

NICO  
CARPENTIER

*Nico Carpentier is docent communicatiewetenschappen aan de VUB, waar hij in de profielen Media en Cultuur, en Media, Democratie en Journalistiek doceert en ook onderzoek verricht. Met zijn onderzoek poogt Nico Carpentier deze culturalistische, politiek-democratische en communicatiewetenschappelijke invalshoeken te verzoenen. Het concept participatie vormt een van de rode draden doorheen zijn onderzoeksinteresses. En dat verklaart ook zijn aandacht voor participatieve media, die te situeren zijn in de hoek van de alternatieve, gemeenschaps- en burgermedia. Zijn meest recente publicatie daarover is het boek "Understanding Alternative Media", in december 2007 verschenen bij Open University Press, dat hij schreef samen met Bart Cammaerts en Olga Bailey. Meer informatie over Nico Carpentier vind je op zijn website <http://homepages.vub.ac.be/~ncarpent/>*

## BURGERMEDIA VOOR DE 21STE EEUW

Het succes van de nieuw generatie van mediatechnologieën – in combinatie met hun vermeend interactief en zelfs participatief gehalte – doet het vermoeden rijzen dat we momenteel de zoveelste communicatieve revolutie beleven.

Om de huidige (media) transformaties en de mogelijkheden van (massa) media om bij te dragen tot een participatief-democratische cultuur, naar waarde te kunnen schatten, is het noodzakelijk om in eerste instantie niet naar (massa) media en de bijbehorende technologieën te kijken, maar naar de achterliggende politiek-ideologische processen.

Alleen met deze lange maar onvermijdelijke omweg wordt het mogelijk om de potentiële maatschappelijke en democratische rol (len) van (massa) media en in het bijzonder van burgermedia in de 21ste eeuw enigszins te kunnen begrijpen.

Het uitgangspunt van deze tekst is namelijk dat participatie een politiek-ideologisch betwist begrip is, en dat de discussie over de rol van (burger) media daar onherroepelijk deel van uitmaakt. Om die reden start deze tekst met een reflectie over de participatiediscussie, om pas dan te gaan kijken naar de rol die media (zowel mainstream (massa) media als (alternatieve) burgermedia) hierin kunnen spelen. De complexiteit van deze discussie maakt dat we gevat zullen worden in een moeizaam proces van insluiten van wat participatief is, en uitsluiten van wat het niet is, wat fundamenteel bemoeilijkt wordt doordat de inhoud van onze basisconcepten niet vast staat. En eens we in deze chaotische diversiteit min of meer hebben kunnen bepalen waar de grenzen liggen, en de kernmerken van participatieve burgermedia wat meer kunnen verduidelijken, dan zal blijken dat ook zij verre van stabiel zijn, en in een quasi-permanente staat van latente bedreiging verkeren. Maar, zoals ik in mijn besluit zal aangeven, misschien maakt juist dat ze zo waardevol.

---

## ***Het sleutelbegrip participatie***

De term ‘participatie’ wordt in veel maatschappelijke domeinen gebruikt om naar een verscheidenheid aan praktijken te verwijzen. Bijvoorbeeld binnen de politieke sfeer is participatie één van de democratische basiscomponenten, naast wat representatie of vertegenwoordiging op basis van machtsdelegatie wordt genoemd. In meer economische sferen is er sprake van werknemersparticipatie, waarbij de betekenis van participatie varieert van aandeelhouderschap tot medebeslissingsrecht binnen de socio-economische overlegstructuren. Hetzelfde begrip is ook binnen de culturele wereld gebracht. Zo heeft de notie cultuurparticipatie een prominente plaats in het Vlaamse cultuurbeleid gekregen, in die mate dat de ‘*verhoging en verruiming van de cultuurparticipatie*’ (Vlaams Minister van Cultuur, 2000, p. 8) tot één van de basisdoelstellingen is gepromoveerd. In mediastudies wordt verwezen naar symbolische of rituele participatie, waar mediagebruikers deelachtig (gemaakt) worden in dominante culturen door hun blootstelling aan deze (massa) media. In het veld dat burgermedia (en community of alternatieve media) bestudeert, verwijst participatie dan weer naar de verschillende vormen van betrokkenheid in het functioneren van deze media (variërende van betrokkenheid in de productie tot in het management).

Deze diversiteit is de duidelijkheid van deze term niet ten goede gekomen. Reeds in 1970 schreef Carole Pateman dat ‘*the widespread use of the term [...] has tended to mean that any precise, meaningful content has almost disappeared.*’ (p. 1) We kunnen echter op twee manieren met dit probleem omgaan. Een eerste manier bestaat erin om te betreuren dat deze chaos op betekenisvlak is ontstaan, en om te proberen de authentieke betekenis van het participatie-begrip bloot te leggen. Deze manier is relatief oud: reeds in 1969 publiceerde Arnstein haar participatieladder met de volgende 8 trappen: manipulatie, therapie, informatieverbreiding, consultatie, verzoening, partnerschap, machtsdelegatie en burgercontrole. Vanuit een enigszins andere hoek werd een driedelig model ontwikkeld, dat echter structureel sterk gelijkt op

Arnstein's werk. In 2001 publiceerde de OECD namelijk een model met drie trappen: informatieverspreiding, consultatie en actieve participatie. Aanzienlijk minder kritisch en radicaal dan Arnstein's model (de boven- en de onderkant van de ladder zijn namelijk weggelaten) krijgen we de volgende (politiek-getinte) definitie van participatie aangeboden: *participatie is 'a relation based on partnership with government, in which citizens actively engage in the decision- and policy-making process. It acknowledges a role for citizens in proposing policy options and shaping the policy dialogue - although the responsibility for the final decision or policy formulation rests with government.'* (OECD, 2001: 16) Deze definitie van participatie vertoont heel duidelijk echo's van de klassieke definitie van participatie, zoals die ontwikkeld werd door Pateman in haar boek uit 1970 - *Democratic Theory and Participation* - waar ik daarnet al naar verwezen heb. Daar maakt zij het onderscheid tussen partiële en volledige participatie, waarbij partiële participatie wordt gedefinieerd als *'a process in which two or more parties influence each other in the making of decisions but the final power to decide rests with one party only'* (Pateman, 1970, p. 70). Volledige participatie wordt daarentegen gezien als *'a process where each individual member of a decision-making body has equal power to determine the outcome of decisions.'* (Pateman, 1970, p. 71).

Al deze omschrijvingen en benaderingen hebben een gemeenschappelijke - bijna messianistische - bezorgdheid ten opzichte van het participatiebegrip: ze willen het beschermen en redden. De strategie achter deze reddingspogingen is relatief gelijklopend, omdat het er steeds opnieuw op neerkomt om een verschil te creëren met praktijken die in naam participatief zijn, maar die het 'eigenlijk' niet zijn of slechts gedeeltelijk. De tweede manier om met deze diversiteit in betekenis om te gaan, neemt (toch in eerste instantie) afstand van de vraag waar de grens tussen authentieke participatie en pseudo-participatie juist dient te liggen, en kijkt naar het betekenisgevend proces achter de participatiedefinitie als een onderdeel van een politiek-ideologische strijd. In dit perspectief is de definitie van participatie één van de vele maatschappelijke velden waar een politieke strijd wordt gevoerd tussen de minimalistische en de maximalistische vormen van democratie en politiek. Het is een strijd tussen twee politiek-ideologische, archetypische modellen, waar enerzijds in het minimalistische model democratie grotendeels beperkt wordt tot representatie (en participatie tot het proces van verkiezingen), en het politieke tot het domein waarbinnen de politieke elites hun besluitvorming organiseren. Anderzijds wordt in het maximalistische model democratie gezien als een combinatie van representatie en participatie, en wordt het politieke gezien als een dimensie van het sociale, dat actief kan zijn in de sfeer van de politieke besluitvorming, maar evenzeer in alle andere maatschappelijke sferen (zoals economie, cultuur en media, om er maar enkele te noemen).

De definitie van participatie is een (belangrijk) onderdeel van de confrontatie tussen beide modellen, en haar concrete invulling verschuift naar gelang het gehanteerde model. Dit is geen louter academische strijd, maar een politiek-ideologische strijd om de vanzelfsprekendheid van hoe onze politieke realiteit gedefinieerd en georganiseerd wordt. Het is ook geen louter strijd in woorden, maar een strijd die gepraktiseerd en beleefd wordt. Het is met andere woorden op basis van de idee van participatie dat we ons handelen op een welbepaalde manier structureren. De participatiedefinitie is ook geen louter resultante van deze politiek-ideologische strijd, maar een constituerend en integraal onderdeel ervan. (Net iets te ongenueanceerd gesteld:) het is het begin en einde van deze strijd, omdat de participatiedefinitie ons toelaat om het participatieve proces te denken, te benoemen en uit te dragen (als minimalistisch of maximalistisch), en omdat die participatiedefinitie tegelijk gevormd wordt door onze concrete (minimalistisch- of maximalistisch-participatieve) praktijken. De definitie wordt deels vanuit het handelen geconstrueerd, en construeert en structureert deels het handelen.

De tweede benadering van de diversiteit achter de definitie van participatie is niet noodzakelijk losgekoppeld van de eerste benadering (die op zoek gaat naar authentieke participatie). Er zijn namelijk drie componenten uit die eerste benadering die meer dan het redden waard zijn.

1/Als die eerste reeks van definities wat meer van nabij bekeken wordt, dan kunnen we daaruit vrij snel de kern van de hele discussie (en de politiek-ideologische strijd die erachter schuilgaat) distilleren. Het concept dat steeds opnieuw - in vele gedaanten - in deze definities terugkeert, is macht, en meer bepaald de mate waarin macht in een samenleving verdeeld is. Enige voorzichtigheid is hier op zijn plaats, omdat de neiging vaak bestaat om macht te reduceren tot iets wat een bepaalde groep bezit. Echter, auteurs zoals Foucault - en ik volg hen met plezier hierin - hebben geargumenteed dat macht een altijd aanwezig kenmerk is van sociale relaties. In hedendaagse samenlevingen is een machtsverhaal met andere woorden altijd een complex verhaal van machtsstrategieën, tegenmacht en verzet, dat niet louter op één maatschappelijk vlak (zoals 'de' economie of 'de' politiek) wordt beslecht, maar dat op alle maatschappelijke vlakken aanwezig is. Ondanks (of juist dankzij) deze nuance kunnen we de participatiediscussie zien als een strijd om politieke macht (in de breedste zin van het woord), of beter: als een machtsstrijd over wie welke rollen in een samenleving kan opnemen. In de minimalistische modellen wordt macht bij voorkeur zo gecentraliseerd mogelijk gehouden, terwijl in de maximalistische modellen macht als zo gedecentraliseerd mogelijk georganiseerd wordt. De eerste benadering laat ons toe om de discussie over participatie te zien als een latent conflict (dat soms manifest wordt) over wie in een samenleving betrokken wordt bij de maatschappelijke besluitvorming, bij de definiëring en oplossingen van maatschappelijke problemen volgens welbepaalde procedures, en bij de maatschappelijke discussies over deze definities, procedures en oplossingen. Wie het recht en de mogelijkheid (en 'de' macht) heeft om zich hierover uit te spreken, is daarbij een integraal onderdeel van de participatiediscussie en de achterliggende machtsstrijd.

2/Ten tweede komt uit deze eerste benadering ook de noodzaak tot (een weliswaar open) afbakening van het participatiebegrip voort. De bovenstaande discussie kan ook alleen maar gevoerd worden als we die afbakening doorvoeren. In die zin worden we onvermijdelijk teruggebracht naar de eerste benadering, en de basisconcepten die hier gebruikt worden. Die basisconcepten worden weliswaar fluïde ingevuld - als wat vlottende betekenaars wordt genoemd - maar hun loutere bestaan is natuurlijk evenzeer belangrijk. Op zich kan dit als een vanzelfsprekendheid gezien worden, ware het niet dat een aantal andere concepten mee in deze discussie betrokken zijn geraakt, met name toegang en interactie. Aangezien beide termen veel minder sterk vereenzelvigd worden met het machtsbegrip, is hun inschakeling evenzeer een onderdeel van de strijd om de maximalistische of minimalistische invulling van participatie. Voor een meer uitgebreide bespreking van deze dynamiek verwijs ik graag naar een andere recente publicatie (zie Carpentier 2007); het volstaat hier om bij wijze van illustratie te verwijzen naar de UNECSO-debatten over toegang en participatie (in de context van de ontwikkeling van de Nieuwe Informatie en Communicatie WereldOrde (afgekort als NWICO)). Daar werden toegang en participatie (vanuit een communicatieve benadering) als twee onderscheiden begrippen gedefinieerd. Toegang wordt gezien als *'the use of media for public service. It may be defined in terms of the opportunities available to the public to choose varied and relevant programs and to have a means of feedback to transmit its reactions and demands to production organisations. Participation implies a higher level of public involvement in communication systems. It includes the involvement*

*of the public in the production process and also in the management and planning of communication systems. Participation may be no more than representation and consultation of the public in decision-making.*' (geciteerd in Servaes, 1999, p. 85) Het is opvallend dat de opmars van het internet vergezeld ging van het belangrijker worden (om niet te zeggen hypen) van de concepten toegang en interactie. Aangezien beiden 'slechts' noodzakelijke voorwaarden zijn voor participatie, zorgde deze toename in het belang van toegang en interactie voor een impliciet afzwakken van de meer radicale en maximalistische component in de betekenis van participatie. Juist het impliciete karakter van deze afzwakking bemoeilijkt de analyse van de politiek-ideologische strijd achter het participatieconcept, en legitimeert tegelijk de afbakening van de verschillende begrippen toegang, interactie en participatie.

3/Een derde component die uit de eerste discussie naar voren komt, is de onvermijdelijkheid van de positionering van elke auteur die zich in deze discussie mengt. Ideologie stopt niet aan de grenzen van de analyse, maar maakt integraal onderdeel uit van deze analyse. Dit neemt niet weg dat een loutere discussie over de 'juiste' definitie te eenvoudig is - vandaar het belang van de tweede benadering. Maar een zuivere beschrijving van de machtsdynamica achter het concept is evenzeer te eenvoudig. Vandaar dat ook hier de eerste benadering (in een licht gewijzigde vorm) instrumenteel kan zijn. Concreet betekent dit dat deze tekst de vraag van heel wat auteurs (Anthony Giddens om er één te noemen) onderschrijft om de democratie verder te (blijven) democratiseren, en alle maatschappelijke velden (inclusief de media) in dit democratiseringsproces te betrekken. Dit betekent echter niet dat alle expertsystemen genadeloos gesloopt moeten worden - hetgeen wat moeilijk zou zijn voor een academicus om te bepleiten - maar wel dat de machtsevenwichten en participatiemogelijkheden in elk maatschappelijk domein eerst nauwgezet geanalyseerd en vervolgens gemaximaliseerd dienen te worden. Ik besef natuurlijk ten volle dat het pleidooi voor toegenomen maatschappelijke machtsevenwichten een utopische dimensie heeft. Situaties van volledige participatie - zoals door Carole Pateman omschreven - zie ik eerder als utopische 'niet-plaatsen' (of juister: 'never-to-be-places'), die altijd onbereikbaar en leeg zullen blijven, maar die tegelijk een belangrijke rol spelen als ultiem ankerpunt en horizon voor analyse, discussie en hervorming. Ondanks de onmogelijkheid om deze situaties in de sociale praxis volledig te realiseren, dient hun fantasmagorische realisatie als de broedplaats voor democratische vernieuwing en verdieping. Zoals de Franse schrijver van Ierse afkomst, Samuel Beckett, het ooit eloquent formuleerde: '*Ever tried. Ever failed. Never mind. Try again. Fail better.*' (1)

---

## ***Wat dan met de (massa)media van de 21ste eeuw?***

De bovenstaande discussie over participatie bevat al een aantal verwijzingen naar de (potentiële) rol van (massa) media in de participatiediscussie. Die (massa) media zijn in onze hedendaagse Westerse samenlevingen alomtegenwoordig. Die vaststelling kan echter tot een veelheid aan (soms tegenstrijdige) analyses en verwachtingen leiden. Ze leidt bijvoorbeeld vaak tot blindheid voor andere maatschappelijke structuren, waardoor (massa) media gezien worden als de enige betekenisgevende structuren in onze samenleving, ten koste van de politieke, ideologische, sociale, artistieke en militaire sferen die ons omringen. In dat opzicht lijken we - om een wat makkelijke metafoor te gebruiken - erg op konijnen die verblind naar een lichtbak zitten te staren, en daardoor de rest van de omgeving compleet uit het oog verliezen, omdat die lichtbak de omgeving is geworden.

Tegelijk zijn (massa) media te aanwezig om ze te negeren. Zonder te willen geloven in hun direct, lineair, onmiddellijk en onbetwistbaar effect, bieden ze ons wel beelden van onze werelden aan. Vanuit hun specifieke manieren van werken en representeren, zijn die beelden steeds partieel, alle misplaatste media-als-spiegel-van-de-samenleving metaforen ten spijt. Maar die beelden zijn er wel, in onze huiskamers, treinen, auto's, werkplaatsen en straten. (Massa) media zijn niet de enige sfeer, maar wel - alleen al vanuit hun aanwezigheid - een belangrijke sfeer.

Vanuit hun specifieke manieren van werken nemen (massa) media een aantal al even specifieke rollen waar. Ze zijn de waakhonden van het politieke systeem en informeren ons over de verwezenlijkingen en tekortkomingen van dit systeem. Ze behoren tot de belangrijkste publieke sferen waar discussie, dialoog en debat gevoerd kunnen worden. Ze zijn bron van amusement en plezier, en functioneren als hedendaagse vertellers van verhalen. Soms zijn ze onze '*transmoderne leraars*' (dixit John Hartley (1999)), die ons in staat stellen de kennis over de samenleving uit te breiden, zonder dat ze in een al te paternalistische toon vervallen. Ze bieden ons een band aan met de samenleving waarin we leven en tonen ons welke waarden, levensstijlen en (sub) culturen hier beleefd worden.

Gezien hun alomtegenwoordigheid en hun maatschappelijk belang zijn (massa) media natuurlijk ook relevant in de discussie over participatie. Een deel van deze discussie beschouwt participatie op symbolisch vlak, waar we met zijn allen via de (massa) media deelachtig gemaakt worden aan (min of meer) dezelfde cultuur. We nemen frequent deel aan collectieve, gemeentatiseerde rituelen zoals het kijken naar of het beluisteren van het nieuws, of het lezen van de (ochtend)krant. Ook via allerlei andere formats en genres komen we als mediagebruikers in aanraking met de samenleving waarin we leven. Dit geldt niet alleen voor de meer voor de hand liggende mediaproducten zoals documentaires, reportages en duidingsprogramma's, maar ook voor literatuur, soaps, reality televisie, stripverhalen, enzovoort. Echter, het participatief gehalte van dergelijke vormen van 'mediaparticipatie' is meestal erg laag, in die mate zelfs dat de vraag gesteld kan worden of hier sowieso wel sprake is van participatie, en of de term interactie niet beter op zijn plaats is.

Naast deze vormen van media-interactie worden er ook meer intense vormen van mediaparticipatie onderscheiden en erkend. Zowel binnen de mainstream media als bij burgermedia zijn er momenten waar niet-professionele mediamakers effectief in die media betrokken worden. Enerzijds staan deze vormen van participatie soms in functie van de geproduceerde inhoud, waardoor het mediaproduct centraal komt te staan. Of de klemtoon kan gelegd worden op structurele participatie, waardoor de mediaorganisatie en haar beleid centraal komen te staan. Hierdoor komt het accent meer te liggen op de machtsrelaties binnen de besluitvorming van de mediaorganisaties en het betrekken van niet-professionelen in het redactionele en algemene beleid en de administratie.

In de concrete mediapraktijk zijn er vele varianten mogelijk. Als we ver teruggaan in de tijd dan kunnen we de vele oude vlugschriften perfect definiëren als vormen van mediaparticipatie, maar bijvoorbeeld ook de opstartfase van radio in de jaren '20 van de 20ste eeuw kende vele voorbeelden van niet-professionele zenders (van de vroege radioclubs, over de kleinzenders tot de nog steeds bestaande (en vaak vergeten) radioamateurs). Voor wat dit laatste voorbeeld betreft: het was Bertolt Brecht's radiotheorie (zie de door Marc Silberman verzamelde essays (2001)) die begin jaren '30 het theoretische fundament leverde voor de droom van de omvorming van radio als distributieapparaat naar radio als communicatieapparaat.

In de hedendaagse praktijk van de (mainstream) media voorzien kranten nog steeds de mogelijkheid om opiniestukken te publiceren, en laten radio- en televisieomroepen hun luisteraars en kijkers aan het woord of in beeld in de vele talkshows en reality televisie programma's. Tegelijk zijn er in de geschiedenis van burgermedia ook vele – op participatie gerichte – verschijningsvormen ontstaan, gaande van de publicaties van de vele oude en nieuwe sociale bewegingen (met *The Liberator* en *The Advocate* als vroege Amerikaanse voorbeelden – zie hiervoor Bob Ostertag's (2006) historische analyse), over de fanzines tot de alternatieve radio- en televisieomroepen.

Echter, vanaf de jaren '90 van de 20ste eeuw (en in enkele visionaire gevallen wat vroeger – denk bijvoorbeeld aan Hakim Bey's *TAZ* (1985)) werd de blik van heel wat participatieve theoretici gericht op de zogenaamde nieuwe media. De komst van het internet en vooral het www zou niet alleen alle informatie voor iedereen beschikbaar maken (dixit Nicholas Negroponte) maar zou ook een hele nieuwe communicatiewereld mogelijk maken, met onmiddellijk in het kielzog daarvan de droom van een toegenomen mediaparticipatie. Die droom lijkt op het eerste gezicht uitgekomen te zijn: terwijl eerst nog iedereen een webpagina moest aanmaken om online te publiceren, is met de komst van de web 2.0 technologie blogging een uitermate populaire en toegankelijke manier ontstaan om teksten, foto's en audio- en videomateriaal te publiceren. (2)

Het discours van de *nieuwheid* dat achter deze nieuwe media schuilgaat, brengt een niet te onderschatten probleem met zich mee. Ons hele denken over de mogelijkheden van de media is nu gefocust op de nieuwe media, waardoor de zogenaamde 'oude' – Acland (2007) noemt ze 'residuele' – media aan onze aandacht dreigen te ontsnappen. De krant, de radio en de televisie lijken plots media uit de vorige eeuw geworden te zijn, die het niet waard zijn om in de discussie over participatie betrokken te worden. Daarbij worden drie cruciale denkfouten gemaakt. Ten eerste wordt het culturele belang van de oude media structureel onderschat. Diezelfde oude media spelen nochtans nog steeds een belangrijke rol in vele mensenlevens. Verblind door het futurologische opbod, en door de hoop op een betere toekomst die de nieuwe mediapausen ons voorhouden, worden de vanzelfsprekende aanwezigheid en de mogelijkheden van de oude media vaak vergeten. Ten tweede wordt de institutionele aard van de huidige mediawerelden uit het oog verloren. Heel wat mediaproducten komen nog steeds tot stand in mediabedrijven – oude top-down systemen die op een kapitalistische logica geënt zijn en die niet altijd de grootste liefhebbers zijn van de maximalistische benadering van participatie en democratie. In dit techno-optimisme wordt vergeten dat de routines, identiteiten, praktijken, overtuigingen, en beelden die in het oude mediasysteem circuleren, niet verdwenen zijn, maar mee het nieuwe mediasysteem vormgeven. Ten derde wordt zo een technologisch-deterministisch model vooropgesteld, waarbij er vanuit wordt gegaan dat welbepaalde mediatechnologieën per definitie meer participatie toelaten dan andere. Zonder het belang van de specificiteit van mediatechnologieën te willen onderschatten, is het participatief gehalte van mediatechnologieën afhankelijk van de manier waarop ze ingezet worden. In de praktijk betekent dit dat ook web 2.0 technologieën perfect top-down en onparticipatief gebruikt kunnen worden.

De voorzichtigheid die de vorige paragraaf inspireerde betekent niet dat ik blind blijf voor de participatieve mogelijkheden van zowel oude als nieuwe media (technologieën). Bovendien is met de komst van het www de diversiteit aan participatieve media-mogelijkheden sterk toegenomen, bijvoorbeeld met blogging, vlogging, webzines, internet radio (en televisie), podcasting, digital storytelling en wikis (zie Gangadharan (2007) voor een recente discussie vanuit een alternatieve media perspectief).


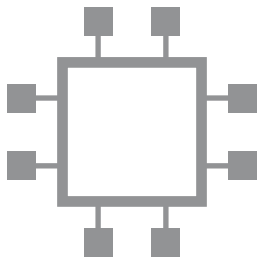
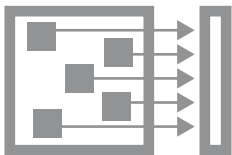
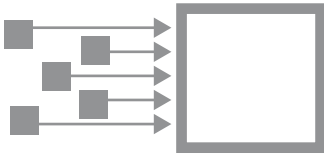
Maar zelfs in de bovenstaande opsomming van participatieve mediatechnologieën en -praktijken is het moeilijk om aan de technologische invalshoek te ontsnappen, aangezien alle benamingen sterk gebonden zijn aan specifieke technologieën. Wat daardoor opnieuw wat uit het oog dreigt verloren te worden, is dat deze technologieën ten eerste het informatie- en communicatiegedrag van mediaproductanten en -gebruikers mogelijk maken. Uiteindelijk bestaan netwerken uit mensen en niet-mensen, uit organismen, mensen en machines. Anders gezegd: er bestaat voor elke cyberspace een cyberplace. In deze cyberplace wonen, leven en werken specifieke media-gebruikers. In hun eigen dagelijkse levens, binnen de eigen sociale contexten maken zij gebruik van specifieke technologieën. Ten tweede worden participatieve processen (zoals hoger reeds gesteld) van deze mensen niet gegarandeerd door welbepaalde technologieën. Elke technologie kan op een hele reeks manieren aangewend worden, en het participatief karakter is afhankelijk van het machtsverhouding tussen een professionele media-elite en de betrokken niet-professionelen, niet van de technologie op zich. Ten derde staat het gebruik van deze technologieën, en hun potentieel participatief gebruik niet los van hun organisationele component. Participatie wordt met andere woorden georganiseerd, en komt in bijna alle gevallen tot stand door de werkzaamheden van formele (of soms informele) organisaties. Zelfs in de blogosfeer is het bestaan van de individuele publicist een romantische illusie, omdat de bloginfrastructuur aangeleverd wordt door organisaties (en vaak bedrijven). Voor een belangrijk deel is – zoals Henry Jenkins in *Convergence culture* (2006) blootlegt – deze organisationele context ook commercieel, waardoor er een vermenging van top-down bedrijfsprocessen en bottom-up consumptie/productie-processen ontstaat. Het bestaan van YouTube, met Google als eigenaar, is hiervan één van de eenvoudigste voorbeelden.

Om deze participatieve diversiteit toch enigszins in kaart te proberen brengen, zijn de onderstaande vier modellen ontwikkeld. Voortbouwend op het belang van de organisationele logica in het faciliteren van participatie die hierboven werd aangeraakt, kan de organisatie van participatieve processen aan de hand van vier verschillende (en ideaaltypische) modellen gesynthetiseerd worden. Hierbij worden deze vier modellen aan de hand van twee dimensies gestructureerd: het al dan niet (formeel of informeel) lid zijn van de organisatie, en de gerichtheid van de organisatie op het faciliteren van louter toegang en interactie of op het faciliteren van toegang, interactie en participatie. Alleen in de eerste twee modellen betreft het echter organisaties die participatie faciliteren, in de andere gevallen is er sprake van semi-participatie.

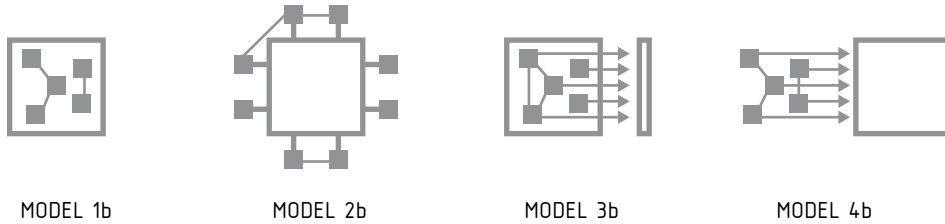
In het eerste model is er sprake van een op participatie gerichte organisatie waar de participanten deel uitmaken van de organisatie zelf. Het zijn met andere woorden de leden van de organisatie die de eigen participatie organiseren. Een klassiek voorbeeld zijn alternatieve radio's, die zich vaak onder de vleugels van AMARC (3) bevinden, of de zogenaamde IMCs, waarvan Indymedia (4) het bekendste voorbeeld is. Hoewel in beide gevallen het bestaan van verschillende soorten lidmaatschappen (met een verschillende mate van betrokkenheid) frequent voorkomt, bestaat er in dit model een (relatief) uitdrukkelijke band tussen een participant en de organisatie. In het tweede model nemen de leden van de organisatie een meer faciliterende rol in, wat impliceert dat hun organisatie erop gericht is anderen (dat wil zeggen: niet-leden) te laten participeren. Voorbeelden hier zijn (gedeeltelijk) in de sector van de community radio's te vinden. Vaak zijn community radio's immers sterk gericht op het laten participeren van de leden van een specifieke gemeenschap, maar staan deze participanten relatief los van de eigenlijke organisatie. Een ander voorbeeld is het Britse Video Nation project (zie Carpentier 2003, en <http://www.bbc.co.uk/videonation/>), waar de BBC reeds begin jaren '90 een vergelijkbaar participatief project organiseerde. Ten derde kan hier ook de sector van de digital storytelling vermeld worden, waar organisaties zoals het Center for Digital Storytelling (5) 'hun' participanten ondersteunen in het creëren van digitale narraties.

In de tweede groep modellen is de doelstelling van de organisaties er niet op gericht om participatie toe te laten of te ondersteunen, maar beperken zij zich tot het organiseren van toegang en/of interactie. In een aantal (relatief zeldzame) gevallen gaat het hier om organisaties die een vorm van lidmaatschap kennen (model 3). Hier is het voorbeeld de sector van de community wifi, die erop gericht is 'haar' leden toegang tot het draadloos internet te verschaffen. Organisaties zonder lidmaatschap die toegang en interactie faciliteren (model 4) komen daarentegen frequent voor, in vele vormen. Voorbeelden zijn hier de organisaties die blog- of vlog-faciliteiten bieden, zoals Ourmedia en YouTube (6), en websites gericht op sociaal netwerken, zoals Facebook en MySpace (7). Ook de vele vormen van wat frequent burgerjournalistiek wordt genoemd - waarbij niet-professionelen ruw materiaal leveren aan nieuwsredacties - valt onder deze noemer.

FIGUUR 1: MODELLEN VAN (SEMI-) PARTICIPATIEVE ORGANISATIES

	LIDMAATSCHAPSORGANISATIE	NIET-LIDMAATSCHAPSORGANISATIE
ORGANISATIE GERICHT OP TOEGANG, INTERACTIE EN PARTICIPATIE	 <p>MODEL 1 Voorbeeld: Alternatieve Radio of Independent media center (IMC)</p>	 <p>MODEL 2 Voorbeeld: Community Radio of Digital Storytelling</p>
ORGANISATIE GERICHT OP INTERACTIE EN/ OF TOEGANG	 <p>MODEL 3 Voorbeeld: Community Wifi</p>	 <p>MODEL 4 Voorbeeld: Blogging / Vlogging en Social Networking</p>

De bovenstaande vier modellen vertrekken van een slechts beperkte organisationele interactie. Vaak zal dit effectief overeenkomen met de realiteit van deze organisaties, waarbij participanten allen sterk geïndividualiseerd worden (zoals bijvoorbeeld in het geval van blogging, dat niet voor niets een narcistische activiteit wordt genoemd - zie Carr (2006)) of die in een individuele relatie staan tot de kerngroep van de organisatie. Nochtans is het evenzeer mogelijk dat participanten wel degelijk samenwerken (met andere woorden, met elkaar interageren), vandaar dat in de onderstaande figuur een aangepaste versie van deze vier modellen wordt weergegeven.



## ***Wat zijn burgermedia? Een combinatie van vierbenaderingen***

De bovenstaande discussie over participatie en de beschrijving van de vier modellen van (semi-) participatieve mediaorganisaties laten toe om ook het begrip burgermedia beter te omschrijven en te duiden. Het startpunt is hier opnieuw dat burgermedia een duidelijke organisationele structuur hebben, en expliciet gericht zijn op het organiseren van participatie. Dit sluit de organisaties die louter gericht zijn op toegang of interactie – hoe interessant en relevant ze soms ook mogen zijn – uit. Wat deze op het eerste zicht eenvoudige beslissing in de praktijk complex maakt, is dat de grenzen tussen toegang en interactie enerzijds en participatie anderzijds dun zijn, en dat bovendien (zoals bij de bespreking van de participatiediscussie reeds werd aangegeven) sommige mediaorganisaties claimen participatief te werken, maar slechts een zeer minimalistische invulling hanteren en/of met zo'n zware machtsonevenwichten functioneren dat de term participatie nauwelijks nog op zijn plaats is.

Maar de keuze om de organisaties die louter gericht zijn op toegang of interactie uit te sluiten laat in ieder geval nog vele varianten en mediatechnologieën open. Indicatief voor deze verscheidenheid zijn de vele namen die gebruikt worden voor deze hele sector. Alleen al voor het medium radio zijn de volgende benamingen terug te vinden: populaire radio, educatieve radio, mijnwerkersradio, boerenradio, lokale radio, associatieve radio, burgerradio, radicale radio, middenveldradio, guerrilla radio, buurtradio, vrije radio, alternatieve radio en gemeenschapsradio. En er zijn er ongetwijfeld nog andere. Voor andere mediatechnologieën circuleren bovendien nog vele andere namen, die elk hun specificiteit en context hebben. Een concreet (en uitdrukkelijk niet-prescriptief bedoeld) voorstel van een omschrijving van dit type media is terug te vinden bij AMARC-Europa, dat community radio definieert als *'a non-profit station, currently broadcasting, which offers a service to the community in which it is located, or to which it broadcasts, while promoting the participation of this community in the radio.'*

Aangezien het wat moeilijk is om al deze termen te gebruiken, wordt in deze tekst gemakshalve gekozen om de term burgermedia als koepelterm te gebruiken. Het is een term die bijvoorbeeld door Clemencia Rodriguez in één van de standaardwerken (*Fissures in the mediascape* uit 2001) over deze sector effectief wordt gebruikt. Maar vele andere termen, zoals community media of alternatieve media blijven evenzeer mogelijk en verdedigbaar, en de keuze voor een bepaalde term sluit vele tradities en nuances uit.

Op zich is de keuze voor de koepelterm irrelevant, zolang deze andere tradities geïncorporeerd kunnen worden. Burgermedia worden niet louter bepaald door hun eigen specifieke traditie, maar heel wat van hun functioneren wordt mee bepaald door deze andere (gerelateerde) tradities en benaderingen. In de literatuur over burgermedia worden vier dergelijke benaderingen vermeld (of impliciet gehanteerd), en eigenlijk is het moeilijk om burgermedia te definiëren (of te begrijpen) als we deze vier benaderingen niet *tegelijk* toepassen. Ook hier is het mogelijk deze vier benaderingen te structureren aan de hand van twee dimensies. De eerste dimensie steunt op het onderscheid tussen essentialistische en relationalistische modellen van burgermedia, waarbij in het eerste geval de identiteit van deze mediaorganisaties als vaststaand en autonoom bepaald gezien wordt. In de relationalistische benaderingen komt die identiteit van burgermedia meer tot stand in relatie met andere entiteiten (zoals bijvoorbeeld de mainstream media), en wordt deze identiteit als meer fluïde en contingent gezien. De tweede dimensie steunt op het onderscheid tussen media- en maatschappijgecentreerde benaderingen, waarbij in het eerste geval mediaorganisaties als aparte sector bekeken worden, en in het tweede geval binnen hun maatschappelijke context geplaatst worden. De combinatie van deze twee dimensies geeft de volgende vier modellen.

FIGUUR 3: EEN POSITIONERING VAN DE VIER THEORETISCHE BENADERINGEN VAN BURGERMEDIA

	MEDIA-GECEENTREERD	MAATSCHAPPIJ-GECEENTREERD
AUTONOME IDENTITEIT VAN BM (ESSENTIALISTISCH)	Benadering I: Ten dienste van de gemeenschap	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">                     Benadering III: Deel van het middenveld                 </div> Benadering IV: Rhizoom
IDENTITEIT VAN BM IN RELATIE TOT ANDERE IDENTITEITEN (RELATIONALISTISCH)	Benadering II: Een alternatief voor de mainstream	

In de eerste benadering wordt de rol van burgermedia ten opzichte van hun gemeenschap benadrukt. Burgermedia staan vaak ten dienste van een bepaalde - meestal geografisch gedefinieerde - gemeenschap en hebben als doelstelling deze gemeenschap te valideren, te versterken en te bemachtigen (oftewel te ‘empoweren’). Het creëren van toegang en participatie (van de gemeenschap en haar subgroepen) wordt hierbij als belangrijke taak beschouwd waardoor de stemmen van ‘gewone mensen’ en de thema’s die relevant zijn voor de gemeenschap gehoord kunnen worden.

In de tweede benadering worden burgermedia gezien als de derde weg tussen commerciële en publieke omroepen, die beide als mainstream gedefinieerd worden. Burgermedia functioneren hier als een alternatief voor de mainstream, waarbij de concrete invulling van ‘alternativiteit’ relatief is aan wat de mainstream media doen en zijn. In deze benadering wordt de alternatieve (meer horizontale) organisatiestructuur van burgermedia benadrukt, evenals de alternatieve discours en representaties die ze produceren en de alternatieve formats, genres en vormconventies die ze hanteren. Ook in deze benadering speelt participatie een sleutelrol, omdat de multipliciteit van alternatieve stemmen door deze vorm van zelfrepresentatie verzekerd wordt.

In de derde benadering worden burgermedia gezien als onderdeel van het maatschappelijke middenveld (oftewel de civiele samenleving), een maatschappelijk segment dat als cruciaal voor de leefbaarheid van een democratie wordt gezien. Burgermedia zijn enerzijds een ‘gewoon’ onderdeel van het maatschappelijke middenveld. Ze spelen dan een rol in wat Janet Wasko en Vincent Mosco (1992, p. 7) de democratisering van de media noemen, waarbij burgers actief kunnen zijn in één van de vele (micro) sferen die relevant zijn voor het dagelijkse leven. Burgermedia dragen ook bij tot wat deze twee auteurs de democratisering door de media noemen, aangezien burgermedia verschillende sociale groepen en gemeenschappen mogelijkheden bieden tot participatie aan publieke debatten en tot zelfrepresentatie in een publieke ruimte.

De laatste - rhizomatische - benadering steunt op het werk van Gilles Deleuze en Félix Guattari (1987). Hun metafoor laat toe om een radicalere versie van benadering twee en drie te ontwikkelen. Drie aspecten zijn hier van belang: de rol van burgermedia als katalysator van het middenveld, hun ongrijpbaarheid en fluiditeit, en hun voorzichtige banden met markt en staat. Burgermedia zijn namelijk een wezenlijk onderdeel van grotere netwerken van middenveldorganisaties, en functioneren als kruispunten voor een veelheid aan organisaties en bewegingen. Burgermedia zijn ten tweede erg fluïde, veranderlijk en divers. Soms verdwijnen ze eenvoudigweg om ergens anders terug op te duiken. In deze vierde benadering wordt deze fluiditeit - typisch voor een rhizoom - opgevaardigd tot basiskenmerk van burgermedia. Vanuit deze fluiditeit dringen burgermedia soms de sferen van de markt en staat binnen, en gaan ze allianties aan met (onderdelen van) de markt en staat zonder de eigen identiteit te verliezen en/of geïncorporeerd of geassimileerd te worden.

---

## ***Problemen en gevaren, wolfsijzers en geweren***

Vanuit deze vier benaderingen kunnen tot slot ook een hele reeks van problemen, gevaren en bedreigingen van burgermedia besproken worden (8). Burgermedia zijn in vele opzichten fragiele organisaties, en in vele landen bedreigde diersoorten.

Ten eerste is het opbouwen en instandhouden van een relatie met een gemeenschap (zoals benadrukt in benadering 1) geen eenvoudige zaak. Het ten dienste staan van zo'n gemeenschap creëert voor burgermedia immers een sterke afhankelijkheid van die gemeenschap, die vaak zelf niet over de vaardigheden (of zelfs nog maar interesse) beschikt om deel te nemen aan een participatief en gebalanceerd communicatief proces. Burgermedia moeten hier nog steeds opboksen tegen de ideologie van de mainstream media, die participatieve media weinig vanzelfsprekend en ‘normaal’ doet lijken.

Ten tweede creëert de notie van ‘alternativiteit’ ook een hele reeks van problemen en kwetsbaarheden. Alternatieve, participatief-democratische en meer horizontale vormen van organisatie zijn niet noodzakelijk altijd even efficiënt, en resulteren vaak in moeizame besluitvormingsprocessen. Bovendien leidt de keuze voor alternatieve vormen van financiering (buiten de staat en de markt om) vaak tot financiële instabiliteit. Tot slot leidt de positionering van burgermedia als alternatief soms ook tot vijandige reacties van markt en staat, en lijden burgermedia sowieso onder de lage beleidsmatige interesse voor wat als marginaal of zelfs onbestaand wordt beschouwd.

---

Naast de hierboven reeds vermelde problemen van instabiliteit, die het gehele maatschappelijke middenveld treffen, worden burgermedia ook geconfronteerd met de moeilijkheden die gepaard gaan met het verdiepen van onze hedendaagse democratieën. De zinvolheid en gewenstheid van een dergelijke democratische verdieping wordt – vanuit de hierboven beschreven ideologische strijd omtrent de minimalistische of maximalistische invulling van democratie – door velen betwist, hetgeen ook de legitimiteit van het bestaan van burgermedia in vraag doet stellen. Bovendien is de dagelijkse democratische praktijk verre van vanzelfsprekend, en duiken na verloop van tijd steeds nieuwe bedreigingen voor de bestaande machtsevenwichten op, die binnen de organisatie het bestaan vergen van een sterk geïnternaliseerde democratische attitude om hieraan het hoofd te kunnen bieden.

Tot slot is ook de rol van burgermedia als kruispunt van sociale organisaties en bewegingen verre van eenvoudig, deels omdat de belangen van deze vele organisaties niet altijd gelijklopend zijn, en burgermedia soms tussen hamer en aambeeld gemanoeuvreed worden. Ook is de hierboven zo geroemde fluiditeit niet altijd eenvoudig, opnieuw omwille van het gebrek aan stabiliteit die dit met zich meebrengt. Bovendien is het fluïde overschrijden van de grenzen van markt en staat theoretisch mooi, maar dit veroorzaakt vaak intern ideologische problemen, en de bedreiging van incorporatie ligt vaak op de loer.

---

## *Conclusie*

Eén van de vele boutades uit de wereld van de burgermedia is dat participatie en efficiëntie elkaars tegengestelde zijn. Het is ‘maar’ een boutade, wat wil zeggen dat we op een grond van waarheid kunnen rekenen, maar tegelijk de nodige dosis overdrijving moeten (h) erkennen. Het heeft geen enkele zin hier naïef in te zijn: machtsdelegatie is vaak de eenvoudigste en makkelijkste oplossing, ten minste op korte termijn. Vanuit een historische reflectie, achteruitkijkend naar de 20ste eeuw, moeten we echter ook vaststellen dat zwaardere vormen van machtsdelegatie op langere termijn met een hoge prijs gepaard zijn gegaan. Misschien minder dramatisch, maar nog steeds relevant is het argument dat participatie niet alleen een techniek is, maar ook een belangrijke maatschappelijke waarde, die we (nog) meer moeten koesteren dan dat nu het geval is. En misschien is het gebrek aan efficiëntie een lage prijs om te betalen, in ruil voor meer vat op het eigen leven en op de (door media geproduceerde) betekenissen waarmee we omgeven worden.

Tegelijk blijkt (hopelijk) uit deze tekst dat participatie een complex begrip is, dat nog steeds niet gestabiliseerd is (en gezien de nauwe band met democratie waarschijnlijk ook nooit zal stabiliseren). Het maakt deel uit van een politiek-ideologische strijd, wat maakt dat zelfs het loutere bestaan van burgermedia, maar ook hun discours en hun praktijken, onlosmakelijk verbonden zullen blijven met deze strijd. De strijd voor meer machtsevenwichten in de mediawereld is verre van eenvoudig, en de uitgangspunten van burgermedia zijn niet onmiddellijk voordelig te noemen. Macht is deels onzichtbaar geworden, en vaak zien we alleen maar de vage sporen van de bestaande ongelijkheden en misbruiken. Het succes van web 2.0 (en de discours die eruit voortkomen) is één van de vele kansen die we nu krijgen, maar tegelijk is ook hier het gevaar van de incorporatie door markt en staat meer dan reëel. Juist daarom zijn organisaties die de meer maximalistische invulling van participatie en democratie hanteren, bewaken en beschermen zo belangrijk.

In al hun beperktheid en met hun vele vallen en (soms) weer opstaan, helpen burgermedia – of ze nu gebruik maken van oude of nieuwe media, of een combinatie daarvan – mee de droom van een meer rechtvaardige samenleving uit te dragen. Vaak is deze droom utopisch, maar tegelijk bepalen zij mee de horizon, en tonen zij wat mogelijk is als we het project van de democratische verdieping koppig blijven voortzetten.

- (1) Om de geschiedenis niet te veel onrecht aan te doen: Samuel Beckett schreef deze vaak geciteerde woorden in relatie tot de onmogelijkheid van kunst, en niet in relatie tot democratie.
- (2) De Technorati website (<http://technorati.com/about/>) volgde op 12 augustus 2007 97,3 miljoen websites.
- (3) Zie <http://www.amarc.org/>
- (4) <http://www.indymedia.org/>
- (5) Zie <http://www.storycenter.org/>
- (6) Zie <http://www.ourmedia.org> en <http://www.youtube.com/>
- (7) Zie <http://www.facebook.com/> en <http://www.myspace.com/>
- (8) Voor een uitgebreide versie hiervan, zie mijn bijdrage in de reader *Community Media: international perspectives*, samengesteld door Linda Fuller (2007).

## BIBLIOGRAFIES

- Acland, C. R. (ed.) (2007) *Residual media*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- AMARC-Europe (1994) *One Europe - Many voices. Democracy and access to communication*. Conference report AMARC-Europe Pan-European conference of community radio broadcasters, Ljubljana, Slovenia, 15-18 September 1994. Sheffield: AMARC.
- Arnstein, S. R. (1969) A ladder of citizen participation. *Journal of the American Institute of Planners* (35), p. 216-224.
- Bey, H. (1985) *The Temporary Autonomous Zone, Ontological Anarchy, Poetic Terrorism*. Brooklyn: Autonomedia.
- Brecht, B. (2001) *Brecht on film and radio*, Marc Silberman (ed.) London: Methuen Drama.
- Carpentier, N. (2003) BBC's Video Nation as a participatory media practice. Signifying everyday life, cultural diversity and participation in an on-line community, *International Journal of Cultural Studies*, 6 (4), p. 425-447.
- Carpentier, N. (2007) Participation and interactivity: changing perspectives. The construction of an integrated model on access, interaction and participation, Virginia Nightingale & Tim Dwyer (eds.) *New Media Worlds*, Oxford University Press, in press.
- Carr, N. (2006) *The new narcissism*, Rough Type, 17 februari 2006. [www.roughtype.com/archives/2006/02/the\\_new\\_narciss.php](http://www.roughtype.com/archives/2006/02/the_new_narciss.php), gedownload op 15 juli 2007.
- Deleuze, G., Guattari, F. (1987) *A thousand plateaus. Capitalism and schizophrenia*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Fuller, L. K. (ed.) (2007) *Community media: international perspectives*. New York: Palgrave Macmillan.
- Gangadharan, S. P., De Cleen, B., Carpentier, N. (ed.) (2007) *Alternatives on media content, journalism and regulation. The grassroots panels at the 2007 ICA conference*. Tartu: University of Tartu Press (beschikbaar op: <http://homepages.vub.ac.be/~ncarpent/grass/grassindex.html>)
- Hartley, J. (1999) *Uses of television*. London: Routledge.
- Jenkins, H. (2006) *Convergence culture. where old and new media collide*. New York: New York University Press.
- Lambert, J. (2002) *Digital storytelling: Capturing lives, creating communities*. Berkeley: Digital Diner Press.
- OECD (2001) *Citizens as partners: Information, consultation and public participation in policy-making*. PUMA: OECD.
- Ostertag, B. (2006) *People's movements, people's press: The journalism of social justice movements*. Boston: Beacon Press.
- Pateman, C. (1970) *Participation and democratic theory*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Rodríguez, C. (2001) *Fissures in the mediascape. An international study of citizens' media*. Cresskill, New Jersey: Hampton Press.
- Servaes, J. (1999) *Communication for development. One world, multiple cultures*, Cresskill, New Jersey, Hampton press.
- Vlaams Minister van Cultuur, Jeugd, Stedelijk Beleid, Huisvesting en Brusselse Aangelegenheden, 1999. *Beleidsnota Cultuur 2000-2004*. Brussel: Vlaamse Regering. Gedownload op 1 november 2002 van <http://www2.vlaanderen.be/ned/sites/regering/beleidsnota/cultuur.pdf>.
- Wasko, J., Mosco, V. (eds) (1992) *Democratic communications in the information age*. Toronto & Norwood, NJ: Garamond Press & Ablex.