

NAAR EEN VIRTUELE PUBLIEKE SFEER

*Luciano Morganti*¹

SUMMARY – *Towards The Virtual Public Sphere* – The Internet is by no doubts a new communication medium which is rapidly and increasingly spreading over society. The aim of the present contribution is to reflect on the possibility that the Cyberspace the Internet hosts could represent and generate a new instance for public debate. *The paper starts from the assumption that Cyberspace constitutes a new kind of virtual and electronic public sphere.* In this new space a renovated debate about civic and democratic values could take place amongst connected citizens. To assess the validity of this assumption and to understand the possible implications of the use of the Internet for democratic debate, *an analysis about the main characteristics of the Internet as a new communication medium and about Cyberspace as a new communication environment is provided.* The reflection about Cyberspace goes on trying to understand the relationship occurring between Cyberspace and Democracy. This reflection is followed, as an attempt to suggest a first move towards a theoretical foundation of the virtual public sphere, by a comparison between the Habermasian idea of public sphere and the electronic one.

KEYWORDS: Cyberspace, Democracy, Electronic Public Sphere, Habermas, Internet

Inleiding

“With the common nervous system and senses of the world population now in the care of satellites, and with machines approximating the condition of mind and the minds of humans connecting across time and space, the future can and should be more a matter of choice than of destiny”

Derrick de Kerckhove, *Connected Intelligence, the Arrival of the Web Society*, 1997, XXXI

Vandaag worden we, voor de eerste keer in de geschiedenis van de massacommunicatie, geconfronteerd met een medium, het Internet, dat zich in een ongezien tempo ontwikkelt. Mulgan noemt het “*het snelst groeiende medium in de geschiedenis van de mensheid*”. (1998: 215) Het verspreidt zich horizontaal, is geografisch wijd verbreid: meer en meer landen stelden zich de laatste jaren open voor het Net. En het verspreidt zich verticaal, is sociaal wijd verbreid: voornamelijk in stedelijke gebieden, waar er meer en meer toegangspoorthen beschikbaar zijn voor gebruikers. We wijzen hierbij tegelijk op de mogelijkheid om het Net te betreden via kiosken of cafés, én op het feit dat mensen op verschillende tijdstippen de mogelijkheid hebben om het Net te raadplegen (vanuit het kantoor, van thuis, via mobiele telefoons enz.) De uitdrukking ‘sociaal wijd verbreid’ verwijst naar die vermenigvuldiging van toegangspoorthen en ook naar het feit dat ze meer en meer op publieke plaatsten worden aangeboden aan redelijke

¹ Luciano Morganti is als *Teaching Assistant* verbonden aan het *Human Resources Development Department* van het *College of Europe* in Brugge. E-mail: lmorganti@coleurop.be

verbindingkosten. Het exacte aantal gebruikers is echter irrelevant om het belang van dit nieuwe medium in te schatten. Wat wel relevant is, is de snelheid van de expansie. Sinds 1985 kent het Internet een groeisnelheid van 200 procent per jaar. Op deze basis werd er geschat dat het Net in een periode van 3,5 jaar ongeveer honderd miljoen gebruikers kon bereiken. De televisie deed daar 30 jaar over, de radio 60 jaar. Uit dit laatste kan men onmiddellijk één conclusie trekken: de Internetgemeenschap zal zeer binnenkort één van de grootste, zo niet dé grootste gemeenschap op aarde zijn.

Het is niet enkel de vaart waarmee het Internet zich over de samenleving verspreidt die het een veelbesproken thema maakt bij verschillende en relevante politieke, institutionele en academische actoren. De voornaamste reden van die grote aandacht is dat het Internet als een radicaal nieuw medium wordt gezien, grotendeels vanwege zijn bijzondere communicatieve eigenschappen. Het medium heeft zich zo snel ontwikkeld en verspreid dat de beleidsmakers geen enkele kans kregen om erover na te denken en maatregelen te treffen. Zoals elk nieuw medium lokt het Internet dan ook vele reacties uit, zowel positieve als negatieve. De situatie verschilt echter van het debat rond pers, radio en televisie. Dit omdat de structuur en de organisatie van het Internet, en daarom ook de informatie die op het Net circuleert, niet gebonden is aan nationale of regionale grenzen. Voor het eerst voelen overheidsautoriteiten zich bedreigd in hun mandaat om te waken over de welvaart van de burgers die zij verondersteld worden te beschermen. De dreiging die ze gewaarworden komt voort uit hun onmogelijkheid om de communicatiestromen op het Net te controleren, een controle die voorheen, bij media van het omroepstype, wel mogelijk was. De sympathisanten van het Internet zijn langs de andere kant om precies dezelfde reden enthousiast: de communicatie die mogelijk wordt is vrij van elke controle.

Het doel van deze bijdrage is een reflectie over de kans dat *Cyberspace*, die op het Internet onderdak krijgt, een nieuwe instantie voor publiek debat vertegenwoordigt en genereert.

Binnen dit nieuwe medium krijgt een nieuw communicatiemodel gestalte. Precies door zijn bijzondere eigenschappen als communicatiemedium verschillen de communicatiepatronen op het Internet radicaal van de communicatiepatronen die in meer traditionele media als kranten, radio en televisie worden beproefd. Een belangrijk uitgangspunt voor dit artikel is de gedachte dat *Cyberspace* een nieuwe publieke sfeer kan vertegenwoordigen en herbergen: een *virtuele publieke sfeer*. Dit betekent dat er een hele reeks nieuwe vragen en uitdagingen wordt gesteld over de gevolgen van deze nieuwe ruimte voor het publieke debat en de vorming van de publieke opinie, én over de politieke implicaties en gevolgen voor het publieke en het civieke leven. Om het potentieel van *Cyberspace* als nieuwe publieke ruimte te beoordelen, is er ten eerste een verduidelijking nodig van de termen 'Internet' en 'Cyberspace'. We zullen, ten tweede, enkele overwegingen maken over het Internet als een nieuw medium en proberen om zijn communicatieve kenmerken en verschillen met meer traditionele media te onderzoeken. Ten derde proberen we de argumenten te begrijpen van degenen die *Cyberspace* zien als mogelijkheid voor een nieuw en versterkt democratisch debat en we zullen daarenboven een mogelijke parallel aanduiden tussen Habermas' concept van een publieke ruimte en de ontwikkeling van een *virtuele publieke ruimte*. We geloven dat dit bijdraagt tot een beter begrip van de nieuwe ruimte voor publiek debat en een betere waardering van zijn werkelijk belang. Onze reflectie wordt tenslotte afgerond door enkele conclusies over *Cyberspace* en over de virtuele publieke ruimte.

1. Naar een definitie van Internet en Cyberspace

Het is niet gemakkelijk om een definitie van Internet op te stellen die zo evident en direct is als de definities van meer traditionele media dat lijken te zijn.

Het Internet is een nieuwe variant van telematische media. Een definitie van die media die het potentieel en de vrijheid van het Internet bevat, werd gegeven door Mazzoleni. Hij beschrijft telematische media als *“a set of services... which can be provided to the users by the telecommunication net and which allow public and private information and data to be sent and received.”* (1986: 100) Volgens MacQuail worden telematische media het best nog altijd als massamedia beschouwd om een heldere definitie van hun functie te bekomen. (1994³: 20) Deze ambiguïteit qua definitie en functionaliteit is voorlopig ook nog van toepassing op het Internet. Een van de redenen voor de verwarring is het feit dat het medium en de terminologie die ermee samenhangt nog altijd als nieuwe technologische kwesties worden waargenomen, eerder dan als sociaal aanvaarde, als huishoudelijke werktuigen gebruikte en vaak gehanteerde communicatietechnologieën. Er zijn goede redenen om aan te nemen dat de verwarring verdwijnt wanneer het Internet een zeker niveau van verspreiding binnen de samenleving kent. Verschillende zaken dragen bij tot de verwarring in verband met het Internet: de scherpte van de definitie, het feit dat het voor de gemiddelde gebruiker vrij moeilijk is om zich een beeld te vormen van hoe het Net nu precies werkt, het feit dat het exacte legale en economische kader nog altijd onduidelijk is, de onzekerheid over de richting van zijn groei en expansie, en, tenslotte, het feit dat het vrij moeilijk is om nationale of supranationale instellingen aan te duiden die verantwoordelijk zouden zijn voor het functioneren ervan.²

Definities van het Internet kunnen in twee families gegroepeerd worden: enerzijds definities die gerelateerd worden aan de technologie en anderzijds definities die gerelateerd zijn aan *Cyberspace*. De eerste soort definities benadrukt de technologie die computers en computernetwerken onderling verbindt, de communicatie-protocols en de apparaten die gebruikt worden om data uit te wisselen in netwerken. Definities die gerelateerd zijn aan *Cyberspace*, de andere soort, benadrukken de sociale en sociëtaire implicaties en gebruiken die voortkomen uit de computernetwerken die onderling verbonden zijn. Dit onderscheid, tussen Internet-definities gerelateerd aan technologie en de definities die aan *Cyberspace* gerelateerd worden, is duidelijk een artificieel onderscheid en vele auteurs gebruiken één van beide naargelang de context. Het is echter handig om de beide kanten van de medaille te kennen die in het debat van vandaag hun opgang maken: Internet als een nieuwe communicatietechnologie en Internet als een nieuwe omgeving om samen te wonen en te werken. Naargelang de nadruk wordt gelegd op een van beide eigenschappen, neemt het debat, op politiek en

² Voor de gebruikers/het publiek van de omroepmedia was het wellicht gemakkelijker om een medium te associëren met overeenstemmende instellingen. Dit lag voornamelijk aan het feit dat deze media in de beginfase gecentraliseerd waren en dat er slechts enkele kanalen (tv en radio) beschikbaar waren. Het Internet werd van meet af aan gekenmerkt door decentralisatie en door de pluraliteit van de inhoudproducenten. Het zal wellicht een tijd duren vooraleer instellingen als het ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Number), het IETF (Internet Engineering Task Force), het ISOC (Internet Society), het EFF (Electronic Frontier Foundation) en het IAB (Internet Advisory Board, een technische adviesgroep van de Internet Society), die aan het hart liggen van de ontwikkeling en het functioneren van het Internet, voor de gemiddelde gebruiker qua functies en macht transparant zullen zijn.

economisch niveau, verschillende ontwikkelingsmodellen en verschillende regulatiemechanismen om de evolutie van het nieuwe medium te sturen in overweging.

Hoewel we zelf een voorkeur hebben voor definities die het Internet verbinden aan *Cyberspace*, eerder dan de technologische aspecten ervan te beklemtonen, is het belangrijk om te erkennen dat de definities op zich, de technologische- en *Cyberspace*-definities, ontoereikend zijn om het potentieel en de waarde van Internet als een nieuw communicatiemedium ten volle uit te drukken. Het Internet puur technisch definiëren als een netwerk van netwerken helpt niet om de verandering in het communicatiemodel te begrijpen. De *Cyberspace*-definitie, in termen van een ruimte waarin sociale interactie mogelijk is, zonder de innovatie als communicatiemedium te specificeren, volstaat op zich ook niet om te begrijpen waarom het door zo velen gezien wordt als een vector voor sociale en sociëtaire verandering.

De definitie moet daarenboven in staat zijn om tegelijk de technische innovaties ervan en de sociale implicaties voor de communicatieve ruimte van onze samenleving uit te drukken. Met onze suggestie voor een definitie proberen we meteen om de relatie tussen Internet en *Cyberspace* te verklaren en om te verhelderen in welk opzicht deze met elkaar verwant zijn.

We stellen voor om het Internet te definiëren als een *wereldwijd netwerk van hypermedia*. We noemen *Cyberspace* de nieuwe communicatieruimte die ontstaat wanneer de Internetgebruikers het Internet gebruiken. Het Internet kan bijgevolg als de hardware-infrastructuur van een nieuwe sociale en communicatieve ruimte gezien worden, met name van *Cyberspace*. Als we het Internet definiëren als een wereldwijd netwerk van hypermedia dan sluiten we ook de communicatieve eigenschappen ervan in. Ook het potentieel om een nieuwe omgeving voor sociale interactie te genereren is dan in de definitie vervat. In wat volgt zullen we deze definitie van het Internet nader verklaren aan de hand van een analyse van de communicatieve aspecten van het Net en aan de hand van een analyse van de eigenschappen van *Cyberspace* als een nieuwe communicatieruimte.

2. Internet en Cyberspace: Welke soort communicatieruimte?

Wat zijn de communicatieve karakteristieken van het Internet? Wat zijn de verschillen in vergelijking met meer traditionele media en welke soort communicatieruimte ontstaat er precies? Welke soort communicatie en welke sociale omgeving wordt er in *Cyberspace* gedefinieerd? Wat zijn de implicaties voor de gebruikers? De antwoorden op al deze vragen zullen ons helpen om de aard van de communicatieruimte beter te begrijpen. Ze werpen tevens licht op de implicaties voor de verruiming van het democratische en civieke debat.

2.1. Karakteristieken van het Internet als een infrastructuur voor communicatie

Om te verklaren wat er met het *wereldwijd netwerk van hypermedia* bedoeld wordt, zijn drie verschillende, maar sterk verbonden, concepten nodig: *hypertekst*, *multimedia* en *hypermedia*. Hypertekst verwijst naar het organiserend principe, naar de logische

structuur, voor een bepaalde inhoud. Multimedia verwijst naar het feit dat bepaalde informatie-inhoud in meer dan één medium kan aangeboden worden (bv. video, geluid en tekst). Hypermedia is het eindresultaat van het organiseren, het structureren en het onderling linken van bepaalde stukken informatie-inhoud die multimediaal worden ondersteund met behulp van een hypertextuele logica. Laten we even wat dieper ingaan op deze drie termen en een werkdefinitie van de term *Hypermedia* voorstellen.³ Zoals we zagen verwijst *hypertekst* naar een methodologie of een logica om informatie te organiseren. De term duidt op een samenvoeging van twee verschillende dingen: 'teksten' en iets dat 'hyper-tekst' werd genoemd om duidelijk te maken dat de tekst, in zijn klassieke definitie, op een of andere manier werd versterkt. In een klassieke tekst, zoals in een boek, een artikel, of, meer algemeen, bij informatie die op papier werd gedrukt, vordert de lezer/gebruiker van links naar rechts, van de eerste pagina tot de laatste, van het eerste hoofdstuk tot het laatste.⁴ In een hypertekst is elk stukje informatie tegelijk centrum en periferie, inleiding en conclusie, belangrijk en onbelangrijk naargelang de kennis-interesses en de navigatie-keuzes van de gebruiker. Multimedia verwijst naar de mogelijkheid tot gebruik en integratie van meer dan één manier om, op hetzelfde tijdstip en met dezelfde digitale ondersteuning (optisch-digitale opslag-apparatuur) informatie aan te bieden zoals tekst, stilstaande beelden, bewegende beelden, animaties en geluiden. (Buchanan, 1997: 2) De verschillende weergaven van dezelfde informatie, die voordien door verschillende platformen werden ondersteund, worden nu geïntegreerd op hetzelfde platform. Hypermedia is tenslotte het resultaat van het structureren van verscheidene stukken inhoud die door verschillende media ondersteund worden aan de hand van een hypertextuele logica. Hypermedia en hypertextuele multimedia kunnen dan ook als synoniem gebruikt worden. Hypermedia kunnen daarom ook gedefinieerd worden als vormen van informatie die worden gedragen door verschillende media en worden gestructureerd aan de hand van een hypertextueel organisatieprincipe. Deze werkdefinitie slaat zowel op het eindproduct (een CD-ROM of een website bijvoorbeeld), op het concept (hypermedia als een communicatief instrument en als een organiserend principe), als op de technologie (hypermedia als soft- en hardware). Waar het gaat om het eindproduct en het concept, kan hypermedia gezien worden als een semantisch netwerk, bestaande uit links die blokken multimediale informatie met elkaar verbinden, en gecentreerd zijn rond een argument, een onderwerp of een kennisgebied. Op deze manier wordt hypermedia een alternatief paradigma om betekenis en kennis uit te drukken.

Met hypermedia grijpt er een fundamenteel verschillende editoriale verandering plaats. In deze nieuwe aanpak om de informatie op het scherm te organiseren en te gebruiken,

³ Voor een gedetailleerde inleiding tot de multimedia, een beschrijving van het concept en zijn geschiedenis, zie Monet, D. (1996) *Le Multimedia*, Ed. Flammarion, en Maragliano, R. (1998) *Nuovo manuale di didattica multimediale*, Editori Laterza, Bari. Voor een gedetailleerde inleiding tot hypertexten, zie de belangrijke en befaamde boeken van Landow, G.P. (1992) *Hypertext, The Convergence of Contemporary Critical Theory and Technology*, Baltimore, The Johns Hopkins University Press, en Jonassen, D.H. (1989) *Hypertext/Hypermedia*, Englewood, Educational Technology Publications.

⁴ Dit is zo voor de meerderheid van de gedrukte/geschreven informatie waarmee we op dit ogenblik interageren; de enige uitzondering zijn: encyclopedies en woordenboeken (waarin items referenties krijgen en waarin het refereren één van de organiserende principes vormt); handleidingen (waarin de gebruiker direct naar de vereiste sectie sprint); en rollenspelboeken (waarin de lezer wordt gevraagd zijn of haar weg te kiezen doorheen het vertelde verhaal).

zijn de diepte en de breedte of de keuze voor een bepaald niveau van detail niet langer een of-of-kwestie. De elektronische ruimte van het beeldscherm profileert zich als een nieuwe lees- en schriftplaats, zoals J.D. Bolter (1991) ze in zijn boek *Writing Space* noemt. Zoals bij elke andere kennisruimte bepaalt dit een nieuwe manier van interactie met informatie.

Interactiviteit is, gezien haar kenmerken, inderdaad de enige manier om doorheen de informatie van de hypermedia te navigeren. Om te navigeren doorheen hypertextuele multimedia, moet de gebruiker zich onafgebroken een weg kiezen door de informatie. In de praktijk komt het erop neer dat men van de ene brok informatie naar de andere springt, terwijl men constant keuzes maakt over wat men daarna wil zien en over het volgende aandachtspunt. De interactie met informatie is de enige manier op het Web om informatie en kennis te verwerven. Het impliceert een actieve participatie van de gebruiker: we kunnen bijvoorbeeld passief televisie kijken, terwijl we wachten op de volgende uitzending, maar we kunnen niet verwachten dat we automatisch naar een andere site springen zonder het eerst te willen en de nodige stappen te zetten. Interactie is de enige manier om de blokken informatie te verwerken die vorm geven aan het Web. Interactiviteit heeft daarnaast belangrijke gevolgen voor de dynamiek van communicatie die tussen de gebruikers onderling plaatsvindt en tussen de gebruikers en de informatie. In een computernetwerk zijn verschillende niveaus en types van interactiviteit mogelijk. Ze betreffen, op hetzelfde ogenblik of afzonderlijk van elkaar, de manier waarop we omgaan met informatie en met elkaar. E-mail-uitwisselingen, elektronische vergaderingen, het gemeenschappelijk tot stand brengen van een document via een netwerk en een aangepaste software, het uitvoeren van bepaalde taken door een groep mensen die dezelfde netwerktechnologie delen, en tenslotte, de mogelijkheid om samen over de ontwikkeling van onze burgermaatschappij te discussiëren, zijn allemaal verschillende en gemengde vormen van *Cyberspace*-gebruik om met informatie en met mensen te interageren. De verschillende mogelijkheden om *Cyberspace* te gebruiken genereren de mogelijkheid tot activering van continue *feedback loops* op informatie en op de relaties die we met anderen onderhouden. Het gevolg van deze continue en dynamische feedback maakt niet alleen de omgeving, maar ook het beeld van de participanten, tot een vloeiend en evoluerend geheel.

Het onderscheid tussen de communicatieve omgeving van hypertextuele multimedia en de traditionele gedrukte, video en/of audio-omgeving, wordt grotendeels bepaald door de combinatie van *interactiviteit*, *verschillende media* en *hypertekst*. *Interactiviteit* als een gebruiksprincipe, *verschillende media* die de informatie dragen en *hypertekst* als het organiserend/structurerend principe. Omdat het Internet bestaat uit de totaliteit van websites die verbonden zijn door hypertextuele links, stelden we voor om het te definiëren als een *wereldwijd netwerk van hypermedia*.

Een andere communicatieve eigenschap van het Internet is dat het een *veel-tot-veel* medium is, waarmee bedoeld wordt dat de mogelijkheid bestaat dat veel personen op hetzelfde moment met vele anderen kunnen communiceren. Lévy ziet in deze mogelijkheid een van de meest belangrijke nieuwe culturele veranderingen ('*mutations culturelles*') die het nieuwe medium met zich meebrengt. (1997: 76) Veel-tot-veel is volgens Lévy een communicatieve modus ('*dispositif communicationnel*'). Deze modi geven het soort relatie aan dat tussen de deelnemers aan de communicatieuitwisseling voorkomt. Er zijn drie categorieën van communicatieve modi: één-tot-één, één-tot-veel en veel-tot-veel. Radio, televisie en de pers zijn gestructureerd volgens de één-tot-veel

vorm. Het verschil tussen het Internet en de traditionele media is dat het voor de modale burger nu veel gemakkelijker is om zich tot andere burgers te richten. Dit is een zeer grote verandering in de communicatieve omgeving van onze samenleving. Als we alle beschouwingen tot nu toe in acht nemen, kunnen we het Internet niet als een massamedium zien. Dit omdat, in tegenstelling tot het paradigma van het massamedium, velen met vele anderen kunnen communiceren, waardoor ze niet alleen informatie ontvangen maar ook informatie leveren (zoals dat in de pers of bij omroepcommunicatie het geval is).

Hypermedialiteit, interactiviteit en een veel-tot-veel-communicatie verschijnen dus als de voornaamste eigenschappen van het medium dat Internet heet.

Wat vooral naar voor komt uit onze analyse is dat het Internet een infrastructuur voor nieuwe kennis en tegelijk ook een sociale omgeving voorstelt. De nieuwe kennis samen met de sociale omgeving staat bekend als *Cyberspace*. *Cyberspace* wordt gegeneerd door het gebruik dat verbonden mensen maken van het wereldwijde netwerk van hypermedia. Het is een globale communicatieve omgeving waarin elk individueel element (de deelnemers, de verbonden leden) met alle andere elementen in contact staat. *Cyberspace is in fieri*. En wel omdat de infrastructuur (het wereldwijde hypermedianetwerk) alsmar uitbreidt en zichzelf aanpast om nieuwe gebruikersgemeenschappen en nieuwe netwerken te herbergen. Het wordt – en werd – continu gegeneerd door een internationale beweging van mensen die zich engageren en bereid zijn om een nieuwe communicatieruimte te gebruiken, ermee te experimenteren en te creëren. *Cyberspace* is een omgeving waarin interactieve en sociale communicatie plaatsvindt. Het voortdurende digitaliseringsproces dat toegepast wordt op informatie en kennis zal *Cyberspace* in de nabije toekomst niet alleen omvormen tot de grootste en meest populaire communicatieve omgeving, maar ook tot de voornaamste *locus* waar informatie opgeslagen en opgeroepen wordt: *Cyberspace* zal binnenkort het levende geheugen van de mensheid worden.

Nu de belangrijkste communicatieve eigenschappen van het Internet zijn geschetst, kunnen we ingaan op de gevolgen voor de gebruikers en op de eigenschappen van *Cyberspace* als een omgeving waarin kennis en informatie centraal staan.

2.2 *De eigenschappen van Cyberspace als een communicatieve omgeving*

Vanwege de voorgaande redenen lijkt het Internet niet te passen in de klassieke mathematische communicatietheorie, zoals die van Shannon en Weaver (1949). De auteurs gaan uit van een lineair model dat gebruikt maakt van de reeks bron-codekanaal-decoder-bestemming, een model dat met succes werd toegepast op de studie van pers-, televisie- en radiocommunicatie (waarbij een één-tot-veel vorm werd gebruikt), op de telefoon en de post (één-tot-één). Dit model houdt echter geen rekening met het veel-tot-veel-paradigma dat door het Internet wordt geïntroduceerd. Het lijkt er met andere woorden op dat het te simpel is om de communicatieve mogelijkheden en dynamieken van de communicatieve omgeving die ondersteund worden door een wereldwijd netwerk van hypermedia te beschrijven. In het tijdperk van elektronische communicatie is er een meer exhaustief communicatiemodel nodig om de mogelijkheden van het elektronische netwerk ten volle te kunnen begrijpen. McLuhan was één van

de eerste auteurs die inzagen dat elektronische netwerken een invloed kunnen hebben op communicatie. In zijn vermaarde studies (1964 en 1989) over de relatie tussen boodschap en medium, geeft zijn behandeling van elektronische media een interessante invalshoek op de *communicatiestroom* en de modaliteiten van interactie op het Net. McLuhan bekritiseert het lineaire communicatiemodel omdat het gebaseerd is op boodschappen en sensorische input die overeenstemmen met de lineaire, visuele manier waarop informatie over de werkelijkheid wordt overgebracht en georganiseerd. Dit is echter niet de manier waarop informatie is opgebouwd in het elektronisch tijdperk. McLuhans kritiek heeft een biologische basis. Hij neemt het feit dat onze twee hersenhelften de werkelijkheid op een verschillende manier waarnemen als een argument om de lineaire communicatietheorieën van zijn tijd te bekritisieren. We kunnen volgens McLuhan de realiteit op twee manieren waarnemen: op een logische manier en op een holistische manier. De logische manier komt tot stand door relaties tussen objecten te ontwikkelen, de holistische geeft de voorkeur aan inzicht om verschillende delen van de werkelijkheid te verbinden. De werking van de linkerhemisfeer heeft sinds het ontstaan van de Griekse geschreven cultuur onze westerse samenleving beïnvloed, als een manier waarop de werkelijkheid gedacht en gefilterd wordt. Het gebruik van het alfabet (dat zelf een artefact is en dus onderhevig aan een analyse van de tetraed), als een visuele categorisering van feiten en gedachten, gaf aanleiding tot het logische en lineaire denken dat in de *Logica* van Aristoteles een model en een voorganger vindt. Het uitgebreid gebruik van het zien als een manier om de werkelijkheid te benaderen, maakt het visuele domein tot de belangrijkste plaats om de werkelijkheid te begrijpen en te categoriseren. Daarom argumenteert McLuhan (1989) dat de media en de technologie vandaag een linguïstische (een lineaire en logische) structuur hebben. McLuhan stelt er een benadering van de werkelijkheid tegenover die uitgaat van de werking van de rechterhemisfeer. Deze hemisfeer geeft aanleiding tot een akoestische ruimte, die in staat is om alle sensorische capaciteiten van de mens in rekening te brengen. De akoestische ruimte is een ruimte van complementariteit, en complementariteit is een wezenlijk bestanddeel van het informatietijdperk. Deze ruimte houdt tegelijk rekening met de vorm en de achtergrond, terwijl de visuele ruimte zich voornamelijk op de vorm concentreert, op wat uit het beeld tevoorschijn komt, en hecht minder belang aan wat zich rond de vorm bevindt. De visuele en de akoestische ruimte komen overeen met twee verschillende dimensies van de analyse die op de werkelijkheid wordt toegepast: de diachrone en de synchrone analyse. McLuhans argument, om tot ons punt te komen, is dat een diachronische benadering van het elektronische tijdperk onvoldoende de complexiteit van informatie (input, stimuli) in de *global village* kan vatten.

Margagliano (1998: 12-14) vervolledigt deze analyse nog door de ruimte waarin de geest werkzaam is, en de geest zelf, te zien als een multimediale ruimte. Het is interessant om op te merken dat hij dit doet nadat hij het onderscheid maakte tussen een *pre-digitale multimedialiteit* – multimedia die gebaseerd zijn op meerdere complementaire media als draagvlak voor de informatie (het geïntegreerd gebruik van pers, radio en TV) – en *digitale multimedialiteit*, gebaseerd op het gebruik van een enkel draagvlak (een optische schijf of het Internet bijvoorbeeld). De auteur maakt daarenboven nog een belangrijk onderscheid tussen mono- en multimedia, dat tot stand komt door het nieuwe perspectief dat de nieuwe elektronische media bieden. Hij stelt dat er een verschillende relatie en een verschillende interactie met kennis oprijst door het gebruik van mono- en multimedia. Kennis door monomedia (een boek bijvoorbeeld) wordt

abstract verworven (van lezen naar het conceptualiseren van wat gelezen is). De kennis door multimedia wordt door *immersie* verworven (van lezen, luisteren en kijken naar begrijpen wat er gelezen, gezegd of bekeken is op hetzelfde moment). De relatie met een boek lijkt eerder intellectueel te zijn, de relatie met multimedia is meer fysisch. (1998: 20-21)

Wanneer we alle voorgaande overwegingen toepassen op de communicatieve ruimte die door het Internet gegenereerd wordt, kunnen we *Cyberspace* beschouwen als een akoestische ruimte. Er zijn twee elementaire redenen om dit te doen. Ten eerste is er de multimediale aard van de informatie die op het web circuleert. De mix van beelden, geluid en tekst, heeft de volle aandacht van ons waarnemingssysteem nodig. Deze mix van verschillende representaties van de werkelijkheid in één en hetzelfde apparaat maakt de virtuele ruimte een complexe realiteit om te verwerken (en te controleren!). Ten tweede is er in geen enkel ander medium zulk een helder inzicht in de achtergrond van de informatie waarmee we interageren. Het is interessant om op te merken dat de gigantische hoeveelheid informatie en de verplichting om het Internet actief te gebruiken (i.e. een continu beslissingsproces, interactief en beredeneerd, om uit maken wat er gezien wordt/waar men naar toe gaat), wat juist het rijke karakter van *Cyberspace* uitmaakt, meteen ook de kern is van vele problemen die de gebruikers van elektronische media ervaren. (Jonassen: 1989)⁵

McLuhan geeft ons een andere, belangrijke sleutel tot het begrijpen van de aard van *Cyberspace*, nl. wanneer hij nadenkt over de relaties tussen mens en technologie. Technologieën zijn volgens McLuhan (1989) een versterking van de menselijke sensorische ervaring. Vanaf het ogenblik dat ze de werkelijkheid mediëren, zullen ze tegelijk de werkelijkheid veranderen. Het is pas wanneer hij zijn analyse toepast op het globale netwerk van elektronische media dat er, voor ons althans, interessante resultaten volgen. Snelheid is de laatste stap in de ontwikkeling van technologie. (McLuhan, 1964) De ontwikkeling van communicatietechnologie bepaalt drie niveaus in de culturele evolutie en drie verschillende modaliteiten van hoe de wereld waargenomen wordt. De eerste technologie die gebruikt wordt, is de spraak. Met de spraak correspondeert een mondelinge cultuur en een onmiddellijke, volledige perceptie van de werkelijkheid. De tweede technologie is de pers. De overeenkomstige cultuur is een gedrukte cultuur, zoals degene die afstamt van Gutenbergs uitvinding. De waarneming van de wereld wordt gemedieerd door de pers, ze is partieel en niet-onmiddellijk. De derde communicatietechnologie is de elektronische communicatietechnologie. Met deze technologie stemt een elektronische cultuur overeen die belichaamd wordt in McLuhans *Global Village* en in onze *Cyberspace*. Binnen de *Global Village*, en binnen *Cyberspace*, is de perceptie van de wereld totaal, onmiddellijk en direct via multimedia. Het is interessant om McLuhans analyse aan te vullen met die van Cartier. Deze analyseert de westerse cultuur in drie “*grandes étapes*”, de drie belangrijkste stadia van de beschaving. Met elk stadium correspondeert er een nieuwe omgeving die moet worden veroverd, een nieuwe manier om de werkelijkheid voor te stellen en nieuwe manieren om ons voorstellingsvermogen te gebruiken. Hij ziet snelheid ook als een van de voornaamste eigenschappen waarover nagedacht moet worden wanneer men veran-

⁵ Zonder een holistische benadering, zonder het vermogen om de informatie te linken met zijn bredere context en zonder het vermogen om tegelijk de inhoud en de navigatieomgeving te controleren, is het risico er een van onszelf in de virtuele ruimte te verliezen (Cunningham, Duffy, Knuth, 1993).

deringen in de samenleving analyseert. De eerste beschaving werd gekarakteriseerd door magisch denken. Symbolen die gebruikt werden om de werkelijkheid te mediëren en de controle over materie, zijn typerend voor dit tijdperk. De tweede beschaving werd gekenmerkt door organisationeel denken. In dit tijdvak controleerde de mens energie en waren teksten de sleutel om de werkelijkheid te doorgronden. De derde beschaving is de beschaving van multimediaal denken. In deze beschaving wordt de werkelijkheid (reëel en virtueel) gemedieerd door multimedia. Er is een progressieve versnelling merkbaar doorheen de drie stadia van ontwikkeling. Eeuwen zijn de standaardmaat voor de symbolische beschaving, seconden zijn de categorie die in de multimediale beschaving van toepassing zijn. Als we de conceptualisering van McLuhan en Cartier integreren in een tabel, dan krijgen we de volgende voorstelling:

McLuhan-Cartier overzicht van de culturele en sociale evolutie en de perceptie van tijd:

Evolutie van Tijd	Cultuur-Beschaving	Mediator van de werkelijkheid	Perceptie van de Realiteit
Eeuwen	Mondeling – Controle over Materie	Gesproken woord – Symbolen	Volledig, Onmiddellijk – Magisch denken
Jaren	Gedrukt – Controle over Energie	Boeken – Gedrukte Teksten	Partieel, niet-onmiddellijk, bemiddeld Organisationeel denken
Seconden	Electronisch – Controle over Informatie	Informatie/Communicatietechnologie – Multimedia	Totaal, onmiddellijk, direct Mediaal denken

Wanneer we de bovenstaande tabel bekijken, dan valt op dat de informatie complexer wordt naarmate media sneller worden (multimedia, interactief en meertalig). Het valt ook op dat het tijdsverloop kleiner wordt tussen het verspreiden van informatie en de analyse om de informatie te kunnen begrijpen. Om het met de woorden van De Kerckhove te zeggen: *“telkens we een nieuw medium uitvinden, lijken we de snelheid en het volume van de informatieverwerking te versnellen.”* (1997: 80)

De toenemende complexiteit van de informatie-omgeving en de verkorting van tijd die gebruikt wordt voor de verwerking van informatie en het toekennen van betekenis aan die informatie, zijn niet de enige nieuwe communicatieve eigenschappen van *Cyberspace*. Lévy definieert de structuur van de boodschap of de relatie tussen de componenten van informatie als informatiele modi (‘dispositifs informationnels’). Vòòr het ontstaan van *Cyberspace* kon een boodschap lineair of in een netwerk georganiseerd worden (als een hypertext). Zijn overwegingen in verband met de informatiele modi zijn interessant voor ons omdat ze ons helpen te begrijpen welke soort waarneming we van de werkelijkheid hebben in *Cyberspace*. Bovendien bepalen ze twee belangrijke eigenschappen van deze nieuwe informatie-omgeving. In de lijn van Lévy’s argumentatie komen er twee informatiele modi naar voor in *Cyberspace*. Met name de *virtuele wereld* en de *informatiestroom*.

De virtuele wereld organiseert informatie in een continue ruimte die, volgens het immersieprincipe, relatief is ten opzichte van de positie van de gebruiker in de kennisomgeving. Informatiestroom verwijst naar de data die in *Cyberspace* voortdurend veranderen. (1997: 74-75) Deze overwegingen zouden ons moeten doen nadenken

over het feit dat *Cyberspace* niet alleen een erg rijke informatie-omgeving is in kwantitatieve termen, maar ook dat de onderlinge relaties voortdurend veranderen. Het is daarnaast ook een omgeving waarin tijd gecomprimeerd wordt zodat de gebruiker geen enkel geprivilegieerde toegangspoort meer kan aanduiden. Wanneer geen enkel toegangspoort is geprivilegieerd (een continue ruimte) en als er geen continuïteit noch een finale organisatie zit in de structuur van de informatie (informatiestroom), dan zijn de kennisruimte die door de gebruiker wordt opgebouwd, de conceptuele instrumenten die hij/zij gebruikt om de informatiestroom te verwerken en de middelen die hij/zij gebruikt om de input van informatie betekenisvol te maken, de essentiële referentiepunten voor het leven in de era van *Cyberspace*.

Het feit dat geen enkel toegangspoort geprivilegieerd is en dat de openheid van *Cyberspace* tot meervoudige en niet-bemiddelde voorzieningen van informatie leidt – iedereen kan handelen als een gebruiker en als leverancier van informatie, iedereen kan zijn/haar ruimte afbakenen om iets te zeggen of om persoonlijke opinies mee te delen, bijvoorbeeld door deel te nemen aan de debatten die voorkomen in *mailing lists* of in *newsgroups*, of door een persoonlijke website te creëren – heeft onmiddellijke implicaties voor ons begrip van de wereld en voor onze ideeën omtrent cultuur en de betekenis van cultuur. Het is duidelijk dat in een moderne samenleving de media de cultuur van een samenleving overbrengen en interpreteren. Wanneer we de traditionele media overzien, dan valt op dat wij niet de eindverantwoordelijkheid hebben voor beelden die uit andere culturen komen. Culturen zijn, vooraleer ze tot ons komen, bemiddeld door professionele informatieverwerkers. Zij en hun organisaties filteren en passen de informatie aan die we uiteindelijk krijgen. Waar het ons persoonlijk begrip van andere culturen betreft, heeft *Cyberspace* een compleet verschillende benadering dan de traditionele media. Wanneer we navigeren dan worden we “gestuurd” of “komen we aan” op verschillende lukrake plaatsen, waardoor er fragmenten van culturen verschijnen op ons scherm, zonder dat die gemedieerd zouden zijn. Dit geldt ook wanneer we deelnemen aan web-chats of wanneer we deel uitmaken van een bepaalde belangengroep op het Net. In dit geval participeren we direct aan een interculturele gebeurtenis, zonder een externe mediëring. *Cyberspace* wordt zo een multiculturele ruimte en een goede gelegenheid om andere culturen te betreden op een fundamenteel nieuwe manier. In zijn beschouwing van de relatie cultuur-media brengt Innerarity (1995: 186) de kenmerken van het tijdperk van de communicatie – en dus ook de cybercommunicatie – in verband met postmoderniteit: “*Post-modern culture is narrowly tied to the fact that the society in which we live is a society of wide-spread communication.*” De eigenaardigheid van *Cyberspace* is dat een gegeven gebruiker slechts één gezichtspunt wordt onder de andere, een gezichtspunt dat niet langer het monopolie houdt over de kennis. In de decentralisering die de communicatiestromen op het Internet kenmerken, zijn we getuige van een specifiek type van inzicht in de elk-de-zijne-representatie van de wereld. Dit nieuwe begrip is volgens Lemoigne (1990) een soort van analog – in de zin van: continu – begrip dat meer verwant is met complexe systemen dan met sequentiële, aangezien het een massa van diverse mogelijke informatiepakketjes beschouwt die de gebruiker bereiken. In deze zin is het Internet een culturele technologie en *Cyberspace* een multiculturele ruimte. Het geeft verschillende culturen de mogelijkheid tot coëxistentie.

Precies omwille van de uitdagingen en mogelijkheden die nieuwe hypermedia, interactieve en interconnectieve communicatietechnologieën stellen voor onze manieren van

interactie en communicatie, en voor de wijze waarop we onze persoonlijke kennis en culturele ruimten uitdenken, voorstellen, bouwen en organiseren, worden zij vandaag door velen beschouwd als cognitieve technologieën.⁶ Met een cognitieve technologie bedoelen we de technologie (hardware, maar voornamelijk software die men gebruikt om voor een bepaalde taak samen te werken, kennis te delen en kennis te bouwen met elkaar) die ons helpt om te denken en samen te denken. *Cyberspace*, als een communicatieve omgeving waarin met elkaar verbonden mensen kunnen communiceren, onafhankelijk van beperkingen door tijd en ruimte, configureert zichzelf als een ruimte waarin verscheidene intelligenties kunnen samenwerken. Lévy (1995) noemt het voorkomen van intelligentie in verspreide netwerken *collectieve intelligentie*. Enkel de netwerken die rond een digitale informatietechnologie zijn georganiseerd (bv. het Internet) zijn in staat om collectieve- van singuliere intelligentie te scheiden. Collectieve intelligentie is geografisch verspreid en drijft op diversiteit en complementariteit. Dat het fenomeen voorkomt, is te danken aan een *online* coördinatie van mensen die deelnemen aan de communicatie en die wensen, met anderen, mee te werken aan een gemeenschappelijk project. Het is dit onmiddellijke *online* linken dat individuele competenties bekrachtigt en waardeert. In *Cyberspace* worden alle afstanden en alle vertragingen (die niet te wijten zijn aan de communicatietechnologie) onderdrukt. *Cyberspace* wordt, wanneer er verbonden intelligenties aan het werk zijn, zo een plaats om complexe problemen op te lossen door een pluralistische en open discussie. De Kerckhove noemt verbonden intelligentie een vorm van nieuw cognitief gedrag die uit het Web oprijst. (1997: 152) Hij benadrukt het potentieel van een grote eenheid van doelgerichtheid die oprijst uit menselijke geesten, als zij op dezelfde zaken focussen, en uit zelforganiserende vermogens van het netwerk. Enkele pagina's verder (1997: 154) verklaart hij dat "*de eigenschap webness ligt in het verbinden van menselijke intelligentie*". *Cyberspace* is dan een ruimte waarin verbonden gebruikers met elkaar kunnen denken. Zodoende is *Cyberspace* een communicatieve ruimte waarin collectieve intelligentie kan groeien, waardoor ook het collectief en coöperatief denken vergemakkelijkt wordt. Deze capaciteit om intelligentie te mobiliseren en collectief gedrag te organiseren is een cruciale factor bij de beoordeling van de democratische waarde en het potentieel van de virtuele publieke ruimte.

3. Het debat omtrent een nieuwe virtuele publieke ruimte

De virtuele publieke ruimte geeft zichzelf in *Cyberspace* gestalte. Zoals gezegd is de virtuele publieke sfeer slechts één voorstelling van de mogelijke uitkomst van het gebruik van *Cyberspace*. Als *Cyberspace* als het geheel van de nieuwe elektronische omgeving die door het Internet bepaald is wordt opgevat, dan duidt de virtuele publieke sfeer slechts een fractie ervan aan: de fractie die gegenereerd wordt wanneer de communicatieve en relationele mogelijkheden van *Cyberspace* worden gebruikt voor een democratische en civieke discussie. Met 'virtuele publieke sfeer' verwijzen we overigens naar alle informatie-uitwisselingen en alle mogelijkheden die benut worden wanneer de discussie over de democratische en civieke versterking van onze samenle-

⁶ Om slechts een paar te noemen: Lévy (1990), Bonsiepe (1995), Maragliano (1998) en De Kerckhove (1998).

ving het doel is van de mensen die met elkaar interageren. Dit kan de vorm aannemen van het uitwisselen van e-mail, het participeren in nieuwsgroepen of op virtuele fora (electronische vergaderingen), van surfen of het aanpassen van webpagina's.

We zullen ons vanaf nu concentreren op deze virtuele publieke ruimte. Ten eerste gaan we in op het actuele debat rond het genereren van een democratisch debat en de gevolgen voor de communicatie die plaatsvindt in *Cyberspace* voor de implementering van de democratie. Ten tweede proberen we om een theoretische basis te formuleren voor de virtuele publieke ruimte door een vergelijking te maken tussen de virtuele publieke ruimte en de eigenschappen die Jürgen Habermas toekent aan het ontstaan van de publieke burgerlijke ruimte in de XVIIe eeuw. We menen dat deze vergelijking(en) ons een beter inzicht geven in de eigenschappen van de virtuele publieke ruimte en dat ze degene bijtreedt die gelooft dat *Cyberspace* een werkelijkheid is die nu al, en niet in de toekomst, een substantiële verandering kan teweegbrengen in de manier waarop we leven en samenleven.

3.1. *Over de relatie tussen Cyberspace en democratie*

Zoals Colombo (1995) stelt, is de relatie tussen democratie en telematica extreem complex. Informatie en communicatietechnologie spelen, elke dag meer, een zeer belangrijke rol in het democratische en civieke debat. Met Castell kunnen we zeggen dat: "*de mensen in de hedendaagse samenleving hun informatie, hun publieke opinie, voornamelijk via de media krijgen, met name door de televisie.*" (1997(2): 313) In deze mediapolitiek werd *Cyberspace* in de late jaren '90 een belangrijk kanaal voor politieke propaganda, voor electronische vergaderingen en voor het samenbrengen van de politici en hun aanhangers.⁷

Als we de dynamiek van een moderne democratische samenleving bekijken, dan zien we dat ze gekenmerkt wordt door een evenwicht tussen centripetale en centrifugale krachten, tussen staat en individu. In dit *equilibrium* opereren de traditionele en de nieuwe digitale media (netwerken, Internet) op een verschillende manier. De traditionele media werken van binnen naar buiten aan de hand van een centrifugale structuur, terwijl de nieuwe media op *lokale* basis werken: ze kennen geen centrale periferie, elk fragment van het Internet bevat potentieel alle andere elementen. Dit heeft zijn weerslag op hoe het politieke en het sociale debat gevoerd en gezien wordt. Internet biedt, althans volgens Manuel Castells (1996a & b), de technologische mogelijkheid om het politieke debat open te breken van burger tot burger, van groep tot groep, zonder tijdslimieten, zonder ruimtelijke limieten, zonder censuur of controle. Op deze wijze doorbreekt het Internet de structuur van verticale politieke informatie die aan de basis ligt van representatieve democratieën, vaak gemonopoliseerd door professionele elites, en vergemakkelijkt het het ontstaan van nieuwe debatruimten waarin de publieke opinie kan gevormd worden, los van de traditionele kanalen. Deze mogelijkheden zijn

⁷ Politieke partijen delegeren en complementeren vandaag gewoonlijk hun informatie-activiteiten met het gebruik van online informatie. Deze informatieve en linkende functies waren in het nabije verleden de verantwoordelijkheid van actieve partijleden op specifieke gelegenheden: publieke meetings, happenings, face-to-face-activiteiten. De exploitatie van online instrumenten wordt vooral aangewend door nieuwe spelers en nieuwkomers. Speciaal in periodes van electorale campagnes worden deze web-gecentreerde politieke activiteiten vaak en massaal gebruikt.

erg nodig in een tijd waarin het open marktsysteem in conflict is met gesloten gemeenschappen en waarin de afstand, eerder dan een geografische kwestie te zijn, één is tussen *haves* en *have-nots*, informatiebestemmingen en informatiekranen, verbonden en niet-verbonden. Wanneer de cohesie van onze samenleving(en) op het spel staat, heeft *Cyberspace*, met zijn inherente capaciteit om mensen en ideeën te koppelen, geloofsovertuigingen en intelligentie te verbinden, de capaciteit om de politiek opnieuw uit te vinden. Omdat *Cyberspace* het nieuws en de achtergrondinformatie zeer gedetailleerd kan weergeven, waarvoor uiteindelijk de gebruiker van de informatie verantwoordelijk is en niet de leverancier, is het een mogelijk verbindingsstuk tussen geesten, ideeën en inspanningen die in de vorige sectie werden onderzocht. Volgens ons is het ook een antwoord op de actuele degradatie van de politiek en een remedie tegen een algemeen gevoel van onbehagen en desillusie ten opzichte van de burgerij. Deze degradatie is inherent aan één-tot-veel media die, op hun beurt, een antwoord zijn op de noodzaak van competitieve economische prestaties: de simplificatie van boodschappen, professionele reclame adverteren en *pooling* als politiek gereedschap, de personalisering van opinies, de beeldcultuur, sensationisme. Altheide en Snow noemen dit alles *media logic* om het proces dat massamedia gebruiken om informatie uit te zenden en te presenteren een naam te geven. De twee auteurs drukken erop dat uit de combinatie van “the rational/practical logic of communication with entertainment” er een nieuwe communicatievorm ontstaat. (1979: 16) Ze drukken ook op het feit dat nagenoeg alle inhoud van de massamedia een kwestie van entertainment is. Vanuit deze optiek verschijnt het nieuws dan als een onderhoudend verhaaltje om in het perspectief van entertainment te passen. Ze noemen *docudrama* het *entertainmentiseren* van het nieuws. (1979, 54) Het is inherent aan de aard van *Cyberspace*, zoals we aantoonen in de voorgaande sectie over de eigenschappen van Internet en *Cyberspace*, om de logica van entertainment te verwerpen: interactiviteit en de vrijheid om zelf te bepalen welke gerelateerde informatie er bekeken wordt, rond welk onderwerp men iets opzoekt, en van welke bron de informatie komt, doen deze mogelijkheid vanzelf verdwijnen. Dit is zeer belangrijk voor entertainment, omdat de communicatiemediën die in een cultuur voorhanden zijn, een dominante invloed uitoefenen op de vorming van het intellectuele en sociale gedachtegoed van die cultuur. (Postman, 1987) Als het sociale gedachtegoed doordrongen is van de entertainmentlogica kunnen we, in alle legitimiteit, verontrust zijn over de toekomst van onze democratieën. Wat is de logica van Internet? Deze vraag verdient onze meeste aandacht. Het is een fundamentele vraag omdat, zoals Postman stelt, “a major new medium changes the structure of discourse; it does so by encouraging certain uses of the intellect, by favouring certain definitions of intelligence and wisdom, and by demanding a certain kind of content – in a phrase, by creating a new form of truth telling.” (1987, 27)

Het Internet kan, in de lijn van het argument dat zonet naar voor werd gebracht, ook gebruikt worden om een visie te creëren die gedeeld wordt door de overheid en de burgers, om de overheid dichter bij de burgers te brengen en om mensen meer te betrekken bij beslissingsprocedures, met een verschillende rol bij elke stap, wat hen in staat stelt om de werking van de overheid beter te volgen. Het is voor het welzijn van de democratie fundamenteel om burgers in de beslissingsprocedure en in de discussies over de democratische arena te betrekken. Chomsky (1994) geeft in dit verband aan dat men een democratie best kan vernietigen door een systeem op te stellen waarin mensen geen invloed kunnen uitoefenen op de beslissing, omdat ze simpelweg niet weten welke

beslissing er genomen wordt. Dit wordt bereikt door het niveau waar de beslissingen genomen worden ver van gewone mensen te houden.⁸

De implicatie van wat we tot nu toe gezegd hebben is dat de voorwaarden voor de politiek, de manier waarop de democratie geïmplementeerd wordt en de relatie tussen overheid-onderdanen en overheid-burgerschap voor radicale wijzigingen vatbaar zijn. Om een voorbeeld te geven: verkiezingscampagnes kunnen de laatste stap zijn in een algemeen, verspreid en voortdurend kritisch debat over ideeën, projecten, politieke visies en implementeringsplannen. Steven (1992) voorspelt dat de toekomstige informatiesamenleving zal leiden tot een diepe crisis van de bureaucratie en van het concept 'representatieve democratie'. Speculatie over de verschillende vormen die de publieke elektronische ruimte kan (zal?) aannemen is zonder meer fascinerend. Voor sommigen is het een oefening in science-fictionpolitiek, voor anderen is het al te laat om erover te speculeren: we leven er nu al in.

De opgang van een *globale burgermaatschappij* is een ander fenomeen dat zijn oorsprong vindt in de communicatieapparatuur in een netwerk omgeving. (De Groep van Lissabon, 1995, XIV-XV) Het valt gemakkelijk in te zien dat deze globale burgerlijke gemeenschap een *Cybersamenleving, een verbonden samenleving* of een *samenlevingsnetwerk* is van mensen die zichzelf manifesteren als *collectieven en gedistribueerde intelligenties*, waarvoor het Internet de infrastructuur is. Deze *Cybersamenleving* kan omwille van verschillende redenen een burgerlijke samenleving genoemd worden. Ten eerste omdat de perceptie van gemeenschapszin zowel op lokaal als op globaal niveau gestimuleerd wordt door potentieel iedereen met iedereen te verbinden.⁹ Ten tweede omdat het inherent karakteristiek voor *Cyberspace* is dat we onze intelligentie potentieel kunnen verbinden, zonder geografische of sociale grenzen, enkel door de mogelijkheid om een toegangspoort tot *Cyberspace* binnen bereik te hebben. Ten derde omdat een verbonden samenleving zelforganiserende en participatieve vormen van informatieproductie en -verspreiding toelaten.

Wanneer Mentalecheta (1995, 49) over informatie- en communicatietechnologie spreekt, stelt hij dat: "*jamais les hommes n'ont disposé d'autant de moyens pour communiquer, pour se comprendre et pour s'entraider. La révolution de l'information peut apporter plus de justice, plus de démocratie, plus de bien être pour tous. En facilitant les contacts directs entre les hommes, elle permettra aux solidarités de s'exprimer directement. Symbole de l'indépendance de chacun, dans un monde nécessairement interdépendant, elle constitue un des vecteurs de plus en plus prometteur de la culture de la paix*". Volgens ons worden hier twee belangrijke zaken vermeld: het *publieke bewustzijn* en *solidariteit*. *Cyberspace* is een ruimte waarin het publieke bewustzijn en solidariteit kunnen worden gepromoot. Ook McLuhan (1989) sprak met zijn *Global Village* al over een wereldgeweten dat ontstaat dankzij het gebruik van elektronische media. De weg naar een globaal geweten wordt vergemakkelijkt door het gevoel van een 'gekrompen' wereld: het krimpen van de tijd door online communicatie,

⁸ Volgens Chomsky is dit wat gebeurt met internationale organisaties, aangezien de mechanismen van hun functioneren te complex zijn voor degenen die niet de vereiste juridische en economische achtergrond hebben. Hij verwijst specifiek naar het democratisch deficit van de Europese Unie als een voorbeeld van de afstand tussen burgers en openbare internationale instellingen.

⁹ Het gevoel van overal te zijn, eigen aan *Cyberspace*-vagebonden, vergemakkelijkt het oprijzen van een globaal bewustzijn, het zich realiseren van het feit dat we in dezelfde ruimte leven en een gemeenschappelijke toekomst hebben waarvoor iedereen verantwoordelijk is.

weerspiegelt het gevoel dat we niet in een oneindige en ongebegrensde wereld leven. Het krimpen van de tijd is meteen ook een krimpen van de ruimte. Wanneer geografische ruimten kleiner worden, zullen ook culturele ruimten inkrimpen. Daarom heeft communicatie via *Cyberspace* ook consequenties voor onze perceptie van andere culturen. Als we ideeën en standpunten uitwisselen met mensen op het web dan krijgen we het gevoel, zelfs al is dat in de meeste gevallen niet zo, van nabijheid en *real time* communicatie.¹⁰ Cyber-communicatie, of online interactie, is een uitwisseling van informatie die zich ergens tussen mondelinge en geschreven communicatie situeert. Mondelinge communicatie brengt vanzelf de connotatie van aanwezigheid, nabijheid en onmiddellijke feedback met zich mee. Geschreven communicatie refereert naar reflectie, objectiviteit en formaliteit. Electronische communicatie (e-mail, nieuwsgroepen) vormt een totaal nieuwe vorm van interactie tussen de deelnemers van de communicatieve uitwisseling. Het is bijna zo onmiddellijk als geschreven communicatie, maar, tegelijk ook weer niet. De gesprekspartner is nabij, terwijl er toch een zekere afstand is door het scherm. Wanneer we wachten op feedback, krijgen we het idee dat de communicatie via het Internet sneller en directer is dan gelijk welke andere geschreven communicatie. We zijn er ons bewust van dat we schrijven, maar we verwerken het in onze geest niet met dezelfde nadruk als wanneer we dezelfde informatie afdrukken of neerschrijven op papier. We weten dat de verstuurde e-mail waarschijnlijk een tijdje worden bijgehouden door de geadresseerde: dit opent voor hem/haar de mogelijkheid om de ontwikkeling van het discours, van de ideeën, te achterhalen. We voelen ons daarom verplicht om duidelijker en bedachtzamer te schrijven. Terwijl we onze eerste stappen in *Cyberspace* zetten, zullen niet alleen onze on-line vaardigheden om met anderen te interageren zich ontwikkelen, maar groeit ook de capaciteit om informatie op webpagina's te bekijken en te filteren. We ontwikkelen mentale modellen en schema's voor onze navigatie om de relevantie en de geldigheid van informatie op het web te beoordelen. Deze overwegingen tonen de bijzonderheid aan van on-line communicatie in vergelijking met meer traditionele communicatie (telefoon, faxen, brieven). We suggereren hier dat de bijzonderheid van de nieuwe communicatieomgeving zijn weerslag heeft op de manier waarop we omgaan met informatie die circuleert op het web versus andere communicatiekanalen. De exacte weerslag is voorlopig nog niet duidelijk maar de perceptie van een 'gekrompen' wereld, die een onmiddellijk gevolg is van de communicatie in *Cyberspace*, en het on-line verwerken en begrijpen van informatie, zouden een belangrijke factor kunnen zijn in ons bewustwordingsproces van een eindige en gelimiteerde wereld. Volgens Volli (1994) heeft dit te maken met het feit dat de electronische media, en het Internet in het bijzonder, in staat zijn om afstanden te verkleinen.

Er is ook een andere reden waarom het Internet als een civiek medium moet gezien worden: het Net is niet alleen open in de zin dat het de algemene opinie uitdrukt, maar ook dat er altijd de mogelijkheid bestaat om op het Net zichtbaarheid te krijgen. Bij radio, bijvoorbeeld, zijn er een beperkt aantal zenders die kunnen uitzenden. Als de frequenties allemaal bezet zijn, is er geen ruimte meer voor nieuwe zenders. In het tijdperk van massacommunicatie is het aantal stemmen steeds gelimiteerd door het

¹⁰ Een kleine beschouwing: televisie geeft de kijker het gevoel dat de camera zich inderdaad bevindt op de plaats waar de beelden vandaan komen, een website aan de andere kant van de wereld binnentreden geeft de indruk dat men ergens aankomt, dat we zelf 'daar' zijn.

elektromagnetische spectrum en door artificiële barrières. Massamedia hebben precies door hun inherente aard het communicatieve tweerichtingsverkeer ontmoedigd. Als gevolg daarvan werd ook de interpretatie, het collectief verwerken en de groepsdiscussie sterk ontmoedigd. Met het Internet is de situatie anders. Er is een potentieel oneindige ruimte voor nieuwkomers. Er zijn altijd technische middelen om een nieuwe stem te laten horen en om ze zichtbaar te maken op het web. Door de groeiende mogelijkheid om in Cyberspace binnen te treden vanuit verschillende locaties en plaatsen, worden onze thuis, de werkplaats, de bibliotheek en gebouwen van publieke instellingen publieke burgerlijke ruimten. De gecentraliseerde verticale communicatie en de gedecentraliseerde horizontale communicatie komen in balans in *Cyberspace*. Dit evenwicht kan een geheel nieuwe verzameling van mogelijkheden openen om onze democratieën te laten herleven en te versterken: van de deelname aan het beslissingsproces en een online oppositie naar een directe democratie. *Cyberspace* zal met zijn netwerk van audio-, video- en tekstcommunicatie, mogelijk gemaakt door het Internet, het onderscheid doen vervagen tussen interpersoonlijke en massacommunicatie, tussen publieke en private communicatie. Deze revolutie op het vlak van communicatie vertaalt zichzelf in een sociopolitieke macht waarin burgers, eerder dan de centrale autoriteiten, de diverse en pluralistische communicatiestroom controleren. Mulgan stelt het in zijn visionair boek *Connexity* (1998) duidelijk: met een alomtegenwoordige en onmiddellijke communicatie is het niet langer nodig om zich te beroepen op voltijdse vertegenwoordigers. Hij confronteert ons met het uitdagende idee dat de democratie een permanente conversatie kan worden in een samenleving waarin de intelligentie permanent verspreid is. Met deze gedachte in ons hoofd maken we de analyse van Habermas' publieke ruimte.

3.2. *De Habermasiaanse publieke sfeer en de virtuele publieke sfeer: op weg naar een theoretische fundering van de virtuele publieke sfeer*

Zoals aangekondigd beschouwen we in de volgende bladzijden de onderlinge verhouding tussen de analyse die Habermas maakte over de evolutie van de burgerlijke publieke sfeer, en het ontstaan van de virtuele publieke sfeer binnen Cyberspace.¹¹ We proberen Habermas' bespiegelingen over de politieke, literaire en representatieve publieke sfeer te gebruiken als een referentiemodel voor een conceptuele fundering van de virtuele publieke ruimte. We gebruiken het Habermasiaanse model van de ontwikkeling van de publieke ruimte omdat hij erin slaagde materiaal en methodes te combineren uit de sociologie en de economie, het recht, de communicatie- en politieke wetenschappen, zowel als uit de sociale en culturele geschiedenis. Dezelfde vorm van multidisciplinaire analyse moet naar onze mening ook worden toegepast op Cyberspace, aangezien die het geheel van de menselijke cultuur en het leven representeert. Cyberspace kan worden bekeken als de kloon van onze maatschappij. Alles wat we kunnen vinden in de echte wereld, alle aspecten van ons samenleven kunnen worden

¹¹ Onze hoofdreferentie is hier de Engelse editie van *Strukturwandel der Öffentlichkeit* (Hermann Luchterhand Verlag, Darmstadt & Neuwied, 1962), in 1989 vertaald bij Polity Press als *The Structural Transformation of the Public Sphere*.

teruggevonden in een digitale en numerieke kloon uit Cyberspace.¹² Het enige analysemodel dat in staat is de complexiteit aan te pakken van de communicatieve omgeving die door het Internet wordt gegenereerd, is een multidisciplinaire analyse. Dankzij haar methodologie en bevindingen lijkt Habermas' studie van de publieke sfeer een waardevolle referentie voor om het even welke poging om de ontwikkeling te begrijpen van om het even welke vorm van elektronische democratie.

In *The Structural Transformation of Public Sphere* schetst Habermas een historisch, sociologisch en filosofisch beeld van de oprijzing, de omvorming en het uiteenvallen van de burgerlijke publieke sfeer.¹³ Publiek, zo merkt hij op, werd gebruikt om naar drie verschillende types van publieke sfeer te verwijzen. Elk daarvan heeft betrekking op een bepaald gebied. Het eerste type is *representatieve openbaarheid*. De term refereert aan het vertoon van inherente spirituele en autoritatieve macht, of waardigheid, voor een publiek. Een dergelijke openbaarheid kan doorheen de geschiedenis worden herkend in al die gelegenheden waar er een officiële erkenning is van bepaalde vormen van autoriteit voor een publiek. In de Middeleeuwen was zij zichtbaar in het systeem van hoofse deugden die tekens, klederdracht, houding en normen van nobel gedrag behelsden. Moderne voorbeelden vindt men in de vorm van internationale vergaderingen, meetings, en in staatkundige representaties. Het tweede type is de literaire publieke sfeer. Deze term duidt aan hoe een sfeer van kritische oordeelsvorming, "de wereld der letteren," zich in een bepaalde periode ontwikkelde als oorsprong van vrij kritisch denken. De wereld der letteren vormde nadien de basispremissie voor de ontwikkeling van kritisch redeneren over politieke zaken. Het derde concept is de politieke publieke sfeer. Hier wijst de term op kritisch publiek redeneren over zaken van publiek belang.

Habermas begrenst de liberale publieke sfeer binnen die ruimte die tussen de burgermaatschappij en de staat ligt. De publieke ruimte is die specifieke ruimte waar kritische publieke discussie over kwesties van algemeen belang gevestigd werden van repressieve interventie van staatswege. In zijn analyse is de publieke ruimte een domein, een ruimte waarin mensen samenkomen om deel te nemen aan een open discussie. (Holub, 1991) De publieke ruimte verschijnt zo als de plaats dat individuen toelaat en de mogelijkheid geeft om via kritische reflectie de vorm en ontwikkeling van diverse zaken te bepalen. Het is binnen de nieuw oprijzende burgerlijke klasse dat het initiële kritische denken zich ontwikkelt. Het wordt gevormd door private burgers die beraadslagen over kwesties van publieke strekking.

De onontbeerlijke en noodzakelijke ingrediënten voor het bestaan van deze oprijzende publieke sfeer zijn: gelijkheid tussen zijn leden, en toegankelijkheid in termen van kansen om in het debat te participeren.

In wat volgt zullen we de Habermasiaanse idee van de publieke ruimte herlezen en enkele belangrijke momenten en kwesties belichten die we relevant vinden voor de ontwikkeling en de evolutie van de virtuele publieke ruimte.

¹² De idee van het digitaliseringsproces dat meer en meer aspecten van ons leven beheerst en zo een digitale kloon van de maatschappij schept, vonden we in de lezingen van Jean Pierre Balpe aan het College of Europe, in de cursus *La société de l'information: une culture du virtuelle*.

¹³ Een gedetailleerde uiteenzetting van Habermas' boeiende analyse zal hier niet volgen, want dat is niet onze bedoeling. Belangrijk hier is een beeld te delen van wat hij 'de publieke sfeer' noemt, om het belang ervan te tonen voor een ontwikkeling van een kritische, lees: intelligente en verantwoordelijke, publieke opinie.

We vertrekken van de overweging dat er een parallel bestaat tussen de burgerlijke publieke ruimte die Habermas definieert en de gedaante die het Internet aanneemt in de eerste periode van zijn ontwikkeling. Studies omtrent de typologie van Internet-gebruikers leren ons dat het prototype van de gebruiker blank, mannelijk, hooggeschoold is en hoog inkomen heeft (getuige daarvan bijvoorbeeld de conclusie van het *Information Society Forum*, 1996). Zoals de publieke sfeer in het verleden een ruimte was voor de oprijzende burgerij, zo is Cyberspace een ruimte voor mensen die het zich enerzijds kunnen veroorloven, qua toegangsmiddelen en beschikbare tijd, en anderzijds een zekere geletterdheid en scholing in computers hebben om de complexe informatieomgeving van Cyberspace te beheersen.

Als het gaat om openbare instellingen, zei Habermas, betekent de term ‘openbaar’ dat zij gekenmerkt worden door het feit dat zij open staan voor iedereen. Het publiek kan niet worden uitgesloten. Dit kenmerk definieert ook hun specifieke aard. Een oord is een publiek oord als het openstaat voor iedereen. Het Internet lijkt dat kenmerk ook te bezitten. Het Net is in deze zin een publieke ruimte. Het staat open voor iedereen die de technologische hulpbronnen heeft, de omgevingsinfrastructuur en de financiële middelen om toegangspunten tot Cyberspace te bemachtigen.

De publieke sfeer vindt zijn oorsprong, zegt Habermas (1989: 3), in de private sfeer van het menselijk leven. Hij verwijst naar het Griekse woord “oikos” om het private aan te duiden in de eerste stap van de ontwikkeling van individuele opinie. Parallel daarmee is het navigeren in Cyberspace ook sterk gekenmerkt door het feit dat het een privé-bezigheid is. Dit private karakter van de virtuele publieke sfeer zit, om preciezer te zijn, in het feit dat op het Web surfen meestal een solitaire ervaring is. Browsen en navigeren betekent dat we voor het scherm zitten en onszelf isoleren en in alle stilte onze eigen keten van gedachten volgen (zelfs al bevinden we ons in computerlokalen van universiteiten of in cybercafés). We treden de elektronische publieke sfeer dus binnen via een private en individuele aanpak. Daarmee willen we niet zeggen dat Cyberspace een isolerende omgeving is, waarin mensen worden afgesneden van de echte wereld. Integendeel, er bestaat evidentie voor de stelling dat, hoe meer we communiceren en op het web surfen, we des te meer mensen ontmoeten en er willen ontmoeten. We zeggen enkel dat de handeling van web-browsen iets is dat we op een persoonlijke manier doen en slechts zelden delen met iemand anders, zoals we bijvoorbeeld doen als we naar een film op televisie kijken.

In het begin van de postuitwisselingen, was het zo dat degenen die het voorrecht hadden voortdurend post en nieuws te ontvangen, tegelijk ook de “custodes novellarum” waren, de nieuwswachters. (Habermas, 1989)¹⁴ Deze situatie vertoont gelijkenissen met het heden. Het is waar dat degenen die de mogelijkheid tot het private gebruik van het Internet hebben (omdat zij persoonlijke computers bezitten die hen toelaten thuis aan te sluiten), of degenen die de meest geavanceerde hardware of software bezitten, of, opnieuw, degenen die over de tijd beschikken om te navigeren, optreden als de verspreiders van de nieuwtjes die, dag na dag, op het Web te vinden zijn. Zij fungeren als verspreiders van nieuws in termen van informatie en technologische sprongen (interessante websites, bijvoorbeeld, of nieuwe software om de navigatiemogelijkheden te optimaliseren).

¹⁴ Ze werden zo genoemd omdat het publiek bekendmaken afhankelijk was van hun private nieuwsuitwisselingen.

Pas later in de ontwikkeling van de publieke sfeer begonnen de administraties gebruik te maken van de postdiensten om hun publiek gedrukte informatie te zenden. Dit veronderstelde dat mensen opgeleid waren om de informatie te kunnen gebruiken. Maar dit betekende ook dat de gewone man tot dusver niet bereikbaar was. (Habermas, 1989) Deze nood aan geletterdheid in de startfase van de verspreiding van gedrukte informatie kan worden vergeleken met de hedendaagse nood aan *computergeletterdheid*. De term verwijst naar vaardigheden en competenties die nodig zijn om een computer te gebruiken, of naar de competenties die men nodig heeft om informatie die *on line* beschikbaar is te verwerken en op te nemen (voor de kenmerken van Internet en Cyberspace als communicatieve infrastructuur en omgeving, zie de vorige sectie). In verband met deze opmerking over geletterdheid, is het ook boeiend om te wijzen op de parallel tussen het toeschrijven van een openbaar karakter aan bekendmakingen van staatswege in de eerste periode van oprijzing van de publieke sfeer, en het toeschrijven daarvan vandaag aan het Internet, en hun daadwerkelijke beperkte impact en verspreiding onder de mensen. Zowel de staatsberichten van weleer als Cyberspace vandaag staan zozegzegd open voor iedereen, maar voor het gebruik van beide is een of andere vorm van geletterdheid en de juiste opleiding nodig

Habermas (1989: 29-33) ziet een belangrijk moment in de ontwikkeling van de publieke sfeer in de oprijzing van een literaire publieke sfeer binnen de zogenaamde *instellingen* van publieke sfeer: koffiehuisen, salons, theaters en musea.¹⁵ Deze literaire publieke sfeer was er een in een apolitieke vorm.¹⁶ In deze voor het publiek toegankelijke plaatsen praatten vrije mannen over die zaken die tot de literaire sfeer behoorden: romans, literatuur, culturele gebeurtenissen. Op deze ontmoetingsplaatsen konden vrije mannen vrij praten over wat er ook maar in hun geest opkwam. Deze eigenschap van het vrij spreken over culturele gebeurtenissen wordt ook als kenmerk van Cyberspace erkend. Van meet af aan ontstonden er belangengroepen (nieuws-groepen en elektronische vergaderingen) over alles wat ook maar van algemeen belang zou kunnen zijn. Cyberspace genereerde ook heel wat reflexieve discussie, meta-discours, over zijn mogelijkheden. Internet werd onmiddellijk gezien als een buitengewoon instrument om cultuur te verspreiden en met elkaar opinies te delen. Zoals met de literaire publieke sfeer heeft het Internet ook vrijwilligers en vrijwillige actie nodig. Niemand kan worden verplicht e-mail te gebruiken in plaats van traditionele post, net zoals niemand verplicht kan worden om actief deel te nemen aan een *chat* of een mailinglijst, tenzij hij of zij dat wil.

Volgens Habermas, evolueerde de literaire publieke sfeer op het einde van de 17de eeuw, na een proces van voortdurende verandering en herstructurering, naar een politieke publieke sfeer. Die sfeer begon aldus te bemiddelen tussen de staat en de maatschappij.

¹⁵ Het is interessant op te merken dat in de periode waarover we hier spreken, het midden van de 17de eeuw, nadat thee, chocolademelk en koffie de gangbare drankjes werden van de geschoolde klasse, in Engeland en Frankrijk ook de eerste koffiehuisen werden geopend. Al vlug werden ze bezocht door groepjes van vaste klanten. Hetzelfde gebeurt nu met nieuwsgroepen en vergaderingen op het Web.

¹⁶ Aanvankelijk behandelt de publieke sfeer, later gekenmerkt door zijn gerichtheid op kwesties van staatsbeleid en overheidszaken, onderwerpen van cultureel debat: het is een literaire sfeer. Het oprijzen van de literaire publieke sfeer in de 18de eeuw is te danken aan de opkomst van romans en van literaire en politieke journalistiek. Dit zorgde op zijn beurt voor het ontstaan van de leesgenootschappen, opgericht door mensen die de gewoonte hadden in salons en koffiehuisen te zitten om in het openbaar entertainment en handel, later politiek te bespreken.

Men kan gemakkelijk zien dat de gevolgde weg van evolutie en de verschillende fasen zowel voor de Habermasiaans publieke sfeer als voor de virtuele en elektronische dezelfde zijn geweest. Aanvankelijk werden *local area networks*, gesloten netwerken om informatie uit te wisselen, zoals interuniversitaire netwerken, gebruikt als een economisch en snel middel van uitwisseling. Daarna zorgden nieuwsgierigheid en een vermenigvuldigingseffect ervoor dat het Web een cultureel object werd. Nu is het zo dat de politiek, dit wil zeggen politieke partijen en activiteiten, radicale en revolutionaire bewegingen, een sterke voet hebben gezet in de Internetgemeenschap. De door Habermas beschreven evolutie van de publieke sfeer herhaalt zich in de evolutie van de virtuele publieke sfeer. In beide gevallen is er een plaats voor een vrije uitwisseling van opinies die voortdurend toeneemt. Terwijl het zich verspreidt onder mensen, heeft er ook een evolutie plaats in de inhoud van de uitgewisselde informatie. De overgebrachte informatie, en de overeenstemmende publieke sfeer, zijn zowel in de burgerlijke publieke sfeer als in de virtuele publieke sfeer van Cyberspace literair in het begin van de ontwikkeling, politiek en economisch op het einde

Habermas (1989: 79-80) merkte ook een interessante contradictie op die tussenbeide komt tijdens de vroege periode van de evolutie van de publieke sfeer. Het is de tegenstelling tussen twee verschillende werkelijkheids-sferen: de werkelijkheid van de economische en de oprijzende publieke sfeer, en de werkelijkheid van de politieke sfeer. Hij stelt dat de markt en met haar de publieke sfeer (die in deze fase de markt dient en een soort van afgeleide status heeft) het vermogen tot *zelfregulering* lijken te bezitten. Daarentegen zou de orde in de staat en het politieke leven moeten worden gezocht in de bemiddeling van een positieve wetgever. Er is dus blijkbaar een contrast tussen een zelfregulerende publieke sfeer en de noodzaak van positieve interventie om het staatsleven te ordenen en te disciplineren. De verhouding met de huidige situatie is evident. We zijn vandaag getuige van een bizarre situatie waarin overheden en het Internet wel antagonisten lijken te zijn. Enerzijds speculeren overheden over de mogelijkheden en kansen om op een of andere wijze de vrijheid van expressie en zijn modaliteiten op het Net te regelen. Anderzijds lijkt het Internet, in de fase waarin er heel wat discussie oprijst over de kwestie en waarin economische en morele zaken een hoofdzorg worden voor overheidsinstellingen en publieke instanties, aan alle mogelijke beperkingen te kunnen ontsnappen en ontdekt het dag na dag en op een zelfregulerende inherente manier zijn eigen patronen van evolutie. Dit is in elk geval zo vanuit het gezichtspunt van de software. Elke dag worden er nieuwe software en technologische sprongen gemaakt die ondanks hun wettelijk statuut zich verspreiden overeenkomstig de waardering van de gebruikers. Het is ook zo vanuit het gezichtspunt van het gebruik. De Cyberspacegemeenschappen lijken goed in staat zichzelf en het gedrag van hun deelnemers te regelen.

Volgens Habermas is het zo dat, zodra de inhoud van het discours dat plaats heeft in de publieke sfeer in vraag werd gesteld, de tendens in de dagelijkse pers en massamedia er een is geweest naar integratie van de geletterdheid en de informatie. (1989: 170)¹⁷ Daardoor werden de verschillende werkelijkheidsniveaus geïntegreerd en werd het gedrukte medium een *mixtum compositum*. Het Internet kan niet beter worden gedefini-

¹⁷ Dit fenomeen werd mogelijk dankzij een transformatie van het publiek zelf tijdens diezelfde eeuw. Het publiek van de burgerij veranderde van een cultuur-debatterend in een cultuur-consumerend publiek.

eerd dan als een *mixtum compositum*. Niet alleen is Cyberspace de ruimte waar verschillende soorten informatie coëxisteren in dezelfde omgeving, maar het is ook de ruimte waar verschillende manieren om informatie te communiceren gebruikt worden om inhoud over te brengen.

In het laatste deel van *The Structural Transformation of the Public Sphere* beschrijft Habermas de neergang van de burgerlijke publieke sfeer tijdens de 19de en de 20ste eeuw. Volgens Habermas zijn er twee hoofdredenen voor de ontbinding van de publieke sfeer in zijn oorspronkelijk kader: de eerste was de verschuiving van een ruimte voor vrije discussie naar een oord voor politieke propaganda; de tweede de commercialisering die de publieke ruimte te beurt viel.¹⁸ Het resultaat van het uiteenvallen van de publieke sfeer is een beweging naar het verleden.

De volgende stap in de evolutie van de publieke sfeer, overeenkomstig ons discours, is de omvorming van de pers van een instrument van vrije discussie in de publieke sfeer naar een instrument van politieke propaganda. De reden daarvoor is het feit dat de pers evolueerde in een massamedium. De cultuur die door massamedia wordt uitgezonden is een cultuur van integratie: hij heeft een graad van soepelheid die hem toelaat elementen van reclame en commerciële functies te assimileren in de ruimte die wordt gewijd aan kritische debat. Terwijl hij verandert in een vehikel voor politieke en economische propaganda, wordt de publieke sfeer geprivatiseerd.¹⁹ Voor Habermas (1989: 175-176) komt dit neer op een verschuiving in de betekenis van hetzelfde beginsel van openbaarheid: in deze gedegenereerde publieke sfeer, die het midden houdt tussen publiek en privaat, raakten de maatschappelijke sector die door de staat werd geabsorbeerd en de sector van de staat die door de maatschappij werd overgenomen op elkaar ingesteld, zonder dat er daaruit enig kritisch politiek debat ontstond. Dit is een evolutiepatroon dat ook al wordt vertoond door Cyberspace. Vanaf het ogenblik dat het Net wijd en zijd gebruikt werd en Cyberspace dicht bevolkt werd, namen commerciële informatie en entertainment het Web over. We zijn eveneens in toenemende mate getuige van de wijziging van het Web in een instrument van politieke propaganda.

De pers nam snel de aard van een onderneming aan, en een onderneming zijn werd vlug een noodzaak.²⁰ Het was noodzakelijk voor het upgraden van het technische en organisationele apparaat. De enige manier om aan die eisen tegemoet te komen was door de kapitaalsbasis uit te breiden. Dezelfde trend kenmerkt de actoren van het Internet. Internetproviders en -ontwikkelaars voeren slag om de markt, en zodoende hebben zij nood aan een voortdurend upgraden van de technologische apparatuur en

¹⁸ Habermas verwijst naar deze fenomenen als de interventie van de staat in privé-zaken en de penetratie van de maatschappij in de staat. Samenvattend: de interpenetratie van het private en publieke domein. De rol die de publieke sfeer had gespeeld in het intellectuele leven van de maatschappij werd nu opgenomen door andere instellingen die – zij het oppervlakkig – het imago van een publieke sfeer trachten na te bootsen. Een voorbeeld is uiteraard het parlement, dat zijn ideologische roots in dezelfde burgerlijke ideologie heeft die de publieke sfeer promootte. De discussie wordt er beïnvloed door diverse belangengroepen die zowel binnen als buiten het parlement actief zijn.

¹⁹ De burgerlijke publieke sfeer veronderstelt dat het publieke domein wordt gescheiden van het private opdat zij een ruimte voor vrij en kritisch debat zou kunnen zijn. Dit was de enige voorwaarde die een onbevooroordeelde opinie van het publiek mogelijk maakte.

²⁰ Een andere belangrijke vernieuwing bestaat in het feit dat de journalistieke competitie zich bij de economische voegde op het moment dat de pers van een *business* voor berichtgeving overging in een *business* voor standpunten en ideologieën. De publieke sfeer was de plaats waar dit in de maatschappij gebeurde, de functie van editor was de tegenhanger in de pers.

een onafgebroken exploitatie van hun reclamemogelijkheden. Het resultaat is een veldslag waar massificatie terrein wint op diversificatie en pluralisme.

Voor de elektronische media van de 20ste eeuw groeide de trend in de richting van economische concentratie, technologische investeringen en massificatie exponentieel. De publieke ruimte wordt beetje bij beetje een platform voor reclame. Vandaag neemt de commerciële competitie binnen Cyberspace gestaag toe. De strijd behelst de strategie die met succes de aandacht van de kijker grijpt zowel als de poging om zo veel mogelijk op het Web aanwezig te zijn.

In de praktijk van *public relations* werd de commerciële economische publiciteit zich bewust van zijn verborgen politieke aard.²¹ Private reclame gaat om privé-mensen, *public relations* gaat om publieke opinie.²² Opiniemanagement is voor exploitatie en promotie penetranter dan reclame. Het maakt gebruik van de menselijke natuur om zijn publiek te overreden. Het gebruikt psychologie en publiciteitstechnieken verbonden met de massamedia en *human interest* kwesties om een consensus op te wekken.²³

Herfeodalisering van de publieke sfeer is het eindresultaat van het desintegratieproces van de oorspronkelijke publieke sfeer. Herfeodalisering duidt de integratie aan van entertainment, commerciële en politieke propaganda, en informatie. Het wijst ook op het feit dat de openbaarheid opnieuw de eigenschap van representativiteit heeft verworven die zij in de Middeleeuwen had. Dit wordt veroorzaakt door de rol en de functie die de partijpolitiek en de manipulatie van massamedia op zich nemen binnen de ruimte die gewijd is aan publiek debat.²⁴

Volgens Holub (1991: 6) is het gevolg van deze veranderingen in de publieke sfeer dat "*representatie en uiterlijkheden groter gewicht hebben dan rationeel debat.*" In onze tijd nam de publieke sfeer terug het kenmerk aan van persoonlijk prestige en representatie van macht die de representatieve publieke sfeer van de Middeleeuwen kenmerkte. Het is de terugkeer van de *representatieve autoriteit* in de moderne burgermaatschappij, maar als een aspect van publiciteit. Zodra zij was geherfeodaliseerd, degeneerde de verhouding burger-staat van actieve politieke en kritische participatie naar een formele eis om de staat zonder de wil om te vechten. De burgers hebben de zin verloren om deel te nemen aan de debatten die in de publieke sfeer plaatsvinden. Het gevolg is dat de partijen en de politieke organisatie gedwongen worden het stemgedrag te beïnvloeden op een manier die niet verschilt van de druk die reclame uitoefent op het koopgedrag.²⁵ Vandaag kunnen we, afgaand op de graad van reclame en commerciële propaganda binnen Cyberspace, zonder twijfel stellen dat de Cyberspace wordt geher-

²¹ Public relations en technieken om de consensus te promoten kregen een brede verspreiding en palmde de publieke sfeer in na de tweede wereldoorlog.

²² Preciezer, voor Habermas: "*the sender of the message hides his business intention in the role of someone interested in the public welfare*" (1989: 193).

²³ De publieke consensus die professionele opiniemangers bekomen met de hulp van publiciteits-technieken heeft nog maar weinig te maken met de consensus die een proces van kritiek en redenering inzake openbare zaken bereikt. In deze nieuwe context zijn het bevoorrechte privébelangen die het van rationele instemming overnemen.

²⁴ Habermas lijkt op een minder pessimistische manier het standpunt van zijn voorgangers uit de Frankfurter Schule (Adorno en Horkheimer) over te nemen, nl. de visie op het effect dat een bureaucratisering van de maatschappij en de hoofdrol die media kunnen spelen in de manipulatie (distortie) van informatie en publieke civieke discussie.

²⁵ Politieke propaganda is een direct gevolg van een door de massamedia gedomineerde publieke sfeer. Reclame stuurt klanten in hun koopbeslissingen, partijen en politieke organisaties voelen zich gedwongen het kiesgedrag te beïnvloeden op een publicitaire manier.

feodaliseerd. Deze situatie wordt goed weergegeven door de vermenigvuldiging van strategische allianties, over de hele wereld, tussen actoren die met het Internet zijn verbonden (softwareproducenten, Internetproviders) actoren die met de televisie zijn verbonden (distributie, satellieten, inhoudsindustrieën). De digitalisering veroorzaakte een vervaging van de grenzen tussen traditionele zendstations, elektronische publicaties en de wereld van telecommunicaties en informatietechnologie. Het hierboven beschreven perspectief vormt een gevaar voor het Internet. Het wordt inderdaad gekarakteriseerd als een netwerk zonder aanvoerder, en dit lijkt één van zijn meest relevante en specifieke eigenschappen vergeleken met andere, meer traditionele media. Televisie is een diametraal tegenovergesteld medium. Zijn uitzendingen kunnen worden gecontroleerd en gepland. Uitzenden veronderstelt een centrum: een directieraad om over het beleid te beslissen en het te plannen.

Het risico dat hier bestaat is dat het Internet zou kunnen evolueren in een *passief* medium zoals televisie. Eén van de meest gevaarlijke scenario's is dat het mogelijk wordt voor het Internet te zitten en op het volgende programma te wachten zonder dat we op het Web kunnen surfen zoals we vandaag nog kunnen doen. De actieve zoektocht zou kunnen worden vervangen door een lijst van vooraf geprogrammeerde uitzendingen. Naar onze mening is dit strijdig met het wezen van het Internet.

Er zijn dus twee verschillende krachten die vandaag aan het werk zijn en de evolutie van het Net in twee verschillende richtingen duwen. De ene probeert het gebruik van het Internet te reduceren tot een passieve attitude, zoals die optreedt als we televisie kijken. De andere probeert de interactieve en pluralistische dimensie van het Internet te bewaren. Schiller (1997) groepeerde deze twee trends in twee mogelijke karakterisering van het Internet, nl. als een *push*-medium en als een *pull*-medium. Push-medium beslaat het passieve gebruik van het Internet voortgebracht door de fusie met televisie-ondernemingen. Pull-medium beslaat het natuurlijke proces dat de lezer verplicht zijn of haar wegen te zoeken en te kiezen doorheen de informatie. De keuze tussen twee technologieën zou wel eens een keuze kunnen worden tussen twee manieren om democratie te implementeren: een passieve en verantwoordingsloze, en een actieve en civieke.

Vooraleer we overgaan naar de conclusie van dit artikel, wijzen we graag op nog een radicale transformatie die de burgerlijke publieke sfeer te beurt viel. De term *publiciteit*, die in het begin de plaats aanduidde waar het kritisch redeneren over publieke zaken gebeurde, veranderde van betekenis met de komst van gecommercialiseerde massamedia. Wat oorspronkelijk een functie van de publieke opinie was, werd op het einde van het proces waarvan we de hoofdaspecten schetsten een attribuut van al wat publieke opinie aantrekt. De steeds nauwere integratie van journalistiek en sensationele gebeurtenissen, de gevaarlijke mix van politieke propaganda en commercieel gebruik van de media die mogelijk werd door de tussenkomst van de staat in de maatschappij en vice versa, en als gevolg van een proces van herfeodalisering van de publieke ruimte, bracht de oorspronkelijke aard van de publieke sfeer aanzienlijk in gevaar, zelfs tot op het punt waar zij haar oorspronkelijk karakter van open ruimte voor kritisch publiek debat verloor.

4. Conclusies

In onze analyse rees het Internet op als een communicatiemedium dat hoofdzakelijk gekenmerkt werd door de eigenschappen van hypermedia te zijn, actief en veel-tot-veel. We gaven ook aan dat het Internet niet kon worden beschouwd als een massamedium omdat de mogelijkheid die gebruikers hebben om tegelijkertijd ontvangers en voortbrengers (zenders) van informatie te zijn het paradigma van de uitzending wezenlijk verandert. In die zin is het Internet een medium van participatie: het machtigt tot individueel zoeken en voortbrengen van informatie, eerder dan dat het mensen onder de controle van een centrale bron plaatst. Cyberspace, de communicatieve omgeving die door het Internet wordt gegenereerd en er onderdak vindt, wordt gekenmerkt door de complexiteit, de complementariteit, de meertaligheid en de overvloed van de informatie die erin circuleert. Met een definitie die door McLuhan werd geïntroduceerd, kenmerkten we haar als een akoestische ruimte. Snelheid definieert het opwekken en overbrengen van informatie binnen Cyberspace, en is inderdaad een van zijn grondleggende kenmerken. Cyberspace verscheen ook als een continue ruimte waarin data- en informatiestromen voortdurend veranderen en zichzelf reorganiseren. Zijn openheid voor verschillende en meervoudige stemmen maakt hem tot een multiculturele ruimte met het oprijzende kenmerk dat het zijn gebruikers verbindt om zo een eenheid te scheppen die een collectieve intelligentie opwekt. Cyberspace is *in fieri*: elk element staat in contact met de andere en samen dragen deze elementen, dankzij de mogelijkheden die een gedistribueerde en collectieve intelligentie genereert, bij tot de vorming en definiëring van haar kenmerken en gebruikswijzen.

De analyse die Habermas maakte, hoewel niet strikt gericht op elektronische media, en in het bijzonder niet op Cyberspace als een nieuwe virtuele publieke sfeer, bleek een waardevolle basis om de evolutie van het Web te onderzoeken in zijn sociale en sociëtaire aspecten.

Samen met Habermas geloven wij dat een rationeel, vrij publiek, de drager van kritische publieke opinie en met een functie als kritische rechter, niet alleen van het politieke leven, maar van de maatschappij in haar geheel, voor democratische samenlevingen fundamenteel is. We vragen ons in dit artikel af of we, gegeven het hierboven beschreven evolutiepatroon van de virtuele publieke sfeer, niet de getuige zijn van een kans – en het is een verdraaid belangrijke kans – om het democratisch debat in de maatschappij te vergroten.

De virtuele publieke sfeer verschijnt als een nieuwe ruimte met nieuwe kenmerken, nieuwe potentialiteiten en nieuwe manieren om de kenniskloof tussen representerenden en gerepresenteerden te dichten, en om kritisch denken terug onder de burgers te brengen en zo wat Lévy noemt moleculair politiek gestalte te geven. Als dat zo is, en wij geloven heus dat het zo is, dan hebben wij de morele verplichting te denken over de wijze waarop zulk een ruimte de juiste aandacht kan krijgen en over de manier waarop zij kan worden gevrijwaard van allerlei denaturerende handelingen die Cyberspace en de virtuele publieke sfeer kunnen beroven van hun belangrijkste communicatie- en omgevingskenmerken die hen doen verschillen van massamedia en hen adequaat maken om onderdak te bieden aan een nieuwe ruimte voor een publiek debat van verbonden intelligenties. Tot dusver weten we heel weinig over het effect van deze nieuwe communicatieve omgeving op politieke en civieke participatie. Als Neuman het bij het rechte eind heeft, zal de onderlinge verbondenheid van computers en geesten

een intellectueel pluralisme en gepersonaliseerde controle over communicatie hebben die zal uitmonden in een potentieel voor een meer vitaal democratisch pluralisme. (1991: 12) Enkele pogingen om Cyberspace te gebruiken voor civieke en politieke debatten en acties bestaan al. In zekere zin staan we al met één voet in een werkelijkheid die volgens sommige commentatoren het speculatieve onderwerp van schrijvers van science fiction uitmaakt. In onze reflecties over Cyberspace en een nieuwe elektronische publieke sfeer moeten we ons niet laten leiden door wat verkeerd kan worden beoordeeld als een frivool en marginaal gebruik van Cyberspace: *chat rooms* en *multi users domain worlds* en *games*. Iets van die aard overkomt haast elke nieuwe technologie die voor het eerst wordt toegepast. (Mulgan, 1998) Neen, als de mogelijkheden en middelen van communicatie op het spel staan, is het debat een ernstig debat. In het tijdperk van mediapolitiek zijn alle middelen die worden gebruikt om toegang te krijgen tot informatie, om die te creëren, te verwerken en over te brengen, van het allergrootste belang. Helaas is er in dit bestek geen plaats om stil te staan bij de vele reeds gedane en lopende pogingen om Cyberspace te gebruiken als een omgeving om de participatie van mensen in het politieke leven van een gegeven gemeenschap te vergroten. Ze zijn talrijk, en hun bereik strekt zich uit over een breed spectrum van overheden tot guerrilla, doorheen allerlei benaderingen van elektronische democratie en protestacties. De debatten en mobiliserings van het bewustzijn die in de virtuele publieke sfeer bezig zijn, hebben al een effect op onze levens.

Bij wijze van conclusie van dit artikel, is het nuttig één van Habermas' definities van de publieke sfeer te berde te brengen: "*a forum in which the private people came together to form a public, readied themselves to compel public authority to legitimate itself before public opinion... the tool of this political confrontation was peculiar and without historical precedent: people's public use of their reason.*" (1989: 27, onze nadruk) Op dit punt van onze geschiedenis hebben we echt een communicatief medium dat door zijn kenmerken en aard in staat lijkt te zijn de fysische en culturele afstanden tussen mensen te verminderen en de tijd te doen krimpen, en op die manier onze perceptie van de wereld te veranderen. Wat meer is, door het feit dat het in staat is de geesten van mensen en hun competenties met elkaar te verbinden, lijkt het een intellectuele technologie en een medium dat civieke ontwikkeling kan helpen.

In het tweede deel van dit artikel hebben we geprobeerd een parallel te trekken tussen de hoofdkenmerken van de burgerlijke publieke sfeer en de virtuele publieke sfeer. Van de kenmerken en het evolutiepatroon die de twee publieke sferen met elkaar gemeen hebben, herhalen we nog even de meer relevante aspecten. Beide zijn open plaatsen, waar de toegang wordt gegarandeerd voor alle gebruikers met het vermogen tot verbinding en met de noodzakelijke opleiding om er voordeel uit te halen (computergeletterdheid, meertaligheid, het vermogen tot interactie met en beheersing van de complexiteit van een inhoudrijke omgeving).²⁶

²⁶ Het probleem van de toegankelijkheid, van de *haves* en *have-nots*, is er een dat de representativiteit van Cyberspace en zijn waarde en belang voor de maatschappelijke ontwikkeling kan beïnvloeden. Het is belangrijk en verre van opgelost. Samen met opleiding in het gebruik van informatie en communicatietechnologieën, vormt toegankelijkheid de kern van de ontwikkeling van een informatiemaatschappij voor iedereen, niet alleen voor een klein deel van de bevolking. Als de burgers niet verbonden zijn en geen culturele middelen hebben om informatie en de infostromen in een inhoudrijke omgeving te verwerken, zal er vlug een afvaardiging gebeuren om het in hun plaats te doen. Wanneer de democratie en haar waarden op het spel staan moet het verwerken van kennis over openbare zaken een activiteit zijn die een wijde spreiding kent onder het volk.

Zodra zij de Habermasiaanse burgerlijke publieke sfeer in zijn vroege verschijningsvorm betreden, is het de gelijkheid onder de leden die het type van onderlinge verhouding kenmerkt. Dezelfde situatie is vandaag zichtbaar in de nieuwsgroepen en virtuele vergaderingen waarin de deelnemers hun identiteiten kunnen wijzigen en verbergen, en waarin zij gekend worden om de geldigheid van hun opinies en bijdragen, eerder dan om hun sociale status. Om deel uit te maken van de politieke publieke sfeer en om te navigeren en te interageren binnen de virtuele sfeer, moeten de deelnemers vrijwillig actie ondernemen en dat ook wensen te doen. Sommige instellingen (concrete plaatsen zoals parlementen en publieke oorden, virtuele nieuwsgroepen en mailinglijsten) vormen de kern van de dialoog die in de publieke sferen plaats heeft. Zij lijken voortdurend te groeien en te evolueren. De beweging van literaire discussie naar politieke discussie, zowel als het groeiende aantal van mensen/gebruikers die deelnemen aan het debat, kunnen worden gezien als voorbeelden van die dynamische aard van de twee publieke sferen. De eigenschap van *mixtum compositum* geldt voor de media die in de Habermasiaanse publieke sfeer worden gebruikt (tv, radio en kranten) zowel als voor het Internet in de virtuele sfeer.

Ten slotte hebben beide het vermogen tot zelfontwikkeling en zelfregulering van hun dynamieken.

We beschouwden eveneens het uiteenvallen van de Habermasiaanse publieke sfeer, en we ontdekten dat er een gelijkaardig patroon oprijst in de evolutie van de virtuele publieke sfeer. Naast de controle en de interventie van overheden, die, als zij plaats vindt, de aard zelf van het Internet kan denatureren, is er nog een gevaar dat zijn toekomst bedreigt: de commercialisering. Dit is een meer subtiele dreiging omdat zij zich minder opvallend manifesteert dan bijvoorbeeld een wet die een of ander aspect van het Internet reguleert. De hachelijk situatie die de commercialisering oproept beslaat de onafhankelijkheid van het Internet van elke machtige en gevestigde belangen die commerciële actoren kunnen hebben in de exploitatie van een nieuwe, nog niet commercieel gekoloniseerde en groeiende elektronische markt. In deze zijn de pluralistische dimensie van het Internet, zijn vermogen om de stem van de stille meerderheid uit te dragen, zijn kracht om uitdrukkingsmiddelen te bieden aan groepen en individuen die tot dusver ondervetegenwoordigd en uitgesloten werden door de omroepmedia, de factoren die in gevaar komen door een wilde commercialisering van Cyberspace. *Herfeodalisering* is de term die Habermas gebruikt om het karakter en de aard aan te duiden van een mogelijke inmenging van overheids- of staatswege gekoppeld aan een commerciële kolonisatie van de publieke sfeer.

Met betrekking tot dit belangrijke punt stelt Habermas resoluut: “*manipulability goes along with commercialisation.*” (1989: 185) In zijn beschouwing van de relatie tussen media, democratie en privébelang, zegt Chomsky (1994) dat degenen die in staat zijn een consensus te bouwen precies degenen zijn die de middelen en de macht hebben. In zijn artikel ‘Media Control. The Spectacular Achievements of Propaganda’ definieert hij de democratische maatschappij als de maatschappij waarin de publieke opinie de middelen heeft om actief deel te nemen aan het beheer van haar eigen belangen en waarin informatiemedia open en vrij zijn. In het boek *Manufacturing Consent: Media and Propaganda* wijst Chomsky (1994) erop dat een handvol grote mediaondernemingen, met name de belangrijkste, dankzij de invloed die uit hun prestige voortvloeit, de informatie vastleggen die door alle anderen worden verwerkt. Popper (1993) waarschuwt opnieuw voor het mogelijk vernietigende gebruik van de televisie – de

analyse is toepasbaar op de logica die de massamedia beheerst – en benadrukt de noodzaak om er iets aan te doen.

Bij het schrijven van deze pagina's kregen we het gevoel dat we op een historische drempel staan. Doordat we beschikken over de instrumenten en hulpmiddelen – in het begin van dit artikel noemden we ze kennis en intellectuele werktuigen – om een hoeveelheid nooit eerder beleefde informatiebronnen te gebruiken, zijn we op het punt gekomen waarop beslissingen worden genomen over het delegeren van deze mogelijkheid naar derden. Met Habermas' woorden: de herfeodalisering van de virtuele publieke sfeer zou wel eens alle ontwikkelingscapaciteiten voor civieke actie die inherent zijn aan Cyberspace kunnen fnuiken, en de essentie zelf van Cyberspace denatureren. Het Internet zou wel eens een medium kunnen worden dat lijkt op een omroep. Het doet vreemd aan te denken dat alles op een paradoxale situatie zou kunnen uitdraaien: terwijl het Internet werd verwelkomd als het medium van vrijheid en vrij gesprek tussen zijn gebruikers, zou het uiteindelijk wel eens gewoon weer een ander voorbeeld van het paradigma van de omroep kunnen worden. Zijn participatieve vorm van massaspraak verdient de hoogste vorm van bescherming tegen elke soort van commerciële en gouvernementele imenging. Zelfs nog voor we de vraag kunnen beantwoorden of we hier door de geboorte van een nieuwe virtuele publieke sfeer een kans zien om het democratisch debat te aan te sterken, zouden we wel eens in de positie kunnen komen waarin we de vraag moeten beantwoorden of het einde van virtuele publieke sfeer al is begonnen. We hebben de morele verplichting tot beschouwing en bescherming van de ruimten voor publiek debat die de geschiedenis, de technologie en ons samenleven ons bieden. In dezelfde zin hebben we de morele verplichting ons bewust te zijn van de mogelijke gevaren die de virtuele publieke sfeer vandaag bedreigen, aangezien een en ander erop wijst dat zij wel eens de publieke sfeer en het medium zou kunnen worden van het sociale en politieke debat van morgen.

Literatuur

- ALTHEIDE D.L. & SNOW P. (1979), *Media Logic*, Sage Publications, Beverly Hills-London
- BETTETINI G., GASPARINI B. & VITTADINI N. (1999), *Gli spazi dell'ipertesto*, Bompiani, Piacenza
- BOLTER J.D. (1991), *Writing space, The computer, Hypertext and the History of Writing*, Lawrence Erlbaum Associates Publishers, Hillsdale
- BONSPIE G. (1995), *Dall'oggetto all'interfaccia – Mutazioni del design*, Feltrinelli, Milano
- BUCHANAN W. (1997), *Mastering Global Information Systems*, McMillan Press LTD, London
- CARTIER M. (1995), 'Les inforoutes: le défi du contenu', in DUMORT, Hermann (ed)

- La préparation des Européennes à l société de l'information*, Luxembourg, Office for Official Publications of the European Communities.
- CASTELLS M. (1996a), Ciudadanos: al Internet!, *El Pais*, February 7, p.117.
- CASTELLS M. (1997b), *The Information Age: Economy, Society and Culture – Vol. II – The Power of Identity*, Blackwell Publishers Inc, Malden Massachussetts
- CHOMSKY N. (1994), *Il potere dei Media*, Vallecchi Editore, Firenze
- COLOMBO F. (1995), 'Du pouvoir des savants à la puissance du savoir: démocratie et télématique dans les sociétés hyper-modernes', in Dumort, Herrmann (ed.) *La préparation des Européens à la société de l'information*, Luxembourg, Office for Official Publications of the European Communities
- DE KERCKHOVE D. (1998), *Connected Intelligence, The Arrival of the Web Society*, Kogan Page, London
- FEIZABADY S., <http://ei.cs.vt.edu/book/chap1/index.html>, site accessed 22/10/1999
- GLUCK M. (1989) *HyperCard, Hypertext, and Multimedia for Libraries and Media Center*, Libraries Unlimited Englewood, Littleton
- THE GROUP OF LISBON, (1995), *Limits to Competition*, MIT Press, London
- HOLUB R.C. (1991), *Jürgen Habermas – Critic in the Public Sphere*, Routledge, London
- INFORMATION SOCIETY FORUM (1996), *Networks for People and their Communities, Making the Most of the Information Society in the European Union*, Office for Official Publications of the European Communities, Luxembourg
- INNERATI C. (1995), 'Information Society and Post-modern Culture', in DUMORT, Herrmann (ed.): *La préparation des Européens à la société de l'information*. Luxembourg, Office for Official Publications of the European Communities
- LANDOW G.P. (1992), *Hypertext, The Convergence of Contemporary Critical Theory and Technology*, The Johns Hopkins University Press, Baltimore
- LEVY P. (1990), *Les technologies de l'intelligence : l'avenir de la pensée à l'ère informatique*, La Découverte, Paris
- LEVY P. (1995), *Qu'est que le virtuel?*, Edition La Découverte, Paris
- LEVY P. (1997), *Cyberculture – Rapport au Conseil de l'Europe*, Éditions Odile Jacob/Éditions du Conseil de l'Europe

- MAKRIDAKIS S. (1995), 'The Forthcoming Information Revolution – Its Impact on Society and Firms', *Futures*, 27, 8, 799-821
- MAZZOLENI G. (1986), 'Mass Telematics: Facts and Fiction', in McQUAIL, D. & SIUNE, K. (eds), *New Media Politics*, Sage Publications, London, pp. 100-114
- MARAGLIANO R. (1998), *Nuovo manuale di didattica multimediale*, Editori Laterza, Bari
- McLUHAN M. & POWERS B. (1989), *The Global Village*, Oxford University Press, London
- McLUHAN M. (1989), *The Man and His Message*, Fulcrum Inc
- McLUHAN M. (1964) *Understanding Media: the Extention of Man*, McGraw, Boston Hill
- MONET D. (1996), *Le Multimedia*, Ed. Flammarion, Paris
- MULGAN G. (1998), *Connexity: Responsibility, Freedom, Business and Power in the New Century*, Vintage, London.
- NEGROPONTE N. (1995), *Being Digital*, Hodder and Stoughton, London
- NEUMAN W.R. (1991), *The Future of Mass Audience*, Cambridge University Press, Cambridge
- JONASSEN D.H. (1989), *Hypertext/Hypermedia*, Educational Technology Publications, Englewood
- POSTMAN N. (1987), *Amusing Ourselves to Death*, Methuen London
- ROSELL S.A. (1992), *Governing in an Information Society*, Institute for Research on Public Policy, Montreal
- SARTORI G. (1997), *Homo Videns*, Laterza, Roma-Bari
- SCHILLER D. (1997), *Les marchands à l'assault d'Internet*, Le Monde Diplomatique, n° 516, March 1997
- VOLLI U. (1994), *Il libro della comunicazione*, il Saggiatore, Milano