar te linken. Op deze manier ontstaat er een discussie tussen de schrijvers van verschillende weblogs. *Posts* in weblogs passen in dat opzicht eerder bij de sfeer van onderlinge gesprekken dan bij het eenrichtingsverkeer van de massamedia.⁴² Subjectieve berichtgeving, mits gepositioneerd in een interactieve omgeving van verschillende groepen, zoals het geval is in de *blogosphere*, kan dus het publieke debat, en zodoende de democratie bevorderen.

8.2 Blogs en verkiezingsverslaggeving

Weblogs zouden in dit opzicht een belangrijke rol kunnen spelen in een civiele vorm van verkiezingsverslaggeving. Bij de laatste Amerikaanse verkiezingen was dat al het geval. Danny Friedman stelt in zijn artikel *Ik blog, dus ik besta* zelfs dat de opkomst en ondergang van Howard Dean als democratisch genomineerde voor presidentskandidaat te danken was aan bloggers. En tijdens de presidentsverkiezingen zelf corrigeerden bloggers uit beide politieke kampen de traditionele media.

9 - Massa versus marge

9.1 Geen massamedium

Weblogs zijn geen massamedium. Hoe kunnen ze met hun boodschap dan toch een groot publiek bereiken? Journalist en internetdeskundige Francisco Van Jole: "Het blijft een marginaal medium met een marginaal publiek, dat hoofdzakelijk bestaat uit een kleine groep die zich veel op het internet begeeft. Politieke blogs? Die worden alleen door journalisten gelezen. Primeurs mogen dan zo nu en dan wel verschijnen op internet, maar die worden pas echt op grote schaal opgemerkt wanneer de officiële media die primeurs oppikken, bijvoorbeeld in de Tonino-affaire."

9.2 Netwerk

Ondanks dat de paden van de nieuwsgaring voor weblogs niet zo geplaveid zijn als die van de officiële nieuwsorganisaties met hun banden, netwerken en routines, verloopt de verspreiding van informatie via de blogosfeer zeer efficiënt en effectief. Ze maken gebruik van een ander uitgebreid netwerk, namelijk de weblogwereld zelf. Onderaan dit ecosysteem staat een enorm aantal blogs, die weinig bezoekers per dag krijgen. Een fout, trend of iets opmerkelijks wordt vaak door deze minder bekende blogs als eerste gesignaleerd. Zij loodsen dit nieuws door een sociaal netwerk van blogs, totdat het de aandacht krijgt van een power blog die duizenden lezers per dag trekt. Als dat gebeurt kunnen de traditionele media het oppakken. *Power bloggers* krijgen weliswaar de meeste aandacht, maar de vitale kracht ligt bij diegenen die het nieuws ontdekken en originele content creëren.⁴³

⁴² Steeman, Jeroen. 'Blogging politics: Weblogs als oplossing voor de crisis van de politiek'. *Nota voor Media & Democratie*. Utrecht, 1 juli 2004, via www.minitru.nl/essays/bloggingpolitics.html

⁴³ Volgens blogger Ross Mayfield (<http://ross.typepad.com>) In: Friedman, D. & Vissers, A. 'Ik blog, dus ik besta'. In: *Sum*, no.8, december/januari 2004, p.21

Professor Philip Napoli van Fordham University spreekt van “het domino-effect van een blog waarvan het bericht opgepikt wordt door andere blogs en door klassieke media, dat een paddenstoelwolk kan doen ontstaan.”⁴⁴

9.3 Streamer.org

De *open publishing source* www.streamer.org is een internationaal project dat de vrije meningsuiting vanuit Irak wil bevorderen. Het is een centrale weblog waarop *gequote* wordt uit Irakese blogs. Het is een brede vorm van syndicatie, waarmee de initiatiefnemers geluiden vanuit het oorlogsgebied voor een breder publiek toegankelijk willen maken en zodoende Irakezen stimuleren om te publiceren. De site is bovendien een platform voor radiomakers uit Irak.

10 - ‘Er komt geen journalistiek aan te pas’⁴⁵

10.1 ‘Een wereldwijd roddelcircuit’⁴⁶

Hoewel er in sommige hoeken sprake is van nieuwsgierigheid en enthousiasme, verwijten veel (gevestigde) journalisten bloggers een gebrek aan professionalisme.

“Op een weblog schrijf je wat je wil. Dat is geen journalistiek”, zegt de Vlaamse onlinejournalist Dominique Deckmyn (verbonden aan de krant *De Standaard*). Weblogs zijn een losse cultuur die niet strookt met de journalistieke werkwijze. Veel bloggers respecteren de journalistieke regels niet, zoals hoor en wederhoor en het controleren van bronnen. De inhoud van berichten wordt niet gecontroleerd, is soms gemanipuleerd (vaak het geval met beeldmateriaal), eenzijdig (gebaseerd op slechts één bron), en de stukjes worden zelf onmiddellijk op het internet geplaatst.⁴⁷ “Journalistiek kost tijd”, zegt Van Jole, “en tijd is er niet in de snelle weblogwereld.”

De voornaamste kritiek die weblogs treft is dat ze onbetrouwbaar zijn. Inderdaad krioelt het in de blogosfeer van de ongecontroleerde of gemanipuleerde informatie. Bloggen is laagdrempelig en bloggers hoeven in principe aan niemand verantwoording af te leggen. “De grootste kracht van de weblog – zijn niet-gecensureerde, niet-gefilterde, niet-beteugelde stem – is ook zijn grootste zwakte”, verklaart Rebecca Blood in haar *Pleidooi voor ethisch bloggen*. Van Jole merkt de potentie van het medium voor propaganda op: “Geruchten verspreiden opdat men gaat ontkennen.”

De flapuit-cultuur van webloggers is volgens hem kwalijk in die zin, dat er talloze luie journalisten zijn die naar goedgevoelde informatie van weblogs plukken, en zodoende onwaarheden verspreiden. Die worden dan meestal, via het enorme netwerk van blogs, snel weer rechtgezet, maar dan is het kwaad al geschied.

10.2 ‘Betrouwbaarheid begint met de pretentie’⁴⁸

“Ieder medium ontwikkelt zich volgens een vaste lijn. Weblogs bevinden zich nog in de eerste fase, waarin de makers overschrijven van anderen. Daaraan zie je dat zij veeleer vermaak nastreven dan werkelijk journalistieke intenties hebben”, zegt Van Jole.

Volgens journalist Erik van Heeswijk zou de vraag derhalve niet moeten luiden: ‘is internetjournalistiek onbetrouwbaar?’ maar ‘heeft de onbekende site waar ik naar zit te kijken wel de pretentie journalistiek, waarheidslievend bezig te zijn?’. “Spreken over internet als een onbetrouwbaar medium is (...) een onderschatting van het onderscheidingsvermogen van de nieuwsconsument”, aldus

⁴⁴ Belien, Paul. ‘Rathergate’ en de oude media: De journalistiek zal nooit meer hetzelfde zijn.’ In: *NRC Handelsblad*, 7 oktober 2004, Opinie, p.8

⁴⁵ aldus Francisco van Jole

⁴⁶ aldus Francisco van Jole

⁴⁷ Souffreau, Bram. ‘Weblogs zijn geen journalistiek’, 7 december 2003, via http://internetjournalistiek.be/dossiers/detail_ebanking.php?nieuwsid=14

⁴⁸ Heeswijk, Erik van. Betrouwbaarheid begint met de pretentie. “Let the games begin!”, november 2004, via <http://villa.intermax.nl/digiproject/n/artikelen/commercie.htm>

Van Heeswijk: “Blogs afkomstig van de traditionele media [zoals het weblog van de *Volkscrant*] kennen geen imago-problemen. Andere journalistieke merken zullen gedurende de jaren vanzelf groeien, en hun waarde bewijzen. Dat is een natuurlijk proces.”

Blood roept webloggers daarom op om hun blogs zo transparant mogelijk te houden, door bronnen voortdurend expliciet te vermelden door middel van links.⁴⁹

10.3 Voorbeeld: Sargasso

Sargasso.nl is een voorbeeld van een weblog waar wel degelijk journalistieke pretentie aanwezig is. Mede-oprichter Carlos: “Ikzelf kijk altijd goed naar mijn bronnen en als ik twijfel aan de juistheid of objectiviteit van een bron dan vermeld ik dat. De weblog, die getuige het colofon bedoeld is voor het nieuws dat door de mainstream media terzijde is geschoven, en zich tot doel stelt op niet-commerciële wijze de discussie te openen, trekt ongeveer duizend bezoekers per dag.”⁵⁰

11 - Feiten versus interpretatie

11.1 Feiten zijn geen journalistiek

De kritiek vanuit de traditionele journalistiek lijkt op het eerste gezicht elitair: journalistiek is voorbehouden aan betaalde professionals. In feite slaan de begrijpelijke maar wilde angstkreten over de teloorgang van de journalistiek slechts terug op de traditionele journalistiek.

Weblogs plaatsen vaak materiaal waar de traditionele media zich niet aan wagen of als irrelevant terzijde schuiven. Onthoofdingsfilmpjes bijvoorbeeld, en beschrijvingen van het dagelijks leven van heel gewone, maar ontoegankelijke mensen, zoals mensen in oorlogsgebieden. Dat materiaal wordt niet door journalisten verwerkt tot behapbare informatie, maar de lezer krijgt direct de losse feiten op zijn bord. Duiding, interpretatie en verdieping ontbreken. Doordat iedereen zelf zijn nieuws overal vandaan haalt en verspreidt dreigt de journalistiek onherkenbaar en overbodig te worden. Het is nu al een gegeven dat een deel van het publiek niet meer via het venster van de journalistiek naar politici kijkt, maar direct naar hun weblog surft. Maar feiten, laat staan individuele meningen, zijn geen journalistiek. Journalisten zijn ervoor opgeleid om op een verantwoorde manier feiten te verzamelen en die in een context te plaatsen: zij hebben de tijd om te overzien wat er te weten valt en onderwijf behouden zij, als het goed is, hun onafhankelijke positie ten opzichte van bronnen.⁵¹

Van Jole bekritiseert het onjournalistieke ordeningsprincipe van weblogs: “Alle berichten zijn gelijk aan elkaar, maar het bericht dat het laatst binnenkomt staat bovenaan en is dus het belangrijkste.” Ook wordt op www.blogdex.net de nieuws waarde in weblogwereld bepaald aan de hand van het aantal verwijzingen naar het betreffende nieuws op (andere) weblogs.⁵²

Als professionele journalisten te lang over het medium internet blijven aarzelen ontstaat er een reëel gevaar dat de journalistiek buiten spel komt te staan. Niet alleen surft de nieuwsconsument dan vaker naar onbetrouwbare bronnen, maar journalisten raken een schakelfunctie kwijt in de driehoek van pubiek, overheid en bedrijfsleven.

11.2 ‘This is not a building’

“It’s all about saying the facts”, beweert daarentegen de Irakese blogger Jarrar. Ook al is het gebaseerd op één bron, het kan wel degelijk journalistieke waarde hebben. Jarrar vergelijkt de kwestie met het

⁴⁹ Haeck, Sven de. Bloggen op eigen risico, 5 juli 2004

(http://internetjournalistiek.be/dossiers/detail_ebanking.php?nieuwsid=14)

⁵⁰ Heeswijk, Erik van. Kritiek op weblogs kaatst terug. “Dat is toch geen journalistiek”, 19 november 2004, via <http://villa.intermax.nl/digiproject/n/artikelen/uitgeefvormen.htm>

⁵¹ Donkers, H. & Willems, J. (1998). *Journalistiek schrijven voor krant en vakblad*. Bussum: Uitgeverij Coutinho, p.476-487.

⁵² Steeman, Jeroen. Blogging politics: Weblogs als oplossing voor de crisis van de politiek. *Nota voor Media & Democratie*. Utrecht, 1 juli 2004, p.1, via www.minitru.nl/essays/bloggingpolitics.html

Britse Crystal Palace dat in 1951 afgebroken werd: “Dit is geen gebouw, zeiden de mensen, want het is niet gemaakt door een architect.”

Een weblog staat overigens vrijwel nooit op zichzelf, vanwege haar karakteristiek alles in verband te brengen met bronnen en referenties van andere internetbronnen. Veel weblogs werpen zich bovendien op als een wegwijzer door de jungle van informatie op andere blogs door middel van grote rubrieken links die volgens de betreffende blogger interessant zijn.

12 - ‘Het publiek is dom’⁵³?

12.1 ‘Het publiek weet niet wat het wil’

“De reactiemogelijkheid is het meest overschatte kenmerk van de weblog”, zegt Van Jole. Hij is niet de enige. De journalistieke professeie kent het publiek geen grote oordelingsbevoegdheid over de kwaliteit van het werk toe. Journalisten houden het liefst de teugels in eigen handen. Zij houden zich zelf al op de hoogte van wat er zich in de wereld afspeelt. “Journalisten hebben de kennis en vaardigheid in huis om op journalistieke gronden hun nieuwskeuze aan een publiek te presenteren en die informatie te interpreteren”, aldus Van Jole. De omschrijving van de journalistiek als ‘platform voor maatschappelijke discussie’ en als ‘waakhond van de democratie’ veronderstelt dat het publiek niet uitsluitend dient voorgeschoteld te krijgen wat het wil, maar ook wat het nodig zou kunnen hebben.

Ook kranten en omroepjournaals hebben meer dan vroeger de neiging om de mening van de man in de straat toe te voegen aan een nieuwsitem. Inhoudelijk voegt dat zelden iets toe. Vaak herhalen personen uit het publiek meningen die al eens verwoord zijn. Een nieuwsitem opbouwen aan de hand van de gevolgen van het nieuws voor het publiek, wat de civiele journalistiek beoogt, is inderdaad iets anders dan toevallige voorbijgangers vragen een duit in het zakje te doen. Dat neemt niet weg dat velen graag reageren en graag reacties van anderen horen.⁵⁴

12.2 De webloggemeenschap

De afgelopen tijd is er veel negatieve mediapubliciteit geweest rondom een aantal populaire blogs. ‘De hooligans van het internet’ werden beledigende en wetten overtredende webloggers genoemd in een aflevering van B&W. “Het is teleurstellend dat de Nederlandse webloggemeenschap zo weinig journalistieke hoogstandjes oplevert. Van 99 procent van de weblogs kan men niet beweren dat ze ook maar enige journalistieke of nieuwswaardige pretentie bezitten.⁵⁵ “90 tot 95 procent van de informatie die op blogs circuleert is *incrowd*”, aldus Peter Verweij. “Bloggers schrijven voornamelijk over elkaar. Het wordt pas interessant als het over verslaggeving in de traditionele media en over politiek gaat.”

13 - Waakhond van de vierde macht

13.1 De journalistiek is niet meer heilig

“Het feit dat de journalist niemand verantwoording verschuldigd is, was lange tijd de achilleshiel van onze democratie”, stelt dr. Paul Belien in *NRC Handelsblad*. “Maar wie was de waakhond van de democratie die de journalisten in de gaten moest houden? In elk geval niet de politici, want die zouden daar alleen maar misbruik van maken. Zo bleef ‘de vierde macht’ lange tijd zonder waakhond.” Nu hebben journalisten volgens Belien hun waakhonden gekregen in de vorm van bloggers: “Onder de talrijke bloggers zitten ook lieden die veel meer weten over zaken waarover journalisten schrijven dan

⁵³ Aldus een BBC-journalist in het onderzoek: Robinson, J. P. e.a. (1982). Television journalists and their audiences. In: *Ettema & Whitney*, p.163-177

⁵⁴ ‘Stand van zaken. Nieuwe publieksparticipatie’. In: *Gevolgen van de digitalisering voor de journalistiek* (lopend onderzoek), via <http://villa.intermax.nl/digiproject/n/nstand/publieksparticipatie.htm>

⁵⁵ Heeswijk, Erik van. ‘Kritiek op weblogs kaatst terug. “Dat is toch geen journalistiek”’, 19 november 2004, via <http://villa.intermax.nl/digiproject/n/artikelen/uitgeefvormen.htm>

deze journalisten zelf.” Zodra journalisten een fout maken worden zij daar door bloggers onmiddellijk op aangesproken.

13.2 Rathergate

De affaire rond de Amerikaanse tv-journalist Dan Rather, eind september 2004, onderstreept Belien's stelling. Rather, de invloedrijke presentator van het actualiteitenprogramma *60 Minutes* op CBS, presenteerde op 8 september documenten waaruit bleek dat president George W. Bush zich begin jaren zeventig tijdens zijn dienstplicht aan zijn verplichtingen had onttrokken, waarbij hij bovendien van hogerhand zou zijn beschermd. De papieren waar Rather mee zwaaide, waren, zo hield hij de kijkers voor, officiële documenten uit die periode. Andere media namen het nieuws over.

Maar al een paar uur later schreven webloggers dat dit niet waar kon zijn. Mensen die alles wisten van typemachines in de jaren zeventig, constateerden dat het lettertype en op de getoonde papieren dertig jaar geleden niet bestond op typemachines. Rather hield vast aan zijn scoop en verklaarde de bloggers de oorlog. Op internet gingen steeds meer bloggers zich ermee bemoeien en vervolgens sijpelde dit door in de traditionele media. Op 20 september werd Rather gedwongen te erkennen dat de documenten vals waren. De weblog heeft zich daarmee bewezen als serieus nieuwsmedium.⁵⁶

13.3 ‘Adopteer een journalist’⁵⁷

Webloggers hebben een nieuwe tijdsbesteding gevonden, meldt *Wired*.⁵⁸ Het volgen van een journalist. Verschillende Amerikaanse bloggers hebben de taak op zich genomen om het werk van een bepaalde journalist te volgen en te analyseren. Zo volgt Tim Withers de artikelen van *New York Times*-reporter Jodi Wilgoren in zijn weblog *Wilgoren Watch*. Ook journalisten van *The Washington Post*, *Reuters* en *AP* worden gevolgd.

13.4 Het kaf van het koren

De blogosfeer kan, door haar netwerkstructuur, een beroep doen op de expertise van de hele wereld. Opmerkingen uit het publiek bevatten soms wel degelijk waardevolle praktijkkennis over een actuele kwestie, zoals bij de *Rathergate*. Jonathan Last stelde in *The Weekly Standard* van 27 september 2004: “Omdat je miljoenen mensen hebt die blogs schrijven of lezen, vind je steeds een handvol experts over welk onderwerp dan ook. Door die blogosfeer ontstaat een markt vol ideeën. Veel van die ideeën zijn onzin, maar die worden snel ontmaskerd.”

14 - ‘Het halleluja-effect’⁵⁹

Van Jole vindt weblogs interessant en spannend, vanwege hun dynamiek en omdat is gebleken dat het het publiek wel aanspreekt. Maar hij is niet blij met het “halleluja-effect”, de “dit is het”-houding waarmee weblogs worden bejegend. Weblogs zouden volgens hem meer gezien moeten worden als een hobby, zoals hij ook zijn eigen weblog www.2525.com beschouwt, niet als een vorm van journalistiek. Dat ligt vooral aan de webloggemeenschap zelf: “Het is leuk dat een paar bloggers nu bijvoorbeeld journalisten aan het volgen zijn. Maar hoe lang houden ze het vol?” Het slechte imago, hun relatief kleine bereik⁶⁰ en hun marginale publiek van met name internetnerds maken de weblog volgens Van Jole ook commercieel niet interessant. Te veel interne kruisbestuiving van de *incrowd*

⁵⁶ Belien, Paul. ‘Rathergate’ en de oude media; De journalistiek zal nooit meer hetzelfde zijn.’ In: *NRC Handelsblad*, 7 oktober 2004, Opinie p.8

⁵⁷ Klaver, Marie José. Adopteer een journalist, 29 januari 2004, via http://weblog.nrc.nl/log_print.php?bericht=209&user_id=1

⁵⁸ Shachtman, Noah. All the News That’s Fit to Skewer, 28 januari 2004, via http://www.wired.com/news/politics/0,1283,62068,00.html?tw=wn_tophead_2

⁵⁹ aldus Francisco van Jole

⁶⁰ De *B&W*-uitzending over weblogs trok 422.000 kijkers (een marktaandeel van 7,4), tegenover 432.000 kijkers (marktaandeel 8,1) van de vorige uitzending. Naar de herhaling keken 92.000 mensen, twintigduizend minder dan naar de vorige herhaling. Het ligt voor de hand te veronderstellen dat het meeste weblogpubliek de uitzending niet via tv maar via internet hebben bekeken. Directe links naar de stream waren immers overal opgenomen. Totaal werd hierop 12.923 keer geklikt (hoe lang er vervolgens gekeken is en door hoeveel verschillende personen is onbekend). Bron: www.2525.com

kan ertoe leiden dat weblogs ontoegankelijk, want onbegrijpelijk of oninteressant worden voor buitenstaanders. Uiteindelijk wordt er dan geblogd voor een handvol zelfgenoegzame gelijkgestemden.⁶¹ Van een echte revolutie lijkt het niet te komen. Van Jole voorspelt dat het weblogs hetzelfde zal vergaan als de homepage: “Blogs zullen wel blijven bestaan, maar de hype zal snel afnemen als blijkt dat men er toch niet zoveel mee kan.”

15 - Conclusie

15.1 Zelfregulering

Weblogs zijn nu nog voor een groot deel het domein van anonieme grappenmakers die graag schoppen en shockeren. Moeten we de hoop op een serieuze rol in de journalistiek opgeven? Moet de blogosfeer misschien beteugeld worden met codes of censuur? Volgens Verweij is dat niet nodig. “Internet heeft een zelfregulerende werking”, stelt hij. Bloggers kunnen schrijven en plaatsen wat ze willen, hoe ze willen en wanneer ze willen, maar als dit niet gewaardeerd wordt door het publiek dan zal dit publiek die weblogs eenvoudigweg niet meer bezoeken. De markt filtert op den duur de flauwekul eruit. “Wie wat beweert moet met goede argumenten komen. Wie dat herhaaldelijk doet zal opgemerkt worden, een vast publiek trekken en aanzien verwerven. Bepaalde serieuze blogs zullen zodoende het marginale niveau overstijgen en een belangrijke rol gaan spelen”, denkt Verweij. “Juist de open sfeer van weblogs, waarin kritiek geuit mag worden, maakt zelfregulering mogelijk.” Het is het ideaal van Habermas in de praktijk.

15.2 Een toekomstvisie

Het feit dat veel mensen weblogs als hun belangrijkste nieuwsbron beschouwen, is in elk geval een indicatie dat er iets moet veranderen in de traditionele journalistiek. Een nieuwsconsument heeft immers maar een beperkte lees –en kijktijd, en getuige de afkalvende oplagecijfers van de kranten, worden die uren steeds minder met traditionele journalistiek gevuld. In dat opzicht is de weblog een ontwikkeling die serieus genomen moet worden en waar de media op in moeten spelen om hun functie als informatiebron voor de burger niet te verliezen.

Maar kunnen bloggers de plaats van de traditionele journalistiek geheel overnemen? Professor Jay Rosen denkt wel dat de traditionele journalistiek haar functie als filter en selecteur van het nieuws zal behouden, maar ziet het einde van het massacommunicatietijdperk naderen.⁶² Tijdens een door de NVJ georganiseerd discussie over de betekenis van de nieuwe media voor de journalistiek, werd de stelling geponeerd dat weblogs een onvermijdelijk fenomeen zijn. Het feit dat mensen meer vertrouwen hebben in blogs dan in de traditionele media, kunnen journalisten zien als een uitdaging om hun werk beter te doen. De Franse blogger Loï le Meur vindt, dat wat Napster voor de muziekindustrie heeft betekend, de blog voor de traditionele media in gang zet.⁶³

Weblogs hebben de potentie in zich om iets wezenlijks toe te voegen aan de officiële media. Blogs kunnen de traditionele journalistiek niet vervangen, maar moeten gezien worden als een zeer welkome aanvulling. Journalisten moeten van hun ivoren toren komen en zelf serieus aan de slag gaan met weblogs. Immers de populariteit ervan groeit en als journalisten te lang aarzelen, zetten zij zichzelf buiten spel.

Bij officiële media ‘die er een weblog bij nemen’ gaat het vaak slechts om een andere vorm van publiceren. Op de inhoud heeft die vorm doorgaans weinig invloed. Er is dan meestal ook geen sprake van participatie van het publiek door middel van een reactiemogelijkheid. Een krantenredactie heeft volgens Verweij te veel werk aan het doornemen van de reacties. Wanneer zij besluiten niet te filteren kunnen schunnige reacties het betrouwbare imago van de weblog, en zodoende van de krant aantasten.

⁶¹ Haeck, Sven de. Bloggen op eigen risico, 5 juli 2004

(http://internetjournalistiek.be/dossiers/detail_ebanking.php?nieuwsid=14)

⁶² Friedman, Danny. ‘Ik blog, dus ik besta’. In: *Sum*, december/januari 2004, p.22

⁶³ Friedman, Danny. ‘Ik blog, dus ik besta’. In: *Sum*, december/januari 2004, p.22

De meerwaarde van weblogs voor de journalistiek ligt daarom volgens mij in het gebruiken van serieuze, onafhankelijke blogs als bron. Opvattingen en behoeftes van de burger als *feedback* kunnen zo een grotere rol gaan spelen in de berichtgeving via de massamedia, deze aanvullen en verrijken.

Alles hangt ervan af of weblogs erkend zullen worden door de traditionele media. “De sociale functies en het hogere aanzien dat de traditionele media nog steeds genieten, alsook het zeer gediversifieerde internetgebruik, zorgen ervoor dat het voorlopig twijfelachtig blijft of civiele projecten op het internet ooit (en op grote schaal) kunnen slagen.”⁶⁴ Wanneer de traditionele media volwaardig gebruik gaan maken van het weblogmedium, zal dat leiden tot een verhoging van de kwaliteit van de beschikbare informatie. Het feit dat media weblogs niet per definitie als minderwaardig beschouwen, zal de lat voor bloggers bovendien hoger leggen.⁶⁵

Wanneer zij de intentie hebben een journalistiek product te maken en wanneer dit ook aan de voorwaarden voldoet die aan de journalistiek gesteld worden, kunnen weblogs de traditionele media helpen om weer meer aan te sluiten bij de agenda van de burger, en zo de democratische, onafhankelijke, publieke sfeer revitaliseren. Die intentie is al in kleine mate aanwezig en zal zich zeker verder ontwikkelen.

⁶⁴ Paulussen, Steve. (2004). De toekomst van de on-linejournalistiek. In: *Journalistiek@internet.be*. Ugent, p.351.

⁶⁵ ‘Gideon’, reactie op: ‘Betrouwbaar internet?’. *ICT en Onderwijs BLOG*, 1 oktober 2004, via <http://www.gorissen.info/Pierre/index.php?itemid=958#reacties>

Literatuurverwijzing

- Arnauts, L. (2002). Hinderpalen voor 'burgerjournalistiek. In: *Tussen woord en daad. Deel 2: Beschouwingen over de relatie tussen de media en de burger* (p.2-7). Brussel: Koning Boudewijn Stichting.
- Belien, Paul. "Rathergate" en de oude media: De journalistiek zal nooit meer hetzelfde zijn.' In: *NRC Handelsblad*, 7 oktober 2004, Opinie, p.8
- Bogaerts, Geert-Jan. Internet zet krant en tv onder druk, 27 november 2004, p.M5.
- Broertjes, Pieter. Jaarrede 2002, Utrecht, 19 april 2002.
- B&W Forum, n.a.v. uitzending over weblogs op 27 oktober 2004, via <http://debatplaats.vara.nl/forum/listthreads?forum=141631&offsetPosts=50&thread=943&offset=0>
- Dasselaar, A. (2004). Handboek Internetresearch. Eck en Wiel: Van Duuren Media.
- De betekenis van de weblog in de journalistiek. Discussiebijeenkomst georganiseerd door de NVJ-sectie Internet, op 18 november 2004, 20:00-22:30 in het Park Plaza Hotel te Utrecht.
- De macht van weblogs*, een documentaire van *Netwerk*, uitgezonden op 22 oktober 2004, 20:32 uur op Nederland 1.
- Donkers, H. & Willems, J. (1998). *Journalistiek schrijven voor krant en vakblad*. Bussum: Uitgeverij Coutinho.
- Drok, N. (2002). Civiele journalistiek. Het belang van de professie voor het publieke domein. In: Bardoel, J.; Vos, C.; van Vree, F. & Wijfjes, H. (Red.). *Journalistieke cultuur in Nederland* (p.373-389). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Drok, N. & Jansen, Th. (2001). Even geen Den Haag vandaag. Naar een Nederlandse civiele journalistiek. Den Haag: Sdu Uitgevers.
- Een stem voor de burger? De 'public journalism'-queeste in de Verenigde Staten van Amerika. Rapport 2002, samenvatting, via www.kbs-frb.be/files/db/NL/PUB_1124_SYNON_een_stem_voor_de_burger.pdf
- Friedman, Danny. 'Ik blog, dus ik besta'. In: *Sum*, december/januari 2004, p.22
- Gans, H.J. (1978). *Deciding What's News. A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. New York.
- 'Gideon', reactie op: 'Betrouwbaar internet?'. *ICT en Onderwijs BLOG*, 1 oktober 2004, via <http://www.gorissen.info/Pierre/index.php?itemid=958#reacties>
- Ginneken, J. van (2002). *De schepping van de wereld in het nieuws*. Alphen aan den Rijn: Kluwer.
- Habermas, J. (1996) *The Public Sphere*. In: *Media Studies. The reader*. Ed. P. Marris and S. Thornham. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Haack, Sven de. 'Bloggen op eigen risico', 5 juli 2004, via http://internetjournalistiek.be/dossiers/detail_ebanking.php?nieuwsid=14
- Heeswijk, Erik van. Betrouwbaarheid begint met de pretentie. "Let the games begin!", november 2004, via <http://villa.intermax.nl/digiproject/n/artikelen/commercie.htm>
- Heeswijk, Erik van. Kritiek op weblog kaatst terug: "Dat is toch geen journalistiek", 19 november 2004, via <http://villa.intermax.nl/digiproject/n/artikelen/uitgeefvormen.htm>
- Klaver, Marie José. Adopteer een journalist, 29 januari 2004, via http://weblog.nrc.nl/log_print.php?bericht=209&user_id=1
- Lammers, Laurens. Waar blijft het blad voor webloggers? 19 december 2003, via <http://villa.intermax.nl/ij/?pagina=opinie&sub=webloggers>
- MacKinnon, Rebecca. 'How Participatory Journalism is Being Used Now.' In: *Viva la Competencia! "The Press" and Servant Journalism*, 22 januari 2004, via <http://www.timporter.com/firstdraft/archives/000246.html>
- Paulussen, Steve (2004). De toekomst van de on-linejournalistiek. In: *Journalistiek@internet.be*. Ugent, p.346 (via www.internetjournalistiek.be)
- Schlesinger, Philip (1987). *Putting 'Reality' Together: BBC News*. Londen.
- Scholten, O. (1982). *Krant en democratie. Een studie naar politieke informatie in landelijke dagbladen*. Amsterdam.
- Shachtman, Noah. All the News That's Fit to Skewer, 28 januari 2004, via http://www.wired.com/news/politics/0,1283,62068,00.html?tw=wn_tophead_2

- Sommer, Martin. 'Ook journalist verdwaalt in machtsnevel'. In: *Volkskrant*, 19 mei 2004, p.13
- Souffreau, Bram. 'Weblogs zijn geen journalistiek', 7 december 2003, via http://internetjournalistiek.be/dossiers/detail_ebanking.php?nieuwsid=14
- Stand van zaken. Nieuwe publieksparticipatie. In: *Gevolgen van de digitalisering voor de journalistiek* (lopend onderzoek), via <http://villa.intermax.nl/digiproject/n/nstand/publieksparticipatie.htm>
- Steeman, Jeroen. "Blogging politics: Weblogs als oplossing voor de crisis van de politiek". *Nota voor Media & Democratie*. Utrecht, 1 juli 2004, via www.minitruue.nl/essays/bloggingpolitics.html.
- Thompson, G. Weblogs, warblogs, the public sphere, and bubbles. In: *Transformations*, No.7, september 2003 <http://transformations.cqu.edu.au/journal/pdf/no7/thompson.pdf>.
- Tuinstra, Fons (2004). *De rauwe emoties van de weblog*, via <http://villa.intermax.nl/digiproject/n/artikelen/tuinstra4.htm>
- www.2525.com

Mondelinge bronnen:

Raed Jarrar
Francisco van Jole
Jeroen Steeman
Peter Verweij