

CIVIELE JOURNALISTIEK: VASTE WAARDEN, NIEUWE WEGEN?

NICO DROK

Als de varkenspest op haar dieptepunt is, organiseert het Brabants Dagblad een debatavond met boeren, bestuurders en andere betrokkenen. Twee maanden later neemt de hoofdredactie van de Leeuwarder Courant het initiatief voor een publiek debat over redeloos geweld. Tegelijkertijd voeren verslaggevers van NRC Handelsblad honderden gesprekken met bewoners van dorpen en stadsbuurten om uit te vinden aan welke kwesties de politiek volgens hen aandacht moet besteden. Deze voorbeelden passen in een lange reeks die aangeeft dat er beweging zit in de Nederlandse journalistiek. Het tempo van de veranderingen ligt misschien wat lager dan elders, maar de richting is onmiskenbaar dezelfde: civiele journalistiek. Maar wat is dat?

Om de opkomst van civiele journalistiek goed te kunnen plaatsen, moeten we terug naar de 18e eeuw. Daar liggen de wortels van wat door de beroepsgroep als professionele journalistiek wordt beschouwd. In de 18e eeuw ontstaan nieuwe grote ideologieën op seculiere basis, samen met een geloof in Vooruitgang, in Maakbaarheid en in de Universele juistheid van de nieuwe opvattingen. Het westerse moderniseringsproces, dat onder andere natiestaten, de parlementaire democratie, een markteconomie op basis van loonarbeid en een scheiding tussen privaat en publiek heeft voortgebracht, komt in een stroomversnelling.

Door een voortgaand proces van differentiatie ontstaan op tal van maatschappelijke gebieden speciale professies. Dat heeft voordelen op het gebied van het kennis- en vaardigheidsniveau, maar ook een keerzijde: de professionele sub-

cultuur, de professionele normen en waarden kunnen zich 'loszingen' van de omringende cultuur en relatief autonoom worden. In 1927 had de Amerikaanse filosoof Dewey al oog voor de vervreemdende effecten van professionalisering: 'The demise of local, integrated, close-knit communities resulted to some degree from the creation of an elite group of experts and professionals, isolated from the public.'

Ook in de journalistiek heeft zich een gestaag proces van professionalisering voorgedaan. Zoals het rationalisme van Descartes aan het begin van de moderne tijd samenhang met de behoefte los te komen van godsdiensttwisten, zo hadden journalisten wereldwijd bovenal behoefte aan onafhankelijkheid en objectiviteit om los te komen van tirannen, repressie en censuur. Maar: 'The creation of a professional class of journalists may have produced an alienation between journalism and the public.'

In de gehele moderne periode, maar zeker in het laatste gedeelte van de 20e eeuw hebben het financieel-economisch en het technologische aspect in het maatschappelijk denken een opmerkelijke opmars doorgemaakt. Dat uit zich in uitgebreide en optimistische technologie-programma's, een groot geloof in de zegeningen van onbelemmerde internationale vrijhandel en in pleidooien voor privatisering en een zich terugtrekkende overheid. Op mediagebied heeft deze ontwikkeling haar vertaling gekregen in de centrale plaats die de techniek (o.a. digitale compressietechnieken, 'wereldwijde' verbinding van computers) in de discussie is gaan innemen en in de sterke opmars van marktdenken en commercie, waarbij het publiek als consument wordt gezien en steeds minder als burger. Nieuwe technologieën maken een nieuwe vloed aan informatie mogelijk, waarvan de maatschappelijke gevolgen nog niet goed zijn te overzien. Vaak gaat het hierbij om goeddeels

onbewerkte, contextloze en a-historische informatie; veelal voor een special-interest-publiek. De wassende informatiestroom maakt het steeds lastiger om met conventionele middelen de aandacht te trekken en vast te houden, terwijl aandacht in veel gevallen vanuit commercieel oogpunt inmiddels wel een *conditio sine qua non* is geworden. Tegelijkertijd kampt de moderne samenleving met cohesieproblemen. De actieve participatie op politiek en maatschappelijk gebied neemt af, de maatschappelijke middenkaders verliezen aan betekenis, er doen zich processen van segmentatie, fragmentatie en zelfs sociale uitsluiting voor. De openbare ruimte wordt als onveilig of vijandig ervaren. Het vertrouwen in de democratie en in de rechtsstaat staat onder druk. Er is sprake van een crisis in de publieke zaak.³

In de Verenigde Staten heeft dit geleid tot het communitarisme, dat de verdere vervuiling van de publieke ruimte tegen wil gaan. In Europa bevindt het communitarisme zich nog wat in de marge, hoewel de wederopstanding van de sociaal- en christendemocratie daar snel verandering in zou kunnen brengen. Het pleidooi voor de Derde Weg wijst al enigszins in die richting. Het zijn uitingen van een samenleving die zoekt naar een nieuw evenwicht tussen individuele vrijheid en maatschappelijke verbondenheid.

POSTMODERNITEIT

Daaronder ligt een wezenlijker transformatie. Op de drempel van de 21e eeuw lijken de zekerheden uit de moderniteit aan kracht in te boeten en lijkt de twijfel aan Vooruitgang, aan Maakbaarheid en aan Universele waarheid terrein te winnen. Terugkijkend op de 20e eeuw, met zijn rampzalige oorlogen, massamoorden en natuurvernietiging is daar ook zeker aanlei-

ding toe. Volgens sommigen is de moderniteit zelfs ten einde en is het beter te spreken van postmoderniteit. De postmoderne cultuur wordt omschreven als vluchtig, caleidoscopisch en hedonistisch.⁴ Zoals de bestorming van de Bastille in 1789 - door Franse burgers - het symbool is van de moderniteit, zo wordt de bestorming van de Berlijnse Muur in 1989 - door Duitse burgers - gezien als het symbool van de postmoderniteit.

Naast de twijfel aan de ideologieën uit de moderniteit, kenmerkt de postmoderniteit zich ook door een aantal belangwekkende trendbreuken op structureel gebied. De scheiding van wonen en werken maakt geleidelijk plaats voor reïntegratie van deze twee, met daaraan gekoppeld een herdefiniëring van het onderscheid publiek/privaat. Het toenemend belang van de natie staat is omgebogen naar een afnemend belang. De industriële productiewijze, gericht op massaproductie en het transformeren en transporteren van materie en energie, maakt in toenemende mate plaats voor een terugkeer naar een meer ambachtelijke productiewijze, gericht op maatwerk en het transformeren en transporteren van informatie. De Europese High Level Expert Group merkt in dit verband op dat 'markteconomieën zich altijd hebben gericht op het oplossen van schaarsteproblemen. Informatie leidt echter bijna per definitie tot problemen in verband met overvloed.'⁵

Een informatiemaatschappij kan niet zonder een normatief, zingevend middenkader. De intermediaire instituties die daarvoor in aanmerking komen, zijn echter al enige tijd aan postmoderne erosie onderhevig of zijn ontzield op de pijnbank van het systeemdenken. Deze ontwikkeling is niet te keren door restauratie of regressie, maar door vanuit centrale waarden nieuwe vormen te doordenken. Dat geldt voor gezin, school, vereniging, vakbond, kerk,

partij, maar dus ook voor een vitaal deel uit het zenuwstelsel van de moderne samenleving: de krant.

Tegen deze achtergrond is in de Verenigde Staten een jaar of wat geleden de civiele journalistiek opgekomen. Het betreft een stroming die de journalistieke vernieuwing niet primair zoekt in technologie of economie, maar in een vrij fundamentele bezinning op de sociaal-culturele taak. Een stroming die de sociale verantwoordelijkheid van de pers voorop stelt, maar deze - gegeven de veranderende maatschappelijke context - opnieuw wil definiëren. Zo wordt vrij algemeen onderkend dat de journalistiek zelf deel uitmaakt van de crisis in de publieke zaak en ziet men een doel voor journalisten in het verbeteren van de publieke discussie en het vergroten van de publieke betrokkenheid en maatschappelijke participatie. De pers komt pas toe aan haar oorspronkelijke missie om de kwaliteit van de democratie te bevorderen wanneer hij het handelend vermogen van mensen vergroot. In plaats van een levendig publiek domein en een daarbij passende civiele cultuur te vooronderstellen, dan wel te mopperen over de afwezigheid ervan, nemen civiele journalisten de verantwoordelijkheid om te helpen deze cultuur te ondersteunen of te scheppen.

In filosofisch opzicht wordt gebroken met de dominante klassiek-liberale opvatting van de pers, die uitgaat van individuele autonomie. In plaats daarvan wordt als uitgangspunt genomen dat de gemeenschap voorafgaat aan het individu.⁶ Dewey definieert gemeenschap als het gebied waar democratie en opvoeding elkaar overlappen. Civiele journalisten volgen hem in de overtuiging dat zo'n gemeenschap slechts kan bestaan door de uitwisseling van opvattingen, dialoog, discussie en debat tussen burgers en niet tussen uitsluitend hun vertegenwoordigers. Een authentieke publieke sfeer

is niet de smalle strook tussen politici en journalisten, maar een enorm gebied tussen staat en privé.⁷ Om een betere publieke discussie en een grotere maatschappelijke participatie te bevorderen zouden journalisten het publiek niet primair als cliënt (zoals de hulpverlener) of als consument (zoals de ondernemer) moeten benaderen, maar als burger, als lid van een gemeenschap, bij voorkeur in een actieve, betrokken rol. Kranten zouden meer in dialoog moeten investeren door middel van op goed luisteren gebaseerd onderzoek. Het betreft een uitbreiding, want vasthoudend onderzoek naar informatie die verstopt zit onder vette lagen van bestuurlijk slijk is evenzeer onmisbaar in een democratie. Journalisten zouden zichzelf minder als neutrale, onthechte buitenstaander moeten zien, maar als lid van de samenleving met een verantwoordelijkheid voor de lange-termijn-gezondheid van cultuur en democratie. Journalistiek hoeft niet afstandelijk te zijn om onafhankelijk te kunnen wezen.⁸

MAATSCHAPPELIJK TEKORT

Het is opvallend dat in beschouwingen over 'la condition sociale', het maatschappelijk tekort, de rol van de media als basisingrediënt voor een democratische gemeenschap stelselmatig over het hoofd wordt gezien of wordt ontkend. En als in geschriften van o.a. Bellah, Etzioni, MacIntyre, Sandel, Taylor of zelfs Habermas de professionele journalistiek al aan bod komt, dan gebeurt dat in een overwegend negatieve betekenis: als onderdeel van het probleem, maar niet als onderdeel van een mogelijke oplossing.⁹

Civiele journalisten willen dat veranderen en stellen hun collega's (in telegramstijl) voor:

1. meer gericht te zijn op mensen, minder op instituties;

2. meer op context, minder op losse nieuwsfeiten;
3. meer op gevolgen voor burgers, minder op politieke tactiek;
4. meer op middenposities en oplossingen, minder op extremen en conflicten;
5. meer op actief burgerschap, minder op passief consumentisme;
6. meer op openheid en interactiviteit, minder op afscherming en eenrichtingsverkeer.

Om een zinvolle en nuttige discussie te bevorderen zijn de bovenstaande punten niet opgezet als een dichotomie: goed versus fout. Elk van de punten dient te worden geplaatst op een horizontale lijn. De discussie wordt er dan een van gradatie met de mogelijkheid om per geval te oordelen. Dus contingentie in plaats van orthodoxie.¹¹

Naast de meer idealistische kanten van civiele journalistiek is er ook sprake van welbegrepen eigenbelang. Net als in vele andere landen worden dagbladen in de V.S. al enige tijd geconfronteerd met tegenvallende omzetten, terwijl op grond van een aantal structurele ontwikkelingen (hoger gemiddeld opleidingsniveau, toenemende welvaart, toenemende vrije tijd) juist een toename verwacht had mogen worden.

Nieuwe media zetten het marktaandeel nog verder onder druk. 'Information for which the best medium up to now was the newspaper includes rapidly changing information with a lot of text and numbers, impossible to transfer via radio and television(...) This information can be better distributed on the Internet, because of ease of access to the most updated information, availability of database services, and the unlimited depth of information that can be offered.'¹²

Dagbladen zullen zich moeten beraden op een effectieve strategie. Potentiële sterkten zijn: de band die kranten met hun lezers kunnen heb-

ben, de merknaam die betrouwbaarheid kan garanderen en de plaats die de krant in de gemeenschap kan innemen. Daarvoor is het nodig dat de krant een groot vertrouwen van zijn publiek geniet. Uit longitudinaal onderzoek blijkt echter dat het vertrouwen van het Amerikaanse publiek in de media dramatisch is gedaald, waarbij kranten het zelfs nog iets slechter doen dan televisie. De media delen in de crisis die alle publieke instituties doormaken, maar: 'In a time of declining trust in virtually all institutions, journalism's decline is by far the steepest.'¹² Diverse onderzoeken bevestigen dit beeld. De maatschappelijke en media-situatie in Nederland verschilt in diverse opzichten van de Amerikaanse. Zo er al sprake is van een crisis in de publieke zaak, kent die vooralsnog geen Amerikaanse proporties. En hoewel dat in Nederland niet systematisch onderzocht wordt, lijkt er van een enorme vertrouwenscrisis met betrekking tot de kranten op dit moment ook nog geen sprake.¹³ Niettemin is het de moeite waard om te bekijken in hoeverre civiele journalistiek ook voor ons relevant kan zijn, want de geschetste problematiek is hier niet onbekend en de toekomst niet in alle opzichten hoopvol.

DEBATFUNCTIE

Vorig jaar is een Europees onderzoek onder journalistenscholen in 28 landen afgerond.¹⁴ Daaruit blijkt dat de Europese opleidingen in overgrote meerderheid een sterk toenemend belang hechten aan de cohesie- en de debatfunctie van media. Dit blijkt het sterkst te gelden in landen die het meest te lijden hebben van ontleding en waar nieuwe media al een deel van de dagelijkse informatiestroom verzorgen. Overigens blijft de journalistieke informatiefunctie natuurlijk cruciaal. Maar de basis voor infor-

matie en communicatie is snel aan het veranderen: niet de verspreidingskeuzes van een beperkt aantal mediazenders, maar de aandachtkeuzes van een groot aantal onafhankelijke ontvangers geven de doorslag. In marketingtermen: een verschuiving van een sellers-market naar een buyers-market. Tegelijkertijd hanteren mediaconglomeraten management-instrumenten die niet bevorderlijk zijn voor de kennis van en loyaliteit aan de gemeenschap waarin de journalist werkt. Uit de hoek van telefoon-, kabel- en computerconcerns komen kapitaalcrachtige concurrenten. Ingenieurs ontwikkelen een elektronische lei, die de perfecte krant op maat kan worden: het op de individuele belangstelling afgestemde nieuws wordt voor de klant geselecteerd. De naam van dit technische hoogstandje is toepasselijk: *The Daily Me*. Maar het maakt het venster op de wereld tot een spiegel. De atomiserende krachten van de postmoderne informatiemaatschappij zijn sterk. Juist in deze fase is het van belang te hameren op de maatschappelijke, publieke taak van de media en de ontvanger primair als burger te zien en niet louter als passieve consument. Ontmoeting en debat zijn steeds minder vanzelfsprekend en zullen dus in toenemende mate bewust georganiseerd en geregisseerd moeten worden. De klassiek-liberale oplossing voor problemen, namelijk het verhogen van kwantiteiten, werkt niet langer. Aan nog meer informatie heeft de burger geen behoefte, aan meer duiding wel. Dus values in plaats van volume, context in plaats van content, meaning in plaats van matter, scope in plaats van scale. De toekomstige taak van de journalistiek ligt meer dan nu in het bieden van normatieve kaders gekoppeld aan het initiëren en waar nodig regisseren van het publieke debat.¹⁵ Naast gangbare kenmerken van professionele kwaliteit, zoals onafhankelijkheid, kritische zin en kennis

van zaken, vraagt dat extra kwaliteiten als empathie, betrokkenheid en de bereidheid om kleur te bekennen. Het is de vraag of gevestigde journalisten deze verandering altijd op kunnen brengen. Civiele journalisten vestigen hun hoop dan ook vooral op de nieuwe generatie.

Drs. N. Drok is als docent/onderzoeker verbonden aan de opleiding Journalistiek van de Hogeschool Windesheim te Zwolle. In de periode 1984-1996 was hij directeur van deze opleiding.

NOTEN

1. Zie Christians, C.G. et al., *Good news; social ethics and the press* (New York 1993), p.35.
2. Steele, R., 'The ethics of civic journalism: independence as the guide,' in: Black, J. (ed.), *Mixed News* (Mahwah New Jersey 1997). Een in december 1998 verschenen rapport van de American Society of Newspaper Editors lijkt de actualiteit van deze stelling van Steele te bevestigen: *The public feels that newsroom values and practices are sometimes in conflict with their own priorities*, zie www.asne.org. Zie ook Gans, H.J., *Deciding what's news* (New York 1979); Elliott, D., 'All is not relative: essential shared values of the press', in: *Journal of mass media ethics* 3, no. 1 (1988), pp.28-32; Fuller, J., *News values* (Chicago 1996). Het is de vraag in hoeverre de uit-

- komsten van deze onderzoeken ook gelden voor Nederland. Een groot arbeidsmarktonderzoek uit 1993 levert een aardig en deels verontrustend beeld op van hoe Nederlandse journalisten handelen bij bepaalde ethische dilemma's. Maar het geeft geen systematisch inzicht in de achterliggende professionele normen en waarden en in mogelijke verschuivingen daarin. Zie: HBO-raad, *Actuele en toekomstige journalistieke arbeidsmarkt* (Den Haag 1993).
3. In de literatuur wordt in dit verband regelmatig op het belang van vernieuwd burgerschap gewezen. Bijvoorbeeld in: Steenbergen, B. van (ed.), *The condition of citizenship* (London 1994). Zie ook: Dahlgren, P. et al., *Communication and citizenship, journalism and the public sphere* (London 1993). In het rapport *Building the European Information Society for Us All* van de Europese High Level Expert Group (1997) wordt stilgestaan bij de 'betrekkelijke veronachtzaming van sociale kwesties' in de beschouwingen over de informatiemaatschappij. Op pagina 18 wordt vastgesteld dat het van wijsheid zou getuigen een type samenleving te bevorderen 'met een duurzaam milieu, waarin het welzijn van alle leden in acht wordt genomen en de sociale en culturele aspecten van het leven even zwaar tellen als de materiële en economische.'
 4. D. McQuail, *Mass Communication Theory* (London 1994), p.27. Zie ook: Cahoon, L. ed., *From Modernism to Post-modernism* (Cambridge Mass. 1996).
 5. Zie: *Building the European Information Society for Us All*, p.19.
 6. Civiele journalisten zien de gemeenschap als een centrale democratische eenheid voor de komende eeuw. Dit heeft als consequentie dat enige afstand wordt genomen van de door de Verlichting en het klassieke liberalisme ingegeven waarden en normen en dat nieuwe inspiratie wordt gezocht in de communitaristische waarden als duurzaamheid en lange-termijn-analyse, samenwerking en verantwoordelijkheid voor het geheel. Vgl. Christians, a.w., p.13.
 7. Vele instituties uit dit middegebied munten overigens niet uit door hun hoge democratische gehalte. Niettemin is Kunneman van mening 'dat moraliteit heden ten dage niet meer vanuit het gezin en de ge-

- meenschap gedacht moet worden, maar gesitueerd moet worden in het overgangsgebied tussen systeem en leefwereld, in de veelvormige instellingen en organisaties waarbinnen postmoderne individuen het grootste deel van hun bestaan doorbrengen.' Zie zijn *Postmoderne moraliteit* (Amsterdam 1998), p.133. Zie ook: Bovens, M. et al., *Het verhaal van de moraal; een empirisch onderzoek naar de sociale bedding van morele bindingen* (Amsterdam/Meppel 1996); Sloterdijk, P., *Mediatijd* (Amsterdam 1999).
8. Aidan White, director van de internationale journalistenbond IFJ stelde in juni 1998 op een bijeenkomst van Europese journalistiescholen te Maastricht: 'Het is waar dat de concurrentiedruk in de mediawereld zo hoog is geworden dat de tijd voor ethische afwegingen ontbreekt. Maar daarnaast moet ook worden toegegeven dat journalisten te ver van hun publiek zijn geraakt.'
 9. Zie Black, a.w., p.101. Een uitzondering is de Amerikaanse politicoloog Robert Putnam. Uit zijn werk blijkt dat er een positieve relatie is tussen het lezen van een krant en publieke betrokkenheid, waarbij overigens de richting van de causaliteit een punt van discussie is. In zijn voortreffelijke studie *Making democracy work* (Princeton 1993) concludeert hij: '*Newspaper readership is a mark of citizen interest in community affairs.*' (p.92). Een betrekkelijk gunstige uitzondering in Nederland is de uitgave *Civil Society* van het Sociaal en Cultureel Planbureau (Rijswijk 1994) waarin de media als zeer belangrijk onderdeel van het grensgebied tussen *civil society* en markt worden gezien. Daar blijft het dan ook bij, nadat ruiterlijk is toegegeven dat dit 'zeer belangrijke onderdeel in de bundel verder niet aan bod komt'. (p.291) Maar niettemin: 'Al met al zou het een interessante vraag zijn voor internationaal vergelijkend onderzoek in hoeverre de landenspecifieke mediamix (...) van staats-, commerciële en 'onafhankelijke' media gevolgen heeft voor de aard en kwaliteit van het publieke debat.' (p.292) Een eerste aanzet daartoe is gedaan in opdracht van de *European Newspaper Publishers' Association* te Brussel: *From Child to Citizen* (Brussel 1997). Zie ook Drok, N., *Local*

and regional journalism in Europe (ETJA Maastricht 1998), pp.173-188, waaruit blijkt dat deelname aan publiek debat en vrijwilligerswerk het grootst is in landen met een sterke leestrategie en een decentrale structuur.

10. Helaas bedienen sommige aanhangers van civic/public/communitarian journalism zich van een in Nederlandse ogen opgeblazen taalgebruik. Dat komt de gedachtenwisseling niet ten goede, zoals blijkt uit de eerste reacties die in Nederland op deze stroming kwamen. In zijn afscheidscollege als hoogleraar journalistiek noemt prof. M.L.Snijders *public journalism* 'een stap te ver'. Een dag later weet *Trouw* (17 april 1996): 'Publieke journalistiek helpt niet in strijd tegen ontleding'. In datzelfde jaar besteedt de Volkskrant aandacht aan de nieuwe stroming met *'Alle meningsverschillen gaan in de wasmachine'* (2 november 1996). En ook het vakblad *De Journalist* is niet geestdriftig: *'Civic journalism is geen panacee'*. Dat had trouwens ook niemand beweerd; het tekent het behoudende karakter van flinke delen van de vaderlandse journalistiek.

Daar komt bij dat veel oudere journalisten nog altijd lijken te worstelen met trauma's uit de periode van de verzuiling. Ook dat is niet bevorderlijk voor de acceptatie van civiele journalistiek in Nederland (i.t.t. bijvoorbeeld Zweden of Finland).

11. Dusseldorp, M. van, *The Internet Community*, in: Drok, N., a.w., p. 215.
12. Op de vraag *'In which of these do you find that you have great confidence?'* werd in 1988 en 1993 als volgt geantwoord:

| | 1998 | 1993 |
|--------------------|------|------|
| Doctors | 73% | 63% |
| State Government | 12% | 9% |
| Advertising | 8% | 8% |
| Religious leaders | 38% | 26% |
| News on TV | 55% | 25% |
| News in newspapers | 50% | 20% |

Zie: Merrit, D., *Public journalism & Public life; why telling the news is not enough* (Hillsdale 1995). De *American Association of Newspaper Editors*, een organisatie van hoofdredacteuren met 875 leden, doet veelvuldig onderzoek naar de oorzaken van de vertrouwenscrisis. De aanbevelingen uit het meest recente rapport (15 december 1998) vertonen opmerkelijke overeenkomsten met het gedachtegoed van civiele journalisten. Zie

- <http://www.asne.org>.
13. Toch is de tijd die besteed wordt aan het lezen van kranten in Nederland in de periode 1975-1995 met maar liefst 20% afgenomen. Het weekbereik, gedefinieerd als het percentage van de bevolking dat in de loop van een week gedurende minimaal een kwartier in een krant heeft gelezen, daalde in dezelfde periode van 80% naar 68%. Aan de aanbodzijde is de concentratie sterk toegenomen: 5 ondernemingen beheersen 90% van de dagbladmarkt en het aantal dagbladtitels is de tweede helft van deze eeuw afgenomen van 115 tot 29, dat wil zeggen een afname van 75%. (*Sociaal en Cultureel Rapport 1998*, p.707; *De Journalist 15 januari 1999*, p.44).
 14. Drok, N., *Local and regional journalism in Europe* (ETJA Maastricht 1998).
 15. De door Kunneman ontwikkelde notie van *normatieve professionaliteit*, die door hem wordt toegepast op onderwijs en zorg, is ook voor de journalistiek relevant. De in *Van theemutscultuur tot walkman-ego* (Amsterdam/Meppel 1996) beschreven mechanismen en ontwikkelingen zijn typerend voor de laat- of postmoderne samenleving, en omvatten zeker

het gebied van de media.

Ook daar is in toenemende mate sprake van grootschalige concerns, liefst beursgenoteerd, waar technisch management zonder ervaring of zelfs maar affiniteit met de branche de dienst uitmaakt.

Dit blijft natuurlijk niet zonder gevolg. Vormen van omgang die niet op beheersing en controle zijn gericht, maar op emotionele betrokkenheid en identiteitsvorming, worden systematisch weggedrukt: (p.247) Trouwens, ook in de politiek zijn dit soort processen aan de gang, zoals de taal verdraagt: publieke dienstverlening wordt een *produkt*, politici worden *afgerekend* op hun beleid, de burger is *klant* van de bv Nederland en verkiezingen zijn een kwestie van positioneren op de kiezersmarkt met behulp van een batterij reclamewezens. Vergelijk: Brink, G.van den, *Onbehagen in de politiek, een verkenning van de tijdgeest tegen het einde van de eeuw* (De Balie Amsterdam 1996), bijv. p.51. Met andere woorden: niet alleen de journalistiek is aan vernieuwing toe.