

de Nederlandse Boekengids 2 | NR.2

essays / boekbesprekingen / interviews / signalementen

De kunst van verzet:

Raymond van den Boogaard | Yra van Dijk |
Fiep van Bodegom | Arnold Heumakers | Kees
Schuyt | Linda Duits | Michiel Leezenberg |
Harm Hendrik ten Napel | Harry van Dalen |
Steven van Schuppen | Kristof Smeyers |
Rob Hartmans & Lukas Verburgt
over Nadja Tolokonnikova | schrijversengage-
ment | Paul Beatty | literair darwinisme | feiten-
vrijheid | Judith Butler | Souleymane Bachir
Diagne | kunstenaarsinkomens | journalistieke
economie | België als voorbeeld | de Bibliotheca
Thysiana | Montaigne & en het ware geluk

jaargang 2, nummer 2, april 2017, 6x per jaar

Opgedragen aan Robert B. Silvers (1929-2017),
founding editor van *The New York Review of Books*



dNBg

de Nederlandse Boekengids

LOSSE VERKOOP: €5,95



9 789492 476067

Inhoudsopgave

- 3 redactioneel
 - 4 protestcultuur
Russische hoop
Raymond van den Boogaard
 - 7 letterkunde
De waarde van waarden: schrijvers en lezers in een veranderende wereld
Yra van Dijk
 - 10 oeuvre: Paul Beatty
'My blackness is all cultural appropriation'
Fiep van Bodegom
 - 12 het creatieve instinct
Kunst tussen bewustzijn en 'onbewustzijn'
Arnold Heumakers
 - 14 waarheidsvinding
De actualiteit van Charles Sanders Peirce
Kees Schuyt
 - 16 herlezen: Judith Butler
Gender is net zo echt als Sinterklaas: de impact van Judith Butler
Linda Duits
 - 18 filosofie
Een rationele en liefdevolle islam: de filosofie van Souleymane Bachir Diagne
Michiel Leezenberg
 - 22 cultuurbeleid
Zeker als je nog niks hebt, kun je heel veel riskeren
Harm Hendrik ten Napel
 - 24 media-economie
Wie doet het licht weer aan in de journalistiek?
Harry van Dalen
 - 26 ruimtelijke ordening
Europa's gemankeerd laboratorium
Steven van Schuppen
 - 28 de bibliotheek
Hoe een bibliotheek wordt geboren
Kristof Smeyers
 - 29 biografie
De man Montaigne
Rob Hartmans
 - 30 filosofie
Het ware geluk
Lukas Verburgt
- signalementen
de redactie

Auteurs

Fiep van Bodegom studeerde literatuurwetenschappen en *cultural analysis* aan de UvA. Ze werkt en schrijft voor *De Groene Amsterdammer* en is redacteur bij *De Gids*. Recensies, essays, interviews en proza van haar hand verschenen o.a. in voornoemde publicaties, *Trouw*, *Metropolis M*, *DW B* en *nY*.

Raymond van den Boogaard (1951) was voor *NRC Handelsblad* onder andere correspondent in Moskou, oorlogsverslaggever, Haags redacteur en chef kunst. Thans schrijft hij o.a. voor *De Groene Amsterdammer* en *Raam op Rusland*. Zijn laatste boek: *Mijn lieve ouders: een psychiatrische romance* (Prometheus 2011). Zijn volgende boek: *De voorgeschiedenis van Paradiso: de Vrije Gemeente in de negentiende eeuw*.

Harry van Dalen (1961) is als hoogleraar Economie verbonden aan Tilburg University en als onderzoeker aan het Nederlands Interdisciplinair Demografisch Instituut (NIDI) te Den Haag. Hij is tevens hoofdredacteur van het economische blog www.mejudice.nl.

Yra van Dijk (1970) is hoogleraar Moderne Nederlandse Letterkunde in Mondiaal Perspectief aan de Universiteit Leiden. Zij promoveerde aan de Universiteit van Amsterdam op het typografisch wit in de moderne poëzie (*Leegte die ademt*, Vantilt 2006), publiceerde daarna over intertekstualiteit, (*Draden in het donker*, Vantilt 2013) en samen met Thomas Vaessens ook *Reconsidering the postmodern. European Literature Beyond Relativism* (AUP 2011). Op het moment doet ze in internationaal verband onderzoek naar digitale herinnering van de Shoah, en rondt ze een monografie af over het oeuvre van Arnon Grunberg.

Linda Duits (1976) is publiciste gespecialiseerd in populaire cultuur. 21 april verscheen bij AUP haar boek *Dolle mythes: een frisse factcheck van feminisme toen en nu*.

Rob Hartmans (1959) is historicus en journalist. Hij schrijft vast voor *de Nederlandse Boekengids* en daarnaast regelmatig voor *NRC Handelsblad* en *Historisch Nieuwsblad*. Laatste boek: *Freek: de cultuurkritiek van een komiek* (Ambo|Anthos 2014). Dit najaar zal van zijn hand bij

Ambo|Anthos verschijnen: *Een veeleisende huisvriend. Geschiedenis van De Groene Amsterdammer*, 1877-2017.

Michiel Leezenberg (1964) werkt bij de afdeling Wijsbegeerte van de Universiteit van Amsterdam. Hij publiceerde onder meer *Islamitische filosofie: een geschiedenis* (Bulaaq 2001; 2008), bekroond met de Socrates wisselbeker, en *De minaret van Bagdad: seks en politiek in de islam* (Prometheus 2017).

Harm Hendrik ten Napel (1991) groeide op in Friesland en is schrijver, filosoof en boekverkoper. Lemniscaat gaf in 2013 zijn bundel zeer korte verhalen uit en hij publiceert met enige regelmaat in literaire tijdschriften. Hij is mede-oprichter van Klecks.nl, plaats voor literaire kritiek.

Steven van Schuppen (1955) is onderzoeker en publicist op het gebied van landschap, geschiedenis, mentaliteit en ruimtelijke ontwikkeling. Zie ook www.stevenvanschuppen.nl.

Kees Schuyt (1943) is socioloog en jurist. Hij was tot zijn emeritaat in 2007 werkzaam als hoogleraar in de sociologie aan de UvA. Daarnaast schreef hij columns in *de Volkskrant* en was hij lid van de WRR. Sinds 2005 is hij lid van de Raad van State. Van zijn hand verschenen o.a. *Steunberen van de samenleving* (AUP 2006), *Over het recht om 'wij' te zeggen* (AUP 2009), *Moed* (Balans 2006) en in 2017 nog *Charles Sanders Peirce, Lessen in pragmatisme* (Boom) en *Spinoza en de vreugde van het inzicht* (Balans).

Kristof Smeyers (1988) is historicus. In 2016 schreef hij bij Uitgeverij Polis *Het gestolde land. Een economische geschiedenis van België*. Hij is momenteel verbonden aan de Universiteit Antwerpen, waar zijn onderzoek zich toespitst op cultuur- en ideeëngeschiedenis in de negentiende eeuw.

Lukas M. Verburgt (1989) is als lector wetenschapsfilosofie verbonden aan het departement wijsbegeerte van de UvA. Hij doet historisch en filosofisch onderzoek naar de grondslagen van het modernisme in het 19e- en 20e-eeuwse exacte denken.

Colofon

Hoofdredacteur:
Merlijn Olnon

Redactie:
Dirk Alkemade, Channa van Dijk, Arthur Eaton, Maite Karssenber, Maria Cosette Molijn, Christiaan Roodenburg, Kim Schoof, Arnoud Stavenuiter, Lukas Verburgt, Tivadar Vervoort en Marij de Wit.

Ontwerp en vormgeving:
Jeroen Mimran

Beeldredactie:
Claudia Cosma

ISSN:
2468-5356

Verschijningsfrequentie:
6x per jaar

Druk:
Rodi Rotatiedruk

Abonnementen:
via www.nederlandseboekengids.nl/abonnementen of tiny.cc/dnbg. Een jaarabonnement (papier, digitaal, of papier + digitaal) op *de Nederlandse Boekengids* kost € 30 – incl. toegang tot ons volledige digitale archief.

Redactieadres:
de Nederlandse Boekengids, p/a Merlijn Olnon Publicis, Rheastraat 73, 1076 DS Amsterdam. Email: info@nederlandseboekengids.com

de Nederlandse Boekengids is een uitgave van Merlijn Olnon Publicis (Amsterdam).



de Nederlandse Boekengids is bij iedere boekhandel te bestellen, en daarnaast altijd op voorraad bij:



Beeld: Coverfoto: 'America America', Martial Reyse, 1964, Pixabay; Pussy Riot, Denis Bochkarev [CC BY-SA 3.0 (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/>)], Wikimedia Commons; Writers Walk of Fame, Scheltema Boekhandel; 'Our Gang, The New Movie', 1930, Wikimedia Commons; 'Historie door Waarheid onderricht', Elias van Nijmegen, 1677-1755, Rijksmuseum Amsterdam, Rijksstudio; 'Women's march', Bones64, Pixabay; Souleymane Bachir Diagne, Benoît Arnould; 'Der arme Poet', Carl Spitzweg, 1839, Neue Pinakothek, Wikimedia Commons; 'Doorbell', Nathanza, Pixabay; Vlag van België, HypnoArt, Pixabay; Kranen van Antwerpen, OlafPictures, Pixabay; 'Der Bücherwurm', Carl Spitzweg, 1850, Museum Georg Schäfer, Wikimedia Commons.



Beste lezer,

'Het aantreden van Trump heeft aan ons "intellectueel coma" eindelijk een eind gemaakt', bezweert Raymond van den Boogaard aan het slot van zijn bijdrage, nadat hij ons opruiende adviezen heeft opgediend van Masha Gessen, Timothy Snyder en Nadja Tolokonnikova: 'laat je niet in de luren leggen door de autocraat, want hij meent wat hij zegt; laat je niet bedotten door kleine tekenen van normaliteit die slechts de voorbode van grotere wandaden zijn; denk niet dat de instituties je wel zullen beschermen, want de autocraat zal die onttakelen. Wapen je, moreel, en stel je in op verzet.' (Gessen) 'De meeste macht van de autocraat is macht die hem door op de nieuwe situatie anticiperende burgers wordt afgestaan. (...) Zulk anticiperend gedrag geeft de autocraat een aardig idee tot waar hij kan gaan.' (Snyder) 'Verkoop je ziel niet te goedkoop. Ontwikkel een protestcultuur.' (Tolokonnikova)

Of, zoals Anthony Burgess in 1973 in zijn essay 'The Clockwork Condition' schreef: 'het leven tikt voor de meesten van ons gewoon voorbij; we wennen aan het ritme van onze behoeften en leren al snel van onze ketenen houden. (...) Ik ben belachelijk gemaakt en terechtgewezen vanwege mijn uitgesproken vrees voor de almacht van de moderne staat. De literatuur waarschuwt voor die macht, maar 'verstandige' mensen, die zich niet van de wijs laten brengen door de verbeelding van schrijvers, zeggen standaard dat die zorgen overbodig zijn. (...) De al te menselijke paradox is dat (we) pas onder bezetting vrij genoeg zijn om de waarde van de menselijke vrijheid te herontdekken.'

Rebecca Mead spreekt (in *The New Yorker* van 17 april jl.) van de 'catastofale devaluatie van denkwerk, waaraan de Amerikaanse maatschappij ten prooi is gevallen: de moedwillige verwerping van serieus denken, en objectieve feiten, die Trump naar de overwinning leidden' en beveelt ons het handelsmerk van de Canadese schrijfster Margaret Atwood aan: de consequente toepassing van literaire intelligentie op de machtsvraag.

Vindt u dit hoogdravend alarmisme? Vraag uzelf dan af of het toeval is dat kunst, humaniora en culturele sociale wetenschappen steevast

bovenaan de afrekenlijstjes van Poetin, Trump, Erdoğan en Orbán prijken (zie bijv. 'Trump Proposes Eliminating the Arts and Humanities Endowments', NY Times 15 maart 2017 & www.nederlandseboekengids.nl/hongarijes-donkere-uur). Misschien is het toch een idee daarop ook in Nederland wat zuiniger te zijn, bij wijze van verzekering voor de toekomst?

'Optimisme is een plicht', zoals Mark Rutte pleegt te zeggen, maar waakzaamheid evenzeer. Wakker blijven en de barricades op dus. Maar welke barricades precies en met wat voor wapens?

U raadt het al: onze wapens van voorkeur zijn kennis, ervaring en verbeelding, en onze barricades staan op de vele kruispunten van wetenschap, kunst en publiekscultuur.

Daarom in dit nummer van *de Nederlandse Boekengids* ruim aandacht voor vormen van kunstzinnig engagement (Raymond van den Boogaard, Yra van Dijk, Fiep van Bodegom), de *verstehende* humaniora (Arnold Heumakers), feitenvrijheid en waarheidsvinding (Kees Schuyt), wetenschappelijk activisme (Linda Duits), de dialoog tussen geloof en rede (Michiel Leezenberg), cultuurbeleid (Harm Hendrik ten Napel), de economische druk op de pers als waakhond (Harry van Dalen), de belofte van de regio in plaats van de natiestaat (Steven van Schuppen), de onveranderde waarde van de bibliotheek (Kristof Smeyers), essayistische verbeelding (Rob Hartmans) en revolutionair geluk (Lukas Verburgt).

En als u dan, gewapend met uw *Dutch Review*, gelijkgestemden ontmoet, helpt u de goede zaak dan een handje door ze op het hart te drukken ook een abonnement te nemen?

Merlijn Olnon, mede namens de redactie

**Neem of geef een abonnement:
Ga naar www.nederlandseboekengids.nl/abonnementen**

Wie doet het licht weer aan in de journalistiek?

Verhalen over de toekomst van de journalistiek zijn zonder uitzondering donker getoonzet. Al jaren kelderen de oplagecijfers van kranten en tijdschriften, adverteerders lopen weg, nieuwsredacties worden noodgedwongen gehalveerd, regionale kranten opgeheven of uitgekleeft tot een plaatselijk suffertje, en geld voor grote journalistieke onderzoeksprojecten raakt op. Dat is niet alleen het beeld in Nederland, maar ook internationaal. De opkomst van digitale kranten tempert de daling enigszins, maar het verhaal van weekbladen die maandbladen worden, laat zich toch lezen als een kroniek van de naderende dood. Veel kranten zijn overgeleverd aan hongerige investeerders die opzien tegen radicale veranderingen. Is er eigenlijk nog wel een toekomst voor de pers als waakhond van de democratie?

Er gaat niets boven de geur van drukinkt, een tastbare krant, zo zal de oudere garde denken. Al die nieuwe technologieën maken een site of een krant weliswaar gelijker, maar aan het eind van de dag moet er allereerst gewoon een goed, gedegen stuk klaarliggen voor de drukker. Er valt ook zeker wat te zeggen voor papier: een papieren krant wordt veel langer gelezen – gemiddeld 16-18 minuten –, terwijl de digitale lezer al na 2-3 minuten afhaakt. En wat te denken van serendipiteit – het lezen van artikelen die buiten de directe interessesfeer van lezers liggen? Het is een kwaliteit die in de fysieke omgeving langzaam maar zeker verdwijnt en zich online moeilijk laat nabootsen.

Toch is de jongere garde niet anders gewend. Digitaal is de nieuwe standaard, papier is 'vorige eeuw'. En voor een belangrijk deel is dat logisch. De push-berichten met het laatste nieuws komen al trillend je broekzak binnen; de avondkrant biedt bedorven waar, en de ochtendkrant lijdt aan dezelfde kwaal omdat de nieuwsproductie 's avonds en 's nachts (terwijl de krant gemaakt wordt) gewoon doorgaat. Zoals Rob Wijnberg vorig jaar in *De Correspondent* noteerde: 'Nieuwsvoorziening is sowieso niet meer de functie van een krant. (...) Nieuws is generiek, inwisselbaar, gratis en snel verouderd.'

Op zoek naar het ei van Columbus

Al jaren breken krantenbazen zich het hoofd over een uitweg, maar de nooduitgang is nog niet gevonden. Zoals Joseph Schumpeter het ooit kernachtig omschreef: 'It is not the owner of stage-coaches who builds railways.' Alleen al daarom maken boeken over de toekomst van de journalistiek van buiten de gevestigde orde nieuwsgierig. Wat is de oplossing? Moet er overgestapt worden op een ander verdienmodel of gaat het om veel meer dan geld?

In *Saving the Media* brengt de Franse econome Julia Cagé naar voren hoe belangrijk de nieuwsmedia zijn voor het functioneren van een maatschappij. Die kernfunctie danken nieuwsmakers aan het feit dat ze poortwachters van het publieke debat zijn. Door deze rol te vervullen is hun werk een publiek gemeengoed en iedere econoom, Cagé ook, weet dan dat het bieden van zo'n goed via privaat initiatief te maken krijgt met meelifersgedrag. Wanneer *NRC Handelsblad* of *de Volkskrant* een feit boven tafel brengt dat de daden van een regering of een bedrijf aan de kaak stelt, en dit vervolgens tot correcties in beleid of gedrag leidt, dan profiteren

we daar allemaal van mee. De abonnees, adverteerders en financiers van *NRC* betalen dus voor iets waarvan heel Nederland profiteert. Burgers liften zo mee op de inspanningen van een ander.

Cagé zet de crisis in de journalistiek in grove penseelstreken neer en put daarbij vooral uit de Franse situatie, waar nodig aangevuld met internationale ervaringen. Ze stipt de perverse kanten van concurrentie in krantenland aan, en de vele illusies die nieuwsbazen hebben over waar de redding vandaan zal komen. De belangrijkste illusie

De belangrijkste illusie is de gedachte dat adverteerders wel terug komen

is wel de gedachte dat de adverteerders terug zullen komen, terwijl de neerwaartse ontwikkeling van de advertentiemarkt weliswaar versnelde door de crisis maar daaronder vooral structureel veranderde. De boodschap is dat een nieuwsmiddeel beter afscheid kan nemen van advertentie-inkomsten als structurele bron van inkomsten.

Voor oude krantenmannen en -vrouwen blijft dat lastig te accepteren, alleen al omdat uitgeverij in de goede oude tijd zestig tot tachtig procent van hun inkomsten uit advertenties verwierven. Die tijd is echt voorbij. In 2000 konden de Nederlandse kranten gezamenlijk nog 1,2 miljard euro aan advertentie-inkomsten boeken, in 2015 was dit nog maar 300 miljoen. Adverteerders zoeken een meer directe weg naar hun doelgroep en laten kranten in toenemende mate links liggen. Een modeketen als Zara, met 17 miljoen volgers op Instagram, hoeft zich aan papieren advertenties weinig meer gelegen laten liggen. En Facebook en Google kunnen de wensen van hun adverteerders veel beter bedienen, omdat ze een goudmijn aan data bezitten waarmee ze gewenste doelgroepen veel directer kunnen bereiken. Waarom met hagel schieten als je de techniek in huis hebt om met slechts één kogel doel te treffen?

De 'magic bullet'?

Cagé werkt in haar boek toe naar een oplossing die – gezien de wervende titel van haar boek – helaas teleurstelt. Het is een typische karaktertrek van moderne economen waar ook Cagé aan ten prooi valt: op papier vallen veel zaken eenvoudig op te lossen, maar echte diepe kennis over hoe de nieuwsindustrie werkt en hoe deze volgens haar model *kan* werken is er niet. Volgens Cagé moeten media een non-profit-verdienmodel ontwikkelen, een organisatie die leunt op crowdfunding

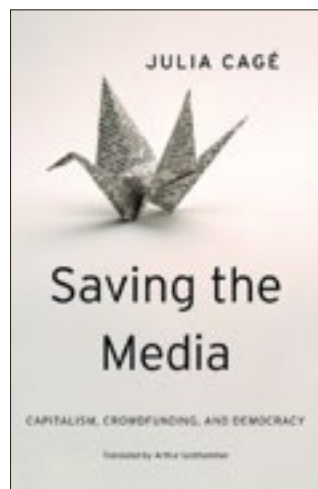


waardoor een nieuwsorganisatie onafhankelijk van aandeelhouders, adverteerders en overheid kan opereren. Lezers en werknemers van de nieuwsorganisatie moeten de boventoon voeren. Een aantrekkelijk idee, maar het is niet nieuw en er wordt geen greintje bewijs aangevoerd dat zo'n model gaat werken. Zo klinkt crowdfunding erg mooi en 'cool', maar de 'crowd' kan zich net zo wispelturig gedragen als aandeelhouders of adverteerders. Net als een bank die in tijden van crisis ten onder gaat aan een 'bank run', kan een nieuwsorganisatie ook door een massaal verlies van vertrouwen de geest geven. Wil zo'n model werken, dan moet er een hechte gemeenschap bestaan die langdurig verbonden wil zijn aan een nieuwsmiddeel. In dat opzicht is het experiment van online platform *De Correspondent* interessant. Deze nieuwe loot lijkt het model van Cagé te volgen en gaat zelfs verder: journalisten en lezers beïnvloeden elkaar. Lezers zijn niet passieve abonnees maar kunnen hun ideeën en kennis delen. Het klinkt mooi en met 52.000 leden moet je wel iets goed doen, maar het is nog te vroeg om het model van *De Correspondent* tot wondermodel voor de gehele journalistiek uit te roepen.

Detectives van de democratie

Kranten zijn toch vooral op aarde om de werking van het democratische en economische systeem in de gaten te houden. In dat opzicht levert het boek van James Hamilton, *Democracy's Detectives*, een welkome bijdrage, door de economie van de onderzoeksjournalistiek in de Verenigde Staten tegen het licht te houden. Hoewel het boek over de spannendste vorm van journalistiek gaat, staat de stijl van Hamilton in schril contrast met zijn onderwerp. Hij laat zich kennen als een bonenteller die eindeloos tabellen met zijn lezers doorneemt en brave economie doceert. Toch is het boek het waard om kennis van te nemen. Hamilton laat zien welke enorme maatschappelijke baten de onderzoeksjournalistiek oplevert, maar ook hoe kostbaar dergelijk

onderzoek is; hoe moeilijk het is om sociale baten om te zetten in private inkomsten; en hoe makkelijk het nog altijd is voor overheden om informatie af te schermen. De neergang in de journalistiek zet de kwaliteit van democratie verder onder druk en dat is duidelijk zichtbaar op regionaal niveau, waar lokale kranten niet meer dezelfde dwingende kracht hebben



Julia Cagé
Saving the Media: Capitalism, Crowdfunding, and Democracy
Harvard University Press 2016, 176 blz.



James T. Hamilton
Democracy's Detectives – The Economics of Investigative Journalism
Harvard University Press 2016, 384 blz.



Pieter van den Blink
The Medium kills the message: nieuw licht, op journalistiek, media en kijkcijfers
Ambo|Anthos 2016, 120 blz.

als voorheen. De journalistiek gaat zich steeds meer richten op individuele misstanden omdat die goedkoper te onderzoeken zijn en ook een 'gezicht' geven aan het kwaad, terwijl het doorlichten van instituties veel moeilijker en kostbaarder is. Een van de uitwegen om de onderzoeksjournalistiek te redden is – zoals Hamilton het benoemt – 'computational journalism': op innovatieve wijze gebruik maken van digitale data en datamining-technieken. Daarin ziet hij een manier voor onderzoeksjournalisten om niet alleen de kosten van onderzoek te verlagen, maar ook een geheel nieuwe vraag aan te boren bij hun lezers.

Vervagende grenzen

Een waarschuwing is echter wel op zijn plaats. Het onderzoeksmateriaal van Hamilton betreft uitsluitend de toplaag van de Amerikaanse journalistiek: projecten die meedongen naar de grote prijzen in de Amerikaanse onderzoeksjournalistiek, zoals de Pulitzer Prize. Die bron geeft natuurlijk een mooi ideaalbeeld, maar hoe functioneert het veld als geheel? Zitten onderzoeksjournalisten er ook wel eens naast en berokkent de journalistiek de maatschappij ook schade? Of is de interne integriteit zo sterk dat, ondanks de hoge investeringen en tijd die in het onderzoek zijn gestoken, wanneer dat nodig is toch besloten wordt om een verhaal niet naar buiten te brengen? Dit lijkt me een belangrijk thema, want met de digitalisering van de media heeft de journalist er nogal wat concurrenten bijgekregen die zich niets van het principe van hoor en wederhoor aantrekken, maar die in de ogen van de lezer even betrouwbaar, zo niet betrouwbaarder zijn omdat ze 'eindelijk de waarheid durven spreken'.

Zoals Pieter van den Blink in zijn essay *The medium kills the message* stelt: de grens tussen journalist en niet-journalist verdwijnt, met alle zorgelijke consequenties van dien. Van den Blink, voorheen verbonden aan *Trouw* en *Vrij Nederland* en tegenwoordig redacteur van het platform *360 Magazine*, beantwoordt de vraag hoe nieuwe media de journalistieke boodschap veranderen. In een

De nieuwsmedia struikelen de toekomst in en zien wel waar het schip strandt

kleine negentig bladzijden lopende tekst doet hij een aantal rake observaties. 'Branded content' – de strategie om krantenverhalen te schrijven die gesponsord worden (een verhaal over koffie betaald door Nespresso) is een ontwikkeling die vooral aantoont hoe wanhopig kranten zijn. Even wanhopig stemmend is de kortzichtige beoor-



deling van kwaliteit die aandeelhouders en CEO's in de praktijk brengen, waardoor de nieuwsmakers voortdurend naarstig op zoek moeten naar nog meer mogelijke bronnen van korte termijn-winst. Het essay meandert te veel om tot een helder, verlossend inzicht te komen, en is in zoverre een reflectie van de huidige geestestoestand van de journalistiek: dé oplossing is niet in zicht, dus we struikelen de toekomst in en zien wel waar het schip strandt.

De kern van de krant

Het ontbreekt nieuwsmakers aan een echte visie en dat zie je terug in alles wat de media tot hun 'product' rekenen. Kranten bieden van alles aan – boekenseries, reizen, lezingencycli, congressen – en de bijlages op zaterdag laten zich nog het beste lezen als magazines voor lifestyle en mode, aangevuld met een hele batterij columnisten die vooral divertissement bieden. Meer warmte dan licht. Dat is een gevaarlijke

ontwikkeling omdat kranten zichzelf zo overbodig maken – een proces dat nog verder versterkt kan worden door initiatieven als Blendle.

Hoewel Blendle een groot succesverhaal lijkt, is enige nuchterheid wel op zijn plaats. Blendle is een intermediair die kranten 'ontbundelt'. Het biedt lezers de mogelijkheid om de kranten uit de pap te vissen zonder verder iets wezenlijks bij te dragen. Blendle werd bij de presentatie ooit als de 'iTunes voor kranten' gepresenteerd en daar zit nu precies de pijn: muziek is een privaat goed, maar een kwaliteitskrant is een publiek goed in private handen. Net als popartiesten die vroeger veel verdienden met de royalties en plaatverkoop, moeten zij

in het digitale tijdperk hun verdienmodel aanpassen en leven van live-optredens en merchandising. Diensten als iTunes of Spotify ontbundelen en veranderen zo indirect het verdienmodel van artiesten.

Hoe meer ontbundeling, hoe zekerder het wordt dat kranten eenzelfde route af zullen moeten leggen. De recente moedige beslissing van NRC om uit Blendle te stappen laat zien dat kranten wakker beginnen te worden en tot het inzicht komen dat ontbundeling het paard van Troje is dat de essentie van een krant ondermijnt, en dan vooral van de publieke waarde ervan.

De narrenwijsheid van een scherpe columnist, de recensent die het kaf van het koren scheidt en de onderzoeksjournalist die verborgen handelen in overheid en bedrijf openbaar maakt; het zijn de essentiële ingrediënten van de krant als poortwachter van het publieke debat. Maar laten we ook niet vergeten dat krantenbazen zelf in de naartstige zoektocht naar geld en aandacht het publieke goed 'krant' hebben verwaarloosd. Door sterk in te zetten op amusement, human interest en columnisten voor de leut, maken kranten zich op den duur overbodig en inwisselbaar. Een echt nieuwsbedrijf op zoek naar een missie kan nog het beste de woorden gedenken van een Pulitzer Prize-winnaar die uitgebreid in Hamiltons boek aan het woord komt: 'When we're doing our jobs, we defend the weak against the powerful.' <