

## Internet: de nieuwe mediarevolutie?

Het is snel gegaan. Wat ooit begon als ARPANET, een militair (en later ook wetenschappelijk) netwerk dat in 1969 werd opgezet door het Amerikaanse ministerie van defensie, is inmiddels uitgegroeid tot een van de grootste massamedia ooit: het internet. Nadat het netwerk in 1991 werd vrijgegeven voor commerciële doeleinden en Tim Berners-Lee van het CERN in Zwitserland op de proppen kwam met de HTTP en HTML specificatie, schoten de websites als paddenstoelen uit de grond. In 1993 verscheen de eerste grafische webbrowser, Mosaic, en introduceerde Lycos de eerste zoekmachine. 1996 was het begin van een heuse browseroorlog tussen Netscape Navigator en Microsoft Internet Explorer. In 1999 werd voor het eerst (illegaal) muziek uitgewisseld via peer to peer netwerken met het programma Napster. 2002 is het jaar wanneer de eerste weblogs (blogs) verschenen. Tegenwoordig worden websites steeds interactiever en vormen een steeds grotere gelijkenis met desktop-applicaties. Men spreekt zelfs van de term '[Web 2.0](#).' Inmiddels kent de wereld [1,25 miljard](#) mensen met een internetaansluiting en heeft zoekmachine Yahoo al meer dan [20 miljard](#) webpagina's geïndexeerd.

“Wat als het internet ooit neergaat,” begon mijn broertje laatst aan de eettafel, “moet ik elke keer als ik even iets wil opzoeken naar de bibliotheek, kan ik geen gebruikerservaringen meer checken voor ik iets koop en kan ik iedereen gaan opbellen als de plannen voor het uitgaan veranderen, omdat niemand meer MSN heeft.” “Ja,” vervolgde mijn vader, “en ik kan op mijn vrije dag alle reisbureaus afstruinen om vervolgens te eindigen bij de bank, eer je op vakantie kunt. Tegenwoordig pak je gewoon een last minute via internet. Snel, makkelijk en spotgoedkoop.” En zo ging het nog wel een tijdje door. Het is duidelijk dat veel mensen het internet niet meer kunnen missen. Zelfs mijn oma, die tegen de 80 loopt, is niet meer weg te slaan bij een computer met een internetaansluiting, sinds ze amper 2 jaar geleden een oude afgedankte computer van een familielid kreeg. Ze is dagelijks volop aan het chatten via MSN en IRC, bezoekt diverse websites, is actief op fora en doet zelfs aan beeldbewerking. Zien is geloven. Zelfs de bediening op verjaardagen is erop achteruit gegaan omdat ze elk kwartier even moet checken wat er op haar computer gebeurt. En dat oude, afgedankte systeem is allang vervangen door een nieuwe.

Dat het internet is uitgegroeid tot een zeer populair medium kun je dus zien als een [feit](#). Maar kun je de opkomst van het internet, inclusief al zijn bijkomstigheden, zien als een [\(media\)revolutie](#)? Als we kijken naar de definitie die de Van Dale geeft aan de term 'revolutie,' vinden we het volgende:

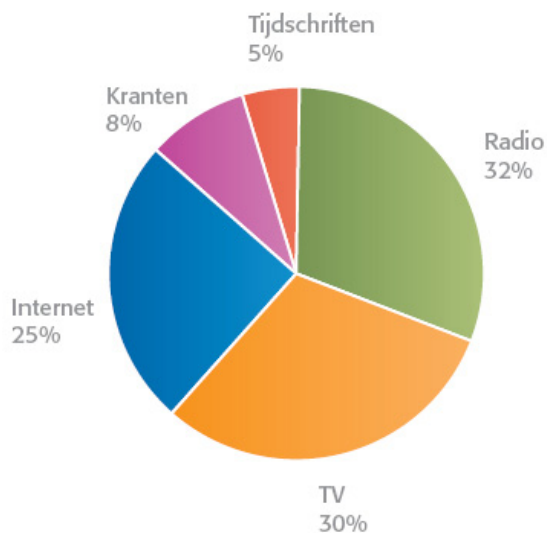
**re·vo·lu·tie** (de ~ (v.), ~s)

2 radicale verandering, vernieuwing => *ommekeer*

Voor een revolutie moet er dus een verandering plaatsvinden. Maar welke veranderingen vinden er nu precies plaats met de komst van het internet?

De eerste en meeste duidelijke verandering is de verschuiving van traditionele media naar nieuwe media, waar het internet het grootste deel van inneemt. In 2005 ging een [kwart](#) van de mediatijd op aan internet. Onder jongeren van 15 tot 24 jaar lag dit zelfs op 42%. Dit is onder andere te danken aan het interactieve en multimediale karakter van het internet. Mensen willen invloed hebben op wat er gebeurt, en willen naast geïnformeerd ook geëntertaind worden: zogenaamde '[infotainment](#).' Daarnaast behandelt het internet specifieke, specialistische onderwerpen en standpunten omtrent onderwerpen, gericht op de individuele mens. Andere factoren die bijdragen aan de populariteit van het internet zijn:

- De snelheid van het medium;
- Het is gratis;
- Het is tegenwoordig overal aanwezig;
- Het is niet tijdgebonden.



[Verdeling mediatijd 2005](#)

Een tweede verandering heeft te maken met het gebruik van het internet. Internet verandert de manier waarop mensen met media omgaan. Mensen wachten niet meer totdat de krant op de mat valt, of het acht uur journaal op televisie verschijnt. Mensen gaan zelf actief op zoek naar onderwerpen die zij interessant vinden. Daarnaast nemen ze actief deel aan de informatievoorziening door middel van weblogs en internetfora. Mensen hebben zo hun eigen meningen en interesses en die willen ze graag kwijt. Ten slotte wordt internet door de opkomst van laptops, GSM's, PDA's en draadloze netwerken steeds mobieler. Internet is overal aanwezig en kan op elk moment.

Ten derde verandert media de manier waarop mensen denken. Internet belicht diverse standpunten omtrent een onderwerp, en niet alleen dat van de traditionele media. Mensen weten dat, ze nemen niet meer klakkeloos de eerste bron over om daarop hun mening te baseren. Het internet geeft zo tegenwicht aan de traditionele media: er is meer dan één waarheid.

Ik denk dat dit nog maar het begin is, en we zitten er midden in. En juist omdat we er middenin zitten voelen de veranderingen, ondanks het feit dat ze enorm snel gaan, toch geleidelijk aan. Tenminste dat is wat ik persoonlijk ervaar. Kunnen we dus niet beter van een [evolutie](#) spreken in plaats van een [revolutie](#)? Om de Van Dale er meer weer eens bij te halen, een evolutie is een geleidelijke ontwikkeling, in tegenstelling tot een radicale verandering bij een revolutie. Zou tijd hier iets mee te maken hebben? Het exacte verschil tussen een evolutie en revolutie, en de scheidslijn hiertussen, laat ik graag over aan de filosofen onder ons. Maar als we bijvoorbeeld naar de [industriële](#) en [wetenschappelijke](#) revolutie kijken, besloeg deze 'radicale verandering' meerdere eeuwen, terwijl het internet nog maar enkele decennia aanwezig is. Daartegen gaan de ontwikkelingen steeds sneller, en duurde de [seksuele](#) revolutie enkele decennia.

Ik ben in ieder geval van mening dat, hoe groot de verandering (of omslag) ook moge zijn, we ons nog maar aan het begin bevinden. [De ontwikkelingen gaan door en meer veranderingen zullen zeker komen.](#) Ik denk dat als de traditionele media niet snel meegaan met het veranderende medialandschap, en stug blijven vasthouden aan het oude businessmodel, ze in de toekomst de boot nog wel eens zouden kunnen missen.