

VOORWOORD

Naar een participatief en rijker medialandschap

De burgermedia zijn in volle opmars. Ze hebben de wind in de zeilen, zowel wereldwijd als in eigen land waar diverse initiatieven een nieuw geluid laten horen.

De jongste jaren is de opmars van burgermedia in een versnelling geraakt. Daarmee is het debat over de noodzaak van burgermedia, over de belofte die ze inhouden maar ook over de gevaren die ermee gepaard gaan, een deel geworden van het mediadebat. Daarom vinden wij de tijd rijp om met deze bundeling de diverse ervaringen van nieuwe media en burgermedia, maar ook de verhouding tussen burgermedia en de klassieke of mainstream media in kaart te brengen.

Voor Indymedia.be is burgerjournalistiek een levensader. De ontwikkeling van het debat rond burgermedia en burgerjournalistiek moet zelf een impuls geven aan de ontplooiing van die burgermedia. Dat debat vormt daarom volgens Indymedia.be een van de wezenlijke voorwaarden om de beweging rond burgermedia echt op gang te brengen.

Beweging maken, en sociale beweging stimuleren, is de drijfveer van Indymedia.be. Maar ook burgerjournalisten uit alle hoeken van de samenleving willen beweging brengen in deze media-maatschappij en bij uitbreiding in de samenleving. Bij sommigen onder hen is dat doelbewust. Maar ook de velen die vooral media-activist willen zijn en het allemaal niet zo beredeneren, brengen onbewust iets in beweging.

Burgerjournalisten zorgen met hun inbreng op het web minstens voor een nieuwe kijk, een andere invalshoek op het gebeuren in de samenleving. Die nieuwe invalshoeken brengen dikwijls heel wat in beweging. Een recent voorbeeld daarvan is het ruime debat en de verspreiding van andere inzichten via de burgermedia tijdens de beweging rond het 'Generatiepact' in het najaar van 2005.

Een huis met vele verdiepingen

Van de individuele burgerjournalist tot een platform voor burgermedia is een hele stap. Onderweg vinden we talrijke verdiepingen. Er zijn de burgerjournalisten tout court die hun mening of hun informatie in kranten of op het web brengen waar ze maar kunnen. In een verder stadium zijn er de bloggers die hun eigen platform ontwerpen en er continuïteit aan geven. De massale ontwikkeling van de bloggerscommunity met de myriades van commentaren er rond zijn een niet weg te denken fenomeen geworden. In dit stadium vinden we al een link met de mainstream media waar professionele journalisten een stap zetten in de richting van burgerjournalistiek door via een persoonlijke blog een verlengstuk te geven aan hun traditionele activiteit van journalist.

Weer een stap verder zijn de heuse platforms die verschillende burgerjournalisten rond en in zich groeperen en die zich richten naar een welbepaalde niche. Die niche kan een deel van de bevolking zijn, bijvoorbeeld de senioren, of ze kan geografisch geïntereerd zijn, zoals bij de stadsblogs het geval is.

In een versterkt stadium vinden we het wiki-journalisme, waar de burgerjournalisten zich ontplooiën van bijdrageverleners tot heuse editors, maar dan op professioneel uitgewerkte platformen, zoals Wikipedia en zijn vele afgeleide producten.

De mooiste ambitie van de burgermediaplatformen bestaat erin om de participatie tussen de burgerjournalisten, het bezoekerspubliek en het medium zelf (het platform), te organiseren en het te laten uitgroeien tot een boeiend en dynamisch stukje ‘media - in - beweging’.

Dat de burgermedia zo’n bloei kennen heeft uiteraard te maken met de al dan niet terecht kritiek op de mainstream pers. De idealen die de burgerjournalisten in stelling brengen luiden: onafhankelijkheid, participatie, diepgang en originaliteit. Niet zelden formuleren zij die idealen als het spiegelbeeld van hoe de klassieke media in de brede samenleving ervaren worden: afhankelijk van belangengroepen, sensatiebelust, snel op de bal maar oppervlakkig. Maar zeker en vast blijft het besef hangen dat ze intens verweven zijn met bepaalde commerciële belangen.

Daarmee komen we bij de verhouding tussen burgermedia en mainstream media.

De meningen en appreciaties verschillen over de kwaliteiten en gebreken van mainstream media.

Mainstream is verknecht aan de media-eigenaars, zo luidt het. Maar daar tegenover stellen de verdedigers van de mainstream dat redactiestatuten en redactionele onafhankelijkheid een voldoende bescherming bieden voor de journalistieke onafhankelijkheid.

Burgerjournalisten spuien vooral opinies en de informatie die ze brengen is lukraak en niet afgetoetst aan woord en wederwoord, luidt de kritiek. Vertegenwoordigers van de burgermedia stellen daartegenover dat de mainstream media de propagandisten geworden zijn van het eenheidsdenken, iets wat vooral zichtbaar wordt wanneer de tegenstellingen wat scherper worden. En ook de mainstream media hebben heel wat kwakkels en ‘media-leugens’ in het publieke domein gegooid, als gevolg van de tijdsdruk, nood aan sensationele koppen, of simpelweg onbewuste vereenzelviging met het dominante denken.

Het kerngegeven van de mainstream media valt niet weg te gommen: de steeds toenemende en intense verwevenheid met de commerciële groepen waar ze deel van uitmaken. Dat gaat van commerciële mediaconcerns met internationale uitstraling, tot zelfs de opslorping in industriële holdings die er een mediapoot bijnemen.

De Duitse filosoof Jurgen Habermas noemde het onlangs nog “ongoorloofd” dat belangrijke instrumenten van onze publieke interactie – pers en media in het algemeen – gewoon het erfdeel vormen van enkele ‘patrimoniale families’ en van hun holdings. Hij vindt het vooral erg dat deze publieke interactie in een recenter tijdperk nu ook de speelbal wordt van de hogere rentabiliteitsseisen van die families en holdings.

In België zijn de particuliere media sinds meer dan een halve eeuw in handen van “de families”. Langs Vlaamse kant gaat het om vier familiale groepen die quasi de volledige dag- en weekbladpers annex een televisiestation in handen hebben.

In Frankrijk heeft het fenomeen van de ‘Sarkomedia’ al heel wat meer stof doen opwaaien. Het leeuwenaandeel van de opiniërende populaire pers en de financiële pers is er eigendom van industriëlen (wapenproducent Dassault met Le Figaro), grootindustriëlen (Lagardère met La Tribune) en bouwheren (Bouygues met TF1) die alle gecatalogiseerd staan als intieme vrienden van de president, die daar nog prat op gaat ook.

In de VS heeft Rupert Murdoch van Mediacorp het ondenkbaar gewaande waar gemaakt door zelfs het legendarische bastion van de financiële verslaggeving, The Wall Street Journal, in te lijven. Vijf comma zes miljard dollar, luidde het hoofdargument.

Een synthese mogelijk?

Ook de meer lucide journalisten van de mainstream media bekijken de dynamiek tussen burgermedia en mainstream media vanuit de ambitie om de media van de toekomst zo onafhankelijk mogelijk, zo kwalitatief mogelijk te maken. Ze willen graag de positieve verworvenheden van de mainstream media – waar zij de professionele journalistiek in thuisbrengen – gecombineerd zien met de vernieuwende kracht en de onafhankelijkheid van de burgermedia. Ze zijn bereid te geloven dat een of andere vorm van integratie tussen mainstream en burgermedia mogelijk is en tot een hogere vorm van journalistiek kan leiden.

Door de ervaringen en opinies uit al deze diverse hoeken van het landschap bij elkaar te brengen, willen wij meer diversiteit in het debat brengen. En we hopen uiteraard dat dit zal bijdragen tot het uitdiepen van denkpistes en praktijken om te komen tot een vernieuwd, een meer participatief en dus een rijker medialandschap.