

Iedereen journalist?

Het raadplegen, delen, beoordelen en beargumenteren van
gebruikersgegenereerd nieuws

Een digitale, experimentele etnografie naar evoluerende praktijken inzake
nieuws bij Vlaamse nieuwsgebruikers

Ike Picone

Promotor

Prof. Dr. Caroline Pauwels

Proefschrift aangeboden tot het behalen van de graad van doctor in de
communicatiewetenschappen

Abstract

Dit proefschrift wil aan de hand van een kwalitatief gebruikersonderzoek bij Vlaamse nieuwsgebruikers theoretische en empirische inzichten aanreiken aangaande actief online nieuwsgebruik als een sociale praktijk en hoe nieuwsgebruikers deze ervaren. De focus ligt daarbij op de gewone gebruiker (de Certeau, 1988, p. v), de eenvoudige consument (Latour, 1987, p. 137), of nog de gemiddelde nieuwsgebruiker, dit wil zeggen een die niet meteen mee is met elke technologische innovatie of hype. Het is de bedoeling om na te gaan hoe gewone gebruikers staan tegenover de mogelijkheden die het internet biedt om nieuws niet louter te consumeren, maar ook te delen en te verdelen, te quoteren en te becommentariëren, zelfs te produceren. De vraag wordt gesteld naar wat hen aanspreekt, of net niet, om op een dergelijke manier om te gaan met nieuws en wat hen ertoe aanzet in te gaan op nieuws. Om hierop een antwoord te vinden wordt geput uit traditionele publieksstudies, gebruikersstudies en nieuwsstudies.

Door middel van een uitgebreide literatuurstudie wordt enerzijds de idee van een actieve mediagebruiker historisch-theoretisch gekaderd en anderzijds ingegaan op de specifieke relatie tussen gebruikers en nieuws als media-inhoud. Er wordt in kaart gebracht hoe gebruikersactiviteit door verschillende theoretische

benaderingen en academische stromingen op telkens andere manieren wordt ingevuld. Ook op de evoluties in het denken over de mediagebruiker, gaande van een passief lid van een massapubliek tot een interactieve en uiteindelijk productieve technologiegebruiker, wordt dieper ingegaan. Tenslotte komen ook de utopische en dystopische discours aan bod die steevast met de opkomst van nieuwe media gepaard gaan en deze media een democratiserend of demoniserend effect toeschrijven.

Bijzondere aandacht wordt besteed aan de theorie rond '*produsage*' (*producing usage*) van Axel Bruns (2008). Met de idee van de '*produser*' (*producing user*) probeert Bruns de vervaging tussen producent en gebruiker van online informatie te duiden. Hij besteedt daarbij aandacht aan burgerjournalistiek en collectieve intelligentie en hoe deze vormen van informatie een uitdaging vormen voor traditionele nieuwsuitgevers.

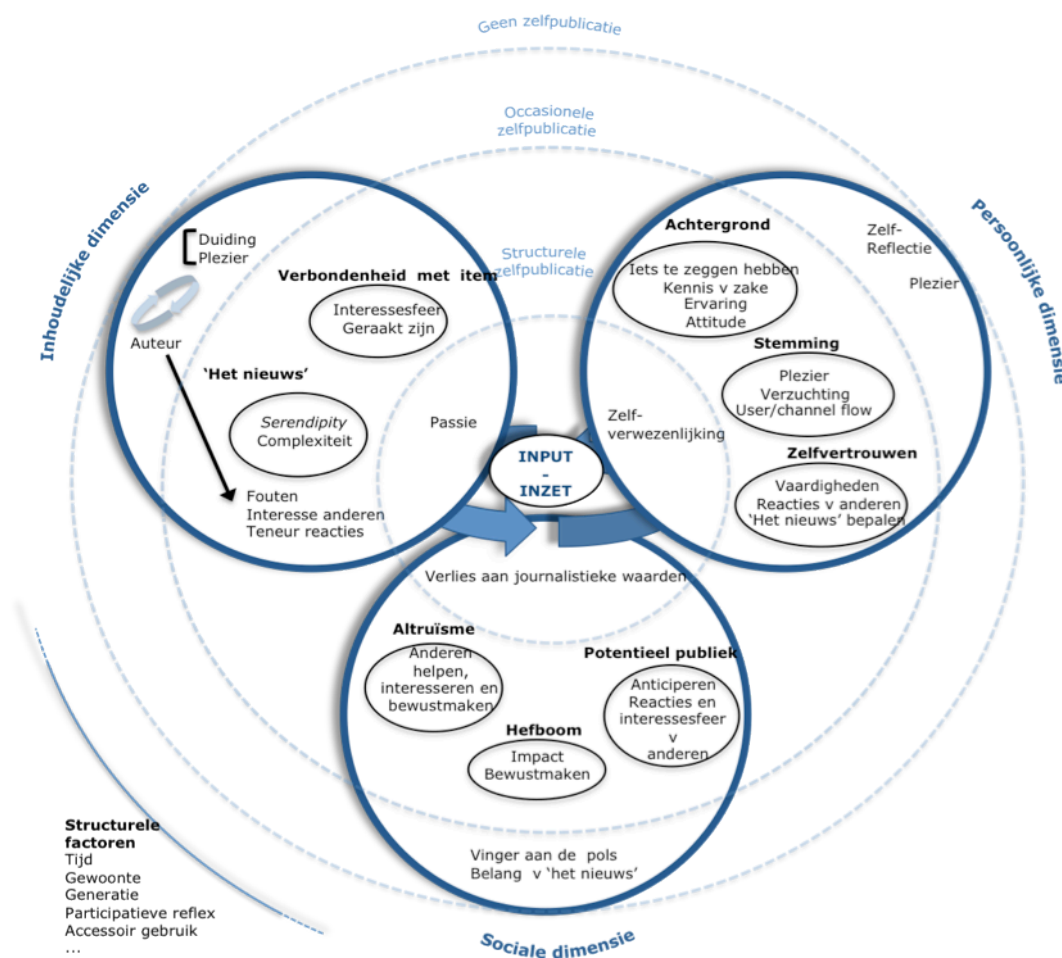
In tweede instantie wordt een overzicht gegeven van de plaats van de gebruiker binnen nieuwsstudies. Opvallend in studies naar de recente media-evoluties binnen de nieuwsindustrie is het gebrek aan kwalitatieve gebruikersstudies. Veel aandacht gaat naar oplage-, lees- en kijkcijferstudies, redactionele organisatievormen of de impact van burgerjournalistiek op het journalistiek metier. De produser wordt in recent onderzoek naar nieuwsproductie vaak geportretteerd als een burgerjournalist, een *expert user* die nieuwe media gebruikt om die verhalen te brengen waarvan hij acht dat ze door traditionele media niet langer worden opgepikt. Maar in onderzoek naar burgerjournalistiek wordt vaak de gewone gebruiker over het hoofd gezien. 'Gewone gebruiker' doelt op die mensen die slechts sporadisch bijdragen tot het nieuws, en niet zozeer zelf nieuws aanbrengen, maar eerder nieuws personaliseren, quoteren, delen en becommentariëren. Steeds meer kan de productie en distributie van informatie immers ook deel uitmaken van de dagelijkse nieuwsconsumptie van gebruikers.

In het tweede luik van dit proefschrift staat precies het productief nieuwsgebruik van gewone gebruikers centraal. Aan de hand van een kwalitatief, semi-experimenteel onderzoek wordt een beeld geschetst van casueel bijdragen tot het nieuws als een sociale praktijk bij gewone nieuwsgebruikers. In totaal namen 38 respondenten deel aan het onderzoek; 18 in een eerste exploratie fase, 21 in een longitudinale fase. In deze laatste fase werden de respondenten gedurende tien maanden gevolgd en geïntroduceerd tot verschillende vormen van productief nieuwsgebruik zoals het personaliseren van nieuws, stemmen op nieuwsitems, het delen van artikels of het becommentariëren ervan. Hiervoor werd inspiratie

gezocht bij de *Living Lab*-benadering waarbij respondenten in contact gebracht worden met nieuwe technologieën, niet in een labo, maar in een bestaande, dagelijkse context.

Uit de analyse van de bekomen data werd een overzicht gedistilleerd van relevante inhoudelijke, persoonlijke en sociale factoren die vorm geven aan productief nieuwsgebruik. Op basis van deze factoren wordt zelfpublicatie naar voor geschoven als een manier om productief nieuwsgebruik te begrijpen vanuit het standpunt van gewone gebruikers. Zij ervaren nieuws quoteren, delen of becommentariëren niet zozeer als een vorm van informatieproductie, maar eerder als een vorm van informatiepublicatie waarbij ze in de eerste plaats zichzelf publiceren naar de buitenwereld toe. De manier waarop inhoudelijke, persoonlijke en sociale factoren (zoals weergegeven in onderstaande figuur) zich op een bepaald moment bij een bepaalde gebruiker tot elkaar verhouden, bepalen in belangrijke mate of een persoon al dan niet bereid is de inzet te leveren die nodig is om zelf nieuws te delen of te produceren. Dit conceptueel-analytisch kader laat toe om te vatten hoe een gewone gebruiker niet per definitie óf passief óf actief is. Zijn productieve activiteit krijgt immers vorm ad hoc, afhankelijk van de situatie.

Figuur 1: Conceptueel analytisch kader voor een gebruikersgeoriënteerde analyse van zelfpublicatie (Picone, 2010)



Naast deze conceptuele verfijning biedt het onderzoek ook een aantal inzichten in de praktijk van nieuwszelfpublicatie bij gewone gebruikers. Ten eerste valt het **moeizame huwelijk tussen nieuws en zelfpublicatie** op wegens de **complexiteit** van deze media-inhoud. Het is makkelijker om te reageren op een statusupdate van vrienden op Facebook of op triviale nieuwtjes, dan op de vaak technische en complexe nieuwsmaterie. Het heil dat verwacht wordt van burgerjournalistieke en collectieve intelligentie staat dus in schril contrast met de eigenheid van nieuws, namelijk niet meteen de meest uitnodigende media-inhoud om op te reageren en op in te gaan.

Een tweede punt beslaat wat in het onderzoek de sociale reflex wordt genoemd, namelijk de opvallende reflectie die gebruikers maken over het potentieel publiek van hun bijdrage. Deze **sociale reflex doet feitelijk denken aan een professionele reflex**. Professionele nieuwsmakers worden gedreven door eenzelfde ambitie om hun publiek te behagen of te informeren. Zoals bij journalisten wordt deze sociale reflex niet noodzakelijk ingegeven door sociale

verantwoordelijkheid, maar kan ook de ambitie om gehoord te worden er aan de basis van liggen. De vrees om met afkeurende reacties geconfronteerd te worden deelt de zelfpublicist eveneens met de journalist.

Een derde bevinding is de vaak paradoxale houding van gebruikers inzake nieuwszelfpublicatie. Deze **participatieparadox** is vergelijkbaar met de metafoor van nieuws als een bruine boterham die Costera-Meijer (2004) aanreikt: mensen verwachten enerzijds van nieuws dat het betrouwbaar is, grondig en serieus, maar anderzijds verkiezen ze luchtige en verteerbare infotainment boven hard nieuws. Zo ook met nieuwszelfpublicatie. Ze onderkennen het democratisch karakter van zelfpublicatie rond nieuws en vinden het een goede zaak, maar gaan toch liever alledaagse berichtjes zetten op hun Facebook-pagina. Nieuwszelfpublicatie moet kunnen zolang ze zelf maar geen bijdrage moeten leveren.

Tenslotte wordt met dit onderzoek ook de **continuïteit tussen offline en online nieuwsgebruik** duidelijk. De productieve logica die gebruikers aan de dag leggen bij zelfpublicatie is immers niet exclusief aan het internet. Het gaat om een logica die zich al langer aan het ontwikkelen is op verschillende, maatschappelijke vlakken waaronder media. Van de knipselschriften in de achttiende eeuw over amateurpublicaties met speelgoeddrukpersen begin negentiende eeuw tot de *zines* van de jaren tachtig, van de eerste radio-uitzendingen door amateurs gedragen over het voyeurisme van *reality shows* tot het bijhouden van blogs, gebruikers hebben in het verleden de kans om zelf inhoud te produceren en zichzelf te publiceren niet onbenut gelaten.

Uit deze analyses kan men concluderen dat het idee van 'iedereen journalist' overroepen is. Verschillende drempels zoals schrijfvaardigheid, zelfzekerheid, een gebrek aan achtergrondkennis, te weinig tijd en een subversieve houding tegenover het fenomeen weerhouden gebruikers ervan om zelf de stap te zetten naar het geregeld zelf publiceren van nieuws. Er is geen sprake van een overname door gewone gebruikers van de rol en taken van professionele nieuwsverslaggevers. De gebruiker blijft met andere woorden in de eerste plaats een consument van nieuws. Het casueel bijdragen tot het nieuws vervangt deze manier van omgaan met nieuws niet, maar vormt eerder een bijkomend element in het nieuwsgebruik van mensen. Hetzelfde geldt voor journalisten die niet per definitie voortdurend in contact moeten staan met nieuwsgebruikers om relevant te blijven.

Dit neemt niet weg dat nieuwsmedia de huidige technologische mogelijkheden kunnen omarmen om krachten te bundelen met hun gebruikers. Wanneer journalisten relevante gebruikersbijdragen kunnen bundelen en gebruikers de wetenschap hebben dat er met hun bijdragen daadwerkelijk iets wordt gedaan, worden beide partijen er beter van. Nieuwsmedia fungeren dan als een soort hefboom tussen wat er leeft bij bepaalde gebruikers en bredere lagen van de maatschappij.

Online worden gebruikers zelfpublicisten, maar ze beseffen niet altijd dat ze als dusdanig aan dezelfde rechten en plichten gebonden zijn dan professionele publicisten. Meer dan ooit wordt de digitale kloof er niet een van middelen, maar van vaardigheden. Deze vaardigheden slaan bovendien steeds minder op het beheersen van de technologie dan wel op het beheersen van taal, schrijfvaardigheid, analytisch vermogen en mondigheid. In deze is een belangrijke rol weggelegd voor beleidsmakers, meer bepaald in het domein van educatie. Het aanleren van een mediageletterdheid die rekening houdt met de kritische vaardigheden noodzakelijk bij zelfpublicatie is daarbij een eerste belangrijke stap.

Uiteraard tilt het internet de mogelijkheden tot zelfpublicatie tot een hoger niveau, zowel inzake toegankelijkheid als bereik. Maar spreken over een nieuw en revolutionair fenomeen is alvast uit den boze. Hoe dit verder zal evolueren is moeilijk te voorspellen aangezien deze technologieën en praktijken nog in volle ontplooiing zijn. Al wijzigt dit mogelijk, vooralsnog lijkt zelfpublicatie moeite te hebben zich een plaats toe te meten binnen het nieuwsgebruik van mensen.

Referenties

- Bruns, A. (2008). *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond. From Production to Producership*. New York: Peter Lang.
- de Certeau, M. (1988). *The practice of everyday life* (S. Rendall, Trans.). Los Angeles: University of California Press.
- Latour, B. (1987). *Science in action. How to follow scientists and engineers through society*. Milton Keynes: Open University Press.
- Costera-Meijer, I. (2004). *De toekomst van het nieuws*. Amsterdam: Otto Cramwinckel Uitgever.