

# De kranten gaan deud!

## Leve de journalistiek?

Opinie

Joris van Hoboken\*

Eind juni verscheen het rapport van de commissie-Brinkman over de toekomst van de pers.<sup>1</sup> *De Volgende Editie* wil de kranten helpen om niet na vier, maar pas na tien jaar in de problemen te komen. Het rapport geeft ook blijk van ambitie, maar die heeft er vooral toe geleid dat te veel, te complexe vragen op elkaar zijn gestapeld. Het rapport bevat verder nogal wat oude voorstellen, heeft een matige juridische en economische onderbouwing en blinkt vooral uit in politiek vernuft. Dat laatste geldt niet voor de voorgestelde internetbelasting. De hierop gerichte publieke afrekening heeft het lot van het rapport waarschijnlijk reeds bezegeld. Dat is jammer, want het gaat uiteindelijk over een vraag die ons allen raakt. Zullen de gaten die vallen in de berichtgeving door het langzaam uitsterven van de krant zoals we die nu nog kennen, worden opgevuld door anderen?

Hoewel de commissie de onderliggende waarde van de journalistieke infrastructuur voorop probeert te stellen, vind ik de toekomst van een aantal noodlijdende ondernemingen toch de rode draad. Dat komt doordat de commissie vooral twijfelt aan de mogelijkheden die internet biedt voor een kwalitatief sterke, niet-gesubsidieerde publieke informatievoorziening. Ze laat echter na deze twijfel voldoende te substantiëren en vergeet bovendien de vraag te stellen of de traditionele pers wel steeds in het belang van de vrije democratische meningsvorming opereert. Het internationale speelveld blijft grotendeels buiten beeld. Het belang van onafhankelijk buitenlands nieuws, en berichtgeving over Europese en internationale besluitvorming wordt gek genoeg niet eens benoemd.

Ik bespeur in de bredere discussie soms wat angst voor de teloorgang van de bestaande reciprociteit tussen politiek en overheid en de dominante spelers op de nieuwsmarkt. Maar deze teloorgang is toch ook een gewin, als het al een verlies is? Hordes deskundigen en minder deskundigen geven het publieke domein in elk geval een glans die het niet eerder had en online media verzorgen ook een extra check en aanvulling op traditionele nieuwsvoorzieningen. Het idee van de commissie dat tussen deze domeinen een afhankelijkheidsrelatie bestaat waarbij het nieuwe slechts leunt op het oude, is onjuist en kort door de bocht. Vele nieuwe spelers zijn geprofessionaliseerd en hebben een vaste plek veroverd in de publieke informatievoorziening, waarbij ze vaak genoeg oppakken wat blijft liggen op de vierkante centimeter van de massamedia.

En wie zijn toch die 'nieuwe media', die 'nieuwkomers'? Het rapport maakt zich hier te eenvoudig vanaf. Het fenomeen zoekmachine wordt ingedeeld als content-aggregatie en gelijkgesteld aan Google. Is het eigenlijk wel goed dat 97% van alle Nederlanders is aangewezen op Google's algoritmes, die het populairste aanmerken als het beste? Die dominantie van Google

is inderdaad een probleem, zo stelt de commissie. Maar niet omwille van de meningsvorming, maar vanwege de dominantie over andere media. De commissie verwijst de Amerikanen meteen maar door naar de mededingingsautoriteiten.

Maar waar komt die dominantie eigenlijk vandaan? Van Google's positie ten aanzien van de pers? Dat lijkt sterk vanwege de beperkte positie van de kranten online. Google heeft de noodlijdende kranten niet nodig om dominant te blijven. Zoekdiensten zijn natuurlijk gewoon een belangrijk medium voor het Web, waar je omkomt van de informatie.

En de kranten zijn erg op elkaar gaan lijken, zo onderkent ook de commissie. Er zijn er over het geheel genomen te veel en de aantrekkingskracht van grootschalige publicerende instanties op internetgebruikers en adverteerders is minder. Hun loyaliteit ligt bij diensten die dichter bij de directe behoeftes van gebruikers liggen, zoals diensten die gebruikers de weg wijzen.

De machtspositie van Google ten opzichte van kranten zou overigens wel eens mede het gevolg kunnen zijn van juridische beperkingen (op zoekdiensten), die de kranten in hun belang achten. Wat zoekmachines doen is van auteursrechtelijk onzekere status. Voor het doorzoekbaar maken van beschermd materiaal is op basis van de huidige stand van zaken waarschijnlijk toestemming van de rechthebbenden nodig. En dit juridische kader is onwenselijk. Ten eerste omdat dit zoekmachines belet om de integriteit van hun representatie van de online werkelijkheid te bewaken. Ook zoekdiensten hebben immers een meningsvormende functie voor de burger. Ten tweede omdat het zorgt voor concentratie op de markt voor zoekdiensten. Google krijgt die toestemming meestal wel, maar wat meer concurrentie zou mooi zijn. Een duidelijke doorzoekbaarheidsexceptie voor zoekdiensten, waarin naast de informatievrijheid natuurlijk ook het belang van rechthebbenden kan worden meegewogen, verdient daarom de voorkeur.

Daarmee wordt het lastige proces waarin de krant verkeert meteen een duwtje in de goede richting gegeven, naar een model dat past bij de nieuwe omgeving, waaraan ook anderen dan 'de journalist' een bijdrage kunnen leveren en de krant niet langer het logische centrum is van het debat. En als vervolgens op basis van beter onderbouwd en onafhankelijker onderzoek blijkt dat in de journalistieke infrastructuur ernstige gaten vallen, dan is het te hopen dat onze samenleving daar een antwoord op weet te formuleren dat verder reikt dan een druppel 'innovatie' op een aflopende plaat.

\* Mr. drs. J.V.J. van Hoboken is promovendus op het Instituut voor Informatierecht (IViR) en doet onderzoek naar regulering van zoekmachines en de vrijheid van meningsuiting.

1 Commissie-Brinkman, 'De Volgende Editie', Adviesrapport Tijdelijke Commissie Innovatie en Toekomst Pers, Den Haag, 23 juni 2009. Beschikbaar via <http://www.commissiebrinkman.nl/>. (Op de website van de Commissie staat ook een serie interessante interviews van de Commissie met betrokkenen in de sector.) Zie ook A.J. Nieuwenhuis, 'Steun aan de pers: permanent in ontwikkeling?'

*Mediaforum* 2009-3, p. 78-86. De discussie over de toekomst van de geschreven pers beperkt zich overigens geenszins tot Nederland. Wereldwijd buigen parlementen, overheden, commissies, en de media zelf zich over de vraag hoe de nieuwsindustrie zich dient te ontwikkelen en de juridische randvoorwaarden om de beoogde ontwikkeling mogelijk te maken of af te dwingen. Zie bijvoorbeeld U.S. Senate Committee on Commerce Science and Transportation, 'The Future of Journalism', May 6, 2009, online beschikbaar via <http://commerce.senate.gov/public/>.