

Hoe het internet onze media wurgt en waarom dat misschien niet eens zo erg is

By Indymedia.be on 18/04/2008 - 10:24

BRUSSEL -- Na het klimaat is nu ook onze cultuur om zeep. Onze kranten, filmstudio's en platenlabels die garant staan voor kwaliteit dreigen opgeslokt te worden door het grote zwarte gat van het door amateurs gerunde Web 2.0. Zo ongeveer klinkt de klacht van Andrew Keen, ooit een internetpionier, maar nu een internetscepticus. De commerciële media gaan een onzekere toekomst tegemoet op het internet. Vraag is of we daar echt rouwig moeten om zijn.



Andrew Keen maakt in zijn boek *De @-cultuur* een onterechte karikatuur van de amateur (een oneindige massa typende apen die statistisch af en toe wel eens een Hamlet oplevert). Het internet is een vluchthaven geworden voor specialisten die in de traditionele media geen plaats meer krijgen. Denk aan de boom van weblogs over kunstkritiek of gespecialiseerde sites over journalistiek. Een nederige journalist doet trouwens graag een beroep op de kennis van ervaringsdeskundigen als hij een artikel moet schrijven over armoede, stress op het werk of racisme op de arbeidsmarkt. Met een beetje training kunnen die ervaringsdeskundigen ook zelf leren een degelijk artikel te schrijven.

Cultuurpessimist Keen heeft ook een wel zeer naïef geloof in de commerciële media. Op het zo geroemde professionalisme van de journalist is wel wat aan te merken. In een reactie op het overlijden van onderzoeksjournalist Walter De Bock zei zijn vroegere hoofdredacteur bij De Morgen Paul Goossens: "Dit soort onderzoeksjournalistiek kan niet meer omdat de druk van het management op journalisten zo groot geworden is en het kortetermijnpresteren heerst: je moet zoveel artikels per dag schrijven over onderwerpen die liefst niet te moeilijk zijn." De meeste journalisten zijn onder die druk haastige allrounders geworden.

Zijn de traditionele media de hoeders van het intellectuele leven, zoals Keen gelooft? De professionele intellectueel Jan Blommaert toonde in zijn vorig jaar verschenen boek "De crisis van de democratie. Commentaren op actuele politiek" aan dat er ook wel iets schort aan het intellectuele debat in de traditionele media. Er is een inflatie van goedklinkende en

botsende meningen en die drummen het kritische maar onderbouwde betoog van de intellectueel weg. Journalisten die recent nog geprobeerd hebben Jan Blommaert te interviewen weten het ondertussen. Hij weigert opgevoerd te worden in de massamedia als dat moet gebeuren in de geforceerde formats of als dat louter dient om hem enkele leuke quotes te ontlokken.

Wie trouwens al de terechte, maar niet echt terzake doende kritieken van Keen op de explosieve verspreiding van porno op het net of de stijging van het aantal gokverslaafden wegkrabt, blijft met een jammerklacht zitten over de afwezigheid van een succesvol businessmodel voor de mainstreammedia na de internetrevolutie. In de toekomst zullen er minder kranten verkocht worden. Een groeiend aantal mensen informeert zich op het net. Traditionele media worden er verplicht hun content gratis aan te bieden en krijgen er concurrentie van burgermedia en nieuwe spelers als Google die met een flink deel van de reclamekoek gaan lopen zonder zelf ooit één artikel te produceren.

Voor de traditionele media is dat dramatisch. Vraag is of dat ook dramatisch is voor de toekomst van de media. De commerciële professionele media zijn een zeer recent fenomeen in de geschiedenis van de journalistiek. In de VS doken ze op aan het eind van de 19de eeuw. In België bestaan ze zelfs pas een goede dertig jaar. Andrew Keen noemt de BBC en The Guardian voorbeelden van media die het hoofd boven water houden doordat ze non-profit zijn. Hoewel er ook op die media veel aan te merken valt, zijn het voorbeelden van niet-commerciële media die nieuws niet als koopwaar beschouwen.

Hier en daar klinkt nu al de roep om meer overheidssteun voor de pers. Als de mediacrisis de komende jaren nog iets harder toeslaat en er enkele titels dreigen te verdwijnen, zal die roep alleen maar luider gaan klinken. Er bestaan genoeg interessante ervaringen met overheidssteun die een al te grote inmenging vermijden en de onafhankelijkheid garanderen. Denk aan het Fonds Pascal Decroos. Sommige media leerden de afgelopen jaren ook dat ze kunnen overleven door zo'n uitzonderlijke kwaliteit aan te bieden dat er toch nog een publiek bereid gevonden wordt er iets voor te betalen. In verschillende landen lijken kwaliteitsmedia beter stand te houden dan de tabloids. Tenslotte is er in die nieuwe mediaconstellatie ook een rol weggelegd voor het middenveld. In de VS zijn dat mensen of organisaties met veel geld die via trusts en foundations investeren in kwaliteitsjournalistiek. In België zouden dat de sociale bewegingen kunnen zijn. Het maandblad Mo* is een eerste experiment in die zin. Het is een bewijs dat een opgefriste participatie van het middenveld in de media geen terugkeer hoeft te betekenen naar het verzuilde landschap van weleer.

Auteurs
Han Soete
Christophe Callewaert
Indymedia.be

