

Binnen een jaar of vijf zijn de meeste Nederlandse journalisten intensief gebruik gaan maken van internet. Tot vernieuwende journalistiek heeft dit nog niet geleid. De internetjournalistiek zelf staat nog in de kinderschoenen. Nieuwssites maken niet of nauwelijks gebruik van de mogelijkheden die het web biedt: ze zijn vaker niet dan wel multimediaal of interactief. In de journalistiek is er nu geld noch mankracht voor woeste multimediale experimenten.

door Alexander Pleijter en Mark Deuze

In 1995 verscheen de laatste editie van het boekwerk *Een beeld van een dagblad*¹, waarin de *Volkscrant* haar lezers informeerde over de manier waarop de krant dag in dag uit gemaakt wordt. Op een van de pagina's prijkt een prent van een journalist die druk aan het werk is: de telefoon aan het oor, de radio en televisie op het bureau, de telex ratelt, een stapel post ligt te wachten en collega's bestoken hem met tips. Een klassiek beeld van de verslaggever die als spin in het web nieuws en informatie verzamelt over allerlei kleine en grote dingen die gebeuren in de wereld. Opvallende afwezige in deze tekening is de computer, destijds blijkbaar nog niet beschouwd als onmisbaar instrument voor de dagelijkse nieuwsgaring van journalisten. Wie tegenwoordig een krantenredactie (of een redactie van een willekeurig ander nieuwsmiddeum) betreedt, ziet een heel ander beeld. Zonder uitzondering domineren beeldschermen de redactielokalen. Geen bureau meer zonder computer. En die computer is niet louter een vervanging van de ouderwetse typemachine, maar is inmiddels uitgegroeid tot serieuze concurrent van 'oude' communicatiemiddelen als telex, telefoon, fax en post. Tegenwoordig communiceren journalisten via e-mail met hun bronnen en lezers, en op het world wide web vinden en produceren ze een schat aan informatie.

De journalistiek is onlosmakelijk verbonden met steeds veranderende techniek. Veel belangrijke ontwikkelingen binnen dit beroep zijn terug te voeren op technische vernieuwingen. Deze voortdurende dans van journalistiek en techniek kent twee belangrijke aspecten. Aan de ene kant maken technologische innovaties het ontstaan van nieuwe media als dragers van journalistieke producties mogelijk. Zo stond allereerst de drukunst aan de wieg van de dagbladjournalistiek, doordat de komst van de zetmachine en de rotatiepers het drukken van kranten in grote oplagen faciliteerde. Vervolgens gaven in de loop van de twintigste eeuw de radio en televisie journalisten de mogelijkheid hun reportages in geluid en beeld de wereld in te sturen. De specifieke moeilijkheden en mogelijkheden per mediumtype stimuleerden de ontwikkeling van verschillende mediumafhankelijke specialismen binnen de journalistiek. Ook in de huidige beroepsopleidingen kunnen studenten zich specialiseren in het schrijven voor kranten of tijdschriften, of in het maken van uitzendingen voor radio of televisie. In die zin zijn de beroepsopleidingen journalistiek in Nederland een typisch 'product' van de twintigste-eeuwse informatiesamenleving, die zich laat kenmerken door specialisatie, functionele differentiatie en technologische innovatie.

Anderzijds zijn technische ontwikkelingen in de journalistiek geadopteerd als nieuwe communicatiemiddelen, die belangrijke gevolgen hebben voor de nieuwsgaring van journalisten. De voorbeelden uit het verleden zijn legio. Door de telegrafie konden journalisten hun verhalen over grote afstand snel doorseinen naar de redactie. Via de telefoon kon men informanten voor het eerst op afstand mondeling ondervragen, waardoor journalisten minder tijd verloren met het afleggen van bezoeken om aan inlichtingen en citaten te komen. De telex voorzag redacties van een continue stroom aan nieuws van binnenlandse en buitenlandse persbureaus, waardoor ze veel minder afhankelijk werden van louter eigen nieuwsgaring. De komst van de fax betekende dat journalisten stukken sneller toegestuurd konden krijgen, en bood hun bovendien de mogelijkheid hun eigen stukken snel naar de redactie te sturen als zij elders hun verhaal hadden gemaakt.

Deze technische vernieuwingen werden in de journalistiek telkens toegepast om het bestaande werk sneller en uitgebreider te doen. Waar telex, fax of telegraaf echter nauwelijks voor werden gebruikt, was het veranderen van het journalistieke werk op een fundamentele manier. Er ontstond bijvoorbeeld geen 'telefoonjournalistiek' - hoewel daar ongetwijfeld mee geëxperimenteerd werd. Internet kan als meest recente technische innovatie wellicht nog eens zorgen voor fundamentele veranderingen in de journalistiek. Het bijzondere aan dit communicatiemedium is dat zich gelijktijdig

twee ontwikkelingen voordoen. De ene ontwikkeling houdt in dat internet journalisten nieuwe mogelijkheden biedt voor nieuwsgaring. Via internet - world wide web, e-mail, usenet-nieuwsgroepen enzovoort - kunnen journalisten snel aan informatie komen, bronnen raadplegen en feiten checken. Daarnaast biedt internet journalisten nieuwe publicatiemogelijkheden - vooral op het web. Dat heeft het afgelopen decennium al geleid tot het ontstaan van een nieuw journalistiek specialisme: internetjournalistiek.

Inmiddels lijkt succes voor de Nederlandse internetjournalistiek verder weg dan ooit. Door de heersende golf van bezuinigingen en fusies in de mediawereld maken internetredacties een moeilijke tijd door. De meeste mediabedrijven snijden in de budgetten van de internetredacties, wat flinke gevolgen heeft voor het aantal redactieleden en de vormgeving en techniek van journalistieke sites. Internetredacties willen vaak wel op een innovatieve manier aan de slag, maar worden geconfronteerd met directies die met zo min mogelijk geld een site op het web proberen te houden. Veel internetjournalisten zijn allang blij dat ze niet op de keien belanden. Hun vernieuwingsdrang verzandt daarmee in een gebrek aan prioriteit van hogerhand voor innovatieve journalistiek waarin internet een sleutelrol zou kunnen vervullen. De ondersteuning van hoofdredacties en directies is uiteindelijk noodzakelijk voor daadwerkelijk succesvolle en vernieuwende journalistiek op het web.

Diverse journalisten en deskundigen voorspelden dat de twee genoemde ontwikkelingen verstrekkende gevolgen zouden hebben voor de journalistiek. Daarom zijn de afgelopen jaren in vele landen diverse studies verricht naar de manier waarop de journalistiek sinds het begin van de jaren negentig van de twintigste eeuw is omgegaan met internet. In Nederland voerden de Amsterdam School for Communications Research ASCoR (periode 1997-2001) en de Katholieke Universiteit Nijmegen met communicatiebureau Bikker Euro RSCG (periode 2001-2002) grootschalig onderzoek uit onder honderden journalisten om in kaart te brengen hoe de journalistiek in Nederland internet gebruikt - als hulpmiddel voor het uitoefenen van hun vak en als platform voor een nieuwe vorm van journalistiek.² In dit hoofdstuk schetsen we aan de hand van deze studies de belangrijkste ontwikkelingen die zich de afgelopen jaren in Nederland voordeden.

Bronnen, informanten, het publiek

Door de snelle technische ontwikkelingen - met name de digitalisering - van de afgelopen tien jaar hebben journalisten nieuwe hulpmiddelen gekregen voor het vervaardigen van hun verhalen. De belangrijkste zijn zonder twijfel de elektronische post (e-mail) en het wereldwijde web. Via e-mail kunnen journalisten snel en op elk gewenst moment contact leggen en informatie uitwisselen met bronnen, informanten en hun publiek. En op het web kunnen ze op speurtocht in een oneindig lijkend woud van informatie over ontelbare onderwerpen, afkomstig uit de gehele wereld. Lange tijd stonden journalisten nogal onwennig tegenover deze bron van ongekende informatierijkdom. Er werden vaak allerlei bezwaren geuit. Op het web was weliswaar van alles te vinden, maar de afzenders zouden moeilijk te traceren en vaak zelfs anoniem zijn, en het waarheidsgehalte van de informatie zou dikwijls moeilijk te controleren zijn. In de optiek van het journalistengilde dus een lastige bron, die niet direct een gunstige bijdrage levert aan het vergemakkelijken en verbeteren van het journalistieke werk. Inmiddels slinkt die achterdocht zienderogen.

Het intensieve gebruik van internet in de Nederlandse journalistiek ontwikkelde zich in een rap tempo. Binnen een tijdsbestek van enkele jaren heeft internet een prominente rol veroverd in de journalistieke praktijk. Francisco van Jole, internetjournalist van het eerste uur, signaleerde in *de Volkskrant* dat in 1997 de grote internet-ommekeer plaatsvond.³ In dat jaar ontdekten journalisten en masse het web na een massale vechtpartij tussen voetbalhooligans in een weiland langs de snelweg bij Beverwijk, waarbij één dode viel. De vele reportages die in de dagen erna in de media verschenen, waren grotendeels ontleend aan het web, zoals online nieuwsgroepen en homepages van voetbalsupporters - een novum voor de berichtgeving van de gevestigde media.

Cijfers uit onderzoek bevestigen dit omslagpunt (zie figuur 1). In 1996 begaf slechts een selecte groep journalisten (naar schatting zeventien procent) zich op het wereldwijde web, terwijl in 1999 een ruime meerderheid van het journaal op het web rondstruinde. Inmiddels gaan zo goed als alle journalisten het web op voor hun werk. Ook de mate van gebruik is enorm toegenomen. Tegenwoordig is voor veel journalisten 'surfen' een prominent onderdeel van het dagelijkse werk. De overgrote meerderheid (zo'n tachtig procent) gaat dagelijks online en ruim zestig procent besteedt er

meer dan een uur per werkdag aan. Een kwart van de journalisten is zelfs meer dan twee uur per dag (een kwart van de werkdag!) in de weer met internet. Ze zijn dan vooral druk met hun e-mail, en het (met zoekmachines) zoeken naar en bezoeken van websites. Met nieuwsbrieven, nieuwsgroepen, elektronische knipseldiensten en chatten houdt slechts een kleine minderheid van de journalisten zich bezig.

In het dagelijkse werk gebruiken journalisten het web voor hele praktische dingen. De helft houdt zich elke dag via internet op de hoogte van het laatste nieuws. Favoriete nieuwssites hierbij zijn die van *CNN*, *ANP*, *Kranten.com* en *Nu.nl*. Een andere belangrijke praktische functie van het web is het opzoeken van zogenaamde service-informatie. Daarbij gaat het om het raadplegen van online informatiediensten als reisplanners, telefoongidsen, plattegronden en woordenboeken. Bijna negentig procent gebruikt hier internet geregeld voor. Daarnaast is het web een belangrijk medium voor het vinden en verifiëren van informatie. Het zoeken naar achtergrondinformatie scoort hier het hoogst. Negentig procent van de journalisten begeeft zich met dat doel regelmatig op het web. Verder zoekt zeventig procent geregeld naar informatie in de vorm van persberichten. Ook voor het controleren of verifiëren van informatie raadplegen ze vaak het web; driekwart zegt dat regelmatig te doen. Dit heeft vermoedelijk te maken met de handigheid van zoekmachines; het intikken van enkele trefwoorden levert vaak een serie relevante websites op waarvan de informatie met elkaar vergeleken kan worden. Bovendien zijn op het web diverse archieven en naslagwerken (bijvoorbeeld de bekende encyclopedie *Britannica*) te raadplegen.

Opmerkelijk genoeg is het web veel minder van belang als het gaat om het speuren naar nieuws en het opsporen van nieuwe informanten. Maar veertig procent van alle journalisten gaat weleens het web op om ideeën op te duikelen of inspiratie op te doen voor nieuwe verhalen. Een iets grotere groep, ongeveer de helft, speurt bij tijd en wijle het web af op zoek naar nieuwe informanten. Daarbij valt te denken aan experts die deskundig zijn op een bepaald terrein, en een journalist mogelijk kunnen helpen bij het maken van een verhaal. Voor het opdoen van ideeën en het raadplegen van informanten maken journalisten derhalve in meerderheid nog steeds gebruik van de oude kanalen. De 'oude' manieren van nieuwsgaring en informatieverzameling lijken online niet echt te veranderen. De belangrijkste verandering is vooralsnog dat journalisten papier verruilen voor het beeldscherm. Het web fungeert daarmee als handig middel om even wat op te zoeken, een telefoonnummer te vinden, een jaartal te checken, het laatste nieuws te bekijken. Voor telefoonnummers grijpen journalisten bijvoorbeeld niet meer naar het telefoonboek, maar surfen ze naar de online telefoongids. En in plaats van een encyclopedie uit de kast te trekken, bezoeken ze een website. Voor de meeste journalisten versterkt en versnelt internet hooguit de bestaande werkwijze, op vergelijkbare wijze als voorheen de telefoon, fax en telex.

De grote achterdocht is verdwenen

Ook al bekeken journalisten internet aanvankelijk met behoorlijk wat scepsis, inmiddels blijkt het vertrouwen danig gegroeid. Dit valt onder meer af te leiden uit het feit dat slechts een beperkte groep de betrouwbaarheid van online informatie per definitie in twijfel trekt. Bovendien checkt slechts de helft van de journalisten altijd de informatie die ze van het web halen. De andere helft heeft blijkbaar dusdanig vertrouwen in informatie die ze op bepaalde websites vinden, dat controle in hun optiek overbodig is. Ook bronvermelding is volgens veel journalisten niet nodig; maar de helft vermeldt altijd de herkomst van informatie van het web. Deze cijfers geven aan dat journalisten het web niet langer met grote achterdocht bekijken, en het zelfs een reguliere bron is geworden die niet in bijzondere mate afwijkt van andere kanalen. Over het algemeen lijkt dit te verklaren door het feit dat de meeste journalisten informatie online zoeken die ze anders in de 'offline' omgeving ook hadden gezocht: of je nu de telefoongids op het web of de gids op papier gebruikt, of je nu de Universiteit van Amsterdam belt of naar www.uva.nl surft - het materiaal blijft min of meer hetzelfde.

De wellicht wat gemakzuchtige houding ten opzichte van online informatie kan tot vervelende fouten leiden. Op 22 januari 2002 werden de gevaren van het ongecontroleerd overnemen van nieuws op het web duidelijk. De website van de regionale omroep RTV Rijnmond maakte als eerste melding

van het overlijden van artiest Jules Deelder. Even later verscheen het bericht ook op de website van het *Utrechts Nieuwsblad*, en vervolgens nam de redactie van *RTL Text* het nieuws weer van die site over. Het bericht bleek echter niet te kloppen, het was een zogenaamde 'hacker' gelukt in te breken op de site van RTV Rijnmond en er het nepbericht te plaatsen.

Journalisten zijn over het algemeen van mening dat het werk makkelijker wordt door het internet, omdat ze nu gemakkelijker meer informatie kunnen verzamelen voor hun verhalen. Vrijwel alle journalisten ervaren dat internet een goed middel is om informatie te vinden. Slechts een kleine groep (zes procent) vindt nooit bruikbare informatie op het web. Driekwart geeft verder aan meer informatie dan vroeger te verzamelen, en bovendien komt die informatie vaak van verder weg, zoals uit het buitenland. Bovendien merken journalisten dat ze sneller dan voorheen aan informatie kunnen komen. Ook komen ze via het web in aanraking met nieuwe informatiebronnen. Zo'n zeventig procent van de journalisten heeft de ervaring dat internet bronnen oplevert die ze anders vermoedelijk nooit hadden aangeboord. Voor deze journalisten heeft dat ertoe geleid dat ze door internet andere bronnen en informanten gebruiken dan voorheen - ook al zijn dit bronnen die aan min of meer dezelfde criteria getoetst worden als 'offline' bronnen.

Een veelgehoorde klacht is dat journalisten door de opkomst van technische hulpmiddelen steeds minder buiten de deur komen voor het maken van hun reportages. Oorspronkelijk maakte de telefoon bijvoorbeeld journalisten een stuk minder mobiel - maar op dit moment heeft de meerderheid ook een mobiele telefoon. Daar komt nu internet als beperker van de bewegingsvrijheid voor in de plaats, althans in de beleving van een aantal journalisten. Vijftien procent van de journalisten zegt door de komst van internet op de redactie sinds eind jaren negentig van de vorige eeuw minder op pad te gaan voor verslaggeving. Blijkbaar slijten journalisten hun dagen steeds meer binnen de redactielokalen, gekluisterd aan beeldscherm en toetsenbord, omdat daar alle gegevens te vinden zijn die ze nodig denken te hebben voor hun verhalen. Toch is de verminderde mobiliteit van journalisten niet iets wat louter veroorzaakt wordt door een toename van het computergebruik op de redactie. Journalisten in Nederland besteden sowieso het grootste deel van de werkdag aan taken die hen binnenshuis houden: bellen, redigeren, vergaderen. De enorme toename van de informatie die op een gemiddelde dag een redactie binnenkomt, heeft hier ook mee te maken. Die toevloed is dusdanig, dat Duitse onderzoekers al eens opperden dat de journalistiek zich steeds meer ontwikkelt tot een soort veredeld informatiemanagement; een tendens die wel wordt aangeduid als 'redactionele cybernetisering'.

De afnemende mobiliteit van journalisten is een heet hangijzer in discussies over het functioneren van de journalistiek. Hoofdredacteur Frits van Exter betreurde in zijn dagblad *Trouw* het uitsterven van de 'scharreljournalist' die zich al speurend en wroetend in de samenleving begeeft.⁴ De huidige redactiecultuur van de gevestigde media zou meer lijken op een legbatterij waarin iedereen van achter de computer eenvormige eieren legt. Deze metafoor verwijst naar het feit dat de journalistiek zich steeds meer heeft ontwikkeld tot een professionele bureaubaan. Het nieuws belandt via de moderne communicatiemiddelen met één druk op de knop op het bureau van de journalist. De noodzaak zelf op pad te gaan om nieuws te zoeken en gebeurtenissen te verslaan is voor veel journalisten sterk verminderd. Critici menen dat journalisten daardoor steeds minder goed aanvoelen wat in de samenleving leeft, en daardoor het vertrouwen van het publiek verliezen. Daar staat tegenover dat internet door zijn interactieve karakter journalisten nieuwe mogelijkheden biedt voor het verstevigen van de band met hun publiek. Vooralsnog zijn dergelijke projecten in Nederland schaars. Voorbeelden van nieuwe journalistieke vertelvormen zijn vaak te vinden op websites die niet door bekende mediabedrijven worden gemaakt, zoals de interactieve nieuwsbrief *Planet Multimedia* van Peter Olthoorn, die sinds 1995 voor internetaanbieder Planet Internet het nieuws over nieuwe media verzamelt.⁵ Toch experimenteren ook kranten als *de Volkskrant* en omroepbedrijven zoals de VPRO met nieuwe vormen van journalistiek op internet, bijvoorbeeld met het publiceren van een journalistieke 'weblog' (een soort online dagboek) over interessante websites of het tegelijkertijd online publiceren van artikelen, geluid, beelden, interactieve interviews en concerten-op-aanvraag van muziekfestivals als Pinkpop of Lowlands.⁶

Sneller, niet per se beter

Journalisten blijken over het algemeen behoorlijk positief over het nut van het web voor het verrichten van hun eigen werkzaamheden. Ze besteden vrij veel van hun werktijd online, en ze ervaren dat dit het journalistieke werk makkelijker heeft gemaakt. Met name vanwege het feit dat het verzamelen van informatie nu sneller, eenvoudiger en op elk gewenst tijdstip mogelijk is. Opmerkelijk is dat journalisten weliswaar ervaren dat internet de eigen werkzaamheden vergemakkelijkt, maar dat in hun ogen de kwaliteit van de journalistiek daar niet door is toegenomen. Volgens ruim zestig procent van de journalisten leidt het gebruik van internet als journalistiek hulpmiddel niet tot betere journalistieke producties. Een van de redenen zou zijn dat niet alle collega's zorgvuldig zouden omgaan met informatie die ze aantreffen op het wereldwijde web. Daarnaast merken veel journalisten dat snelheid een allens zwaarder wegende factor wordt in de journalistiek, wat ten koste zou gaan van zorgvuldigheid. Het wordt steeds belangrijker vlug met het nieuws te komen, omdat de concurrentie anders eerder is. Daardoor schiet het checken van de feiten er wel eens bij in.

Uit interviews met (internet)journalisten blijkt dat het enthousiasme over internet enerzijds en de scepsis over journalistieke kwaliteit anderzijds ook te maken hebben met de dubbele houding die journalisten over het algemeen hebben ten opzichte van vernieuwing en verandering in het vak. De journalisten staan positief tegenover ontwikkelingen die het werk makkelijk maken, maar zijn huiverig als het erom gaat de aangeleerde werkwijzen daadwerkelijk te veranderen en echt gebruik te maken van de nieuwe mogelijkheden. In die zin is het kwaliteitsargument ook te begrijpen als een verdediging tegen al te ingrijpende veranderingen in de bestaande routines van journalistiek denken en doen.

Veel journalisten zijn doordrongen van mogelijke gevaren van onzorgvuldig internetgebruik. Daar staat tegenover dat de journalistiek internet niet actief en op grote schaal is gaan gebruiken om beter werk te leveren. Het web heeft geen kwaliteitsimpuls gegeven, omdat journalisten veelal eenvoudigweg hetzelfde zijn blijven doen, maar dan met nieuwe middelen. Met andere woorden: er is weliswaar sprake van veel innovatie op technisch vlak, maar weinig op journalistiek gebied. Het web biedt journalisten bijvoorbeeld de mogelijkheid duidelijkheid te verschaffen over de bronnen waarop ze hun berichtgeving baseren (door rechtstreeks naar originele brondocumenten te linken), of om mensen uit het publiek de mogelijkheid te bieden mee te denken of te praten over de redactionele aanpak. Dergelijke 'open-bron-journalistiek' kan (soms) een nuttige aanvulling zijn op de traditionele verslaggeving. Hetzelfde geldt voor het simultaan aanbieden van tekst, geluid en beeld (multimedia), of het nieuws online illustreren met bijvoorbeeld een fotogalerie, of voor een mogelijkheid rechtstreeks naar de desbetreffende verslaggever te reageren.

Roerige tijden

Het web is voor journalisten niet alleen een bron, maar (zoals verschillende voorbeelden die we in dit hoofdstuk bespreken, laten zien) juist ook een uniek publicatiemedium. Journalisten die van het werken op en voor internet hun kerntaak hebben gemaakt - of daartoe zijn aangewezen door de hoofdredactie van een offline 'moedermedium' -, worden internetjournalisten genoemd. In de loop van de jaren negentig is dit een op zichzelf staande beroepstak geworden, met als professionele bevestiging van die status de oprichting van een aparte afdeling internetjournalistiek door de Nederlandse Vereniging voor Journalisten (NVJ) in maart 2000. Andere voorbeelden van deze snelle verzelfstandiging zijn 'e-zines' (uitsluitend online gepubliceerde tijdschriften) in verschillende landen, gemaakt voor en door journalisten die zich uitsluitend bezighouden met ontwikkelingen binnen de internetjournalistiek. In Nederland is daarvoor de site *Internetjournalist.nl* in het leven geroepen.⁷

De internationale wetenschap en vakpers hebben zich ook op deze prille professionals gestort; inmiddels zijn er al tientallen handboeken, overzichtswerken en gedetailleerde studies verschenen, die zich allemaal min of meer exclusief op de internetjournalistiek richten. In Nederland verscheen bijvoorbeeld het boek *Internetjournalistiek* in 2001, een praktisch overzichtswerk geschreven door twee journalisten. Een jaar later voltooide ethicus Huub Evers een eerste overzicht van verschillende studies naar de ethische dilemma's van het werken op en voor internet. Blijkbaar is er iets bijzonders aan het werken als journalist voor het web.

Internetjournalistiek heeft in haar korte bestaansgeschiedenis een roerige tijd gekend. Eind jaren negentig had internet in velerlei opzichten de toekomst. Wie niet in het web investeerde, zou in de toekomst gezien zijn. Een tijd van forse investeringen in internetprojecten brak aan. Dat gold ook

voor journalistieke projecten. In Nederland kwamen het *Eindhovens Dagblad* en het *NRC Handelsblad* in 1995 als eerste dagbladen met een speciale editie voor het web, maar in de jaren daarna vond het grote investeren daadwerkelijk plaats. Krantenuitgever PCM (eigenaar van de landelijke dagbladen *Trouw*, *NRC Handelsblad*, *de Volkskrant* en *Algemeen Dagblad*) spendeerde miljoenen aan het van de grond tillen van digitale activiteiten. Het concern was van plan alle krantenabonnees gratis internettoegang te geven, al haar dagbladen te voorzien van gratis toegankelijke websites en de nieuwssite *En.nl* te lanceren. Ook andere uitgevers zetten fors in, en velen voorspelden de interjournalistiek een gouden toekomst.

Eind 2000 trad een forse kentering op, toen tal van internetbedrijven failliet gingen en gevestigde mediabedrijven te kampen kregen met flinke financiële tegenslagen. Een stevige sanering van de internetsector volgde, waaraan ook de journalistiek niet ontkwam. Vooraanstaande Amerikaanse nieuwsmedia als *CNN* en *The New York Times* sneden in januari 2001 fors in hun internetactiviteiten. De Nederlandse media volgden snel. Met name uitgever PCM baarde opzien door de nieuwssite *En.nl* al na vier maanden weer van het web te halen en het plan aan te kondigen dat de websites van zijn dagbladen zouden worden uitgekleeft tot teletekst-achtige proporties. Dat laatste is vooralsnog geen werkelijkheid geworden, omdat de afzonderlijke krantenredacties te veel waarde hechten aan hun websites. Doordat bovendien de publieke omroep een flinke overheidssubsidie opstreek voor het ontwikkelen van internetactiviteiten, is het aantal internetjournalisten redelijk stabiel gebleven. Uit ons onderzoek blijkt dat in Nederland gemiddeld zo'n tweehonderdvijftig mensen als voltijds, deeltijds of freelance internetjournalist werken.

Wat opvalt bij deze eerste generatie internetjournalisten, is dat zij in bepaalde opzichten afwijken van collega's bij de offline media. Zo hechten ze veel meer belang aan het bieden van een platform voor discussie en andere interactiemogelijkheden. Ook zouden de meeste internetjournalisten graag meer willen doen met verschillende mediaformaten om verhalen te vertellen. Internetjournalisten zijn echter geen typische nerds, of freaks, of jonge jochies die hevig bebrild de hele dag naar computerschermen lopen te staren. Integendeel, een dwarsdoorsnede van internetjournalisten in Nederland laat juist een ervaren beroepsgroep zien, waar jongeren werken naast ervaren rotten uit de radio-, televisie- of krantenwereld (tijdschriften hebben nauwelijks een journalistieke aanwezigheid op het web). De internetjournalisten werken in veelal kleine redacties van gemiddeld vier mensen. Deze beperkte schaal draagt bij aan het gegeven dat allerlei mooie plannen op een laag pitje staan in Nederland; er is geld noch mankracht voor woeste multimedia-experimenten in de journalistiek. Sommige websites van de publieke omroep (NOS, VPRO) vormen hierop een (bescheiden) uitzondering.

Vooralsnog reproduceren internetjournalisten over het algemeen datgene wat de collega's bij het moedermedium of bij andere media al eerder optekenden. Zoiets zou je 'tertiaire' journalistiek kunnen noemen: primaire journalistiek is mogelijk als journalisten ooggetuige zijn van een nieuwswaardige gebeurtenis (een demonstratie, popconcert, persconferentie); secundaire journalistiek doen journalisten op basis van persberichten, door derden opgetekende ooggetuigenverslagen, het bewerken of herschrijven van kopij; tertiaire journalistiek is datgene wat pas daarna komt: nadat een gebeurtenis is waargenomen, verslagen, en dat verslag is bewerkt en geredigeerd, komt het op de computer van webredacteuren terecht. Zij mogen er dan 'iets van maken'. Ons onderzoek laat zien dat ten minste de helft van het dagelijkse werk van internetjournalisten hieruit bestaat. De rest gaat op aan e-mailen, surfen op het web, en het maken van originele inhoud (dat wil zeggen: inhoud die exclusief voor het web wordt gemaakt). Daarbij kun je denken aan (geannoteerde) links naar andere documenten online, infografieken, opiniepeilingen, discussieplatforms (zoals Bulletin Board Systems, een chatroom of mailing list) enzovoort.

Een kliktocht langs verschillende journalistieke nieuwssites levert een beeld op van 'meer van hetzelfde'. De meeste sites lijken erg op elkaar. Er is in de korte tijd dat nieuwsmedia online zijn gegaan, een consensus gegroeid over de manier van online nieuws presenteren. Dat neemt niet weg dat sommige wetenschappers en internetjournalisten menen dat 'echte' internetjournalistiek veel meer gebruik zouden moeten maken van de unieke karaktertrekken van internet: interactiviteit, hypertextualiteit en multimedialiteit. Deze eigenschappen zijn op internet echter gegeven: elke pagina op het web is tot op zekere hoogte interactief (je ziet hem niet als je niet eerst op een link daarnaartoe hebt geklikt), hypertextueel (als de pagina niet doorlinkt naar andere pagina's online en vice versa, zal er nooit iemand op terecht kunnen komen) en multimediaal (alle inhoud op een site is digitaal, dus

in principe maakt het niet uit of je er nu video, plaatjes, grafieken, animaties, geluid of geschreven tekst op zet - het zijn allemaal nullen en enen). Daarnaast hebben browsers nog de prettige eigenschap dat het computerprogramma's zijn - en dus kun je ze aanpassen aan je eigen voorkeuren, inclusief de inhoud die je aangeboden krijgt. Als je bijvoorbeeld de regionale dagbladen van uitgeverij Wegener bezoekt, kun je de inhoud van zo'n online krant aanpassen aan je eigen nieuwsvoorkeuren - je maakt een eigen krant op basis van wat Wegener te bieden heeft. Ook hebben servers - veelal grote computers die qua geheugencapaciteit de ruggengraat van websites vormen - een enorme opslagcapaciteit. Audio, video, tekst: je kunt het allemaal bewaren en wanneer je maar wilt, nog eens zien, beluisteren, lezen. Deze laatste twee kenmerken zijn niet zozeer aspecten van internet, maar van de software en hardware die je voor internet nodig hebt en naar believen kunt gebruiken. Overigens zijn de meeste nieuwsarchieven online niet (gratis) beschikbaar, onvolledig, of erg rommelig georganiseerd. Het zelf aanpassen van websites kan alleen bij een aantal nieuwsmedia - de meeste gaan er toch liever van uit dat men via de traditionele voorpagina 'binnenkomt' en doorklikt.

De internetjournalistiek heeft zich in zeer korte tijd een eigen plek verworven in de Nederlandse media. Vanaf die plek hebben deze journalisten zich de eerste jaren vooral beziggehouden met het herhalen van wat ze al deden voordat het web om de hoek kwam kijken. Nu beginnen langzaam maar zeker steeds meer media te spelen met het medium. Hier en daar zie je al sites met stukjes video en audio, sites met intensieve interactiemogelijkheden (denk aan de mogelijkheid om op artikelen te reageren en mee te schrijven), en sites die op innovatieve wijze gebruikmaken van hypertextualiteit (denk aan het genre van de weblog). Ook ontwikkelen steeds meer redacties van verschillende media initiatieven in projectgroepen en speciale teams, die ervoor moeten zorgen dat de site meer met multimedia, animaties, infografieken en interactiviteit aangevuld kan worden. De verwachting is dat journalisten in Nederland zich langzaam maar zeker steeds meer op hun gemak gaan voelen in de digitale leef- en werkomgeving, en dat deze aanpassing steeds duidelijker zichtbaar zal worden op het web.

Verlengstuk in kinderschoenen

De ontwikkelingen zijn de afgelopen jaren razendsnel gegaan voor de journalistiek. Neem nu de opmars van internet en e-mail. Binnen vijf jaar zijn beide uitgegroeid tot essentiële instrumenten in het dagelijks werk van de journalist. Tegenwoordig besteden legio journalisten een substantieel deel van hun werkdag aan internet en e-mail. Internet in de journalistiek betekent niet alleen dat het internetgebruik onder de gehele beroepsgroep enorm toeneemt, maar ook dat het aantal internetjournalisten groeit en professionaliseert. Internetjournalistiek staat echter qua interactieve of multimediatoeepassingen nog in de kinderschoenen. Een belangrijke factor daarbij is de huiver van de Nederlandse wetgever om het bestaan van 'meermediale' samenwerkingsverbanden toe te staan. Het devies van de Nederlandse mediawet - ingegeven door het principe van pluriformiteit gegarandeerd door verschillende aanbieders - lijkt: schoenmaker, blijf bij uw leest! Ontwikkelingen elders in Europa en de rest van de wereld suggereren dat dit principe in toenemende mate onhoudbaar wordt. Dit zou op termijn een fusie of samenwerking tussen bijvoorbeeld een omroepvereniging, productiebedrijf en uitgever mogelijk maken, waardoor een vorm van multimediajournalistiek in het verschiet ligt.

De multimediale aanpak zoals we die momenteel kennen, beperkt zich voorlopig nog tot het lanceren van websites bij reeds bestaande mediaproducties, of dat nou kranten, radiozenders, tijdschriften of televisieprogramma's zijn. Tot vernieuwende journalistiek die bijdraagt aan het verder verhogen van de journalistieke kwaliteit, heeft dit - uitzonderingen daargelaten - nog nauwelijks geleid. Het web is vooralsnog een plek waar journalisten het nieuws aanbieden dat ze ook elders publiceren. Daarmee hebben dergelijke websites amper toegevoegde waarde voor bijvoorbeeld de trouwe krantenlezer. Deze kan hooguit hetzelfde nieuws opnieuw lezen op het beeldscherm nadat het papier verorberd is.⁸ Aanvullende informatie, verwijzingen naar bronnen die de journalist heeft gebruikt, of links naar relevante websites zijn over het algemeen nauwelijks te vinden op de sites van de Nederlandse nieuwsmedia. Daarmee zouden journalisten invulling kunnen geven aan hun rol als wegwijzer in de overvloed aan informatie waarmee mensen op internet worden geconfronteerd. Hiermee laten veel journalisten een belangrijke taak liggen - een taak die veronderstelt dat het combineren van reguliere berichtgeving met aanvullende internetpublicaties geaccepteerd onderdeel wordt van de redactiecultuur. Hoewel er in de loop der jaren steeds meer voorbeelden te vinden zijn

van innovatieve projecten op nieuwssites, is de relatie tussen internet en journalistiek in Nederland voornamelijk vooral gebaseerd op conservatisme, scepsis en, zolang het maar niet ten koste gaat van het werk dat men altijd al deed, een klein beetje enthousiasme.

In maart 2002 organiseerde de sectie internet van de NVJ een debat over de vraag of succesvolle journalistiek op internet mogelijk is. Succes is op een aantal manieren op te vatten. Geldelijke winst? Grote aantallen unieke bezoekers? Trouwe bezoekers? Opwindende experimenten met nieuwe journalistieke vertelvormen? Uit verschillende onderzoeken blijkt dat internet en internetjournalistiek op dit moment al behoorlijk 'ingeburgerd' zijn in de Nederlandse media, maar dat men over het algemeen nog huiverig staat ten opzichte van het daadwerkelijk investeren (in termen van geld, tijd, arbeid) in het ontwikkelen van allerlei nieuwe journalistieke vormen en genres. Aan de hand van de unieke eigenschappen van het web - interactiviteit, hypertextualiteit, multimedia - zou succesvolle internetjournalistiek allereerst moeten voldoen aan klassieke journalistieke criteria (betrouwbare en controleerbare bronnen, het publiek wordt zo volledig mogelijk geïnformeerd, helder en toegankelijk geschreven, gesproken of in beeld gebracht).

De internetjournalistiek zal zich aan de ene kant ontwikkelen als een al dan niet bescheiden verlengstuk van een papieren of uitgezonden product, en aan de andere kant zal zij evolueren naar een vorm van multimedijournalistiek. Bij beide ontwikkelingen is het overigens nog maar de vraag in hoeverre de burger daar werkelijk beter van wordt. Het verleden laat zien dat vernieuwingen in de journalistiek vooral ingevoerd worden als mediabedrijven daarmee kosten kunnen besparen of het publiek voor bestaande producten kunnen vergroten. Of de journalistieke informatievoorziening van dit bedrijfsmatige denken per definitie beter wordt, is twijfelachtig. Goedbedoelende en hardwerkende individuele journalisten daargelaten, de journalistieke cultuur als geheel - inclusief werkgevers en adverteerders - heeft de stap naar internet, web, interactiviteit en multimedia nog niet gemaakt. Dit heeft niet in het minst te maken met een buitengewoon lastige economische situatie (vooral door voortdurende ontleding, versnippering van publieken en het verdwijnen van adverteerders), waarin de Nederlandse nieuwsmedia zich aan het begin van de 21ste eeuw bevinden. Voor de burger betekent dit dat die voorlopig nog moet wachten op daadwerkelijke investeringen in journalistieke kwaliteit - zowel online als offline.

Noten

- 1 Han van Gessel (1995), *Een beeld van een dagblad: de Volkskrant*. Amsterdam: De Volkskrant.
- 3 *De Volkskrant*, 5 april 1997.
- 4 *Trouw*, 21 juni 2002.
- 5 Zie de *Planet Multimedia* website via www.planet.nl/pmm.
- 6 Zie voor de *Volkskrant* weblog www.volkskrant.nl/weblog; voor de *VPRO*-verslaggeving van Pinkpop en Lowlands: www.vpro.nl/pinkpop en www.vpro.nl/lowlands.
- 7 Voor sites in andere landen: zie de lijst met websites aan het einde van dit hoofdstuk.
- 8 Zie voor een meer gedetailleerde bespreking van de inhoud van kranten en nieuwssites de bijdrage van Ester de Waal in deze bundel.

Literatuur

- Deuze, Mark (2000), Journalistiek in een digitale omgeving: de medialogica van de Nederlandse internetjournalist. In: *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 28 (4): p. 349-366.
- Deuze, Mark (2002), *Journalists in The Netherlands*. Uitgever: Aksant.
- Evers, Huub (2002), *Internetjournalistiek: Nieuwe ethische vragen?* Uitgever: Aksant.
- Jager, Rita, en Pieter van Twisk (2001), *Internetjournalistiek*. Amsterdam: Boom.
- Pleijter, Alexander, Frank Tebbe en Liesbeth Hermans (2002), *Nieuwe journalisten door nieuwe bronnen? Een inventarisatie van het internetgebruik in de Nederlandse journalistiek*. Bikker Euro RSCG Rapport, webdoc.ubn.kun.nl/mono/p/pleijter_a/nieuwodon.pdf.

Websites

www.internetjournalist.nl
www.internetjournalistiek.be
www.onlinejournalism.com
www.onlinejournalismus.de
www.journalism.co.uk