

Openingslezing Master Politieke Communicatie 25/9/2009  
Universiteit Antwerpen, Campus Stad, M101

Moniek Delvou (communicatieverantwoordelijke DEXIA Bank).

[Politiek@communicatie.com](mailto:Politiek@communicatie.com)

Dames en Heren,  
Beste studenten,

*“De Mediaminister is een lapzwans”*

*Onder deze uitdagende titel publiceerde Siegfried Bracke – u wel bekend-onlangs een column in De Morgen, waarin hij voor alle duidelijkheid niet zijn nieuwe bevoegde Minister, Mevrouw Ingrid Lieten aanviel, maar het had over de nieuwe website mediaminister.wordpress.com .*

*Op deze website, die in no time is uitgegroeid tot een hype, brengt een anonieme blogger smeuiïge verhalen over allerhande onderwerpen.*

*Zo kon je er onlangs lezen over het nakend ontslag van de baas van de VRT ten voordele van iemand anders, een bericht dat bij velen intern en extern aan de VRT in het verkeerde keelgat is geschoten, en verder wordt afgedaan als een gerucht.*

*Het verspreiden van geruchten is trouwens niet het enige wat kenners vragen doet plaats en bij deze site.*

*Zo maakt de blogger gebruik of misbruik van de titel van een minister en wil hij of zij bewust anoniem blijven , wat in dezer geen lafheid is “maar zou afbreuk doen aan de inhoud van de boodschappen, die alle correct zijn, hetgeen de tijd zal uitwijzen”, dixit de blogger.*

*En hiermee zijn we beland bij het thema waarover ik het vandaag met u wou hebben: want stel dat Mevrouw Lieten, als nieuwe Minister van Media de geruchten over de VRT-baas een pure kwakkel vindt en stel dat ze deze zo vlug mogelijk de wereld wil uit helpen, dan rest haar niet enkel het gevecht tegen de tijd dat ze al bij aanvang heeft verloren , maar moet ze zich minstens een aantal vragen stellen over hoe ze dat kan doen: Kan zij de anonieme blogger om een recht van antwoord vragen? Kan zij de VRT-baas zelf aansporen een ontkenning de wereld in te zenden? De JEP aanspreken? De Journalistenbond (maar is de blogger een journalist?)?*

Politiek en communicatie: ze zijn nooit elkaars vrienden geweest –een journalist is naar eigen zeggen per definitie nooit iemands vriend- maar hun gezamenlijk interactie liep in het verleden wel meer volgens het 60 jaar oude lineaire model van Shannon en Weaver (zender-boodschap-ontvanger) , dat later door Laswell werd vertaald in een aantal vragen: “Who says what to whom, through what channel and with what effect” ? Bleef de politieke communicatie via de massamedia tot voor enkele jaren trouw de uitvoering van dit model volgen en bleef de wereld van de geruchten, de gesprekken in de koffiecorners van het parlement, ...hiervan buiten gesloten ,dan moeten we vandaag vaststellen dat deze tweede wereld de eerste grotendeels heeft verdrongen en er wel de wetmatigheden, maar niet steeds de wetten of de ethiek van heeft overgenomen.

De politiek is maw in een nieuwe wereld verzeild, waaraan zij zich goedschiks kwaadschiks zal moeten aanpassen. Meer nog: de nieuwe wereld van het internet en de nieuwe media heeft ongetwijfeld zijn invloed op de actoren op het veld. En dat is meteen het thema van vandaag.

Want de kracht van het internet heeft zijn gelijke niet, de niet-politieke wereld heeft dit meer dan begrepen .

“De kortste weg naar succes loopt langs het internet” zei Eppo Janssen, de mede-organisator van Pukkelpop onlangs. “Dankzij het internet- Myspace, de bloggersgemeenschap gaat alles nu veel sneller. Vroeger was de liefhebber voor zijn informatie aangewezen op de radio, de geschreven pers en de platenzaak. Vandaag bepaalt ieder zijn eigen playlist ”.

En Ayco Duyster van Studio Brussel volgt hem daarin volledig: “Zeker is dat er vandaag veel meer kanalen bestaan”, zegt zij. Het medialandschap is helemaal versplinterd: muziek bereikt het publiek nu ook via reclame of via digitale netten en er zijn nog nooit zoveel verschillende opiniemakers geweest. De tijd dat een recensie in Humo of een clip op MTV een carrière konden maken of breken is definitief voorbij. Op YouTube kijk je naar wat je wil en dat heeft de drempels naar heel wat muziekgenres verlaagd. De consument laat zich niet langer betuttelen: hij maakt gewoon zijn eigen keuzes.” (conclusie naar politiek is idem: zie verder )

En na MySpace, YouTube en Facebook is er nu Twitter. Jij en ik kunnen er terecht om met niet meer dan 140 tekens onze vrienden duidelijk te maken wat we aan het doen zijn of waar we aan denken . Er is een eigen codetaal en een eigen zoekmachine en als we de media mogen geloven Twittert iedereen. Op elk moment van de dag zijn er miljoenen mensen berichten aan het versturen met hun computer of GSM, of lezen ze wat anderen hebben geschreven. Zo twitterde Kim Clijsters tijdens en na de US Open en werd tijdens de laatste Tour de

France door de ploegleider van Lance Armstrong getwitterd over het koersverloop. Radiomensen twitteren in de rand van hun programma's en gebruiken dit kanaal om informatie de wereld in te sturen die ze niet via de radio kwijt kunnen of om info te verzamelen, zoals elke doordeweekse treingebruiker wel eens doet: "vanmorgen op de trein gehoord". Of zoals Koen Fillet het onlangs verwoordde: "Op de radio moet je het hebben over datgene waarover de mensen op de trein praten. Twitter is die trein geworden." Een trein weliswaar van 45 miljoen gebruikers...

### Internet en De politiek.

En niet enkel radio-of sport mensen twitteren, ook tal van politici geven zich over aan het nieuwe fenomeen: zo kon je onlangs via Twitter vernemen wat de echtgenote van Gordon Brown, Brits Eerste Minister, op de G8 deed tijdens de vergadering van haar echtgenoot. En Barak Obama's agenda is ook een open boek, sinds hij twittert via het internet.

"De afgelopen maanden is Twitter uitgegroeid van een hyperkinetisch sociaal netwerk naar een revolutionair medium", schreef De Standaard onlangs. En met deze bewering zitten zij er geenszins naast, want in zijn jonge bestaan onderbouwde het virtuele netwerk zelf al meer dan één politieke revolutie.

"Zo speelde Twitter een rol in de verkiezingskampagne van Obama: zijn team gebruikte de service om berichten uit te sturen naar duizenden aanhangers". En tijdens de recente protesten in Iran drong het Amerikaanse Ministerie van Buitenlandse Zaken er op aan de site zeker online te houden. De gevolgen ervan zijn bekend. De site was van belang voor de bekendmaking van de "Where is my vote"-kampagne in de straten van Teheran omdat men via dat kanaal kon volgen waar de volgende betoging zou plaatsvinden.

De kracht van het internet is zeer groot, dat is duidelijk, ten goede en ten kwade. Dat ondervond onlangs ook Jozef de Witte van het Centrum voor Gelijke Kansen en Racismebestrijding, die moest vaststellen "dat er een groeiend internetracisme en een groeiende islamofobie merkbaar is, die aan de hand van bedenkelijke foto's, filmpjes en teksten zowel via kettingmails en sociale netwerksites, als via blogs en discussiefora, worden verspreid."

En de naam Nick Rodwell doet bij menig journalist ook wel een belletje rinkelen: de baas van de NV Moulinsart liet enige tijd geleden geen ogenblik ongemoeid om pers en tegenstanders er via zijn blog van langs te geven.

En mogen we het tenslotte ook nog hebben over Friendfeed, dat door Facebook voor 50 miljoen dollar werd overgenomen en waarvan de technologie bedoeld is om Twitter en Google te kloppen in realtime search. Friendfeed is, volgens zij die het kunnen weten, "een social network dat alle andere toepassingen op het

internet samen probeert te brengen. Wie een account aanmaakt, kan alles wat hij of zij op Facebook, YouTube, Twitter of Blogger doet daarop laten weergeven”.

“Niemand weet hoe Friendfeed zal evolueren en welke gevolgen het zal hebben voor de informatieverstrekking en –vergaring. Zal het in staat zijn om in het versplinterde medialandschap wat meer stijl en eenheid te brengen of zal het integendeel eens te meer een wig betekenen en de mogelijkheid op een boom aan opiniemakers nogmaals aanwakkeren?” schreef een krant onlangs.

Dames en Heren : één ding is zeker: dit is het nieuwe medialandschap waarin de politiek haar weg moet vinden of al gevonden heeft.

Een landschap waarin volgens een recente studie van Microsoft, het internet in Europa populairder is geworden dan de televisie.

Een landschap, waarin, aldus Edward Claessens in Knack, de media niet meer zoals in het pre-VTM tijdperk, zuilgebonden zijn, maar worden beheerst door commerciële wetmatigheden. En waar, maw, de boodschap, de inhoud minder belangrijk wordt dan de verkoop.

Een landschap waarin consolidatie van krantentitels een feit is en de samensmelting van redacties een noodzaak.

Een landschap waarin being digital de regel is.

Een landschap waarin de journalist concurrentie krijgt van de gewone burger en deze concurrentie door zijn hoofdredactie ook krijgt opgelegd: een ontploffing in de metro van London wordt per GSM gefilmd en verkocht aan CNN, kranten vragen hun lezers in advertenties het nieuwsje uit de buurt te mailen of te sms-en, radio-touring doet beroep op automobilisten voor het melden van ongevallen, files en snelheidscontroles, fotografen worden geweerd in redacties en hun collega-journalisten uitgerust met een instant camera om zelf plaatjes te schieten.

Een landschap waarin elke burger al surfend zijn of haar eigen journaal samenstelt, alsof het een I-pod gold waarop men zijn lievelingsmuziek collecteert.

Een landschap waarin kranten naast de hard copy ook een veel snellere internetversie verspreiden.

Een landschap waarin weinig of geen wetten bestaan, tenzij de wet van de snelste.

Een landschap waarin geruchten kunnen worden verspreid en de waarheid moeilijker te achterhalen is.

Een landschap waarin lichtsnelheid geen ijdel begrip meer is als het snelheid van nieuwsoverdracht betreft.

Een landschap waarin volgens sommigen zich het moderne leven weerspiegelt, een wereld waarin we verwachten dat de dingen steeds sneller gebeuren.

Een landschap waarin de virtuele netwerken actief meewerken aan het modelleren van de wereld waaruit ze gegroeid zijn.

Het modelleren van de wereld, de maakbaarheid van de samenleving: is het niet de droom van elkeen in de politiek om via visie en hard werken de samenleving een beetje meer geel, blauw, rood, oranje of groen te kleuren.... Een droom, die je jaren lang koestert, waarvan de uitwerking en uitvoering langer duurt dan een zure oprisping op een supersnelle blog. Een droom, die geworteld is in een eigen mens-en maatschappij-visie en waarvan de uitwerking soms meer tijd vraagt dan één enkele legislatuurregering.

Partijprogramma's, parlementair –en regeringswerk zijn daarbij essentieel . Nota's, parlementaire vragen, vergaderingen, werkgroepen, compromissen, beslissingen: het hoort er allemaal bij, zoals de partijcongressen en de contacten met de basis, het publiek. Want een politicus die alleen in zijn of haar bureautje goed werkt levert, bestaat spijtig genoeg niet voor het publiek , dat terecht het recht claimt om te weten waar diegene op wie men heeft gestemd, mee bezig is en derhalve communicatie eist. Doe wat je zegt, maar zeg ook wat je doet.

Vroeger kon de politicus van dienst voor het invullen van deze taak terecht bij de klassieke kanalen: Staatsblad voor wetten en besluiten , parlementaire stukken voor de gestelde parlementaire vragen, brochures voor meer uitleg en praktische voorbeelden aan het doelpubliek, nieuwsbrieven voor de achterban, regeringsmededelingen via de publieke omroep in het geval van een regeringslid , affiches, folders en toespraken in beroekte zaaltjes in verkiezingstijd, deelname aan TV-debatten.

Vandaag de dag heeft de moderne politicus deze tools al lang bijgesteld: websites, web blogs, sms, digitale nieuwsbrieven, blackberries, spelprogramma's , optredens op nationale en regionale TV-en radio-zenders, YouTube, Facebook, Twitter. No country for old men . Naast de info over de politieke initiatieven vernemen we via die kanalen wat de politicus, gegeten of gedronken heeft en wanneer , wat hij of zij waarover denkt, welke film men heeft gezien, welke vakantie men heeft genoten. Het persoonlijke wordt publiek en het publieke persoonlijk. Zo maakt de huidige Premier ons regelmatig deelgenoot van de boeken die hij heeft gelezen , de films die hij heeft gezien , de reis die hij heeft gemaakt . Indrukken worden verwoord in mooie haiku's.

Inge Vervotte, de vroegere Vlaams en federaal minister kwam onlangs zelfs in het nieuws omdat ze het maximum mogelijk aantal Facebookvrienden heeft: 5000 . In het daarbij aansluitende interview vertelde ze er wel heel fijntjes bij dat "Facebook een soort netwerk is voor virtuele voyeurs. Ik weet best nog wie mijn echte vrienden zijn en dat zijn er bijlange geen 5.000. Facebook –vrienden zijn mensen met interesse in je gaan en staan, echte vrienden zijn diegenen die

er altijd zullen zijn.” Van haar leren we ook hoe de moderne politicus omgaat met de nieuwe media: “ Als ik iets te vertellen heb, zet ik er wat op. Als minister waren dat persberichten en belangrijke mededelingen, zoals mijn vertrek naar Cambridge. Chatten en foto’s posten zijn er bij haar niet bij. Wel zegt ze: “vandaag weet je als politicus dat je tijd moet vrijmaken om mails te beantwoorden en op het net te surfen. Veel burgers en dus kiezers maken gebruik van dit medium.”

De nieuwe media liggen dus mee aan de basis van het ontstaan van een nieuw soort politicus: de man of vrouw die zelf geen deuren meer plat loopt , maar via e-mail en blackberry met de kiezer en het publiek contact houdt. Die sms-en krijgt tijdens belangrijke stemmingen in het parlement of belangrijke besprekingen in de regering .

Samen met hem of haar ontstaat ook een nieuw soort kiezer. Want sinds de jarenlange verzuiling rond het einde van de jaren '80 een einde nam is het fenomeen van de zappende kiezer een feit: de kiezer die zijn eigen keuzes maakt op basis van eigen (soms vluchtige) inzichten . De nieuwe media hebben deze kiezer alleen maar versterkt.

Want als kiezer of toekomstige kiezer kunnen we nu ook onmiddellijk reageren via e-mail, sms of onze eigen blog, zonder dat we de deur van de politicus moeten platlopen. We kunnen hem of haar raad geven , om advies vragen ; hem of haar toevoegen aan onze Facebook contacts, hem of haar op de vingers tikken als het beleid niet ok is of niet snel genoeg evolueert in de richting die wij willen, die ik wil, in mijn dorp, in mijn straat, in mijn tuin. We zitten ahw bij de politicus op schoot, zitten aan zijn of haar vel en eisen dat een antwoord op onze zoveelste sms er ook onmiddellijk komt.

De klassieke media pikken daar trouwens reeds geruime tijd op in: bij de bekendmaking van een of andere belangrijke maatregel, krijg ik als lezer van de redactie-on line steevast de kans om de publieke appreciatie in het neen of ja-kamp te doen evolueren of mijn opinie te zien berekend in een afkeurend of goedkeurend percentage.

De nieuwe media zorgen ervoor dat de invulling van het model van Shannon en Weaver opnieuw tot zijn essentie wordt herleid: zender , boodschap , ontvanger en feedback en dat laatste liefst onmiddellijk. Instant.

Een prachtige uitdaging voor woordvoerders, perschefs en communicatieverantwoordelijken, die nog meer in “weisure” zullen vervallen dan voorheen.

Omgekeerd biedt deze evolutie ook voordelen : zo stellen de nieuwe media de politicus ook in staat om te weten wat er in de wereld gebeurt. Zo kon Obama

tijdens zijn verkiezingsronde de temperatuur meten bij de achterban . Zo kon onlangs een liberaal politicus vernemen dat binnen de Lijn niet iedereen binnen de lijnen kleurt.

Maar er is een keerzijde.

Want de grens tussen publiek en persoonlijk is soms flinterdun , maakt politici daardoor extra kwetsbaar en is daarom aan strenge bewaking toe, zoals onlangs Inge Vervotte nog liet uitschijnen, en dit in de eerste plaats door de politicus zelf .

En nu we dankzij Friedman weten dat de wereld “flat” is door het internet , weten we ook dat die evengoed “glad” is; één verkeerd woord, een verkeerde zin, kan zorgen voor een uitschuiver van formaat en reputatieschade zonder dat het kansen biedt op definitieve rechtzetting. Is het geheugen des mensen kort, het internet is dat niet. De uitspraak van Obama over de gehandicapten en de Paralympics kan nog steeds via het internet worden bekeken en zal hem nog jaren achtervolgen. Een gelijkaardige ervaring had een vroegere eerste-minister dichterbij huis nav het verkeerd citeren van ons volkslied.

Omgekeerd kan om het even wie- iedereen is journalist these days- over gelijk welke politicus een kwakkel de wereld insturen, zonder dat deze een schijn van kans op recht van antwoord heeft. Zie de Mediaminister aan het begin van mijn verhaal. Anoniem zijn is er geen schande. In een klassieke redactie verdwijnen anonieme brieven echter in de prullemand.

En dan nog is de vraag of men in staat is snel te achterhalen wie wat over een politicus heeft gezegd. Controle op de informatie wordt een haast onbegonnen taak en uitermate kwetsbaarheid is ervan het gevolg. Kon een politicus in het verleden zich verwachten aan een aantal lezersbrieven in geval van (gefundeerde) kritiek op slecht gevallen beslissingen, dan wacht hem of haar nu via de blogs ellenlange uitingen van frustraties van bloggers die elkaar op deze wijze ondersteunen in niet noodzakelijk gefundeerde kritiek. Een uitdaging voor woordvoerders om ze allen te vinden én van antwoord te dienen...

Ooit voerde ik zelf actie bij de JEP om een reclamekampagne, waarin de toenmalige premier, mijn baas, zonder zijn toestemming , werd betrokken, onmiddellijk stop te zetten. Ik won, al moest ik er de plotse gratis reclame voor het bewuste merk er heel even bijnemen. Een gelijkaardige actie op het internet ? Ik durf er nauwelijks aan te denken.

Bijkomend moet dan ook de vraag gesteld : hoe beschermd zijn de deelnemers, zelfs als ze politici zijn. , per definitie publieke figuren?

Van deelnemers aan Facebook weten we in elk geval reeds dat ze best op hun hoede zijn en niet alle gegevens zomaar aan het medium toevertrouwen . Eens op het internet, altijd op het internet. Obama waarschuwde de Amerikaanse jeugd er onlangs ook nog voor: jeugdzonden blijven door het internet veel langer in het geheugen gegrift. Iemand die politicus wil worden kan daar maar beter rekening mee houden.

En bij dit alles hebben we het nog niet gehad over die andere actor op het veld van de politieke communicatie: de journalist. Ook hij of zij ondergaat de gevolgen van de nieuwe media. Vaak zit hij of zij niet meer aan de kant van de zender, maar aan de kant van de ontvangers. Ook hij of zij surft op het internet, en googelt informatie bij elkaar. Vroeger werden journalisten gevoed door persberichten via telex of fax en filterden zij de informatie aan de bron . Vandaag is de journalist niet langer een gatekeeper, maar een gatewatcher, zegt Dan Gillmor in “We, the media”. Hij of zij gidst de nieuwsconsument nu naar betrouwbare informatie, bekomentarieert bronnen en bezorgt de nodige context bij” information overload “ (Umberto Eco zei dit 10 jaar geleden trouwens al : 10.000 artikels op het web over koffie). Documentatieafdelingen op redacties worden overbodig, er is nu de “redactionele cybernetisering “ die erin bestaat de bestaande informatie te herkauwen. Het groter aantal tertiaire nieuwsbronnen leidt tot meer routinetaken: de journalisten beperken zich tot een standaardpraatje met de woordvoerders of googlen wat informatie bij elkaar. Ze worden wat Siegfried Weischenberg gemeenzaam “ de redaktronikers” heeft genoemd.

“Goede nieuwsmakers doorstaan elke crisis, niet-excellente journalistiek wordt weggeveegd”, stelde Edward Claessens onlangs in Knack ter bespreking van verschuivingen in het medialandschap die al enige tijd bezig zijn en door de crisis enkel worden versneld.” Het zijn de diehards die overleven : de experts die op de hoogte zijn van hun domein met een adresboekje dat bol staat van de contactnummers. Want contacten worden gebruikt om nieuwsfeiten te checken – de mantra van elke goede journalist. “

Ik zou zeggen: het is ook de ethiek van elke goede journalist .

Alleen stelt zich meer en meer de vraag hoe groot het speelveld van de goede journalist nog is, nu de traditionele media zoals kranten door weglopende adverteerders en lezers onder druk staan en het virtuele een steeds grotere plaats inneemt .

Maw : hoe moet het met de democratie? “Springen burgers zelf in het gat dat de traditionele media nu (vooral lokaal ) laten liggen?”, las ik onlangs .” Marc Chavannes, commentator bij het NRC GHandelsblad en hoogleraar journalistiek aan de Rijksuniversiteit Groningen hoopt van wel. Weblogs kunnen daarbij een rol spelen. “Weblogs zijn voor een deel de toekomst van de journalistiek “, zei hij onlangs bij de voorstelling van zijn boek met de veelzeggende titel “Niemand regeert”. Chavannes heeft zijn hoop gevestigd op burgers die via het internet het heft weer in eigen handen nemen. Zelf heeft hij aan zijn eigen site een halve dagtaak aan het verwerken van e-mails en commentaren. Het idee dat journalisten het allemaal beter zouden weten en kunnen , is volgens Chavannes een fictie die eigenlijk alleen nog bestaat bij de beroepsgroep zelf”. Straffe taal, maar het is wel gezegd.

Want dan is de vraag: wie schrijft er nog achtergrondartikels? Wie heeft er zoveel eigen kennis en reflectievermogen om in de loop van de geschiedenis datgene te onderkennen wat het heden kan verklaren? Toch belangrijk als hulp voor de politicus van vandaag.

Dames en Heren,  
Beste studenten,

Wellicht zegt u nu: de moderne, jonge politicus heeft wel degelijk leren omgaan met de nieuwe media. Hij of zij leert gaandeweg de rode vlaggen kennen. Misschien kan hij of zij de nieuwe media ook een correctere rol aanmeten.

En ook de jonge journalist kent wel de meanders en de gevaren van het internet. Volledig akkoord. Alleen is een en ander af en toe toch wel heel glad ijs en wordt het wellicht tijd om over het nieuwe landschap, met de nieuwe plaats van de actoren een aantal duidelijke afspraken te maken door vooreerst een aantal vragen te beantwoorden.

Vragen zoals daar zijn:

Wie is vandaag journalist?

Hoe verhoudt de klassiek gevormde journalist (voorzien van perskaart en beroepsethiek) zich tot de nieuwe media?

Is een bericht op het internet altijd nieuws of gelden er criteria?

Moeten we als surfer , blogger, alles geloven wat het internet ons biedt? Hoe maken we het onderscheid?

Hoe beschermen we ons tegen geruchten? Moet er meer controle zijn op geruchten ? En wat is een gerucht?

Van wie moet of mag een bericht op het internet uitgaan om als nieuws te gelden?

Geldt voor een burger dezelfde beroepsethiek bij het posten op het internet ?

Hoe groot is het actieterrein nog van de journalist ?

Hoe groot is de vrijheid van de blogger?

Tot waar reikt de vrijheid van mening?

En ook:

Waar ligt de grens tussen het persoonlijke en het politieke?

Gelden de regels van het mediarecht op gelijke wijze voor de nieuwe media?

Wie controleert de nieuwe media?

Moeten we de nieuwe media reguleren?

Maw: hoe vullen we de definitie van Shannon en Weaver in met de middelen en de politieke context van vandaag?

Vragen, veel vragen. Bij sommige kennen we het antwoord al, maar andere vragen nog overleg en discussie.

Dat hierin ook een taak voor politici is weggelegd is duidelijk.

Ook wellicht voor de nieuwe Minister voor Media, de echte , wel te verstaan.

Ik dank u.