

Het bedreigde debat ?! / 2

Het bedreigde debat ?! / 2

Verslag van een werkconferentie

Publikatie van het Bedrijfsfonds voor de Pers, over het symposium
'Het Bedreigde Debat?!' op 15 maart 1995 in Kasteel Oud Wassenaar.

Uitgave: 1996.

Vormgeving: Typography & Other Serious Matters, Rotterdam

Druk: Ando bv, Den Haag.

Exemplaren van deze uitgave zijn te bestellen door overmaking
van f 29,50 + f 7,50 verzendkosten op rekening 24.07.64.188 van
Pierson, Heldring en Pierson t.n.v. Otto Cramwinckel Uitgever,
Herengracht 416, 1017 bz Amsterdam, onder vermelding van het
isb-nummer en het afleveringsadres. Ook verkrijgbaar bij de
boekhandel.

ISBN 90 757 27 526

INHOUD

1. Ten geleide 7

2. Opening 9

- 2.1. Toespraak door de heer A. Nuis, staatssecretaris van
Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen 9
- 2.2. Toespraak door de heer K. Terry Dornbush, ambassadeur
van de Verenigde Staten in Nederland 15

3. De pers in het elektronische tijdperk 17

- 3.1. Inleiding van professor Jens Arnbak 17
- 3.2. Inleiding van Walter Bender 23
- 3.3. Inleiding van Roger F. Fidler 33
- 3.4. Verslag discussie ochtendsessie, door Patrick Hendriks 44

4. Het journalistieke antwoord 53

- 4.1. Inleiding van professor Jan van Cuilenburg 53
- 4.2. Inleiding van professor Everette E. Dennis 61
- 4.3. Inleiding van professor Wout Woltz 70
- 4.4. Verslag discussie middagsessie, door Patrick Hendriks 81

5. Afsluiting 91

- 5.1. Slotwoord door Jan Kassiest, voorzitter Bedrijfsfonds voor
de Pers 91
- 5.2. Afsluiting door dagvoorzitter professor Wim Noomen 93



1. Ten geleide

Het bestuur van het Bedrijfsfonds voor de Pers, op grond van de Mediawet werkzaam op het gebied van de pers als zelfstandig bestuursorgaan van de overheid, heeft een beleidsadvies in voorbereiding over de positie van de pers in het elektronische tijdperk. In het kader van de voorbereiding van dat advies organiseerde het Bedrijfsfonds op 15 maart 1995 in Kasteel Oud Wassenaar een werkconferentie met een gezelschap van deskundigen uit de wereld van politiek, beleid, media, telecommunicatie en wetenschap. Mede in verband met de komst van drie Amerikaanse sprekers werd dit symposium georganiseerd met medewerking van de Ambassade van de Verenigde Staten in ons land.

Achtergrond van deze conferentie vormden de volgende overwegingen.

In diverse opzichten doen zich momenteel op het terrein van de folio-communicatie allerlei opzienbarende ontwikkelingen voor te midden van tal van nieuwe verworvenheden in informatie- / communicatie-technologie. Sommigen huldigen de opvatting, dat technologie in elk nieuw tijdperk steeds een belangrijke katalysator is voor vele nieuwe ontwikkelingen, op economisch, maatschappelijk en politiek gebied. Nieuwe elektronische media en netwerken kunnen het mogelijk maken, dat het oude ideaal van een publiek democratisch debat beter wordt verwezenlijkt dan kranten, radio en televisie dat kunnen. Die nieuwe informatietechnologie lijkt aldus meer kansen te bieden dan bestaande media.

Anderen wijzen er daarentegen op, dat in onze informatie-samenleving mensen de kans lopen door de overvloed van informatie steeds minder geïnformeerd te raken. Bovendien bestaat het gevaar, dat men steeds minder van dezelfde informatie kennis neemt. Publiekssegmentatie neigt over te gaan in fragmentatie, waardoor de media steeds minder een nationale forumfunctie kunnen vervullen en het aantal gemeenschappelijke podia waarop burgers elkaar als staatsburger ontmoeten, terugloopt. Het maatschappelijk debat lijkt bedreigd.

De gedrukte pers lijkt daarbij op een kruispunt van wegen te zijn aangekomen.

Gestudeerd wordt op tal van veranderingen in de huidige verschijningsvormen en functies, maar ook op het brengen van volledig nieuwe uitgaven in elektronische vormen.

De conferentie werd georganiseerd onder de titel: **'Het bedreigde debat?! : Pers, journalistiek en politiek in een elektronische tijd'**.

Vanuit verschillende invalshoeken werd deze thematiek in de werkconferentie besproken. De ochtendsessie had als thema 'De pers in het elektronische tijdperk'. Daarbij werd onder meer stilgestaan bij strategische beleidskeuzen voor folio-uitgevers voor wat betreft inhoud, vormgeving, productie, organisatie, en distributie van journalistieke informatieprodukten (printmedia en anderszins). Aan de orde kwam ook de vraag: welke elektronische ontwikkelingen bieden kansen resp. bedreigingen voor het functioneren van de pers? In de middagsessie stond het thema 'Het journalistieke antwoord' centraal. Hier kwam vooral de vraag aan de orde hoe de journalistiek zich op deze ontwikkelingen zou kunnen instellen en hoe zij kan bijdragen aan het vormgeven van onze democratische idealen in een elektronische tijd.

Met medewerking van PTT Multi Media werden in de 'wandelgangen' van de conferentie diverse voorbeelden van elektronische kranten getoond. De dagvoorzitter van de werkconferentie was prof. dr Wim Noomen, ten tijde van de conferentie hoogleraar Communicatiewetenschap aan de Vrije Universiteit te Amsterdam (thans voorzitter van het College van Bestuur van de VU).

In dit boekje volgen de teksten van de inleidingen op de twee thema's, alsmede samenvattingen van de daaropvolgende discussies.

2. Opening

2.1. Toespraak door de heer A. Nuis, staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen

A special word of welcome to the Ambassador of the United States, Mr. Terry Dornbush. Your presence here today clearly indicates that in the field of media and communication, national boundaries to a large extent have lost their meaning. We have all become Citizens of the World. But at the same time we cherish our cultural identities, of which language is an essential part. I will therefore, if you don't mind, continue the rest of my speech in Dutch.

Het bestuur van het Bedrijfsfonds werkt aan een beleidsadvies over de positie van de pers in het elektronische tijdperk en grijpt daarbij terug op de oudste, meest beproefde en tegelijk springlevende vorm van communicatie, de volksvergadering. In het oosten ook wel bekend als 'moesjewara' en in het westen als de 'powow'. Met het voortbestaan van de volksvergadering wordt aangetoond dat een medium dat zijn gebruikswaarde heeft bewezen en heeft behouden, niet zo snel verdrongen wordt door nieuwere media. Dat is een constatering waarmee ik vooruitloop op mijn conclusie over de toekomstperspectieven voor de pers in het algemeen en de krant in het bijzonder, dus u kunt een beetje ontspannen gaan zitten.

Vele prominenten uit de wereld van politiek, beleid, media, telecommunicatie en wetenschap zie ik hier allemaal zitten. Zij hebben gehoor gegeven aan de invitatie om hier vandaag te luisteren en te spreken. Het thema 'Pers, journalistiek en politiek in een elektronisch tijdperk' spreekt tot de verbeelding. Pleitbezorgers van het 'elektronische tijdperk' schetsen nogal eens visioenen waarin iedereen onbeperkt toegang heeft tot onafzienbare hoeveelheden informatie. Een toekomst waarin wij allemaal als echte 'wereldburgers' via Internet met elkaar van gedachten wisselen over de gewichtige zaken die ons bezighouden in de wetenschap, de techniek, de politiek en de maatschappij.

Critici daarentegen schetsen een scenario, waarin de burgers door de overvloed aan informatie per saldo steeds minder geïnformeerd raken. Er zal steeds minder ongericht verspreide informatie komen. Specifieke publiekssegmenten zoeken specifieke informatie en dat leidt dan tot fragmentatie in dit sombere beeld. Tot versplintering, waardoor de forumfunctie van de media verloren zal gaan en dat

bedreigt dan het maatschappelijke debat. Bovendien wordt gewezen op het gevaar van een nieuwe tweedeling van de samenleving: een scheiding tussen de informatie-rijken en informatie-armen. Ook dat sombere toekomstbeeld lijkt me een beetje overdreven. Wat ik wel waarneem is een tendens naar trivialisering van het algemene informatie-aanbod, een verlies aan diepgang en inhoud in de informatievoorziening. Voorbeelden daarvan zijn dagelijks te zien en te horen via radio, televisie en pers. Als ik recente krantenberichten mag geloven en ook luister naar wat ik om me heen hoor, bestaat een aanzienlijk deel van het Internet-verkeer uit een soort babbelboxen, waarin trivialiteit en soms regelrechte banaliteit de boventoon voeren. Kennelijk is niets menselijks ons vreemd, ook niet, of misschien wel juist niet, via die nieuwe, anonieme media. Trouwens bij Internet kun je dat controleren en bij de telefoon niet. Een reactie op die banaliteit is overigens niet uitgebleven: in de Amerikaanse Senaat diende de Democratische senator Exon onlangs een wetsvoorstel in dat onzedelijkheid en pornografie in de telecommunicatie moet tegengaan. 'I want to keep the Information Superhighway from resembling a red light district', aldus de senator. Ik voel mij niet geroepen om hier de zedelijkheid van de nieuwe media te propageren en wil vooral pleiten voor een realistische benadering van het fenomeen van de informatie-samenleving. Daarbij past om te beginnen de constatering dat de informatie-samenleving niet iets is wat eraan zit te komen, want we zitten er feitelijk al middenin. Wat we op dit moment meemaken is het aan elkaar koppelen van verschillende media en infrastructuren: telefoon, televisie, audio, computer. Dat schept kansen en ook bedreigingen en dat vraagt om aanpassing van het beleid.

Vlak voor de Kerst heeft het kabinet een Nationaal Actieplan naar de Tweede Kamer gestuurd. De doelstelling van het plan is de aansluiting van Nederland op de ontwikkeling van de grensoverschrijdende elektronische infrastructuur. Daarbij volgt het Actieplan een twee-sporen-beleid: het creëren van een goede uitgangspositie via wet- en regelgeving en het versnellen van de ontwikkeling via een aantal gerichte projecten.

Voor de acceptatie van zo'n nieuwe informatie-infrastructuur is één vraag van cruciaal belang: wat is de toegevoegde waarde? Te verwachten valt dat professionele gebruikers van informatie – het bedrijfsleven, universiteiten en overheden – grote belangstelling hebben voor de evidente voordelen die zo'n structuur biedt. Voor de

particuliere gebruikers gelden in feite drie maatstaven: de toegankelijkheid en gebruiks-vriendelijkheid van het aanbod, de betaalbaarheid, en zeker ook de aantrekkelijkheid van het aanbod. Tot dusverre zijn de ervaringen met nieuwe media een tikje teleurstellend geweest en ik denk dat dat komt omdat er nog een tekortschieten is op deze criteria. Als een diensten-aanbieder succesvol wil zijn, dan moet hij daar natuurlijk op letten: zijn dienst moet aantrekkelijk zijn, moet betaalbaar zijn en toegankelijk.

Het kabinet heeft toegezegd om wettelijke belemmeringen voor de ontwikkeling van nieuwe informatiediensten weg te nemen. Daar hoort ook bij een verdere liberalisering van het mediabeleid. Dat is zeker ook voor uitgevers van belang, want dat biedt meer mogelijkheden voor multi-mediale ontplooiing van de uitgeef-functie. Centraal bij die liberalisering staat onze kabelinfrastructuur. Kabelexploitanten willen hun infrastructuur commerciële uitbuiten en ook zelf programmatische activiteiten starten. Dat kan leiden tot segmentatie van het huidige aanbod dat tegen verschillende prijzen aan de burger aangeboden kan worden. Dan dreigt verschraving van het aanbod of het risico dat je als kabel-abonnee meer moet gaan betalen voor hetzelfde aanbod dan tot dusver gebruikelijk is. Dat is geen van beide gewenst.

Ik ben van plan om kabelexploitanten de ruimte te geven om hun net commerciële te gaan exploiteren, gekoppeld aan de plicht om een nader te bepalen basispakket van publieke en commerciële programma's tegen een redelijke prijs ter beschikking te stellen. Ik denk dan aan een basispakket van zo'n twintig televisiezenders en een nader te bepalen aantal radiozenders, publiek en commercieel, binnenlands en buitenlands. Als je in aanmerking neemt dat de capaciteit van de kabelnetten in snel tempo ruimer wordt, dan blijft naast zo'n basispakket voldoende vrijheid tot commercieel handelen van exploitanten ten aanzien van de rest.

De ruimere technische en wettelijke mogelijkheden tot verspreiding en exploitatie van informatie bieden omroep en pers ook in de komende jaren een schat aan mogelijkheden om zich te ontwikkelen. Samen dragen we de verantwoordelijkheid om in die ontwikkelingen ruimte te houden voor de publieke functie van de media. Daarom wordt in dat Actieplan ook aandacht gevraagd voor de vormgeving van wat we als het 'publieke domein' hebben omschreven: het samenspel van publieke belangen en de toepasselijke overheids-maatregelen voor de realisering daarvan. Die belangen zijn voor een

deel afgeleid van het klassieke adagium van het grondwettelijk vastgelegde recht op vrijheid van meningsuiting en voor de rest zijn ze ook van cultuur-politieke aard.

Aan de hand van het imperatief van het recht op vrijheid van meningsuiting definieert de overheid, ook nu een uitbundige groei van informatie de schaarste van de informatie-voorziening heeft weggevaagd, haar taken en verantwoordelijkheden ten aanzien van de media.

Het belangrijkste doel is om in een medialandschap dat aan ingrijpende veranderingen onderhevig is, waarborgen te scheppen voor wat wij waardevol achten: verscheidenheid en eigenheid, objectiviteit en onafhankelijkheid, kwaliteit en herkenbaarheid in de informatievoorziening; toegankelijkheid en verspreiding. Die verantwoordelijkheid beperkt zich niet tot publieke media, maar strekt zich ook uit over de commerciële aanbieders. De invulling van die commerciële ruimte raakt ook de verantwoordelijkheid van de overheid, omdat de marktordening essentieel zal zijn voor de kwaliteit van de vrijheid van meningsuiting in een informatie-maatschappij. Vergaande mediaconcentratie, internationalisering van het media-aanbod, grote afhankelijkheid van financiering van media uit reclamegelden, kan de onafhankelijkheid, pluriformiteit en kwaliteit van het informatie-aanbod schade doen.

Dat betekent concreet dat naast commerciële informatievoorziening een krachtige en herkenbare publieke omroep in stand moet blijven en dat we ook moeten blijven beschikken over een onafhankelijke en pluriforme pers. Daar ligt een actieve zorg-taak voor de overheid. De pers, en dat geldt met name voor de dagbladsector, vervult van oudsher een essentiële publieke functie. De kranten zijn dagelijks bezig met vergaren, bewerken en presenteren van informatie over een zeer breed scala van maatschappelijke actualiteit. Dat is van groot belang voor de politieke en maatschappelijke meningsvorming. En juist dat vergaren, bewerken en presenteren van informatie, waar kranten zo goed in zijn, zou wel eens steeds belangrijker voor burgers kunnen worden. Daarin schuilt precies de meerwaarde van de pers ten opzichte van de elektronische media. Een meerwaarde die de komende jaren alleen nog maar aan belang zal winnen. Volgens mij heeft de krant dus een ijzersterke uitgangspositie in de concurrentiestrijd met andere media. Daar komt dan bij dat de band tussen krant en lezer over het algemeen tot dusver zeer hecht is gebleken. Niet voor niets spreekt men doorgaans over de krant als een lijfblad. De lezer herkent zich in de redactionele identiteit van de

krant en vertrouwt erop dat zijn krant hem informeert over alle actuele ontwikkelingen, of dit nu gaat om internationale politiek of over gemeentepolitiek, over economie, sport, cultuur of geestelijk leven. De krant wordt nog steeds veel gelezen en die leestijd blijkt weinig gevoelig voor het almaar uitbreidende informatieaanbod via de andere media. Kennelijk heeft de krant een vaste plaats in het tijdbestedingspatroon van de burgers. Het is dan ook niet verbazingwekkend dat de waardering voor het medium krant over het algemeen behoorlijk hoog is. De krant blijkt tegemoet te komen aan uiteenlopende behoeften van de lezerskring. Primair staat uiteraard de nieuwsfunctie en de opiniefunctie. Maar natuurlijk ook het bieden van ontspanning, het leveren van gespreksstof, worden vaak genoemd als reden om de krant te lezen (en te blijven lezen). Daar bovenop komen natuurlijk de intrinsieke kenmerken van de krant die het tot zo'n aantrekkelijk medium maken: de krant kan je op ieder moment van de dag raadplegen, op de momenten en de plaats die de lezer het beste uitkomen. Je kunt stukken herlezen, je kunt ze uitknippen, je kunt ze bewaren. Wat dat betreft is een krant veel flexibeler en moderner dan je vanwege de respectabele ouderdom van het medium zou verwachten. Het is een beetje overdreven, maar je zou de krant het beste een interactief medium 'avant la lettre' kunnen noemen.

Ik denk dat de sleutel tot succes voor de dagbladuitgever dan ook hierin gelegen is: in de know-how van de redactie die de krant in staat stelt om zich aan te passen aan de eisen die de moderne tijd stelt. Nieuwe rubrieken, hele nieuwe katernen zelfs spelen in op nieuwe belangstellingssferen van de lezers. Diezelfde know-how stelt uitgevers in staat om als echte multi-mediale bedrijven activiteiten te ontplooiën op aanpalende informatiemarkten (kabelkranten, participatie in commerciële omroep, andere nieuwe diensten die uitgevers al verzorgen of in ontwikkeling hebben).

Ik zie voor de pers dus goede kansen in het 'elektronische tijdperk'. Het toenemend elektronisch informatie-aanbod komt niet in de plaats van het papieren aanbod. Van zo'n verdringing is nog niets te merken. In tegendeel, paradoxaal genoeg kun je zeggen, heeft de opwindende elektronische snelweg tot dusver ook geleid tot veel papier en een aantal nieuwe tijdschriften op het schap. Bij het algemene publiek waarop de landelijke en regionale kranten zich richten, zie ik althans tot ver in de volgende eeuw de krant als bringer van nieuws, achtergronden en verstrooiing niet verdrongen worden. En dat zal zeker niet zo zijn als uitgevers en redacties alert

en creatief blijven inspringen op veranderende behoeften van de lezers.

Begrijpt u me goed: ik heb wel groot vertrouwen in de toekomst-kansen van de pers, maar we moeten ons natuurlijk ook realiseren dat het hele medialandschap evolueert en dat niemand van ons zeker weet hoe het einde van die evolutie zal zijn, als er al een einde is aan de evolutie. Dat vraagt om flexibiliteit van uitgevers en journalisten. Dat vraagt om regelmatige bezinning op de functie en de vorm van het produkt van de pers, want wie op zijn lauweren rust, wordt wakker tussen de brandnetels. Dat vraagt ook om vindingrijkheid bij het zoeken van nieuw emplot voor het journalistieke ambacht. Of is het journalistieke kunst? Daar gaat het om.

En of het debat nu bedreigd wordt, zoals het Bedrijfsfonds zich dat ter gelegenheid van deze conferentie afvraagt, dat hebben wij als overheid maar vooral als burgers voor een groot deel zelf in de hand. In ieder geval, wens ik u hier vandaag een vruchtbaar en onbedreigd debat.

**2.2. Toespraak door de heer K. Terry Dornbush,
ambassadeur van de Verenigde Staten in Nederland**

It is no secret that the Clinton administration has as a matter central to its goals the way in which the electronic highway effects our democratic institutions. At our Embassy here in The Hague, we report regularly on Dutch advances in telecommunications-sector and on Dutch concerns that the marvelous means at our disposal will be used to advance the democratic dialogue within and between societies. That includes a two-way-street between government and the people. In our own case, in my country, we know that for many Americans Washington can seem very far away. We are trying to bring government closer to the people to whom it belongs. The electronic highway can help us do that. Vice-President Al Gore is spearheading our initiative in this direction. In Brussels, a couple of weeks ago, the Vice-President reiterated the commitment of the United States to the global information infrastructure. He said it would be based on the following principals: private investment, competition, open access, universal service and flexible regulations. Like The Netherlands, the United States is committed to a free and fair press. And like you we want to insure that every citizen will receive the information that he or she needs in order to make important decisions about our personal lives and the society in which we live.

That is why it is so important that we anticipate the evolution of the newspaper which has played a critical role in our own history and governments. In The Netherlands also, the press is free and you strive for true diversity in the free expression of opinion. That also is an American goal. I'm very proud today that three distinguished Americans are participating at the debate in this conference. Mr. Walter Bender from the Media Laboratory MIT, mr. Roger Fidler from the Knight-Ridder Information Design Laboratory in Boulder, Colorado, and mr. Everette Dennis from the Freedom Forum Media Studies Center at the Columbia University.

The ideas you and we exchange in this conference will help us all to gain a better picture of the newspapers of the future. What they might look like. How they might meet the many needs that newspapers have to and do fulfill and how they can fill and preserve and develop democracy in our own nations and in the world.

I applaud the foresight of the Bedrijfsfonds voor de Pers in seeking ways to make technology serve human needs in the public interest. I look forward to see the results of this important conference.

3. De pers in het elektronische tijdperk

3.1. Inleiding van professor Jens Arnbak¹

Introduction

There is no doubt that the evolution of technology strongly influences our ways of communication – and our perception of opportunities and threats to the structure of society. Eleven years ago we passed the ominous year of 1984 – but in a rather different way from that foreseen by George Orwell in 1948. In the wake of the Second World War and with the advent of intense new electronic media such as television, Orwell's scenario in which sinister powers could capture and unify the public opinion by electronic means in order to control the entire society, appeared quite consistent. Earlier of course, Huxley's *Brave New World* gave a somewhat different scenario, seemingly with more happiness and with some room for dissidents in remote places. Still the scope for central control of opinions and attitudes, purely by technological means (including drugs) was perceived to be tremendous.

Today, in 1995, our concerns are rather the opposite: many now fear a fragmented society, without common values, or even without common issues for a broad public debate. This fear is motivated by the proliferation of TV-channels, some of which aim at special-interest groups, or perhaps by the new non-broadcast media such as electronic bulletin boards and the World-Wide Web on the Internet. With fragmented channels there is no guarantee that similar views would be bolstered into public opinion or democratic debate as long as each individual remains ignorant of the opinions of all the others. And drugs are now seen as self-centered narcissism rather than government instruments to control the behaviour of the general public. In the present sociological view, communication in the sense of shared information and dissenting opinion – is the premium value. Accordingly, fragmentation of a readership or an audience is not merely a commercial disadvantage for newspapers and broadcasters, but could potentially develop into a problem of democracy.

1. Hoogleraar tele-informatietechniek en technische bestuurskunde aan de Technische Universiteit Delft.

As a simple technologist, I cannot do much about this dichotomy of problems with either too few or too many channels – except perhaps by speaking in English today, so that at least the present audience here in Kasteel Oud Wassenaar is not fragmented into two different channels, both dealing with the same issue.

Trends in Distribution – an Example

It is no use denying that the traditional printed paper can be exposed to strong competition from new electronic media in some areas. Take as a topical example the Government White Paper on the national Dutch agenda for the 'Electronic Super Highway'. This was – true to its name – indeed printed on paper and despatched to Parliament on December 21, last, after having been signed by the Prime Minister, two Cabinet Ministers (Mr. Weijers and Mrs. Jorritsma), and two Secretaries of State (Mr. Kohnstamm and Mr. Nuis). However, at the very same time the full White Paper was also published in electronic form on the server of the Dutch Universities' computer network, SURFnet, in Utrecht.

Within a few hours after the Government's press conference in The Hague, the White Paper had been consulted electronically by several hundred readers. These were not mainly university academics, but included many other interested citizens, not least in the so-called 'Digitale Stad', the free-net of Amsterdam. This score by far exceeded the number of copies handed to some fifty journalists at the press conference. The electronic approach also allowed readers a much more detailed look on the Government's views than allowed by any of the – more or less successful – newspaper summaries I read the next few days. Thus, the electronically distributed form beat the newspaper versions both by speed and by detail. Admittedly, in this particular case, the sample is obviously biased by addressing groups of special readers by the very electronic medium with which they are already familiar, on a subject in which they are by definition interested.

Still, it is interesting to note that as of yesterday afternoon, barely three months after this Government White Paper was published, it had been consulted electronically 12.166 times! This is far more than all Government offices have distributed in print. Obviously this kind of electronic medium, i.e. a World Wide Web server on the Internet, can not only distribute topical information considerably faster and in more detail than the printed newspaper. The medium also continues

to be consulted, long after the newspaper has been used to wrap up a faded bouquet of flowers. In other words, it has a certain archival value, which newspaper editions do not possess. This suggests that the investment into a modern electronic network server which can compete in speed and depth with the classical newspaper, can also be borne partly by distributing informational services of a non-news nature. Several professional or lobbying organisations acquired the said White Paper via Internet and printed it themselves subsequently, rather than requested it through the classical print distribution channels of the government. This has the added attraction that such organisations can themselves decide the layout, add their own comments and redistribute a White Paper to their members in format deemed most attractive for the particular readership.

But how about the public debate? The SURFnet server was also opened for a public discussion about the Government White Paper. Every day, scores of letters with comments and criticism continue to be listed and are subsequently commented upon by other participants. Although this kind of discussion would greatly benefit by the availability of the moderating or selective editor from the outset, as we know from quality newspapers, this shows that a broad debate can also be entertained by non-print media. As of yesterday, I had logged 639 entries in this public debate about the Government's policy. Only a few of these may be of lasting interest. Still, a clear perception of the prevailing opinions and issues among the readership can certainly be obtained from browsing through these multifarious discussion entries.

Finally, it should be realised, that rather detailed graphical figures and crude photographs can be included in documents distributed from a World Wide Web server. In principle, therefore, electronic network techniques can substitute, or at least complement, many folio products. The reader only needs a PC and either professional or private access to the Internet. In passing, it should be mentioned that recently, the number of PC sold in the Netherlands passed the number of TV receivers sold here.

Lest I'm misunderstood, let me hasten to add that I'm not discussing a viable alternative to a printed newspaper. Personally speaking however, my experience in the months after publication of the Government's White Paper has been more of an eye-opener to me than chairing the Working Group that prepared that very Paper for

the Cabinet. I believe that an electronic medium like the World Wide Web, which has been known outside professional circles in the Netherlands for less than two years, has demonstrated some potential to provide guidelines for a newspaper innovation. Unlike some other electronic media, the network option would not sacrifice the possibility of supporting a valuable public debate and, hence, of developing public opinion.

Access to the World Wide Web can be obtained from a PC equipped with a modem everywhere in the Netherlands, in principal soon paying only the local telephone charge of 15 cent per 5 minutes outside business hours. An interesting alternative with higher capacity and speed, would be the use of the broadcast transmitters to send World Wide Web and other Internet documents over the air to members of the general public upon their request. This could be seen as a multimedia extension of interactive teletext, well before the maturing of digital broadcast systems in Europe. The existing national TV – and radio – transmitter infrastructure operated by NOZEMA would have the technical capacity to serve the public in an initial period, without any to the graphical discrimination of the public. This differs from the cable-TV network, mentioned by mr. Nuis. It would be very interested to understand any policy reasons why such an experimental option for a universal digital service for downloading free multimedia documents to individual terminals might not be in the public interest. In this way, a pilot universal service might be provided ahead of any need to run optical fibre to the many homes of the general public.

I'm aware of the copyright and commercial complications of such a proposal. Still, I make it to emphasize by way of just one example in the area distribution that there may be interesting technological extensions and alternatives to the present printed media. Other examples will be given by the following speakers. These will have to be assessed on their various merits by true press professionals. I do not pretend to be one, and therefore hastily switch away from the new area of electronic distribution, to the much older field of electronic contribution of information to newspapers.

An old case of newspaper innovation by electronic means

In this country the advent of newspapers was closely tied to technological progress in ship-building and navigation. The lines of maritime commerce from 1600 onwards serve both as feeder lines for

geographical data and business intelligence which could be processed by publishers and sold abroad, and as a distribution system for the collated, edited and printed publications. It is no exaggeration to point out that the success of Dutch publishers in the Golden Age to a large extent depended on technological innovation, namely of the printing press and of maritime transportation. Another key factor was the liberal Dutch policies for publishing – or was it perhaps the weak central authority in the Seven Provinces of the Low Lands?

A clear example of the impact of innovation in the electronic age was the impact of the electrical telegraph on newsgathering. In the last century with its many bloody wars, this allowed virtually instantaneous contribution of topical 'eye witness' information to the newspapers by special correspondents, who tended to become even more important than the chief editors writing comments at home. This reversed the earlier trend of anonymous writers of newsletters from abroad, especially when newspapers became more competitive and tried to scoop each other with the best news items dispatched by telegraph. Today, it is the chief editorials which are unsigned, whilst the front-line correspondents or contributing news agencies abroad are still explicitly named.

This trend may be reversed again in the age of multimedia. If not only the contribution of information is made with electrical swiftness, but also the distribution of news and comments to the readers become electronic, the remaining most crucial bottleneck factor will be the navigation system allowing the readers to determine and select the particular items of their choice from the abundance of data available. To match the speed of efficiency of the two other processes involved, the contribution and the distribution of information, it may well be the editing process which requires the most fundamental and commercially crucial innovation in the future of electronic media. On the World Wide Web servers, hypertext links between the associated news items, comments and relevant background information are now the key success factors. Developing these techniques further are largely matters of computer science and telematics. However, the branding and formatting of these techniques into a specific media product will remain a matter of classical editorial skills, even in the modern setting of electronic carriage in advanced networks.



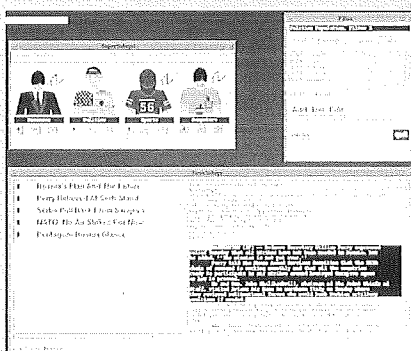
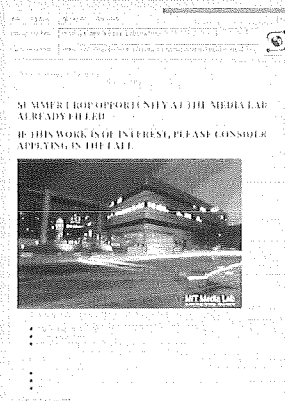
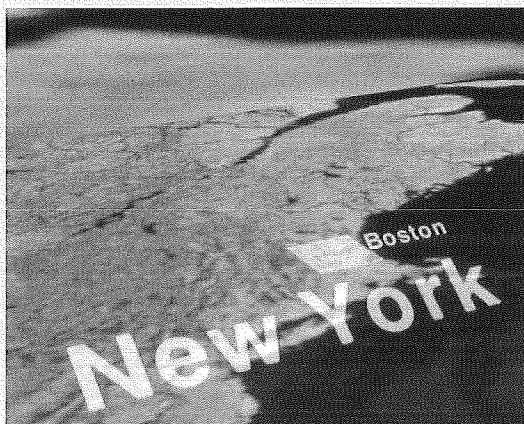
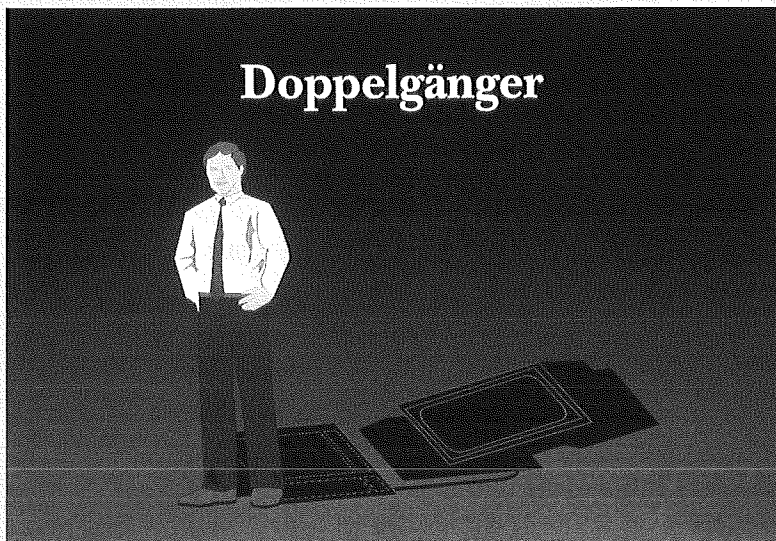
3.2. Inleiding van Walter Bender²

I want to pick up three themes that were mentioned by the previous speaker to amplify upon them. One is that I'm going to talk to you from the point of view of technology and the technologist. That is where my area of expertise is and if we look back through the history of the printed word and the newspaper in fact, the Dutch have played a very important role in the development of that technology. It was a Dutchman about 300 years ago who invented the frontpage and everything that we associate with the frontpage, such as headlines.

Technology in fact has a lot to do with accessibility of information and also with the way in which we might be able to make information be engaging to our audience, to the reader. As the second theme I just want to echo a phenomena that happened in both The Netherlands and the United States. Last year there were more PC's sold to the homes than television sets. And finally I want to mention that in fact, at least in the United States – I'm not sure about the statistics over here – the 'have-nots' of the technology are much more divided along generational lines than they are along economic lines. The 'have-nots' in the electronic and computer age are much more found in the generation over 40 than they are found in the low economic brackets in the United States. It is certainly important to provide access, but it is also important to think about how we are going to engage the audience that previously is resisted access to the new technology. I would like to talk a little bit about the technological trend. Then I will show you numerous examples of things that we are trying to develop both in MIT and outside of this institute.

Back in the 1980's, my colleagues at MIT and colleagues in places like Philips spend a lot of time developing an alphabet soup. This alphabet soup like J-pack and M-pack and LCW and many other funny terms and names, was based on the idea to try to compress content. We wanted to take text, sound and image, and squeeze them down very small so they would fit through little pipes. The number of bits, the amount, the resource we need to associate with any particular piece of content has been reduced. So the switch involved

2. Director 'News in the Future' aan het Massachusetts Institute of Technology, The Media Laboratory, te Cambridge, Massachusetts, USA.



here is that while we have been able to reduce the amount of data associated with any particular piece of content we discovered that it is important to have more resource dedicated to description of the content. In other words, it might be able to squeeze a picture to be very little. But we need to begin to worry about not just the picture itself, but who took the picture, where was the picture taken, why was the picture taken, what is it a picture of? All these descriptive elements that are going to enable the consumer of that picture to do something with it, to understand it, to digest it. So in fact, in the 80's it was all about compression, it was all about a fewer bits for contents. The 90's is all about description of that content and about making richer descriptions of the content. These very descriptions are going to be instrumental in building rich navigation through content. Exactly these descriptions are going to address this need for building: more fluid, more tools for navigating through all this information. It is the description that allows some Dutchman in the 90's to reinvent the frontpage for the electronic information area. I replace the word description with the word context. In fact again, a lot what we thought about in the 80's was how we were going to deliver content. And what we worry about in the 90's is how we are going to deliver context for that content.

Let me give two examples of context and what I mean by context. One of them is quite simple. I carry around an alpha-numero pager and it works wherever I am. I use that pager not to receive messages, but as away for my computer to talk to my pocket. Whatever my computer wants to tell me, it will send me a page. One of the things that the computer tells me every day is the weather. It sends me a little weather report. The weather is content, the weather report takes into account my context. And it takes into account my context in two ways. One is very simple: it consults my calender to find out what city I am in. So, it gives my the weather report of the proper city, instead of always giving me the weather report of Cambridge, Massachusetts. The second thing is that it takes into account my expectations. For example, last November I was in Tusan Arizona in the South-West. The weather is very different from the weather in New England. The temperature the day I was there was 55 degrees Fahrenheit. Now the weather report I got was unseasonably mild, whereas everyone in Tusan said "it is very, very cold". Everyone receives the same message, the same piece of content. But the context in which that message was presented varied for each individual. Each individual is giving that message in a way that would make it most readily digestible by that individual.

Het bedreigde debat ?!/2

walter's Edition Table of Content <http://walter.www.med.../walter/fishwrap.html>



Top → walter-mas edition

Hometown News

- ☐ [Auburndale News](#) News from your hometown
- ☐ [MA News](#) News from around the state
- ☐ [National News](#)
- ☐ [International News](#)

Walter's World

- ☐ [Bicenties](#)
- ☐ [Kid features](#)
- ☐ [Food](#)
- ☐ [Computer features](#)

NIF places

- ☐ [ABC Radio News](#) Stories from ABC - with audio clips
- ☐ [All the commentaries](#)
- ☐ [World Wide Web in the news](#)

Print

- ☐ [News Summaries](#) Collections of news briefs from the wires

M.I.T. Related News

- ☐ [MIT in the News](#)

1 of 2 06/28/96 16:19:57

walter's Edition Table of Content <http://walter.www.med.../walter/fishwrap.html>

Comics

- ☐ [Worried about the weather?](#) [Ask Hoser!](#)
- ☐ [Stupid!](#) This page contains a number of large graphics files and may take a few seconds to display on your WWW browser.

Calendar Information:

- ☐ [Fishwrap Campus Calendar](#)
- ☐ [From The Boston Globe](#)
 - ☐ [Calendar Section fixed!](#)
 - ☐ [Movie Times](#)
- ☐ [Restaurant Reviews](#)
 - ☐ [The Boston Globe's Cheap Eat's and Dining reviews](#)
 - ☐ [Zagat Survey](#)
 - ☐ [Fishwrap Reviews](#)

Features:

- ☐ [Ask Joel](#) - An advice column for the Web.
- ☐ [Net Surfing with Sam](#) - A weekly "what's cool on the web" column
- ☐ [HTTP Gallery](#) - On-line collection of past hacks at MIT
- ☐ [Fishwrap Marketplace](#) - URGP job offerings, product listings, etc..
- ☐ [News Totalizer](#) - A game for the news addict!
- ☐ [Massachusetts Executive Office of Consumer Affairs](#) - Find documents to help protect your consumer rights

2 of 2 06/28/96 16:40:00

Fishwrap - main page <http://fishwrap.mit.edu/>



photo: Chris Peters (copyright 1994)

Welcome to the fishWrap experimental personalized newspaper project. fishWrap contains copyrighted material and should not be redistributed outside of MIT. Please read the copyright notice at the bottom of this page.

MIT ONLY LINKS:

[fishWrap Release Form!](#) Pick one of the following:

- ☐ [Access fishWrap](#) if you already have a FishWrap user account and are connected from a computer connected to MITnet or RESnet with a World Wide Web browser that has forms support.
- ☐ [Create a Fishwrap Account](#) Click here to learn how to create a fishWrap account

If this is the first time you are using fishWrap you will be asked to consent to the experiment if you have not already done so. Declining to participate to the experiment will not be recorded. Details about the experiment appear towards the bottom of the page.

Public Links

If you want to try out fishWrap news service, but are not at MIT look at [The Gate](#). They use our software for their personalized news service

In the meantime, enjoy the following links!

- ☐ [Ask Angela!](#) fishWrap's new advice column
- ☐ [Net Surfing with Sam](#) a weekly "what's cool on the web" column
- ☐ [STOCIOUS II](#) by Tomas Christensen. A different strip will be selected for each visit
- ☐ [HTTP Gallery](#) on-line collection of past hacks at MIT
- ☐ [List Visual Arts Center](#)
- ☐ [Yara List Prize Competition](#)
- ☐ [Ask Joe](#) Fishwrap's advice column Joe has graduated from MIT Joe may some day resume writing an advice column for the Web. We'll be sure to tell you about it
- ☐ Other MIT on-line publications include
 - ☐ [Technology Review](#)
 - ☐ [The Tech](#)
 - ☐ [Thistle](#)
 - ☐ [Veechbox](#)

1 of 2 06/28/96 16:00:22

Fishwrap - main page <http://fishwrap.mit.edu/>

- ☐ [Technique](#)
- ☐ [MIT Technifn](#) Includes Tech Talk
- ☐ [Counterpoint](#)

- ☐ [SIPB](#) is a great starting point for exploring the World Wide Web from MIT
- ☐ MIT has an "official" web server to provide information about MIT

What is fishWrap?

If you click on this link you will find the server to [What is fishWrap?](#) If you want to try out fishWrap news service, but are not at MIT look at [The Gate](#). They use our software for their personalized news service.

Visit the [News in the Future](#) web site to find out more about other exciting projects we are doing for the future of news.

Complaints, suggestions? send them to fishwrap-ombudsman@media.mit.edu

Copyright 1994,1995,1996 Massachusetts Institute of Technology
All Rights Reserved

Individual articles included in this publication are Copyright 1995 by the wire service or information provider (The Associated Press, Knight-Ridder/Tribune, The Boston Globe, BPI Entertainment News Wire, and Reuters), and licensed to MIT for distribution by the Fishwrap newspaper project. Only consenting participants of this experiment may access these articles. Any unauthorized access, reproduction or transmission is strictly prohibited.

AP Copyright Notice

The Associated Press news report is protected by federal copyright law, which gives the AP exclusive rights to reproduce or authorize reproduction of these materials. AP members and subscribers are authorized to use the AP news report subject to the limitations in their news service agreements. Further use is prohibited.

The AP

fishWrap (tm) is a trade mark of the Massachusetts Institute of Technology

2 of 2 06/28/96 16:00:25

Let me give you one more example of context. This one has to do with the recent flooding in California. In Northern California the Russian River keeps on overflowing its banks. I'm not very familiar with the Russian River and I have a very hard time when I read the articles about the Russian River to really picture in my mind what is happening. At the laboratory we are trying to add or augment these stories about disasters with some contextual information to make them more meaningful to individual readers of these stories. One way in which those stories are augmented, is to put them to the context of one's own local landmarks. In Boston there is a river, the Charles River, and so when I read about the Russian River overflowing its banks, it was translated as if the Charles River had overflowed its banks as far as central square in Cambridge. That is a context that I can readily understand and it gives me a way of better relating to the story about what was happening in California. So you can imagine the same kind of context for you, only it might be the Rhine and it might be Rotterdam. The idea is that for each individual or for each community you provide context to make the news be more digestible. Where does the context come from, how do we exploit this context to make presentation as really a lot of what the technology-emphasis of the 90's will be.

There are three different technologies that we are developing at MIT to address this issues of context. One of them has to do with describing news and describing content for and by computer. I like to quip that my computer is illiterate; it is hearing impaired and it is visual impaired. And yet I want it to make decisions for me. So we need to fix all that. The computer has to look at content, much the way that people look at content in order to be of use in this area.

The second technology that we are developing is the ability to be observant about individuals and observant about the communities in which those individuals are participating. For example we are developing a technology called 'Doppelgänger'. This technology is going to try to do for each individual what American Express is already doing to me. American Express knows more about me than my computer does or my television set or my newspaper or my radio. I want to have my newspaper be as smart about me as American Express is. American Express is making observations about everything I do. I want my newspaper to be observant about me. We can get into a discussion about all the issues of privacy and the like, but there is no time for that now due to our schedule.

The third piece of technology that we're trying to develop is the technology of look and feel, the technology of presentation. And again, for lack of time, I'm not going into any detail here, but there are really three problems we need to address in terms of presentation. One problem is that we have to make sure that the new technology does well those things that traditional technology does. So again, this wonderful invention of the front page has served your industry very well for the last 300 years. We need to see if we can somehow uncover an electronic equivalent. I like to speak of the newspaper broadsheet as being a very fast eldest play. It allows me to ignore 90% of the content if I choose without any penalty. It allows me to very quickly as a reader navigate. And it is also a vehicle whereby US editors can present to me as the reader a particular point of view of perspective. You can help direct me, guide me into certain areas. Those qualities are generally lacking. We need to be able to build some of those features into the new media.

The second theme that I think is important is to try to look at what are some of the new opportunities for the technology. And one of those opportunities is what we call information landscapes. It is a way of thinking about what would happen if you take a flight-simulator and a newspaper and brought them together and the result would not be a paper airplane. Rather the result would be a way of spreading the information out as a landscape and letting one navigate through that landscape.

The third technology issue in terms of presentation is what I call media transcoding. This is my entire McLuhan attitude about media. Marshall McLuhan said that the medium is a message. I like to say that the message is a message. Especially when the message is news. What we want to do is to harness the technology in order to get the message to the consumer of the message in a way that is efficient. Certainly it has to be economically buyable. But also it has got to be timely, convenient, relevant to the consumer. So, looking at ways in which we can harness the technology in order to be efficient, timely, convenient and relevant is one of the technology challenges.

I'm going to try to go life to MIT and show you several different projects we are working on. The first project is something that we call the 'Fishwrap'. The 'Fishwrap' is an electronic newspaper that we have developed for the MIT community. It differs a little bit from most electronic newspapers in that it has got two very distinct

personalities. The 'Fishwrap' is somewhat schizophrenic, it has got an ego-centered personality and a community-centered personality. Above the fault is the ego-centered personality and below the fault is the community-centered personality. So above the fault is my own daily paper – the daily 'Walter Bender paper' – and it has got my own particular interests spelled out for me. One of the things about the MIT community is that very few members of that community are from Massachusetts. They are from all over the world in fact. If you look at the graduated community at MIT, 50% of the graduated students are international students. So, when I'm looking for hometown news as a member of the MIT community I'm not really looking for news from Cambridge Massachusetts. I'm looking for news from other places. One of the things we allow for in 'Fishwrap' is hometown news for an individual. We radiate out from the individuals' hometown to their state or district to their national news and then finally to international news. The 'Fishwrap' will automatically create a section in the paper based on someones' hometown. We jump into international news just to give you an idea of what it looks like. It will give me a set of international news headlines that I can choose so that I can jump right to a story. I have various topics that I'm interested in but in addition we have topics of interest of the community itself. So in other words, I have my own profile and my profile adapts to my reading habits and reorganizes based on what I am reading more frequently. But in addition to the personal part of the paper we also have the community part of the paper. The community part of the paper are those things that the publisher said is important to anyone who is a member of the MIT community. So regardless of whatever your personal interests are, there are certain things you must know about, because you are part of MIT. What we give everybody is the comics page. A variant of my weather system that goes to my pager has been incorporated into a comics page of the 'Fishwrap'. We have a character called 'weather guy'. 'Weather guy' gives you the weather. The system doesn't know that I'm in Holland right now, so it is giving me the weather for the MIT. Here at MIT it is foggy and nice and mild in the 30's. If I was a student from Los Angeles it is cold and it would not be nice to be back home. So everyone is getting 30 degrees, but it gets translated in different cartoons. It is generated automatically.

Back to the frontpage again. In addition we have things like calendar information and different features. We have a feature called 'Ask Joe' and 'Ask Joe' is a traditional kind of feature, an advice columnist

done by one of our students. Joe does his column three times a week. It gives advice to the students and it is very heavily read by the community. There is also an advice column that is done by the deans office. No one ever reads that one.

We have some of the traditional kinds of features you might expect in a newspaper. One of the things we have in the paper is the restaurant guide. We take the standard restaurant reviews that come from the Boston Globe and organizations and we reorganize them to be community centric. It gives me all the restaurant review; radiating out from a geographic center which is my laboratory MIT and it shows the nearest restaurant. We organized this community information in a sense that makes it more readily accessible for the specific community of MIT.

In addition to having the reviews from the traditional sources, we also have encouraged the students to provide their own reviews of restaurants. The students have given us a look at the food trucks that park in front of the buildings. The food trucks are important for the students. They think that the dormitory food is of low quality and expensive. They think that area restaurants are expensive but of high quality and they think the food trucks that park in front of the pizza truck are of high quality and inexpensive. So this is very important information for the community that comes directly from the community.

I want to describe two other aspects of similar projects. One is something we call the India Journal. This is a project we are doing in Yersey City (NY), that is where the Statue of Liberty is. It is an immigrant community and in this community there is a large Asian Indian population. That population is not involved with the traditional Yersey general paper. It is not serviced by that paper at all. We put together a lightweight newspaper. It is a newspaper that is printed on demand in convenience stores and church basements and the like throughout the community. So I can walk up in a convenience store, push a button and get the Indian version of the Yersey journal on demand. It is a paper for a particular community within a community. Now the content of that paper comes from traditional sources. We have an editor on the staff. But it also comes from two other sources, that I think is quite interesting and important. One is that we have reinvented the 'stringer'. The 'stringer' is American newspaper slang for freelance contributors to the paper. We put a bunch of old computers into the neighborhood and encouraged people in the neighborhood to contribute. We were

getting overwhelmed with responses from the community: news directly from the community.

The second feature of this paper is that we have bypassed the traditional news hierarchy. If you think about the way that news wires are organized. You have local news. Some local news goes regional. Some regional news goes national. Some national news goes international. Only a very small subset of local news ever makes it to the national wires. What we have done is rather than having this hierarchy of arrangement of news: we set up a direct connection, local to local. We have a direct connection locally between Jersey City and a province in India where most of these people are from. And it turns out the combination of news from the community, news from the experts within the community (the editors on staff) and local news from back home. These direct local to local connections are a winning combination, a very successful paper and very easy to implement.

One last point I want to mention is that we think about the information superhighway as a mechanism for communicating between for example The Netherlands and the United States from one place to another. But in fact we are finding that a lot of the utility, a lot of the value of this network is for proximal communication. Letting people within local communities talk to each other. We have a third project called Music, which is in a poor black community in a part of Boston, where we have setup a little network that allows the community to address community problems. They have build a crime watch, a job apprenticeship and a travel club all around this one interconnection. They have got a direct connection between their local network and the Boston Globe, the local paper. The Boston Globe sends news into this local network, specifically tailored to that community. There is a back channel to the Globe directly from the community to reporters and editors in the Globe. So in fact it is of extreme value, the innerconnectivity within a proximal community. It is probably much more important than letting this community talk again to another community in another country. It is letting neighbours talk to neighbours. It is not to say that it is not valuable in terms of getting to know other people around the world, but getting to know your neighbours is also important.

Let me just conclude that the News in the Future is not just all about bringing information to the people, but it is all about bringing minds together. It is about bringing individuals, communities and expert

opinions all together and letting them interact and work together. That US's newspaper publishers have an opportunity to provide of variety of services to the community. You can continue to provide the service of this highly refined package medium the newspaper brought you to tabloid. But you can provide other services that will allow individuals within your community to have a voice and allow individuals to assemble different points of view within that community.

3.3. Inleiding van Roger F. Fidler³

You have been hearing a great deal over the last few months about the online services and the changes that are likely to take place in the newspapers over the next twenty years or so. Many people seem to believe in that process of change that newspapers will disappear. In fact in the United States there are a number of futurists who are predicting that all of our printing presses will stop running some time around the year 1999. That of course is not a vision that I believe in. I will be talking to you today from the perspective of a professional journalist and despite my involvement in technology I still think of myself as being a journalist.

Mediamorphosis is a word that I claimed back about 1991 to describe the transformation of communication media. I was fortunate to have an opportunity to be a fellow at the Freedom Forum Media Studies Center at Columbia University from 1991 to 1992. During that time I was able to spend time studying the transformation of communication media from one point to another throughout history. Those who believe that newspapers as we know them are about to disappear and automatically be replaced by electronic media I think are mistaken. What we see historically is that new media has always co-existed with old media for quite some time and in fact much of that remains with us today. It is my believe that print media will continue to exist for quite some time; certainly through our life times, and that electronic media for some period of time will supplement the print product. Ultimately however, I do believe that in the next century we will see digital forms of media begin to replace printed forms, but a number of things will have to be accomplished before that happens. I would like to show you some of the changes that had been taking place in the last few hundred years. As you will see in the video shortly; this is where I believe we are likely to go with digital publishing. Now, it is my believe that we have learned a few things in the past three hundred years and that we will be able to preserve much of what we have learned in a new digital form.

3. Ten tijde van de werkconferentie Director van het Knight-Ridder Information Design Laboratory te Boulder, Colorado, USA. Thans verbonden aan de Colorado School of Journalism van de Colorado University eveneens te Boulder en consultant.

Mediamorphosis

The transformation of a communication medium from one form to another usually brought about by a combination of cultural changes and new technologies.

Evolution of Document Model

circa 4000 BC	Clay Tablet
3500 BC	Papyrus
200 BC	Parchment/Vellum
200 AD	Pulp Paper
1980 AD	Personal Computer
2000 AD	Digital Tablet

Communication Models

One-to-One	Telephone, Electronic Mail
One-to-Many	Broadcast TV, Printed Newspapers
Many-to-Many	On-Line Services
Hybrid	Tablet Newspapers

Now today, when we talk about online newspapers we hear quite often that that path is leading towards what Walter Bender described as his own personal newspaper or frequently referred to as the 'Daily Me'. As it exists today it is very text centric. There is very limited differentiation between the publications on the Internet. For those of you that have gone surfing on the Internet, you will see that most of the publications look very much alike. The building process for online services are tended to be based on the amount of time that you are connected. And of course for the telephone companies they see that as a large revenue stream for the future. The assumptions of course about the online newspaper are that you will be (for the most part) continuously connected or predominately connected to this service, to a host computer and be able to have all of your interactions monitored by that computer, which of course raises some issues about privacy for the future.

The vision that we have in pursuing at the Information Design Laboratory in Boulder is a different one. While we are still looking at electronic publishing, it is based more on the document model, the familiar underlined technology in magazines, newspapers and books that all of us use in our daily lives. One of the key components of the document model of course is its portability, the fact that we can read a newspaper anywhere that is convenient for us. Whether it is in bed or on a train or at a coffee shop. With the document model it is also much easier for us to differentiate our products, so that we have the brand identities that are familiar. We are able to use typography and design to its fullest extent, provide a more compelling medium. The pricing of documents tends to be in the case of newspapers and magazines issue-based, so that you pay a price for the entire content which is relatively low. Of course something that we are striving for in our research is to provide electronic editions or digital editions of newspapers at a cost that should not be greater than what we pay today in print and perhaps even less. And in our model we are looking at a predominantly off line version. That means that once you have captured your newspaper you can be off line, be able to read the publication again where it is convenient for you without concern for the communication link. However, within that context we have provided in our vision the ability to use wireless communication for transactions and interactions as you need to use the wireless communication. In this way we believe we can keep the costs for those interactions as low as possible and maintain the portability and convenience. The best way for me to show you this vision is through a video that we have produced.



The Tablet Newspaper: A Vision for the Future

©1994, Knight-Ridder, Inc.

(Tekst video) "For more than five hundred years ink printed on paper had been the best medium for delivering written information. But as the world becomes increasingly digital all that is changing. (Fidler:) 'All human communication systems are undergoing a transformation from one form to another. And that is all being brought about by emergent technologies and by cultural changes. Well I do believe that for the first time we are going to begin seeing an alternative to ink on paper. It may be difficult to conceptualize the idea of digital paper but in fact we believe that is what is going to happen.'

An important part of this evolution is the emergence of the electronic tablet. This device is under development at consumer electronics companies around the world. Tablets will be a whole new class of computer. They weigh under two pounds, they will be totally portable, they will have a clarity of screen display, comparable to ink on paper. They will be able to blend text, video, audio and graphics together. And they will be part of our daily lives around the turn of the century. We may still use computers to create information but we will use the tablet to interact with information: reading, watching, listening.

(Fidler:) 'When we talk about human communication systems what we discover throughout history is that new forms tend to take on many of the characteristics of older forms for some period of time. Over time of course they do involve and will take on with their own characteristics. I believe the same thing will happen in our transition from ink on paper to digital forms of newspapers and magazines and books.'

Let's take a closer look at the Information Design Labs' vision of the electronic newspaper of the future. On first glance it looks just like a printed newspaper. In fact you can brow stories and turn pages just as you would on paper. But if the story interests you, you can read it more deeply. Suppose this story about Bosnia catches your attention, just touch the text and the full story appears. What you read is no longer limited to the physical

constraints at the printing press and the production process. A story is edited for content and completeness, not for news hall. And the tablet newspaper extends communication beyond the written word. Touch the map and it comes alive. Using the tools of sound and animation to tell the story. Tablet newspapers can also combine video and audio clips with written stories. For example; in this sport story sound bites and instant replays mean you don't have to worry about missing that exciting play. And unlike television you can watch it as many times as you want or slow the video down to look at just one part. The tablet paper even flags items of special interest to you. We have included a personal profile page where you can tell the newspaper to find ads or stories that match your interests. You can see an index of the entire newspaper with items that match your special interests highlighted. Turn to a set of abstracts that match your personal profile and jump from the index or the abstracts to the full story. You can do all this without using a manual, because everyone already understands how a newspaper works. Advertising is an important part of the Knight-Ridder model. It helps underwrite the costs of the newspaper, making the news accessible to everyone, plus people like advertising. It is a part of the local information package and at times it can be as important as the news itself. Most people want to know for this week what is for sale at the department store and they want to clip the Sunday coupons. The tablet newspaper takes advertising to new dimensions, making the ad more useful to readers who are interested in it without annoying readers who are not at all interested in it. Just as you can go deeper into a story you can go deeper into an ad. Plus the tablet has two-way communication capability, so you can buy and sell electronically, make reservations or request more information.

(Fidler:) 'In the electronic world we are really dealing with a three dimensional world. The advertising on the service pages that you browsed just like a newspaper today are in a sense of the store front window. If I am interested in that ad and want to know more, it is simply a matter of

touching that add and at that point I go through an electronic doorway into the advertisers space. And in that space might be a video clip for 15 or 20 seconds or a TV commercial but I am in control.'

The tablet makes information 100% accessible. It goes where you go and you can get your news anywhere. We envisioned kiosks that will download your publications onto electronic cards that go inside the tablet. So if you are doing business in Miami but your hometown is Denver you can still get your local paper delivered every morning.

(Fidler:) 'There are many people who believe that newspapers are dinosaurs and that they are going to become the roadkill on the information superhighway in the future. We believe exactly the opposite. We believe that newspapers in fact can involve you into a new form of media that blends the all familiar aspects of a newspaper with the new technologies that are emerging. So that, you have now the ability to read and browse and scan as we do today at the same time being able to interact with the newspaper, to interact with advertisers through your newspaper, in ways that are not possible in print media today.'" (einde tekst video)

The vision you have just seen is what we believe should be possible technologically beginning about the year 2005. We will see the flat panel technology evolving over the next few years and the first generation of this technology that should be usable to be able to deliver electronic packaged information should be somewhere around 1997 or early 1998. It will be an evolving process just as it is with all new forms of media. Now in the next decade I believe that when you are visiting the United States you should be able to get a copy of newspaper from Amsterdam or elsewhere within the Netherlands as easily and perhaps as inexpensively as you would be able to get it in your hometown. And ultimately I should be able to come to The Hague in the next decade and be able to get a copy of the New York Times or perhaps even my local newspaper The Daily Camera with relative ease. I believe that what we are leading to with the global

information superhighways is the ability to deliver products and information easily at relatively low costs. It is our belief that there will be a glut of broadband capacity towards the end of this decade, that will make it possible to deliver newspapers, books and magazines digitally almost anywhere in the world at relatively low costs. Because of the shortness of time I won't be able in this presentation to explain all of the new answers of this model, but we would like to describe a few elements in more detail and how they correspond to the other on line models.

It is important for us to recognize that there are in fact several paths into the future and that no one path will be the dominate form for quite some time. I do believe that there will be a future for online services that allow a high degree of interactivity and providing of custom information. But as a business presents a number of problems for us, so far none of the online services have found the successful formulas for generating revenue that offsets their costs in producing the online newspapers that we see today. Admittedly at some point in the future we will find some keys to being able to do that. It is interesting to know that the situation we find ourselves in today is not greatly different from where we were in the 1920's with the introduction of commercial radio and the efforts to find ways to pay for broadcast radio. And of course there are different approaches taken in Europe than were taken in the United States. Today of course in the United States we have inherited the concept of commercials both for radio and television that interrupt the flow of information and very little of programming until recently was non commercial. Today it is interesting to know that as the technology advances, in the video areas of interactive TV it becomes easier for us to eliminate the advertising in our television programming and to be able to acquire programs that are commercial free. It is my belief however, that with the print media and especially as we move into digital publishing of print media, we will have enormous advantages in being able to package advertising and editorial content in a form that will be far less intrusive than the video models that we have seen until now, but also much more effective for the advertiser in being able to communicate their message to the consumer. So that not only we will be able to present the service advertising that we are familiar with today, but being able to add layers of information to the degree that they wish to add that additional information and than being able to provide the ability through a wireless communication link to perform a transaction, to either make a reservation or to be

Electronic Newspaper Models

- | | |
|--------------------------|--|
| On-Line Newspaper | <ul style="list-style-type: none">• Text-centric• Limited differentiation• Time-based billing• Predominantly on-line |
| Tablet Newspaper | <ul style="list-style-type: none">• Document-centric• Branded identities• Issue-based billing• Predominantly off-line |

Enhanced Features of Tablet Newspapers

- Transactional Services
- Ability to Enlarge Type
- Addition of Video & Audio Clips
- Subscription Linked to Person, Not to Address

Essential Attributes of Printed Newspapers

- Organization & Packaging
- Compelling Presentation
- Serendipity
- Easy to Browse
- Affordable to Nearly Everyone

able to order products or request additional information quite easily through a portable medium. This is the evolutionary path that as we feel offers the greatest promise for publishers in the future.

Now, many people will ask why it is that there are so many computers now out in the market place with horizontal screens and why we are still pursuing a vertical oriented document. Like in my own research going back to see how the document has evolved, you discover very quickly that documents have been vertical for a very long time. Going back to clay tablets some 6000 years ago, through papyrus and vellum, the predominant form has been a vertical orientation. No one seems to know exactly why that is the case, although psychologically it may have something to do with the way in which we interact with each other and perhaps the document took its form from the shape of the face as we talk to each other in person. For whatever reason however, the vertical orientation of the document has become the standard in all of our cultures and it is my believe that it is more likely to retain that in digital form.

Unfortunately with the computer screens that we have today, they have forced us to think in a horizontal way, which was really intended for full motion video in its original form. In our efforts to try to blend text and video and images into the television form, we have not being particularly successful. Video text efforts in the early 1980's and interactive TV trials that have been presenting text and graphics on a television screen and a horizontal computer screen have not been particular popular with audiences even today. Now it is my believe that the tablet technology will emerge not so much as a personal computer, but as an appliance. Just as we have CD music players today, VCR's and other consumer electronic devices that perform specific functions, it is my believe that the tablet will evolve in the same way. This device will not be something that publishers have to buy and distribute to their customers. We see the tablet as being a consumer electronic device that people will purchase as they purchase a VCR and that will be usable for all forms of digital documents (magazines, books, newspapers, my personal papers that I may want to take with me) and interact with those documents on the road.

In time it is my believe that the digital document in the form of the tablet will become relatively common as something that we use in our every day lives. I certainly hope for it as soon as possible because as much traveling as I do, I would very much like to be able to have a tablet (that weights less than a kilo) and some cards to take with me, than to carry the suitcase that we have with books and

magazines today. It will happen. It is a matter of when. And as I have said, I believe that this will begin to happen within the next ten years.

3.4. Verslag discussie ochtendsessie door Patrick Hendriks⁴

Dagbladuitgevers met of zonder de overheid het elektronisch tijdperk in?

In de ochtendsessie stonden twee vragen centraal: wat moeten uitgevers met nieuwe elektronische media en wat is de rol van de overheid daarbij? In het forum hadden plaatsgenomen de heer P. de Pagter, voorzitter van de Nederlandse Dagbladpers, de heer M. Boom, directeur van de Koninklijke Boom Pers, de heer J. Houwert, vice-voorzitter van de Raad van Bestuur van Wegener, de heer J. van Ginkel, voorzitter van de Koninklijke Bond van Grafische Ondernemingen, de inleiders W. Bender en R. Fidler, de heer W. van Gelder, lid van de Tweede Kamer der Staten-Generaal voor de Partij van de Arbeid, de heer H. Kramer, hoofd directie Media, Letteren en Bibliotheken van het Ministerie van OCW, en prof. S. Douma, hoogleraar bedrijfseconomie aan de Katholieke Universiteit Brabant.

De discussie nam zijn aanvang met een reactie van overheidszijde op het thema 'de pers in het elektronische tijdperk'. De rol van de overheid is van oudsher te typeren met twee trefwoorden: afweer en zorg. Nu gaan de uitgevers de elektronische snelweg op, maar de overheid ziet daarbij voor zichzelf geen leidende en sturende rol weggelegd, omdat het 'debat' niet in gevaar komt, aldus de heer Kramer. 'Ik was gisteravond op het boekenbal. Daar heerste toch vrolijkheid en niet het besef dat het boek binnenkort zou verdwijnen, terwijl u toch allen weet dat toch regelmatig bijeenkomsten worden georganiseerd waarin de veronderstelling wordt uitgesproken dat het boek aan het eind van zijn dagen zou zijn. Ik denk dus dat het allemaal niet zo is.' De belangrijkste taak van de overheid ligt volgens de bewindslieden van het Ministerie van OCW in het 'publieke domein' en in de sfeer van marktordening. 'Als je naar de beleidsontwikkeling kijkt, dan kun je constateren dat het beleid op het gebied van media, (radio, televisie, pers, nieuwsdiensten, etc.) zich in een normaliseringsproces bevindt tussen publieke en private belangen.' Dit normaliseringsproces doet zich volgens Kramer met name voor bij het liberaliseren van de distributiefase, zoals het versoepelen van het kabelregime. 'Tegen

4. Drs Patrick Hendriks is als onderzoeker verbonden aan de Vakgroep Communicatiewetenschap van de Universiteit van Amsterdam.

die achtergrond moet u ook het beleid zien ten aanzien van de pers. Dat beleidsonderdeel is om meerdere redenen, samenhangend met de historie maar ook met de technische ingewikkeldheid, op geheel andere manier ontwikkeld dan voor radio en televisie. Persbeleid is altijd veel afhoudender geweest.'

In feite stelt de heer Kramer dat de rol van de overheid ten aanzien van de pers zeer beperkt is, en dat deze marktgedreven bedrijfstak zich vooral moet beraden op haar eigen functie. 'Als je ziet wat zich op het kranten-terrein voordoet, dan denk ik dat de problematiek zich niet meteen op het terrein van de overheid afspeelt. Ik denk dat een belangrijke problematiek is hoe uitgevers in staat zullen zijn en blijven om uit de veelheid aan informatie te selecteren en daarop een uitgeeffunctie toe te passen. Kijkend naar de technische ontwikkelingen van de krant, dan zou ik eigenlijk zeggen (in navolging van de staatssecretaris): ik zie weinig bedreiging wanneer de uitgeverijen en kranten in staat zijn om hun hoofdfunctie uit te oefenen en dat is namelijk bij de tijd blijven. Wanneer bedrijven bij de tijd blijven en in staat zijn om op een brede manier de oude media met de nieuwe te verbinden, dan denk ik dat de ontwikkelingen zeer wel gevolgd kunnen worden.'

Hiermee was de toon gezet voor het ochtenddebat. De overheid zag het niet als haar taak om sturend op te treden bij ontwikkelingen ten aanzien van de pers in het elektronische tijdperk; de markt (uitgevers) zou daar wel toe in staat zijn. De uitgevers zagen deze stellingname op zichzelf niet als discutabel, maar zagen een zekere tweeslachtigheid in het overheidsbeleid ten aanzien van de liberalisering en onevenredig veel aandacht voor de omroep. De heer Houwert uitte zijn gevoelens als volgt: 'De heer Nuis heeft een vloeiend en uiteraard terecht betoog gehouden over hoe goed en hoe sterk de kranten zijn. Maar als dat wordt gezegd, dan word ik altijd een beetje angstig. Dan denk ik dat bedoeld wordt dat de kranten en uitgevers altijd heel goed voor zichzelf zorgen en dat waar wij als overheid voor moeten zorgen het publieke domein is (lees omroep) en de liberalisering van de regelgeving omtrent de elektronische snelweg. De heer Nuis vertaalde dat vooral in de commerciële rol van de kabelexploitanten en ik weet niet of de uitgevers dat onder liberalisering van de regelgeving zouden verstaan.'

Ook de heer De Pagter reageerde op de tweeslachtige houding van de overheid ten aanzien van liberalisering van mediamarkten. 'Toch wil ik nog een kanttekening plaatsen bij de rol van de overheid waar men toch heel snel zegt "dagbladen zijn marktgedreven en die

moeten hun eigen weg maar vinden". Aan die eigen weg vinden zijn natuurlijk ook grenzen. De heer Houwert heeft terecht gewezen op de conclusie ten aanzien van de kabelexploitanten die in plaats van leveranciers van netwerken toch een sterke neiging hebben om ook als uitgever taken op zich te gaan nemen. Zij zitten daarbij dan natuurlijk in een bevoorrechte positie ten aanzien van dagbladen, omdat ze voor een groot deel door publieke middelen gefinancierd worden. Dat vinden wij een nare zaak. Een voordeel van de marktgedreven functie van dagbladen ten opzichte van de huidige publieke media is juist dat door deze marktgedreven functie, de dagbladen altijd in staat geweest zijn om grote journalistieke onafhankelijkheid te waarborgen, waardoor het publieke debat nog altijd in ruime mate bepaald wordt door datgene wat in dagbladen gepubliceerd wordt.'

Met name de ongelijke behandeling van media door de overheid stak de uitgevers, met als belangrijkste voorbeeld de liberalisering van het kabelregime. Volgens de uitgevers was hier sprake van concurrentievervalsing en een willekeurig liberaliseringsbeleid, zeker gezien de beperkende maatregelen met betrekking tot het exploiteren van omroep waaraan de dagbladuitgevers nog steeds gebonden zijn. Hier kregen de uitgevers dan ook steun van de NVJ bij monde van de algemeen secretaris, de heer Verploeg. 'Ik ben het eens met de zorg van de dagbladuitgevers voor de mogelijkheid, dat als straks energiemaatschappijen met een lokale omroep of een omroep van vrijwilligers informatie kunnen gaan verschaffen, er daardoor misschien een kwartje op de elektriciteitsrekening komt en dat zij dan wat dat betreft ook mediabedrijf kunnen gaan spelen. Waar is dan de overheid om ervoor te zorgen dat het onafhankelijke produkt, dagblad, omroep of wat dan ook toch beschermd door diezelfde overheid op de deurmat valt dan wel elektronisch tot ons komt?' De heer Kramer relativeerde deze kritiek en stelde dat liberalisering nu eenmaal een moeilijke kwestie is in een zich ontwikkelende markt. 'Het zal duidelijk zijn dat op het moment waarop er sprake is van liberalisering, er een discussie komt over de verhoudingen binnen de bedrijven van de publieke middelen en de privaat aangewende middelen, en dat die middelen gescheiden zullen moeten worden. Hoe die verhoudingen in elkaar zitten, dat hoort volgens mij allemaal bij de thematiek van een zich ontwikkelende markt. Dat er regelingen worden getroffen die al zijn geliberaliseerd en voor iedereen toegang verschaffen. Dat heet een open netwerk provision, die we in de Nederlandse regelgeving zullen moeten

vertalen, opdat er inderdaad niet vanaf het begin ongelijke startposities worden gecreëerd. Maar tegelijkertijd ben ik iets relativerend daarbij, want het is heel moeilijk om dat te realiseren (de een had toevallig wel wat en de ander niet). Om dat recht te trekken voor de verschillende groeperingen die we dan meemaken, dat zou ook nog weleens een heel ingewikkeld debat kunnen zijn. (...) Ik denk dat in het kielzog van het verdere marktdenken en de thematiek van mededingers en concentratie regelgeving ook weer op het tapijt komt. Ik zeg dit in dit gezelschap omdat ik weet dat in het bijzonder de concentratie-thematiek hier bijzonder populair is. Een laatste punt dat voortdurend een rol speelt zal de werkgelegenheid zijn, waarbij ik voorspel dat in het collectieve deel meer werkgelegenheid en creativiteit te verwachten zal zijn dan in het marktdomein van deze ontwikkelingen.'

Het tweede belangrijke thema in de ochtenddiscussie had betrekking op de strategische beleidsvoering van (dagblad)uitgevers in een stagnerende markt en een zich elektroniserende omgeving. Opvallend was dat dit centrale thema in de ochtendsessie werd overschaduwd door de discussie over de rol van de overheid. Een belangrijke reden hiervoor was ongetwijfeld het bescheiden geluid dat de Nederlandse uitgevers achter de tafel lieten horen. De opvatting die door de meeste aanwezigen gedeeld werd was dat het dagblad zoals we dat nu kennen nog decennia lang zal blijven voortbestaan. Vicevoorzitter van de Raad van Bestuur van Wegener, Jan Houwert, zag nog voldoende ruimte voor de verbetering van het gedrukte dagblad. 'We moeten hier nu natuurlijk praten over het digitale tijdperk als iets wat komen gaat, maar we moeten niet vergeten (ik denk ook dat dit niet alleen voor Nederland geldt) dat we niet praten over een soort uitontwikkelde dagbladen of uitontwikkelde dagbladpers. Ook daar valt in de print nog vreselijk veel te doen, waar voor de uitgevers ook nog wat meer rendement in zit dan in allerlei nieuwe ontwikkelingen. De krant is zeker niet uitontwikkeld, maar krijgt met name vanuit alle digitale mogelijkheden die er zijn, nieuwe kansen en gaat die dus ook gebruiken. Maar dat betekent niet dat je de krant op een uitsluitend digitale manier moet gaan verspreiden. Het vervaardigingsproces vindt al digitaal plaats en dat is er in essentie altijd op gericht geweest het productieproces te digitaliseren, te automatiseren. Maar we moeten nu de volgende stap maken om de producten te digitaliseren, in ieder geval de mogelijkheid daartoe hebben. Denk dus niet zo zeer dat naar de toekomst toe via digitale weg verzonden kranten zo vreselijk interessant zouden zijn. Wat zich

zal gaan voordoen is een samenspel van het gedrukte medium en allerlei andere vormen van informatieoverdracht. Vanuit dat medium dagblad, in essentie een massamedium zelfs al is het in een klein regionaal verspreidingsgebied, kunnen allerlei digitale functies worden geëxploiteerd. Dat bedoelen wij bij Wegener met intermediaal: dat verschillende vormen van informatie-overdracht met elkaar gaan samenspelen, waarbij erg belangrijk is dat je daarvoor als kernpunt houdt het gewone produkt, het geschreven dagblad.'

Vanuit de NDP werd bij monde van voorzitter De Pagter deze visie ondersteund en werd nog eens herhaald dat elektronische overdrachtsvormen vooralsnog een aanvulling zullen zijn op het gedrukte dagblad. 'Wij zijn van mening dat het gedrukte produkt krant, zeker gezien de gebruiksvriendelijkheid van papier, in tegenstelling tot de moeilijke toegankelijkheid van de elektronische media, wel moet blijven bestaan. Ik denk dat elektronische media een uitstekend aanvullend middel kunnen zijn om het nadeel van de dagbladen op te heffen, namelijk de verschijningsinterval die maar één keer per 24 uur plaatsvindt. In dat opzicht moeten we bezig blijven ons voor te bereiden op nieuwe aanvullende technieken. Mij is opgevallen, dat nog niet de vraag aan de orde is geweest of de markt al rijp is voor deze ontwikkeling. Je kunt natuurlijk gigantische investeringen gaan doen en grote experimenten gaan opzetten. Maar uiteindelijk zou je als een organisatie die aanvoert het van de marktwerking te moeten hebben, ook eens naar de consument moeten kijken of inderdaad de mogelijkheden die vanuit de technologie geschapen worden, ook inderdaad tegen een betaalbare prijs door consumenten geaccepteerd kunnen worden.'

Vanuit de KVG0 klonk een soortgelijk geluid en voorzitter Van Ginkel prees dan ook het papier als drager van informatie. 'Het zou heel onverstandig zijn wanneer we als 500 jaar oude industrie de ogen sluiten voor elektronische media en nog meer de ogen sluiten voor de verdere digitalisering van het grafische proces.(...) We zijn natuurlijk in de hele grafische industrie, name in de dagbladen, in het pre-press gedeelte al enorm gedigitaliseerd. Er zullen meer verrassende nieuwe ontwikkelingen komen, verdere digitalisering, digitale drukpersen. Waar wij ons voor klaarmaken is print on demand. Wat mij bezorgd maakt, is dat ik nu weer merk dat de fouten van 20 jaar geleden opnieuw gemaakt gaan worden. Wij hadden in dit land een prachtige tweewegkabel research in Zuid-Limburg, een experiment

waar uiteindelijk niets van terecht is gekomen. Een aantal mensen die nu betrokken zijn bij de elektronische highway willen dat soort grootschalige experimenten weer opzetten. Ik denk dat dat fout is en heb ook gezegd 'kijk dan eens naar de uitgeverij'. Die heeft 500 jaar ervaring hoe je produkten moet ontwikkelen, hoe je produkten tot bloei moet brengen en dat is kleinschalig begonnen. Dus wil je van electronic publishing succes maken naast print, dan zal je kleinschalige dingen moeten doen en dan moet je niet opnieuw een grootschalig Limburg-experiment opzetten.'

De initiële stellingname van de uitgevers kon in de ochtendsessie gekarakteriseerd worden als behoudend en afwachtend. Hoogleraar bedrijfseconomie professor Douma waarschuwde voor een te beperkte 'business'-definitie en pleitte voor een heroverweging van de taakopvatting van de uitgevers. Uitgevers zouden zich moeten bezinnen op de vraag wat de elektronische media betekenen voor de krant. Zou de conclusie getrokken mogen worden dat de missie van krantenbedrijven wat opgerekt zou moeten worden, en zou moeten gaan van het uitgeven van kranten naar het marketen van informatie? 'Op zichzelf denk ik dat je als krantenbedrijf niet moet zeggen "onze missie is puur het op de markt brengen van een dagblad". Maar om aan de andere kant een overstap te maken naar het marketen van informatie lijkt me nu weer veel te breed. Dan valt er van alles onder. Dan vallen daar ook de juridische databanken en de wetenschappelijke informatie onder. Ik denk dat je je moet afvragen "wat zijn eigenlijk precies de functies van de krant en waarin zijn wij als krant goed?". Wat zijn de functies van de krant: het bekende rijtje: nieuws weerspiegelen, achtergronden, de feiten presenteren, ontspanning, het selecteren van het nieuws, het bundelen van het nieuws, het bijeenbrengen van het nieuws, het becommentariëren van het nieuws. De informatie moet betalen, dus dat onderscheidt het dan weer van de publieke informatie die we via de ether tot ons nemen. Hetzij publiek gefinancierd, hetzij via de reclame gefinancierd. Ik denk dat daar de wezenlijke functie ligt van het dagblad. Ik denk dat de cruciale vraag is "is het een aanvulling op het bestaande krantenbedrijf?", zoals audiotext en de elektronische knipselkrant, of "is het een revolutie?", iets wat de krant gaat vervangen, zoals het flat panel en het computermiddel dat we hebben gezien. Dat is de kernvraag en daarover zouden de krantenbedrijven moeten nadenken', aldus prof. Douma. Eén uitspraak van de heer Houwert in de discussie typeerde voorsnóg de zienswijze van de uitgevers het meest: 'Ik denk dat we

moeten zorgen dat we de krant in belangrijke mate overeind houden, dat we dus inderdaad ook gaan supplementeren en er niet iets voor in de plaats gaan zetten.'

Eén van de uitgevers die een duidelijk offensiever geluid liet horen, was de heer M. Boom jr, directeur van Boom Pers, één van de kleinere uitgevers in het gezelschap. 'Elektronische mogelijkheden zijn voor ons bedrijf altijd een middel geweest voor het uitoefenen van onze functie. Discussies over wel of niet elektronische pagina-opmaak, wel of niet tekst/beeld integratie zijn voor mij geen discussies, dat zijn (als het de efficiency van het bedrijf ten goede komt) alleen maar handige middelen om het bedrijf zo efficiënt mogelijk te laten zijn. Daardoor kan veel meer geld in de bedrijven ingezet worden voor kwalitatieve journalistiek, voor marketing onderzoek en dergelijke. Maar die elektronische mogelijkheden zijn natuurlijk enorme kansen voor het bedrijf. De contributie van de informatie en het bewerken ervan doen we allemaal geheel elektronisch en zo efficiënt mogelijk. Waar het mij om gaat is: kunnen we het nu ook allemaal elektronisch verspreiden.' Als voorbeeld noemde Boom de kabelkrant, een medium dat de dagbladuitgevers in de jaren '80 ter beschikking kregen, maar waar door de meeste uitgevers meewarig tegen aan is gekeken. Voor dergelijke media ziet Boom juist kansen liggen, met name om de rol van de uitgever in de gemeenschap waar hij in opereert te versterken. 'Als je de community niet alleen met de krant, maar ook met de elektronische middelen via televisie kunt bereiken, dan kun je merken dat die communicatie weer veel meer op gang komt en dat je bedrijf weer een middelpunt is van bruisende activiteiten.' Boom is zelfs van mening dat door het gericht inzetten van elektronische media, zelfs relatief eenvoudige media als de kabelkrant, en daar op een innovatieve wijze mee om te gaan, de dagbladuitgever zijn positie in de samenleving kan beschermen en zelfs versterken. 'De zelfstandigheid van ons bedrijf en het kunnen blijven uitgeven van kranten zijn op dit moment meer te danken aan het feit dat wij ons tien jaar geleden intensief, actief en via een offensieve strategie bezig zijn gaan houden met elektronische media. Het rendement is ieder jaar weer gestegen dankzij de elektronische media. Dankzij het feit dat de journalisten, de stafafdelingen, niet hun werk alleen maar voor het gedrukte papier deden, maar tevens hun werk konden gebruiken voor de elektronische output. Wij hebben derhalve met onze mensen, met onze know-how, niet alleen het gedrukte woord kunnen doen verspreiden, maar hebben dit ook via elektronische weg gedaan en er is een enorme markt voor.'

Boom benadrukte nog eens dat de taak van de kleinere uitgevers vooral is zich voor te bereiden op de elektroniserende markt, niet door zelf een 'tablet' te ontwikkelen, maar door de organisatie intern te flexibiliseren. 'Een kleine uitgever kan natuurlijk nooit die tablets zelf ontwikkelen. Wat wij als kleine uitgeverij moeten doen is waar wij sterk in zijn. Wij kennen de community. Wij kennen de samenleving. De nieuwsgaring daarvan en de communicatie daarmee doen wij al jarenlang (eeuwenlang zou ik zeggen). Wat we moeten doen is onze journalistiek er op voorbereiden dat zij niet alleen artikelen via de krant naar het publiek terugkaatsen, maar dat wij ons inrichten om een deel van het tablet, maar ook een deel van de elektronische krant in de toekomst te kunnen vullen. Die voorbereidingen moeten nu getroffen worden, want op het moment dat deze zaken zijn ontwikkeld en breed door de consument zijn aanvaard, zullen wij degenen moeten zijn die de informatie dienaangaande kunnen leveren. Dus wij zullen hooguit een supplement in de elektronische krant, in het tablet vormen. Dat tablet zelf zal door de grotere uitgevers moeten worden ontwikkeld. Dat is de beperking van de kleine uitgever. Desalniettemin is die elektronische mogelijkheid zeker geen bedreiging, maar een kans om een katern te worden daarbinnen. Onze redactie is bezig om daarover na te denken en daadwerkelijk een compleet andere vorm te krijgen qua organisatie, waarbij met name het databank beheer en het méér gebruiken van de databanken een onderwerp van gesprek is, op basis waarvan nu de redactie bezig is het werk zodanig in te richten om er klaar voor te zijn.'

In dit opzicht kreeg de heer Boom bijval van Roger Fidler, die leiding geeft aan de ontwikkeling van de 'tablet'. 'It is not our believe that publishers small or large will have to develop technology. That technology is developed with or without them. It is my believe however that we need to be prepared to take advantage of this technology to be able to provide our content in a form that people will find easy to use and will continue to extend the role of newspapers as mediators of information and packages of information. It is my believe that professional journalists will continue to be important in the future. The education of our journalists about digital technology is very important to us and also the development of our content, provide kinds of content that will be of value to our customers and our market. It is very important to us to be able also to deal with the involvement of our community in the preparation of our news.'

Met de conclusie dat uitgevers zich vooral moeten concentreren op de rol die zij dienen te vervullen in de toekomst kwam een einde aan de ochtenddiscussie. Een discussie die gekenmerkt werd door terughoudendheid van de zijde van met name de grote uitgevers. Waar de Amerikaanse gastsprekers en de kleine uitgever Boom een uitgesproken visie hadden op het elektronisch uitgeven van dagbladen, lieten de meeste Nederlandse uitgevers hun beurt voorbij gaan. Bleef het achter de discussietafel opmerkelijk stil, in de wandelgangen werd in de middagpauze echter wel druk gesproken over diverse innovatieprojecten van grote dagbladuitgevers als VNU, Perscombinatie, Wegener en Dagbladunie. Achter de schermen zijn deze uitgevers druk doende experimenten op te starten, maar de grote vraag blijft voor alle uitgevers vooralsnog waar de geïnvesteerde gulden zich in het elektronische medialandschap terugbetaalt.

Daar moeten de uitgevers dan wel van de overheid de ruimte voor krijgen, was een veelgehoord geluid, dat de heer J. Boom sr. nog eens onderstreepte. 'De overheid is vreselijk benauwd om nieuwe ontwikkelingen de vrije loop te geven. Helemaal vrijlaten hoeft niet, maar toch een regulering daarvan geven die zoveel ruimte openlaat dat de politiek de uitgevers en ook met name de kleinere uitgevers in staat stelt bij de tijd te blijven en hun kansen te grijpen.'

4. Het journalistieke antwoord

4.1. Inleiding van professor Jan van Cuilenburg¹

Nieuwe journalistiek voor oude idealen

– het journalistieke antwoord –

Onbegrensde informatie en communicatie

Democratie bestaat bij de gratie van de politiek-maatschappelijke dialoog tussen staatsburgers. Die dialoog onderstelt informatie en communicatie. Zou de waarde van ons democratisch staatsbestel louter en alleen kunnen worden afgemeten aan de beschikbaarheid van informatie, dan zou er weinig te klagen zijn: ook in Nederland leven we in een informatiesamenleving met schier onbegrensde mogelijkheden in het vlak van communicatie en informatie. De moderne samenleving is inderdaad McLuhans 'global village' geworden, een dorp met ongekeerde verscheidenheid in informatie-soorten, informatiedragers en communicatiekanalen. En deze 'information-affluent society' maakt het technisch en economisch mogelijk maatschappelijke communicatievrijheid ten volle te realiseren. Nooit waren we dichterbij het grote democratische goed van wat de Amerikanen noemen: 'the widest possible dissemination of information from diverse and antagonistic sources'.

Journalistiek: verschillende verhalen

De pers is bij uitstek de draagster van de politieke openbaarheid. Journalisten verschaffen de burgers niet alleen informatie over het politiek reilen en zeilen van de samenleving, maar ze brengen ook politieke opvattingen en wensen in de bevolking tot expressie en faciliteren het politieke debat tussen de burgers onderling. De vraag die zich aandient is, welke gevolgen de samenleving zal hebben voor de journalistiek. Welke positie zal er in een wereld vol Internet nog zijn voor de pers? Is er eigenlijk nog wel behoefte aan journalisten die voor ons op pad gaan. Of kunnen we het eigenlijk wel allemaal zelf af, achter onze PC's onze eigen 'Daily Me's' samenstellend. Wie

1. Hoogleraar Communicatiewetenschap aan de Universiteit van Amsterdam en ten tijde van de werkconferentie bestuurslid van het Bedrijfsfonds voor de Pers. Thans voorzitter van het Bedrijfsfondsbestuur.

zal het zeggen? Duidelijk is echter wel, dat er op zijn minst twee verhalen te vertellen zijn: een verhaal waarin de journalistiek langzamerhand overbodig wordt, en een minder optimistisch, een pessimistisch verhaal zo men wil, een verhaal waarin de journalistiek juist meer dan ooit nodig is om het democratisch debat te schragen.

Informatieparadijs

Het eerste verhaal komt neer op een optimistisch scenario van een onbedreigd debat in een informatieparadijs. In dat scenario verdwijnt de journalistiek langzaam maar zeker. De mediërende rol van journalisten wordt immers met alle communicatietechnologie waarover de mondige burger beschikt, volstrekt overbodig. Interactieve elektronische media kunnen het ideaal van het publieke, democratische debat veel beter verwezenlijken dan kranten, radio en televisie: die massamedia kenmerken zich immers voornamelijk door éénrichtingverkeer en monoloog. Met interactieve media zijn de burgers veel beter toegerust om zelf informatie te verzamelen, relevant voor hun eigen politieke wensen en voorkeuren. Bovendien scheppen netwerken als Internet met hun 9000 of meer nieuwsgroepen² en ontelbare discussielijsten ongekeende mogelijkheden tot ongemedieerde en bovenal ongecensureerde uitwisseling van ideeën en opvattingen met andere burgers. Daarmee keert onze democratie weer terug naar haar historische vertrekpunt van de Atheense polis en het Romeinse forum waarin de civitas, de burgers verzameld, rechtstreeks aan het politiek-democratische proces konden deelnemen. Het fysieke plein midden in de stad is alleen vervangen door cybersquare, door een digitaal Leidseplein in de Digitale Stad. Dat de gemeenschap, door met de Amerikaan Howard Rheingold te spreken, daarbij slechts een '**virtual community**' is, doet er niets aan af dat op cybersquare directe democratie met participatie van allen voor allen binnen handbereik ligt.

Teveel

Maar, zoals het Beleidspamflet bij dit symposium al aan gaf, er is ook een ander verhaal te vertellen, een verhaal waarin de journalistiek allerminst overbodig wordt. Tegenover het beeld van een informatieparadijs met rationele informatie-garende en discussiërende staatsburgers, staat het scenario van een samenleving die verdrinkt in haar eigen informatievoorziening, met een

2. Advertentie PSI InterRamp in Wired, februari 1995, pag. 105.

overproduktie van informatie en een tekort aan werkelijke ontmoeting. Natuurlijk, de waarheid zal ook in de toekomst, zoals altijd, in het midden liggen, maar om dat midden iets preciezer te kunnen bepalen is het goed, ook dit doem-scenario nog eens nader uit te werken. Economisch hoog ontwikkelde samenlevingen kennen een exponentiële groei in het maatschappelijk informatie-aanbod. Wie de statistiek thuis bijhoudt zal kunnen vaststellen dat de laatste tien, vijftien jaar alleen al het aanbod van Nederlandse televisieprogramma's met ongeveer factor vier is toegenomen. Daarbij dient overigens bedacht te worden, zoals we allemaal weten, dat veel aanbod niet bestaat uit nieuwe informatie, maar uit informatie-recycling en uit 'reruns' van al eerder uitgezonden televisieprogramma's. Veel informatie-groei komt daarenboven slechts voort uit diversificatie in informatiedragers en communicatiekanalen. Daarmee neemt niet zozeer de maatschappelijke rijkdom aan informatie-inhoud ('content') toe, als wel de variëteit aan distributie en toegangspoorten tot informatie ('delivery' en 'access').

Teveel VHS

Naast een kwantitatieve overvloed kenmerkt de maatschappelijke informatievoorziening zich tegenwoordig ook door een toenemend VHS-gehalte. Men hoeft geen moralist te zijn om toch met enige zorg en droefenis te moeten vaststellen dat de informatiesamenleving op veel plekken het niveau niet overstijgt van de videotheken die onze VHS-recorders bevoorraden: veel maatschappelijke energie wordt in een half louche sfeer geïnvesteerd in en veel winsten worden gemaakt met VHS: Violence, Horror, Sex. En dan hebben we het niet alleen over 06-lijnen en de erotische 'bulletin boards'. Ook vele honderden, zo niet duizenden Internet-voorzieningen binnen en buiten de academie, bestaan louter en alleen voor VHS. Wie daarvan niet overtuigd is, raadplege één van de talrijke alt.sex-nieuwsgroepen op Internet/Usenet.

Achterblijvende vraag

Tegenover de forse groei in het aanbod, al dan niet van niveau, staat een achterblijvende vraag naar informatie bij het publiek. Schattingen voor Amerika en Japan komen uit op een jaarlijkse groei in de informatieconsumptie van omstreeks 3,5%: een verdubbeling eens per twintig jaar. De niet onaanzienlijke kloof die daarmee tussen vraag en aanbod ontstaat, geeft grond aan het gevoel, bedolven te worden onder een '**informatielawine**'. Veel mensen

moeten daarbij vaststellen dat vaak sprake is van een informatie-paradox van **'meer informatie = minder informatie'**.

In het pessimistisch scenario als hier geschetst wordt in de informatiesamenleving veel informatie verspild. Dat geldt ook voor kranten. Een rekensom leert dat van een gemiddelde Nederlandse krant van 25 pagina's – circa 125.000 woorden – niet meer dan maximaal 14% wordt gelezen.³ En om de hand ook eens in eigen boezem te steken, Amerikaans onderzoek naar wetenschappelijke publikaties laat zien dat 98% van 'letteren-tijdschriften' ongebruikt, dat wil zeggen ongeciteerd, blijft en 75% van de artikelen uit de sociale wetenschappen. De beta-sector scoort iets beter, met bijvoorbeeld 37% 'ongebruikt' in de natuurkunde.⁴

Weinig ontmoeting

Zoals gezegd, de informatievoorziening kent veel diversificatie in het aanbod. Dat is heel duidelijk te zien bij tijdschriften. Alleen al op de Nederlandse publiekmarkt verschijnen naar schatting zo'n 8.000 verschillende tijdschriften. Voor elke hobby, professie, specialisme of doelgroep, voor nagenoeg elke informatiewens – hoe eigensoortig ook – is wel een tijdschrift beschikbaar. Op zichzelf is media-diversificatie toe te juichen: immers zij vergroot onze keuze-mogelijkheden. Maar er kleven ook risico's aan de ontstuimig groeiende variëteit van communicatiekanalen. Om maar iets te noemen, massamedia worden steeds minder massamedia en de maatschappelijke forumfunctie van de media neemt steeds verder af: we kijken niet meer naar hetzelfde en we lezen andere dingen dan de burens. Daarmee verdwijnen, althans in het pessimistisch scenario, steeds meer gemeenschappelijke ervaringen en collectieve referentiepunten die een samenleving tot samenleving maken. De diversificatie in het media-aanbod wordt nog versterkt door de individualisering in de samenleving zelf, waardoor publieksgroepen kleiner en heterogener worden. Met dit al groeit de kans dat publiekssegmentatie overgaat in fragmentatie, waardoor de media steeds minder maatschappelijke ontmoetingsplaatsen kunnen zijn. We hebben hier te maken met een communicatieparadox van **'meer communicatie = minder communicatie'**: meer communicatie-

3. Van Kaam, 1991: 148.

4. Kolfshoten, 1993: 90-91.

technologie betekent minder gemeenschappelijke podia waarop burgers elkaar als staatsburger kunnen ontmoeten.

Het journalistieke antwoord

Pers, journalistiek en politiek in een elektronische tijd: is het publieke debat nu wel of niet bedreigd? Het antwoord op deze vraag zal vermoedelijk ergens liggen tussen de twee uitersten van aan de ene kant het informatieparadijs en aan de andere kant de VHS-samenleving. Het aanleggen van informatie-snelwegen zal lang niet betekenen dat alle burgers hun informatievoertuigen koersen op het informatieparadijs. Zo naïef mogen we niet zijn. Maar aan de andere kant moet vermeden worden dat een fixatie op risico's en paradoxen ons het zicht op kansen en mogelijkheden ontnemt. Halleluja- en doem-denken zijn beide niet erg vruchtbaar voor de vraag, hoe de journalistiek kan bijdragen aan het maatschappelijk debat in een elektronische tijd. En dan is uiteindelijk de hamvraag, namelijk de vraag naar nieuwe journalistieke antwoorden voor oude democratische idealen. Bij wijze van inleiding tot het thema vanmiddag hierover een paar opmerkingen.

Niet meer, maar anders

In de elektronische race die thans gelopen wordt, bestaan voor de journalistiek tweestrategische opties: meer-doen en anders-doen. Bij meer-doen gebruikt de pers nieuwe communicatietechnologie vooral om nog meer nieuws te garen en naar nog meer uiteenlopende publieksgroepen op nog meer verschillende tijdstippen te distribueren. Deze kwantitatieve strategie vindt haar logisch maximum in een altijd en alom-aanwezige 'instant' journalistiek van een soort CNN-op-de-vierkante-centimeter. De meer-doen-optie verschaft weliswaar iedere burger de mogelijkheid om altijd overal bij te zijn en alles met eigen ogen te zien, maar de bij voorkeur 'live' verslaggeving biedt weinig perspectief en achtergrond.

Het journalistieke antwoord op Internet, multi-media en CD-rom kan ook kwalitatief zijn: een keuze voor anders-doen. Daarbij wordt gekozen voor een zekere journalistieke onthouding, om aldus meer beschouwing en diepgang, meer gemeenschap en meer relevantie te bewerkstelligen. Voor alle duidelijkheid, journalistieke onthouding is niet hetzelfde als achterhouding. Waar het om gaat, is dat de pers ons steeds minder een dienst bewijst door 'all the news that's fit to print' ook metterdaad fysiek of virtueel te drukken. Een paar opmerkingen in dit verband.

Meer beschouwing en diepgang betekent in dit verband voor journalistiek op Internet dat elektronische kranten hun kracht nog meer dan gewone kranten zoeken in het selecteren en bovenal in het bewerken, ordenen en verpakken van nieuws. Op de recente 'Interactive Newspaper Conference' in Dallas, Texas (USA) vorige maand heeft de vice-voorzitter van de Amerikaanse dagblad-uitgevers, Martz jr., er nog eens op gewezen dat het op de informatie-snelweg in aanleg niet zozeer gaat om distributie alswel om inhoud. Een uitdaging voor de pers, immers (citaat): 'Als geen ander verstaat de dagbladpers de kunst van het verzamelen, bewerken en verpakken van informatie en deze kracht wordt steeds belangrijker naarmate de informatie-explosie meer en meer resulteert in een multimediale fragmentatie van informatiekkanalen'.⁵ Dat gezegd zijnde, rijst vandaag natuurlijk de vraag, hoe financieel en intellectueel te investeren in experimenten en onderzoek naar technieken en methodieken voor elektronische kranten die met hun papieren moeders kunnen wedijveren en die qua diepgang en beschouwing veel verder kunnen gaan dan kabelkranten en Teletekst.

Tweede opmerking: De dagbladpers was vroeger één van de belangrijkste pijlers van wat Amerikanen zo mooi noemen de '**civic community**'. Met alle segmentatie en diversificatie ontbeert, zo hoorden we pessimisten al zeggen, de samenleving steeds meer gemeenschappelijke referentiepunten. In objectief maatschappelijke zin ontstaat daarmee een behoefte aan meer gemeenschap, een behoefte die echter ook subjectief, als gemeenschapsgevoel bijgebracht moet worden bij burgers in de samenleving. Een journalistiek die ook elektronisch haar maatschappelijke verantwoordelijkheid wil kennen, durft het aan om systematisch de

5. Uzal H. Martz, jr., februari 1995: 'No one is better at collecting, massaging and packaging information content than the newspaper business, with these strengths becoming even more important as the information explosion results in multi-media fragmentation of information channels.' Ook te onzent wordt dat onderschreven. Zo merkte Lockefeer, geïnterviewd door Elsevier (18 februari 1995), recentelijk op: 'Het belangrijkste principe van de krant is ordening van informatie. Daar heeft de televisie niet van terug. Wij zeggen tegen de lezer: maakt u zich vooral geen zorgen met al dat geknetter om u heen. De krant brengt de wereld in alle rust en kalmte naar de abonnees. In de selectie van informatie wordt de identiteit van de krant dagelijks bevestigd.'

vraag te onderzoeken, wat ons op dit territoir samenbindt, zonder daarbij in nationalisme of kneuterigheid te vervallen. Dat betekent meer journalistieke aandacht voor personen en gebeurtenissen op de hoek, als ook een herontdekking van normatieve journalistiek, naar analogie van de 'richtingsjournalistiek' van vroeger.⁶ Een meer op gemeenschapsbeleving gerichte journalistiek zal in ieder geval met name oog moeten hebben voor lokale voorzieningen zoals de Digitale Stad. Juist binnen zulke steden zouden elektronische kranten met een duidelijke normatieve positie en verankering in maatschappelijke stromingen, van grote waarde kunnen zijn.

Meer relevantie

De krant bedreigd? Dat is niet erg waarschijnlijk zolang de afnemers in deze zaal gezocht moeten worden: wij zullen allemaal, groot geworden met lezen en papier, wel kranten blijven lezen. Maar wij worden met z'n allen ook grijs. Er zijn twee groepen in de samenleving die slecht door het kranteproduct worden bereikt: jongeren en etnische minderheden. Daarover zouden we ons zorgen moeten maken. Kennelijk is de krant geen relevant produkt voor deze groepen. Bij etniciteit spelen uiteraard taal en cultuur; ik laat dit hier verder rusten. Bij jongeren speelt echter iets anders: de krant wordt als een saai, kleurloos-grijs, tuttig medium beschouwd, althans lang niet zo heftig, flitsend, gaaf en relevant als MTV en World Wide Web. Wie de jeugd niet heeft, heeft ook niet de toekomst. Alleen al daarom moeten uitgeverij en journalistiek zoeken naar nieuwe vehikels en formules om samen met de jeugd, de dagblad-consument van morgen, de informatie-snelweg op te gaan.

Slot

De informatiesamenleving stelt de journalistiek voor uitdagingen en dilemma's. Niemand weet welke technologie, welke informatie-formats en welke nieuwe journalistieke conventies uiteindelijk de standaard zullen worden. Dat maakt investeren risico-vol. Men kan natuurlijk de kat uit de boom kijken, met de kans overigens 'de boot te missen'. Meer perspectief biedt een flexibele strategie van experimenteren met nieuwe vormen van informatie-overdracht, in het historisch besef dat oude media nooit helemaal door nieuwe

6. Het adagium 'facts are sacred, comment is free' is wellicht in het informatietijdperk tochiets te vrijblijvend geworden. Misschien wordt het tijd voor het uitgangspunt 'facts are useful, comment is indispensable'.

worden verdrongen, maar tegelijkertijd evenzeer in de wetenschap dat nieuwe media ook altijd hun eigen logica en dynamiek veroveren. Wie zal immers nu nog willen beweren dat televisie slechts radio is met een plaatje?



4.2. Inleiding van professor Everett E. Dennis⁷

Values and value-added for the new electronic journalism

Rapid changes in the newspaper environment as envisioned by online newspapers, teletext news via television or the flat-panel newspaper raise important questions about how this 'brave, new world' will affect the public debate. In other forums, I have asked whether news would survive the age of information wondering whether orderly, coherent material delivered up by editors would have any place in electronic media where facts and data can be delivered on demand. While information that can be fetched electronically will truly alter the nature and shape of news, I believe there is ample evidence that the newspaper's sensemaking role, that of sorting out important items from those that are trivial, will always be needed by human beings navigating in ever more complex communities and societies.

While the new electronic media have many value-added elements, from speed of delivery of information to convenient electronic editing, it is clear that those who manufacture equipment and engineer software have not been overly concerned with stimulating public discourse or affecting the conduct of public affairs. Although they do see information delivery as major function of online services, for example, most of these new systems have been more concerned with process than with content. They are involved in information retrieval from available sources, and storage and delivery of that information. The free flow of information and opinion – the essence of freedom of expression – has not yet connected with the cold and calculating world of bits and data streams.

Still, we know that the world over, not just in developed countries, there are a myriad of experiments with online news drawn from news services and other information sources, organized behind an electronic menu in which consumers retrieve what they want. While I know of 50-plus (and more on the way) online electronic newspapers coming to reader / viewers through gateway services or on the

7. Ten tijde van de werkconferentie Professor en Executive Director van The Freedom Forum Media Studies Center aan de Columbia University te New York, USA. Thans Senior Vice President en Executive Director of The Freedom Forum International Consortium of Universities.

Internet, I am also aware that these new services are part of newspapers' risk capital, an effort to keep an eye on the future without benefit of much market research or readership data.

The rush to be 'electronic content providers', as the term goes in the United States, is truly amazing, with little connection between one newspaper's service and another. Clearly motivated by fear and by dark future scenarios that suggest the death of print, publishers in my country seem to be in a mad dash toward some electronic solution, knowing full well that many of these services are not likely to last long and that they are transitional experiments on the way to some more settled future.

The changes portended by many commentators make us wonder whether the playwright Tom Stoppard might have been on to something in 'Arcadia' where he wrote, 'This is the best possible time to be alive, when almost everything we thought we knew is wrong'. What was not stated in earlier conference sessions is that several of the competing new technologies, which pit the PC against the TV with the flat-panel trying to offer a third alternative, have to do with the declining influence of the newspaper in several western countries. By any account, the newspaper as a technology for delivery of information is in trouble, deep trouble.

Household penetration is down; a smaller percentage of the population reads newspapers than was previously the case; they are less relied on for fast or breaking news; and they are less able to command advertising revenues and greatly dread the coming of electronic classified advertising, especially if it is gobbled up by telecommunications and marketing firms. The newspaper is simply a less important member of the media family than it was a few generations ago. In my country, only 43 percent of the people say that they rely mainly on the newspaper for news, while 69 percent point to television as the preferred medium. Whether the newspaper will be an irrelevant uncle or an aging maiden aunt in the media family of the future depends on decisions in the next few years which will determine whether it can survive as a reliable and dependable medium for news, information, opinion, advertising and even, to some extent, entertainment. I will explain this later.

In the midst of many doubts about the future of print, my assignment in this conference is to explore the positive, prosocial role that newspapers can have in the decade ahead regardless of their

mode of delivery, some of which will still be ink on paper, I believe. I have been asked to explore three questions with regard to the role of newspapers in the public debate and in civic life. They are:

- In what way will the social debate take place in the future?
- How can journalism contribute to the future form in which old but still very lively democratic ideals are being presented?
- Can the electronic newspaper take over the traditional functions of the printed newspaper?

The Social Debate

Although newspapers have traditionally tried to mirror or represent information of importance to people in the community, and thus fuel the social debate, that effort has essentially been impressionistic and somewhat haphazard, with continuous complaints by various sectors that they are either underrepresented, misrepresented or ignored altogether. Enter the electronic newspaper in which certain benefits for discourse on public life are evident, regardless of the appliance used for its ultimate delivery.

For example, it will be possible to have a more systematic inventory and assessment of news and information affecting the community, nation and region, as well as thematic information gathered and assessed in broad terms. In the first instance, an editor can develop an inventory of important institutions, local issues, people, neighborhoods or other organizing principles for a community and systematically determine whether there is any useful information in each of those areas on a given day. This is a vast improvement over the old beat system where reporters visited the police department or various press conferences for information; and, especially in the age of the pseudo event and public relations spinning, such an approach would benefit those elements of society that cannot afford mammoth publicity machines. With regard to thematic information, it would be possible to synthesize the news about health, the environment or economics on a regional or global basis, thus delivering to readers a fuller and more comprehensive range of information. Such speedy news gathering from various online sources as well as local “shoe leather” reporting will allow editors to spend more time sifting, assessing and adding a human dimension to news coverage. One can add to this the regular and consistent updating of information, which draws on the most current sources and benefits

from fact-checking, spelling-checks and other software that augments accuracy. Because the news media have often been scored for not providing a representative picture of the community, electronic systems again make that a more reachable goal. One could develop a program that inventories the material in tomorrow's paper on any basis by race and ethnicity, for example, or by social class, educational level, age and other variables and determine in advance whether these interests are covered and whether there is material in the newspaper that is of interest to the segments of the readership one wishes to reach in some specific and collective sense. For example, there is considerable concern about young readers, but few editors make any systematic effort to determine whether they are offering material that is of interest to that group or whether they are, in fact, covering the kind of information that makes news in the youth community. By connecting some basic operations in the news room with research on what interests youth and other groups, including the aged, this might be accomplished.

By the same token, the electronic newspaper has a great deal of information about its subscribers – who they are, where they live and potentially what they want. With good research, it is also possible to know what they actually read. By the same token, knowing one's "subscribers" or "users" also is a cue to the nonsubscriber or nonreader. Who are these people? How do they differ from those who elect to read a newspaper? How might they be reached? This will lead to more information about pricing thresholds and much more. Imagine how useful it would be for a publisher to know what benefits and liabilities come with each price increase – for example. What part of the audience is lost and at what cost.

Clearly the social debate benefits from the range of information that editors can draw from various sources and databases, but at the same time the reader/user benefits from interactivity both by being able to choose the news from among many offerings as well as by asking for more material on a particular topic, as has been demonstrated by both the MIT 'Fishwrap' newspaper and the flat-panel presentation. Not incidentally, interactivity means "talking back", telling the editor and even the reporter what one thinks of the material presented to them. This means the ability to ask questions online, something that is difficult by phone, and make suggestions for followups and new material. Editors and publishers will have a better idea from such feedback what is truly salient and pertinent for readers/viewers.

Another benefit for the public debate will be the kind of electronic “diplomatic relations” between and among various social institutions such as business, labor, education and others, each of which will have their own internal and external communication services (home pages) online which people can consult after learning of something in the newspaper. The newspaper can direct the reader to various repositories of information in institutional sources but can also warn about potential vested interests or biases. For example, the newspaper might say, “For more on this topic, consult the home page of the local school district, which has useful examples and data.” However, the paper might also say, “But be forewarned, the school district is seeking support for a bond measure, so the information might be organized or ‘stacked’ to support this interest.”

Contribution to Democratic Ideals

In the cold world of electronic, cash-and-carry media, what happens to the values conveyed so well by newspapers, such as the ideas of freedom, equality, individualism, tolerance, openness, education and others? Once again, the electronic newspaper can actually do this more efficiently than the conventional print paper if editors decide to check in from time to time to see whether these values are being presented, covered and illustrated in the material available in the electronic newspaper. For example, it is possible to have interactive, visual examples of concepts such as freedom of expression, individualism and human rights using a variety of technological tools. Imagine the value of such an approach had there been electronic newspapers during the incident at Tianamen Square in Beijing. Not only would full motion video, which is now available in some electronic newspapers, take you to the scene, but there could be more interviews with those involved and experts about symbols were transmitted there, including the famous paper maché Statue of Liberty. With the potential benefits of virtual reality, which might join the electronic newspaper soon, you could also “be” the people in the story, better understand their feelings, empathize with them. Electronic media of this sort could “recreate” historical debates from various sources to actually take their readers back to the French Revolution or to other historic events.

We can expect multi-media and cyberspace portrayals of the operational expressions of democratic societies such as free elections, market economies, independent media and others. Imagine the excitement of covering the end of the Cold War had there been true

two-way interactive media offering reader/viewers a deeper and more profound sense of what was happening and why. We can move from the old didactic approach of the conventional newspaper to something far more vivid and interactive.

By the same token it will be possible to do global tracking of democratic values and free expression by direct access tuning-in to other societies through more systematic news coverage and trend tracking. For example, we could get regular inventories of “how it came out” in Eastern Europe, the degree to which democratic governments and parliaments are functioning, freer markets are working and independent nongovernment newspapers are faring.

In a self-correcting sense, it will be possible for editors to assess their own performance from the content of what they are producing and have produced to the audience reaction to it. How valuable such information would be to editors and publishers in the United States today in the midst of a great burst of sensationalism and tabloid journalism. Indeed, if editors really wanted to check on themselves and think deeply about whether negative trends in their own papers were promoting or undermining democracy, they could do so with dispatch. It might even have economic value for them. For example, in the United States today, television continues to act like a mass medium, assuming that it has a “general circulation” function, while in fact the large audiences of the past have diminished with the growing fragmentation of channels. An electronic intervention like the one I’m describing would allow news decision makers to think more systematically defined audiences at a profit, rather than seeking an increasingly illusive mass market. This will become more important as greater fragmentation occurs.

Newspaper Functions and the New Media

Historically, newspapers have had several functions whose intensity has flourished or waned depending on other media competition. Those functions are news and information, opinion, entertainment and advertising or marketing. The earliest newspapers were essentially mercantile tracing trade routes and the arrival of ships in the harbor. Later, political news came along and later yet, news of the police and courts and the comings and goings of ordinary people. Always, newspapers were instruments of opinion, representing a particular political perspective or party in the early days and developing in the modern editorial and op-ed pages later on.

Newspapers entertained by serializing novels and running cartoons and comics, as well as syndicated gossip columns. New media like magazines, radio and television usurped the entertainment function and today in the United States a medium like radio, with its interactive talk shows, is a far more dynamic opinion medium than are most editorial pages.

With the electronic newspaper, the information and news function will be greatly enhanced, as I have already indicated. This will happen by systematizing the news and breaking out information by topic, subject and interest area. It will also be possible to introduce a tripartite approach to information and news such as (a) basic descriptive and factual information, (b) analytic information inventorying the various forces in play behind a story and (c) the consequential, in which analysis speculates about the possible consequences of a news event or issues drawing on the best possible intelligence about it. With proper navigation devices, readers will have much more information to command and more powerful tools for delivering what they truly want for themselves. Given certain approaches now being developed in Artificial Intelligence (AI) labs, it might be possible to identify biased information and vested interests or to deliver up the best information consistent with your own interests and ideology.

In the realm of opinion, it will be possible to create a continuous interactive symposium that will make the current editorial and op-ed pages seem as though they belong in the stone age. The various views on public issues can be delivered up on demand, rather than waiting for them to appear in some random fashion. Citizens often complain that it is difficult to get information about public issues when one wants it. That problem could be solved by the interactive opinion section or home page that offers a wide array of material on demand. This might be linked with current opinion polls. For example, if one is reading about a controversial public issue, it would be useful to have an immediate assessment of public opinion on the question. Such information is currently available in various survey research archives and is easily retrieved. For example, one opinion archive I know of, the Roper Center at the University of Connecticut, has virtually every public poll in my country online within hours of its release, yet few newspapers draw on this gold mine of information, preferring to use a single poll that arrives in some easy fashion. Already readers in the United States are being denied useful

information during their elections. The electronic newspaper will make such information use more likely and easier, even for editors.

Newspapers might also regain some of the entertainment function under the electronic newspaper, benefiting from full motion video, music, sports video and other sources. A story about a game might be illustrated more vividly in a fashion that truncated television coverage will not allow. An article about a musical performance could have an audio clip giving the reader/viewer a better sense of what is being analyzed, much as electronic encyclopedias do today. Newspapers might buy into various video games and other visual archives that will benefit their coverage of the world. And, of course, the possibilities for animation of cartoons and other interactive material is unlimited.

Interactive advertising is easier to imagine for many people in the newspaper field because it has been discussed for so long. The electronic classified ad, which has been threatened by telephone companies in the United States for years, has been seen as ushering in the death of the newspaper by drawing away crucial revenue. Newspapers can, of course, develop their own interactive classifieds with more information than appears on the screen or connections to the buyer or seller not now easily done. Display advertising can also be enhanced by giving readers full motion video examples or by offering detailed pricing information and other data. The flat-panel paper has already demonstrated how something like restaurant advertising might offer the systematic search of places to eat, connect the reader with prices and critical reviews, make reservations and even bill in advance. What one sees in television advertising channels today, which are not yet interactive, is only the beginning of what the newspaper in an electronic environment might do.

Conclusion

Thus it is evident today that – with the coming of home pages on the Internet, easily available and even cheaply developed by newspapers and others – information, opinion, entertainment and advertising can be greatly enhanced and the public debate benefitted by the new electronic newspaper. This will probably require joint ventures and various collaborative connections between and among several media, including newspapers, radio, television and cable, some of which has already happened both in the United States and Western Europe. At

the same time, the public debate will only be benefitted if there is intelligent leadership about how the newspaper can survive and succeed by harnessing the tools of new technology to traditional functions, extending their reach creatively to unimagined heights. They must do this appreciating the genius of the paper newspaper, however, and the basis for its historical role and success in democratic societies. At present, the newspaper is cost-effective, highly portable, familiar and efficient as a source of reliable information. It must be so in the electronic form, as well, if there are to be electronic newspapers. There is, of course, a lurking danger that other media not steeped in the news and information tradition and not sharing the ethical imperatives of the news press might move swiftly and savagely into the market. This need not happen if intelligent leaders of the newspaper industry take full advantage of the electronic options available to them today and tomorrow through electronic realities that can and must, in my opinion, contribute mightily to the public debate and the democratic dialogue.

Sources

Media Studies Center Journal issues on "Media at the Millennium," fall 1991; "The Race for Content," winter 1994; the Center Special Report, "Separating Fact from Fiction on the Information Superhighway, 1994; and the book "Of Media and People" (Sage Publications, 1992).

4.3. Inleiding van professor Wout Woltz⁸

Everette Dennis zei net dat de kwestie eigenlijk al gesettled is. Dat kranten stervende zijn. Dit deed mij herinneren aan een bericht dat wij ooit op de redactie buitenland van NRC binnenkregen. Dat was: van elke tien mannelijke Amerikanen die sterven, sterven er drie aan het roken van sigaretten. Dat bericht werd doorgegeven aan de redacteur buitenland, die netjes de as van zijn sigaret aftipte en zei 'Wat hebben wij nou met die Amerikanen te maken?'. Hier zou ik mee kunnen eindigen. Bovendien ben ik niet gekwalificeerd om hier te staan. Vorige maand las ik in de Volkskrant het bericht: "Nieuwe media niet geïnteresseerd in 40-plussers". Zelfs niet het hoffelijke "40-Plussers minder geïnteresseerd in nieuwe media". Nee, keihard: geen verblijfsvergunning.

Bij alle vernederingen die een ouder wordend mens moet ondergaan, ook dit nog. De conclusie van het kleine artikel is dat markt-onderzoekers mensen van boven de 40 hebben afgeschreven als het gaat om alle nieuwe media. Want deze jonge bejaarden zijn vastgeroest en ze begrijpen er helemaal niets meer van.

Nou, bij alle gepikeerdheid is het misschien toch wel goed om te erkennen dat er in de journalistiek, niet alleen bij de ouderen maar ook bij de jongeren, niet veel is nagedacht over de toekomst van de kranten. Wél hebben veel dagbladen eindelijk een soort rubriekje voor die nieuwe media ingericht. Net zoals er rubriekjes zijn voor bejaarde schakers, postzegelverzamelaars en tuiniers. En daarmee heeft het dier weliswaar een kooi, maar het is nog niet getemd. Dat is ook eigenlijk het laatste wat de Gelovigen verwachten. De Gelovigen, dat zijn zoals u weet van die teenagers met van die diepliggende rode oogjes van al hun nachtelijke uitstapjes in Cyberspace. En zij zijn het die ons voorspellen dat er over een jaar of tien, twintig, geen kranten meer zullen zijn. Is dat mogelijk? Is dat denkbaar? Natuurlijk is dat denkbaar, want vóór 1630 bestonden er ook geen echte kranten, en vóór 1450 waren er heel weinig boeken (alleen voor wetenschappers en monniken).

Dat was echter vóór de Verlichting, vóór de geboorte van het individu, in sterk piramidaal ingerichte samenlevingen, met het amorfe volk onderin, en aan de top de paus, of de koning, die als hij

8. Hoogleraar persgeschiedenis, in het bijzonder de geschiedenis van de persvrijheid, aan de Erasmus Universiteit Rotterdam en oud-hoofdredacteur van NRC Handelsblad.

zijn rechterwijsvinger opstak, de pink van God raakte. Wij beschouwen dit nu niet als een ideale situatie. Wij hechten aan democratie, aan respect voor het individu, aan respect voor de andersdenkenden en vrijheid van meningsuiting.

Die zijn niet tot stand gekomen d  nk zij de kranten. Maar het is onmogelijk om de evolutie naar democratie los te denken van pamfletten, boeken, kranten, dus van de drukpers. Niet zonder reden is de geschiedenis van de drukpers in feite de geschiedenis van de censuur, en de mate van persvrijheid in een land is nog steeds een accurate thermometer voor de stand van de democratie.

John Milton zei allang al, in zijn *Areopagitica*: "(...) who kills a Man, kills a reasonable creature, Gods Image, but hee who destroys a good Booke, kills reason itself". Journalisten hebben de neiging om de later blind geworden dichter te annexeren als een strijder voor hun goede zaak. Tussen haakjes vergeten ze daarbij heel vaak dat Milton later zelf censor werd onder Cromwell, uiteraard voor de goede protestantse zaak. De principiële kern van het betoog van Milton was natuurlijk het pleidooi voor de vrijheid van meningsuiting. Een openbaar gevecht tussen waarheid en leugen. Hij doelde natuurlijk in de eerste plaats op boeken en pamfletten. Pamfletten zoals zijn eigen *Areopagitica* er één was aan het parlement. Kranten waren toen, rond 1650 dus, nog betrekkelijk nieuw. Maar ze waren toegankelijker dan boeken en betrekkelijk goedkoop, vooral als je ze in een koffiehuis ging lezen. Ze verschenen ook op min of meer vaste tijden. De autoriteiten, kerkelijke en wereldlijke, beseften dan ook duelsgoed dat het nieuwe medium een grotere bedreiging was voor de status quo dan de boeken waren. De aard van het medium was dus belangrijk.

In 1633 waarschuwde Roger L'Estrange, een officiële Engelse censor: "een publieke Mercury (een niet door de overheid gecontroleerde krant dus) maakt de massa te vertrouwd met de daden en overwegingen van hun meerderen, te pragmatisch en kritisch, en geeft hun niet alleen de lust, maar ook een soort verkapt recht en een vrijbrief om zich met het landsbestuur te bemoeien." Dat was natuurlijk de spijker op de kop geslagen.

Ik sla wat tijd over, want deze beschrijving doet ons denken aan de woorden die een Nederlandse minister, minister Van Maarseveen, gebruikte in een nota van 1946, waarin hij de oprichting van een Journalistieke Tuchtraad met strenge strafbevoegdheden bepleitte: "Mijns inziens geven de gedragingen en uitingen van de pers naar

veler gevoelen meer en meer blijk van bandeloosheid en gebrek aan verantwoordelijkheidsgevoel bij diegenen, die een zo groote invloed uitoefenen op de publieke opinie.” Van Maarseveen sprak ook over “persuities, welke rechtstreeks de veiligheid van den Staat in gevaar brengen.”

Zo zou ik nog tientallen autoriteiten kunnen citeren, variërend van Bismarck en Von Metternich tot Tsaar Nicolaas, die allen hebben gewaarschuwd tegen de gevaren van de pers. Maar dan begint het er op te lijken, dat ik op grond van een groots verleden, bestaansonzekerheid voor de toekomst voorspel, en dat zou dom zijn. Maar de vraag lijkt mij wel gerechtvaardigd – in ieder geval is die vandaag aan de orde – dat als kranten en weekbladen werkelijk zouden verdwijnen, andere media, de elektronische dus, de rol van waakhond van de democratie zouden kunnen overnemen.

Ik vermoed van niet, en zeker niet op dezelfde manier. Een van de voorspelde voordelen van Internet is dat er enorme hoeveelheden informatie ter beschikking komen. De burger die iets wil weten, kan vrijelijk in de archieven en databanken snuffelen om zijn keuze te maken uit miljoenen documenten.

En dat klinkt natuurlijk heel ideaal: complete openheid. Maar complete openheid is helemaal niet afhankelijk van de techniek, maar van de bereidheid van eigenaren en bestuurders om informatie prijs te geven. De techniek kan juist belemmerend werken: in Cyberspace worden de mogelijkheden om essentiële informatie te begraven in miljoenen documenten, aanzienlijk groter dan nu. Uiteraard zal er software worden ontwikkeld die het mogelijk maakt agenten op pad te sturen. De dubbelgangers, met het bevel om bepaalde informatie te zoeken. Maar wie geeft de opdracht, en wie beoordeelt de kwaliteit van al die miljoenen beschikbare documenten. Ik huiver al als ik denk aan al die wetenschappers die dat witboek waarover Arnbak sprak, hebben opgevraagd en daar ook over gaan schrijven. Onherroepelijk groeit de behoefte aan een instantie die sorteert, beoordeelt en selecteert en die hiërarchie aanbrengt en de chaos organiseert voor ons. Wie zou dat kunnen doen? Hoe moet je zo'n groep mensen eigenlijk noemen? Een redactie bijvoorbeeld? Maar dat is dan misschien weer in strijd met de elektronische mondigheid, de complete onafhankelijkheid die de space-riders nastreven. Want in het postmoderne, hyperindividuele omniversum, is elk filter immers een vorm van vrijheidsbelemmering, zelfs van censuur.

Maar goed, zoals Jasper Grootveld eigenlijk al zei, Klaas komt. Een consequentie van die media is, en verschillende mensen hebben het al gezegd, de fragmentering van de maatschappij. De keuze aan radio- en televisiestations wordt natuurlijk zo groot, dat het puur toeval wordt dat mensen naar hetzelfde hebben geluisterd of gekeken. En waar moet je dan nog over praten met elkaar, met vrienden? Zonder die gemeenschappelijke informatie-ervaring wordt niet alleen dat contact heel moeilijk, maar verschaalt ook het maatschappelijke debat. De oude verzuilingssituatie in Nederland had veel nadelen, maar wél het voordeel dat mensen zich geborgen voelden in een sociale structuur en daarbij hoorde ook het lezen van een bepaalde krant. Daar werd men ook 'lid' van. De televisiekijker zapt en proeft van alle borden. Hij is niet trouw, hij is overspelig. Maar wie een krant kiest, beschrijft daarmee zijn identiteit. Kranten zijn een onderdeel van een min of meer constante sociale structuur en tegelijk potentiële instrumenten tot sociale verandering. Lenin heeft dit in 1901 heel duidelijk geformuleerd: "De krant is niet alleen een collectieve propagandist, en collectieve agitator, zij is ook een collectieve organisator." En Lenin legde uit dat voor het maken en verspreiden van kranten een uitgebreide organisatie nodig is, die op zichzelf belangrijk is voor de sociale strijd.

Nou zijn de meeste kranten, althans in Europa, geen revolutionaire instrumenten meer. Maar zij hebben nog wel een organiserende functie in de democratische meningsvorming. Dat is niet onbelangrijk sinds de politieke partijen, met hun nauwelijks van elkaar te onderscheiden programma's, die functie aan het verliezen zijn. Het klinkt nogal sensationeel, dat hyperindividualisme. Je hoeft je ook niet meer tot een krant te beperken. Je kunt de buitenland-dienst nemen van de Herald, de kunst van de NRC Handelsblad, de roddels uit De Telegraaf, sport uit de Times. Je kiest je eigen columnist: Hans Ree, Hofland. En als je dan een paar keer geselecteerd hebt, weet de computer precies wat je wilt en dan komt op het tijdstip dat jij wilt een keurig individueel vormgegeven krant uit de printer die naast vaders leunstoel staat.

Maar die lezer hoort nergens meer bij. Hij neemt minder, of niet, deel aan de collectieve opwinding, afgezien dan van een Simpson of Holland-Duitsland. Hoe meer er beschikbaar is, des te groter de kans dat men iets mist. Ik vind het ook zo comfortabel dat er een groep mensen is die zich in hun vak bekwaamd hebben en die elke dag een betrouwbare, maar ook een niet helemaal voorspelbare krant voor me maken. Het aardige van een krant is dat je krijgt wat je wilt, ook

wat je eigenlijk niet, maar achteraf toch wél wilde. Ik wil graag verrast worden, maar bij een elektronische krant moet je je eigen verrassingen organiseren. En dan is er bovendien nog de kwestie van de betrouwbaarheid: bij wie kan ik terecht om te klagen? Boven de krant staat tenminste de naam van de hoofdredacteur, die persoonlijk aansprakelijk gesteld kan worden. Niet goed? Bel meneer Knapen.

Ik geloof, vurig en oprecht, dat burgers de samenbindende, socialiserende, identiteit uitdrukken functie van kranten niet kunnen, en ook niet willen missen. Ik vind het geen deprimerende, maar zelfs wel aangename gedachte, dat wanneer ik met een glaasje drank naast mij de avondkrant lees, honderdduizenden andere mensen hetzelfde ook doen. Al wil ik natuurlijk met de meeste van die Nederlanders verder niets te maken hebben.

Er is nog een ander aspect. Veel is gezegd, hoewel niet hier vandaag, over de overgang van een schrijfcultuur naar een beeldcultuur. Als het waar is dat lezen uit de mode raakt, dan heeft dat vergaande consequenties, niet alleen voor kranten, maar ook voor de hele samenleving. We moeten ons dan voorbereiden op de verschijning van een ander menstype. Uiterlijk zal er, behalve dan die rode schermogen en aangetaste ruggemergjes, want dat krijg je van eenzaam met de computer spelen, niet zoveel veranderen. Maar mensen zullen met heel andere ogen gaan kijken en met heel andere oren gaan luisteren dan men nu doet. Net zoals het verschijnen van de drukpers een einde heeft helpen maken aan het denken in symbolen van de Middeleeuwse mens, en dat heeft helpen veranderen en concretiseren. Ook verdween de noodzaak om verhalen, balladen en hele boeken uit het hoofd te leren. Het geheugenpaleis is gesloopt. De memotechniek is nu op sterven na dood.

Wie leest, bekijkt de wereld op een nieuwe manier.

Ik citeer de Amerikaan Neil Postman in een studie over het typografische denken: "Lezen stimuleert ons denkvermogen: het sequentionele, proportionele karakter van het geschreven woord heeft een vruchtbare invloed op de analytische verwerking van kennis. Lezen betekent een gedachtengang volgen, hetgeen aanzienlijke eisen stelt aan het vermogen informatie te ordenen, conclusies te trekken en logisch te redeneren. (...) Het betekent ook dat men ideeën in overweging neemt, beweringen vergelijkt en tegen elkaar afzet, algemene uitspraken met elkaar in verband brengt. Om

die te bereiken moet men een zekere afstand nemen van de woorden zelf. Lezen is een geconcentreerde en afstandelijke bezigheid.”

Ik voeg eraan toe: en een hoogst emotionele bezigheid. Maar alles in de beschrijving die ik net gaf, duidt heel calvinistisch op volhouden, op hard werken, en op uitgestelde lustbevrediging. Misschien moeten we het dan ook een beetje geheim houden. Want het is alsof je de Kama Soetra vergelijkt met een peepshow. Zie en geloof de nieuwerwetse beeld- en geluidscultuur. Die is niet rationeel, maar sensueel en intuïtief. Hier geen afstand, maar holistische overgave. Geen loon na werken, maar directe bevrediging. Geen lineaire, logische opbouw, maar instant-scenes, en omdat één verhaal soms te saai is, worden er drie simultaan vertoond. Soms is er helemaal geen verhaal, maar gaat het om de snel wisselende citaten, om vormen en om effecten.

Vlotte radiozenders sturen nu ook alleen maar flarden van gesprekken en muziek de kabel in, veelkleurige collages die geen spoor achterlaten. Wie alleen naar Classic FM luistert, toch een zender voor de betere kringen, weet niet beter of Mozart en Bach hebben alleen maar korte, melodische stukken geschreven. De notie dat een compositie compleet wordt door afwisseling van lang en kort, kalm en woest, wordt als vermoeiend afgedaan. De Mattheus Passion draait toch om de kruisiging? Nou, geef ons Blut und Wunden en schrap de rest.

Het is niet mijn bedoeling om hierover een moreel oordeel te geven, of misschien toch wel een beetje. John Stuart Mill vertelde dat zijn vader geloofde, dat als iedereen maar zou kunnen lezen en schrijven en er algemeen kiesrecht kwam, de wereld vanzelf beter, zo niet goed, zou worden. Nou, niemand verwacht nog dat heil van de drukpers. Maar we kunnen het er misschien wel over eens zijn dat de drukunst de maatschappelijke discussie een bepaald niveau van rationaliteit en logische, sequentiële structuur heeft gegeven.

Nu zijn er stemmen die zeggen dat die verworvenheid in theorie niet verloren hoeft te gaan, want het sterke punt van de elektronische media is juist dat zij de leescultuur en de beeldcultuur combineren. De Leidse hoogleraar Kempen heeft daar kortgeleden geruststellende woorden over gesproken. Hij zei in een rede dat er niet alleen niets mis is met de beeldcultuur, maar dat de tegenstelling met leescultuur misplaatst is, want cognitieve beeldverwerking kan niet zonder taalverwerking en taalbegrip kan niet zonder beelden. Beeld-

verwerking en taalbegrip zijn dus nauw met elkaar verweven, zij vullen elkaar aan. Kempen zei ook, dat beelden door hun hoge dynamische karakter hogere attentiewaarde en attractiviteit hebben dan tekst. En, voegde hij er aan toe, die laagdrempelige kwaliteiten schreeuwen er om gebruikt te worden bij onderwijs, informatievoorziening, cultuurspreiding en bij ... lezen.

Dat laatste lijkt me nogal vrijmoedig. Naar mijn mening is het lezen van het gedrukte woord een ander soort lezen dan op de televisie of op het tablet, waar ik overigens bijzonder van onder de indruk was. Zo zelfs, dat ik dit hele verhaal eigenlijk wilde verscheuren. Toch is een boek en zelfs iets vluchtigs als de krant tastbaar, met een eigen substantie, een eigen geur, en een eigen vormgeving. Van vele passages in boeken kan ik mij de plaats op de pagina herinneren en ik weet waar die boeken staan en ik kan ze nog pakken. Evenzo herinner ik mij artikelen uit kranten en de manier waarop ze waren vormgegeven, zelfs al zijn die kranten verdwenen. NRC Handelsblad brengt een andere wereld binnen dan Trouw of Parool en ik verbeeld me zelfs dat de Volkskrant anders ruikt dan de NRC. En dankzij Harry Lockfeer niet meer naar wierook. Maar die fysieke sensatie ontbreekt bij tekst en beeld op het scherm, en niemand kan mij wijsmaken dat deze tweedimensionaliteit geen invloed heeft op de cognitieve processen, en op het onthouden. Maar onthouden wordt minder belangrijk, schrijft de Leidse hoogleraar Kempen, want Internet gaat ongetwijfeld fungeren als een wereldontspannend collectief extern geheugen. Denkoefeningen zullen de plaats innemen van geheugenoefeningen.

Misschien is het waar, maar dan is het niet goed. Nu al lijden hele generaties onder het feit dat ze geen parate kennis hebben, geen citaat kunnen thuisbrengen en geen dichtregel kunnen aanvullen. "Waar werd oprechter trouw" ...?, "Vertel mij, o muze" – "Er is méér tussen hemel en aarde". Doodse stilte, bij iedereen beneden de 40 dan.

Hoe kan men dan het allersimpelste televisienieuws nog plaatsen of de laatste kranten lezen? Nieuwe informatie kan alleen zinvol verwerkt worden als zij kan worden ingepast in een aanwezig cognitief archief. Hoe gaat een normaal gesprek tussen normale mensen, wanneer dat referentiesysteem niet in de hoofden zit, maar in een databank? Professor Kempen is daar overigens niet blind voor, want hij erkent dat wij in de Internet-cultuur "wellicht" niet meer de concentratie kunnen opbrengen om geschriften van langere

adem te lezen, en dat een gevaar bestaat voor “ernstige intellectuele kortademigheid”. Zou dat volksziekte nummer één van de toekomst worden: intellectueel gehap naar zuurstof?

De vraag is welke rol de pers in de toekomst zou kunnen blijven vervullen? Met het voorgaande betoog, dat misschien toch iets knorriger is uitgevallen dan ik bedoel, zijn impliciet al enkele antwoorden gegeven. Het gegrom was ook niet bedoeld als verzet tegen de toekomst, maar om te proberen vast te stellen wat echt zal gebeuren en wat romantische onzin lijkt en wat eigenlijk niet mág gebeuren.

Ik sprak net over die fysieke bevrediging bij het vasthouden van een krant, maar dat moet je natuurlijk niet overdrijven. Kranten maken is au fond een ouderwetse, om niet te zeggen antieke bezigheid. In een moderne drukfabriek staat voor ongeveer tweehonderd miljoen gulden aan ijzerwaren; in omvang en kabaal is het proces alleen nog te vergelijken met de staalfabrieken van Hoogovens in IJmuiden. En dan komt nog het transport en de bezorging, die bij elkaar goed zijn voor 15% van de totale kostprijs. Dat zijn zo veel miljoenen, dat het onmogelijk is niet te denken aan glasvezels en aan een draagbaar tablet. Misschien is er nog een tussenweg mogelijk in de vorm van kleinere drukpersen waarbij een oplage van 10 of 20.000 al rendabel is. Je kunt je dan voorstellen dat een landelijke krant niet op drie plaatsen wordt gedrukt, maar misschien op dertig. Dan kom je weer op het oude denkbeeld van plaatselijke edities met lokale adverteerders, waaraan Het Vrije Volk overigens mede is bezweten.

Het elektronische tijdperk geeft de journalistiek prachtige mogelijkheden. Nieuws zal als grondstof goedkoper, sneller en in grote hoeveelheden ter beschikking komen. Dat ruwe materiaal moet bewerkt worden voor multimedia-gebruik en daarin schuilt de toegevoegde waarde. Ook voor kranten, want die kunnen dan scherper selecteren en zich concentreren op hoogwaardige informatie. Nieuws dat alom beschikbaar is en dat ook niet verwerkt kan worden. Het onaandoenlijke nieuws dus, dat kan weggelaten worden. En dan denk ik in de eerste plaats aan die ellendig zwarte pagina's beurskoersen en andere marktberichten. We weten uit onderzoek dat maar een heel klein percentage van de lezers daarvoor belangstelling heeft. Er is dus een grote verspilling. Voor dat soort gegevens is elektronische berichtgeving uitermate geschikt. Dat weten de professionals al lang. Deze is ook altijd actueler dan de snelste kranten.

Die kunnen die miljoenen guldens aan papier en overhead beter gebruiken, bijvoorbeeld aan onderzoeksjournalistiek. Zo is er meer feitelijk, maar niet exclusief nieuws, dat elders sneller, beter en goedkoper te krijgen is: ik noem achtergronden van het weerbericht, de sportagenda's, kunstagenda's, sport zelf. Want de redacties moeten zich gaan concentreren op wat de essentie van het vak was en is. Ze kunnen orde scheppen in de chaos door prioriteiten te stellen, feiten te interpreteren en te analyseren. Bij een juiste selectie en betere afstemming op de lezersgroepen, kunnen kranten ook kleiner worden. De gemiddelde lezer besteedt twintig tot dertig minuten per dag aan zijn krant. Als hij de hele krant zou lezen, dan zou hij er drie uur over moeten doen. De verspilling is hier dus wel erg groot.

Ondanks deze mogelijkheden lijkt het mij dat elektronische media de toon gaan zetten. De pers heeft zich dus aan te passen, hetgeen iets anders is dan imiteren. Dat lukt niet en het ziet er pathetisch uit. Er zijn vormgevers die redding zien in een multicoloured filmische, emblematische, citerende, ikoonmatige, picturesque vormgeving. Dat veroorzaakt een geweldig visueel kabaal, maar al die beelden en kleuren geven eigenlijk maar één signaal: wees niet bang, u hoeft niet te lezen!

En dat moet nu juist wel, want daar is de drukpers voor uitgevonden. Toch is de conclusie niet, dat de krant zoals hij nu verschijnt dús een onvervangbaar, ideaal produkt is. Laat ons niet glimlachen! Koop bij de kiosk een handvol dagbladen, en je voelt dat deze produkten uit een bedrijfstak komen die al heel lang bestaat.

Het verwijt dat kranten teveel informatie leveren, is niet terecht. Wél dat die informatie vaak moeizaam en bijna gecodeerd wordt gepresenteerd. Uit een recente enquête voor het Genootschap van Hoofdredacteuren blijkt niet, dat journalisten zich daar erg van bewust zijn. Vooral de reacties van regionale journalisten demonstreren een zelfvoldaanheid die lijkt op arrogantie: zij willen in meerderheid niet echt iets met hun lezers te maken hebben.

Dat is dus strijdig met één van de belangrijkste functies van de krant, die van organisator in de democratische meningsvorming. Zo'n houding is ook niet ongevaarlijk, want de bevolkingsgroepen voor wie lezen geen eerste levensbehoefte is, wonen vooral in de binnensteden en de regio. Ik vrees derhalve dat sterk regionaal en plaatsgebonden kranten het nog moeilijker krijgen dan nu toe, als zij hun koers journalistiek niet veranderen.

Kranten lezen móet, het is opwindend, maar het moet wel zo gemakkelijk mogelijk worden gemaakt. Journalisten dienen de mogelijkheden van de leescultuur tot het uiterste te verkennen en te benutten. En dat gebeurt zelden. Er zal veel meer geredigeerd moeten worden: niet alleen op stijl, op toegankelijkheid, interne logica en juistheid, maar ook op presentatie. Nu is het nog zo: in grote lijnen is er een individu en dat schrijft een stuk, en dat komt betrekkelijk onveranderd in de krant, al dan niet begeleid door een foto, die al dan niet op het stuk slaat. Er is eigenlijk zelden een discussie, zelfs niet over iets triviaals als een tussenkopje dat al sinds 1618 op de verkeerde plaats staat of over recapitulaties, toelichting in kaders, historische overzichtjes en illustraties die niet alleen emoties, maar ook feitelijke informatie presenteren. Ondanks de al jaren durende discussie, leven schrijvende journalisten en vormgevers nog steeds in verschillende werelden.

De houding tegenover nieuws blijft moeilijk. Driehonderd jaar geleden was nieuws uit Boston of Constantinopel twee tot drie maanden oud. Nu kan men het Witte Huis in Moskou live zien branden. Kranten hebben daarbij altijd een achterstand, van enkele uren tot een dag. Of soms tot twee dagen in Nederland, waar de krantenuitgevers hebben besloten dat er van zaterdagochtend vijf uur tot maandagmorgen acht uur niets meer mag gebeuren in de wereld.

Maar die achterstand betekent niet, dat die kranten het nieuws mogen verwaarlozen: nieuws blijft het magnetische centrum waarop de kompasnaald zich moet richten. En ik geloof ook niet dat je je over die achterstand zorgen moet maken. Elke gebeurtenis, of het nu gaat over een overstroming of over een koninklijke verloving, roept meer vragen op dan zelfs de elektronische media kunnen beantwoorden.

En zodra de kwestie iets ingewikkelder wordt, zoals bijvoorbeeld die handel in derivaten, kost het veel tijd om via de computer alle informatie zinvol samen te stellen en te groeperen, want de interactieve kijker heeft ook niets aan oude teksten en beeldfragmenten die nauwelijks of niets met elkaar te maken hebben. De krant wordt dan opeens veel simpeler en sneller.

Misschien is dit een prognose, waarover binnen tien jaar hartelijk gelachen wordt. Maar onaantastbaar lijkt mij, dat een krant als geen ander medium geschikt is de samenleving, en dan in het bijzonder de overheden, kritisch te volgen. Dat kan in de eerste plaats door

systematisch onderzoek te doen, in de tweede plaats door de podiumfunctie duidelijker te maken.

Kranten zijn bij uitstek geschikt voor onderzoeks- of onthullings-journalistiek. En als zij ergens hun bestaan willen bewijzen, dan kan dat dáár. Dat is in de eerste plaats een kwestie van onafhankelijkheid. Er zijn tientallen kranten te noemen die redactioneel compleet onafhankelijk zijn, maar ik ken geen enkele televisie-omroep die niet op een of andere manier beïnvloed wordt door commerciële of politieke belangen. Ook de BBC niet, zeker onze brave verzuilde omroepen niet, die de NOS zo eensgezind om zeep hebben geholpen.

Ik vermoed dat de vrijheid die Internet belooft, alleen gaat gelden voor randinformatie. Ook in de elektronische wereld geldt, dat vrije jongens alleen in de marge mogen opereren, maar die hebben dan weer geen apparaat om onderzoek te doen. De commerciële en politieke belangen bij elektronische informatie zijn vrees ik te groot om die te laten schaden door echte controversen.

De tweede factor is van technische aard. Wat wij nu noemen onderzoeksjournalistiek is betrekkelijk eenvoudig te doen met blocnote en potlood, of een bandrecorder. Eén ding geloof ik vast: namelijk dat altijd aan het begin van die hele lange lijn, die door alle elektronische media gaat, een eenvoudige vrouw of man met een potloodje de gegevens blijft verzamelen. Elektronische media kunnen dat niet bijbenen. Een schijnbare achterstand wordt dus een voorsprong.

De tweede unieke eigenschap van kranten is dat ze geschikt zijn om serieuze debatten in te voeren, de podiumfunctie dus, met argumenten tegen argumenten, met een grondigheid en een uitgebreidheid die elders niet getolereerd wordt. De krant plaatst zich op die manier midden in de maatschappij en loopt in de voorhoede van de democratische procesgang. En daarmee is de cirkel rond, daarmee zijn wij terug waar ik een half uur geleden 350 jaar geleden ben begonnen: zolang de krant een bedreiging blijft voor ladelichters, bureaucraten, autocraten, corrupte bestuurders en onoprechte politici, zal zij blijven bestaan.

4.4. Verslag discussie middagsessie door Patrick Hendriks⁹

In de middagsessie stond het journalistieke antwoord centraal, waarbij twee vragen de leidraad van de discussie vormden: hoe zal het debat zich in de toekomst in onze samenleving gaan voltrekken en hoe kan de journalistiek bijdragen aan het vormgeven van onze democratische idealen in een elektronische tijd? De dagvoorzitter professor Noomen opende door te stellen dat aan het onderwerp drie aspecten verbonden zijn: een macro-aspect als het gaat om het publieke debat in de samenleving, het meso-aspect daarmee doelend op de vraag in hoeverre de krant verandert als gevolg van elektronisering, en het micro-aspect dat betrekking heeft op de werkwijze, plaats, taak en functie van de journalist. Achter de tafel hadden plaatsgenomen de heer Greven, hoofdredacteur van dagblad Trouw, professor D. McQuail, hoogleraar Communicatiewetenschap aan de Universiteit van Amsterdam, mevrouw M. de Koning, lid van de Tweede Kamer voor D'66, de heer R. Hopmans, voorzitter van de Nederlandse Vereniging van Journalisten, mevrouw J. van Nieuwenhoven, lid van de Tweede Kamer voor de Partij van de Arbeid, de heer H. Lockefer, voormalig hoofdredacteur van de Volkskrant, thans stafdirekteur produktontwikkeling bij PCM Uitgevers, en de heer P. Mijksenaar, hoogleraar vormgeving van visuele informatie aan de Technische Universiteit Delft.

De middagdiscussie werd vooral gekenmerkt door een diversiteit aan thema's die aan bod kwamen. In wezen voltrok de discussie zich langs twee lijnen: enerzijds was er een gedachtenwisseling omtrent de gevolgen van de technologische ontwikkelingen voor de dagelijkse invulling van de journalistenpraktijk en anderzijds richtte de discussie zich op de plaats die de journalistiek in moet c.q. kan nemen in de digitale informatiesamenleving.

De heer Hopmans, als belangrijkste vertegenwoordiger van de NVJ achter de tafel, voorzag geen grote veranderingen van de rol van de journalist onder invloed van de technologische ontwikkelingen op mediagebied. 'Veranderingen zijn van alle tijden en het vak is zelfs in de bescheiden periode dat ik erin heb gewerkt (dat is toch meer dan 30 jaar) kolossaal veranderd. Ik zie geen enkele reden dat dat de komende jaren niet ook het geval zal zijn onder invloed van

9. Drs Patrick Hendriks is als onderzoeker verbonden aan de Vakgroep Communicatiewetenschap van de Universiteit van Amsterdam.

voornamelijk nieuwe ontwikkelingen in de technologie. De journalistiek is ook nooit afwijzend geweest, naar mijn waarneming, op wijzigingen in de omstandigheden waaronder zij moet werken en ik heb geen enkele reden om te veronderstellen dat die houding van de journalist in het algemeen anders zal worden de komende tijd. Wel denk ik dat het beroep zich bewust zal moeten zijn van een aantal cruciale vragen die de komende tijd op het vak zullen afkomen. Daar zal de vereniging die ik vertegenwoordig zich ook sterk voor maken. Dat zijn: aanhoudende zorg voor de kwaliteit van de beroepsbeoefenaar – dat is niets nieuws, want dat heeft de NVJ al jaren hoog in het vaandel staan. Een nieuw punt is: de aandacht die wij versterkt zullen richten op het auteursrecht, want daar gaat veel om draaien de komende tijd. In relatie tot de onafhankelijkheid van de journalist, wordt het van evident belang dat hij of zij greep houdt op het produkt dat hij of zij vervaardigt. Eén van de instrumenten om daar greep op te houden is het auteursrecht en het tweede instrument, een wat ouder, maar nog niet in alle geledingen van het vak geïmplementeerd, dat is het redactiestatuut. Op die punten zal mijn vereniging de komende tijd accenten leggen, maar daarbij geen enkele blokkade voor vernieuwing. En ik denk dat wij de nieuwe media zullen begroeten als additioneel. Dat is mijn persoonlijke overtuiging en ik vind het uitdagingen in plaats van bedreigingen. Ik denk dat een ieder van u behoefte zal houden aan selectie uit een door u te beoordelen betrouwbare bron. En dat misschien het aantal bronnen waar u uit gaat putten niet alleen beperkt zal blijven tot de nu bekende dagbladen, maar dat dat wat groter zal kunnen worden.'

De heer Boom jr. reageerde als uitgever op het in zijn ogen behoudende standpunt van de NVJ. 'Het toch zeer conservatieve standpunt van de NVJ aan deze tafel doet mij vrezen dat de journalisten, de print-journalisten althans, op dit moment eigenlijk niet beseffen, wat voor ontwikkelingen er op hen afkomen. Als allerbelangrijkste noemde de heer Hofmans de aandacht voor auteursrecht en voor het redactiestatuut. Dat zijn vanzelfsprekendheden voor mij en ik denk voor heel veel anderen die zich met media bezig houden. Ik heb altijd de journalisten gezien als een progressieve bloedgroep met een belangenvereniging die vooraan in de frontlinie staat. Zij moeten de aanjagers zijn binnen de uitgeverijen, die de uitgever moeten aanmoedigen zich te interesseren voor interactieve media en niet aan die touwen trekken. Niet remmen en dan alleen maar verwijzen naar redactiestatuut en auteursrecht. Natuurlijk wordt dat geregeld en dat moet goed en

netjes worden opgelost, maar u moet zich afvragen wat het betekent voor uw werkgelegenheid. Wij moeten met onze krantenbedrijven betrokken zijn nu en direct bij de ontwikkelingen.'

Als professionele vereniging die de belangen van vakbeoefenaren dient te behartigen zag de NVJ zich echter genoodzaakt om vooral op de bescherming van het redactioneel produkt te hameren. Hopmans: 'Ik ben mij er niet van bewust dat ik een conservatief standpunt inneem. Ik meen me ook met stelligheid te herinneren dat al enkele jaarredes terug vanuit de NVJ gepleit is tegenover uitgevers voor meer produktinnovatie, voor het dagblad op maat bijvoorbeeld. Vanochtend is door uitgevers herhaaldelijk gepleit voor het multimediaal uitgeven. Daar is niets op tegen, in tegendeel, dat is de toekomst denk ik. Er zitten wel consequenties aan. Journalisten dienen dan wel steeds bij elke stap een soort primaat te behouden om te voorkomen dat wat zij oorspronkelijk tot stand gebracht hebben, ontspoort of verkeerd wordt aangewend. Ik zie dat auteursrecht als een van de instrumenten om daar greep op te houden, zoals ik het redactiestatuut als een van de instrumenten zie om daar greep op te houden. Dit betekent niet dat ik de ontwikkelingen in de weg wil staan. Geenszins. Het andere standpunt dat u van de NVJ altijd zult horen is: meer eisen stellen aan journalisten. Het vak innoveert, het vak wordt steeds ingewikkelder, de opleidingen worden hoger. Dat betekent ook consequenties voor het beloningsniveau. Ik zie daar niets conservatiefs in.'

Hopmans kreeg daarbij enige steun van de heer Lockefeer, voormalig hoofdredacteur van de Volkskrant en thans leidinggevend aan de produktontwikkeling bij PCM Uitgevers. Deze vond het NVJ-standpunt niet bepaald conservatief, maar plaatste wel kanttekeningen bij de mate waarin de redactie zich moest mengen in het beslissingstraject omtrent nieuwe media. 'Als de hele redactie zich daarmee moet inlaten, dan zou ik bijna willen zeggen: hou dan een referendum. We hebben allemaal een scherm, maar dan zie ik van het multimediaal uitgeven niet veel terecht komen. Je kunt niet per geval of heel kortlopend gaan beslissen wat je met het redactioneel produkt doet. Ik denk dat je gewoon met elkaar moet beschrijven wat je ermee wilt en welke media je wilt. Het toezicht op de vraag of dit netjes gebeurt is dan aan de hoofdredacteur. De problematiek waar we voor staan als de krant wil overleven, is dat we dan ontzettend veel aan het vakmanschap moeten doen, want daar er komt natuurlijk een massa materiaal op je af. Weet wel wat

er gebeurt als je straks die massa's ellende van cyberspace (of cyberchaos), over je heen krijgt. Dus als die journalisten, als die kranten een rol willen blijven spelen in die ordening – en ik geloof er toch in dat dat zal gebeuren, zeker als wij overal lezen dat het nu een gevecht is om de tijd van het publiek -, dan kan dus degene die kort, handzaam, goed geordend het nieuws op een rustige manier brengt, misschien die lezer in staat stellen om in twintig minuten dat alles te verwerken.'

En met de stelling dat de kunst er voor de journalistiek toch in ligt die intermediaire rol te blijven vervullen, was de toon voor de middagdiscussie gezet. Kernachtig verwoordde Lockefeer nog eens zijn standpunt: 'Ik denk dat het gedrukte produkt er nog heel lang zal zijn, maar hoe het technisch wordt vormgegeven is verder niet zo interessant. Het gaat om het feit dat er tussen de enorme maalstroom van informatie en die arme burger die een beetje overzicht wil hebben van hoe het zit, een groep professionele mensen zit die dat handzaam vertaalt, op een rijtje zet en zó bij hem thuis brengt, dat de burger er nog iets van snappen kan ook. En of dat nu op een scherm gebeurt, of op een fax of op papier vind ik minder interessant. De intermediaire rol van de krant blijft er wel, mits de redacties zich dat vak beter eigen maken dan tot dusver.'

Er bleek in de discussie eensgezindheid over de stelling dat de journalistiek een belangrijke rol te vervullen heeft in het elektronische medialandschap, maar tegelijkertijd bestond er een vrees voor de moeilijke taak die er ligt. De heer Greven stelde dat ook de veranderende (lees)cultuur en de wijze waarop met name jongeren omgaan met informatie, de individualisering, de journalistiek voor een probleem stelt. 'Er wordt meer van de journalist gevraagd wat betreft zijn behendigheid in het rubriceren en in het analyseren van het nieuws. Aan de andere kant is er een culturele aan drift bij de lezers om meer geïnteresseerd te zijn in losbladig nieuws: losse feiten, ongelukken, krokussen die doorbreken in maart. Dan wordt het lastig voor ons, want dat betekent dat wij aan de ene kant aandacht moeten geven aan het nieuws, want anders dan raak je je contact ook met een jonger lezerspubliek, dat daar vooral in geïnteresseerd is, kwijt. Aan de andere kant wil je een samenbindende functie hebben.'

Daar lag volgens de aanwezigen een taak voor de journalistiek, om te midden van een fragmentariserende samenleving en zich

individualiserende burgers, met behulp van communicatie-technologieën die in de grond eigenlijk geheel ten dienste van de individuele consument staan, toch een soort gemeenschappelijk forum te creëren. Greven: 'Wout Woltz heeft gezegd: de krant, dat is zo fijn, die wordt voor je gemaakt. Met andere woorden: er zit een groep journalisten en die heeft een idee over een krant en daar spreken zij een groep lezers mee aan. Dit is een heel cruciaal punt. Want iemand achter een computer die op Internet zit, die maakt zelf, die begint bij zichzelf en die wacht niet af tot hem wat aangeleverd wordt. Ik denk dat de toekomst van de krant afhankelijk zal zijn van het feit of de samenleving (onze cultuur) behoefte heeft aan dit soort voorgevormde ideeën. We weten dat daar de klad in zit en niet alleen op het gebied wat een krant voorvormt, maar ook wat een kerk voorvormt, wat een politieke partij voorvormt of wat een vakorganisatie voorvormt. De vraag is of de dynamiek in onze samenleving, om juist van dat voorgevormde af te gaan naar het geïndividualiseerde, een dynamiek is die in onze eigen cultuur zit of een dynamiek die ons wordt opgelegd door de techniek. Als het namelijk een dynamiek is die in onze cultuur zit, dan is de toekomst inderdaad aan de jeugd en dan zijn de kranten op den duur (ik zal altijd kranten blijven lezen, net als Wout) toch een verdwijnende zaak. Maar is het iets – en daar ben ik net als Wout Woltz vurig van overtuigd – dat een maatschappij (en een cultuur) nodig heeft en dat die buitengewoon armzalig en armoedig wordt als het verdwijnt, dan is het niet alleen slecht gesteld met onze kranten, maar ook met onze maatschappij. Daarom heeft dit soort discussies ook in diepere zin een existentiële betekenis.'

Professor McQuail was van mening dat deze relatie tussen de pers, de politiek en het publieke debat aan het veranderen is door de komst van nieuwe media. 'My first reflection is that in most places (or most that I know or as I see it) the press as we know as the traditional newspaper press has much being shaped and formed by also a traditional form of democratic politics. Another reflection is that these two entities, the press on the one hand and the politics on the other hand, always interacted with each other and influenced each other. Even though the press was shaped by politics, it seems now in many places people are reflecting on the possibility that the media is now shaping politics or press is now shaping the content of politics.'

Kerngedachte van McQuail was dat de verhouding tussen pers en politiek sterk aan het veranderen was. Met name nieuwe media

ontwikkelen zich in een geheel andere context dan de traditionele gedrukte pers en omroepjournalistiek. 'The old way of the newspaper and the continuing way (it still goes on) it has at least three very important tasks, journalistic tasks. One is: forming and anchoring and expressing opinion. Another is: being a trusted informer, that means being transparent and being independent. The third one is: providing an agenda in the way that seems relevant to most people. Those are three things that the press has traditionally performed and to my mind they still need to be performed, whatever the extra benefit of information service and networks and volume of information. These three things are not certain. They are threatened by things that have not really been much mentioned. Tendencies in the old media (not the new ones) towards trivialisation, tabloidisation and commercialization. Pressures to move them not to perform the traditional tasks of the press. And threatened by loss of independence, by concentration.'

Professor Everette Dennis voegde hieraan toe dat met name de technologische en commerciële mogelijkheden om steeds sneller en op continue basis informatie over te dragen een grote druk leggen op de functies die de pers traditioneel vervult. 'There is an enormous need for shared, reliable information and in our country we have a terrific problem now with the new media because of timeshifts. That is that first there is a 24 hours-news cycle that is fed like a monster all the time and so there must be continuous information from the White House going into this. There is never time for thinking, never time for policy development. We may be seeing the first American administration that is effected greatly by the new media and the timeshifts. So what we have in the timeshifts are problems where the Presidents policies are being analyzed even before he has given his speech to present the policies. We are moving from some kind of relative coherents to total chaos of policy, because you get the information about the future before you learn about the past. I think that is very worrisome and that as well for the newspaper, because the newspaper does have a coherent linear approach that can be a reliable place to look. I think it needs to promote itself better in order to make that happen and I agree with professor McQuail about there is no link it seems between the new media and politics. The old media and politics are symbiotic and grew out of each other. The new media are divorced from politics and that is very scary as we are seeing it in my country now. I think it is a frightened version. The debate is frightened.'

Toch zag niet iedereen de voortgang van de communicatietechnologie als een bedreiging voor het publieke debat. Vanuit de vereniging VNO/NCW kwam bij monde van de heer Van den Hoven Van Genderen de oproep aan krantebedrijven om toch vooral naar de mogelijkheden van nieuwe media te kijken, met name om knelpunten met je huidige doelgroep op te lossen. 'Ik heb veel gehoord over al dan niet aanwezige bedrijven, maar ik denk dat voor de krant, de journalist en de ondernemer toch ook een behoorlijke mogelijkheid ligt met de nieuwe media. Er is al een paar keer gezegd "We bereiken een bepaald deel van de markt, van ons publiek, niet meer met deze krant". Wat is er dan logischer om gebruik te maken van de media die op een prettiger wijze worden aangeboden. Je kan je markt meer gaan segmenteren. Er zijn bepaalde pakketten die worden aangeboden. Voor de kranten of laten we zeggen de redacties, ligt daar een ongelooflijk belangrijke taak om die markt te gaan verdelen en om aan te geven dat we verschillende produkten voor verschillende doelgroepen hebben. Daar kunt u gebruik van maken. Dat kan ook zoals dat tablet dat werd getoond. Dat is natuurlijk een prachtig voorbeeld van hoe je in verschillende lagen de informatie kan aanbieden. (...) Wat dat betreft liggen er mogelijkheden te over voor de markt om daarop in te spelen. Dus niet een bedreiging maar een uitdaging.'

Een representant van het voormalige staatsbedrijf PTT Telecom, Pieter van Hoogstraten van KPN Multimedia, riep de aanwezigen ook vooral op om naar de kansen te kijken die nieuwe communicatietechnologieën bieden, en niet zozeer naar de gevaren ervan. 'Er is in het debat nogal sterk de nadruk gelegd op de kwaliteit van het produkt dat wordt aangeleverd. Een belangrijk element is dat via de elektronische media in principe de interactiviteit met de gebruiker een veel hogere mate van intensiteit kan krijgen dan op dit moment het geval is. Men stemt door een abonnement te nemen of door het abonnement op te zeggen. Men stemt door een brief te sturen naar de redactie, waarvan er een aantal zullen worden gepubliceerd. Als je kijkt naar kranten die online gepubliceerd worden, is in ieder geval de mogelijkheid om daar direct bijvoorbeeld op het redactionele deel instemmend of afwijkend of hoe dan ook je mening te geven. In die interactiviteit denk ik dat het produkt van de krant een extra impuls krijgt. In termen van produktvernieuwing lijkt me dat juist een interessante uitdaging.'

Op de reactie van achter de forumtafel dat dergelijke communicatievormen tot enorme problemen leiden met betrekking tot de

verwerking van die enorme stroom informatie, kwam een antwoord van de heer Van Hoogstraten dat geheel paste in de discussie over de veranderende rol van de journalistiek. 'Als je kijkt naar het stukje Internet dat 'newsgroups' heet en waar ook enorm grote en gedifferentieerde discussies plaatsvinden, dan zie je dat door die grote hoeveelheid toch het gevoel naar boven komt drijven dat deze in bepaalde delen van de samenleving op dit moment een heel belangrijke rol spelen. Er zijn heel veel mensen, en ik hoor daar zelf bij, die bij bepaalde vragen eerst op Internet even kijken wat men ervan vindt, die vragen uitzetten waarop commentaren binnenkomen, hetgeen als een opstap beschouwd kan worden om je eigen werk verder in te richten. Dat element van de gebruiker die in feite een producent wordt, voor dat element in de discussie over de kwaliteit van de krant, daarvoor zou ik wat meer aandacht willen vragen.'

En daarmee kwam de middagdiscussie tot een einde, een discussie waarin veelal vanuit een defensieve houding werd geredeneerd. De journalistiek wees met name op de gevaren van een zich digitaliserende pers, en op de organisatorische drempels die dat met zich meebracht. Het aanwezige forum wist geen eenduidig antwoord te geven op de vraag waar iedereen zich over boog: hoe kan de journalistiek zich op ontwikkelingen als fragmentatie, individualisering en digitalisering van communicatie instellen, en een bijdrage leveren aan het vormgeven van democratische idealen in een elektronische tijd? Om op die vraag een concreter antwoord te krijgen lijkt het zinvol om nog verder na te denken over de volgende vraagstelling, die dagvoorzitter Noomen in het middagdebat formuleerde: 'Stel dat wij in een volledig geëlektroniseerde samenleving zouden leven waarin het accent ligt op individuele toegang tot databestanden, zonder een krant in de ouderwetse en eigenlijke zin waarvan een hoofdredacteur een verstandige of geen verstandige opmerking maakt over de aanstaande boerenoorlog. Zouden in zo'n situatie de boeren slechter af zijn dan in de huidige situatie [discussie omtrent de 100% schadevergoeding in verband met de overstromingsramp die Zuid- en Midden- Nederland getroffen had, PH], waarin naar ik aanneem 90% van de in nieuws geïnteresseerde Nederlanders dus toch weten wat er aan de hand is en hoe men de verschillende eisen en wensen moet inschatten?' Hiermee stelde de dagvoorzitter eigenlijk dat dagbladuitgevers en journalisten er vooral zorg voor moeten dragen dat zij ook in een sterk veranderend medialandschap met een gefragmenteerd publiek een podiumfunctie kunnen blijven vervullen. Of zoals Walter Bender

het in deze werkconferentie stelde: 'The issue is that you in the newspaper business are really in the business of creating and engaging communities. You really want to be thinking not about how I am going to get my product to that community most efficiently but how am I going to create a product that most completely engage the readers, engage that community to be an active participant in your product. And that activity might be reading, but that activity is also giving that community a voice and those are the things that you can think about in terms of the new technologies. What are the new technologies allow me to do in terms of getting my community of readership involved in my product? So, part of it has to do with you have got to know your communities. You have to know their context and you have also to come up with mechanisms that will allow them to be participatory. And that is what new media is all about.'

5. Afsluiting

5.1. Slotwoord door Jan Kassies, voorzitter Bedrijfsfonds voor de Pers¹

Namens het bestuur van het Bedrijfsfonds voor de Pers wil ik een paar dingen zeggen als reactie op wat er vandaag gebeurd is. Wij zullen uiteraard met de resultaten van dit symposium bij het voorbereiden van ons verdere beleid in de komende tijd rekening houden. Het Bedrijfsfonds voor de Pers is in de jaren '70 opgezet als een vangnet voor persverscheidenheid. Er was toen een grote angst dat er nog maar twee dagbladen zouden overblijven in Nederland en u mag raden welke twee dat waren. Dat was vooral beduchtheid ter linker zijde. Met name minister Van Doorn van Cultuur, Recreatie en Maatschappelijk Werk was daar doodsbenuwd voor en heeft dus het Bedrijfsfonds voor de Pers doen oprichten. Het Bedrijfsfonds ontwikkelde zich geleidelijk aan tot, wat minister Van Doorn in zijn medianota van maart 1975 aanduidde, hoeksteen van het persbeleid, met als hoofddoelstelling het instandhouden van persverscheidenheid. We hebben in verschillende gedaanten bestaan. Als particuliere stichting, etcetera en nu zijn we een zelfstandig bestuursorgaan van de overheid, maar nog steeds met de bedoeling om pluriformiteit van de pers in de gaten te houden en te beschermen. We hebben ook nieuwe steunvormen het aanzien gegeven. In de eerste plaats natuurlijk, zoals de meesten van u bekend zal zijn, de steunverlening aan afzonderlijke persorganen, maar ook de compensatieregeling voor dagbladen en andere steunvormen kwamen de laatste jaren tot stand. Zoals steun voor onderzoek dat de hele bedrijfstak ten goede komt. Op dat gebied kan ik u een lijstje noemen van dingen, maar u kunt ook het jaarverslag van het Bedrijfsfonds bekijken. Daar staat het allemaal in. Een van de punten die nog wel belangrijk zijn, is de steun aan nieuwe dagbladen. Op 1 januari 1988 werd dat mogelijk in de nieuwe Mediawet. Daar is nog geen gebruik van gemaakt. Er is nog niemand van u aan de deur geweest, die een nieuw dagblad wilde oprichten. De ervaring wijst ook uit, zoals u beter weet dan ik, dat in de loop der tijd de meeste kranten zijn ontstaan uit niet dagelijks verschijnende

1. Jan Kassies[†] was ten tijde van de werkconferentie voorzitter van het Bedrijfsfonds voor de Pers en lid van de Eerste Kamer der Staten-Generaal.

kranten, die hun verschijningsfrequentie langzamerhand opvoerden. Wij proberen ook andere dan dagbladen in aanmerking te laten komen voor beginsteun en we hebben goede hoop dat bij een van de eerstvolgende wijzigingen van de mediawet dat zal worden gerealiseerd. Het mediabehoudend persbeleid moet worden ontwikkeld naar een meer stimulerend beleid. Daar is natuurlijk alle reden voor. Het begrip maatschappelijke pluriformiteit heeft de laatste twintig jaar een heel andere betekenis gekregen. De verzuielde samenleving van vroeger bestaat in die vorm niet meer. Zuilen zijn niet meer zo herkenbaar en de maatschappelijke pluriformiteit is tegenwoordig meer op te vatten als de som van veel individuele verschillen op allerlei terrein.

Wij zullen proberen veel aandacht te schenken aan de mogelijkheid tot experimenteren. Er bestaat nog veel onduidelijkheid over de richting waarin media en dus ook kranten zich verder zullen ontwikkelen. Geen van de huidige modellen voor elektronische kranten zal het eindmodel zijn. Het zijn allemaal ontwikkelingsstadia die nu daarmee worden doorgemaakt. Met het oog daarop kan het van belang zijn experimenteerruimte te creëren opdat met name de bedrijven, de bedrijfstak, die nieuwe ontwikkelingen kunnen proberen.

Wat mij altijd fascineert is hoe innovaties – zo worden dergelijke nieuwe ontwikkelingen tegenwoordig zo mooi genoemd, maar het zijn natuurlijk vaak heel revolutionaire verschuivingen met belangrijke gevolgen voor individuele mensen en bedrijven – altijd aanleiding geven tot heel veel gedachten in de richting van ‘doemdenken’, ‘het einde van de wereld’, kortom tot vormen van cultuurpessimisme. Toen de grote boeken door de verbetering van technologie konden worden verkleind tot echte pocketbooks, was er bijvoorbeeld in Engeland een grote strijd tussen, wat we nu achteraf kunnen zeggen, progressieven en conservatieven. De conservatieven dachten ‘dit is het einde van de wereld’. Een dichter als Pope riep ‘Er zijn veel te veel papiermolens. Wilt u die wel eens even sluiten. En iedereen mag zich dichter noemen. Kan dat maar zo?’.

Daar is natuurlijk de geschiedenis overheen gegaan. De pocketbooks zijn gebleven en hun voortbestaan staat thans niet ter discussie. Ik heb een paar jaar geleden dat voorbeeld aangehaald en toen ook gezegd ‘Alle nieuwe media in het verleden, ook toen er boeken gedrukt konden worden 500 jaar geleden, hebben aanleiding gegeven tot initiatieven van twee kanten: van mensen die daarmee geld wilden verdienen en de mensen die een boodschap hadden’. Mijn

sympathie stond toen natuurlijk aan de kant van degenen die een boodschap hadden en daar zou ik nu wat minder stellig in zijn. Ik denk dat je beiden in de gaten moet houden, zowel de mensen die vreselijke boodschappen te vertellen hebben als de mensen die met porno experimenteren. Niet dat je er iets tegen doet, behalve misschien het opvoeren van het educatieve niveau van de natie, maar laten we daar maar nu niet over beginnen.

Ik denk dus dat wij het in de toekomst zullen moeten hebben van goed nadenken over het beleid ten aanzien van de journalistieke informatievoorziening. Wij zullen daarbij in ieder geval ons voordeel doen met datgene wat er vandaag gezegd is. Als u nog weer nieuwe ideeën hebt, kom er maar mee voor de dag, want wij zijn ook maar met z'n zevenen.

5.2. Afsluiting door dagvoorzitter professor Wim Noomen²

Nog een enkel woord als dagvoorzitter. Ik zal mij niet wagen aan een samenvatting van datgene wat tijdens deze conferentie aan de orde is geweest. Zou het effect van deze conferentie afgemeten moeten worden aan het antwoord op de vraag 'Is het vraagteken nou weg of niet?' dan zouden we moeten zeggen: 'het vraagteken is niet weggehaald'. De conferentie is dus niet geslaagd en wij wensen het Bedrijfsfonds alle wijsheid en sterkte bij de verdere uitwerking van het beleidsadvies.

Als wij als resultaat de waarde van de bijdrage aan de meningsvorming over dit belangrijke onderwerp als indicator zouden nemen, dan denk ik dat wij kunnen terugzien op een buitengewoon waardevolle werkconferentie, waarin erg veel onderwerpen op tafel zijn gekomen, waarover uit verschillende hoeken enig licht is geworpen. In dat opzicht denk ik dat wij mogen zeggen 'Het was een geslaagde werkconferentie'.

Wat ervan ook zij, ik denk dat het verstandig is om het vraagteken toch maar te laten staan. Van vragen wordt men wijs, vertelde mijn vader mij altijd. Zodra mensen niets meer vragen, betekent dit in de meeste gevallen dat zij de wortels met hun bestaan zijn kwijtgeraakt en dat gunnen wij elkaar zeker niet toe.

2. Ten tijde van de werkconferentie hoogleraar Communicatiewetenschap aan de Vrije Universiteit Amsterdam en thans voorzitter van het College van bestuur van de Vrije Universiteit.

