

Latrelatie tussen pers en bibliotheek

Author(s)

Kircz, Joost; Nijboer, Jelke; den Boef, August Hans

Publication date

2008

Document Version

Final published version

Published in

Informatie Professional

[Link to publication](#)**Citation for published version (APA):**

Kircz, J., Nijboer, J., & den Boef, A. H. (2008). Latrelatie tussen pers en bibliotheek. *Informatie Professional*, 4.

**General rights**

It is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), other than for strictly personal, individual use, unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

Disclaimer/Complaints regulations

If you believe that digital publication of certain material infringes any of your rights or (privacy) interests, please let the Library know, stating your reasons. In case of a legitimate complaint, the Library will make the material inaccessible and/or remove it from the website. Please contact the library: <https://www.amsterdamuas.com/library/contact/questions>, or send a letter to: University Library (Library of the University of Amsterdam and Amsterdam University of Applied Sciences), Secretariat, Singel 425, 1012 WP Amsterdam, The Netherlands. You will be contacted as soon as possible.

Civiele journalistiek kan reddingsboei zijn

Latrelatie tussen pers en bibliotheek

Openbare bibliotheken en de pers kampen met problemen die voortkomen uit een extreme versimpeling en vermarkting van maatschappelijke waarden, stellen Den Boef, Nijboer en Kircz. Door samen te werken, krijgen beide instituties een nieuwe functie. Bovendien kunnen ze zo de digitale informatiestroom kanaliseren en bijdragen aan zowel de borging van kwaliteitsinformatie als aan de maatschappelijke vooruitgang. Een (nood)gedwongen huwelijk?

[Door: August Hans den Boef, Jelke Nijboer en Joost Kircz]

De mensheid baadt zich in een informatiestroom, waarbinnen de eenzame websurfer, blogger, lezer, luisteraar en kijker zit opgesloten in zijn individuele cocon. Nieuwe impulsen bereiken hem slechts digitaal, los van enige werkelijke sociale interactie. Maar de menselijke behoefte aan sociale interactie, uitwisseling van gedachten, ideeën en standpunten en vooral de vraag naar de waarheid daarvan, blijft essentieel. Eveneens de behoefte aan rechtstreeks, niet-virtueel contact. In de dynamiek van de cybercultuur dreigen verschillende cultureel gevestigde instituten om te vallen.

Een algemeen kenmerk van ieder mediumgebruik is dat de gewenning aan ‘het bestaande’ verregaand de houding tegenover ‘het nieuwe’ bepaalt. Het tempo van vernieuwingen gaat te snel naar menselijke maat en het wennen aan ict kost dus tijd. Mensen verliezen daardoor hun belangen en prioriteiten uit het oog.

Voor oppervlakkige kennis of numerieke feitjes over een vakantieland is niet veel informatie nodig. Maar wie wil weten hoe het land eruitziet, of zijn geschiedenis, talen en culturen wil begrijpen, moet verder zoeken. Toch is bij de ogenschijnlijk simpele vraag naar de veiligheid van een vakantieland het betrouwbaarheidsgehalte (de kwaliteit) van de informatie essentieel. Welke bron noemt wat veilig en waarom? De toeristenindustrie kent andere belangen dan comités die de schending van mensenrechten aan de orde stellen.

Zoeken in de huidige, ongesorteerde digitale overvloed biedt vrijwel geen inzicht in de betrouwbaarheid van de bron of de historische gedateerdheid van de informatie. In het sociale proces van kennisuitwisseling zijn de kennis over de selectie van bronnen en de beoordeling van schijnbaar betrouwbare publicaties van essentieel maatschappelijk belang. Zodra de meerderheid van de burgers zelf constateert dat naast de triviale zoekvragen ook vragen en behoeften bestaan die meer aandacht en inspanning nodig hebben, wordt de vitale rol van informatiespecialisten op dit terrein duidelijk.

Hieronder bespreken we eerst de openbare bibliotheken en vervolgens de pers. Beide instituties kampen met problemen die voortkomen uit een extreme versimpeling en vermarkting van maatschappelijke waarden. Wij komen tot de conclusie dat beide door samen te werken een nieuwe functie kunnen krijgen. Zo kunnen ze de digitale stroom kanaliseren en daarbij zowel aan de borging van kwaliteitsinformatie als aan de maatschappelijke vooruitgang bijdragen.

Bron van kennis

De informatiefunctie, een van de kernfuncties van de bibliotheek, is in zwaar weer beland. De bibliotheek als depot van gecertificeerde en betrouwbare (ook digitale) informatie, wordt ingewisseld voor zoekmachines (‘googlization of society’) die meer vanuit commerciële motieven handelen dan vanuit bekommernis om de kwaliteit van de informatie. Hun op

kwantiteit of betaling gebaseerde ranking van zoekresultaten verdoezelt het nog steeds onopgeloste probleem van het benoemen van relevantie.

In reactie hierop zijn de openbare bibliotheken sinds 2001 bezig de bakens te verzetten door een herstructurerings- en vernieuwingsprogramma. Dit moet leiden tot versterking van hun rol in de samenleving. Een rol die past bij de nieuwe sociale en culturele agenda van de (lokale) overheid, maar die niet automatisch leidt tot een versterking van de informatiefunctie, integendeel! Het proces van marginalisering van de informatiefunctie blijft doorgaan. In 2006 wees onderzoek uit dat nog slechts een klein gedeelte van de middelbare schooljeugd de bibliotheek gebruikt. De rest haalt alle informatie voor hun werkstukken van internet, waarbij snelheid en gemak de belangrijkste criteria zijn. De betrouwbaarheid van de informatie komt op de tweede plaats. In alle leeftijdscategorieën neemt de internetconsumptie overigens nog steeds toe, waarbij de oudere generatie aan een inhaalslag bezig is (Vooral 2008). Internet wint dus in alle leeftijdscategorieën de strijd met de bibliotheek als leverancier van informatie.

De marginalisering van de bibliotheek blijkt ook uit een aantal onderzoeken die door OCLC in respectievelijk 2005 ([Perceptions 2005](#)) en 2007 ([Sharing 2007](#)) is verricht:

- > Respondenten gebruiken voornamelijk zoekmachines als startpunt voor het oplossen van hun informatievraag (84 procent). Slechts 1 procent begint met zoeken op de website van de bibliotheek.
- > Kwaliteit en kwantiteit zijn de belangrijkste determinanten voor het bepalen of de informatievraag naar tevredenheid is opgelost.
- > Gratis en waardevolle informatie zijn de twee belangrijkste criteria voor het evalueren van elektronische bronnen. Snelheid is minder belangrijk.
- > De gebruiker heeft hoge verwachtingen van gratis informatie.
- > Zoekmachines worden hoger aangeslagen dan bibliothecarissen (!).
- > Bibliotheekgebruikers stellen selfservice zeer op prijs. Zij zoeken geen hulp bij hun informatievragen.

Uit het laatste OCLC onderzoek bleek het gebruik van bibliotheekwebsites in de Verenigde Staten, Canada en Engeland in twee jaar tijd teruggelopen van 30 procent naar 20 procent. Tegelijkertijd steeg het gebruik van online boekwinkels met 10 procent naar 55 procent en dat van zoekmachines van 71 procent naar 90 procent. Een andere opvallende uitkomst: ruim een kwart van de respondenten die in het verleden wel een bibliotheek bezocht, was daar in de laatste twaalf maanden niet meer fysiek of digitaal geweest. 'The library brand is dated'. Het OCLC-rapport uit 2005 stelt onomwonden dat bibliotheken en bibliothecarissen in toenemende mate een onzichtbare rol spelen voor de huidige informatieconsument. Het is een illusie dat bibliotheken Google en andere zoekmachines op hun eigen terrein kunnen verslaan. Zelfs de mooiste portals zijn geen garantie voor het stoppen van de neerwaartse spiraal.

Inzet van mediawijsheid

Een begrijpelijke reactie op dit marginaliseringsproces is om de afnemende rol van een van de kernfuncties te aanvaarden als onontkoombaar uitvloeisel van de 'googlization of society'. De nieuwe sociale en culturele agenda biedt immers ondernemende bibliothecarissen een ruim scala aan nieuwe kansen om een bloeiende maatschappelijke onderneming te creëren waarin de informatiefunctie niet meer essentieel is.

Wij stellen daarentegen dat de informatietaken voor bibliotheken in onze digitale cultuur nog steeds recht overeind staan. De (virtuele) bibliotheek moet bij uitstek de centrale plek zijn voor gecertificeerde, betrouwbare informatie. Het grote probleem is dan ook hoe we dit duidelijk maken.

Een van de middelen hiervoor is een flinke inzet op mediawijsheid. [Marcel Möring \(2007\)](#)

suggereerde om bibliotheken juist vanwege internet meer geld te geven, om het publiek te leren omgaan met de enorme hoeveelheid beschikbare informatie, deze te onderzoeken en te waarderen. Hij sluit daarin naadloos aan bij het advies dat de [Raad voor Cultuur \(2005\)](#) uitbracht aan de minister van OCW, om het beleid te richten op het stimuleren van mediawijdsheid bij de burgers. Projecten in het kader van cultureel ondernemerschap en de bijdrage uit een innovatiefonds van het projectbureau Bibliotheekvernieuwing voor projecten mediawijdsheid kunnen op lange termijn positieve effecten hebben. Daarbij zijn nieuwe kansen en coalities mogelijk met de (lokale) pers.

Betrouwbare pers...

Kranten lopen tegen dezelfde problemen aan als bibliotheken. Onderzoeken wijzen uit dat steeds meer jongeren hun nieuws via tv en pc verwerven. Kranten lijken nog uitsluitend geïnteresseerd in geld. Verdwenen is het idee dat een krant het voortouw moet nemen in discussies en verplichtingen heeft tegenover de gemeenschap.

Sommigen zien het bloggen als de journalistiek van de toekomst, maar dat lijkt een illusie. Derek Gordon, vice-president marketing van het in San Francisco gevestigde Technorati, rapporteert in de Chicago Tribune ([Reardon 2007](#)) dat van de 109,2 miljoen blogs die zijn internetzoekmachine heeft getraceerd, 'ruim 99 procent geen hits krijgt in de loop van een jaar'.

De meeste nieuwsblogs die wel hits krijgen, hebben een kwaliteitsprobleem en beantwoorden niet aan de standaarden en codes die de journalistiek traditioneel hanteert.

[Philip Meyer](#) (2004) geeft twee toekomstscenario's voor de pers:

- > De huidige eigenaren melken de koe uit om winst te blijven maken, zonder zich zorgen te maken over de lange termijn.
- > De huidige eigenaren – of hun opvolgers – zullen de realiteit accepteren van nieuwe concurrentie en investeren in het verbeteren van hun product dat volledig de kracht van de print exploiteert en van krantenbedrijven belangrijke spelers maakt in een informatiemarkt waartoe ook elektronische distributie behoort.

Civiele journalistiek

Civiele journalistiek zou een – zeker niet de – mogelijkheid kunnen bieden om het tweede scenario te ondersteunen en de pers terug te brengen naar de gemeenschap, waarin het publiek niet eerst consument is, maar burger ([Lewis 2005](#)). Civiele journalistiek is in onze visie veel meer dan burgerjournalistiek of nieuwsblogs.

In navolging van de Amerikaan Jay [Rosen](#) (1995) ziet de Nederlandse deskundige Nico [Drok](#) (2004) civiele journalistiek als een derde weg tussen de commerciële en de conventionele route. Deze weg zet in op het ondersteunen van democratisch burgerschap. De civiele journalist heeft een voorliefde voor onderwerpen als veiligheid, gezondheid, opvoeding, regionale economie en leefomgeving. Zijn bronnen bevinden zich vaak in officieuze en informele lagen. Zijn nieuwsselectie is vooral gericht op gevolgen en oplossingen. Meer op nieuwe gezichtspunten dan op het opiniërende pro en contra. Als professional is de civiele journalist betrokken, wellicht zelfs gedreven, maar altijd analytisch en koestert daarbij een groot respect voor de feiten. Niet de primeur of het kijkcijfer, maar bijdragen aan maatschappelijke betrokkenheid is voor hem het belangrijkste. Niet de collega's of de markt vormen zijn belangrijkste referentiepunten, maar een rechtvaardige en democratische, civiele samenleving.

De gemeenschap die een krant tegenwoordig zou kunnen organiseren, is in onze ogen een 'lichte' (open) gemeenschap ([Duyvendak & Hurenkamp 2004](#)) van individuen. Het is uiteraard ook een democratische gemeenschap, waarbij wij democratie opvatten als een cultuur, niet slechts als een systeem van vrije verkiezingen. Een democratie bestaat bij gratie

van participerende burgers.

Sinds het eind van de jaren tachtig van de vorige eeuw hebben verschillende Amerikaanse kranten in een steeds groeiende mate met burgerjournalistiek geëxperimenteerd (Rosen [1995](#) and [1999](#); [Glasser 1999](#); [Heider 2005](#); [Poindexter 2006](#); [Haas 2007](#)). In Nederland en andere Europese landen zijn vergelijkbare experimenten gehouden. Helaas zijn de resultaten daarvan niet erg bemoedigend. De enige – relatieve – successen zijn bepaald door exclusieve lokale, regionale of nationale omstandigheden. Ook vergelijkbare experimenten in Nederland liepen op niets uit. Veelbelovende initiatieven werden voortijdig afgebroken door het financiële management omdat ze niet snel genoeg winst opleverden. Daarnaast mislukten sommige initiatieven simpelweg door gebrek aan personeel. Het stationeren van redacteurs in vaste wijken, het organiseren van publiek debat (fysiek) over bijvoorbeeld gezondheidszorg, het kost allemaal arbeidstijd (Drok [2001](#) en [2004](#)).

De kwaliteit van de participatie was een fors probleem (net als bij de blogs): slecht geschreven, oninteressant gebazel en – het belangrijkste – geen echt nieuws. Civiele journalistiek kan, zo lijkt het, enig succes sorteren op lokale of regionale schaal, als kranten tenminste leren van de fouten van hun voorgangers.

Conclusie

De afkalving van de traditionele functies van bibliotheek en pers vertoont veel overeenkomsten. De gebruiker/lezer denkt dat hij eenvoudig zelf kan vinden wat hij wil weten en vertrouwt daarbij blind op de techniek die de sortering, segmentering en validering wel voor hem zal verrichten.

De zoekvraag is vaak globaal beantwoord en de noodzaak voor de juistheid van het antwoord niet altijd aanwezig. Daarbij komt dat vragen naar feiten en cijfers meestal wel eenduidig juist zijn te beantwoorden, wat de suggestie wekt dat de rest ook wel in orde zal zijn.

Mediawijsheid is nog ver te zoeken.

In beide branches, de pers en de bibliotheek, zien we dan ook een enorme druk op de medewerkers. Het oude metier verdwijnt, terwijl het besef nog ontbreekt dat voor het nieuwe vak eerder meer kennis en opleiding zijn vereist dan voor het oude. De bibliotheek heeft alle mogelijkheden in zich om het nieuwscentrum van de toekomst te worden, mits zij haar informatiefunctie versterkt. De (digitale) bibliotheekbalie en haar lees- en werkruimtes kunnen en moeten onderdeel zijn van de ‘redactieruimte’ van de civiele journalistiek. Bronnen en zogenaamde collaboratieve software moeten de voorwaarde scheppen tot nieuwswaardevorming van onderop. Het maken van een (online) krant, themawebsite of eigenstandige bijdrage moet voeding vinden in de publiek gegarandeerde kwaliteit van de OB. Kortom: lezen en schrijven vanuit één kenniscentrum.

August Hans den Boef is publicist en docent-onderzoeker. Jelke Nijboer is manager afstudeerprofiel Informatie & Media. Joost Kircz is lector electronic publishing. Allen zijn verbonden aan het Instituut voor Media en Informatie Management (MIM).

Literatuur

- Drok, N. e.a., Even geen Den Haag vandaag. Naar een Nederlandse civiele journalistiek. 2001. Den Haag: Sdu Uitgevers.

- Drok, N. e.a., De toekomst van de journalistiek 2004. Amsterdam: Boom.

- Duyvendak, J., & Hurenkamp, M. (2004). Kiezen voor de Kudde. Lichte gemeenschappen en de nieuwe meerderheid. Amsterdam: Van Genneep.
- Glasser (ed.), T. (1999). The Idea of Public Journalism. New York: Guilford Press.
- Haas, T. (2007), The Pursuit of Public Journalism. Theory, Practice and Criticism. New York: Routledge.
- Heider, D., McCombs, M. & Poindexter, P.M. (2005). 'What the Public Expects of Local News'; views on public and traditional journalism. Journalism and Mass Communication Quarterly, vol. 82, no. 4, p. 952-967. <http://www.highbeam.com/doc/1P3-1014682051.html>
- Lewis, J., Inthorn, S. & Wahl-Jorgensen (2005). Citizens or Consumers: what the media tell us about political participation. McGraw-Hill Int.
- Meyer, P. (2004). The Vanishing Newspaper. Saving Journalism in the Information Age. Columbia, Mo.: University of Missouri Press.
- Möring, Marcel (2007). Knotjes, strings en plankton. Hoofddorp: ProBiblio. 58 p.
- Perceptions of libraries and information resources. A report to the OCLC Membership (2005). Dublin (Ohio): OCLC Online Computer Library Center, Inc. http://www.oclc.org/reports/pdfs/Percept_all.pdf.
- Poindexter, P.M., Heider, D. & McCombs. M. (2006). 'Watchdog or Good Neighbour? : The public's expectations of local news'. The Harvard International Journal of Press/Politics, vol. 11, no. 1 (Winter), p. 77-88. <http://hij.sagepub.com/cgi/content/abstract/11/1/77>
- Raad voor Cultuur (2005). Mediawijsheid de ontwikkeling van nieuw burgerschap. Den Haag: Raad voor Cultuur. <http://www.cultuur.nl/files/pdf/advies/200510031119300.med-2005.02498-1.pdf>.
- Reardon, P.T. (2007). 'Do you know who's been reading your blog? Turns out, probably no one'. Chicago Tribune, Nov. 15. <http://www.chron.com/disp/story.mpl/life/main/5305633.html>
- Rosen, J. (1995). Getting the Connections Right. Public journalism and the troubles in the press. New York: The Twentieth Century Fund Press.
- Rosen, J. (1999). What Are Journalists For? New Haven, CT: Yale University Press.
- Sharing privacy and trust in our networked society. A report to the OCLC Membership (2007). Dublin (Ohio): OCLC Online Computer Library Center, Inc. <http://www.oclc.org/reports/pdfs/sharing.pdf>.
- Vooral ouderen surfen meer en langer. Retrieved from: <http://stir.web-log.nl/stir/2008/03/vooral-ouderen.html>.

Overige links

- Bowman, S., & Willis, C. (2003). We Media. How Audiences Are Shaping the Future of News and Information. Reston (VA): The Media Centre at the American Press Institute.
http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf.

- Information behaviour of the researcher in the future. A ciber briefing paper (2008).
Retrieved from:
http://www.jisc.ac.uk/media/documents/programmes/reppres/gg_final_keynote_11012008.pdf.

- ISB-bijdrage voor vier projecten (31 januari 2008). Retrieved from:
<http://www.bibliotheekvernieuwing.nl/>.

- Kuttner, R. (2007). The race. Columbia Journalism Review, (March/April).
http://www.cjr.org/cover_story/the_race.php.

- Rushbridger, A. (2007). Davos 07: ADD vs OCD. The Guardian, Jan. 25.
http://commentisfree.guardian.co.uk/alan_rusbridger/2007/01/davos.html.