

Internet HEEFT het: DE dominantie VAN een NIEUW kanaal

Cees van Woerkum

WUR, Sectie Communicatiewetenschap, Cees.vanWoerkum@wur.nl



Internet heeft het. De betekenis van dit nieuwe medium kan nauwelijks overschat worden. Het is zelfs de vraag of je dit nog een medium kunt noemen: het is eerder een mediale dierentuin, vol met de meest uiteenlopende soorten: een elektronische bibliotheek, een telefoon, e-mail contact, een marktplaats, een chatbox. In zoverre is het ook niet zo zeer de belangrijkste mediale aan-

winst na de introductie van de televisie, maar het begin van een nieuw tijdperk in de gemedieerde communicatie.

Televisie kan nog gezien worden als een interessante toevoeging aan het rijtje, dat begint met boeken en dan via dagbladen naar film en radio gaat. Wat al deze media gemeen hebben is dat ze informatie vanuit één bron sneller, massaler en via meer sensorische cues kunnen verspreiden. Ze passen allemaal in een centrifugaal model, waarbij de zender het initiatief heeft en de ontvangers volgen. Het klassieke communicatie schema (een zender stuurt een boodschap via een kanaal naar een ontvanger, waaruit al dan niet een bepaald effect resulteert dat via feedback kan worden waargenomen) is op dit model gebaseerd. Maar het is dus volstrekt verouderd. Ontvangers worden gebruikers en zijn actief op een wijze die we voorheen niet konden voorstellen.

Deels is internet een antwoord op de implosie van dit zender-model. Er werden zoveel boodschappen over zoveel kanalen verspreid dat deze berichten steeds meer 'antwoorden werden op zoek naar vragen'. Veel informatie bleef in het luchtledige hangen. De ontvanger had steeds meer moeite om zich in die informatie-tsunami te oriënteren. Er ontstond een drang naar een ander model. En dat model is er nu. Trefwoorden zijn consultatie (het internet als database) en interactie (het internet als ontmoetingsruimte).

Ik wil in deze bijdrage in grove trekken de invloed van internet schetsen. Natuurlijk, internet laat een bepaald gebruik toe, zoals de search-functie. Maar hier zit mijns inziens niet het unieke van internet. De dominantie van internet (toch zeker in de naaste toekomst) is vooral te verklaren vanuit het gegeven dat internet veel van wat de andere media bezaten ook heeft en handig integreert. Het internet is een mediale

kannibaal. Dit juist heeft veroorzaakt dat door internet het hele mediale spectrum verkleurt. Met internet verandert alles, ook het gebruik van andere media en ook de interpersoonlijke communicatie. Hieraan vooral wil ik aandacht schenken. Anderzijds heeft internet ook belangrijke sociale gevolgen, die we nog ternauwernood overzien.

De invloed van internet op andere media

Door internet raakt het hele mediasysteem in beweging. Ik ga uit van het oude adagium dat een nieuw medium 'doesn't replace another but only some of its functions'. Zoals de radio de krant niet weggevaagd heeft, maar wel de link met de actualiteit heeft gerelativeerd (meerdere edities per dag voor het 'hete nieuws' - in de grote Westerse steden niet zeldzaam - werd ronduit belachelijk), en zoals de televisie niet de radio overbodig heeft gemaakt (maar wel de Bonte Dinsdagavondtrein), zo verandert ook internet de vorige media.

Bijvoorbeeld het vaktijdschrift is gedoemd om een groot deel van haar informatieve functie kwijt te raken. Alle berichten die om snelheid vragen, zoals markt- of beursberichten, kunnen veel beter via internet verspreid worden. Datzelfde geldt voor informatie die heel specifiek is, voor een kleine groep gebruikers bedoeld, zoals de kwekers van een bepaalde chrysanthe. En datzelfde geldt voor documentaire informatie die je ergens moet kunnen vinden, maar waarschijnlijk nu net niet (juridische informatie, technische informatie over producten en procedures). Gaat het vaktijdschrift alleen maar dunner worden, omdat een groot deel van de pagina's achter het scherm verdwijnt? Misschien, maar er gebeurt ook iets anders. Het vaktijdschrift gaat zich meer toespitsen op oriëntatie en vraagontwikkeling: wat doet er toe in een bepaalde periode, waar moet je op letten, waar moet je rekening mee houden, wat zijn trends? Die hieruit ontstane vragen kunnen vervolgens door internet tailor-made beantwoord worden. Het superieure leesgemak en de mogelijkheid tot experimenteel lezen, jumpend van artikel(tje) naar artikel(tje), staan (vooralsnog) borg voor een eigen functie van het tijdschrift. Maar die is dus wel heel anders dan die van gisteren.

Hetzelfde geldt voor kranten: de forumpagina's lenen zich veel beter voor internet, met de mogelijkheid om direct mee te praten, veel specifieke informatie kan slimmer via internet overgedragen worden, etc. In een gecombineerd abonnement, zal de krant gaandeweg een hoop informatie

verliezen; ook hier zal de oriëntatiefunctie van het papieren onderdeel van het pakket belangrijker worden.

Televisie en radio gaan steeds meer met internet versmelten. Vooral televisie houdt nog zijn sociale functie, als een aanbieder van programma's die samen bekeken worden in de veilige wetenschap dat anderen van het sociale netwerk hetzelfde doen, waardoor gemeenschappelijke gesprekstof gegarandeerd is. Dit bepaalt mede de populariteit van sportprogramma's of van Big Brother.

De conclusie moet zijn dat internet de mediale wereld op zijn kop zet. Sommigen zien dit eerder dan anderen. Een tweetal jaren terug werd bovenstaande analyse, met het idee dat uiteindelijk ook de papieren versie in een elektronische tablet van bijvoorbeeld A4-formaat zal overgaan, nog met veel scepsis ontvangen. Het was bij een internationaal congres van landbouwjournalisten. Tot een Amerikaanse uitgever meldde dat hij reeds volledig en tot goede tevredenheid elektronisch werkte.

De invloed op interpersoonlijk communicatie

Internet heeft ook grote gevolgen voor de persoonlijke communicatie tussen mensen. Ik wil er twee voorbeelden uitlechten: het contact tussen experts en leken en het samenwerken in teams.

Vanaf het moment dat leken via internet een onuitputtelijke bron van informatie ter beschikking hebben, kunnen ze zich cognitief op een thema relatief snel ontwikkelen, aannemende dat ze daartoe gemotiveerd zijn. Dit treffen we bijvoorbeeld aan in de gezondheidszorg waar de internetpatiënt een opzienbarend fenomeen is geworden. Door sommigen wordt deze patiënt gezien als 'dubbel gehandicapt' (hij is ziek, maar weet ook veel meer dan goed voor hem is, en vooral veel wat niet klopt). Anderen zien in deze ontwikkeling de laatste fase van een emancipatieproces, waarbij de patiënt eindelijk als een zelfverantwoordelijke expert kan gaan optreden. Intussen beïnvloedt het internetgebruik de gesprekken in de spreekkamer aanzienlijk. Patiënten stellen zeer specifieke (en moeilijke) vragen, claimen (te) dure en soms twijfelachtige behandelingen, of praten over eigen medicatie met middelen die via internet verkregen zijn, legaal of illegaal. De arts moet accommoderen, om deze patiënt in de praktijk te houden. Hij kan daarbij van allerlei strategieën volgen, maar zoals vroeger (met hij/zijzelf als onbetwiste autoriteit) wordt het nooit meer. Dergelijke ont-

wikkelingen zien we uiteraard op alle fronten waar deskundigen 'leken' ontmoeten.

Ook in de groepscommunicatie zijn er belangrijke verschuivingen. In de literatuur vinden we een boeiende discussie in hoeverre teamwork via e-mails evenwaardig is aan face-to-face werken. De eerder geuite hypothese dat je voor wat moeilijkere opdrachten elkaar moet zien, wordt vrij algemeen als ontkracht beschouwd. Je mist bij e-mailcontact weliswaar diverse visuele en auditieve signalen (mimiek, gebaren, blikrichting, stemgebruik), maar daar staat tegenover dat medewerkers e-mails vaak met wat meer zorgvuldigheid en overdenking in elkaar zetten en dat de lezer daarna ook wat meer reflectie kan inbouwen, dan in de tijdsdwang van het luisteren in face-to-face situaties. Ikzelf denk dat waar het om nog vage intenties gaat ('waar moeten we heen, wat moeten we doen, maar zijn we verantwoordelijk voor?) face-to-face contacten nog steeds wenselijk zijn, maar dat veel werk in de uitvoering veel beter via e-mails kan (of via e-conferencing). Dat zou een enorme tijdsbesparing opleveren. We vergaderen ons suf.

Conclusie

Ik heb betoogd dat internet niet alleen op zichzelf van invloed is op het mediumgebruik, als een soort aanvullende mogelijkheid, maar juist ook door zijn aard de bestaande kanalen sterk van functie zal veranderen. We gaan eenvoudigweg in een andere mediale omgeving wonen en werken.

Wat het sociaal betekent laat zich moeilijk voorspellen. Sommigen denken dat de wereld gefragmentariseerd raakt, en dat iedere burger teveel in zijn eigen hokje blijft zitten met selectieve draadjes naar soortgenoten. Als de klassieke zendmedia zouden verdwijnen (als ...) dan verdwijnt ook het gemeenschappelijke forum, waarbij allerlei maatschappelijke overtuigingen met elkaar in botsing komen. Zeker is dat het globaliserende karakter van internet de natiestaat (hier: Nederland) als geografische eenheid aan betekenis verliest. Daar staat tegenover dat NGO's via internet goede zaken doen.

Moeilijk is ook in te schatten hoe internet zichzelf ontwikkelt. Als via nieuwe spraaktechnologie het toetsenbord verdwijnt en via het uitklapbare scherm van het mobieltje ook alle plaatsgebondenheid, dan zitten we weer in een andere fase. Het is natuurlijk ook niet zo, dat weten we intussen wel, dat de technologie beslist wat er gebeurt, maar hoe we daar gebruik van gaan maken. Hier zie ik voorlopig alleen veel vragen.