

**Een goed gesprek onder miljoenen ogen:  
het weblog als knooppunt voor on line interactie.**

E.R. Wijnia

26 augustus 2004

Afstudeerscriptie voor de opleiding  
Toegepaste Communicatiewetenschap  
Universiteit Twente, Enschede

Afstudeercommissie:  
dr ir P.P.C.C. Verbeek  
dr S.A. de Vries

## **Samenvatting**

In dit onderzoek staat centraal wat voor communicatie mogelijk gemaakt wordt door het weblog en wat de toepassingsmogelijkheden ervan zijn. Aan de hand van de theorie van Habermas wordt gekeken of het weblog een platform biedt voor de zogenaamde 'ideale gesprekssituatie'. Deze gesprekssituatie houdt in dat iedereen gelijke toegang heeft tot de communicatie, er geen machtsverschillen bestaan tussen de deelnemers aan de communicatie en alle deelnemers zich waarachtig tegenover elkaar uiten. Om de vraag of het weblog aan deze voorwaarden kan voldoen te beantwoorden, wordt uitgegaan van de communicatiecapaciteiten zoals die door Van Dijk worden geformuleerd. De communicatiecapaciteiten worden met een tweetal begrippen uitgebreid. Op basis van de geformuleerde communicatiecapaciteiten van het weblog kan worden geconcludeerd dat het weblog inderdaad een platform biedt voor de ideale gesprekssituatie. De toepassingsmogelijkheden van het weblog liggen in drie domeinen die door Habermas worden onderscheiden, te weten zelfexpressie (subjectief), kennisdeling (objectief) en maatschappijkritiek (intersubjectief). Vanuit deze drie domeinen zullen netwerken ontstaan van mensen met gedeelde interesses die om onderlinge interactie te versterken het weblog gebruiken als communicatiehub, een 'fixed marker' op het internet waar het gebruik van verschillende communicatiekanalen voor dialoog aan wordt geboden.

## **Abstract\***

This research investigates what form of communication is possible through the weblog and what its uses are for the future. Taking Habermas' theory, it will be investigated whether blogs offer a platform for what he calls the 'ideal speech situation'. Conditions for the ideal speech situation are that everyone has equal access to the communication, there are no power differences between the participants and that the participants act truthfully towards each other. To answer the question whether weblogs can satisfy these conditions, the framework of communication capacities of Van Dijk will be used and extended with two concepts. On basis of these communication capacities it can be concluded that weblogs do offer a platform for the ideal speech situation. Future use of weblogs lie in the three formal world perspectives Habermas distinguishes: self-expression (subjective), sharing knowledge (objective) and social criticism. From these three domains networks will emerge from people with shared interests, who will reinforce social interaction by using the weblog as a communication hub, a fixed marker on the internet where multiple communication channels for dialogue will be offered.

---

\* This document will be available in a shorter, English version in september 2004. Check my weblog for further information: <http://elmine.wijnia.com>

<b>Inhoudsopgave</b>	
<b>Woord vooraf</b>	<b>4</b>
<b>1 Inleiding</b>	<b>5</b>
1.1 <i>Onderzoeksvragen</i>	8
1.2 <i>Opzet van het verslag</i>	9
<b>2 Het weblog</b>	<b>10</b>
2.1 <i>Een eerste omschrijving</i>	10
2.2 <i>De geschiedenis van het weblog</i>	10
2.3 <i>Technische aspecten van een weblog</i>	12
2.4 <i>Redenen om te bloggen</i>	15
2.5 <i>Eerste typering van de communicatie in weblogs</i>	16
2.6 <i>Definitie van een weblog</i>	18
<b>3 Habermas communicatieve handelen</b>	<b>19</b>
3.1 <i>Leven en werk van Jürgen Habermas</i>	19
3.2 <i>Communicatief handelen</i>	20
3.2.1 <i>Waarom communiceren we?</i>	20
3.2.2 <i>Wat is communicatie?</i>	22
3.2.3 <i>Wanneer is er sprake van goede communicatie?</i>	27
3.3 <i>Van theoretisch goede communicatie naar goede communicatie in de praktijk</i>	28
<b>4 Het weblog als communicatiemiddel</b>	<b>30</b>
4.1 <i>De komst van nieuwe media</i>	30
4.1.1 <i>Mate van interactiviteit</i>	31
4.1.2 <i>Informatieverkeerspatronen</i>	32
4.1.3 <i>Communicatiecapaciteiten</i>	34
4.2 <i>Het weblog in communicatieve termen</i>	37
4.2.1 <i>Interactiviteit en informatieverkeerspatronen bij weblogs</i>	37
4.2.2 <i>Communicatiecapaciteiten van het weblog</i>	40
4.3 <i>Belangrijkste kenmerken van het weblog samengevat</i>	44
<b>5 Weblogs: op weg naar ideale gesprekssituatie en toepassingsmogelijkheden</b>	<b>46</b>
5.1 <i>Weblogs en de ideale gesprekssituatie</i>	46
5.1.1 <i>Gelijke toegang</i>	46
5.1.2 <i>Geen machtsverschillen</i>	48
5.1.3 <i>Waarachtigheid</i>	49
5.1.4 <i>Voldoet het weblog aan een ideale gesprekssituatie?</i>	51
5.2 <i>Toepassingsmogelijkheden van het weblog</i>	52
5.3 <i>Conclusies</i>	55
<b>Literatuur</b>	<b>56</b>

## **Woord vooraf**

Tijdens mijn studie Toegepaste communicatiewetenschap aan de Universiteit Twente heb ik mezelf vaak afgevraagd of ik wel de goede keuze had gemaakt deze studie te volgen. Na een lange periode van worstelen heb ik besloten door te gaan, maar dan wel in de vorm van een vrij doctoraal. Dat betekende dat ik de vrijheid had om mijn eigen vakkenpakket samen te stellen. Eén van de dingen die bovenaan mijn wenslijst stond, was om filosofie te kunnen inpassen in het curriculum. Deze wens is uiteindelijk in vervulling gegaan toen de minor Wijsbegeerte werd opgezet. Met veel plezier heb ik deze minor gevolgd, maar gevolg was wel dat het filosofische vuur in mij was aangewakkerd. Na de minor wilde ik verder in de filosofie op een manier die aansloot bij mijn kennis van de communicatiewetenschap. De ontmoeting met Peter-Paul Verbeek heeft ervoor gezorgd dat dit werkelijkheid is geworden. Voor u ligt dan ook het resultaat van een experiment om de twee disciplines, de communicatiewetenschap en de filosofie, bij elkaar te brengen om tot nieuw inzicht te komen.

Het voorlopige resultaat van mijn onderzoek heb ik 5 juli gepresenteerd op BlogTalk 2.0, een internationale bloggersconferentie in Wenen, waar mijn onderzoek positief is ontvangen. Dit onderzoek zal in verkorte vorm in het Engels verschijnen in september dit jaar. Kijk voor meer informatie op mijn weblog: <http://elmine.wijnia.com>.

Elmine Wijnia

*Enschede, augustus 2004.*

## 1 Inleiding

Bij het maken van het World Wide Web (WWW) had haar bedenker, Tim Berners Lee, een visie waar het Web voor zou dienen. “The vision I have for the Web is about anything being potentially connected with anything. It is a vision that provides us with new freedom, and allows us to grow faster than we ever could when we were fettered by the hierarchical classification systems into which we bound our-selves.” (Berners Lee, 1999) Het Web zou een afspiegeling moeten worden van de manier waarop we werken, spelen en sociale banden aangaan (Berners Lee, 1998).

De vlucht van het gebruik van het WWW in de tweede helft van de jaren negentig van de 20<sup>e</sup> eeuw heeft een verandering teweeggebracht in de communicatie tussen mensen. Door het uitgebreide netwerk van computers die met elkaar verbonden zijn is het mogelijk om over verre afstand en onafhankelijk van de tijdszone te communiceren met elkaar. Wat eerst nog voorbehouden was aan een selecte groep technisch georiënteerde academici, is uitgegroeid tot een ontmoetingsplaats voor iedereen met een internetaansluiting. (Ess, 1996)

De idealistische ideeën van Berners Lee hebben het echter in de jaren negentig moeten afleggen tegen de “hyperkapitalistische ideologie van Silicon Valley.” (De Mul, 2002) Cyberspace, zoals het WWW en virtual reality ook wel vaak genoemd worden, is geen autonome vrijstaat die los staat van onze alledaagse wereld, maar een ruimte die daar nauw mee vervlochten is. Aan de ene kant nemen we onze off line eigenschappen, organisatiestructuren en vooroordelen mee naar de virtuele wereld, aan de andere kant komt cyberspace onze alledaagse wereld binnen door chips die worden ingebouwd in huishoudelijke apparaten, mobiele telefoons, pinpasjes etc. (ibid.)

Ondanks dat het web misschien voor een groot deel is bepaald door de kapitalistische inslag, met overvloedige reclame en controle over het medium van multinationals, zijn er mogelijkheden voor de gewone burger om van zich te laten horen in cyberspace. Zo zijn er talloze internetfora waar mensen informatie kunnen inwinnen bij anderen of een vraag kunnen stellen waar anderen misschien een antwoord of oplossing voor hebben. Het internet biedt de mogelijkheid aan iedereen om een eigen webpagina te maken waarin ze zichzelf kunnen presenteren, hun werk kunnen laten zien, hun ideeën kunnen spuien, voor het zicht van miljoenen anderen. E-mail heeft ervoor gezorgd dat mensen snel en goedkoop met elkaar in contact kunnen blijven, bijvoorbeeld met familie die is geëmigreerd naar het buitenland.

Sinds het begin van deze eeuw heeft een nieuw genre aan populariteit gewonnen, namelijk het weblog. Kort samengevat is een weblog een bepaald soort website waar zeer frequent nieuwe inhoud op wordt gepubliceerd in omgekeerd chronologische volgorde, waardoor de meest recente inhoud boven aan de

pagina wordt afgebeeld. De inhoud van het weblog wordt volledig bepaald door de auteur, of eventueel auteurs wanneer meerdere mensen op hetzelfde weblog publiceren. Dat betekent dat er een grote verscheidenheid ontstaan is in de onderwerpen waarover geblogd wordt. Een grote meerderheid van de bestaande weblogs wordt gebruikt als online dagboek, bedoeld om door vrienden en familie gelezen te worden. Aan de andere kant zijn er ook groepen mensen die het weblog gebruiken om hun professionele vaardigheden te ontwikkelen. Dat kan zowel het verbeteren van de schrijfvaardigheid zijn (Bausch et al., 2002) als het hebben van een uitlaatklep om via het schrijven na te denken over bepaalde onderwerpen. (Nardi et al., 2004)

Zo op het eerste gezicht lijkt het webloggen, dat wil zeggen publiceren op een weblog, een manier om eigen ideeën en opvattingen te etaleren. Een bijzonder verschijnsel van het weblog ten opzichte van de traditionele homepage, waar mensen meestal iets over zichzelf en over hobby's vertellen, is dat de webpagina niet alleen een zendende rol heeft in de communicatie, maar ook een ontvangende rol. Veel weblogs voegen commentaarfuncties toe aan hun pagina. Dat betekent dat de lezer van een weblog direct op het geschreven stukje van de auteur kan reageren. Op die manier kan er dialoog ontstaan tussen de auteur en de lezer in het weblog. De toevoeging van deze functionaliteit aan webpagina's heeft ervoor gezorgd dat het weblog een zichtbaar ander karakter heeft dan de traditionele homepage.

De opkomst van dit nieuw genre op het internet heeft onderzoekers aan het denken gezet over de mogelijkheden die het biedt voor de democratische idealen van Berners Lee. Ito (2004) beschrijft bijvoorbeeld dat publicatiemiddelen zoals weblogs kunnen bijdragen aan een nieuw soort democratie waarin consensus niet meer gestuurd wordt door de massamedia, de 'broadcasters', maar door veel-op-veel conversaties tussen mensen die onderling tot een consensus komen. Het gaat Ito om het verschil tussen van boven opgelegde democratie en democratie die van onderop ontstaat (emergent democracy).

Ito (2004) noemt het weblog dus als een middel om consensus te kunnen bereiken. Een vooraanstaand filosoof van deze tijd, Jürgen Habermas, heeft het in zijn theorie van het communicatieve handelen expliciet over de manier waarop consensus bereikt kan worden. Meerdere onderzoekers hebben zijn theorie in verband gebracht met wat in weblogkringen ook wel de 'blogosphere' wordt genoemd, een verzamelterm voor weblogs en bloggers (Thompson, 2003; Mortensen & Walker, 2002). Door deze onderzoekers wordt vooral de vraag gesteld of de blogosphere tegemoet komt aan wat Habermas 'public sphere' noemt. Onder 'public sphere' verstaat Habermas een domein van het sociale leven waar publieke opinie gevormd kan worden. Dit domein is in principe toegankelijk voor alle burgers. Een deel van de 'public sphere' wordt gevormd door elke conversatie die plaats heeft wanneer mensen bij elkaar komen en een publiek vormen. (Thompson, 2003). Habermas vergelijkt deze publieke conversaties ook wel met de salons en koffiehuisen van de negentiende eeuw. Niet alle sociale klassen

waren vertegenwoordigd in deze salons, die gevormd werden door de bourgeois, de welgestelde burgerij. Op basis van de salons en koffiehuisen komt Habermas met drie aspecten van de 'public sphere': niet gelijkheid, maar veronachtzaming van status, het problematiseren van gebieden die tot dan toe nog niet aan de orde zijn geweest en het principe van het publiek als inclusief en niet exclusief. (Mortensen & Walker, 2002)

Weblogs staan net als de salons tussen publiek en privé in. De salons werden gehouden in de private omgeving van een woonhuis, maar maakten tegelijkertijd deel uit van het publieke domein. Weblogs worden geschreven door een individu die daarin zijn houding en mening uit, wat het weblog subjectief maakt. Tegelijkertijd is een weblog onderdeel van het publieke domein door publicatie op het internet en door onderwerpen aan te snijden die in dat domein thuishoren. (ibid.) Om tegemoet te komen aan de 'public sphere' van Habermas is openheid naar tegenovergestelde meningen belangrijk, vooral wanneer het doel is om een consensus te bereiken. Thompson (2003) wijst op het gevaar dat webloggers zich vooral richten op mensen met een gelijke mening, waardoor verschillende groepen zichzelf isoleren van mensen met een andere mening.

De analyses van Thompson (2003) en Mortensen & Walker (2002) zijn niet diepgravend genoeg om een gedegen uitspraak te kunnen doen of de blogosphere aansluit op de theorie van Habermas. In de eerste plaats hebben deze wetenschappers maar een klein deel uit de theorie van Habermas belicht, waardoor de theorie van Habermas niet volledig tot zijn recht komt. Er zijn meerdere onderzoekers uit allerlei disciplines, bijvoorbeeld communicatie (De Moor & Efimova, 2004), psychologie (Grohol, 2002) en kennismanagement (Röll, 2004), die hun licht laten schijnen over het nieuwe fenomeen op het internet. Het aantal wetenschappelijke publicaties over het weblog laat nog wel wat te wensen over, maar ontwikkelt zich nu wel in een hoger tempo. Wetenschappers staan echter nog aan het begin van het analyseren van het weblog en veel artikelen zijn meer essays dan wetenschappelijke publicaties.

Opvallend is dat het huidige onderzoek naar weblogs zich vooral richt op de toepassingspraktijk van het weblog in bepaalde settings (educatie, kennismanagement). Daaruit zou kunnen spreken dat iedereen het al eens is over wat een weblog precies is. Vanaf 2000 zijn er pogingen gedaan om een definitie te geven van een weblog, maar niet door middel van wetenschappelijk onderzoek maar veelal door omschrijvingen van bloggers zelf (zie bijvoorbeeld Blood (2000)). Zij baseren hun definitie op de weblogs in hun directe omgeving. Onderzoek van Herring et al (2004) heeft echter uitgewezen dat een aantal aspecten die in dit soort definities worden genoemd, na empirisch onderzoek niet helemaal juist zijn, omdat er subculturen bestaan onder bloggers. De gangbare definities komen veelal uit kringen van professionals en academici die het weblog op een heel andere manier gebruiken dan tieners die een dagboek op het Internet bijhouden in de vorm van een weblog.

Een belangrijk aspect van weblogs, namelijk dat het gebruik maakt van technologie, komt nauwelijks ter sprake in de literatuur. Het weblog is een vorm van computergemedieerde communicatie en dat betekent dat de communicatie die plaatsvindt via weblogs bepaalde beperkingen en verrijkingen met zich meebrengt. Een tekstuele uitwisseling tussen twee mensen op het internet zal een andere ervaring teweeg brengen dan wanneer twee mensen aan dezelfde bar een biertje drinken en een gesprek met elkaar hebben. Aan de andere kant biedt het internet, en dus het weblog, de mogelijkheid om met iemand aan de andere kant van de wereld in contact te treden op zeer eenvoudige en goedkope wijze.

### **1.1 Onderzoeksvragen**

Dit onderzoek zal een fundament onder het weblog als communicatiemiddel leggen. De vraag die hier centraal staat is *welke vorm van communicatie mogelijk wordt gemaakt via weblogs*. Deze vraag valt in drie delen uiteen. In de eerste plaats zal in worden gegaan op *wat een weblog nou precies is*. In deze inleiding is reeds een zeer beknopte omschrijving gegeven, maar dit doet nog geen recht aan de complexiteit van het fenomeen. Om deze vraag te beantwoorden zal uitgelegd worden wat de technische kenmerken zijn van het weblog en welke communicatiepatronen te onderscheiden zijn op basis waarvan een definitie van het weblog zal worden gegeven.

Naar aanleiding van Thompson (2003) en Mortensen & Walker (2002) vormt de theorie van Habermas het uitgangspunt van dit onderzoek. Wat Habermas 'public sphere' noemt komt voort uit zijn grootste werk dat aan het begin van de jaren tachtig is verschenen, *Theorie des kommunikativen Handelns* (in het Engels *Theory of Communicative Action*). In dit tweedelig werk formuleert Habermas een rationeel te verantwoorden maatschappijanalyse. (Kunneman & Munnichs, 1998) Het fundament van dit werk wordt gevormd door de theorie van de taalhandeling, ontleend aan de Angelsaksische taal filosofie, welke hij verder ontwikkelt. Op basis van zijn analyse van de taalhandeling formuleert Habermas een argumentatietheorie, die hem in staat stelt een brede rationaliteitopvatting uit te werken. Ten derde ontwikkelt Habermas met dit werk een evolutietheoretisch analysekader dat houvast geeft aan het idee van maatschappelijke vooruitgang. (ibid.) Al eerder is genoemd dat een belangrijk onderdeel van zijn theorie gaat over de manier waarop mensen onderling overeenstemming over bepaalde zaken kunnen bereiken, ook wel consensus genoemd. Om die overeenstemming te kunnen bereiken is volgens Habermas een 'ideale gesprekssituatie' nodig. Dat houdt in dat om overeenstemming te bereiken alle betrokkenen gelijke kans hebben om communicatie te starten en er aan bij te dragen, de communicatie die plaatsvindt transparant is, en de kracht van juiste, goed gefundeerde argumenten in een open forum voorop staat en niet autoriteit, ideologie, macht of vooroordelen. (Heng & De Moor, 2003) Deze kenmerken van een ideale gesprekssituatie liggen ten grondslag aan de kenmerken van de eerder genoemde 'public sphere'. De tweede vraag die hier

gesteld wordt is dus niet of de blogosphere is te vergelijken met Habermas' 'public sphere', maar *of weblogs een platform kunnen bieden voor een 'ideale gesprekssituatie'*.

Om deze vraag te kunnen beantwoorden is het noodzakelijk te kijken naar de technologische aard van het weblog. De communicatie die een weblog mogelijk maakt wordt bepaald door de technologie die wordt gebruikt. Van Dijk beschrijft in zijn boek *De Netwerkmaatschappij* de verandering die nieuwe media in de maatschappij teweeg brengen. Daarbij baseert hij zich op verscheidene gangbare theorieën over de mediërende rol van communicatietechnologie. Hij formuleert een raamwerk van kenmerken waar nieuwe media met elkaar vergeleken kunnen worden. Dit raamwerk zal worden gebruikt om te analyseren *wat de communicatieve kenmerken van het weblog zijn en welke invloed die kunnen hebben op: a) het wel of niet bereiken van een ideale gesprekssituatie en b) de toepassingsmogelijkheden van het weblog.*

## ***1.2 Opzet van het verslag***

In het volgende hoofdstuk zal eerst dieper ingegaan worden op het weblog. Het weblog wordt omschreven en de geschiedenis ervan wordt besproken. Aan de hand van een aantal screenshots wordt uitgelegd welke technologie wordt gebruikt waardoor het weblog een weblog wordt. Aan het eind van dit hoofdstuk wordt aan de hand van het onderscheidt tussen dialoog en disseminatie een eerste beschrijving gegeven van het type communicatie dat plaatsvindt in weblogs. Tot slot zal een definitie van het weblog worden gegeven waar de rest van het onderzoek op voort zal bouwen.

In het derde hoofdstuk zal de theorie van Habermas uiteen worden gezet. Er zal uitgelegd worden waarom we volgens Habermas communiceren, wat communicatie is en wanneer er sprake is van goede communicatie. Deze laatste vraag zal leiden tot een beschrijving van de ideale gesprekssituatie.

Het vierde hoofdstuk zal aan de hand van het raamwerk van Van Dijk worden bekeken welke communicatieve kenmerken het weblog heeft. Op basis van deze kenmerken zal in het laatste hoofdstuk geanalyseerd worden of weblogs een platform bieden voor een ideale gesprekssituatie en wat de toepassingsmogelijkheden ervan zijn.

## **2 Het weblog**

### **2.1 Een eerste omschrijving**

Grofweg gezegd is een weblog, of blog, een website die regelmatig bijgewerkt wordt met nieuwe stukjes tekst, entries of posts, die voorzien zijn van een datum en afgebeeld worden in omgekeerde chronologische volgorde, zodat de meest recente entry bovenaan de pagina wordt afgebeeld. Weblogs worden meestal gepubliceerd door individuen en hebben over het algemeen een persoonlijke en informele stijl. Weblogs werden voor het eerst gebruikt midden jaren negentig, maar werden populair vanaf de eeuwwisseling doordat er eenvoudige en gratis publicatiemiddelen beschikbaar kwamen. Iedereen die beschikt over een internetverbinding kan een weblog beginnen, zonder veel technische voorkennis nodig te hebben. Het aantal lezers van een weblog kan uiteen lopen van slechts enkelen tot tienduizenden. (Walker, te verschijnen)

De inhoud van een weblog kan variëren van dagboeknotities tot specifieke onderwerpen die besproken worden door te verwijzen naar andere weblogs en deze van commentaar te voorzien. In principe zijn weblogs vooral tekstueel georiënteerd, maar er zijn ook voorbeelden en experimenten met fotoblogs, videoblogs en audioblogs. Een entry in een weblog is over het algemeen redelijk kort en kan fictief of non-fictief van aard zijn. De meeste weblogs zijn echter non-fictief van aard. (ibid.)

Oorspronkelijk zijn de verschillende weblogs vooral 'linklogs'. De blogger verzamelt links naar interessante artikelen en publiceert die in zijn weblog. Daarmee fungeert een weblog als een filter voor anderen (Blood, 2000). Echter, met de groei van het aantal bloggers verschijnen er ook andere soorten weblogs. Waar de eerste weblogs vooral een mix waren van links, commentaar en persoonlijke gedachten en essays, waar de nadruk ligt op het linken naar andere artikelen, zijn er sinds 1999 (na de 'booming' van het aantal weblogs) veel weblogs te zien die met name gericht zijn op het vastleggen van persoonlijke gedachten (ibid.). Tussen deze verschillende weblogs ontstaan conversaties door naar elkaars weblog te verwijzen. Kennelijk is het weblog een middel dat voor veel mensen voldoet aan hun wensen tot zelfexpressie. Weblogs worden ook gezien als een alternatieve nieuwsbron, zeker na de aanslagen op het WTC in New York van 11 september en het uitbreken van de oorlog in Irak (Herring et al., 2004).

### **2.2 De geschiedenis van het weblog**

Het weblog zoals die in de huidige vorm veelvuldig wordt gebruikt duikt voor het eerst op in 1996. (Herring et al., 2004) Dave Winer startte in februari van dat jaar een webpagina, als onderdeel van de '24 Hours of Democracy' website, waarin hij verschillende links verzamelt en van kort commentaar

voorziet. Zijn huidige weblog, Scripting News<sup>1</sup>, is sinds 1997 on line en daarmee het langstlopende weblog (Winer, 2002). Blood (2000) beschrijft de ontwikkeling van de term weblog. Deze werd voor het eerst geïntroduceerd door Jorn Barger, eind 1997. Ruim een jaar later kondigde Peter Merholz aan dit uit te spreken als 'wee-blog', wat uiteindelijk heeft geleid tot een afkorting van de naam tot 'blog'. De persoon die het weblog bijhoudt wordt gedoopt tot 'blogger'.

In de tussentijd is het gebruik van het internet enorm gegroeid en creëerden meer en meer mensen een weblog. In eerste instantie was het nog wel mogelijk om alle soortgelijke websites te volgen, maar al gauw werd dit onmogelijk (Blood, 2000). In 1999 heeft Brigitte Eaton, een web ontwikkelaar, een lijst gemaakt van ongeveer 50 blogs waar zij het bestaan van wist en creëerde daarmee het EatonWeb Portal<sup>2</sup> (Nardi et al., 2004). Als criterium om toe te kunnen worden gevoegd aan deze lijst, moesten de verschillende entries voorzien zijn van een datum, anders was er geen sprake van een blog (ibid.). Uiteindelijk heeft deze definitie stand gehouden (Blood, 2000).

De echte groei in het aantal bloggers is ontstaan door het beschikbaar komen van gratis software om een weblog mee te creëren. Juli 1999 wordt Pitas<sup>3</sup> gelanceerd, de eerste 'tool' om een weblog te maken. Daarna volgen Blogger<sup>4</sup> en Groksoup, Edit this page<sup>5</sup> van Dave Winer en Velocinews (Blood, 2000). Grote gemene deler van deze software is dat ze allemaal gratis zijn en het publiceren van een weblog snel en gemakkelijk maakt, omdat er geen kennis van HTML van de gebruiker wordt geëist. Op die manier kunnen ook mensen die niet goed thuis zijn in de programmeertaal van het internet publiceren op het internet. Huidige schattingen van het aantal weblogs dat te vinden is op het internet komen uit op 5 miljoen aan het eind van 2003.<sup>6</sup> Waarschijnlijk is deze schatting aan de lage kant, omdat in dit onderzoek weblogs die op een privé-server draaien niet zijn meegerekend.

Tot op heden is er nog weinig empirisch onderzoek gedaan naar het weblog en het bloggen. Dat heeft als gevolg dat niet met zekerheid is te zeggen welke mensen bloggen. Herring et al (2004) hebben wel enige data verzameld over eigenschappen van mensen achter het weblog. De deelnemers aan hun onderzoek zijn voor een kleine meerderheid mannen, 60% van de deelnemers is twintig jaar of ouder en de meeste weblogs worden door één persoon bijgehouden. Het aantal weblogs met een dagboekstijl is met 70% oververtegenwoordigd in hun onderzoek. Het is moeilijk aan te geven of de resultaten representatief zijn, maar Herring et al (2004) betogen dat hun resultaten niet significant verschillen met gebruikers van andere communicatievormen op het internet. De steekproef die de onderzoekers

---

<sup>1</sup> <http://www.scripting.com/>

<sup>2</sup> <http://portal.eatonweb.com/>

<sup>3</sup> <http://www.pitas.com/>

<sup>4</sup> <http://www.blogger.com/>

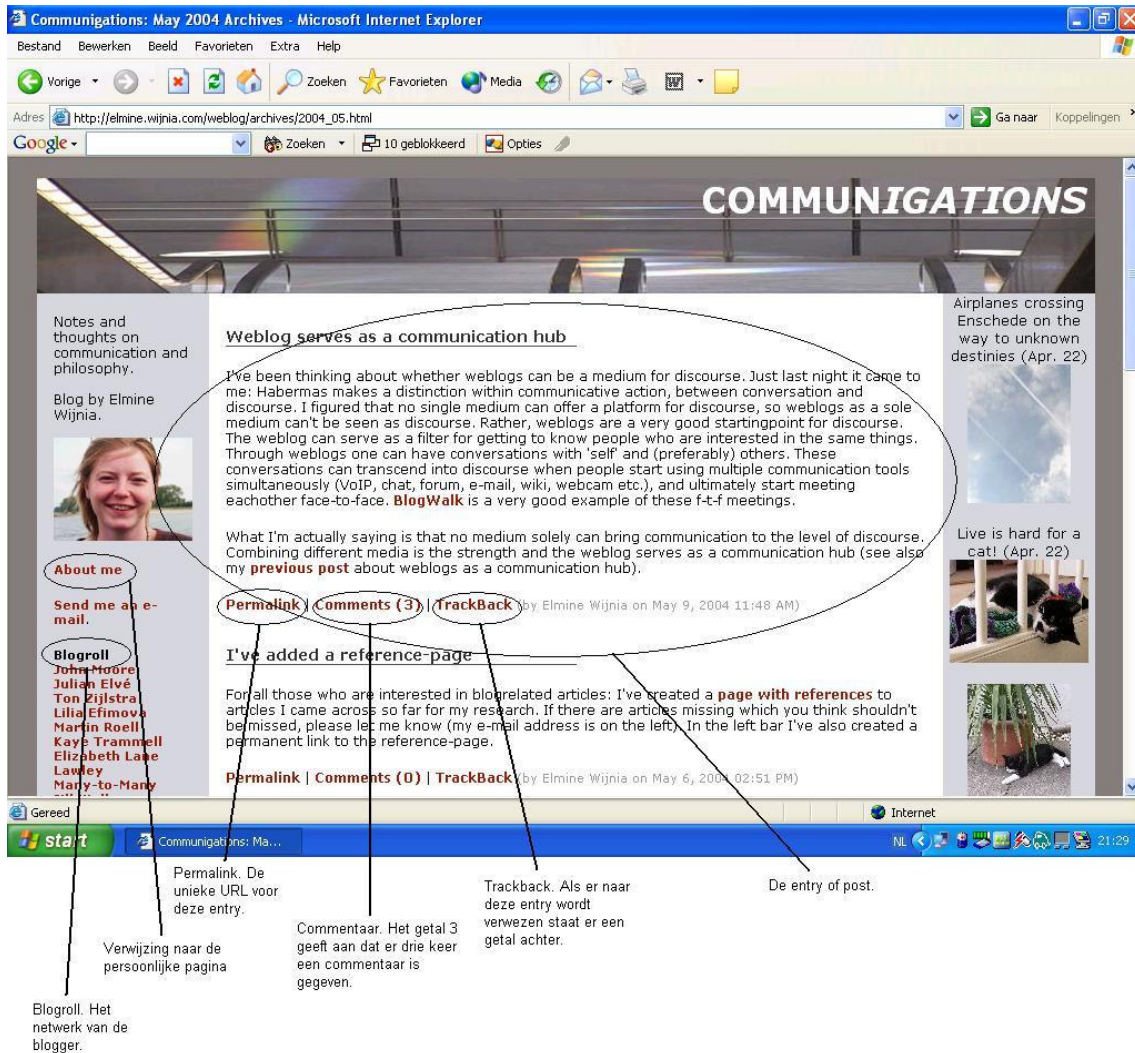
<sup>5</sup> <http://manila.userland.com/editThisPage>

<sup>6</sup> Perseus Blog Survey: The Blogging Iceberg (<http://www.perseus.com/blogsurvey/thebloggingiceberg.html>)

gebruikten beperkte zich tot Engelstalige blogs, waardoor de steekproef met name gedomineerd wordt door Amerikaanse webloggers. Om een duidelijker beeld te krijgen van webloggers is meer empirisch onderzoek nodig.

### **2.3 Technische aspecten van een weblog**

Door de enorme toename van het aantal weblogs is het vrij moeilijk om te omschrijven wat een weblog tot een weblog maakt. Inhoudelijk zijn er maar weinig weblogs die op elkaar lijken. Er zijn echter wel een aantal technische kenmerken die een weblog onderscheidt van bestaande internet genres, met name ten opzichte van de traditionele webpagina. Weblogs worden regelmatig vernieuwd met nieuwe stukjes tekst (ook wel entries genoemd). De entries zijn voorzien van datum en worden meestal in omgekeerde chronologische volgorde afgebeeld, waardoor de meest recente entry bovenaan de pagina staat (Herring et al., 2004). Daarnaast zijn er nog een aantal aspecten die terug te vinden zijn in grote groepen weblogs, maar zeker niet alle. Mortensen & Walker (2002) noemen ook nog dat weblogs overwegend persoonlijk zijn, de mogelijkheid tot commentaar bieden en gekenmerkt worden door de vele links naar andere webpagina's. Hourihan (2002) voegt hier het unieke adres van de stukjes tekst, de permalink, aan toe. Meer recent is de lijst van karakteristieken van een weblog door Gill (2004). Naast de dingen die al genoemd zijn voegt zij er nog archieven, de blogroll en RSS/XML aan toe. Wat al deze tools inhouden zal uitgelegd worden aan de hand van een screenshot van een weblog met verwijzingen naar de plaats op het weblog van de verschillende tools.



Figuur 1. Screenshot van een weblog met verwijzing en uitleg naar de verschillende onderdelen.

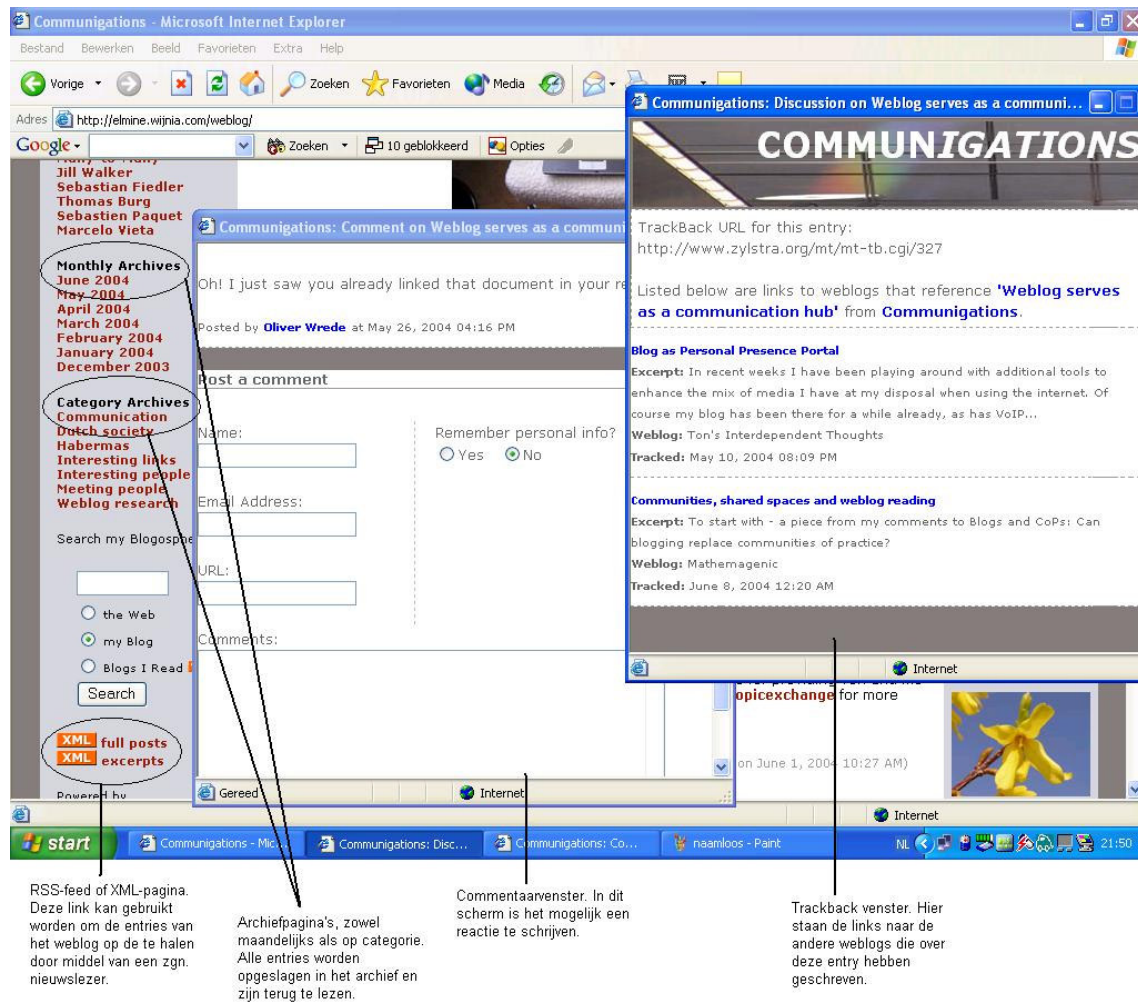
Entry/post – inhoudelijke publicatie, bestaande uit tekst, foto's, afbeelding of een combinatie daarvan.

Commentaar – mogelijkheid voor lezers om te reageren op de entry.

Permalink – verwijzing naar de vaste URL van de entry. De permalink maakt het mogelijk om naar deze specifieke entry te verwijzen.

Trackback – deze functie houdt bij waar naar deze entry verwezen wordt. Wanneer iemand anders naar deze post verwijst, komt achter Trackback een 1 te staan. De URL van de verwijzende locatie wordt zichtbaar door op Trackback te klikken.

Blogroll – lijst met links naar pagina's waar de blogger affiniteit mee heeft. Meestal is dit een lijst met andere bloggers die de blogger zelf leest.



**Figuur 2.** Screenshot van een weblog met commentaar- en trackbackvenster geopend.

Archiefpagina's – links naar oudere posts, meestal verzameld per maand waarin de posts gepubliceerd zijn.

RSS-feed – afkorting van Really Simple Syndication, een speciaal soort pagina die opgehaald kan worden van het Web door middel van speciale software, een nieuwslezer, waarin alleen de entries van een webpagina worden afgebeeld. De nieuwslezer is een makkelijke verzamelplaats om webpagina's bij te houden zonder steeds al die pagina's afzonderlijk te moeten bezoeken. Naast RSS-feeds zijn er ook Atom-feeds in omloop, die hetzelfde doen als een RSS-feed

Hiermee is duidelijk gemaakt dat een weblog een internetpagina is waar veel beschikbare gereedschappen (tools) aan worden toegevoegd. Een aantal van deze tools worden toegevoegd om conversatie op gang te brengen. Door het toevoegen van een commentaarfunctie geeft de auteur zijn publiek de mogelijkheid te reageren op een entry. Elke individuele entry krijgt een uniek webadres (permalink) mee, waardoor het mogelijk wordt om die entries te archiveren en permanent beschikbaar

te houden, zodat mensen niet stuiten op zogenaamde 'dead links'. Door de archieven expliciet af te beelden is het makkelijk eerder geschreven entries te bekijken. Trackback, een tool die eigenlijk nauwelijks beschreven wordt en toch regelmatig in blogs is opgenomen, kan gezien worden als een instrument om conversaties tussen verschillende weblogs te volgen.

De karakteristieken die in het voorafgaande genoemd zijn, verdienen wel enige nuancering. De definities van een weblog die de ronde doen zijn veelal afkomstig van bloggers zelf. Herring et al. (2004) hebben empirisch onderzoek gedaan naar de inhoud van weblogs. Na inhoudsanalyse onder 203 weblogs komen zij tot de conclusie dat er veel minder gelinkt wordt in weblogs dan verwacht werd. Ook het aantal weblogs in de steekproef met een commentaarfunctie, 43 procent, viel de onderzoekers tegen. Een belangrijke oorzaak die genoemd wordt is dat Blogger, de grootste aanbieder voor het creëren van een gratis weblog, deze functie tot voorkort niet standaard aanbood. (ibid.) Wilde iemand met een weblog bij Blogger een commentaarfunctie opnemen, dan kon dat alleen door dat bij een andere aanbieder te activeren. De commentaren staan dan op een andere server dan waar het weblog staat. Bovendien moet het script voor zo'n commentaar handmatig toegevoegd worden aan de broncode van het weblog, waarvoor kennis van HTML weer een voorwaarde is. Voor mensen die geen verstand hebben van HTML is het daardoor moeilijk om toch een commentaarfunctie toe te voegen.

#### **2.4 Redenen om te bloggen**

Tot nu is gesproken over de technische aspecten van het weblog, namelijk de verschillende instrumenten die kunnen worden ingezet. Wanneer er gekeken wordt naar de inhoud van weblogs is er vooral veel diversiteit. Het weblog is een technisch middel waarmee mensen op zeer eenvoudige wijze en kosteloos alles kunnen publiceren op het internet wat ze maar willen. Vaak worden weblogs beschouwd als een fundamenteel nieuw medium ten opzichte van de oude. Ze zouden een sociale transformatie teweeg brengen met een democratische potentie (Herring et al., 2004). Journalisten zien blogs als alternatieve bronnen van nieuws en publieke opinie, mensen in bedrijven en uit de educatieve hoek zien blogs als een middel om kennis te delen en dan zijn er nog talrijke individuen die blogs gebruiken om zichzelf te kunnen uiten (ibid.).

In hun onderzoek proberen Nardi et al. (2004) te achterhalen waarom mensen bloggen. Zij ontdekten vijf typen motivaties: het vastleggen van je leven (een on line dagboek bijhouden), het geven van commentaar en het uiten van je mening (als een vorm van democratische zelfexpressie), het uiten van emoties (een uitlaatklep voor het verwerken van eigen problemen), ideeën uitwerken door te schrijven (een vaste plek om halve ideeën te kunnen uiten en scherp te stellen n.a.v. reacties van lezers), en het vormen en onderhouden van gemeenschappen (gebruik van het weblog om te netwerken). Bausch et al (2002) noemen daarnaast ook nog het delen van expertise. Al deze verschillende doelen zorgen ervoor dat er een grote verscheidenheid is in de inhoud van weblogs.

De verwachtingen en wensen die bloggers hebben ten aanzien van de interactie via hun weblog verschilt aanzienlijk. Op basis van dezelfde onderzoeksgegevens als Nardi et al.(2004) komt Gumbrecht (2004) tot de conclusie dat er bloggers zijn die het helemaal niet prettig vinden als ze commentaar ontvangen op hun weblog. Gumbrecht claimt in haar artikel dat het weblog een beschermde ruimte (protected space) biedt aan de auteur. Het aantrekkelijke van een weblog is de controle die de blogger heeft over het medium. Commentaar is daar de uitzondering op. Een blogger kan niet van tevoren bepalen wat voor commentaar iemand heeft. Zowel positief als negatief commentaar kan geuit worden. Andere bloggers vinden commentaar vooral heel nuttig voor het creëren van een gemeenschapsgevoel en wanneer commentaar de blogger helpt zijn ideeën aan te scherpen.

Enige nuancering van de conclusies van Gumbrecht zijn echter op z'n plaats. Uit de reacties van respondenten uit het onderzoek van Nardi et al. (2004) lijkt het inderdaad zo te zijn dat bloggers geen controle hebben over commentaar. Wanneer een blogger gratis services gebruikt kan het inderdaad voorkomen dat het niet mogelijk is commentaar dat niet gewenst is te verwijderen. Er is echter ook software beschikbaar waarmee volledige controle over het weblog wel haalbaar is (bijvoorbeeld Movable Type<sup>7</sup>). Dit soort software maakt het mogelijk om commentaar te wijzigen of te verwijderen. Ook ongewenste Trackbacks kunnen verwijderd worden, bijvoorbeeld wanneer iemand naar een entry van de blogger verwijst die erg vernederend is voor de blogger zelf. Het gebruik van dit type software vereist echter wel redelijk veel kennis van in ieder geval HTML en is daardoor niet door iedereen makkelijk te gebruiken. Dit type software komt echter wel meer tegemoet aan het idee van de 'protected space' van Gumbrecht (2004).

## ***2.5 Eerste typering van de communicatie in weblogs***

Wanneer we weblogs willen vergelijken met een fenomeen uit de off line wereld, kunnen we deze het beste vergelijken met het fenomeen 'Speaker's corner'. Dit is een aangewezen plek in Hyde Park in Londen waar mensen bijeen kunnen komen om over bepaalde issues te discussiëren. (Wikipedia, 2004) Het stuk park is vrij toegankelijk en iedereen die wat wil zeggen kan zijn of haar verhaal daar houden. Omstanders en voorbijgangers kunnen naar de spreker luisteren of er een debat aangaan. Afkomst en opleiding spelen geen rol in het debat. Als we kijken naar de werking van weblogs dan zijn er enige parallellen met Speakers Corner. Door te publiceren in een weblog klim je virtueel op een sinaasappelkistje en vertel je een verhaal. Dit verhaal trekt de aandacht van mensen, doordat ze bijvoorbeeld op een bepaald trefwoord hebben gezocht in een zoekmachine op internet of omdat mensen geabonneerd zijn op de RSS-feed van het weblog. Het verhaal wordt dan gelezen wat te

---

<sup>7</sup> <http://www.movabletype.org/>

vergelijken is met de luisteraars in Speaker's Corner Mensen die geïnteresseerd zijn in het verhaal, of het er misschien niet mee eens zijn, hebben de mogelijkheid om te reageren. Publiekelijk reageren kan door commentaar achter te laten, of er zelf over te schrijven, maar het kan ook meer persoonlijk door te e-mailen. In Speaker's Corner is dit het verschil tussen publiekelijk debatteren en de spreker na afloop aanschieten en een één-op-één-gesprek aangaan.

Communicatief gezien gebeurt zowel in Speaker's Corner als in het weblog hetzelfde. Door middel van disseminatie komt dialoog tot stand. Peters (1999) legt uit wat deze twee termen inhouden. Het gaat om twee visies over het vraagstuk wat een goede manier is van communiceren met elkaar. Zowel dialoog als disseminatie worden al besproken van voor de jaartelling. Dialoog is de enige vorm waarvan Socrates, de hoofdrolspeler in de dialogen van Plato, wil spreken over communicatie. Volgens Socrates is de enige manier waarop mensen goed met elkaar kunnen communiceren door het samensmelten van de zielen van de twee partijen. De dialoog is het middel waarmee op elkaars ziel geschreven wordt. Gevolg van deze opvatting is dat Socrates dan ook kritiek heeft op de komst van het geschreven woord. Deze vorm van communicatie kan nooit een match maken tussen personen zoals de dialoog dat kan. Geschreven tekst schiet tekort, omdat het nooit direct antwoord kan geven op de vragen van de lezer.

Disseminatie daarentegen gaat ervan uit dat de beste manier om ideeën over te brengen is door het breed verspreiden ervan, zoals Jezus deed met het verspreiden van het woord van God. Door de boodschap zoveel mogelijk te zaaien bij mensen, is de kans groter dat deze overkomt op een bepaald deel van die mensen. Dat betekent dat de uitvinding van het schrift de mogelijkheid biedt om niet alleen via fysieke bijeenkomsten te communiceren, maar ook plaats- en tijdoverstijgend. Het schrift kan gezien worden als de eerste vorm van massacommunicatie, dat natuurlijk pas zijn vlucht heeft genomen na het uitvinden van de boekdrukkunst.

In de Speaker's Corner is het startpunt dat iemand een verhaal vertelt gericht aan een ieder die voorbijkomt, dus volgt het pad van disseminatie. De intentie van de spreker is om reacties uit het publiek te krijgen. Soms gebeurt dat niet, misschien omdat het onderwerp waarover de spreker het heeft niemand aanspreekt, maar soms ook ontstaat er een debat tussen de spreker en de omstanders. Uit disseminatie vloeit dialoog voort. Bij publiceren op een weblog gebeurt dit ook. De auteur, de blogger, schrijft een stuk tekst en publiceert dat in het weblog en dissemineert daarmee zijn tekst. In ieder geval zijn er lezers (of dat er nou maar twee of tweeduizend zijn maakt niet uit) net zoals er luisteraars zijn in de Speaker's Corner. Door commentaar toe te laten stelt de auteur van het weblog zich open voor het aangaan van een dialoog. Soms gebeurt dit, als het onderwerp anderen aanspreekt, maar soms is een entry niet interessant genoeg voor anderen om op te reageren.

## 2.6 Definitie van een weblog

Wanneer we het weblog zien als een communicatiemiddel waarbij vanuit disseminatie dialoog bereikt wordt, betekent dit dat er eisen zijn ten aanzien van het weblog als gereedschap. De volgende definitie wordt hier geformuleerd:

*Het weblog is een webpagina waarop de auteur stukken publiceert met de intentie reacties op deze teksten te krijgen door het aanbieden van een commentaar- en trackbackfunctie bij elk geschreven stuk. Om deze functies goed te kunnen gebruiken krijgt elk stuk een unieke naam (URL) mee. Ter bevordering van het lezen van het weblog is er een RSS of Atomfeed beschikbaar.*

De omschrijvingen van andere onderzoekers, die meestal de nadruk leggen op de regelmaat van publicatie, datum van publicatie en de omgekeerd chronologische volgorde van afbeelding is in deze context minder relevant. Dat soort kenmerken zijn contextcreërend, bijvoorbeeld hoe lang het geleden is dat iemand voor het laatst iets gepubliceerd heeft. Ook de blogroll verschaft context over de auteur, maar is niet bepalend bij het doel om dialoog met de lezer aan te gaan.

### 3 Habermas communicatieve handelen

In het voorgaande hoofdstuk is uitgelegd dat een weblog een middel is om dialoog aan te gaan met de lezers. Dialoog kan aan de ene kant heel oppervlakkig zijn met het uitwisselen van ditjes en datjes, maar kan ook een diepgravend gesprek zijn over de zin van het bestaan. Als we kijken naar weblogs dan zijn er verschillende vormen van dialoog te vinden. Oppervlakkige dialoog is veel te zien in de dagboekstijl weblogs. Meer diepgaande dialoog is te vinden in weblogs die vanuit een professioneel oogpunt bloggen, zoals weblogs die zich richten op kennismanagement. In de inleiding is gerefereerd aan Ito (2004) die het weblog ziet als een instrument waarmee consensus bereikt kan worden. Het is belangrijk om te onderzoeken of consensus ook daadwerkelijk kan ontstaan door middel van bloggen. Habermas stelt dat consensus alleen is te bereiken in de setting van de ideale gesprekssituatie. Als onderzoeksvraag is gesteld of weblogs een platform kunnen bieden voor een ideale gesprekssituatie. Om die vraag te kunnen beantwoorden zal in dit hoofdstuk de theorie van Habermas worden uitgelegd aan de hand van drie vragen.

- Waarom communiceren we?
- Wat is dan communicatie?
- Wanneer is er sprake van goede communicatie?

De laatste vraag zal uitmonden in een beschrijving van de ideale gesprekssituatie. Om wat context te geven zal echter begonnen worden met een korte levensschets van deze filosoof.

#### 3.1 *Leven en werk van Jürgen Habermas*<sup>8</sup>

Jürgen Habermas is geboren in 1929 in Gummersbach, een klein stadje in Duitsland. In 1949 begint hij aan zijn studie filosofie en rondt die af in 1954 met een filosofisch proefschrift over het denken van Schelling. Habermas heeft een sterke belangstelling voor de marxistische traditie en als wetenschappelijk assistent van Theodor W. Adorno wordt deze belangstelling versterkt. In 1962 verschijnt de eerste grote studie van zijn hand: *Strukturwandel der Öffentlichkeit*. Dit werk levert hem nationale bekendheid op en een aanstelling aan de universiteit van Heidelberg. In 1964 wordt Habermas hoogleraar filosofie aan de universiteit van Frankfurt, waar hij grote invloed uitoefent op de studentenbeweging vanwege zijn radicaalkritische opstelling in het zogenaamde positivismedebat in de Duitse sociologie. In 1967 verschijnen twee boeken die hem ook internationale bekendheid opleveren: *Technik und Wissenschaft als Ideologie* en *Erkenntnis und Interesse*. Aan het eind van de jaren zestig ontstaat er een breuk tussen Habermas en de steeds verder radicaliserende Duitse studentenbeweging. Deze breuk vormt mede de aanleiding voor hem om zijn leerstoel in 1971 in Frankfurt op de geven en directeur te worden van het Max Planck Instituut in Starnberg. Tien jaar lang is Habermas directeur van dit sociaal-wetenschappelijk onderzoeksinstituut en gedurende die periode ontwikkelt hij zijn belangrijkste ideeën. In 1981 verschijnt zijn hoofdwerk: *Theorie des*

---

<sup>8</sup> Biografie afkomstig uit: Kunneman & Munnichs (1998), Jürgen Habermas (Kritische Denkerslexicon).

*kommunikativen Handelns*. Kort na het verschijnen hiervan keert Habermas terug naar Frankfurt waar hij tot zijn emeritaat in 1994 filosofie doceert. Tot op heden publiceert Habermas nog steeds. De meeste van zijn recentere publicaties zijn een verdieping en verklaring voor zijn hoofdwerk. *Theorie des kommunikativen Handelns* vormt dan ook de leidraad in dit onderzoek om zijn theorie uit te leggen.

### **3.2 Communicatief handelen**

#### *3.2.1 Waarom communiceren we?*

Habermas stelt in zijn theorie van communicatief handelen de relatie tussen mensen, de intersubjectiviteit, centraal. De menselijke soort houdt zichzelf in stand door sociaal gecoördineerde activiteiten van de leden met behulp van communicatie. (TCA1: 397)<sup>9</sup> Kunneman & Munnichs (1998) leggen uit dat Habermas een evolutietheoretisch analysekader heeft ontwikkeld. Deze evolutietheorie wordt gevormd door het onderscheiden van twee soorten leerprocessen. Aan de ene kant zijn er technische leerprocessen die moeten leiden tot een grotere natuurbeheersing en tot verhoging van de productiviteit van arbeid. Voorbeelden hiervan zijn het ontdekken van gereedschap, zoals de hamer en de stoommachine. Aan de andere kant zijn er communicatieve leerprocessen, die de communicatieve kwaliteit van de relaties tussen mensen moet verbeteren. Deze twee typen leerprocessen ontwikkelen zich onafhankelijk van elkaar.

Door middel van communicatie is het volgens Habermas mogelijk om overeenstemming te bereiken tussen mensen. Deze overeenstemming bereiken is in het belang van het voortbestaan van de maatschappij. Alleen door middel van communicatie kan tussen mensen steeds opnieuw een overeenstemming worden bereikt over wat ware kennis is, waardoor een stabiele sociale orde ontstaat. Waar mensen uiteindelijk overeenstemming bereiken, dus wat ware kennis is, kan verschuiven met de tijd, omdat deze tot stand komt door intersubjectieve discussies. Bepaalde voorwaarden die tot dan toe vanzelfsprekend waren kunnen met de tijd veranderen, zoals bijvoorbeeld door nieuwe mogelijkheden die worden gecreëerd door technologische innovatie. Naar aanleiding van de nieuwe mogelijkheden zal er opnieuw een discussie tussen mensen moeten plaatsvinden om de ware kennis te herdefiniëren.

De problemen waar moderne maatschappijen mee te maken hebben, analyseert Habermas aan de hand van twee begrippen. Hij deelt de maatschappij op in twee delen: systeem en leefwereld. Onder systeem verstaat hij de materiële reproductie van een maatschappij en onder leefwereld de symbolische reproductie ervan (Kunneman, 1986). Anders gezegd is het systeem dat deel van de maatschappij dat de materiële randvoorwaarden voor de leefwereld schept en de leefwereld dat deel dat uit de sociale interactie van de maatschappij bestaat.

---

<sup>9</sup> TCA1: Theory of Communicative Action, volume 1, Habermas (1984).

De leefwereld vormt de onproblematische achtergrond, de gedeelde context, waartegen het communicatief handelen plaatsvindt en waardoor het gedragen wordt. Communicatie wordt gedragen door een groot aantal onproblematische uitgangspunten die voor mensen als vanzelfsprekend zijn. Zij delen een bepaalde cultuur waarin deze uitgangspunten liggen opgeslagen. De communicatie wordt echter ook gedragen door de solidariteitsrelaties die tussen mensen bestaan en door de toerekeningsvatbaarheid van elk communicatief aanspreekbaar persoon. (Kunneman & Munnichs, 1998) De leefwereld biedt het kader voor communicatief handelen, maar wordt tegelijkertijd ook in stand gehouden door communicatie. Communicatie alleen levert de maatschappij echter nog niet voldoende. Binnen een maatschappij kan niet overal continu over gecommuniceerd worden om overeenstemming te bereiken. Daarom worden instituties gevormd die de maatschappij ook materieel in stand houden.

Om een maatschappij ook materieel in stand te houden introduceert Habermas het begrip systeem. Materiële reproductie vindt plaats in dit maatschappelijk domein. Economie en politiek zijn de twee subsystemen die Habermas daarin onderscheidt. Waar in de leefwereld het coördineren van handelen via communicatie gebeurt, vindt de coördinatie van handelen in het systeem plaats via 'onttaalde media'. Voor het economische subsysteem is geld het medium en voor het politieke subsysteem is dat macht. (ibid.) Door het vormen van een systeem worden bepaalde zaken dus losgekoppeld van communicatie. Het is overigens niet zo dat leefwereld en systeem volledig van elkaar gescheiden zijn. In de leefwereld wordt steeds opnieuw bepaald welke normatieve uitgangspunten als geldig worden geaccepteerd over geldende wetten, contractverplichtingen en dergelijke. (ibid.)

Communicatie in termen van Habermas is gericht op het bereiken van overeenstemming tussen betrokkenen in de leefwereld en niet in het systeem. Dat we als mens communicatief vaardig zijn betekent volgens hem dat we door middel van spreken ons als mens kunnen verhouden tot de wereld om ons heen. In de verschillende relaties die de mens aan kan gaan worden voortdurend claims gedaan. Bijvoorbeeld over de waarheid, rechtvaardigheid, gepastheid of legitimiteit van bepaalde handelingen. (TCA1: x) Aan de hand van het volgende voorbeeld zal dat worden uitgelegd.

De president van de Verenigde Staten legitimeerde de inval in Irak in 2003 door te claimen dat er voldoende bewijs was voor de aanwezigheid van massavernietigingswapens in dat land. In het verloop van de oorlog werd duidelijk dat de claim die president Bush maakte over aanwezige, direct inzetbare, wapens niet correct bleek. De rechtvaardiging voor de oorlog tegen Irak werd daarna sterk betwijfeld door veel partijen.

Vanuit een situatie zoals hiervoor geschetst is kan er een discussie ontstaan door een verschil in opvattingen. De VN wapeninspecteur was het bijvoorbeeld niet eens met de beslissing van president Bush om op dat moment Irak binnen te vallen, omdat hij nog niet klaar was met zijn werk. In dit geval is de discussie beslecht door de machtsverhouding. President Bush heeft gebruik gemaakt van zijn beslissingsbevoegdheid als president van de Verenigde Staten om Irak binnen te vallen. Hij heeft daarbij aanspraak gemaakt op zijn machtspositie. De discussie omtrent het besluit van Bush is ontstaan omdat deze beslissing niet volledig zou berusten op uitwisseling van goede argumenten.

Een beslissing die genomen wordt op basis van argumenten is rationeel te noemen. Voor Habermas betekent rationaliteit het bereiken van overeenstemming door middel van communicatie die vrij is van dwang. (ibid.) In een discussie wordt geprobeerd op basis van argumenten en tegenargumenten een consensus, of overeenstemming, te bereiken over een bepaalde situatie, bijvoorbeeld bij het definiëren van begrippen of bij het bepalen van gedragsnormen. In het geval van de beslissing van president Bush om Irak aan te vallen kan er niet gesproken worden van een rationeel besluit. Niet alle argumenten mee zijn gewogen in de besluitvorming, omdat Bush gebruik maakte van zijn machtspositie als president. Rationele overeenstemming is voor Habermas het doel van communicatie in de leefwereld: het streven naar consensus waarbij gezocht wordt naar ware kennis.

Belangrijk om op te merken is dat het bereiken van overeenstemming niet hetzelfde is als gelijk gestemd zijn. Een overeenstemming kan niet zomaar van buitenaf worden opgelegd; de betrokkenen moeten de bereikte overeenstemming accepteren of als valide veronderstellen. (TCA1: 287) Dat betekent dat een communicatief bereikte overeenstemming een rationele basis heeft. Alleen door het uitwisselen van argumenten die niet opgelegd worden door invloeden van buitenaf, zoals door het bewust manipuleren van een betrokkene in de argumentatie, kan een consensus bereikt worden. Het recht van het sterkste argument geldt in dit geval en dus niet het recht van de sterkste.

Taal is volgens Habermas het middel waarmee de intersubjectieve overeenstemming bereikt kan worden. Wat taal dan is, legt Habermas uit aan de hand van de theorie van de taalhandelingen. Deze theorie maakt duidelijk wanneer er kan worden gesproken van communicatie. In de volgende paragraaf zal dieper ingegaan worden op de vraag wat communicatie eigenlijk is en zal uitgelegd worden wat taalhandelingen zijn.

### 3.2.2 *Wat is communicatie?*

Habermas maakt een onderscheid in verschillende typen van handelen, namelijk:

- instrumenteel handelen;
- strategisch handelen;
- communicatief handelen.

Hierbij wordt onderscheid gemaakt tussen het handelen dat georiënteerd is op succes en handelen dat gericht is op het bereiken van overeenstemming. Instrumenteel en strategisch handelen zijn beiden gericht op succes, communicatief handelen als enige op het bereiken van overeenstemming. Habermas legt communicatief handelen uit in het contrast met de twee andere typen van handelen. Koningsveld & Mertens (1986) gaan in hun inleiding op de theorie van Habermas diep in op de verschillende vormen van handelen die Habermas onderscheidt. Volgens Koningsveld en Mertens (1986) kan instrumenteel handelen “ruwweg worden aangeduid als doelrealisering, het bewerkstelligen van effecten, het opvolgen van technische adviezen, het volgen van technische regels, het realiseren van voorwaarden.”(p.15) Anders gezegd realiseert instrumenteel handelen “voorgegeven doelen met behulp van standaardtechnieken”. (p.27) Een voorbeeld is het koken van een ei, waarbij steeds dezelfde handelingen nodig zijn om het ei van ongekookt naar gekookt te krijgen. Bij het instrumenteel handelen is er sprake van een actor (een subject) die veranderend inwerkt op een ding (een object) uit de omgeving. (ibid.)

Strategisch handelen is net als instrumenteel handelen doelrationeel handelen. Het verschil tussen de twee vormen van handelen is dat het instrumentele handelen verwijst naar een eenzaam subject in een objectieve omgeving, terwijl bij strategisch handelen minstens twee actoren worden verondersteld. (p.41). Bij het strategisch handelen “valt de omgeving uiteen in twee fundamenteel verschillende categorieën: a) een objectieve, empirisch beschrijfbare werkelijkheid: de wereld van feiten die buiten de wil van bewuste subjecten om nu eenmaal bestaan; b) andere bewuste subjecten, andere rationale actoren, andere strategen kortom.”(p.31)

Communicatief handelen tot slot, is handelen dat georiënteerd is aan het bereiken van overeenstemming en niet aan het succes van een individu. Bij het communicatieve handelen streven individuen hun doelen na onder de voorwaarde dat zij hun plannen kunnen harmoniëren op basis van gebruikelijke situatiedefinities. Het onderhandelen van situatiedefinities is bij communicatief handelen een essentieel onderdeel. (TCA1: 286)

Belangrijk verschil tussen strategisch handelen en communicatief handelen is dat bij strategisch handelen het eigen gewin voorop staat. Koningsveld & Mertens (1986) verwoorden het als volgt: “Strategisch en communicatief handelen zijn allebei vormen van sociale interactie, maar strategisch handelen is aan het boeken van *resultaten* georiënteerd, terwijl het communicatieve handelen aan *overeenstemming* is georiënteerd.”(p.41) In figuur 1 staan de drie verschillende vormen van handelen in verhouding tot de situatie van het handelen en de oriëntatie van het handelen.

Tabel 1. Vormen van handelen<sup>10</sup>

Oriëntatie van handelen Situatie van handelen	Georiënteerd aan succes	Georiënteerd aan overeenstemming
<b>Niet-sociaal</b>	Instrumenteel handelen	---
<b>Sociaal</b>	Strategisch handelen	Communicatief handelen

Communicatie is in dit geval de omvattende term voor die manieren van handelen die georiënteerd zijn aan het bereiken van overeenstemming. In de volgende paragraaf zal worden uitgelegd dat er naast communicatief handelen nog een andere vorm van communicatie door Habermas wordt onderscheiden, namelijk het discours. Het discours kan gezien worden als een vergrotende trap van communicatief handelen.

Habermas beschouwt taal als communicatiemedium. Het is volgens hem een medium dat van nature gericht is op het bereiken van overeenstemming. (TCA1: 288) Communicatief handelen is een type interactie dat gecoördineerd wordt door middel van taalhandelingen maar niet alle taalhandelingen zijn te duiden als communicatief handelen. (TCA1: 101) Ook bij instrumenteel en strategisch handelen worden taalhandelingen gebruikt om het handelen te coördineren.

Koningsveld & Mertens (1986) gaan in hun boek uitgebreid in op deze uiteenzetting van Habermas. Zij leggen uit dat op het uitvoeringsniveau van communicatief handelen individuele, instrumentele handelingen van de betrokkenen met elkaar verbonden worden tot een geheel door middel van regulatieve taalhandelingen, het uiten van taal waarmee je iets beoogt te bewerkstelligen. (p.94) Er zijn drie soorten taalhandelingen. Ten eerste uit een spreker een volzin, waarbij de tong en kaken worden bewogen, er geluiden worden voortgebracht en dergelijke. Dit is een 'locutionary act' (locutie). Ten tweede kan een spreker met het uiten van een volzin een bepaald effect teweeg brengen bij een andere actor, bijvoorbeeld laten schrikken, irriteren of verblijden. Dit wordt ook wel 'perlocutionary act' (perlocutie) genoemd. Anders gezegd kan een spreker het voelen, denken en handelen van een ander beïnvloeden. Tot slot is er nog de 'illocutionary act' (illocutie). Met het uiten van een volzin stelt een spreker een vraag, doet een verzoek, beweert iets, bekent iets, geeft iets toe, enzovoort. (ibid.) Het verschil tussen locutie, illocutie en perlocutie karakteriseert Habermas als volgt: "...to say *something*, to act *in* saying something, to bring about something *through* acting in saying something." (TCA1: 289) Taalhandelingen kunnen altijd onvoorziene neveneffecten teweeg brengen bij de toehoorder. Dit soort effecten laat Habermas buiten beschouwing. Er kan echter ook sprake zijn van neveneffecten wanneer illocuties worden geuit met een strategische intentie, dat wil zeggen dat er met opzet bepaalde effecten

<sup>10</sup> Afkomstig uit TCA1: 285.

bij de toehoorder teweeg worden gebracht. (TCA1: 289) De taalhandeling, de perlocutie, is dan niet meer gericht op het bereiken van overeenstemming maar op het bereiken van succes van de spreker. Wanneer Habermas spreekt over taalhandelingen bedoelt hij daarmee alleen pure illocuties, het gebruik van perlocuties duidt op strategisch handelen:

“Thus I count a communicative action those linguistically mediated interactions in which all participants pursue illocutionary aims, and *only* illocutionary aims, with their mediating acts of communication. On the other hand, I regard as linguistically mediated strategic action those interactions in which at least one of the participants wants with his speech acts to produce perlocutionary effects on his opposite number.” (TCA1: 295)

Een taalhandeling, een illocutie, is uit twee gedeeltes opgebouwd: een propositioneel deel, waarin verwezen wordt naar een bepaalde stand van zaken, en een performatief deel waarin de spreker duidelijk maakt aan de ander hoe deze stand van zaken moet opvatten. (Koningsveld & Mertens, 1986) Een voorbeeld kan zijn:

- Ik verzeker je, dat Irak massavernietigingswapens bezit.

In dit voorbeeld is het eerste deel, ‘ik verzeker je’, het performatieve deel. Dit deel maakt duidelijk dat de spreker van deze zin er zeker van zijn zaak is. Het tweede deel, ‘dat Irak massavernietigingswapens bezit’, is het propositionele deel van de uitspraak, de stand van zaken waar naar wordt verwezen.

Een belangrijke stap die Habermas vervolgens maakt in de theorie van de taalhandeling is dat in het performatieve deel van de taalhandeling de spreker een drietal geldigheidsaanspraken naar voren brengt, namelijk de aanspraak op waarheid, op juistheid en op waarachtigheid. (Kunneman & Munnichs, 1998) Dit houdt in dat de spreker met iedere taalhandeling:

- zich verbindt met de claim dat de stand van zaken waarnaar de spreker verwijst werkelijk bestaat en dat wat hij over deze stand van zaken beweert werkelijk het geval is;
- het normatieve recht heeft om in een betreffende situatie een vraag te stellen, een belofte te doen, een bewering te doen etc;
- de intenties en emoties die hij tot uitdrukking brengt ook daadwerkelijk meent en op waarachtige wijze heeft geuit.

Deze driedeling die Habermas aanbrengt laat goed zien dat gemeenschappelijke werkelijkheidsdefinities die in het communicatieve handelen tot stand komen betrekking hebben op drie werkelijkheidsdomeinen of wereldperspectieven, namelijk: de objectieve werkelijkheid van dingen en gebeurtenissen, de sociale werkelijkheid van geldende normen, ook wel intersubjectieve werkelijkheid, en de innerlijke werkelijkheid van intenties, emoties en behoeften, ook wel subjectieve werkelijkheid. (Kunneman, 1986) Met taalhandelingen maakt de spreker dus respectievelijk aanspraak op de objectiviteit (waarheid), intersubjectiviteit (juistheid) en subjectiviteit (waarachtigheid).

De drie geldigheidsaanspraken die Habermas definieert hebben een toetsbaar karakter. Er kan nagegaan worden welke redenen de spreker heeft om een bepaalde uitspraak te doen. Met het eerdere voorbeeld kan dit verduidelijkt worden. Stel een VN wapeninspecteur doet de uitspraak: Ik verzeker je, dat Irak massavernietigingswapens bezit. Wanneer een wapeninspecteur deze zin zou uitspreken is het waarschijnlijk dat de inspecteur daadwerkelijk verwijst naar de werkelijke stand van zaken. Aangezien de wapeninspecteur zelf in Irak onderzoek naar het wapenbezit heeft gedaan, heeft hij het normatieve recht om deze uitspraak te doen. De inspecteur is aangesteld door de VN om onderzoek te doen en doet daar dan uiteindelijk ook verslag van. Tot slot mag je verwachten dat een wapeninspecteur die aangesteld is door de VN als objectieve beoordelaar te beschouwen is. Het is dan ook waarschijnlijk dat hij zich op waarachtige wijze uit wanneer hij ons verzekert dat Irak massavernietigingswapens bezit.

In werkelijkheid heeft de VN wapeninspecteur niet met stelligheid beweerd dat Irak dat soort wapens bezit. Als we dezelfde uitspraak aan president Bush toedichten, daarbij wetende dat de wapeninspectie geen bewijs heeft opgeleverd over de aanwezigheid van massavernietigingswapens van Irak, zijn de drie geldigheidsaanspraken niet gefundeerd. Bush verwijst dan niet naar een stand van zaken die er ook daadwerkelijk is, is niet de juiste persoon om mensen te verzekeren dat er zulke wapens in Irak aanwezig zijn, omdat hij het onderzoek niet gedaan heeft, en uit zich daarbij ook nog eens onwaarachtig, omdat hij het inspectierapport daarbij negeert.

Met dit voorbeeld is duidelijk gemaakt dat het mogelijk is uitspraken te toetsen. Een toehoorder kan op basis van de drie geldigheidsaanspraken beoordelen of hij de uitspraak van de ander accepteert. De toehoorder kan vragen naar de redenen die de spreker heeft om haar geldigheidsaanspraken gefundeerd naar voren te brengen en kan daar weer tegenargumenten tegenover stellen, net zo lang tot er tussen hen een rationele overeenstemming is bereikt. (Kunneman, 1986): 219) De overeenstemming die op deze manier via communicatief handelen tot stand komt, berust daarmee dus niet op dwang of manipulatie, maar berust op een vrijwillige instemming met de kritiseerbare geldigheidsaanspraken, ook wel rationele overtuigingen genoemd (in het tweede geval van het voorbeeld is er dus geen sprake van overeenstemming over de uitspraak!). (Kunneman & Munnichs, 1998)

Uit het voorgaande vloeit de vraag voort wat rationele overtuigingen, of goede redenen, dan precies zijn. (ibid.) Hoe kunnen we nagaan dat de argumenten die gebruikt worden om overeenstemming te bereiken daadwerkelijk hout snijden? Daarvoor is nodig dat er sprake is van goede communicatie tussen mensen. Volgens Habermas kan consensus bereikt worden wanneer er sprake is van communicatieve symmetrie tussen de betrokkenen. Aan de hand van de vraag wat goede communicatie is zal dit begrip worden uitgelegd.

### 3.2.3 *Wanneer is er sprake van goede communicatie?*

Goede communicatie is communicatie die gericht is op het bereiken van overeenstemming, stelt Habermas. Communicatief handelen, als vorm van communicatie, betekent echter niet dat de betrokkenen permanent een discussie aan het voeren zijn. Over het algemeen worden geldigheidsaanspraken in het alledaagse communicatief handelen als vanzelfsprekend geaccepteerd, tegen de achtergrond van gedeelde interpretatiekaders zoals bijvoorbeeld een gedeelde culturele achtergrond. Er moet daarom onderscheid gemaakt worden tussen communicatief handelen enerzijds, waarin geldigheidsaanspraken zonder meer worden geaccepteerd, en het discours (of discussie) anderzijds, waarin problematisch geworden geldigheidsaanspraken op hun houdbaarheid worden beproefd door middel van argumenten en tegenargumenten. (Kunneman, 1986: 219) Wanneer er tijdens het communicatieve handelen problemen ontstaan rond de acceptatie van één of meerdere geldigheidsaanspraken hebben de betrokkenen de keuze uit drie wegen: (1) ze besluiten de communicatie af te breken; (2) ze kunnen overgaan van communicatief naar strategisch handelen, en daarmee de ander proberen te manipuleren; (3) zij schakelen over naar een ander niveau van communicatie, namelijk het discours, waarin geprobeerd wordt het gebroken begrip te herstellen. (Kunneman, 1986: 219-220)

Een discours is dus bedoeld om een bepaalde consensus of overeenstemming te bereiken. De vraag is hoe het communicatieproces zo kan worden ingericht dat er ook daadwerkelijk overeenstemming kan worden bereikt. Het is vooral belangrijk dat in een discours alle relevante argumenten aan bod komen. Habermas betoogt dat de kwaliteit van de communicatie alleen gewaarborgd kan worden indien er sprake is van communicatieve symmetrie tussen de betrokkenen. Communicatieve symmetrie houdt in dat er aan een aantal voorwaarden voldaan moet worden om dat te kunnen bereiken. Habermas noemt deze voorwaarden de voorwaarden voor een 'ideale gesprekssituatie'. Van een ideale gesprekssituatie is sprake indien:

- alle betrokkenen een gelijke kans hebben om een discussie te beginnen en binnen de discussie een gelijke kans hebben om argumenten naar voren te brengen en die van anderen te kritiseren;
- tussen de betrokkenen geen machtsverschillen bestaan, die zouden kunnen verhinderen dat mogelijk relevante argumenten daadwerkelijk ter tafel worden gebracht;
- alle betrokkenen zich waarachtig ten opzichte van elkaar uiten, zodat uitgesloten is dat zij elkaar ongemerkt manipuleren. (Kunneman & Munnichs (1998))

Alleen wanneer voldaan is aan deze voorwaarden kan er sprake zijn van communicatieve symmetrie tussen de betrokkenen. Om alle relevante argumenten in een discussie aan bod te kunnen laten komen

moet iedereen die interesse heeft en belang heeft bij die discussie zijn of haar argumenten kunnen laten horen. Het mag niet zo zijn dat de argumenten van iemand met meer macht daardoor meer geldigheid hebben. De argumenten die naar voren worden gebracht door de verschillende betrokkenen moeten tot slot steek houden. Om de juiste beslissingen te kunnen nemen om tot een consensus te komen is het noodzakelijk dat deze beslissingen op argumenten worden genomen die waar zijn. Wanneer één of meerdere betrokkenen onware argumenten gebruiken zal dit leiden tot een valse consensus.

Het mag duidelijk zijn dat de veronderstelde communicatieve symmetrie op allerlei manieren verstoord kan worden. Het kan bijvoorbeeld zijn dat een betrokkene verdekt strategisch handelt tijdens een discours. Een betrokkene doet dan net alsof deze communicatief handelt, maar streeft ondertussen slechts het eigenbelang na en kan proberen de anderen te manipuleren. Of er bestaan (ongemerkt) toch machtsverschillen tussen de betrokkenen. Om communicatieve symmetrie te kunnen bereiken is het erg belangrijk dat betrokkenen in een discours te vertrouwen zijn en er van uit kan worden gegaan dat zij zich gedragen naar de ideale gesprekssituatie.

### **3.3 *Van theoretisch goede communicatie naar goede communicatie in de praktijk***

In dit hoofdstuk is uitgelegd wat goede communicatie is volgens Habermas. Goede communicatie is gericht op het bereiken van overeenstemming. Overeenstemming kan alleen bereikt worden wanneer er communicatieve symmetrie bestaat tussen de betrokkenen, oftewel wanneer voldaan is aan de voorwaarden voor een ideale gesprekssituatie. Habermas maakt niet expliciet duidelijk in zijn theorie in welke settings een ideale gesprekssituatie gecreëerd kan worden. Is het bijvoorbeeld noodzakelijk dat alle betrokkenen op dezelfde tijd en op dezelfde plaats aanwezig moeten zijn om een discours te kunnen houden? Wanneer een discours een onderwerp betreft dat veel mensen aangaat uit verschillende landen, dan lijkt het vrijwel onmogelijk om alle betrokkenen face-to-face in discussie te brengen. Denk bijvoorbeeld aan de inval van de Verenigde Staten in Irak. Een dergelijke gebeurtenis heeft impact op mondiale schaal. In een dergelijke situatie is het wenselijk dat tijd en plaats overwonnen kunnen worden, zodat op mondiale schaal een discussie kan plaatsvinden.

Het WWW is bij uitstek een omgeving van tijd en plaats overwonnen kan worden en iedereen die op internet is aangesloten heeft de mogelijkheden bij te dragen aan discussies op het WWW. De opkomst van het internet heeft onderzoekers aan het denken gezet over de haalbaarheid van een ideale gesprekssituatie op het Web (zie bijvoorbeeld Drake et al, 2000; Froomkin, 2003; Heng & De Moor, 2003). Ook de opkomst van het weblog als makkelijk publicatiemiddel heeft de theorie van Habermas in verband gebracht met het internet (Mortensen & Walker, 2002; Thompson, 2003). Om de vraag te kunnen beantwoorden of de blogosphere tegemoet kan komen aan de voorwaarden voor een ideale gesprekssituatie is het nodig te kijken naar de communicatieve kenmerken van het weblog als

instrument. Het kan zijn dat bepaalde aspecten van Habermas' theorie versterkt worden door het gebruik van weblogs en anderen juist verzwakt. Het volgende hoofdstuk zal in het teken staan van de communicatieve kenmerken van weblogs die invloed kunnen hebben op de haalbaarheid van een ideale gesprekssituatie.

## 4 Het weblog als communicatiemiddel

Het weblog is een vorm van communicatie. In het tweede hoofdstuk hebben we gezien dat het weblog er op is gericht om dialoog tussen de auteur en de lezer tot stand te brengen. De technologie die gebruikt wordt zal invloed hebben op de manier waarop mensen via weblogs communiceren. Om te kunnen analyseren of er in weblogs sprake kan zijn van een ideale gesprekssituatie en wat de toepassingsmogelijkheden ervan zijn, is het belangrijk te weten op welke manier weblogs de communicatie beïnvloeden. In dit hoofdstuk zal worden nagegaan wat de aspecten van het weblog zijn die de communicatie die erin plaatsvindt bepalen. Als leidraad wordt de theorie van Van Dijk (2001) gebruikt. In zijn boek *De Netwerkmaatschappij* voegt hij de gangbare theorieën in het veld van mediatheorie samen tot een nieuw raamwerk van waaruit nieuwe media geanalyseerd kunnen worden.

### 4.1 De komst van nieuwe media

Van Dijk (2001) beschrijft een verandering van de samenleving door de komst van nieuwe communicatiewegen, de zogenaamde elektronische snelwegen. De maatschappij verschuift van een massacultuur naar een netwerkcultuur. In organisaties wordt alle automatiseringsapparatuur aan elkaar gekoppeld in netwerken en ook in huishoudens zullen in de komende tien jaar apparaten voor communicatie, zoals de telefoon, computer, televisie, video en audio gekoppeld worden tot netwerken.

Er wordt wel gesproken van een nieuwe communicatierevolutie met de komst van nieuwe communicatietechnologie. Van Dijk vraagt zich af wat er nieuw is aan 'nieuwe media' en waarom er sprake is van een 'revolutie'. Om van een revolutie te kunnen spreken dienen er volgens hem "*structurele veranderingen of kwalitatieve technische verbeteringen* op het gebied van de mediacommunicatie plaats te vinden." (p.15) Van Dijk maakt op basis van voorgaande communicatierevoluties onderscheid in structurele en technische communicatierevoluties. Bij structurele communicatierevoluties treedt er een verandering op in de coördinaten van ruimte of plaats en tijd. Dat wil zeggen dat er media zijn die er voor zorgen dat communicatie gebonden is aan een bepaalde plaats, maar dat er ook media zijn die een bepaalde afstand kunnen overbruggen. Datzelfde geldt ook voor tijd. Bepaalde media zijn gebonden aan dezelfde tijd, anderen kunnen tijd juist overbruggen. De telefoon is bijvoorbeeld een medium dat tijdgebonden is, maar de plaats kan overbruggen. De eerste structurele communicatierevolutie van de mens was de overgang van het gebruik van plaatsgebonden naar plaatsoverstijgende en van tijdgebonden naar tijdoverstijgende media. Denk bijvoorbeeld aan het gebruik van rooksignalen of grottekeningen. De uitvinding van het schrift was de volgende structurele communicatierevolutie, waarmee de mens zowel tijd- als plaatsoverbruggend kon communiceren. De meest recente communicatierevolutie, de komst van informatie- en communicatietechnologie (ICT) is volgens Van Dijk ook een structurele communicatierevolutie omdat het onderscheid tussen plaats-/tijdgebonden en plaats-

/tijdoverbruggende media opgeheven wordt. Nieuwe media kunnen voor beide toepassingen gebruikt worden.

Een technische communicatierevolutie vindt plaats wanneer er sprake is van een fundamentele verandering in de samenstelling van verbindingen, kunstgeheugens en/of de reproductie van hun inhoud. Een voorbeeld van een technische communicatiereproductie is de uitvinding van de boekdrukkunst, dat een revolutionaire ontwikkeling in de reproductie van het schrift betekende. De daaropvolgende technische revolutie is de uitvinding en aanleg van draad- en straalverbindingen op grote afstand, de komst van nieuwe, analoge kunstgeheugens (zoals foto en grammofoonplaat) en nieuwe reproductietechnieken. De meest recente technische communicatierevolutie is die van de komst van digitale kunstgeheugens en digitale transmissie en reproductie. We spreken dan ook wel van 'digitale revolutie'. Belangrijk om op te merken is dat de uitvindingen van deze technieken al in de afgelopen dertig jaar zijn gedaan en dat introductie op massaschaal een proces is dat misschien nog wel tot 2040 kan duren.

Het nieuwe van de huidige structurele en technische communicatierevolutie zit volgens Van Dijk niet in de verkleining van de afstand of tijd en ook niet doordat mensen in een mum van tijd met iedereen over de hele wereld kunnen communiceren. De kern van de huidige revolutie vat Van Dijk samen in de termen integratie en interactiviteit. De belangrijkste structurele wijziging in nieuwe media is de integratie van tele-, data-, en massacommunicatie in één enkel medium. Daarom worden deze media ook wel multimedia genoemd. Het integratieproces van tele-, data- en massacommunicatie wordt mogelijk door twee technieken: ten eerste door een algehele digitalisering van gegevens, ten tweede door een breedbandige transmissie via glasvezelkabels, satellieten en andere optische technieken zoals lasers. Deze laatste techniek is relevant voor de integratie van massacommunicatie.

Een tweede structurele verandering in de huidige communicatierevolutie is volgens Van Dijk de komst van interactieve mediacommunicatie. De traditionele media (radio, tv, audio) worden gekenmerkt door eenzijdige communicatie. Telefoon en telegraaf zijn geschikt voor communicatief arme tweezijdige communicatie. Nieuwe media kenmerken zich door *“een verschuiving naar tweezijdige en zelfs meerzijdige communicatie, die bovendien potentieel veelzijdig en rijk is door de integratie van geluid, tekst/gegevens en beelden.”*(p.17)

#### 4.1.1 *Mate van interactiviteit*

Nieuwe media worden ook wel interactieve media genoemd. Van Dijk komt met vier niveaus van interactiviteit die de kwaliteit van interactie duiden. Belangrijk element van deze vier niveaus van

interactiviteit is dat ze cumulatief zijn. Dat betekent dat het hoogste niveau van interactiviteit niet te bereiken is zonder dat er sprake is van de eerste drie niveaus.

Het eerste niveau is de mogelijkheid van twee- of meerzijdigheid in het communicatieverkeer. Dit is een ruimtelijke dimensie, omdat er een verbinding moet zijn tussen de interactoren die hen in staat stelt tot actie en reactie. Een voorbeeld hiervan is e-mail. Het tweede niveau van interactiviteit is synchroniciteit, de dimensie van tijd. Hierbij gaat Van Dijk ervan uit dat opeenvolging van actie en reactie zonder tijdsonderbreking de kwaliteit van de interactie doorgaans ten goede komt. Sommige nieuwe media, zoals e-mail, worden juist vanwege hun asynchroniciteit benut. Dit soort media zijn op meerdere tijden en plaatsen te gebruiken en er kan beter nagedacht worden over een reactie. Het derde niveau van interactiviteit is de mate van controle door de interactoren. Deze mate wordt in eerste instantie bepaald door de mogelijkheid gedurende de interactie van zender en ontvanger te wisselen. In tweede instantie wordt de mate van controle bepaald door de greep op de inhoud van de interactie. Telefoongesprekken kunnen dit derde niveau bereiken. Het vierde niveau van interactie, en tevens het hoogste niveau, zijn acties en reacties met begrip van context en betekenissen. Volgens Van Dijk is dit niveau van interactiviteit beperkt tot de communicatie van mensen en dieren met een bewustzijn. Dit niveau is volgens hem tot nu toe niet bereikt bij de interactie tussen mensen en apparaten of media.

#### *4.1.2 Informatieverkeerspatronen*

Naast de niveaus van interactiviteit kan er, in het geval van twee- of meerzijdige communicatie, gekeken worden naar de patronen van het verloop van communicatie. Van Dijk gebruikt in zijn boek de typologie van de vier informatieverkeerspatronen van Bordewijk en Van Kaam, te weten allocutie, consultatie, registratie en conversatie. Deze typologie geeft goed aan welke structuren in de communicatie zijn te onderscheiden en welke machtsaspecten een rol spelen in de communicatie.

Een allocutief verkeerspatroon is de gelijktijdige verspreiding van informatie over een collectief van decentrale eenheden, door een centrum dat zowel de bron als de bepaler (van het onderwerp, het tijdstip en het tempo) van deze informatie is. Dit patroon heeft in de twintigste eeuw het meest aan belang gewonnen. Traditionele media (radio en televisie) hebben een grote coördinerende functie gekregen doordat ze met hun allocutief patroon passen in de schaalvergroting en massificatie van deze eeuw.

Consultatie is het raadplegen van informatie bij een centrum door (voornamelijk) individuele decentrale eenheden waarbij dit centrum de bron is en de decentrale eenheid de bepaler (van een kiesbaar onderwerp, tijdstip en tempo). Voorbeelden van oude consultatieve media zijn boek, krant,

tijdschrift, radio en video. Nieuwe consultatieve media zijn teletekst, elektronische databanken, kabelkrant en bestel-tv.

Registratie is het verzamelen van informatie door een centrum, dat het onderwerp, het tijdstip en het tempo bepaalt, bij een of meer decentrale eenheden die de bron (kunnen) zijn van deze informatie en eveneens het initiatief tot informatieoverdracht kunnen geven. Voorbeelden hiervan zijn enquêtes, verkiezingen, examens en nieuwsgaringen. In oude media of registratie- en ondervragingsinstrumenten is het centrum meestal ook de initiatiefnemer of de vrager van de informatieoverdracht. De nieuwe media bieden meer kansen voor een registratie door een centrum op initiatief van decentrale eenheden. Te denken valt dan aan elektronische reserveringen, telewinkelen en telebankieren. Het omgekeerde is ook mogelijk, dat registratie geschiedt op initiatief van het centrum zonder vrijwillige toestemming van de decentrale eenheden. Van Dijk noemt als voorbeelden bewaking op afstand (elektronische huisarrest) en onbekend of ongewild gebruik van persoonsgegevens.

Conversatie is tot slot het uitwisselen van informatie door twee of meer decentrale eenheden zonder centrum maar met een medium – dit kan alleen spraak zijn volgens Van Dijk – waarbij deze eenheden onderling het onderwerp, het tijdstip en het tempo bepalen. Oude media voor conversatie (telegraaf en telefoon) boden slechts ruimte aan spraak en ruimte voor een geringe hoeveelheid gegevens. Lokale computernetwerken en digitale datacommunicatie via telefoonlijnen hebben veel meer mogelijkheden van data- en tekstverkeer (denk aan de komst van breedband internetaansluitingen). Nieuwe media voegen hier de mogelijkheid tot het combineren van verschillende typen communicatie (tekst, spraak, beeld) in één bericht.

Van Dijk geeft antwoord op de vraag of er met recht gesproken kan worden van een communicatierevolutie door te stellen dat het ontstaan van geïntegreerde netwerken een samenvoeging impliceert van allocutie, consultatie, registratie en conversatie in één enkel medium. Gevolg is dat dit medium zo'n groot gewicht krijgt in de maatschappelijke communicatie dat men met recht kan spreken van een communicatierevolutie. De ontwikkeling van de vier informatieverkeerspatronen betekent een verschuiving van de communicatiepatronen in de richting van decentrale eenheden. Deze beweging gaat van allocutie naar consultatie, registratie en conversatie. De mogelijkheden en werkelijkheden van nieuwe media betekenen volgens Van Dijk een revolutie in de gemedieerde en ook de algehele communicatie van de maatschappij. *“Voor het eerst in de geschiedenis stellen de interactieve en geïntegreerde media ons in staat een serieuze afweging te maken tussen face-to-face en mediacommunicatie bij een hele reeks van sociale activiteiten.”* (p.21)

#### 4.1.3 *Communicatiecapaciteiten*

Naast de interactiviteit en de informatieverkeerpatronen komt Van Dijk met een begrippenkader voor de communicatiecapaciteiten van nieuwe media. In het verleden is er veel onderzoek gedaan naar de mogelijkheden en beperkingen van mediacommunicatie in vergelijking met face-to-face communicatie. Van Dijk vat de verschillende theorieën kort samen om dan tot een geïntegreerde benadering te komen.

In de verschillende soorten onderzoek naar media zijn twee benaderingen te onderscheiden. Aan de ene kant staat het onderzoek dat zich richt op de objectieve kenmerken van media. Het accent ligt bij dit soort onderzoek op de beperkingen van media ten opzichte van face-to-face communicatie. Verschillende begrippen komen bij dit type onderzoek naar voren. Short, William en Christie komen met de term ‘social presence’, waarbij de nadruk wordt gelegd op de beperking van media om sociabiliteit, warmte en persoonlijk informatie over te brengen. Kiesler en anderen hebben hier de term ‘reduced social context cues’ aan mee gegeven. Daft en Lengel hebben het begrip ‘information richness’ geïntroduceerd. Volgens hen zijn er vier objectieve eigenschappen van media te onderscheiden, namelijk feedbackcapaciteit (dit kan onmiddellijk, snel of langzaam zijn), gebruikt kanaal (via audio of visueel gericht), aard van de bron (persoonlijk of onpersoonlijk) en de rijkdom van de taal (hieronder vallen zowel gesproken en geschreven taal als lichaamstaal).

Als reactie op onderzoek naar de objectieve kenmerken van media komt er in de tweede helft van de jaren tachtig meer aandacht voor de subjectieve kenmerken van mediacommunicatie. Er bleek namelijk dat media die slecht zijn in sociale aanwezigheid of informatierijkdom, zoals e-mail, vaak gebruikt te worden voor sociaal-emotionele (zelfs erotische) communicatie. Steinfield en Fulk ontwikkelden de ‘social information processing model’. Uitgangspunt bij dit model is hoe media daadwerkelijk gebruikt worden en hoe men in de informatieverwerking de eigenschappen van media (inter)subjectief vormgeeft. Een vergelijkbare benadering is die van Walther met zijn ‘relational perspective’. Volgens hem worden media verschillend gebruikt in relatie tot bepaalde functies en contexten. Communicatie via computernetwerken benadert na verloop van tijd de kwaliteit van face-to-face communicatie, omdat de gebruikers ervan creatief zijn. Het onderzoek van Spears, Lee en Postmes ondersteunt de bevindingen van Walther. Zij introduceren het begrip ‘social identity theory’. Hun theorie gaat ervan uit dat mediacommunicatie na verloop van tijd face-to-face communicatie benadert omdat mensen hun hele sociale, culturele en persoonlijke identiteit meenemen als zij in een computernetwerk communiceren. Communicatie is niet minder sociaal en onpersoonlijk in computernetwerken omdat bepaalde informatie niet doorkomt, maar juist meer sociaal en persoonlijk omdat persoonlijkheid en groepsidentiteit bij gebrek aan bepaalde signalen juist geaccentueerd worden.

Van Dijk stelt een geïntegreerde benadering voor waarin zowel de objectieve als de (inter)subjectieve kenmerken van media aan bod komen. Uitgangspunt daarbij zijn de structurele, min of meer objectieve eigenschappen van media. Volgens Van Dijk is het niet juist te veronderstellen dat media geen objectieve kenmerken hebben. “Media hebben wel degelijk bepaalde mogelijkheden en beperkingen die niet geheel (inter)subjectief opgeheven kunnen worden.” (p.24) Van Dijk stelt voor deze kenmerken communicatiecapaciteiten te noemen, omdat dit begrip zowel de connotatie heeft van moeilijk te veranderen objectieve kenmerken, als van de (inter)subjectieve te benutten potentiële eigenschappen. Op negen communicatiecapaciteiten kunnen oude en nieuwe media met elkaar vergeleken worden: snelheid, bereik, opslagcapaciteit, nauwkeurigheid, selectiviteit, interactiviteit, stimulusrijkdom, complexiteit en privacybescherming. Elk van deze capaciteiten kunnen hoog, midden of laag scoren.

Eén van de grootste toegevoegde waarde van nieuwe media is de *snelheid* waarmee over grote afstand gecommuniceerd kan worden. Van Dijk stelt dat dit de belangrijkste reden is voor de populariteit van nieuwe media. Het geografische en sociale *bereik* van nieuwe media is in potentie zeer groot. In principe kan de hele wereld straks verbonden zijn via netwerken van tele-, data- en massacommunicatie. Het daadwerkelijke sociale bereik loopt echter nog ver achter. Op wereldniveau is slechts een minderheid aangesloten op het internet.

Nieuwe media hebben hun basis in informatie- en communicatietechnologie. Daarom hebben nieuwe media een grote en snel groeiende *opslagcapaciteit*. In digitale media kan meer inhoud worden opgeslagen dan bijvoorbeeld in gedrukte media en de analoge omroepmedia. Bij face-to-face communicatie is de opslagcapaciteit minder, omdat het menselijk geheugen beperkt is. De *nauwkeurigheid* van overgedragen informatie is ook groter dan in vergelijking met de telefoon en face-to-face communicatie. Signalen via de telefoon en face-to-face zijn vaak voor meerdere uitleg vatbaar. Gedrukte media zijn van oudsher ook nauwkeurig, maar nieuwe media voegen daar nog de exactheid van data en de informativiteit van beelden aan toe.

De *selectiviteit* van nieuwe media is volgens Van Dijk misschien wel de sterkste capaciteit. In face-to-face communicatie van groepen is deze capaciteit vrij laag. Andere media, zoals gedrukte media en omroepen, zijn zeer ongericht. Telefoon is het eerste volledig selectieve medium, dat wil zeggen dat door een nummer te draaien het duidelijk is aan wie de communicatie is gericht. De nieuwe media vergroten de selectiviteit door de mogelijke automatische contactlegging, verzending en ontvangst en door hun interactiviteit.

De *interactiviteit* van nieuwe media benadert niet die van face-to-face communicatie, waarbij op elk moment van rol kan worden gewisseld in een gesprek. Een nieuw medium als e-mail haalt het tweede

niveau van interactiviteit, synchroniciteit, niet. Ook al kan de uitwisseling van e-mail zeer snel zijn (denk aan automatische berichtgeving wanneer een e-mail is ontvangen), in de meeste gevallen zit er een aanzienlijk tijdsverschil tussen het versturen van een mail en de reactie daarop.

De meeste *stimulusrijkdom* in de communicatie vindt plaats in face-to-face contact. Ondanks dat een beeldtelefoon erg veel lijkt op een face-to-face gesprek blijft dit een stimulusarm medium voor de menselijke zintuigen. Desondanks wordt de telefoon door westerse mensen wordt gewaardeerd als persoonlijk medium. Van Dijk vindt hiervoor een verklaring in het belang van spraak in de communicatie en aan de context waarin dit medium wordt gebruikt: als vervanging voor en aanvulling van face-to-face communicatie. Multimedia bieden een grotere stimulusrijkdom in allerlei combinaties van beeld, geluid, en tekst.

De *complexiteit* van activiteiten die via computernetwerken op afstand verricht kunnen worden is niet hoog. Nieuwe media zijn geschikt voor contacten leggen en onderhouden, vragen stellen en informatie uitwisselen, maar minder geschikt voor complexe taken als het begeleiden van personeel, onderhandelen of conflicten oplossen. Zelfs de telefoon is daar een beter middel voor. Van Dijk definieert complexiteit daarmee als de capaciteit van het medium om handelen te coördineren. Complexiteit kan echter ook nog op een andere manier opgevat worden, wat straks een beter begrip kan geven van de communicatiecapaciteiten van weblogs. De complexiteit van de inhoud die in een medium overgebracht kan worden kan ook verschillen. Nieuwe media die zich moeten beperken tot tekstuele overdracht, bijvoorbeeld chat, kunnen geen complexe informatie overbrengen. Toevoeging van beeld, bijvoorbeeld door illustraties of grafieken, zal deze vorm van complexiteit enorm verhogen. In dit onderzoek wordt er dus een onderscheid gemaakt tussen de *handelingscomplexiteit* van Van Dijk, en wordt dit uitgebreid met het begrip *informatiecomplexiteit*.

Tot slot noemt Van Dijk de *privacybescherming*. Dit is volgens hem één van de belangrijkste nadelen van on line nieuwe media. Face-to-face communicatie kan makkelijk en in hoge mate afgezonderd worden, waardoor vertrouwelijkheid en intimiteit gewaarborgd zijn. Nieuwe media bieden minder privacybescherming dan in vergelijking met bijvoorbeeld de traditionele telefoon.

Om straks de communicatie in weblogs volledig te kunnen analyseren mist er nog één element in de communicatiecapaciteiten van Van Dijk. Naast de uitbreiding van het begrip *informatiecomplexiteit* zal de terminologie die hij gebruikt aangevuld worden met het begrip mate van *controle* over het kanaal. Verschillende communicatiekanalen brengen een andere mate van controle over het kanaal met zich mee. Een webpagina wordt over het algemeen gemaakt en beheerd door een persoon of een organisatie die volledige controle heeft over de inhoud van de pagina. Bij een forum, waar iedereen

die zich aanmeldt mee kan discussiëren, is de mate van controle over de inhoud vele malen lager dan in het eerste geval.

#### **4.2 *Het weblog in communicatieve termen***

Na de uiteenzetting van de termen die Van Dijk geeft voor communicatieve aspecten van nieuwe media kunnen we het weblog in deze termen gaan beschrijven. Daarbij wordt het weblog vergeleken op interactiviteit, informatieverkeerspatroon en communicatiecapaciteiten ten opzichte van drie andere communicatiekanalen op het internet. Door het weblog te vergelijken met deze andere communicatiekanalen kan duidelijk worden gemaakt wat anders is aan het weblog. De drie communicatiekanalen die hier worden gebruikt ter vergelijking zijn: traditionele webpagina's, fora en chat. Dit zijn drie vormen van communicatie die via het WWW toegankelijk zijn voor iedereen die op het internet is aangesloten. Onder traditionele webpagina's worden pagina's verstaan die vooral bestaan uit informatie, zoals bedrijven zich veelal presenteren op het internet met informatie over bedrijfsstrategie en -visie met vermelding van adres en telefoonnummer. De traditionele webpagina's zijn veelal statische webpagina's. Internet fora zijn pagina's waar mensen, vaak anoniem, bij kunnen dragen aan discussies over een bepaald onderwerp. Chat is een communicatiemiddel waarbij via tekst een gesprek gevoerd wordt. Dit kan van persoon tot persoon zijn, maar kan ook gebeuren met een groep mensen. Op internet zijn er tal van zogenaamde chatboxen waar internetgebruikers in kunnen loggen en 'meepraten' met de andere personen die aanwezig zijn in de 'chatroom'. Net als bij fora wordt ook bij chatten vaak gebruik gemaakt van een pseudoniem, ook wel nickname, waardoor de conversatie een anoniem karakter krijgt.

##### **4.2.1 *Interactiviteit en informatieverkeerspatronen bij weblogs***

Uitgaande van de in de huidige literatuur gangbare definitie van het weblog (regelmatig nieuwe entries, voorzien van datum, afgebeeld in omgekeerd chronologische volgorde) hoeft de interactiviteit van een weblog nog niet eens het eerste niveau van interactiviteit te bereiken dat Van Dijk onderscheidt. Er zijn veel webpagina's die doorgaan voor een weblog en niet de intentie hebben om de dialoog aan te gaan. In sommige gevallen bestaat een weblog puur uit zelf geschreven tekst (misschien aangevuld met eigengemaakte foto's), net zoals de tekst van dit document. In die gevallen is er geen interactiviteit met de auteur. Wanneer er geen enkele mogelijkheid is om te reageren op een weblog, al is het maar door het noemen van een e-mail adres of een telefoonnummer, is er nog niet eens sprake van tweeweg communicatie en is het weblog ook niet interactief te noemen. In deze vorm kan een weblog dus niet als een nieuw medium worden beschouwd in termen van Van Dijk (2001). Het weblog in deze vorm heeft dan puur een consultatief karakter. Door publicatie op het weblog, het centrum, komt er informatie beschikbaar wat gelezen kan worden door anderen, decentrale eenheden, wanneer het hun schikt en waar ter wereld ze dan maar wonen. Dit is een belangrijk verschil ten

opzichte van radio en televisie, die het allocutieve patroon volgen. Deze media bepalen de plaats waar en het tijdstip waarop de ontvanger de communicatie ontvangt.

Om een nieuw en interactief medium te zijn is het aanbieden van een e-mail adres voor het opnemen voor contact al voldoende. De mogelijkheid voor tweezijdige communicatie is door middel van het aanbieden van een e-mail adres gecreëerd. Dat betekent echter nog niet dat er ook daadwerkelijk tweezijdige communicatie plaatsvindt. Het informatieverkeerpatroon verandert door het aanbieden van een e-mail adres niet zolang de auteur van het weblog origineel werk schrijft en niet naar andere bronnen verwijst. Een voorbeeld van zo'n weblog kan zijn een poëzie-weblog, waar een dichter zijn eigen gedichten publiceert. Dit soort verschijningsvormen van weblogs zijn echter vanuit de definitie die in het tweede hoofdstuk geen weblog te noemen.

De mate van interactiviteit van een weblog zal in de terminologie van Van Dijk (2001) niet verder kunnen komen dan het eerste niveau. Het tweede niveau dat hij onderscheidt is namelijk synchroniciteit. Hoeveel middelen er op een weblog ook worden ingezet om de communicatie tussen auteur en lezer te bevorderen, communicatie via een weblog verloopt asynchroon. Er zit tijd tussen het reageren via de e-mail of commentaarfunctie en het antwoord wat de weblogger daar (al dan niet) op geeft.

Toch kan een weblog veel interactiever zijn dan een standaard internetpagina. Standaard webpagina's, zoals de meeste bedrijven hebben, zijn statische pagina's. Meestal wordt de interactiviteit beperkt tot een e-mail adres voor meer informatie en contactgegevens van de organisatie. Om te bepalen tot welk genre van het internet het weblog thuis hoort, vergelijken Herring et al. (2004) in hun onderzoek het weblog op drie dimensies: regelmaat van update, symmetrie van de communicatieve uitwisseling en mate van multimedialiteit. Ze positioneren het weblog op een continuüm tussen standaard webpagina's en asynchrone computer gemedieerde communicatie (CMC), zoals discussiefora in. Standaard webpagina's worden maar weinig geüpdate, weblogs doorgaans enkele malen per week en discussiefora iedere keer wanneer iemand een boodschap publiceert. De mate van symmetrie is bij standaard webpagina's zeer laag, er is een groot verschil in controle over het medium tussen de auteur en de lezer. Bij discussiefora is er juist sprake van hoge mate van symmetrie, omdat iedereen in principe deel kan nemen aan de discussie. Weblogs met de mogelijkheid tot commentaar geven een beperkte mogelijkheid aan de lezers om bij te dragen, maar ook de controle over het commentaar ligt bij de auteur. Herring et al. (2004) komen tot de slotsom dat hoewel weblogs vrijelijk multimedia kunnen toepassen, zoals op standaard webpagina's veel gebeurt, blogs met name tekstgebaseerd blijven met hier en daar multimediale aanvullingen (denk aan het toevoegen van foto's). Discussiefora, en andere vormen van CMC, zijn daarentegen volledig tekstueel georiënteerd.

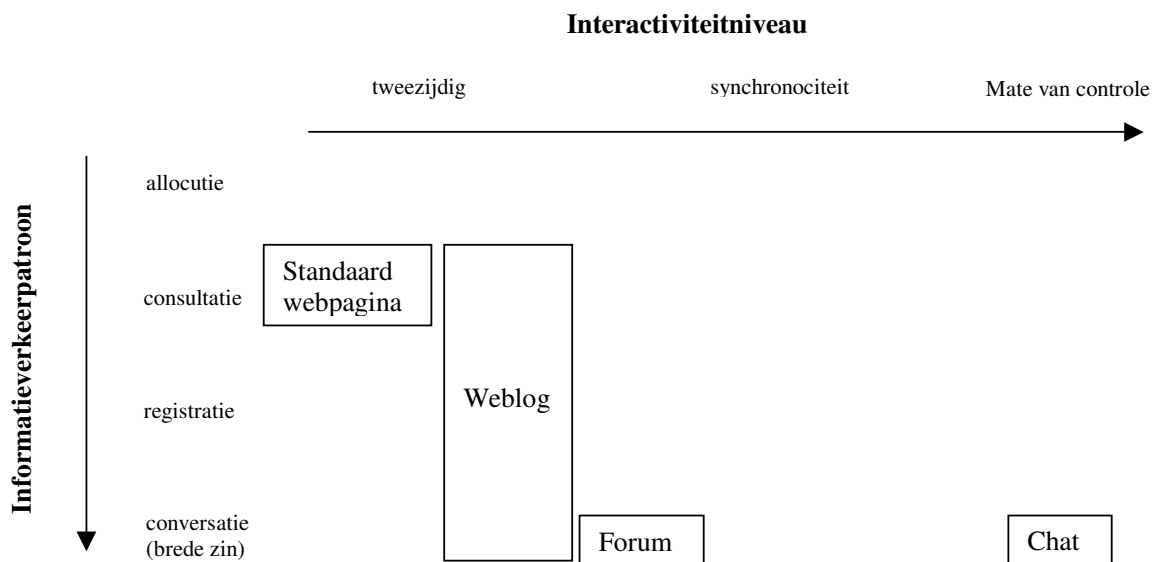
De interactiviteit van een weblog mag dan beperkt zijn ten opzichte van een synchroon medium zoals chat, ten opzichte van standaard webpagina's is er wel een verschuiving te zien in het informatieverkeerspatroon. Volgens Van Dijk (2001) treedt registratie op wanneer een centrum informatie verzamelt bij meerdere decentrale eenheden (bronnen) die ook het initiatief tot informatieoverdracht kunnen geven. De eerste typen weblogs waren met name filters voor het web. De blogger, het centrum, verzamelde links naar andere pagina's op het internet, decentrale eenheden. Daarmee fungeerden de eerste blogs als een soort nieuwsgarende webpagina. De bronnen waar aan gerefereerd worden in het weblog, zijn zelf vaak ook weer bloggers, een ander centrum, die weer naar andere bronnen verwijst. Zo ontstaat een netwerk van webloggers die bronnen verzamelen, verwijzen naar interessante webpagina's en waarin enige overlap zal plaatsvinden. Ondanks dat Herring et al. (2004) in hun onderzoek constateren dat er in hedendaagse weblogs minder gelinkt wordt dan dat webloggers denken, zijn er toch genoeg weblogs die nog onder de noemer vallen van de 'linklog'. Zeker onder de bloggers die het weblog voor hun beroep gebruiken is het refereren aan elkaar gemeengoed. Er zijn bijvoorbeeld veel academici en hoger opgeleiden onder de bloggers, die hun ideeën aan proberen te scherpen middels het bloggen.

Het laatste informatieverkeerspatroon dat Van Dijk (2001) noemt is de conversatie, het uitwisselen van informatie door decentrale eenheden zonder centrum, maar met een medium. Dit medium kan volgens Van Dijk alleen maar spraak zijn, omdat de eenheden onderling het onderwerp, het tijdstip en het tempo bepalen. Nieuwe media zullen dit vooral versterken door de komst van digitale netwerken die een veel grotere capaciteit hebben dan de analoge netwerken voor telefonie. Van Dijk definieert conversatie, door zich te beperken tot spraak, zeer smal. Bij de omschrijving van nieuwe media kan dit problemen opleveren. Hoe zou bijvoorbeeld het medium 'chat' moeten worden gepositioneerd? Chatten is juist een vorm van communicatie waarbij de personen die tegelijkertijd aanwezig zijn, het onderwerp onderling bepalen (al dan niet vooraf afgesproken via andere communicatiekanalen) en ook het tempo van het gesprek bepalen. Daarmee kan chatten wel degelijk gezien worden als een vorm van conversatie. Daarnaast gaat Van Dijk ervan uit dat conversatie synchroniciteit veronderstelt. Maar kan een conversatie ook asynchroon verlopen? Zijn de discussies die in internetfora plaatsvinden dan geen vorm van conversatie?

Donath et al. (1999) gaan er vanuit dat conversaties ook asynchroon kunnen verlopen. Zij noemen als één van de voordelen van asynchrone conversatie de blijvendheid van de conversatie doordat de inhoud van bijvoorbeeld nieuwsgroepen wordt gearchiveerd. Donath et al. (1999) hebben dus een bredere opvatting over het begrip van conversatie. De smalle opvatting van conversatie door Van Dijk (2001) biedt te weinig ruimte om de communicatie via een weblog te kunnen begrijpen. In zijn terminologie komt een weblog niet verder dan registratie. Echter, door toevoeging van commentaarfunctie kan er wel degelijk een, weliswaar asynchrone, conversatie ontstaan tussen de

auteur en de lezer. Om het weblog als communicatiemiddel te kunnen begrijpen wordt in de rest van dit onderzoek uitgegaan van een brede opvatting van het begrip conversatie.

Om de positie van het weblog ten opzicht van andere nieuwe media nog duidelijker te maken is in figuur 3 het bovenstaande visueel samengevat.



Figuur 3. De positie van het weblog ten aanzien van het interactiviteitsniveau en informatieverkeerspatroon in verhouding tot andere communicatievormen op het internet.

Figuur 3 laat goed zien dat het weblog de afstand tussen de standaard webpagina en het forum overbrugt, zoals Herring et al (2004) concluderen. Zij betogen dat het weblog technisch gezien een brug vormt tussen standaard webpagina's en asynchrone computer gemedieerde communicatie, waaronder het forum valt. Deze figuur laat ook zien dat het weblog als communicatiemedium als een nieuw medium gezien kan worden, omdat het drie informatieverkeerspatronen in zichzelf verenigt.

#### 4.2.2 *Communicatiecapaciteiten van het weblog*

Van Dijk heeft negen communicatiecapaciteiten van nieuwe media omschreven. Hij vergelijkt deze capaciteiten van nieuwe media met traditionele media, zoals de telefoon, gedrukte media en de omroep. Nieuwe media is een zeer algemene term en binnen nieuwe media zijn er ook verschillen te zien ten aanzien van de communicatiecapaciteiten. Internet is het nieuwe medium waarin chat, fora, webpagina's en weblogs zich afspelen. Het is belangrijk om een onderscheid te maken tussen het medium (internet) en het kanaal (chat, fora, webpagina's of weblogs) waarlangs communicatie plaatsvindt. Aangezien het communicatiemedium voor de verschillende communicatiekanalen gelijk

is, kunnen we een aantal van de capaciteiten die Van Dijk noemt in één keer behandelen. De snelheid, het bereik, de opslagcapaciteit en de nauwkeurigheid zijn voor alle genoemde communicatiekanalen gelijk, namelijk hoog, om dat ze allemaal via het internet en computernetwerken lopen.

De communicatiecapaciteiten die in de rest van deze paragraaf worden behandeld zijn: selectiviteit, interactiviteit, stimulusrijkdom, complexiteit, privacybescherming en controle.

Met selectiviteit wordt bedoeld of de communicatie duidelijk te richten is aan één of meerdere personen. Voor chat is de selectiviteit hoog, omdat er net als bij de telefoon gericht contact wordt opgenomen met de ander. Ook wanneer ingelogd wordt in een chatbox is duidelijk hoeveel personen aanwezig zijn en de communicatie, het chatten, is alleen gericht aan de mensen die ook zijn ingelogd. Fora zijn minder selectief dan chatkanalen. Fora zijn in principe voor iedereen toegankelijk, maar ze zijn echter wel onderwerp gerelateerd. Daardoor zullen alleen mensen deelnemen aan de discussie die geïnteresseerd zijn in dat onderwerp. Hoewel de discussies wel voor iedereen te lezen zijn, is het meestal wel nodig om via een gebruikersnaam in te loggen om zelf te kunnen publiceren. Het onderwerp dient dus als een filter om mensen die daarin geïnteresseerd zijn bij elkaar te brengen op het internet. De selectiviteit van een webpagina is laag. De informatie op een webpagina is voor iedereen met internetaansluiting toegankelijk. Ook van weblogs is de selectiviteit laag. Het komt uiteraard voor dat weblogs alleen toegankelijk zijn voor een selecte groep mensen, maar over het algemeen zijn weblogs openbaar toegankelijk op internet.

De interactiviteit van de verschillende communicatiekanalen is reeds uitgebreid behandeld in de vorige paragraaf. Nog even kort samengevat bereikt chat het derde niveau van interactiviteit, waarbij er sprake is van twee- of meerzijdige communicatie (eerste niveau), synchroniciteit (tweede niveau) en controle over de interactie (derde niveau). Fora, webpagina's en weblogs blijven steken op het eerste niveau van interactiviteit, namelijk twee- of meerzijdige communicatie.

De stimulusrijkdom van chat als communicatiekanaal is zeer beperkt, omdat er alleen sprake is van uitwisseling van tekst. Door toevoeging van figuurtjes die een bepaalde emotie uitdrukken, de zogenaamde 'emoticons', wordt geprobeerd de communicatie nog enigszins te verrijken. Het blijft echter een uitwisseling van symbolen. Ook een internetforum bestaat voornamelijk uit tekstuele uitwisseling, waardoor de stimulusrijkdom van dit kanaal ook laag is. Bij een webpagina kan de stimulusrijkdom, beschouwd binnen de beperkingen die gemedieerde communicatie met zich meebrengt, zeer hoog zijn. Tekst, foto's en videobeelden kunnen samengevoegd worden op een webpagina, en dat wordt ook veelvuldig toegepast. Voor een weblog geldt dat in principe de stimulusrijkdom ook hoog kan zijn, het is immers een bepaalde verschijningsvorm van een webpagina. Het onderzoek van Herring et al (2004) wees echter uit dat de multimediale toepassingen op weblogs

nog achterblijven ten opzichte van standaard webpagina's. Een hoge stimulusrijkdom in weblogs zorgt er echter wel voor dat er meer persoonlijkheid in naar voren komt. Een bezoeker van een weblog krijgt een ander beeld van de auteur dan van een naam gekoppeld aan een commentaar in een forum. (Wrede, 2003)

Wat betreft de handelingscomplexiteit is chat is het enige communicatiekanaal dat nog enige complexiteit van activiteiten aankan. Doordat de communicatie via chat synchroon verloopt kunnen de betrokkenen hun handelen enigszins coördineren, maar hoog is de complexiteit niet. Voor fora, webpagina's en weblogs geldt dat de handelingscomplexiteit laag is. Door de asynchroniciteit is het vrijwel onmogelijk om het handelen op elkaar aan te laten sluiten via deze communicatiekanalen.

In de informatiecomplexiteit is er wel duidelijk verschil te zien tussen de verschillende communicatiekanalen. Voor chat is deze communicatiecapaciteit laag. Chat is een snel kanaal, dat wil zeggen dat er snel korte zinnen worden uitgewisseld tussen de betrokkenen. Tijd om lange stukken te typen is er niet. Wanneer er een lange stilte valt, omdat er getypt wordt, komt al snel de vraag of de ander nog wel aanwezig is. Ook het technische ontwerp van het chat-schermbereik werkt korte reacties in de hand. Meestal zijn er maar enkele regels zichtbaar van de eigen geschreven tekst. Daardoor en door de synchroniciteit van het kanaal, is de informatiecomplexiteit voor chat laag. Voor een forum geldt, dankzij de asynchroniciteit van de communicatie, dat een deelnemer aan een onderwerp meer tijd heeft om zijn aandeel te schrijven. De complexiteit van een antwoord op bijvoorbeeld een vraag in een forum kan hoger zijn dan bij chat. De communicatie in fora blijft echter met name tekstgebaseerd, waardoor complexe onderwerpen vaak niet visueel weergegeven worden in fora. Bij webpagina's is deze mogelijkheid groter. Door gebruik te maken van afbeeldingen, tabellen, grafieken en videomateriaal kunnen webpagina's een grote mate van informatiecomplexiteit aan. Dit zelfde geldt ook voor weblogs.

Dan dienen we nog te kijken naar de privacybescherming van de verschillende communicatiekanalen. Aan de ene kant maken alle besproken communicatiekanalen gebruik van internet als communicatiemedium. Internet als nieuw medium scoort volgens Van Dijk gemiddeld op privacybescherming. Dit betekent echter nog niet dat er geen verschillen in privacybescherming zijn voor de verschillende communicatiekanalen. Voor chat en fora geldt dat de privacybescherming redelijk hoog is. Het gebruik van deze communicatievormen gebeurt vaak met het gebruik van pseudoniemen. Persoonlijke gegevens hoeven meestal niet gegeven te worden, hooguit een gebruikersnaam en een e-mailadres. Daarbij kan een pseudoniem worden opgegeven en ook een e-mailadres hoeft niet de werkelijke naam gebruikt te worden. Daarmee wordt het dus vrij lastig om de werkelijke identiteit van de persoon te achterhalen. Voor webpagina's en weblogs geldt dat de privacybescherming laag is wanneer iemand zijn eigen domein gebruikt. Gegevens over domeinen, dat

wil zeggen een specifiek webadres, worden geregistreerd en zijn vrij opvraagbaar. Daarmee is dus makkelijk te achterhalen wie de eigenaar van een webpagina is. Wanneer er echter gebruik gemaakt wordt van een zogenaamde hostingsite, waar mensen gratis een webpagina kunnen aanmaken (zoals Blogger), geldt hetzelfde als voor chat en fora. De naam die opgegeven moet worden kan alles zijn wat de gebruiker maar wil. Het is dan uiteindelijk aan de gebruiker zelf hoeveel persoonlijke informatie hij/zij vrijgeeft op de webpagina of in het weblog. Door het type communicatiekanaal is het echter wel veel lastiger om anoniem te blijven op webpagina's en weblogs. Door de grotere stimulusrijkdom en informatierijkheid die mogelijk is, is het verleidelijk om bijvoorbeeld foto's te publiceren. Daarmee loop je al snel de kans dat anderen de foto's herkennen. Het blijft echter de beslissing van de gebruiker zelf hoeveel informatie er vrij wordt gegeven.

De controle over het communicatiekanaal, tot slot, heeft betrekking op de mate waarin een individu in staat is om de inhoud van de communicatie te bepalen. Deze controle is gemiddeld wanneer het gaat om chatten. Een verzoek van iemand om te chatten kan bijvoorbeeld geweigerd worden. Het individu kan dus bepalen met wie hij of zij in contact wil treden. De communicatie die plaatsvindt tijdens een chatsessie kan door de synchroniciteit van het kanaal gestuurd worden door de deelnemers. Er is echter geen volledige controle over wat de ander communiceert over het kanaal. De mate van controle is bij een internetforum laag. Iemand die deelneemt aan een discussie in een forum heeft geen invloed op wie er nog meer deelneemt aan de discussie en wat er in het forum aan bod komt. Alleen de beheerder van het forum heeft het recht om bijdragen aan een discussie te verwijderen. Door de asynchroniciteit van het medium is het moeilijker om de communicatie te sturen. Bij webpagina's en weblogs ligt de controle volledig bij de maker ervan. De inhoud van een webpagina wordt bepaald door de organisatie of het individu van wie de pagina is. Informatie waarvan men niet wil dat ze bekend wordt zal ook niet gepubliceerd worden. Ook in weblogs heeft de auteur over het algemeen volledige controle over de inhoud ervan. Met de juiste software is het mogelijk commentaar en trackbacks te verwijderen. Daarmee heeft de auteur volledige controle over het communicatiekanaal.

De scores op de communicatiecapaciteiten van chat, fora, webpagina's en weblogs staan in tabel 2 samengevat.

Tabel 2. ‘Communicatiecapaciteiten’ voor chat, forum, webpagina en weblog.

comm.capaciteit comm.kanaal	Selectiviteit	Inter-activiteit	Stimulus-rijkdom	Handelings-complexiteit	Informatie-complexiteit	Privacybe-scherming	Controle
<b>Chat</b>	+	+	-	0	-	+	0
<b>Forum</b>	0	0	0	-	0	+	-
<b>Webpagina</b>	-	-	+	-	+	0	+
<b>Weblog</b>	-	0	+	-	+	0	+

### 4.3 Belangrijkste kenmerken van het weblog samengevat

Het weblog is in termen van Van Dijk met recht een nieuw medium te noemen, omdat het de drie informatieverkeerspatronen consultatie, registratie en conversatie integreert. De sterke communicatiecapaciteiten van het weblog zijn terug te vinden in de mogelijkheid tot interactiviteit, de hoge opslagcapaciteit, het hoge bereik, de hoge stimulusrijkdom en de hoge informatiecomplexiteit. Uit tabel 2 blijkt dat het weblog zowel sterke gelijkenis toont met de capaciteiten van webpagina's als met die van fora. Wanneer we de scores op de verschillende capaciteiten voor weblogs vergelijken met webpagina's is de toegevoegde waarde de mogelijkheid tot interactie. Waar in webpagina's de communicatie meestal eenzijdig blijft, lokt het weblog duidelijk twee- of meerzijdige communicatie uit. Daarmee is het weblog interactiever dan een standaard webpagina. Vergelijken we het weblog met de capaciteiten van internetfora, dan is de toegevoegde waarde de hoge informatiecomplexiteit en stimulusrijkdom. Hiermee overbrugt het weblog als communicatiemiddel de afstand tussen de webpagina en het forum.

De hoge stimulusrijkdom van het weblog heeft als effect dat mensen zich niet alleen hoeven te beperken tot tekst. Het is vrij eenvoudig om bijvoorbeeld foto's toe te voegen aan geschreven tekst, maar het weblog kan ook alleen gebruikt worden om foto's te publiceren (de zogenaamde fotoblogs). Dat maakt het weblog voor een grotere groep mensen aantrekkelijk. Deze zelfde stimulusrijkdom heeft als effect dat er meer persoonlijkheid uit naar voren komt dan bijvoorbeeld in een forum of via chatten. De controle over de communicatie via weblogs ligt volledig in de handen van de auteur.

De hoge informatiecomplexiteit zorgt ervoor dat het weblog uitermate geschikt is om complexe onderwerpen aan te snijden. Het weblog wordt door een grote groep mensen gebruikt om te reflecteren op bepaalde onderwerpen, bijvoorbeeld op kennismanagement. De lage selectiviteit van het weblog zorgt ervoor dat mensen bereikt kunnen worden die men in het dagelijkse leven nooit ontmoet zou hebben. Vanuit dat bereik kan dan dialoog ontstaan die asynchroon verloopt. Alleen door de

asynchrone communicatie via het weblog is het mogelijk om de dimensies tijd en ruimte te overbruggen.

## 5 Weblogs: op weg naar ideale gespreksituatie en toepassingsmogelijkheden

In dit hoofdstuk zullen de laatste twee onderzoeksvragen worden beantwoord. Aan de hand van de terminologie die is neergezet in het vorige hoofdstuk zal geanalyseerd worden of het weblog een platform biedt voor Habermas' ideale gespreksituatie. Daarna zal worden besproken in welke omgevingen en voor welke doeleinden het weblog kan worden gebruikt, op basis van de drie formele wereldperspectieven (objectiviteit, intersubjectiviteit, subjectiviteit) die Habermas onderscheidt.

### 5.1 Weblogs en de ideale gespreksituatie

In het derde hoofdstuk hebben we vastgesteld dat van een ideale gespreksituatie sprake is, indien:

- alle betrokkenen een gelijke kans hebben om een discussie (discours) te beginnen en daar deel aan te nemen;
- tussen de betrokkenen geen machtsverschillen bestaan;
- alle betrokkenen zich waarachtig tegenover elkaar uiten.

Deze drie voorwaarden zorgen ervoor dat er communicatieve symmetrie bestaat tussen de betrokkenen. Per voorwaarde zal worden besproken welke communicatieve kenmerken zoals behandeld in hoofdstuk 4 invloed hebben op de haalbaarheid ervan.

#### 5.1.1 Gelijke toegang

Om ervoor te zorgen dat er een ideale gespreksituatie kan worden gecreëerd, betekent dat in eerste instantie dat iedereen gelijk toegang moet hebben. Het eerste probleem dat zich bij gelijke toegang voordoet is de toegang tot het internet. Van Dijk (2001) concludeert terecht dat er nog maar een zeer beperkt deel van de wereldbevolking toegang heeft tot het internet. De overgrote meerderheid van de bevolking in derdewereldlanden heeft helemaal geen toegang tot nieuwe media, waaronder het internet. Dat betekent dat grote groepen mensen onthouden worden van discussies die plaats vinden op het internet in het algemeen en weblogs in het bijzonder. Het potentiële bereik van weblogs is echter wel zeer groot. In principe kan iedereen die aangesloten is op het internet weblogs lezen, zich abonneren op de RSS-feed, commentaar geven en zelf een weblog starten. In Nederland wordt het aantal mensen van zestien jaar en ouder met internettoegang begin 2003 geschat op 9,2 miljoen.<sup>11</sup> Dat betekent dat 72,4% van de totale bevolking van zestien jaar en ouder internet gebruikt. Daarmee is Nederland op Zweden na het land met de hoogste internetpenetratie in Europa. Het overgrote deel van de Nederlandse bevolking kan dus gebruik maken van internet en heeft dus toegang tot discussies die op het internet gevoerd worden. De ongelijkheid in de beschikbaarheid van internet op mondiale schaal is een groot probleem dat hier niet van tafel wordt geveegd. Echter, om de mogelijkheden van

---

<sup>11</sup> Nielsen-Netratings: [http://www.nielsen-netratings.com/pr/pr\\_030225\\_netherlands.pdf](http://www.nielsen-netratings.com/pr/pr_030225_netherlands.pdf)

weblogs te onderzoeken wordt in het vervolg van dit verslag uitgegaan van de groep mensen die wel toegang hebben tot internet.

In hoofdstuk 2 hebben we gezien dat het aantal weblogs enorm is toegenomen na de komst van gratis en eenvoudige software. Deze software is waarschijnlijk de belangrijkste stap geweest om de toegang tot het publiceren op het Web te vergroten. Ook voor mensen die geen verstand hebben van HTML is het nu mogelijk om eenvoudig een weblog te beginnen. Het weblog kan gebruikt worden om onderwerpen aan te snijden die de persoon zelf belangrijk vindt. Dit kan zich beperken tot een dagboek om naasten te laten weten waar ze mee bezig zijn, maar kan ook een maatschappelijk doel dienen. In de Verenigde Staten zijn er bijvoorbeeld tal van weblogs gestart naar aanleiding van de oorlog in Irak. Er is veel kritiek geweest op de berichtgeving van de traditionele journalistiek, met name omdat ze niet kritisch zou zijn tegenover de standpunten van de regering Bush, waardoor veel mensen via hun weblog kritiek zijn gaan uiten op de regering. Een goed voorbeeld is misschien wel het weblog van Noam Chomsky<sup>12</sup>, een gerenommeerd wetenschapper. Hoewel zijn weblog niet specifiek is gericht op kritiek op de regering, komen onderwerpen over de politiek regelmatig ter sprake.

Kijkende naar de communicatiecapaciteiten van het weblog zijn er een aantal factoren die een positieve invloed hebben op de toegang tot de communicatie in weblogs. In een face-to-face ontmoeting worden alle mensen die niet aanwezig (kunnen) zijn of geen weet hebben van de discussie automatisch buitengesloten van de discussie. Alleen voor de aanwezige deelnemers geldt dat, mits de setting daar naar is, ze gelijke kans hebben op deelname. De lage selectiviteit van het weblog zorgt ervoor dat in eerste instantie disseminatie van communicatie plaatsvindt. Openbare publicatie op het internet zorgt ervoor dat het weblog voor een ieder die er interesse in zou kunnen hebben deze ook toegankelijk is. Daarnaast hebben we gezien dat in weblogs sprake is van asynchrone interactie. Dat betekent dat mensen niet meer op dezelfde plaats en hetzelfde tijdstip aanwezig hoeven te zijn om deel te kunnen nemen aan de communicatie. De asynchroniciteit in combinatie met de lage selectiviteit van het weblog hebben als gevolg dat veel meer mensen mee kunnen doen aan een discussie en dat de kans groter wordt die mensen te bereiken die belang en interesse hebben in een bepaalde discussie.

Aangezien weblogs gebruik maken van computertechnologie is de opslagcapaciteit ervan hoog. Dat betekent dat de inhoud van een weblog eenvoudig gearchiveerd kan worden. Met behulp van zoekmachines kan gezocht worden op specifieke onderwerpen, waardoor webpagina's die gerelateerd zijn aan dit onderwerp zichtbaar worden. Door archivering wordt de communicatie tussen mensen vele malen toegankelijker dan wanneer mensen gesprekken face-to-face voeren. Wanneer een groep

---

<sup>12</sup> Turning the tide: <http://blogs.zmag.org/ttt/>

mensen bij elkaar komt in een afgesloten ruimte, bijvoorbeeld een vergaderzaal, is het niet mogelijk voor buitenstaanders om te achterhalen waar precies over gesproken wordt. Op het internet is het wel mogelijk om te gesprekken 'mee te luisteren'. Door de openbaarheid van de meeste pagina's op het internet is het mogelijk om mee te lezen met de uitingen van anderen.

Uit het voorgaande kunnen we concluderen dat de toegang tot de communicatie in weblogs zeer hoog is door de eenvoud om te publiceren, de lage selectiviteit, de asynchrone interactie en grote opslagcapaciteit. Aan de eerste voorwaarde voor de ideale gesprekssituatie kan dus worden voldaan.

### *5.1.2 Geen machtsverschillen*

De tweede voorwaarde voor een ideale gesprekssituatie is dat er geen machtsverschillen mogen bestaan tussen de deelnemers. Er is één communicatiecapaciteit die invloed heeft op de machtsverhouding in een weblog, namelijk de mate van controle over de communicatie. Een groot verschil van weblogs ten opzichte van discussiefora is dat de eindverantwoordelijkheid volledig bij de auteur van het weblog ligt. Indien de juiste software gebruikt wordt betekent dit dat de auteur de macht heeft om de twee- of meezijdige communicatie naar eigen inzicht te beïnvloeden. Bepaalde software, bijvoorbeeld Movable Type, stelt de blogger in staat commentaar en trackbacks uit het weblog te wijzigen en te verwijderen. Dat betekent dat niet zeker is of de zichtbare communicatie binnen een weblog een volledig beeld weergeeft of niet. Daardoor wordt het mogelijk gemaakt om bepaalde mensen uit te sluiten van de communicatie via het weblog.

Dat de eindverantwoordelijkheid volledig bij één persoon ligt kan ook een gunstig effect hebben. Zo blijven weblogs redelijk vrij van overbodige zaken, zoals spam en reclame-uitingen. Veel discussiefora worden uiteindelijk beëindigd, omdat ze overspoeld worden met voorgaande verschijnselen. Meestal is er wel één persoon verantwoordelijk voor een forum, de zogenaamde moderator, maar deze kan vaak de omvang van het forum niet in z'n eentje overzien. De hoeveelheid interactiviteit op weblogs valt redelijk te overzien voor de blogger, ook voor de bloggers die dagelijks duizenden hits op hun weblog hebben.

Deze machtspositie vormt een belangrijke bedreiging voor de kwaliteit van de communicatie aangezien de toegang tot de communicatie geblokkeerd kan worden. De machtsverhouding in weblogs is echter wederkerig. Iedereen heeft de mogelijkheid te publiceren op het Web en dus ook de mogelijkheid onbehoorlijk gedrag van een ander aan de kaak te stellen op een andere plek op het WWW waar de ander de inhoud van de communicatie niet kan veranderen. Daarmee wordt het verschil in macht over de communicatie gedeeltelijk opgeheven. Er bestaat dus wel een machtsverschil

tussen de auteur en de lezer van een weblog, maar indien de lezer zelf ook publiceert op het Web wordt dit machtsverschil opgeheven.

Aan de tweede voorwaarde voor een ideale gesprekssituatie kan dus worden voldaan indien de communicatie plaatsvindt tussen mensen die publiceren op het internet. Aangezien iedereen in potentie de mogelijkheid heeft om te publiceren op het internet kan dit machtsverschil als irrelevant worden beschouwd.

### *5.1.3 Waarachtigheid*

In een ideale gesprekssituatie dienen alle betrokkenen zich waarachtig tegenover elkaar te uiten. Mensen mogen zich op hun weblog niet anders voordoen dan ze in werkelijkheid zijn. Een belangrijk kenmerk van het internet is dat het makkelijk is om (delen van) je identiteit verborgen te houden of er zelfs over te liegen. Aan de ene kant betekent dit een kans voor maatschappelijk ondergewaardeerde mensen, zoals bijvoorbeeld voor vrouwen. Tegelijkertijd is de mogelijkheid tot liegen over identiteit een bedreiging voor de kwaliteit van de communicatie. Immers, als mensen zich niet waarachtig uiten door bijvoorbeeld een andere identiteit aan te nemen dan in werkelijkheid, is er geen sprake meer van communicatieve symmetrie. Een voorbeeld dat het heel goed mogelijk is om een schijnidentiteit aan te nemen in een weblog komt van Bausch et al (2002).

Bausch et al (2002) vertellen het verhaal van Kaycee Nicole. Volgens haar weblog is ze negentien en langer dan een jaar vertelt ze in haar weblog over haar strijd tegen leukemie. Via haar publicatie liet ze mensen meekijken in haar leven en werden er vriendschappen gevormd na gesprekken over de telefoon. Duizenden mensen volgden het weblog en voelden zich emotioneel betrokken bij haar leven. Op 15 mei 2001 werd op het weblog aangekondigd dat Kaycee was overleden. Lezers rouwden om haar verlies en ondersteunden elkaar bij het verwerken ervan. De moeder van Kaycee hield ook een weblog bij en mensen lieten haar weten dat ze meeleeften met het verlies van haar dochter. Drie dagen later werd er door iemand de vraag gesteld of het mogelijk is dat Kaycee niet bestaan heeft. Gemengde reacties volgden. De vrienden die telefonisch contact met haar hadden beweren dat ze echt bestond, maar anderen wilden de waarheid weten en zijn deze vraag gaan onderzoeken. Mensen uit het hele land waren op zoek naar bewijzen voor het bestaan van Kaycee. Zo werd er gezocht naar overlijdensberichten van Kaycee in kranten, maar dit leverde niets op. Foto's op de pagina bleken van iemand anders te zijn en er waren gaten aan te wijzen in Kaycee's verhaal. Naarmate het bewijs zich opstapelde kon de moeder van Kaycee, Debbie, niet anders meer dan toegeven dat Kaycee Nicole een verzinsel was. De lezers voelden zich behoorlijk belazerd, omdat ze zich hadden laten meeslepen in een verzonden verhaal. Debbie vertelde aan de New York Times dat het nooit haar bedoeling was om

mensen te kwetsen en was nogal verbaasd dat mensen zo emotioneel betrokken waren bij haar verhaal. Volgens haar is het hele idee achter een online dagboek dat je kan schrijven wat je wilt schrijven.<sup>13</sup>

In het geval van Kaycee heeft het redelijk lang geduurd voordat de waarheid naar boven kwam. Haar verhaal was blijkbaar voor veel mensen meeslepend en herkenbaar en daarom heeft niemand zich misschien eerder afgevraagd of het verhaal wel klopte. Ze wilden het verhaal van Kaycee geloven. Uit voorgaand voorbeeld blijkt dat uiteindelijk de context van een persoon belangrijk is in de beoordeling of iemand anders voordoet dan in werkelijkheid. Door te zoeken naar aanwijzingen van het bestaan van Kaycee in de werkelijke wereld zijn anderen erachter gekomen dat het meisje nooit bestaan heeft. Context van een persoon is dus heel belangrijk om te kunnen nagaan of iemand zich waarachtig uit. De context in een weblog wordt gecreëerd door de hoge stimulusrijkdom ervan.

De hoge opslagcapaciteit van weblogs maakt dat de consistentie van uitingen over de tijd goed beoordeeld kan worden. De consistentie van uitingen is een belangrijke aanwijzing voor de waarachtigheid van een persoon. De archieven van een weblog zijn over het algemeen vrij toegankelijk, wat betekent dat vanaf de eerste publicatie alle verschillende posts te lezen zijn. In een discussieforum publiceren veel mensen korte reacties, waardoor het veel moeite kost om alle reacties af te speuren naar de uitingen van dezelfde persoon en te beoordelen of iemand consistent is. In een weblog gebeurt alles in dezelfde pagina en is het helder dat alle entries van dezelfde persoon zijn.

In een face-to-face ontmoeting zijn er allerlei signalen af te lezen aan de persoon waarop we kunnen beoordelen of iemand zich waarachtig uit. De lichaamstaal zegt iets over de zekerheid of onzekerheid van de persoon, een handdruk kan krachtig zijn of juist heel slap. Daarnaast is het mogelijk heel direct te communiceren. Door het stellen van vragen kan achterhaald worden of iemand bijvoorbeeld echt zo zeker is van zijn zaak. Bij communicatie via weblogs moeten we het zonder lichamelijke signalen en directe communicatie stellen die belangrijk zijn in de beoordeling of iemand zich anders voordoet. De hoge stimulusrijkdom van het weblog zorgt ervoor dat een weblog meer informatie bevat over persoonlijkheid van iemand dan bijvoorbeeld in een forum het geval is. Over het algemeen wordt het weblog volledig door de persoon zelf gemaakt. De lay-out, het kleurgebruik, foto's die worden gepubliceerd geven daarom allemaal signalen over de persoonlijkheid van de blogger. Veel bloggers laten een lijstje zien van de boeken die ze recent hebben gelezen. Het is vrij gebruikelijk om een blogroll op te nemen, waarmee de blogger zijn/haar persoonlijke netwerk laat zien. Bij andere communicatiekanalen zijn dit soort signalen meestal afwezig waardoor een persoon alleen beoordeeld kan worden op de tekstuele uitwisseling. Weblogs kunnen een veel bredere context laten zien van de persoon mede omdat de auteur volledige controle heeft over de inhoud van de communicatie.

---

<sup>13</sup> Zie voor meer informatie over dit verhaal The Kaycee Nicole FAQ (<http://www.rootnode.org/article.php?sid=26>) of The Kaycee Nicole Story (<http://www.logboy.com/jr/main.asp>)

Uit het voorbeeld van Kaycee Nicole blijkt dat het wel mogelijk is om voor langere tijd een schijnidentiteit aan te nemen. Er zijn zelfs mensen geweest die telefonische contact met Kaycee hebben gehad zonder erachter te komen dat ze Debbie, de moeder, aan de telefoon hebben gesproken. Toch kan het gebruik van meerdere communicatiekanalen de kwaliteit van de communicatie tussen twee mensen ten goede komen. Het is bekend dat niet alle communicatie tussen bloggers plaatsvindt in het weblog. (De Moor & Efimova, 2004) Ook e-mail, chat en internettelefonie wordt regelmatig gebruikt om in contact met elkaar te treden. Dat heeft als gevolg dat niet alle communicatie zichtbaar en toegankelijk is voor iedereen. Echter, als de dingen die via andere communicatiekanalen besproken worden interessant genoeg zijn, zal dit weer zijn weg terug vinden in het weblog van de betrokkenen. Daarmee wordt voorkomen dat mensen onthouden worden van interessante argumenten en onderwerpen. Het gebruik van meerdere communicatiekanalen heeft ook als effect dat de interactiviteit tussen bloggers verhoogt kan worden. Het weblog vormt op deze manier dus een soort communicatiehub. Het weblog is in de eerste plaats zelf een communicatiekanaal waar ter plekke communicatie plaatsvindt en ten tweede de mogelijkheid voor het gebruik van andere communicatiekanalen opent. Het creëren van een communicatiehub heeft tegelijkertijd een versterkend effect op de toegang tot communicatie, omdat mensen die zich niet comfortabel voelen met het type communicatie via weblogs, door commentaar en trackback, de mogelijkheid hebben om via een ander kanaal in contact te treden met de blogger.

Aan de laatste voorwaarde van Habermas' ideale gesprekssituatie kan voldaan worden mits er voldoende context wordt gegeven om een inschatting te kunnen maken van de waarachtigheid van de auteur. Een aparte pagina over de auteur van het weblog is daarom onontbeerlijk. Zo'n pagina hoeft niet in detail te beschrijven wie de auteur is, maar een idee van het werk dat iemand doet, de opleiding die is gevolgd (of wordt gevolgd) en een indicatie van leeftijd zijn voorwaarden om te kunnen beoordelen of iemand zich waarachtig uit. Een foto van de auteur kan al een heleboel zeggen over de persoon zonder dat meteen een geboortedatum genoemd hoeft te worden. Dat onwaarachtigheid vroeg of laat wel aan het licht zal komen heeft het voorbeeld van Kaycee wel laten zien. Door het weblog als communicatiehub te gebruiken wordt deze kans alleen maar groter.

#### *5.1.4 Voldoet het weblog aan een ideale gesprekssituatie?*

Wrede (2003) heeft het bij het verkeerde eind wanneer hij beweert dat een discours alleen plaats kan vinden over verschillende media, waarbij hij zich met name richt op de traditionele media. Met name de hoge mate van toegang tot de communicatie in weblogs is een belangrijke winst ten opzichte van de traditionele media als televisie en krant. De communicatie in deze media wordt door een select groepje mensen bepaald, namelijk televisiemakers en journalisten, en is daarmee niet toegankelijk voor de

‘normale’ burger. Het gebruik van weblogs maakt dat de toegang tot een discours voor iedereen ontsloten wordt.

De belangrijkste bedreiger voor de ideale gesprekssituatie, het machtsverschil tussen auteur en lezer, kan redelijkerwijze overkomen worden doordat iedereen de mogelijkheid heeft te publiceren op het internet. Door de gelijkheid in publicatiemogelijkheden is de kans ook groter dat mensen die zich onwaarachtig uiten uiteindelijk niet meer serieus worden genomen als ‘gesprekspartner’ in de blogosphere. De waarachtigheid in weblogs is goed te beoordelen aan de hand van de context in het weblog: de lay-out, de blogroll, de inhoud van de entries, gebruikte foto’s etc. Een versterkende factor op deze beoordeling zou zijn wanneer het weblog dient als knooppunt voor interactie via verschillende communicatiekanalen. Er kan geconcludeerd worden dat weblogs wel degelijk een platform bieden voor een ideale gesprekssituatie. Het biedt een beter platform voor discours dan de traditionele media.

## **5.2 Toepassingsmogelijkheden van het weblog**

Nu duidelijk is dat weblogs een platform kunnen bieden voor een ideale gesprekssituatie kan gekeken worden waar het weblog voor gebruikt kan worden. Vanuit de communicatiecapaciteiten is geconcludeerd dat weblogs weinig geschikt zijn om het handelen te coördineren. Dat betekent dat het weblog ook niet voor dat soort doeleinden in moet worden gezet. Voor het maken van afspraken is e-mail beter geschikt, voor het gezamenlijk werken aan een document zijn er andere technische toepassingen beter geschikt, zoals een Wiki.<sup>14</sup> Een weblog kan wel een hoge informatiecapaciteit aan. Het is mogelijk om langere stukken tekst, voorzien van audio, video en afbeeldingen, te publiceren. Dat maakt het weblog een zeer geschikt middel voor reflectie op bepaalde onderwerpen. Waarover gereflecteerd wordt, is aan de auteur. De één gebruikt het weblog als een verslag van het dagelijkse leven, tot en met de bezoeken aan het toilet aan toe, de ander gebruikt het om verslag te doen van de oorlog in Irak en weer een ander publiceert over zijn werk.

Zowel Nardi et al (2004) en Bausch et al (2002) hebben redenen genoemd waarom mensen bloggen, zoals in het tweede hoofdstuk is besproken. De redenen om te bloggen kunnen ingedeeld worden naar de drie formele wereldperspectieven van waaruit de mens naar de wereld kijkt die door Habermas onderscheiden worden, namelijk objectiviteit, intersubjectiviteit en subjectiviteit. Deze drie domeinen hebben respectievelijk betrekking op de kennis die aanwezig is, de sociale betrokkenheid tussen mensen en de zelfreflectie en –expressie van mensen. Inhoudelijk gezien zal elk van deze drie domeinen terug te vinden zijn in een weblog, maar meestal ligt de nadruk toch wel op één van de domeinen. Mensen die hun expertise delen via hun weblog leggen de nadruk op kennis delen, dus op

---

<sup>14</sup> Een Wiki is een webpagina die de gebruiker de mogelijkheid geeft inhoud toe te voegen, zoals op een internetforum, maar die ook de mogelijkheid biedt om inhoud die anderen hebben toegevoegd te wijzigen. (Wikipedia: <http://en.wikipedia.org/wiki/Wiki>)

het objectieve wereldperspectief. Politici die bloggen doen dit vooral met de intentie om de betrokkenheid van de burgers bij de politiek te vergroten en leggen daarmee de nadruk op intersubjectiviteit. Dagboekschrijvers leggen de nadruk op de zelfexpressie en zelfreflectie van de blogger en benadrukken daarmee het subjectieve wereldperspectief.

Het weblog is dus een communicatiemedium dat aan elk van deze drie wereldperspectieven uiting kan geven. Daaruit spreekt dat er enorme potentie is voor het gebruik van weblogs op allerlei gebieden. Laten we op persoonlijk vlak beginnen. Het weblog heeft op persoonlijk vlak een belangrijke rol te vervullen op het gebied van zelfexpressie en –reflectie. Een goed voorbeeld daarvan is de komst van fotoblogs. Dit soort blogs zijn ingericht om snel en makkelijk foto's te delen met anderen. De komst van digitale fotografie is hier mede oorzaak van. Digitale foto's hoeven nauwelijks bewerkt te worden voor publicatie op het internet. Fotoblogs zijn aan de ene kant een vorm van zelfexpressie, maar bloggers kunnen via hetzelfde communicatiekanaal ook hun expertise in fotografie delen met andere geïnteresseerden. Een ander voorbeeld kan zijn het bloggen om de schrijfvaardigheid te oefenen, zowel expressief, door het schrijven van poëzie of verhalen, als zakelijk, door het schrijven over ideeën en ze via het schrijven scherp te stellen.

Als we kijken naar kennisdeling via weblogs liggen er kansen in het onderwijssysteem, bijvoorbeeld op universiteiten. Het weblog kan dienen om studenten meer met elkaar in contact te brengen om inhoudelijke discussies te voeren over bijvoorbeeld communicatie. Dit hoeft zich dan niet te beperken tot studenten van dezelfde universiteit, maar kan op mondiale schaal plaatsvinden en kan ook interdisciplinair zijn. Het is makkelijker om studenten die een zelfde interesse hebben te vinden als ze allemaal een weblog hebben waarin ze over hun interesses schrijven. Ook in organisaties zouden weblogs ingezet kunnen worden om de kennisdeling te bevorderen. Daarbij is echter één grote drempel die voor veel andere omgevingen niet zo aanwezig is. Binnen organisaties zijn er bijna altijd hiërarchische structuren aan te wijzen die een bepaalde machtsverhouding met zich meebrengen. Deze machtsverhoudingen zullen zich ook makkelijk voordoen wanneer dezelfde groep mensen gaat webloggen. Het afhankelijk zijn van een superieur kan er bijvoorbeeld toe leiden dat medewerkers zich niet meer oprecht uiten, omdat ze bang kunnen zijn voor hun eigen positie binnen de organisatie. Onderzoek naar het gebruik van weblogs binnen organisaties zal moeten zoeken naar oplossingen om deze bedreiger van de kwaliteit van de communicatie te niet te kunnen doen.

De meest invloedrijke toepassingsmogelijkheid van het weblog ligt misschien wel in het intersubjectieve wereldperspectief. Hierin ligt voor de politiek een grote toegevoegde waarde, door aan de burgers de kans geven om kritiek te uiten. Voorwaarde is dus dat er de mogelijkheid is commentaar te geven. In Nederland zijn er inmiddels een aantal politici die een weblog zijn gestart,

waaronder minister van financiën, Gerrit Zalm<sup>15</sup> en de fractievoorzitter van de SP, Jan Marijnissen.<sup>16</sup> De eerste doet vooral verslag van zijn werkdagen, zonder inhoudelijke discussie te voeren. Het is dan ook niet mogelijk om commentaar te geven op het weblog van minister Zalm en daarom is deze pagina van Zalm in termen van dit onderzoek geen weblog te noemen. Marijnissen gebruikt het weblog om zijn politieke standpunten te verdedigen en laat commentaar toe. De toegang tot het politieke discours van de SP wordt daarmee zeer laagdrempelig voor anderen. De bekendheid en de zichtbaarheid van een fractievoorzitter kan het makkelijker maken voor 'de gewone mens' om mee te discussiëren op het weblog. Weblogs kunnen dus de politiek dichterbij de burgers brengen, een vraagstuk waar de politiek al jaren mee bezig is. Politieke weblogs, met name wanneer ze vanuit sleutelfiguren gevoed worden, hebben de potentie de betrokkenheid van burgers bij de politiek enorm te vergroten.

Wanneer meer en meer mensen zullen gaan bloggen vanuit deze perspectieven van Habermas is het een logisch gevolg dat er netwerken van mensen worden gevormd, soms wereldwijd, met dezelfde interesses. Mensen die hun dagelijkse gang van zaken bespreken zullen anderen vinden die dat ook doen. Mensen die de theorie van Habermas uitdiepen in hun weblog zullen elkaar vinden via zoekmachines en kunnen elkaar wijzen op interessante publicaties of op fouten in de interpretatie van zijn theorie. Froomkin (2003) beschrijft hoe netwerken voor discours tot stand komen via internet. "Habermasian new spaces begin with individuals in 'pluralistic, differentiated civil societies' who gradually unite in communities of shared interests and understanding. Using democratized access to a new form of mass media - the Internet - these individuals engage first in self-expression, then engage each other in debate. In so doing, they begin to form new communities of discourse." (p. 857) Met andere woorden zullen er door de disseminatie van interesses in weblogs dialogen, of polylogen (Mortensen & Walker, 2002) ontstaan tussen mensen met dezelfde interesses. Zoals Ito (2004) de democratie beschrijft die vanuit de zelfexpressie van het individu ontstaat, is de initiatie van communicatie door het individu in een weblog de oorzaak van het vormen van netwerken die kunnen leiden tot gemeenschappen voor discours. Weblogs behoren daarom ook wel tot de groep 'social software', en is als communicatiemiddel geschikt om in te zetten om groepscommunicatie te ondersteunen.

---

<sup>15</sup> <http://www.gerritzalm.nl/>

<sup>16</sup> <http://www.janmarijnissen.nl/weblog/>

### 5.3 *Conclusies*

Het weblog is in dit onderzoek gedefinieerd als “een webpagina waarop de auteur stukken publiceert met de intentie reacties op deze teksten te krijgen door het aanbieden van een commentaar- en trackbackfunctie bij elk geschreven stuk. Om deze functies goed te kunnen gebruiken krijgt elk stuk een identieke naam (URL) mee. Ter bevordering van het lezen van het weblog is er een RSS- of Atomfeed beschikbaar.”

Het weblog is een communicatiemiddel dat de drie informatieverkeerspatronen consultatie, registratie en conversatie integreert, waardoor het weblog met recht een nieuw medium genoemd mag worden. Het weblog vormt daarmee een brug tussen de traditionele webpagina en internetforum.

De hoofdvraag van dit onderzoek was welke communicatie mogelijk wordt gemaakt door middel van weblogs. Aan de hand van de communicatietheorie van Habermas en de communicatiecapaciteiten van Van Dijk hebben we kunnen zien dat de hoge mate van toegang tot de communicatie, de gelijke machtsverhouding in mogelijkheid tot publiceren en de toetsbaarheid van de waarachtigheid van uitingen, maken dat weblogs een platform voor een ideale gesprekssituatie kunnen bieden.

Het weblog is een geschikt middel voor reflectie dat op drie domeinen kan worden gebruikt: op het subjectieve domein voor zelfexpressie en –reflectie, op het objectieve domein voor kennisdeling en op het intersubjectieve domein voor maatschappijkritiek. Doordat het weblog een eenvoudige manier is van publiceren, biedt het een uitermate goed platform voor zelfexpressie. Het weblog kan volledig naar eigen inzicht gebruikt worden en de hoge stimulusrijkdom zorgt ervoor dat de expressie niet alleen beperkt wordt tot tekst. Ook fotografie behoort nu tot het domein van de blogs. Doordat de informatiecomplexiteit van weblogs hoog is, is dit communicatiekanaal geschikt om kennis te delen met anderen. Voor het onderwijs en organisatie kan dit een grote toegevoegde waarde betekenen. Tot slot hebben we gezien dat de grootste toegevoegde waarde zal liggen in het intersubjectieve perspectief door de kans dat het de politieke betrokkenheid kan vergroten. Het weblog biedt mensen de kans om zelf of via andere weblogs van zich te laten horen en politieke ideeën te uiten.

Het weblog kan communicatief het best gezien worden als een startpunt voor discours, een communicatiehub. Het weblog is een ‘fixed marker’ op het internet waar de lezer uit meerdere communicatiekanalen kan kiezen om deel te nemen aan het discours. Door het gebruik van meerdere communicatiekanalen, zoals chat en internettelefonie, worden de discussies intenser en de sociale banden sterker. Uiteindelijk zullen vanuit de verschillende domeinen netwerken ontstaan van mensen die een bepaalde interesse delen die daarbinnen hun eigen discours zullen houden.

## Literatuur

Bausch, P., Haughey, M., Hourihan, M. (2002). *We Blog: Publishing On line with Weblogs*. Indianapolis: Wiley Publishing, Inc.

Berners-Lee, T & Fischetti, M. (1999). *Weaving the Web: the original design and ultimate destiny of the World Wide Web*. New York: HarperCollins.

Blood, R. (2000). *Weblogs: a history and perspective*. [On line] Beschikbaar op:  
[http://www.rebeccablood.net/essays/weblog\\_history.html](http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html)

Dijk, J.A.G.M van (2001). *De Netwerkmaatschappij: sociale aspecten van nieuwe media*(4<sup>e</sup> druk). Alphen aan den Rijn: Samsom.

Donath, J., Karahalios, K., Viégas, F. (1999). Visualizing Conversation. Journal of Computer-Mediated Communication, 4 (4). [On line] Beschikbaar op:  
<http://www.ascusc.org/jcmc/vol4/issue4/donath.html>

Drake, B., Yuthhas, K., Dillard, J.F. (2000). It's only words – Impacts of Information Technology on Moral Dialogue. Journal of Business Ethics, 23, 41-59.

Ess, C. (ed.) (1996). *Philosophical Perspectives on Computer-Mediated Communication*. Albany: State University of New York Press.

Froomkin, A.M. (2003). HABERMAS@DISCOURSE.NET: TOWARD A CRITICAL THEORY OF CYBERSPACE. Harvard Law Review, 116 , 749-873. Beschikbaar op:  
<http://www.law.miami.edu/~froomkin/discourse/ils.pdf>

Gill, K.E. (2004). *How can we measure the influence of the blogosphere?*[On line] Beschikbaar op:  
[http://faculty.washington.edu/kegill/pub/www2004\\_blogosphere\\_gill.pdf](http://faculty.washington.edu/kegill/pub/www2004_blogosphere_gill.pdf)

Grohol, J.M. (2002). *Psychology of weblogs: Everything old is new again*. [On line] Beschikbaar op:  
[http://psychcentral.com/blogs/blog\\_new.htm](http://psychcentral.com/blogs/blog_new.htm)

Gumbrecht, M. (2004). *Blogs as “protected space”*. [On line] Beschikbaar op:  
<http://www.blogpulse.com/papers/www2004gumbrecht.pdf>

Habermas, J. (1984). *The theory of communicative action, volume 1, Reason and the rationalization of society*. (T. McCarthy, trans.). Boston: Beacon Press.

Heng, S.H., Moor, A.de (2003). From Habermas' communicative theory to practice on the internet. Information Systems Journal, 13, 331-352. Beschikbaar op:  
<http://infolab.uvt.nl/people/ademoor/papers/isj03.pdf>

Herring, S.C., Schiedt, L.A., Bonus, S., Wright, E. (2004). Briding the Gap: A Genre Analysis of Weblogs. Proceedings of the 37<sup>th</sup> Hawaii International Conference on Systems Sciences. [On line] Beschikbaar op: <http://www.ics.uci.edu/~jpd/classes/ics234cw04/herring.pdf>

Ito, J.(2004). *Weblogs and Emergent Democracy*. [On line] Bezocht: 10-8-2004. Beschikbaar op:  
<http://joi.ito.com/static/emergentdemocracy.html>

Koningsveld, H., Mertens, J. (1986). *Communicatief en strategisch handelen. Inleiding tot de handelingstheorie van Habermas*. Muiderberg: Dick Coutinho.

Kunneman, H., Munnichs, G.M. (1998). *Jürgen Habermas*. Kritisch Denkerslexicon.

Kunneman, H. (1986). *De waarheidstrecther: een communicatiethoretisch perspectief op wetenschap en samenleving*. Meppel: Boom.

Moor, A. de, & Efimova, L. (2004). An argumentation analysis of weblog conversations. Proceedings of the 9<sup>th</sup> International Working Conference on the Language Action Perspective on Communication Modelling (LAP 2004). [On line] Beschikbaar op:  
[http://www.scils.rutgers.edu/~aakhus/lap/Moor\\_Efimova.pdf](http://www.scils.rutgers.edu/~aakhus/lap/Moor_Efimova.pdf)

Mortensen, T., & Walker, J. (2002). Blogging thoughts: personal publication as an online research tool. In A. Morrison (Ed.), *Researching ICTs in Context. InterMedia report 3/2002* (pp. 249-278). Oslo. Beschikbaar op: [http://www.intermedia.uio.no/konferanser/skikt-02/docs/Researching\\_ICTs\\_in\\_context-Ch11-Mortensen-Walker.pdf](http://www.intermedia.uio.no/konferanser/skikt-02/docs/Researching_ICTs_in_context-Ch11-Mortensen-Walker.pdf)

Mul, J. de (2002). *Cyberspace Odyssee*. Kampen : Klement.

Nardi, B.A., Schiano, D.J., Gumbrecht, M., Schwartz, L. (2004). "I'm blogging this" A Closer Look at Why People Blog. [On line] Beschikbaar op: <http://www.ics.uci.edu/~jpd/classes/ics234cw04/nardi.pdf>

Nielsen-Netratings (2003). *Nederlandse Internetpopulatie is nu 9.2 miljoen. Wereldwijd hebben 580 miljoen mensen toegang tot het internet*. [On line] Beschikbaar op:  
[http://www.nielsen-netratings.com/pr/pr\\_030225\\_netherlands.pdf](http://www.nielsen-netratings.com/pr/pr_030225_netherlands.pdf)

Peters, J.D. (1999). *Speaking into the air: a history of the idea of communication*. Chicago/London: The University of Chicago Press.

Röll, M. (2004). *Distributed KM- Improving Knowledge Workers' Productivity and Organisational Knowledge Sharing with Weblog-based Personal Publishing*. Bijdrage aan BlogTalk 2.0, European Conference on Weblogs, Wenen. [On line] Beschikbaar op:  
<http://www.roell.net/publikationen/distributedkm.shtml>

Thompson, G. (2003). Weblogs, warblogs, the public sphere, and bubbles. Transformations, 7. [On line] Beschikbaar op: [http://transformations.cqu.edu.au/journal/issue\\_07/article\\_02.shtml](http://transformations.cqu.edu.au/journal/issue_07/article_02.shtml)

Walker, J. (2003). Weblog. In *Definition for the Routledge Encyclopedia of Narrative Theory* (). Te verschijnen bij Routledge 2005. [On line] Beschikbaar op:  
[http://huminf.uib.no/~jill/archives/blog\\_theorising/final\\_version\\_of\\_weblog\\_definition.html](http://huminf.uib.no/~jill/archives/blog_theorising/final_version_of_weblog_definition.html)

Winer, D. (2002). *The History of weblogs*. [On line] Beschikbaar op:  
<http://newhome.weblogs.com/historyOfWeblogs>

Wrede, O. (2003). **Weblogs and discourse. Weblogs as a transformational technology for higher education and academic research**. In T.N.Burg (ed.), Blogtalks 2003 (pp.217-239). Wenen. [On line] Beschikbaar op: [http://weblogs.design.fh-aachen.de/owrede/publikationen/weblogs\\_and\\_discourse](http://weblogs.design.fh-aachen.de/owrede/publikationen/weblogs_and_discourse)