Journalistiek en Internet, 2002-2007

DNR_internet-tweede.indd 1 3-9-2007 0:41:11

DNR_internet-tweede.indd 2 3-9-2007 0:41:11

Journalistiek en Internet 2002-2007

Technofielen of digibeten?

Erik van Heeswijk (redactie)

Het Spinhuis
Apeldoorn – Antwerpen
2007

DNR_internet-tweede.indd 3 3-9-2007 0:41:11

Dit boek, een korte weerslag van het onderzoek naar de verhouding tussen de journalist en de nieuwe media 2002-2007, uitgevoerd door de Nederlandse Vereniging van Journalisten en de Radboud Universiteit Nijmegen, is mede gefinancierd door het Stimuleringsfonds voor de Pers.

ISBN 978 90 5589 298 3

© 2007, De auteurs & Het Spinhuis, Apeldoorn – Antwerpen

Niets van deze uitgave mag worden vermenigvuldigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie of op welke andere wijze dan ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Lay out: Hanneke Kossen

Het Spinhuis – Postbus 960 – 7301 BE Apeldoorn – www.spinhuis.nl

DNR_internet-tweede.indd 4 3-9-2007 0:41:12

Inhoudsopgave

Inleiding 1
Erik van Heeswijk

1 Structuur van het onderzoek 3
Erik van Heeswijk

2 Samenvatting 5
Henk Van Ess
- 2.1 Internet als bron 7
- 2.2 Internet als publicatiemedium 11
- 2.3 Grenzen van het web 16
- 2.4 Internetscholing 22
- 2.5 Aanbevelingen 24

3 De opmars van online nieuwsgaring
Veranderingen in internetgebruik in de Nederlandse journalistiek 2002-2006 27
Alexander Pleijter, Liesbeth Hermans, Maurice Vergeer (Radboud Universiteit Nijmegen)
- 3.1 Inleiding 27
- 3.2 Resultaten 29
- 3.3 Gebruik van internettoepassingen 30
- 3.4 Bruikbaarheid 34
- 3.5 Gevolgen voor de journalistiek 40
- 3.6 Conclusies 41
- 3.7 Noten 44
- 3.8 Literatuur 45

4 Highlights: Korte verwijzingen en citaten 49

5 Volledige contentlijst 55

6 Belangrijkste conclusies 57

DNR_internet-tweede.indd 5 3-9-2007 0:41:12

Onderzoekssite Journalistiek en Internet: www.internetjournalist.nl/onderzoek

Inleiding

Erik van Heeswijk

Er is een tijd van daarvoor en een tijd van daarna. Waar eerst de multimediale en interactieve bomen de hemel in groeiden, werd door de beurskrach van 2000 de Nieuwe Media journalistiek weer hardhandig met beide benen op de grond gezet. Maar er was iets onomkeerbaars gebeurd; iedereen realiseerde zich dat internet niet meer zou verdwijnen uit de journalistieke praktijk.

Maar besef is uiteraard slechts het begin. Want hoe nu verder? Op welke manier zouden de nieuwe media gevolgen hebben voor de manier waarop de Nederlandse journalist dagelijks zijn of haar werk doet? Dat de knipselafdeling en de bibliotheek door journalisten minder vaak bezocht zouden worden was al snel te zien, maar wat is het alternatief? Maakt internet ons werk eigenlijk betrouwbaarder, gemakkelijker of sneller?

De Nederlandse Vereniging van Journalisten en de Radboud Universiteit besloten – gefinancierd door het Stimuleringsfonds voor de Pers – die vragen eens onomwonden voor te leggen aan 2000 journalisten. Bij hen viel een uitgebreide vragenlijst in de brievenbus en velen hebben aan de lokroep van de wetenschap gehoor gegeven. Zij meldden in detail hoe hun journalistieke taak de afgelopen jaren is veranderd door middel van een meting in 2002 en een meting in 2006. Inhoudelijk ligt de nadruk van het onderzoek dan ook sterk op de bezigheden van de journalist en minder op de mogelijkheden die het web biedt voor de publicatie van journalistiek.

Overigens, niet alleen de Nederlandse journalist werd aan een 'kruisverhoor' onderworpen, in een periode van vijf jaar werden vele deskundigen aan de tand gevoeld over de belangrijkste aspecten van die onzekere journalistieke toekomst. Dat leverde verrassende inzichten op. Een uitgebreide samenvatting van het resultaat ligt voor u. En de rest is, indachtig de thematiek is dat vanzelfsprekend, online te raadplegen: www.internetjournalist.nl/onderzoek.

Uiteraard is de lijst van mensen die oprecht en hartelijk bedankt moeten worden langer dan het het uithoudingsvermogen van de gemiddelde inleidingenlezer, dus laten we hier de indrukwekkende prestaties van de bijrolacteurs en -actrices buiten beschouwing en volstaan we met het vermelden van de hoofdpersonen.

DNR_internet-tweede.indd 1 3-9-2007 0:41:13

Dit complexe onderzoek heeft het geduld van enkelen zwaar op de proef gesteld. Allereerst de mensen bij het Stimuleringsfonds voor de Pers (en Rick van Dijk in het bijzonder), zonder wie dit onderzoek volstrekt onmogelijk zou zijn geweest. Dat geldt ook voor de vele mensen bij de NVJ die een handje toestaken en Henk van Ess die al het materiaal doorworstelde om er een mooie leesbare samenvatting van te maken. En uiteraard ook Alexander Pleijter, Liesbeth Hermans en Maurice Vergeer van de Radboud Universiteit Nijmegen die met hun academische kwaliteiten van dit onderzoek een waardevol document maakten. We hopen dat die ook in de toekomst worden ingezet om de wereld van de Nederlandse journalist weer een beetje begrijpelijker te maken.

1 Structuur van het onderzoek

Erik van Heeswijk

Het onderzoek Journalistiek en Internet is op touw gezet om inzicht te verschaffen in de dag van de journalist van de 21e eeuw: op welke manier heeft de digitalisering invloed op zijn of haar manier van werken? Wat betekent de opkomst en de groeiende invloed van internet voor de werkdag van de Nederlandse journalist.

Het onderzoek bestond uit drie fasen. In de onderzoeksopzet is ervoor gekozen om verandering te meten. Dat betekent dat een meting uit 2002 in 2006 is herhaald. Met een tussenpauze van 4 jaar kregen 2000 journalisten nagenoeg dezelfde vragenlijst toegestuurd en de verschillen en overeenkomsten werden door de Radboud Universiteit geanalyseerd. Die met name kwantitatieve analyse uit de eerste en de derde fase is de belangrijkste pijler uit het NVJ onderzoek. In schema:
1e fase: Eerste meting Radboud Universiteit onder 2000 journalisten
2e fase: Kwalitatieve analyse
3e fase: Herhaalmeting Radboud Universiteit onder 2000 journalisten

Buiten de academische aanpak van de Radboud Universiteit, en met name in de tweede fase, is gekozen voor een kwalitatieve aanpak waarin een keur aan Nederlandse deskundigen werd geïnterviewd, bevraagd en uitgenodigd een artikel te schrijven. Uit de inhoudslijst van het onderzoek (zie achteraan dit boek) blijkt een enorme diversiteit. Tientallen artikelen behandelen het CMS, de scholing en het web als publicatietool, met bijzondere aandacht voor de krant en de lokale journalistiek. Een groep van 10 Nederlandse *decisionmakers* is uitgebreid geïnterviewd om de toekomst van de journalistiek weer in het vizier te krijgen.

Bijzondere vermelding verdienen nog de twee kleinere onderzoeken, waarin de ethiek van de internetjournalist door middel van een online enquête is neergelegd, en een lijst van media (kranten, tijdschriften en TV) en het aantal webjournalisten dat zij in hun geledingen kennen. Uiteraard aangescherpt met het aantal uren dat daarmee gemoeid is.

Afgezien van het strakke keurslijf waarin het kwantitatieve en academische gedeelte van dit onderzoek in is geperst, nodig om vergelijkbaarheid van gegevens te kunnen garanderen, is in het kwalitatieve gedeelte gekozen voor een omsingelingstactiek. Verschillende

DNR_internet-tweede.indd 3 3-9-2007 0:41:13

perspectieven zijn door diverse deskundigen aangesneden om het probleem te verduidelijken. Dat daardoor een zekere versplintering is opgetreden is onvermijdelijk, anderzijds geeft het een inspirerend inkijkje in de keuken van de journalistiek.

Grasduinen in alle beschikbare *content* is dan ook een aanrader, en mogelijk op www.internetjournalist.nl/onderzoek. Daarnaast biedt dit boek een contentlijst, een lijst met quotes en opmerkelijke conclusies, en een samenvatting van de hand van Henk van Ess.

DNR_internet-tweede.indd 4 3-9-2007 0:41:13

2 Samenvatting

Henk van Ess

"Kranten verliezen niet, massamedia verliezen, dat is wat er aan de hand is. De mogelijkheid om zelf nieuws te controleren en te maken maakt dat massamedia verloren gaan."
— Henk Blanken, adjunct-hoofdredacteur *Dagblad van het Noorden* (2005)

De Nederlandse Vereniging van Journalisten (NVJ) brengt sinds vier jaar de gevolgen van de digitalisering van de journalistiek in kaart. Met steun van het Bedrijfsfonds voor de Pers, later het Stimuleringsfonds voor de Pers, is een langlopend onderzoek (2002-2007) gedaan naar de relatie tussen journalistiek en internet. Dit is het afsluitende rapport.

In de maatschappelijke informatievoorziening vervullen journalisten een belangrijke intermediaire rol in het verspreiden en bewerken van publieke informatie. Er zijn nog maar weinig harde cijfers bekend over de journalistiek in Nederland in relatie tot het internet. Wat voor webbronnen gebruiken journalisten? Hoe gebruiken ze internet? Hoeveel redacteuren zijn er werkzaam bij een site? Door dit onderzoek wordt volgens het Bedrijfsfonds een bijdrage geleverd aan het inzicht in de ontwikkeling en het functioneren van de (internet)journalistiek.

Vier jaar lang zijn vanaf het vaste honk Villamedia.nl meer dan duizend artikelen geschreven over de gevolgen van internet op de journalistieke praktijk, de journalistieke ethiek en de journalistieke onafhankelijkheid. Wetenschappers van de Radboud Universiteit in Nijmegen hebben tussen 2002 en 2006 het internetgebruik bekeken van bijna 700 journalisten. Anderen zijn aan de slag gegaan met een vragenlijst over de werkwijze van meer dan 220 internetredacteuren, van wie 130 vertellen over de ethiek van het vak. Netkwesties (http://www.bedrijfsfondspers.nl/leve_de_krant/verslag_netkwesties.cfm) is ingeschakeld voor een onderzoek naar de kansen en bedreigingen van internet en samenhangende technologie voor journalistiek en persexploitatie. Traditionele uitgevers zien de overgang van massaal naar persoonlijk uitgeven zich niet op revolutionaire wijze voltrekken, is een van de conclusies.

Internetspecialisten bij radio, tv, kranten geven hun mening in een serie interviews. Een paar uitspraken vindt u terug in

dit rapport, de volledige interviews zijn na te lezen (http://www.internetjournalist.nl/onderzoek) op het web. Redacteuren spraken deskundigen over mediaconvergentie, internetcensuur, websoftware en andere onderwerpen.

> *"Als je een multimediale organisatie wilt zijn, moet je zorgen dat de redacteuren er in gaan geloven."*
> - Pieter Kok, uitgever van *De Volkskrant* (2006)

Dit rapport is het laatste in een serie van drie. Het gaat over de gevolgen van internet op het dagelijkse werk van de Nederlandse journalist. Om met het Stimuleringsfonds te spreken: daarover is nog niet zoveel geschreven. Hoe heeft de komst van internet de journalistiek, het proces achter de journalistiek en de werkwijze van de journalist beïnvloed? Tussen 2002 en 2006 is het besef gegroeid dat een journalistieke organisatie op het web moet zijn. Hoe ziet die aanwezigheid er uit?

In '*Internet als bron*' wordt de vraag beantwoord in welke mate journalisten voor hun producties op internet leunen. Wie de gemiddelde internetredacteur is, staat in '*Internet als publicatiemiddel*'.

'Grenzen voor het web' gaat in op beloften, ethiek, de grenzen aan lezersparticipatie en convergentie. *'Internetscholing'* vertrekt vanaf het sombere moment (2003) dat er nauwelijks belangstelling meer was voor opleidingen in internetjournalistiek.

In *Aanbevelingen* wordt voorgesteld om het vooral niet bij dit ene rapport te laten.

Henk van Ess
Februari 2007

DNR_internet-tweede.indd 6 3-9-2007 0:41:13

2.1 Internet als bron

> "De *structuur van internet zorgt ervoor dat journalisten sneller en beter kunnen werken. Een fotograaf die in het buitenland zit, kan zijn foto's op zijn laptop bewerken en binnen een paar seconden doorsturen naar de redactie. Dat kon je je vroeger niet voorstellen. Internet biedt geweldige mogelijkheden. Alles is beschikbaar. Je kunt eenvoudig achtergronden zoeken voor een stuk. Als je op locatie zit, kun je ANP-berichten binnenhalen om te zien of je op de juiste weg zit. Bij de Wereldomroep zijn we de telefoon langzaam aan het verlaten. Al onze correspondenten zitten op Skype. Dat werkt heel goed."*
> - Joop Daalmeijer, hoofdredacteur van de Wereldomroep en voorzitter van de Nederlandse Vereniging van Journalisten (NVJ)

Geen journalist wil en kan meer zonder. Zonder internet wordt journalistiek een stuk moeilijker. Internet levert bij voortduring nieuwe ideeën op voor een verhaal of reportage. Het web vormt een beproefd middel om snel bronnen, experts en informanten te vinden.

Uit onderzoek van de Radboud Universiteit in Nijmegen, getiteld "Inventarisatie van internetgebruik in de Nederlandse journalistiek 2002-2006" blijkt dat in vergelijking met 2002 de rol van internet belangrijker is dan ooit, maar het aantal uren onderzoek via het web neemt niet toe. Journalisten zijn zeer positief over de bruikbaarheid van internet. In 2006 vinden bijna alle journalisten (98%) internet een goed middel voor het vinden van informatie.

Het web wordt door veel journalisten gebruikt om nieuwe ideeën op te doen (62%), maar ook om op zoek te gaan naar concrete ideeën voor een verhaal of voor een reportage (52%) en 70% van de journalisten zoekt online naar een expert over een bepaald onderwerp.

Wat doen ze op het web?

Een meerderheid van de journalisten surft dagelijks naar actualiteitensites voor het laatste nieuws, raadpleegt service-informatie (telefoonboek en routeplanner) en zoekt/checkt bronnen. Minder aandacht is er voor beeld en geluid of online publicaties.

Het eerste onderzoek, uit 2002, liet zien dat internet in het bijzonder een journalistieke informatiefunctie vervult, namelijk het zoeken en controleren van informatie. De belangrijkste functie bestond uit het zoeken naar achtergrondinformatie. Ongeveer tweederde van de journalisten gaf destijds aan internet hier dagelijks of wekelijks voor te gebruiken en slechts tien procent zei zelden of nooit met dit doel internet te gebruiken. Daarnaast gebruikten journalisten internet veelvuldig voor het verifiëren van informatie en het raadplegen van persberichten. In beide gevallen zei

Top 20 van websites voor journalisten

2006	2002	Site
1	4	nu.nl
2	6	volkskrant.nl
3	5	villamedia.nl
4	16	nos.nl
5	8	nrc.nl
6	14	telegraaf.nl
7	2	anp.nl
8	9	teletekst
9	7	bbc.co.uk
10	-	google.nl
11	-	ad.nl
12	-	googlenews
13	1	cnn.com
14	12	planet.nl
15	3	kranten.com
16	15	nytimes.com
17	11	omroep.nl
18	-	vi.nl
19	17	parool.nl
20	-	l1.nl

CNN is na vier jaar niet meer de belangrijkste website voor Nederlandse journalisten, maar nu.nl. Google staat met twee sites voor het eerst in de top 20. Andere nieuwkomers zijn het Ad, Voetbal International en de Limburgse omroep L1. In totaal noemden journalisten 463 verschillende sites. NU.nl kreeg 219 stemmen, Volkskrant 85 en vaksite Villamedia 72.

bijna de helft van de journalisten internet hier dagelijks of wekelijks voor te gebruiken. Inmiddels is die informatiefunctie nog belangrijker geworden. Rond negentig procent van de journalisten gebruikt het web dagelijks of wekelijks om achtergrondinformatie te zoeken, 85% om informatie te verifiëren en 68% om persberichten te raadplegen.

Internet heeft daarnaast een belangrijke praktische functie, namelijk als middel om zogenaamde service-informatie te vinden. Hieronder valt onder meer het raadplegen van een telefoongids, reisplanner of woordenboek. Bijna driekwart van de journalisten gebruikte in 2002 internet daar dagelijks of wekelijks voor, in 2006 is dat toegenomen naar negentig procent.

> Journalisten steken de meeste tijd op het web in het lezen en beantwoorden van mailtjes van collega's, vragen aan zoekmachines, bezoeken aan favoriete websites, elektronische knipseldiensten en allerlei nieuwsbrieven. Weinig aandacht is er voor chatten via websites of instant messaging (bijvoorbeeld MSN of Google Talk).

In 2002 waren e-mail, websites en zoekmachines al gemeengoed in de journalistieke informatievergaring. Meer dan negentig procent van de journalisten maakte hiervan gebruik. Inmiddels zijn ook de laatste journalisten overstag gegaan. Tweederde houdt via

automatische melding continue de komst van nieuwe e-mailberichten in de gaten. In 2002 was dat veertig procent. Tweederde gebruikt e-mail elke dag om te communiceren met collega-journalisten.

Elektronische knipseldiensten en nieuwsgroepen werden in 2002 door slechts een beperkte groep journalisten gebruikt. In 2006 maakt tweederde van de journalisten gebruik van dagverse knipsels, een flinke verandering.

Nieuwsbrieven stegen sterk in populariteit van 40 naar 85%.

> Hoe lang op het web?

Journalisten hangen dagelijks een uur of meer rond op internet. Maar in vergelijking met vier jaar geleden zijn ze internet iets minder gaan gebruiken.

Door de mogelijkheid het internet gebruik van journalisten uit 2002 en 2006 met elkaar te vergelijken valt te constateren dat het adoptieproces, gekeken naar tijdsbesteding, in de Nederlandse journalistiek al in 2002 was voltooid. Het blijkt dat de tijd die journalisten aan internet en e-mail besteden de laatste jaren niet is toegenomen – er is zelfs sprake van een lichte daling in de tijd die dagelijks wordt besteed aan internet. Blijkbaar is er een min of meer vast budget aan tijd die journalisten besteden aan informatievergaring, naast hun andere taken, zoals vergaderen, reportages maken op locatie en telefoneren met bronnen.

> Contacten via het web

Nieuwe bronnen worden eerst aangeboord via het web en daarna benaderd via telefoon of e-mail. De fax speelt in 2006 geen rol van betekenis meer.

In 2006 is de telefoon nog altijd het medium voor journalisten om contact op te nemen met informanten. Ongeveer negentig procent zegt vrijwel altijd of vaak naar de telefoon te grijpen wanneer men iets wil weten van bekende of onbekende informanten. Maar de telefoon krijgt serieuze concurrentie van e-mail. Vooral als het gaat om bekende informanten, want dan kiest ruim tachtig procent bijna altijd of vaak voor e-mail. De fax en instant messaging blijken in het contact met informanten een marginale positie in te nemen.

Een kleine meerderheid heeft elke maand persoonlijk contact met lezers. Journalisten gaan dan langs bij de kijker, lezer of luisteraar of zijn zelf gastheer. E-mail speelt vooral een rol bij het afhandelen van dagelijkse feedback van het publiek.

In de communicatie met het publiek is e-mail in 2006 het belangrijkste medium. Ongeveer dertig procent van de journalisten krijgt elke dag e-mail van lezers, luisteraars of kijkers, terwijl bijna twintig procent van de journalisten dit zelden of nooit overkomt. Wat dit laatste betreft scoren alle andere communicatiemiddelen lager; een derde wordt zel-

den of nooit opgebeld door publiek, meer dan veertig procent ontmoet zelden of nooit publiek en de helft ontvangt nooit post van publiek. Opmerkelijk is het percentage dat via persoonlijke ontmoetingen commentaar krijgt van lezers, luisteraars of kijkers. Liefst een derde van de journalisten heeft minstens een keer per week een persoonlijk tête-à-tête met mensen uit hun publiek.

> Betrouwbaarheid van internet

Journalisten zijn niet uitzonderlijk kritisch over de inhoud van websites van organisaties. Ze beschouwen informatie op het web over het algemeen als geloofwaardig als deze afkomstig is van de overheid, van nieuwsmedia, van internationale gouvernementele organisaties of van de non-profit sector. Ze staan neutraal tegenover sites van politici, brancheorganisaties, belangengroepen en bedrijven.

De cijfers laten voor alle soorten sites nauwelijks verschillen zien tussen 2002 en 2006. Blijkbaar zijn de opvatting van journalisten over de sites van verschillende soorten organisaties niet veranderd in de afgelopen jaren.

Wel vindt een groeiende groep journalisten informatie te onbetrouwbaar om direct te gebruiken. De gegevens worden daarom gecheckt bij andere bronnen. Dat gebeurt het vaakst met (ongevraagde) mailtjes.

Driekwart controleert alle internetinformatie tegen 49% in 2002. Dat journalisten nu ze wat langer gebruik maken van internet kritischer zijn geworden, blijkt ook uit het feit dat het aantal journalisten dat vindt dat informatie op internet te onbetrouwbaar is om direct te gebruiken in vier jaar verdubbeld is. In 2002 ging het om 19% van de journalisten, en in 2006 is dat percentage toegenomen tot 38%. De meerderheid vindt de bronnen op het web dus wel direct bruikbaar.

De journalistiek wordt door het veelvuldige gebruik van internet oppervlakkiger en de zorgvuldigheid neemt af. Journalisten maken zich vaker zorgen over het feit dat collega's te gemakkelijk gebruik maken van de informatie van internet.

Opvallend is dat minimaal een derde van de journalisten dit constateert, maar dat er nauwelijks discussie binnen de beroepsgroep wordt gevoerd om deze negatieve gevolgen zoveel mogelijk te beperken door bijvoorbeeld gebruiksregels af te spreken, bijscholing of discussie in verenigingen van journalisten.

2.2 Internet als publicatiemiddel

Hoe ziet een doorsnee internetjournalist er uit? Waar werken ze? Wat doen ze de hele dag? De NVJ, De Internetjournalist en de faculteit communicatie en journalistiek van de HVU in Utrecht onderzochten eind 2003 voor het eerst aard en omvang van de Nederlandse internetjournalistiek.

Het onderzoek werd uitgevoerd via het web, het medium indachtig. Op internet bestaan commerciële en niet-commerciële sites voor het verrichten van online enquêtes. Op de School voor de Journalistiek in Utrecht is met dit soort diensten geëxperimenteerd om ideeën en opvattingen van studenten te achterhalen over bijvoorbeeld de toekomst van het vak. Surveymonkey (www.surveymonkey.com) bleek hiervoor goed bruikbaar en werd daarom het middel voor onderzoek naar 220 internetjournalisten.

Daarnaast werd in oktober 2006 een quickscan gedaan om te kijken waar op dit moment de meeste internetjournalisten werkzaam zijn. Sites van tijdschriften zijn daarin slechts gedeeltelijk meegenomen.

a De sector in cijfers

> Arbeidsplaatsen

Bij Nederlandse nieuwsorganisaties werken meer dan 400 internetjournalisten. Koploper is de televisie met ruim 170 internetjournalisten in dienst. Meer daar de helft daarvan werkt bij een site van de NOS.

De landelijke dagbladen hebben volgens de momentopname in 2006 samen bijna 100 fte'ers in dienst voor het web. Zes op de tien is werkzaam bij de internetsites van de Telegraaf, het AD of De Volkskrant. Bijna vijftig mensen werken voor een regionale website.

Bij de radio zijn ruim 40 internetredacteuren te vinden. Een kwart daarvan werkt bij Sky Radio/Radio Veronica.

Cijfers voor publiekstijdschriften buiten de nieuwssector zijn niet compleet. Een steekproef onder 150 tijdschriften levert 248 banen in de internetsector op (januari 2007). Koplopers zijn Computable en Fiets met elk tien webredacteuren.

> De relatieve groei

Nieuwssites van 'oude media' scoren beter dan ooit. Sinds 2004 verdubbelden de bezoekersaantallen. De toeloop is niet alleen een verdienste van het medium zelf. Veel serieus opgezette websites kregen in dezelfde periode fors meer bezoek. Er kwamen meer mensen op het web die bovendien langer bleven surfen dan twee jaar geleden. In bijna 80 procent van alle huishoudens is iemand wekelijks een paar uur online.

Het aantal unieke domeinnamen in Nederland, onderliggende sites niet meegerekend (bijvoorbeeld weblogs of Spaces), steeg in twee jaar tijd van 1 naar ruim 2 miljoen.

De journalistiek gemaakte nieuwssites veroverden echter geen flinke marktaandelen op concurrenten zonder verleden of voordeur.

Ten opzichte van websites buiten de nieuwssector scoren bestaande media niet al te best. 'Web only' sites als Google, Startpagina, Nu.nl of MSN streven in bezoekersaantallen de nieuwssites nog steeds voorbij. In de top 10 van de categorie 'best bezochte websites in de Verenigde Staten' (Hitwise, november 2006 – http://www.hitwise.com/datacenter/rankings.php) staat geen nieuwssite van een ouder medium. In Nederland zijn ze ook niet te vinden in de top tien (http://www.multiscope.nl/organisatie/nieuws/berichten/top-20-sites-van-2006.html), op het branchevreemde Speurders na.

> *"Laten we wel wezen: iedereen krabt zich achter de oren met internet: zoveel tijd, vreselijk veel energie en onder de streep verdien je een schijntje in vergelijking met print."*
> - Michiel van Os, zelfstandig blogger en ex-hoofdredacteur Adformatie (2006)

> Het betaalmodel

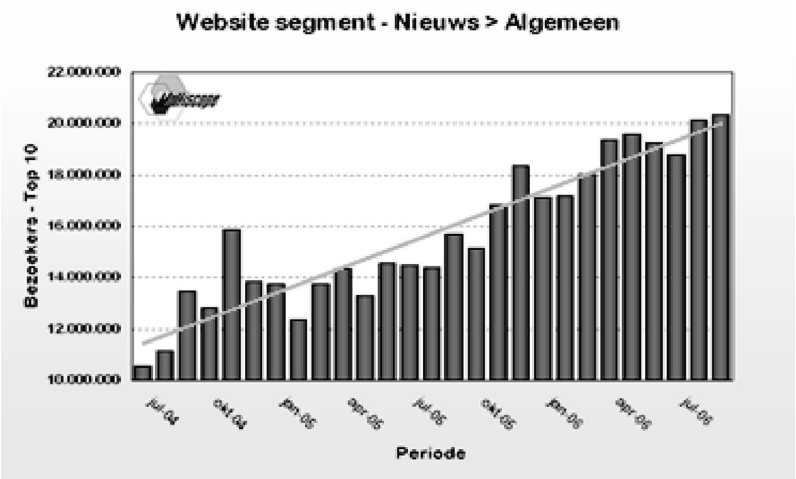
In 2006 overheerst het Spits/Metro-betaalmodel: geef gratis nieuws weg. Dat doet ruim 89% van alle nieuwssites in meer of mindere mate. Het idee: kom in de top drie van sites voor de eigen doelgroep en de adverteerder volgt vanzelf. Voorzichtig worden de eerste contextuele advertenties van Google (AdWords) geplaatst, ondermeer bij Elsevier en De Telegraaf.

> Het publiek

Het totale aantal bezoekers in de categorie nieuwssites is volgens Multiscope Visiscan ruim 20 miljoen per maand – een verdubbeling ten opzichte van 2004. De cijfers zijn niet ontdubbeld. Terugkerende bezoekers zijn gewoon meegeteld. Het gemiddelde rapportcijfers van nieuwssites is een 7,2. De top tien van oktober 2006 is volgens Planet.nl:

1 Nu.nl
2 Telegraaf.nl
3 Ad.nl
4 Teletekst.nl
5 Elsevier.nl
6 Zoomin.tv
7 Google.nl/news
8 Volkskrant.nl
9 Nrc.nl
10 MSN

Hoe betrouwbaar is deze top tien? In dit overzicht van nieuwssites zijn door Multiscope vanwege definitiekwesties niet alle media meegenomen. Zo staat in de categorie 'best bezochte sites van heel Nederland' RTL boven de nummer 1 van de categorie nieuwssites, Nu.nl. Planet.nl, een nieuwssite met een redactiestatuut, ontbreekt omdat ze als provider worden gezien en die sites genieten het voordeel van 'de automatische start-



Bron: Multiscope

pagina' voor abonnees. MSN, via Internet Explorer ook vaak automatisch de startpagina, staat wel in de lijst, maar koopt de berichten van ANP en Entopic. Deze toeleveranciers zijn niet apart meegenomen in het overzicht; Zoomin, de videoleverancier van ondermeer Nu, Elsevier, Telegraaf en AD juist weer wel.

Opvallend: ook met een kleinere internetredactie is de top tien te halen (Nu, Google Nieuws en NRC). Bij het computergestuurde Google Nieuws, de knipselkrant van Nederlandse media, werkt zelfs geen enkele redacteur.

De snelst groeiende nieuwkomer is Elsevier (in 2004 goed voor een paar honderdduizend bezoekers, nu 1,8 miljoen).

b Het profiel van de internetredacteur

De 220 geraadpleegde internetjournalisten, zijn niet de jongste, goed opgeleid, hebben een vaste baan en verdienen prima.

Ruim 82% van alle internetredacteuren is dertig jaar of ouder. Jongere mensen zijn met een lampje te zoeken op de redacties van nieuwssites. Er werkten meer internetjournalisten ouder dan vijftig jaar dan dertig jaar of jonger. Een krappe meerderheid, 50,2%, is veertig of ouder.

Zeven op de tien zijn man, de rest is vrouw. Een ruime meerderheid (74%) volgde een van de scholen voor journalistiek, een universiteit en een postdoctorale opleiding.

De topinkomens (40.000 euro of meer) zijn met 30,9% net in de meerderheid. Daarna volgt de groep met een jaarinkomen van 20.000-30.000 euro (29,5%) en 30.000-40.000 euro (26,4%). Een op de zeven redacteuren verdient minder dan 20.000 euro.

> Bureaubaan

De werkzaamheden bestaan voor het belangrijk deel uit schrijven voor het web (61%) en uit eindredactie (49%). Verslaggeving komt minder voor (24%) en dat bevestigt de indruk dat online-redactie toch vooral bureauwerk omvat. Het multimediale tijdperk, waarin beeld, tekst en geluid volledig integreren, zet nog niet door. Tekst is nog steeds de moeder van internetjournalistiek. Bijna 62% van de deelnemers verricht werkzaamheden als schrijvend redacteur. Wanneer expliciet gevraagd wordt naar de productie van audio of video, dan zegt een kleine 60% dat niet te doen. Maar 6% van de geënquêteerden zegt infographics te maken.

Het merendeel van de redacteuren werkt voor het web. Andere platforms, zoals sms, I-mode of speciale pda-edities, zijn van weinig belang. Elektronische nieuwsbrieven genieten wel belangstelling. De inhoud komt meestal van de website.

> Organisatie

Ongeveer een derde van de geënquêteerden heeft een leidinggevende functie als webmaster of projectleider. De leiding van de website of online redactie berust uiteindelijk bij een hoofdredacteur; 70% van de ondervraagden zegt dat het medium waar ze bij werken een hoofdredacteur heeft. Die leiding is journalistiek van aard en staat los van de afdeling automatisering of commerciële leidinggevenden.

> Gratis of niet?

De geleverde content is meestal gratis te bezoeken, zegt 86% van de respondenten.

> Weblogs

Weblogs waren eind 2003 nog nauwelijks aan de orde, maar in 2006 is dat flink veranderd. Lang niet alle nieuwssites voldoen aan de typische eisen (http://www.denieuwereporter.nl/?p=167) die gelden voor wegblogs: hyperlinks naar opmerkelijke of informatieve bronnen, trackbacks (citaten van anderen) of tags (voor een overzicht op onderwerp) en de mogelijkheid om direct onder het bericht te reageren. De meeste weblogs worden niet door internetjournalisten geschreven, maar door andere redacteuren – vaak specialisten op hun vakgebied.

DNR_internet-tweede.indd 14 3-9-2007 0:41:14

"Ik blijf, zoals de Raad voor de Journalistiek ook onlangs heeft vastgesteld, ook als weblogschrijver een journalist. Daarnaast is het grote verschil met een papieren medium dat je een lijn kunt volgen, doordat je met een link kunt verwijzen naar een stuk dat je eerder al schreef. Je hoeft niet alles meer samen te vatten."
– Misdaadverslaggever Hendrik Jan Korterink

"Hoe herken je een ervaren webredacteur? Simpel, stel hem een vraag over zijn ervaringen met CMS*'en. Leidt deze vraag tot een verwilderde blik, een spontane allergische reactie of rare zenuwtrekjes, dan is het duidelijk: u hebt te maken met iemand die al een tijdje in het vak zit."*
– Maarten Reijnders, freelance journalist, in 'CMS: hulpmiddel en/of hindernis, onderdeel van dit onderzoek.'

> Knelpunten

Ondanks dat de meeste respondenten (84%) positief zijn over de toekomst van de site, is niet alles rozengeur en maneschijn. Een veelgenoemd (49%) knelpunt is bijvoorbeeld een te klein redactiebudget, maar ook het gebrek aan bijvoorbeeld medewerking van de reguliere redactie. Eén op de vijf redacteuren constateert onbegrip bij leidinggevenden.

Reacties modereren, artikelen publiceren, links toevoegen aan een tekst: het zijn zaken die eigenlijk altijd probleemloos zouden moeten kunnen op een nieuwssite met een content management systeem (CMS). Maar toch werkt het niet zo. Een klein deel van de redacteuren kampt met een slecht/matig CMS, slechte verbindingen, verouderde apparatuur, te weinig support van de ICT-afdeling en andere technische problemen.

2.3 Grenzen van het web

'Hoe zetten we nieuws op het web?' Op een seminar van het *Poynter Institute for Media Studies* was dat in 1995 de vraag aan zeventien Amerikaanse online experts. Hun eensgezinde aanbevelingen:

1 ***Sta bij nieuwsstukken uitgebreide reacties toe***
Dat bevordert tweewegverkeer tussen journalist en lezer.
2 ***Zet bij belangrijke onderwerpen linkjes naar andere bronnen***
De lezer krijgt daarmee de context van het verhaal te zien.
3 ***Noem de bronnen***
Leg uit hoe het verhaal tot stand kwam en lezers voelen zich meer betrokken.
4 ***Leeg de prullenbak***
Bewaar het origineel van ingekorte onderwerpen en zet ze op het web. Daarmee kan de geïnteresseerde lezer, kijker of luisteraar de diepte in.
5 ***Wees persoonlijker***
Spreek de lezer informeler aan en experimenteer met nieuwe stijlen.
6 ***Niet alleen nieuws, maar ook naslag…***
Geen losse eindjes meer, maar encyclopedische precisie in handige dossiers.
7 ***… in woord en beeld***
Vertel niet alleen, maar laat het ook zien. In Flash of mooie filmpjes.
8 ***Doe aan kruisbestuiving***
Verwijs van het oude medium naar het nieuwe en omgekeerd.

Het seminar werd gehouden van 27 tot 29 april 1995. De adviezen zijn elf jaar oud. Internet ging daarna van hemel naar hel terug naar aarde. De Amerikaanse mediadeskundige Nora Paul keek na tien jaar terug op het baanbrekende congres. De belangrijkste bevinding (http://www.ojr.org/ojr/stories/050324paul/): de beloftes van toen zijn niet uitgekomen. Nieuwsorganisaties hebben nog een lange weg te gaan.

Uitgeverijen en omroepen willen allemaal 'iets' met het web, maar in de praktijk gaapt een gat tussen woord en daad. De leiding neemt te weinig tijd voor het web en/of trekt er te weinig geld voor uit. Dat laatste gebeurt soms niet eens vanwege aanhoudende bezuinigingen maar uit scepsis over de kansen van nieuwe media. Hier en daar is geen hoofdredacteur multimedia (meer) aangesteld omdat in de nieuwsorganisatie de opvatting heerst dat een central desk voldoende is of omdat 'iedereen toch werkt voor een multimediale organisatie'. Mensen van het oude medium werken onvoldoende mee aan het nieuwe. Af en toe werken ze elkaar zelfs tegen. Er wordt veel te weinig geld in opleidingen gestopt voor internetjournalisten en 'gewone' journalisten.

"Ik heb geen strijdplan dat ik punt voor punt afwerk. Ik zie mijn rol meer als een soort Haarlemmerolie. Het is belangrijk dat mensen de mogelijkheden gaan zien en benutten."
- Roeland Stekelenburg, hoofd nieuwe media NOS (2006)

> Hoe zit het in Nederland?

De publieke belangstelling voor Web 2.0, videodiensten, sociale netwerken en mashupsites is groot. Nederlandse nieuwssites proberen daarop aan te sluiten. NOS Headlines richt zich met een jongerensite vanuit Amsterdam op de Toekomst van het Nieuws (vrij naar Irene Costera Meijer). PCM probeert met Ilse en Talpa burgerjournalistiek uit op Skoeps en ontwikkelt werkt samen met KPN op multimediaal vlak. De Volkskrant en NRC doen aan wiki's, video en weblogs en eigen redacteuren doen vaker dingen 'web only'. Het AD is bezig met *user generated content* en zet de sluizen wijd open voor lezersreacties met als brugwachters zes moderatoren. BN/De Stem werd even betaalsite, maar is nu weer gratis. Bij de Leeuwarder Courant klinkt nog de echo van de angst voor kannibalisme. De krant stopte met het klakkeloos doorplaatsen van artikelen ('wat mensen gratis kunnen krijgen, lezen ze niet meer'). Dit overzicht is verre van uitputtend. Lang niet alle Amerikaanse suggesties worden toegepast in Nederland. In welke mate, dat moet verder onderzoek uitwijzen.

"Uitgevers zijn in de war, journalisten evenzeer, of tenminste zoekende naar de nieuwe heilige graal."
- Paul Molenaar, algemeen directeur van Ilse Media (2006)

a De ethiek van de internetjournalist

De ethiek van online journalisten, op het gebied van privacy, commercie en auteursrecht wijkt niet fundamenteel af van dat van de kranten-, tv- of radiojournalist. Sterker nog: men lijkt zelfs braver dan de collega's van de traditionele media. Misschien is het een poging af te komen van het drukkende stigma dat op internet geen wetten gelden. Juist omdat alles wat er aan hoaxes, plagiaten of vuilspuiterij voorkomt op internet, leeft onder internetjournalisten de wens om alles "volgens het boekje" te doen. Vandaar de wens voor cao's, privacystatements, redactiestatuten en een gedragscode.

Hoe zitten het met knippen en plakken van teksten, bijvoorbeeld als de concurrent met een nieuwtje komt? Bijna 48% noemt geen bron als er een nieuw nieuwsitem is ontstaan en dat gebeurt al gauw met een herschreven alinea, een toevoeging van een persbureau of extra linkjes. De rest knipt en plakt, al dan niet met het husselen van een paar woordjes, vanuit andere (online) media. Iets anders ligt dat bij illustraties. Daar regelt 60% van de respondenten de zaakjes goed (inclusief toestemming en bronvermelding), maar er blijken nogal wat morele tussenvormen.

Iedereen lijkt zich bewust van het auteursrecht, maar bijna 20% gebruikt regelmatig foto's van internet zonder toestemming, ook als er copyright op zit (waarvan de helft zonder bronvermelding).

> Grenzen aan lezersparticipatie

Nieuwssites zijn huiverig voor te veel lezersreacties. Vroeg of laat slaat de *trol* toe. Dat is iemand die scheldt, tiert of kliert, of nog tijdrovender, iemand die eindeloos doorpraat over de toonzetting van een bericht en niet de inhoud (metacommunicatie). Alle Nederlandse nieuwssites trekken grenzen. Drie manieren van lezersparticipatie zijn in zwang:

- ***helemaal geen artikelreacties***

Populair bij de meeste nieuwssites, zoals RTL4, NOS, Volkskrant, Trouw, NRC, Stentor of Nu.nl. Bij het artikel staat geen knop om direct een reactie achter te laten. Soms is het wel mogelijk te reageren in een forum, op een oproep of een weblog.

Moderatie:
De trol komt niet naar binnen.

- ***sociale controle van publiek, al dan niet met beloning***

Populair op gespecialiseerde technologiesites als Fok, Tweakers, Slashdot en een paar fora van de BBC. Bezoekers mogen reacties beoordelen met punten of sterren. De slechtst gewaardeerde reacties verdwijnen vanzelf uit beeld. Schrijvers krijgen *kudos* als ze behulpzaam zijn, origineel, grappig, provocerend of meer inzicht geven in het onderwerp. Dit systeem wordt niet gebruikt bij grote nieuwssites.

Moderatie:
De trol wordt zo nodig verstoten door de groep.

- ***modereren door redacteuren, vooraf of achteraf***

Een reactie is mogelijk, maar niet zomaar. Redacteuren wieden het onkruid vooraf (de reactie is niet direct zichtbaar) of achteraf (de reactie wordt alsnog verwijderd). Nauwelijks in gebruik bij nieuwssites, maar onder bijna 52% van de geënquêteerde internetjournalisten wel de favoriete vorm van moderatie. Ondermeer het AD, De Telegraaf en Elsevier hanteren deze aanpak en attenderen hun bezoekers vooraf op huisregels. De website van het AD heeft zes moderatoren die meningen lezen en eventueel verwijderen wanneer ze te grievend, te persoonlijk of gewoon onbegrijpelijk zijn. Elsevier accepteert geen reacties van grote gratis maildiensten, zoals Hotmail, MSN, Yahoo of Gmail.

Moderatie:
De trol wordt door de redacteur verwijderd.

> Wat kan wel en wat kan niet?

Internetjournalisten maken een onderscheid in de beoordeling van reacties onder een

artikel, in een forum of een scheldpartij in een chatroom.

Onder een dagvers nieuwsverhaal is een tirade niet erg. Slechts 18% grijpt bij voorbaat in. De meerderheid censureert alleen als het taalgebruik onnodig grievend is, maar uit het onderzoek wordt niet duidelijk wat de gemiddelde redacteur zoal tegen de borst stuit. Staat dezelfde reactie in een forum – doorgaans langer dan een dag online – dan gaat 22,5% van de internetjournalisten dat direct al te ver. Wederom verwijdert een meerderheid alleen de reactie als deze te grievend is. Trollen mogen grotendeels hun gang gaan in de (vluchtige) chatroom. Net tien procent grijpt in, de rest niet.

Dat de rechter bepaald heeft dat ook reacties onder een artikel vallen onder de verantwoordelijkheid van de journalist, roept bij de respondenten gemengde gevoelens op: 48% vindt dit wel juist, 47% niet. 4% onthield zich van een mening. *De Telegraaf* heeft in de huisregels een disclaimer staan: '*De inhoud van de reacties valt onder de verantwoordelijkheid van de inzenders.*' Ook de NOS heeft een soortgelijke voorwaarde gesteld.

b De mythe van convergentie

> *"Voor jonge verslaggevers die hier nieuw binnenkomen, is het vanzelfsprekend om multimediaal te denken. Ze zijn opgegroeid met internet. Voor de oudere generatie ligt dat natuurlijk anders. Je kunt ook niet van mensen die tegen hun pensioen zitten, verwachten dat ze ingewikkelde nieuwe dingen gaan leren. Onze correspondent in Londen, Tim Overdiek, doet meer multimediaal dan Eddo Rosenthal."*
> - Roeland Stekelenburg, hoofd nieuwe media NOS

Convergentie. Enkele jaren geleden was het een toverwoord. Verschillende media zouden steeds meer samenvloeien. De commissie-Wallage, die advies uitbracht over het toegankelijk maken van overheidsinformatie, zag in 2001 een nieuwe journalist, 'een die meerdere typen media bedient'.

In 2004, toen een vorige editie van dit onderzoek verscheen, kwamen de voorbeelden van mediaconvergentie zonder uitzondering uit buitenland. Twee jaar later zijn ook voorbeelden in Nederland te vinden: recensenten in beeld, bloggende correspondenten, tv-programma's en een enkele podcast. Bij de FD Mediagroep is mix van media wellicht het verst doorgevoerd. De redacties van *Het Financieele Dagblad* en BNR Nieuwsradio zitten in één grote ruimte. Radio, krant en internetredactie werken nauw samen. Zo verschijnen in de online artikelen van *Het Financieele Dagblad* geluidsfragmenten die afkomstig zijn van BNR Nieuwsradio. De redacteuren van *Het Financieele Dagblad* hebben een cursus radio gevolgd en BNR Nieuwsradio zet hen regelmatig in om als expert commentaar te leveren op de actualiteit.

Maar het blijven uitzonderingen. De gemiddelde journalist werkt niet voor internet, maar voor zijn oude medium.

> *"Een (….) valkuil is dat televisiemakers en radiomakers zeggen: aan mijn lijf geen polonaise. Journalisten moeten wel openstaan voor nieuwe ontwikkelingen. Als ik nu nog aan de School voor Journalistiek zou werken, zou ik ook erg stimuleren dat studenten verschillende vaardigheden onder de knie krijgen. Dat soort mensen hebben we in de toekomst nodig."*
> - Peter Schrurs, directeur VPRO

"Multiskilled journalisten zijn een heel uitzonderlijke soort. *The New York Times* heeft er ook maar drie op een redactie van vierhonderd mensen", zegt *Volkskrant*-uitgever Pieter Kok. "Er zijn mensen die alles kunnen, maar die zijn nog zeldzaam", concludeert ook Peter Schrurs, directeur van de VPRO en daarvoor van de School voor Journalistiek. Wel verwachten Kok en Schrurs dat nieuwe generaties journalisten minder moeite zullen hebben met de verschillende media.

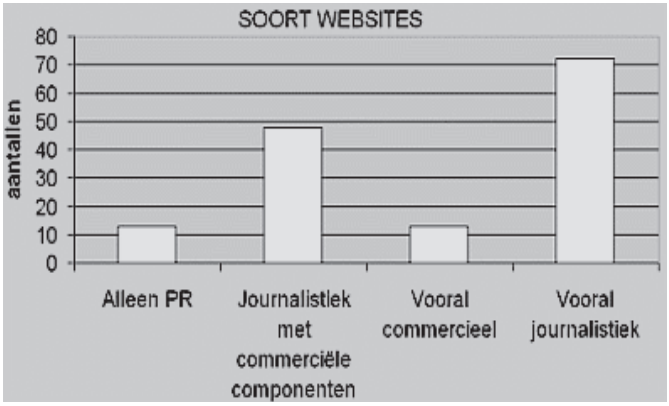
Bas Broekhuizen is waarschijnlijk één van de weinige journalisten die in aanmerking komen voor het predicaat multiskilled journalist – hij werkte op de internetredactie van de Volkskrant, schreef stukken voor de krant en is nu chef video. Maar zelf gruwt hij van convergentie. "Het idee van de multimediajournalist heb ik de afgelopen jaren achter me gelaten." Hij spreekt uit ervaring. Toen het Utrechtse katern van de Volkskrant verdween, experimenteerde de krant korte tijd met multimediale journalistiek. "We proberen een onderwerp steeds multimediaal uit te werken: een stuk in de krant en video op de site. Maar dat werkte niet. Het zijn twee verschillende disciplines. Tv-maken is een vak apart, net zoals een stuk voor de krant schrijven."

c Commercie en redactie

Vrijwel alle websites van Nederlandse media gebruiken indringende advertentievormen als banners die pas na een klik verdwijnen, *skyscrapers* of flashfilmpjes die de aandacht afleiden van de inhoud. Tweederde van de geënquêteerde journalisten zegt toch dat er geen sprake is van commerciële beïnvloeding. De veronderstelling dat in de onlinejournalistiek de scheiding tussen reclame en journalistiek dunner is en dat journalistieke websites eerder commerciële belangen zouden dienen, wordt niet bevestigd in 2003. Inmiddels hebben meer sites commercie en redactie op dezelfde afdeling gezet. De gevolgen daarvan zijn niet meegenomen in het onderzoek. Ook is niet onderzocht welke impact de statistieken hebben op de redactie. Doordat onmiddellijk het succes van een stuk op het web valt vast te stellen, is het verleidelijk om slecht lopende artikelen snel te verwijderen. De verwijderde items hoeven niet bij voorbaat de beroerdste verhalen te zijn.

Aan een webstatuut dat uitdrukkelijk de onafhankelijkheid van de redactie regelt heeft 67% geen behoefte; de redactie werkt over het algemeen alleen voor het eigen medium of de eigen site en niet voor andere sites. Iets minder dan 65% van de respondenten beantwoordt de vraag of 'de redactie ook voor nadere sites werkt' ontkennend.

De online journalistiek leunt nog sterk op de geschreven media. 30% van de respondenten zegt dat de eigenaar van de site de uitgever is van een bestaand papieren medium. Op afstand gevolgd door bedrijven (19%), omroepen (13%) en verenigingen of andere organisaties (16%).



Bron: Enquête onderzoek Journalistiek en Internet

2.4 Internetscholing

> *"Ik heb Pieter Broertjes (hoofdredacteur van de Volkskrant) nu zover gekregen dat hij zijn desktop heeft ingeruild voor zijn laptop. Dat is een majeure verandering voor die man. Daar is hij twee weken hoogzwanger van. Maar hij doet het wel, hij gelooft er in."*
> - Pieter Kok, uitgever Volkskrant

In 2003 kwam in het VVOJ-rapport *Lesmateriaal voor Computer Assisted Reporting (http://www.vvoj.nl/publicaties/lesmateriaal_car/) aan het licht dat er veel te verbeteren valt op het gebied van kennis van informatietechnologie onder journalisten.* Nederlandstalige journalisten gebruiken informatietechnologie nog te weinig in hun werk. Voor het zoeken, ordenen, verwerken en converteren van informatie worden de mogelijkheden van pc en internet onvoldoende benut. Oorzaak is de onbekendheid met informatietechnologie en het veronderstelde gebrek aan praktische toepassingen.

In hetzelfde jaar bleek (zie artikelen van Lotte van Doorn) opleiding van kennis van docenten op journalistieke opleidingen onvoldoende, de interesse voor internetjournalistiek nam af en collega-docenten zagen de ontwikkelingen op internet niet voor vol aan. Nu, aan het einde van het onderzoek "De Digitale Journalist" van de NVJ, staan de zaken er rooskleuriger voor. Internet is niet meer weg te denken uit de huidige opleidingen. Job Twisk, docent internetjournalistiek van de School voor Journalistiek in Utrecht, stelt: "Internet is haar excentrieke status kwijtgeraakt. Wat voorheen als bijzonder gold, is nu een standaard deel van de opleiding."

Hij wil wel waarschuwen voor de overtreffende trap in multimediaal opleiden. "Schoenmaker blijf bij je leest", zegt hij. "Ik ben mij steeds meer gaan realiseren dat crossmediale journalistiek een uitgeefconcept is, en niet een journalistieke manier van werken.

Journalisten met al een baan hebben nauwelijks een opleiding gevolgd in internetvaardigheden. Een meerderheid is niet bij herhaling door de werkgever bijgeschoold in internet research, bronnenevaluatie, informatietechnologie of multimediale vaardigheden.

De meeste journalisten zijn op het web hun eigen leermeester. Een ruime meerderheid volgde geen cursus en dat in een periode waarin de zoektools nog volop in beweging zijn.

Hoewel journalisten in 2002 tamelijk intensief gebruik maakten van internet voor hun werk, had de overgrote meerderheid (81%) nooit een cursus gevolgd voor journalistiek gebruik van internet. Dit was opmerkelijk, omdat een ruime meerderheid (88%) van mening was dat goed gebruik kunnen maken van internet essentieel is voor de hedendaagse journalist. In 2006 is de situatie nauwelijks anders. Het aandeel journalisten dat internetvaardigheden noodzakelijk vindt voor de uitoefening van het beroep is lichte-

lijk opgelopen (van 88% naar 94%), maar de overgrote meerderheid (72%) heeft geen cursus journalistiek internetgebruik gevolgd.

Het Nederlandse bedrijfsleven geeft jaarlijks 1,6 miljard euro uit aan bedrijfsopleidingen (CBS). Na een korte opleving (in 2001 kwam het totaal op 2,4 miljard) is dat hetzelfde niveau als in 1999, zo valt te lezen in het opleidingsplan van uitgeverij Wegener. Nu de economie weer wat aantrekt, nemen de bestedingen gemiddeld met acht procent toe. Gemiddeld nemen acht op de tien werknemers deel aan opleidingen. Het opleidingsbudget bij organisaties met 100 of meer werknemers bedroeg in 2004 gemiddeld € 352.000. De meeste nieuwsorganisaties geven veel minder geld uit. Hoeveel minder is niet bekend vanwege voortdurende fusies maar ook door terughoudendheid bij media om cijfers te verstrekken. Bij bijvoorbeeld kranten van PCM en Wegener ligt het gemiddelde budget voor (internet)cursussen veel lager dan gemiddeld.

Het gemiddelde opleidingenbudget in het Nederlandse bedrijfsleven in het jaar 2003 was 2,9 procent van de loonsom volgens onderzoek van Deloitte & Touche.

2.5 Aanbevelingen

1 De NVJ zou naar Deens voorbeeld internetcursussen inzet kunnen maken van caobesprekingen. Nieuwsorganisaties maken in dit scenario gedurende een periode van drie jaar een inhaalslag door trainingen en bijscholing te volgen op het vlak van internetvaardigheden.

   Vooraf is verder onderzoek nodig naar de kwaliteit van kennis van het web onder journalisten. Met een dergelijke studie kan worden vastgesteld waar de gaten vallen en hoe ze gedicht kunnen worden. De NVJ kan helpen bij het formuleren van criteria voor verantwoord gebruik van internet voor journalisten.

2 De NVJ zou op het web zelf meer informatie moeten geven over deskundig en verantwoord internetgebruik, al dan niet in samenwerking met andere organisaties. Een permanent kenniscentrum draagt bij aan kritischer en slimmer gebruik van internet.

3 Het Amerikaanse evaluatieonderzoek van Nora Paul naar de grenzen van het web zou ook in Nederland gehouden moeten worden.

4 Het kwantitatief onderzoek naar internetjournalistiek is te mager. Zo is niet bekend hoeveel journalisten bij websites van tijdschriften werken. Onderzoek naar de personeelsterkte per medium geeft meer inzicht in het aantal redacteuren dat wel/niet nodig is om een bepaald publiek te kunnen bereiken.

5 De NVJ wordt opgeroepen om een redactiestatuut of gedragscode te entameren voor internetjournalistiek, vooral op het vlak van copyright en schotten tussen commercie/redactie.

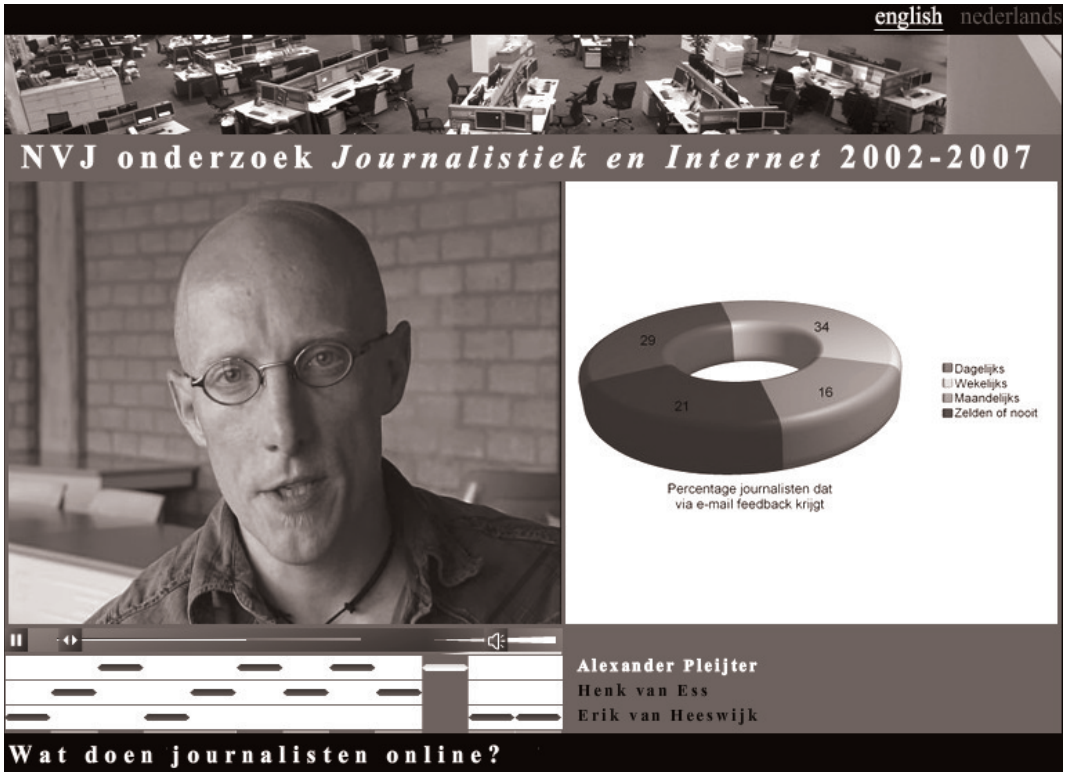
6 Een onderzoek naar aard en omvang van de opleidingsbudgetten van Nederlandse media moet meer inzicht geven of de beroepsgroep in de pas loopt met het Nederlandse bedrijfsleven.

7 Hoofdredacties worden opgeroepen om een eigen Medialab op te richten waarin koplopers van de krant samen met eventuele externe deskundigen verder vorm geven aan de kennisverbreding onder redacteuren. Met regelmatige cursussen, nieuwsbrieven en tips ontstaat meer draagvlak voor verantwoord gebruik van internet als bron en als publicatiemiddel.

8 Een permanent roulatiesysteem, waarbij per redactie iemand drie maanden wordt toegevoegd aan de internetredactie, verbetert de interne samenwerking tussen oud en nieuw medium.

9 Hoofdredacties worden opgeroepen om een inventarisatie te maken van knelpunten in het dagelijks internetgebruik. Zo is het niet bij elk nieuwsmedium mogelijk om audio en video af te spelen, zijn mailboxen te krap, is de internetverbinding te traag of hapert het content management systeem.

10 De ontwikkelingen op internet gaan nog steeds zo snel, dat een aparte hoofdredacteur multimedia geen luxe is. Hoofdredacties worden opgeroepen om meer tijd uit te trekken voor het (her)formuleren van internetbeleid.



Korte filmische samenvatting van het onderzoek: www.internetjournalist.nl/onderzoek/film

3 De opmars van online nieuwsgaring

Veranderingen in internetgebruik in de Nederlandse journalistiek 2002-2006

Alexander Pleijter, Liesbeth Hermans, Maurice Vergeer (Radboud Universiteit)

3.1 Inleiding

In januari 2002 werd Jules Deelder per abuis dood verklaard door Radio Rijnmond. Op de website werd gemeld dat de Rotterdamse nachtburgemeester was bezweken aan een overdosis drugs. Ten onrechte, want Deelder is nog altijd springlevend. Het onjuiste nieuws was de wereld ingebracht door een hacker die op de site van Radio Rijnmond was ingebroken en daar het bewuste bericht had geplaatst. Hoewel het nieuws slechts vijf minuten online stond, was dat lang genoeg voor andere media (o.a. het Utrechts Nieuwsblad en RTL-teletekst) om het nieuws over te nemen.

Dit voorval is een treffende illustratie van de enorme snelheid waarmee in deze moderne tijden de media nieuws verspreiden.[1] Bovendien laat het iets zien van de vanzelfsprekendheid waarmee journalisten tegenwoordig internetbronnen gebruiken. Toch is het niet eens zo lang geleden dat journalisten het internet met argusogen bekeken. Nauwelijks tien jaar geleden, in 1997 maakte internetjournalist Francisco van Jole in de Volkskrant van 5 april gewag van 'de grote internet-ommekeer' in de Nederlandse journalistiek.[2] Hij kwam tot die uitspraak nadat plotseling in de nieuwsberichtgeving van gevestigde media allerlei informatie opdook die rechtstreeks afkomstig was van het web. Na een massale vechtpartij tussen voetbalsupporters langs een snelweg bij Beverwijk waarbij een dode viel, verschenen in de media allerlei achtergrondverhalen over de supportersgroepen, die waren gebaseerd op internetfora en websites van supporters.

Vijf jaar daarna werd een inventarisatie gemaakt van het internetgebruik in de Nederlandse journalistiek waaruit bleek dat er inderdaad sprake was van een grote omme-

DNR_internet-tweede.indd 27 3-9-2007 0:41:16

keer.[3] "Internet heeft de Nederlandse journalistiek in een tijdsbestek van circa vijf jaar zo goed als volledig veroverd," luidde de conclusie in het onderzoeksrapport.[4] Binnen enkele jaren waren Nederlandse journalisten in groten getale het internet volop gaan gebruiken voor hun journalistieke werkzaamheden.

De opmars van zo'n nieuw hulpmiddel heeft zonder twijfel belangrijke gevolgen voor de journalistieke praxis. Het internet maakt immers nieuwe manieren van informatiegaring mogelijk. Het wereldwijde web herbergt een enorme schat aan gegevens en is daarmee een onuitputtelijke informatiebron. Archieven en databanken zijn van grote afstand te raadplegen, experts zijn wereldwijd te traceren en via e-mail gaat de correspondentie met informanten razendsnel. Journalisten hoeven daardoor niet meer het vliegtuig in om een archief in Sydney door te pluizen of dagenlang te wachten op de bezorging van een rapport van een Amerikaans onderzoeksinstituut. Kortom, het verzamelen van informatie gaat sneller en uitgebreider, waardoor de journalisten hun werken beter en makkelijker zouden kunnen doen.[5]

Daar staat tegenover dat de herkomst en betrouwbaarheid van informatie op het web vaak moeilijk te achterhalen is. Die grenzeloze informatierijkdom schept daardoor tegelijkertijd een druk om voortdurend in de gaten te houden of informatie bruikbaar is en hoe die gecontroleerd zou kunnen worden. En dat terwijl het steeds belangrijker is om nieuws zonder dralen te publiceren, omdat anders de concurrentie met mooie primeurs aan de haal gaat. Het controleren van feiten en het toepassen van wederhoor zou daardoor in het gedrang kunnen komen, zoals het geval was bij het nieuws over de dood van Deelder. Het gevaar van internet is dan ook logischerwijs dat de betrouwbaarheid van de nieuwsvoorziening in het gedrang kan komen.[6]

De informatieschat die snel en eenvoudig via de computer op het bureau van de journalist belandt, zou ook ten koste kunnen gaan van de noodzaak zelf op pad te gaan om nieuws te zoeken en gebeurtenissen te verslaan. Hoofdredacteur Frits van Exter betreurde in zijn dagblad Trouw van 21 juni 2002 het uitsterven van de 'scharreljournalist', de reporter die zich al speurend en wroetend in de samenleving begeeft.[7] In zijn ogen moeten redacties ervoor waken zich niet te ontwikkelen tot een soort van 'journalistieke legbatterij' waarin iedereen van achter de computer eenvormige eieren legt.

De genoemde speculaties geven aan dat het van belang is om de consequenties van internet voor de journalistiek te volgen. Vandaar dat de afgelopen jaren onderzoeken hiernaar zijn uitgevoerd in diverse landen, zoals de Verenigde Staten, Australië, Duitsland en België.[8] Ook in Nederland is zoals gezegd reeds in 2002 zo'n onderzoek gedaan. De consequenties die het web heeft voor de journalistieke praktijk en het journalistieke product zullen zich echter pas na verloop van tijd duidelijk uitkristalliseren. Vandaar dat in 2006 wederom een inventarisatie is gemaakt van het internetgebruik in de Nederlandse journalistiek. Net als in 2002 ging het daarbij

DNR_internet-tweede.indd 28 3-9-2007 0:41:16

om het inventariseren van de manier waarop journalisten internet gebruiken voor hun werk, welke functies diverse internettoepassingen vervullen in de journalistieke praktijk en de gevolgen die internet heeft voor de journalistiek.

Voor het verzamelen van de gegevens in 2006 is dezelfde werkwijze gevolgd als in 2002. Uit het ledenbestand van de Nederlandse Vereniging van Journalisten is een steekproef getrokken van tweeduizend journalisten.[9] De betreffende journalisten kregen een enquête toegezonden die ze in een portvrije envelop konden terugsturen. Uiteindelijk zijn in 2006 642 ingevulde vragenlijsten geretourneerd, een respons van 32%; in 2002 kwamen 685 van de tweeduizend vragenlijsten retour, een respons van 34%.[10]

In beide jaren is een vragenlijst gebruikt die grotendeels uit dezelfde onderdelen bestaat. In enkele opzichten wijkt de vragenlijst uit 2006 af van die uit 2002. Zo zijn enkele stellingen verdwenen waarin gevraagd wordt naar een vergelijking van werken met internet en zonder internet, omdat inmiddels steeds meer journalisten geen periode hebben gehad waarin ze geen gebruik maakten van internet. Daarnaast zijn enkele nieuwe vragen toegevoegd, onder meer over nieuwe internettoepassingen, zoals weblogs en rss. Dit betekent dat in de resultaten niet in alle gevallen een vergelijking kan worden gemaakt tussen 2002 en 2006.

3.2 Resultaten

In de presentatie van resultaten staat de vergelijking tussen 2002 en 2006 centraal om te zien welke veranderingen de afgelopen jaren zijn opgetreden in het internetgebruik van Nederlandse journalisten en hun opvattingen over het nut van internet voor de journalistiek. Daarbij wordt de aandacht gericht op de volgende aspecten:

1 Het gebruik van internettoepassingen;
2 De functies van internet voor het journalistieke werk;
3 De bruikbaarheid van internet voor journalistieke werkzaamheden;
4 Opvattingen van journalisten over de gevolgen van internet voor de journalistiek.

3.3 Gebruik van internet-toepassingen

De cijfers uit 2002 en 2006 bieden de mogelijkheid om veranderingen in het internetgebruik van Nederlandse journalisten vast te stellen. Het gaat hierbij om de tijd die ze besteden aan internet en e-mail, en de frequentie van het gebruik van specifieke internettoepassingen, zoals e-mail, chatten, zoekmachines, nieuwsgroepen en elektronische knipseldiensten.

In tabel 1 is te zien dat de internettoepassingen die in 2002 reeds gemeengoed waren (e-mail, websites, zoekmachines), anno 2006 door de gehele beroepsgroep worden gebruikt. We kunnen ze met recht alledaagse toepassingen noemen, want meer dan negentig procent maakt er dagelijks gebruik van. Andere toepassingen hebben pas de afgelopen jaren hun opmars gemaakt, met name elektronische knipseldiensten en nieuwsbrieven zijn sterk in populariteit gestegen. Beide werden in 2002 door een minderheid gebruikt, maar anno 2006 wendt tweederde van de journalisten zich tot elektronische knipseldiensten en is 85% geabonneerd op nieuwsbrieven. Maar alledaagse toepassingen zijn het allerminst; nog geen twintig procent raadpleegt elke dag een knipseldienst en ongeveer een kwart leest dagelijks een elektronische nieuwsbrief.

Naast e-mail is er nog een andere manier om te communiceren (met bronnen, publiek of collega's) via internet, namelijk het zogenaamde 'chatten' (via een website of via een vorm van *instant messaging*). Deze toepas-

Tabel 1 Gebruik van internettoepassingen (percentages)

	2002	*2006*
E-mail	97	100
Websites bezoeken	92	100
Zoekmachines	90	100
Nieuwsbrieven/e-zines	40	85
Nieuwsgroepen	14	46
Elektronische knipseldiensten	15	67
Instant messaging	4	26
Chatten (via website)	2	20
Webfora	-[11]	54
Weblogs	-[10]	73
rss	-[10]	27
Online databases	-[10]	56

Tabel 2 Frequentie waarmee journalisten via een browser het internet opgaan (percentages)

	2002	*2006*
Meerdere keren per dag	81	94
Meerdere keren per week	13	5
Meerdere keren per maand	4	0
Nooit of zelden	2	1

sing speelde in 2002 nauwelijks een rol in de journalistieke praktijk. En nog steeds is het niet heel erg gebruikelijk om te chatten voor het werk. Een vijfde tot een kwart van de journalisten gebruikt deze toepassing in 2006 voor journalistieke doeleinden.

Weblogs en rss zijn internettoepassingen die wat recenter hun opmars hebben gemaakt. Met name weblogs zijn de afgelopen jaren snel in populariteit gestegen. Ook onder journalisten, want driekwart bezoekt weblogs. Overigens niet heel vaak, ongeveer een kwart van de journalisten brengt elke week een bezoekje aan een weblog.rss (een applicatie om automatisch op de hoogte te blijven van updates van websites) heeft zijn weg nog niet gevonden in de journalistiek, ongeveer een kwart van de journalisten maakt er gebruik van, circa tien procent dagelijks.

Niet alleen de diversiteit aan internettoepassingen die journalisten gebruiken is groter geworden, ook het frequent raadplegen van het wereldwijde web is toegenomen (tabel 2). Ging het leeuwendeel van de journalisten in 2002 reeds meerdere keren per dag het web op, in 2006 is die groep verder gegroeid, van tachtig procent naar zo'n vijfennegentig procent. De groep die zich zelden of nooit met een browser op internet begeeft is miniem. Dit geeft aan hoezeer het wereldwijde web inmiddels is ingesleten in de journalistieke routines voor informatiegaring.

Ook het gebruik van e-mail is verder ingeburgerd als dagelijkse handeling in het journalistieke werk (tabel 3). Tussen 2002 en 2006 is de groep die dagelijks e-mail verstuurt gegroeid van zo'n tachtig procent naar negentig procent, en de groep die dagelijks de ontvangst van e-mail controleert is gegroeid naar bijna honderd procent. Tweederde daarvan houdt via automatische melding continue de komst van nieuwe e-mailberichten in de gaten. In 2002 was dat veertig procent.

Bovengenoemde cijfers laten zien dat het gebruik van diverse internettoepassingen tussen 2002 en 2006 is toegenomen onder Nederlandse journalisten, maar opmerkelijk genoeg lijkt dat niet te gelden voor de tijd die ze besteden aan internet. De cijfers in tabel 4 laten zien dat er nauwelijks verschuivingen zijn in tijdsbesteding. Op een gemiddelde werkdag is in beide jaren een kwart van de journalisten meer dan twee uur in de weer met internet. De groep zware gebruikers, zij

Tabel 3 Frequentie waarmee journalisten e-mail versturen en ontvangst controleren (percentages)

	Verzenden		*Controleren*	
	2002	*2006*	*2002*	*2006*
Meerdere keren per dag	79	89	94	99
Meerdere keren per week	16	9	5	1
Meerdere keren per maand	3	1	1	0
Nooit of zelden	2	1	0	0

die meer dan vier uur per dag internetten, is volgens deze cijfers zelfs ietwat geslonken.

Hoewel journalisten in 2002 in groten getale en tamelijk intensief gebruik maakten van internet voor hun werk, had de overgrote meerderheid (81%) nooit een specifieke cursus gevolgd over het gebruiken van internet voor journalistieke werkzaamheden. Dit was opmerkelijk, omdat een ruime meerderheid (88%) van mening was dat goed gebruik kunnen maken van internet essentieel is voor de hedendaagse journalist. Vermoedelijk deed het merendeel van de journalisten de benodigde internetvaardigheden op door er zelf mee aan de slag te gaan en bij eventuele problemen eventueel te rade te gaan bij collega's.

In 2006 is de situatie nauwelijks anders. Het aandeel journalisten dat internetvaardigheden noodzakelijk vindt voor de uitoefening van het beroep is nog wat verder opgelopen (naar 94%), maar de overgrote meerderheid (72%) heeft geen cursus op dat vlak gevolgd. In vergelijking met 2002 is de groep die wel zo'n cursus heeft gevolgd gegroeid, van 19% naar 28%. Wellicht is deze toename toe te schrijven aan de jonge garde die een journalistieke opleiding heeft gevolgd waar journalistiek internetgebruik tegenwoordig een vast onderdeel van het curriculum is.

> Journalistieke functies

Internet en e-mail kunnen diverse functies vervullen in de journalistieke beroepspraktijk, variërend van het opzoeken van de juiste spelling van een woord tot het interviewen van bronnen. Om een beeld te krijgen van die functies bekijken we die achtereenvolgens voor internet en e-mail. Met internet doelen we hier op de diverse webapplicaties die journalisten kunnen gebruiken voor informatiegaring.

Tabel 5 toont de cijfers over de functies die internet vervult voor de Nederlandse journalisten. De functie waar de meeste journalisten internet dagelijks voor gebruiken is het volgen van het laatste nieuws. In 2002 gold dit voor de helft en in 2006 wendt driekwart van de journalisten zich dagelijks tot het

Tabel 4 Tijdsbesteding per dag aan internet en e-mail (percentages)

	2002	*2006*
Korter dan 1 uur	38	40
Meer dan 1 uur minder dan 2 uur	34	36
Meer dan 2 uur minder dan 4 uur	20	21
Meer dan 4 uur	7	3

Tabel 5 Journalistieke functies van internet (percentages)

		dagelijks	*wekelijks*	*maandelijks*	*zelden of nooit*
Zoeken naar achtergrondinformatie	2002	28	40	23	10
	2006	48	41	6	5
Service-informatie	2002	37	34	16	13
	2006	58	33	4	5
Laatste nieuws/actualiteit volgen	2002	51	18	10	21
	2006	76	10	2	11
Verifiëren/controleren van informatie	2002	18	30	25	26
	2006	54	31	7	9
Persberichten raadplegen	2002	20	27	23	30
	2006	35	33	12	20
Online publicaties downloaden	2002	11	19	28	43
	2006	11	34	23	31
Concurrerende media volgen	2002	20	19	16	45
	2006	41	21	8	31
Nieuwe informanten zoeken	2002	7	17	28	48
	2006	18	31	19	33
Zoeken naar ideeën voor verhalen	2002	11	15	15	59
	2006	29	23	12	37
Beeld of geluid bekijken/beluisteren	2002	3	9	13	76
	2006	19	29	16	36
Online persconferenties bekijken	2002	0	2	5	93
	2006	1	2	5	92

internet om op de hoogte te blijven van de actualiteit. Zo'n tien procent gebruikt internet hier zelden of nooit voor; dit was in 2002 het dubbele, circa twintig procent.

Het onderzoek uit 2002 liet zien dat internet met name een journalistieke informatiefunctie vervult, namelijk het zoeken en controleren van informatie. De belangrijkste functie bestond uit het zoeken naar achtergrondinformatie. Ongeveer tweederde van de journalisten gebruikte internet hier dagelijks of wekelijks voor, en slechts tien procent zelden of nooit. Daarnaast gebruikten ze internet veelvuldig voor het verifiëren van informatie en het raadplegen van persberichten. In beide gevallen zei bijna de helft van de journalisten internet hier dagelijks of wekelijks voor te gebruiken. Inmiddels is die informatiefunctie nog belangrijker geworden, want rond negentig procent van de journalisten gebruikt het web dagelijks of wekelijks om achtergrondinformatie te zoeken, 85% om informatie te verifiëren en 68% om persberichten te raadplegen.

Internet heeft daarnaast een belangrijke praktische functie, namelijk als middel om zogenaamde service-informatie te vinden. Hieronder valt onder meer het raadplegen van een telefoongids, reisplanner of woordenboek. Bijna driekwart van de journalisten gebruikte in 2002 internet daar dagelijks of wekelijks voor, in 2006 is dat toegenomen tot negentig procent.

In het speurende werk van journalisten vervulde internet in 2002 een bescheiden rol. De meerderheid van de journalisten gebruikte internet hier niet of nauwelijks voor. Maar een kwart ging destijds wel minimaal één keer per week het web op om te zoeken naar nieuwe informanten en ideeën voor verhalen. Beide functies zijn anno 2006 belangrijker geworden. De groep journalisten die internet hier zelden of nooit voor gebruikt is geslonken naar circa eenderde van de beroepsgroep. Het aandeel dat dagelijks of elke week online nieuwe informanten of ideeen voor verhalen zoekt, is gestegen van een kwart naar de helft.

Communiceren met collega's was in 2002 veruit de belangrijkste functie van e-mail, zo blijkt uit tabel 6. Bijna zeventig procent van de journalisten gaf aan e-mail hier dagelijks of wekelijks voor te gebruiken. Bijna de helft communiceerde dagelijks met collega's via e-mail. Anno 2006 is dit nog steeds de belangrijkste functie. Bijna negentig procent van de journalisten heeft op die manier dagelijks of wekelijks contact met collega's. Voor tweederde is dat elke dag het geval. Het interviewen van bronnen via e-mail is in zowel 2002 als 2006 een weinig gehanteerde werkwijze. Driekwart van de journalisten ondervraagt zelden of nooit bronnen op die manier.

Verdere gegevens over de manier waarop journalisten contact leggen met informanten zijn te vinden in tabel 7 en 8. In deze tabellen zijn alleen gegevens uit 2006 opgenomen, omdat in 2002 de vragen hierover op een andere manier zijn gesteld. Toen is gevraagd op welke manier journalisten bij voorkeur contact leggen met informanten. Hieruit bleek dat in 2002 de telefoon voor journalisten nog

DNR_internet-tweede.indd 34 3-9-2007 0:41:17

Tabel 6 Journalistieke functies van e-mail (percentages)

		dagelijks	*wekelijks*	*maandelijks*	*zelden of nooit*
Contact met collega's	2002	46	23	16	15
	2006	67	21	5	7
Ontvangen van tips	2002	16	21	25	37
	2006	32	29	14	26
Communiceren met publiek	2002	15	21	21	43
	2006	25	29	14	32
Benaderen van nieuwe bronnen	2002	7	21	27	45
	2006	18	37	17	28
Interviewen van bronnen	2002	1	7	15	77
	2006	4	11	12	73

Tabel 7 Wijze van contact leggen met nieuwe informanten in 2006 (percentages)

	bijna altijd	*vaak*	*soms*	*bijna nooit*
E-mail	15	43	34	8
Telefoon	41	48	9	2
Persoonlijke ontmoeting	18	39	36	7
Fax	0	0	11	89
Instant messaging	0	1	5	94
Via anderen	3	26	55	16

Tabel 8 Wijze van contact hebben met bekende informanten in 2006 (percentages)

	bijna altijd	*vaak*	*soms*	*bijna nooit*
E-mail	41	43	13	3
Telefoon	37	54	8	1
Persoonlijke ontmoeting	15	42	40	3
Fax	0	1	9	90
Instant messaging	1	1	6	92

Tabel 9 Ontvangst feedback van publiek in 2006 (percentages)

	dagelijks	*wekelijks*	*maandelijks*	*zelden of nooit*
E-mail	29	34	16	21
Telefoon	19	31	17	34
Persoonlijke ontmoeting	9	24	24	43
Fax	3	6	6	85
Post	9	20	18	53

steeds het belangrijkste medium was. Zowel bekende als onbekende bronnen benaderden ze bij voorkeur telefonisch. Ongeveer een kwart vond e-mail een goede manier om contact te leggen met onbekende informanten. Reeds bekende informanten werden makkelijker via e-mail benaderd, bijna de helft van de journalisten vond e-mail hier een geschikt medium voor.

In 2006 is de telefoon nog altijd het medium voor journalisten om contact op te nemen met informanten. Zo'n negentig procent zegt vrijwel altijd of vaak naar de telefoon te grijpen wanneer men iets wil weten van bekende of onbekende informanten. Maar de telefoon krijgt serieuze concurrentie van e-mail. Vooral als het gaat om bekende informanten, want dan kiest ruim tachtig procent bijna altijd of vaak voor e-mail.

De fax blijkt in het contact met informanten een marginale positie in te nemen. Voorheen was de fax een belangrijk apparaat omdat daarmee documenten doorgestuurd konden worden. Zo kwamen bijvoorbeeld persberichten vaak via de fax naar de redactie.[12] Inmiddels heeft e-mail die functie blijkbaar zo goed als volledig overgenomen.

Ook voor *instant messaging* is slechts een marginale positie weggelegd in het contact met informanten. Slechts een enkeling gebruikt het hiervoor, ondanks het feit dat een kwart van de journalisten *instant messaging* zegt te gebruiken (zie tabel 1). Vermoedelijk gebruiken ze het net als e-mail hoofdzakelijk voor de communicatie met collega's. Zeker kunnen we hier niet over zijn, omdat er niet naar gevraagd is in de enquête.

In 2006 hebben we ook gevraagd naar de communicatie met het publiek. In 2002 zijn deze vragen niet gesteld, vandaar dat in tabel 9 geen cijfers hierover zijn opgenomen. In de communicatie met het publiek is e-mail in 2006 het belangrijkste medium. Zo'n dertig procent van de journalisten krijgt elke dag e-mail van lezers, luisteraars of kijkers, terwijl zo'n twintig procent dit zelden of nooit overkomt. Wat dit laatste betreft scoren alle andere communicatiemiddelen lager; eenderde wordt bijna nooit opgebeld door publiek, meer dan veertig procent ontmoet zelden of nooit publiek en de helft ontvangt nooit post van publiek. Desalniettemin speelt ook de telefoon in het contact met publiek een belang-

DNR_internet-tweede.indd 36 3-9-2007 0:41:17

rijke rol. De helft van de journalisten krijgt elke week wel een verontruste, vragende of bemoedigende lezer, luisteraar of kijker aan de lijn. En ook de post speelt nog steeds een rol; zeker één keer per week ontvangt dertig procent van de journalisten een schrijven van zijn of haar publiek. Opmerkelijk is het percentage dat via persoonlijke ontmoetingen commentaar krijgt van lezers, luisteraars of kijkers. Liefst eenderde van de journalisten heeft minstens een keer per week een persoonlijk tête-à-tête met mensen uit hun publiek.

3.4 Bruikbaarheid

Uit bovenstaande cijfers blijkt dat diverse internettoepassingen een prominente rol vervullen als journalistieke hulpmiddelen. Het is derhalve aannemelijk dat journalisten met die hulpmiddelen bruikbare informatie kunnen vergaren. Dat wil zeggen dat ze op het web geloofwaardige bronnen aantreffen en informatie vinden die nuttig is voor het uitvoeren van hun werkzaamheden.

De bruikbaarheid van internetbronnen zou om te beginnen tot uitdrukking kunnen komen in de geloofwaardigheid die ze toekennen aan sites van diverse instanties. Daarom is gevraagd naar de waarde die journalisten toekennen aan websites van verschillende soorten instanties. De scores zijn omgerekend naar een schaal van nul tot en met drie (tabel 10).

Tabel 10 Geloofwaardigheid van soorten sites (schaal van 0-3)

	2002	*2006*
Overheidsinstanties	2,1	2,0
Nieuwsmedia	2,1	2,0
Internationale (gouvernementele) organisaties	1,9	1,9
Politici/politieke partijen	1,7	1,7
Brancheorganisaties	1,6	1,6
Non-profit organisaties	1,8	1,8
Belangengroepen	1,5	1,4
Bedrijven	1,6	1,5

Gemiddeld kennen journalisten aan sites van overheidsinstanties en aan sites van nieuwsmedia de hoogste geloofwaardigheid toe. Beide scores liggen boven de neutrale waarde (1,5), derhalve beschouwen journalisten deze sites over het algemeen als geloofwaardige informatiebronnen. Websites van bedrijven en sites van belangengroepen vinden journalisten wat minder geloofwaardig. Deze scores liggen rond de anderhalf, derhalve staan journalisten neutraal tegenover sites van deze organisaties en beschouwen zij ze in elk geval niet a-priori als ongeloofwaardig.

De cijfers laten geen verschillen zien tussen 2002 en 2006. Blijkbaar zijn de opvattingen van journalisten over de sites van verschillende soorten instanties niet veranderd in de afgelopen jaren. Mogelijk heeft dit te maken met de geloofwaardigheid van deze organisaties als nieuwsbron in het algemeen, en op basis daarvan beschouwen de journalisten de sites van die organisaties ook als geloofwaardig. Op grond daarvan zouden we voorzichtig kunnen veronderstellen dat journalisten websites als geloofwaardige informatiebronnen zien die een bruikbaar alternatief vormen voor andere communicatie-uitingen van dergelijke organisaties, zoals persberichten.

De constatering dat online nieuwsgaring inmiddels gebruikelijk is, plus het gegeven dat journalisten websites geloofwaardig vinden, zou kunnen betekenen dat journalisten op internet informatie vinden die direct bruikbaar is. Dat wil zeggen, informatie die ze niet noodzakelijkerwijs nog eens moeten checken op betrouwbaarheid. Of blijven ze kritisch en controleren ze informatie die ze op het World Wide Web aantreffen stelselmatig? In 2002 gaf de helft aan dit niet consequent te doen (tabel 11). Dit in tegenstelling tot informatie die journalisten via de (persoonsgerichte) e-mail ontvangen, want zo'n zeventig procent zei de op die manier ontvangen informatie altijd te checken. In 2006 zijn journalisten in dit opzicht blijkbaar kritischer geworden, want inmiddels controleert driekwart alle informatie die via internet is verkregen. Het aandeel dat via e-mail ontvangen informatie controleert, is ook ietwat toegenomen, naar

Tabel 11 Opvattingen over vermelding en controle van internetbronnen (percentage respondenten dat het eens is met de betreffende opvatting)

	2002	*2006*
Informatie van internet is te onbetrouwbaar om direct te gebruiken	19	38
Alle informatie van internet die ik gebruik controleer ik bij andere bronnen	49	75
Informatie die ik via e-mail krijg check ik altijd	71	79
Als ik informatie vind op internet probeer ik altijd de oorspronkelijke bron te achterhalen	-	73

DNR_internet-tweede.indd 38 3-9-2007 0:41:17

Tabel 12 Opvattingen over de bruikbaarheid van internet voor de informatiegaring (percentage respondenten dat het eens is met de betreffende opvatting)

	2002	*2006*
Het journalistieke werk is een stuk moeilijker zonder internet	85	89
Internet is een goed middel om informatie te vinden	94	98
Via internet vind ik bijna nooit bruikbare informatie	6	3
Via internet vind ik vaak nieuwe informanten/experts	65	66
Via internet vind ik vaak nieuwe informatiebronnen	71	84
Internet gebruik ik vaak om aan nieuwe ideeën te komen.	54	62
Internet gebruik ik vaak om een idee te zoeken voor een verhaal of reportage	-	52
Een expert over een bepaald onderwerp zoek ik vaak op internet	-	70
Door internet is het makkelijk informatie van ver (buitenland) te gebruiken	75	71
Door internet neemt de snelheid om aan informatie te komen toe	87	94
Door internet is het minder belangrijk voor journalisten ‘er bij te zijn’ om over gebeurtenissen te berichten	13	15

ongeveer tachtig procent. Bovendien probeert driekwart van de journalisten altijd de herkomst van internetinformatie te traceren. Dat journalisten nu ze wat langer gebruik maken van internet kritischer zijn geworden, blijkt ook uit het feit dat het aantal journalisten dat vindt dat informatie op internet te onbetrouwbaar is om direct te gebruiken in vier jaar verdubbeld is. In 2002 ging het om 19% van de journalisten, en inmiddels is dat percentage toegenomen tot 38%.

Nu journalisten inmiddels meer ervaring hebben in het gebruik van internet, zou dat zijn weerslag kunnen hebben op het nut dat ze ervaren van internet als hulpmiddel voor het uitvoeren van hun taken. Tabel 12 laat echter zien dat er nauwelijks sprake is van veranderingen in opvattingen hieromtrent. In grote meerderheid zijn Nederlandse journalisten van mening dat internet een nuttig instrument is voor het verrichten van hun werkzaamheden. De belangrijkste boodschap is dat het medium het journalistieke werk vergemakkelijkt. Door internet komen journalisten op een snelle manier aan bruikbare informatie. Ook als die van verder komt, zoals uit het buitenland, zorgt internet ervoor dat journalisten er makkelijk over kunnen beschikken. Dit vond de beroepsgroep in 2002, en in 2006 zijn de meningen hierover niet veranderd.

Overigens is het goed om op te merken dat ook anno 2006 niet alle journalisten positief zijn over internet. Een klein deel, namelijk twee procent, vindt internet geen goed journalistiek hulpmiddel en vindt zelden bruikbare informatie op het web.

Het idee dat door internet het voor journalisten steeds minder belangrijk zou worden om zelf aanwezig te zijn bij de gebeurtenissen waarover ze berichten, wordt door zo'n vijftien procent van de journalisten onderschreven. Maar ook hierin zit nauwelijks beweging; in 2002 was een vergelijkbare groep die mening toegedaan.

De enige verschuivingen tussen 2002 en 2006 zijn opgetreden bij het vinden van informatiebronnen en ideeën voor verhalen. In beide gevallen is er sprake van een lichte stijging. Dit bevestigt het beeld uit tabel 5 dat internet voor het speuren naar nieuws en nieuwe bronnen een iets belangrijkere rol is gaan vervullen sinds 2002.

3.5 Gevolgen voor de journalistiek

In de voorgaande paragraaf is bekeken op welke manier internet de werkwijze van journalisten verandert. Het internet blijkt een hulpmiddel te zijn dat het journalistieke werk in diverse opzichten vergemakkelijkt. Het logische gevolg zou zijn dat journalisten hun werk beter kunnen doen, wat een positieve invloed zou hebben op de journalistiek. In 2002 was een behoorlijke groep journalisten daar echter sceptisch over. Ongeveer eenderde zag de journalistieke zorgvuldigheid in gevaar komen en beschouwde internet als een bedreiging voor de geloofwaardigheid van de journalistiek. Ruim veertig procent vond dat collega's veel te gemakzuchtig waren in het gebruiken van informatie die ze op internet vonden.

Tabel 13 laat zien dat de beroepsgroep in 2006 nog wat kritischer is geworden. Zo is nu bijna de helft van de journalisten van mening dat het gebruik van internet in de hand werkt dat de journalistieke zorgvuldigheid minder wordt. Ook het aantal journalisten dat vindt

Tabel 13 Opvattingen over de invloed van internet op de journalistiek in het algemeen (percentage respondenten dat het eens is met de betreffende opvatting)

	2002	*2006*
Internetgebruik door journalisten maakt de journalistiek oppervlakkiger	15	36
Journalistieke zorgvuldigheid neemt af door gebruik van internet	37	45
Internet is een bedreiging voor de geloofwaardigheid van de journalistiek	32	15
Journalisten maken te makkelijk gebruik van informatie verkregen via internet	43	50

dat internet de journalistiek oppervlakkiger maakt is toegenomen, van 15% in 2002 naar 34% in 2006. Bovendien verwijt een grotere groep journalisten hun collega's te makkelijk gebruik te maken van informatie die via internet is te vinden. In 2002 was 43% bezorgd over de gemakzucht van andere journalisten, inmiddels is dit de helft van de beroepsgroep. Wellicht zijn journalisten in de afgelopen jaren vaker geconfronteerd met negatieve gevolgen van het internetgebruik van zichzelf en hun collega's waardoor een kritische houding is ontstaan bij een grotere groep journalisten.

Opmerkelijk is dat we bij de stelling dat internet een bedreiging is voor de geloofwaardigheid van de journalistiek een tegenovergesteld antwoordpatroon zien. In 2006 denk 15% van de journalisten de geloofwaardigheid van de journalistiek gevaar loopt door internet. In 2002 was die groep veel groter. Toen bleek 31% van de journalisten internet een bedreiging te vinden voor de geloofwaardigheid van de journalistiek. Dit afwijkende resultaat is niet te verklaren ten opzichte van de andere stellingen. Het zou een gevolg kunnen zijn van de manier waarop de stellingen zijn geformuleerd. In 2006 is de stelling directer gesteld, namelijk dat internet een bedreiging vormt voor de geloofwaardigheid van journalistiek. In 2002 is gevraagd naar de mogelijkheid, namelijk dat internet een bedreiging voor de geloofwaardigheid zou kunnen vormen.

3.6 Conclusies

Een van de respondenten van het onderzoek in 2006 stuurde de onderzoekers een e-mail met de mededeling dat hij het niet zo zag zitten om de vragenlijst in te vullen. Hij vond het onderzoek onzinnig, omdat in zijn ogen het gebruik van internet in de Nederlandse journalistiek inmiddels net zo vanzelfsprekend is als leidingwater voor de Nederlandse bevolking. En daar lijkt het inderdaad op. Voor zo'n beetje elke Nederlandse journalist gaat er geen dag voorbij zonder e-mail en surfen op het World Wide Web. Internet is overduidelijk een niet meer weg te denken hulpmiddel voor de hedendaagse informatiegaring en nieuwsproductie. Journalisten gebruiken het medium om op een snelle manier aan nieuws en achtergrondinformatie te komen, bronnen en informanten te vinden en nieuwe ideeën op te doen. Daarnaast gebruiken ze het web voor aanvullende activiteiten die belangrijk zijn in het journalistiek werk zoals informatie controleren, concurrerende media volgen en op de hoogte blijven van de actualiteit.

Ondanks dat internetgebruik doodnormaal is geworden in de journalistiek, blijft het zinvol om in kaart te brengen op welke manier journalisten internet gebruiken en welke consequenties dat heeft voor hun berichtgeving. Op die manier kunnen allerlei speculaties over de rol van internet in de journalistiek met onderzoeksgegevens worden onderbouwd of juist weerlegd. Bijvoorbeeld de veronderstelling dat journalisten

steeds meer hun informatie verzamelen via internet. Door de cijfers over het internetgebruik van journalisten in 2002 en 2006 met elkaar te vergelijken kunnen we constateren dat het adoptieproces, gekeken naar tijdsbesteding, in de Nederlandse journalistiek reeds in 2002 was voltooid. De tijd die journalisten aan internet en e-mail besteden, is de laatste jaren namelijk niet toegenomen. Blijkbaar beschikken journalisten over een min of meer vast tijdsbudget voor online informatiegaring.

Hoewel de tijdsbesteding aan internet dus min of meer constant is gebleven, is er wel een duidelijke toename in diversiteit van gebruikte internettoepassingen. In 2002 werden voornamelijk toepassingen als e-mail, websites en zoekmachines gebruikt. In vier jaar tijd is echter het gebruik van elektronische nieuwsbrieven verdubbeld, het gebruik van nieuwsgroepen, elektronische knipseldiensten, *instant messaging* verdrievoudigd, en het chatten is zelfs vertienvoudigd. Journalisten gebruiken in dezelfde tijd dus een grotere diversiteit aan toepassingen.

Een dergelijk patroon vinden we ook terug bij de diverse functies die internet en e-mail vervullen in de journalistieke praktijk. We zien een toename van bijna alle onderzochte functies, terwijl het aantal journalisten dat internet nooit gebruikt voor die functies, in zijn geheel is afgenomen.

Het lijkt een tegenstelling: Het gebruik van diverse internettoepassingen is toegenomen, evenals de functies waarvoor journalisten internet gebruiken, maar journalisten zijn er niet meer tijd aan gaan besteden. Vermoedelijk hebben journalisten in hun werkweek een bepaald aantal uren die ze besteden aan verschillende werkzaamheden. Ze zijn tijd kwijt aan redactievergaderingen, interviews houden, artikelen schrijven en reportages monteren. Daarnaast spenderen ze een aantal uren aan zaken als nieuwsgaring, informatie verzamelen, feiten controleren en bronnen zoeken. In 2002 gebruikten ze hier internet al voor, hoewel de toepassingen over het algemeen beperkt bleven tot e-mail, websites bezoeken en zoekmachines gebruiken. De tijd die ze in 2006 besteden aan de genoemde werkzaamheden is blijkbaar niet toegenomen, en de rol van internet daarbij ook niet. Maar wel is het aantal journalisten gegroeid dat allerlei andere internettoepassingen is gaan gebruiken, zoals nieuwsbrieven, nieuwsgroepen en elektronische knipseldiensten. Bovendien kan een rol spelen dat journalisten door de langere ervaring, meer handigheid hebben gekregen in het gebruiken van internet, waardoor ze in dezelfde tijd efficiënter met allerlei internettoepassingen hebben leren omgaan.

Journalisten zijn de laatste jaren wel wat kritischer geworden over het gebruik van internet in hun werk. Hoewel ze ervaren dat internet hun werk vergemakkelijkt, tonen ze zich in 2006 een stuk kritischer over het gebruik van internetinformatie. De groep journalisten die zorgvuldig de betrouwbaarheid van informatie zegt te controleren is substantieel gegroeid.

Ook over de gevolgen die het gebruik van internet kan hebben voor de journalistiek is

de kritische houding toegenomen. Daarbij valt direct op dat onder journalisten vooral de zorg is genomen dat collega's te makkelijk gebruik maken van informatie van internet. Blijkbaar maakt het medium het journalistieke werk makkelijker, maar de journalistiek niet beter, volgens het oordeel van veel journalisten. Dit komt ook tot uitdrukking in de opvatting van een grote groep journalisten dat de journalistiek door het veelvuldig gebruik van internet oppervlakkiger wordt en de zorgvuldigheid afneemt. Indien dit de ingeschatte gevolgen zijn voor het professionele beroepsveld, dan is het onmiskenbaar belangrijk om de gevolgen van het gebruik van internet in de journalistiek ook de komende jaren te monitoren.

Alles overziend kent de opmars van internet in de journalistiek een opvallend verloop. Aanvankelijk (voor 1997) bestaat er veel scepsis onder journalisten over het nut van internet. Vervolgens is er rond 2002 breed gedragen optimisme over de nieuwe mogelijkheden voor informatiegaring en de ongebreidelde schat aan informatie op het web. Dat optimisme is er nog steeds, maar inmiddels kijkt een substantiële groep met een kritische blik naar het eigen internetgebruik en naar de gevolgen van internet voor de journalistiek. Ze ervaren de voordelen, maar onderkennen tevens negatieve kanten. Dat heeft vermoedelijk te maken met het karakter van de hedendaagse informatievoorziening. Die verloopt niet langer op overzichtelijke wijze via de massamedia, maar is veranderd in een permanente vloedgolf aan berichten en nieuwtjes die zich via talloos veel kanalen verspreidt. Nieuwssites en blogs zorgen voor een wilde, ongecontroleerde stroom aan nieuwe informatie. Journalisten voelen de noodzaak om daarin mee te gaan en niet achter te blijven. De actualiteit is dwingender dan ooit, wie het nieuws niet onmiddellijk brengt loopt achter de feiten aan en verliest aan zeggingskracht. En dat wil geen journalist. Niet voor niets noemen journalisten het zo snel mogelijk brengen van nieuws naar het publiek een cruciaal aspect van het vak.[13] Dat is hun missie. Maar juist in die aanzwellende stroom aan nieuws en informatie is het ook de taak van journalisten om het kaf van het koren te scheiden. Dat is lastig als de druk hoog is om snel te publiceren of uit te zenden. Het onmiddellijk brengen van nieuws is nu eenmaal moeilijk te verenigen met journalistieke principes als het controleren van feiten en toepassen van wederhoor. Het lijkt erop dat journalisten ervaren dat de combinatie van actualiteit en journalistieke betrouwbaarheid een spagaat is die steeds moeilijker is vol te houden.

3.7 Noten

1 Reacties naar Alexander Pleijter. a.pleijter@maw.ru.nl, 024-3616125.
2 Franciso van Jole (1997), Journalistiek ontdekt internet, de Volkskrant, 5 april 1997.
3 Deze inventarisatie is in 2002 uitgevoerd door Alexander Pleijter en Liesbeth Hermans van de Katholieke Universiteit Nijmegen (tegenwoordig Radboud Universiteit) en Frank Tebbe van communicatiebureau Bikker Euro RSCG, in samenwerking met de Nederlandse Vereniging van Journalisten.
4 Alexander Pleijter, Frank Tebbe & Liesbeth Hermans (2002), pagina 28.
5 Dergelijke optimistische bespiegelingen over de mogelijkheden van internet zijn onder meer te vinden in de boeken van Tom Koch (1991) en John Pavlik (2001).
6 Dergelijke kritische kanttekeningen over de moeilijkheden van internet als journalistiek hulpmiddel zijn onder meer te vinden in publicaties van Jo Bardoel (2000) en Piet Porteman (1999).
7 Frits van Exter (2002), Scharreljournalisten, *Trouw*, 21 juni 2002.
8 Dergelijk inventariserend onderzoek is in de Verenigde Staten gedaan door Bruce Garrison (2000, 2003) en Dan Middleberg & Steve Ross (2001), in Australië door Steven Quinn (1999, 2000), in Duitsland door Wolfgang Lünenbürger-Reidenbach, Jens Petersen & Thomas Wagensonner (2000) en in België door Steve Paulussen (2004).
9 De leden zijn binnen de NVJ ondergebracht in een aantal secties. Deze secties zijn gebruikt voor het samenstellen van een gestratificeerde steekproef. Een aantal secties bestaat uit leden die niet werkzaam zijn als journalist (voorlichters, student-leden, werkloze schoolverlaters), en zijn derhalve buitengesloten. Van de relevante secties is op willekeurige basis een evenredig aantal leden geloot. De totale steekproef bestond in beide jaren uit tweeduizend journalisten.
10 Een moeilijkheid bij het beoordelen van de response is dat in het ledenbestand van de NVJ sprake is van foutieve adressen en niet-actieve journalisten. Mark Deuze (2002) maakte in zijn grootschalige onderzoek naar journalisten in Nederland eveneens gebruik van dit bestand en hij constateerde dat 44 procent van de leden niet bereikbaar was vanwege een foutief adres of niet tot de doelgroep van actieve journalisten behoorde (vanwege pensioen, arbeidsongeschiktheid of werkloosheid). De respons onder actieve journalisten is derhalve waarschijnlijk hoger dan de gemeten respons.
11 Items ontbreken in de inventarisatie uit 2002.
12 In hun onderzoek van ruim tien jaar geleden omschrijven Alexander Pleijter, Eric Willemsen en Liesbeth Hermans (1997) de politieberichten die elke dag via de fax binnen kwamen op lokale redacties van een regionale dagblad als een soort van dagelijks terugkerend ritueel.
13 Het snel brengen van nieuws is onder Nederlandse journalisten de meest aansprekende taakopvatting, zo bleek uit onderzoek van Mark Deuze (2002).

DNR_internet-tweede.indd 44 3-9-2007 0:41:18

3.8 Literatuur

Bardoel, J.
2000 *Publieke journalistiek in een private wereld*. Den Haag: Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen.

Bens, E., de & S. Paulussen
2002 'De impact van het internet op de journalistiek.' In D. Biltereyst & Y. Peeren (red.), *Nieuws, democratie & burgerschap*, (pp.201-217). Gent: Academia Press.

Dahlgren, P.
1996 'Media logic in cyberspace: repositioning journalism and its publics', *Javnost*, *3*(3), 59-72.

Deuze, M.
2002 *Journalists in the Netherlands: An analysis of the people, the issues and the (inter-) national environment*. Amsterdam: Aksant.

Garrison, B.
1995 'Online services as reporting tools: Daily newspaper use of commercial databases in 1994', *Newspaper Research Journal*, *16*(4), 74-86.

Garrison, B.
1997 'Online services, Internet in 1995 newsrooms', *Newspaper Research Journal*, *18*(3/4), 79-93.

Garrison, B.
2000 'Journalists' perceptions of online information-gathering problems', *Journalism & Mass Communication Quarterly, 77*, 500-14.

Garrison, B.
2003 'How newspaper reporters use the web to gather news', *Newspaper Research Journal, 24*(3), 62-75.

Koch, T.
1991 *Journalism in the 21st century: Online information, electronic databases and news*. Twickenham: Adamantine.

Lünenbürger-Reidenbach, W., J. Petersen & T. Wagensonner
2000 *Media Studie 2000: Journalisten Online*. Hamburg: Newsaktuel.

Middleberg, D. & S.S. Ross
2001 *Survey of Media in the Wired World 2000*: Seventh Annual National Survey. New York: Middleberg Euro RSCG.

Paulussen, S.
2004 *Journalistiek@Internet.be: Een studie naar de Mogelijkheden en Gevolgen van het Internet voor de Journalistieke Nieuwsgaring en Nieuwsproductie*. Dissertatie. Gent: Universiteit Gent.

Pavlik, J.V.
2001 *Journalism and new media*. New York: Columbia University Press.

Pleijter, A., F. Tebbe, & L. Hermans
2002 *Nieuwe journalistiek door nieuwe bronnen? Een landelijke inventarisatie van het internetgebruik in de Nederlandse journalistiek*. Rotterdam: Katholieke Universiteit Nijmegen/Bikker Euro RSCG.

Pleijter, A., E. Willemsen & L. Hermans
1997 'De definitiemacht van journalisten: Een casestudy naar de wijze waarop regionale dagbladjournalisten met informatiebronnen gaan', *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap, 25*, 281-303.

Porteman, P.
1999 'Multimedia-journalistiek: De journalist en het internet', *Communicatie*, *28*(2), 2-21.

Quinn, S.
1998 'Online journalism in Australia: The Internet and daily newspapers', *Ecquid Novi*, *19*(1), 47-65.

Nieuws en links

Koninklijk Huis bewerkt Wikipedia

Prins Friso en prinses Mabel hebben informatie over Mabel in de Wikipedia-encyclopedie gewijzigd, schrijft NRC Handelsblad. Het is de tweede keer dat het Koninklijk Huis in het nieuws komt in verband met aanpassingen aan de online encyclopedie. Eerder meldde RTL Nieuws al dat er ook gerommeld was op een Engelstalige wikipagina over koningin Beatrix.

§¶ - DOOR REDACTIE - REAGEER DIRECT - 30 08 07

Waar is Matt Drudge?

Een grappig artikel in New York Magazine. Redacteur Philip Weiss is op zoek naar internets bekendste roddeljournalist Matt Drudge voor een onderhoudend interview. Weiss heeft echter een gigantisch probleem: hoe krijgt hij Matt te pakken? Talloze emailtjes en brieven en telefoontjes naar het radiostation waar Matt elke week een praatje houdt, halen niets uit. Ook een bezoek aan drie woonadressen van Drudge in Miami helpen Weiss niet verder. Of hij Drudge toch nog vindt? Lees zelf maar.

Opinie

YouTube-experiment tijdens Amerikaanse verkiezingsdebatten: "CNN was de scheidsrechter"

"Het was een huwelijk tussen internet en televisie, tussen doe-het-zelf journalistiek en de mainstream media. Maar het was meteen duidelijk wie de leidende partner is in de relatie. 3000 internetgebruikers hadden een filmpje in ware Youtube-stijl opgestuurd, CNN hield er 39 van over. CNN was met andere woorden de ultieme scheidsrechter", schrijft Johan de Poortere, correspondent in de VS van de VRT over het "YouTube"-debat met Amerikaanse presidentskandidaten.

§¶ - DOOR REDACTIE - REAGEER DIRECT - 25 07 07

Weblogs zijn geen overschat genre

"Meningen over weblogs zijn soms iets te kort door de bocht en zitten vaak vol met vooroordelen." Dat zegt Stephan Fellinger, internetondernemer en oprichter van Blogo Media, Nederlands eerste webloguitgeverij. Fellinger reageert daarmee op recente publicaties en uitspraken, die suggereerden dat het weblog een overschat genre zou zijn.

§¶ - DOOR REDACTIE - REAGEER DIRECT - 31 05 07

WELKOM

Internetjournalist is een site voor en door nieuwe media journalisten, mogelijk gemaakt door de sectie internet van de NVJ, de Nederlandse Vereniging van Journalisten.

- Word hier lid
- Zie meer nieuws Villamedia.nl
- Werk op defreelancejournalist.nl

SECTIE INTERNET NIEUWS

De sectie internet van de NVJ organiseert binnenkort vast weer een bijeenkomst. Mail naar internet@nvj.nl voor meer info!

ARCHIEVEN

01 Jul - 31 Jul 2005
01 Feb - 28 Feb 2006
01 Mrt - 31 Mrt 2006
01 Apr - 30 Apr 2006
01 Mei - 31 Mei 2006
01 Jun - 30 Jun 2006
01 Jul - 31 Jul 2006
01 Aug - 31 Aug 2006
01 Sep - 30 Sep 2006
01 Okt - 31 Okt 2006
01 Nov - 30 Nov 2006
01 Dec - 31 Dec 2006
01 Jan - 31 Jan 2007
01 Aug - 31 Aug 2007

NVJ-site voor internetjournalisten: www.internetjournalist.nl/

DNR_internet-tweede.indd 48 3-9-2007 0:41:18

4 Highlights

Korte verwijzingen en citaten

Alle artikelen zijn volledig aanwezig op: www.internetjournalist.nl/onderzoek/

"Eigenlijk weet ik niet of je het nog zo specifiek moet hebben over journalisten als beroepsgroep. De definitief van journalistiek en van journalisten erodeert door de veelheid van vormen van verzamelen, publiceren en distribueren, alles gericht op het bevredigen van de nieuwsgierigheid van consumenten. Voorheen was de journalist degene die namens de eigenaar van een titel informatie selecteerde en in beeld, geluid en tekst componeerde tot interessante, afgebakende producten. Nu zie je mensen vanuit hele andere disciplines aan informatieproducten werken, bijvoorbeeld programmeurs. Nu.nl was misschien de eerste nieuwsdienst waar geen journalist aan te pas kwam."
- **Paul Molenaar**, algemeen directeur van Ilse Media
- *Document*: Interview met Paul Molenaar www.internetjournalist.nl/onderzoek/pivot/entry.php?id=36

"Het werk dat internetjournalisten doen, wordt op dit moment niet op juiste waarde geschat. Er is sprake van onderwaardering. Journalisten bij bedrijven als Planet en Neos zitten duidelijk een slag onder het salarisniveau dat wij hebben weten te bereiken voor tijdschrift- en dagbladjournalisten. En dat terwijl zij qua capaciteiten, analytisch vermogen en werkdruk recht moeten hebben op meer."
- **Thomas Bruning** - Algemeen Secretaris NVJ
- *Document*: Interview met Thomas Bruning www.internetjournalist.nl/onderzoek/pivot/entry.php?id=32

"Ik ben een van de weinige mensen die al een paar jaar roept, en dat houd ik vol, dat klassieke krantenuitgevers toch nog een heel lang leven beschoren kunnen zijn. Om twee redenen. De eerste reden is het feit dat als je rondloopt op een krantenredactie in zijn volledige strekking er een sterke concentratie is op de creatie van content. De krant is slechts een verschijningsvorm, die van papier. Dat zal eerst verminderen tot vooral papier in het weekend, iets dat je nu eigenlijk al ziet. Ten tweede vervult

DNR_internet-tweede.indd 49 3-9-2007 0:41:18

een krant ook een sociale en emotionele behoefte. Het kunnen pakken van een krant op zaterdag- of zondagmorgen verschaft veel mensen een groot genoegen. Uitgevers en journalisten moeten een mentale slag maken om veel breder in verschijningsvormen te gaan denken. Want grote veranderingen komen er zeker."
- **Joris van Heukelom** - MTV, BNN en nu KPN TV
- *Document*: Interview met Joris van Heukelom
www.internetjournalist.nl/onderzoek/pivot/entry.php?id=38

"Ik zie brancheblogs waarop bijna niemand reageert, dan denkt de uitgever toch ook een keer: ga jij je maar weer op je blad concentreren. Maar ik zie ook dat men de snelle interactie op blog leuker vindt dan je artikelen inleveren die dan pas een maand later verschijnen. Bloggen is vaak gewoon leuk. Net als met bladen: uiteindelijk zullen de besten overleven. Maar dat duurt nog enkele jaren."
- **Michael van Os** - ex-hoofdredacteur Adformatie
- *Document*: Interview met Michael van Os
www.internetjournalist.nl/onderzoek/pivot/entry.php?id=34

"Internet biedt allerlei nieuwe kansen. Nu moeten we bijvoorbeeld nog het verslag van een Kamerdebat aan het eind van de middag afbreken omdat de normale programmering weer doorgaat, maar het is natuurlijk ook mogelijk om de kijkers door te verwijzen naar internet waar de uitzending gewoon doorgaat. Je ziet dat die omslag in denken nu plaatsvindt."
- **Roeland Stekelenburg** - hoofd Nieuwe Media NOS
- *Document*: Interview met Roeland Stekelenburg
www.internetjournalist.nl/onderzoek/pivot/entry.php?id=39

"De kritiek dat kranten het belang van internet te laat hebben ingezien, is terecht. Kranten zijn te lang blijven geloven dat zij de enige nieuwsbron waren. Maar tegelijkertijd is dat niet onlogisch. Krantenmakers geloven in hun product. De krant is en blijft het ultieme nieuwsproduct. Voor mensen die weinig tijd hebben of in een beslispositie zitten, blijft de krant superieur. Als je minister-president bent, pak je 's ochtends even de krant en dan heb je heel condensed alle informatie. Vervolgens wil je wel weten hoe dingen ontwikkelen. En om in die informatiebehoefte te voorzien heb je andere media nodig."
- **Pieter Kok** - Uitgever Volkskrant
- *Document*: Interview met Pieter Kok
www.internetjournalist.nl/onderzoek/pivot/entry.php?id=33

"Je kunt natuurlijk zeggen: ik voel me journalist omdat ik op mijn blog schrijf wat ik op school heb meegemaakt. Heel interessant allemaal, maar ik lees dat niet. Dat heeft niets met journalistiek te maken.

DNR_internet-tweede.indd 50 3-9-2007 0:41:18

Het is soms zo ontzettend knullig geschreven. Het aantal bijvoeglijke naamwoorden is vaak niet te tellen. Journalisten gaan daar toch wat zuiniger mee om."
- **Joop Daalmeijer** - Hoofdredacteur Wereldomroep en Voorzitter NVJ
- *Document*: Interview met Joop Daalmeijer
www.internetjournalist.nl/onderzoek/pivot/entry.php?id=35

"Nee, niet elk verhaal is geschikt voor alle media. Neem een programma als Holland Sport. Dat is een prachtig tv-programma. Daar moet je verder vanaf blijven. Bij de verslaggeving vanaf een evenement als Lowlands daarentegen kun je wel weer heel goed verschillende media inzetten."
- **Peter Schrurs** - Directeur VPRO
- *Document*: Interview met Peter Schrurs
www.internetjournalist.nl/onderzoek/pivot/entry.php?id=37

"Vaak hanteren landen een combinatie van technische, juridische en economische druk. Soms zijn die combinaties uiterst verfijnd zoals in Maleisië. Het land kent een groot media aanbod en internet heeft een zeer hoge penetratiegraad. Sites worden niet of nauwelijks geblokkeerd en toch is het land volgens Freedom House 'niet vrij'. Dat komt door het omvangrijke controlesysteem waarbij alle media een vergunning nodig hebben om te mogen publiceren of uit te zenden. Die wordt alleen afgegeven aan media die de heersende politieke partijen gunstig gezind zijn. In combinatie met een strenge wetgeving op blasfemie levert dat een medialandschap op dat in hoge mate aan zelfcensuur doet."
- *Document*: Internet en censuur
www.internetjournalist.nl/onderzoek/pivot/entry.php?id=30

"Bas Broekhuizen van de Volkskrant is waarschijnlijk één van de weinige journalisten die in aanmerking komen voor het predikaat multiskilled journalist – hij werkte op de internetredactie, schreef stukken voor de krant en is nu chef video. Zelf gruwt hij van de term multiskilled journalist. 'Het idee van de multimediajournalist heb ik de afgelopen jaren achter me gelaten. Het kan best zo zijn dat een journalist meerdere talenten heeft, maar het is lastig om ze tegelijk uit te oefenen. Dan krijg je een onbevredigende situatie, waarbij je twee dingen half doet.'"
- *Document*: Mediaconvergentie
www.internetjournalist.nl/onderzoek/pivot/entry.php?id=29

"De term internetredactie gebruikt de krant niet meer. 'We hebben vorig najaar bewust gekozen voor een redactie multimedia', aldus Blanken. 'Het fenomeen internetredactie hebben we wel gehad. Ik associeer die term heel erg met de tijd dat de internetredactie in een bezemkast zat. Daar had je dan een paar nerds die veel verstand hadden van programmeren. Die tijd is voorbij. Het gaat inmiddels over veel meer

dan een webpagina. Het gaat over beeld, geluid, tekst, flash en print. Als je als krant een multimediakrant wil zijn, moet je dat misschien ook maar in al je communicatie benadrukken.'"
- **Henk Blanken** - adjunct-hoofdredacteur Dagblad van het Noorden
- *Document*: Krantentweeluik
In contentbijlage op: www.internetjournalist.nl/onderzoek/

"Volgens Theo Hylkema van het bureau Entopic, die samen met Frans Straver en Hans Postma jaarlijks de 'Gids Content Management Systemen' samenstelt, mag een CMS nooit een belemmering vormen voor het werk van een journalist. Het goede nieuws: volgens Hylkema hoeft een CMS een journalist ook helemaal niet meer in de weg te zitten. "Het kan altijd beter, maar de laatste jaren zijn de content management systemen een stuk gebruikersvriendelijker geworden", stelt hij vast."
- *Document*: CMS Hindernis of Hulpmiddel
In contentbijlage op: www.internetjournalist.nl/onderzoek/

"Niet alleen zorgt weblogsoftware ervoor dat meer mensen online kunnen publiceren, maar het ordeningsprincipe van de weblog heeft ook invloed op de inhoudelijke kanten van de journalistiek. Zo geeft Korterink ruiterlijk toe dat de reactiemogelijkheid onder een artikel leidt tot een iets persoonlijkere manier van schrijven: "het is niet alleen ontzettend leuk om reacties te krijgen, ze zijn voor mij belangrijker dan bezoekers. En dus ga je het iets prikkelender en persoonlijker opschrijven."
- **Hendrik Jan Korterink** - misdaadverslaggever
- *Document*: Weblogsoftware
www.internetjournalist.nl/onderzoek/pivot/entry.php?id=25

"Job Twisk, docent internetjournalistiek bij het HBO in Utrecht vindt zelfs dat de studenten van nu bar weinig weten van de internetjournalistiek. 'Iedereen weet bij binnenkomst Hyves te vinden. En hun MSN staat de hele dag open. Web 2.0 zit bij hen al standaard geïntegreerd. Maar wat ze er vervolgens mee moeten om een doelgroep aan te spreken? Dat weten ze niet. Ik vind studenten nog erg terughoudend, en weinig assertief in het gebruiken van techniek in ons beroepsveld.'"
- *Document*: Internetjournalistiek opleiding anno nu
www.internetjournalist.nl/onderzoek/pivot/entry.php?id=28

"Het verschil in ethiek van online journalisten, op het gebied van privacy, commercie en auteursrecht wijkt niet fundamenteel af van dat van de kranten-, tv- of radiojournalist. Sterker nog: men lijkt zelfs braver dan de collega's van de traditionele media. Wellicht is dit een poging af te komen van het drukkende stigma dat op internet geen wetten gelden. Juist omdat alles wat er aan hoaxes, plagiaten

of vuilspuiterij voorkomt op internet, leeft onder internetjournalisten de wens om alles ‘volgens het boekje’ te doen. Vandaar de wens voor CAO’s, privacy-statements, redactiestatuten en een gedragscode.”
- *Document*: Ethiek in de Internet-journalistiek
www.internetjournalist.nl/onderzoek/pivot/entry.php?id=22

“Over het algemeen is de internetredacteur een man (70%) opgeleid op een van de Scholen voor de Journalistiek (36%) of aan de universiteit(34%) al dan niet met een kopstudie journalistiek (4%). Speciale cursussen zijn voor 13% van de geënquêteerden van belang voor het verrichten van hun werk. Qua inkomen zijn de topinkomens (meer dan 40.000 euro) net in de meerderheid (bijna 31%), op de voet gevolgd door twee lagere inkomensgroepen. 26% heeft een inkomen tussen 30.000 en de 40.000; en 29% heeft een inkomen tussen 20.000 en de 30.000.
Deze gelijke verdeling over de verschillende inkomenscategorieën wijst er dus op dat internetjournalistiek niet iets is voor alleen jonge en beginnende redacteuren, maar dat ook oudere en ervaren journalisten op de online-redactie werken.”
- *Document*: Wie Wat Waar
www.internetjournalist.nl/onderzoek/pivot/entry.php?id=31

DNR_internet-tweede.indd 54 3-9-2007 0:41:18

5 Volledige contentlijst

*= cijfers

Artikel	auteur	maand
onderzoek		
A Radboudonderzoekfase1 (pdf) + samenv *	Radboud Universiteit	01-2002
B Radboudonderzoekfase2 (Word) + vragen *	RU	02-2006
fase 3		
01. Interview met Paul Molenaar	Peter Olsthoorn	10-2006
02. Interview met Joris van Heukelom	Peter Olsthoorn	10-2006
03. Interview met Michael Van Os	Peter Olsthoorn	10-2006
04. Interview met Roeland Stekelenburg	Maarten Reijnders	10-2006
05. Interview met Pieter Kok	Maarten Reijnders	10-2006
06. Interview met Joop Daalmeijer	Maarten Reijnders	10-2006
07. Interview met Pieter Schurs	Maarten Reijnders	10-2006
08. Interview met Thomas Bruning	Maarten Reijnders	1-2007
09. Ethiek in de internetjournalistiek *	Lotte van Doorn	08-2005
10. Ethieksurveyuitslag *	Lotte van Doorn	06-2005
11. Internet en censuur	Kenneth Carol van Toll	11-2006
12. Mediaconvergentie	Maarten Reijnders	11-2006
13. Kranten: Internet niet langer een etalage	Maarten Reijnders	03-2007
14. Kranten: Internetredacties weg uit de bezemkast	Maarten Reijnders	03-2007
15. CMS: hulpmiddel of hindernis?	Maarten Reijnders	10-2006
16. Weblogsoftware	Erik van Heeswijk	09-2006
17. Internetjournalistiek scholing anno nu	Lotte van Doorn	09-2006
18. Onderzoek Wie is de internetjournalist? (xls)*	NVJ	11-2006

DNR_internet-tweede.indd 55 3-9-2007 0:41:18

Artikel	auteur	maand
onderzoek		
fase 2		
19. Stand van zaken. Trends (Rapport2efase)	Erik van Heeswijk	05-2005
20. Nieuwe uitgeefvormen (Rapport2efase)	Erik van Heeswijk	09-2003
21. Nieuwe uitgevers (Rapport2efase)	Erik van Heeswijk	09-2003
22. Digitale commercie (Rapport2efase)	Erik van Heeswijk	11-2004
23. Overheidsbemoeienis (Rapport2efase)	Erik van Heeswijk	11-2004
24. Opleidingen (Rapport2efase)	Lotte van Doorn	10-2004
25. Veldwerk (Rapport2efase)	Lotte van Doorn	10-2004
26. Dossier digitale kanalen (Rapport2efase)	RedactieNetkwesties	03-2005
fase 1		
27. Online enquêteren	Peter Verwey	01-2004
28. Inleiding/middelen/ Plan van aanpak	Ren de Vree	2002
29. Nieuwtjes Internetjournalist.nl Samenvatting	Villamedia	2005
30. Wie Wat Waar *	Ren de Vree	11-2003

DNR_internet-tweede.indd 56 3-9-2007 0:41:18

6 Belangrijkste conclusies

> Het adoptieproces van internet was, gekeken naar tijdsbesteding, in de Nederlandse journalistiek reeds in 2002 was voltooid. De tijd die journalisten aan internet en e-mail besteden, is de laatste jaren niet toegenomen. Blijkbaar beschikken journalisten over een min of meer vast tijdsbudget voor online informatiegaring. Er is wel een duidelijke toename in diversiteit van gebruikte internettoepassingen.

> Hoewel journalisten ervaren dat internet hun werk vergemakkelijkt, tonen ze zich in 2006 een stuk kritischer over het gebruik van internetinformatie. De groep journalisten die zorgvuldig de betrouwbaarheid van informatie zegt te controleren is substantieel gegroeid.

> Internet maakt het journalistieke werk makkelijker, maar de journalistiek niet beter, volgens het oordeel van veel journalisten. Dit komt ook tot uitdrukking in de opvatting van een grote groep journalisten dat de journalistiek door het veelvuldig gebruik van internet oppervlakkiger wordt en de zorgvuldigheid afneemt.

> Apart internetjournalisten, zijn niet de jongste, goed opgeleid, hebben een vaste baan en verdienen prima. Hun werkzaamheden bestaan voor het belangrijk deel uit schrijven voor het web (61%) en uit eindredactie (49%). Verslaggeving komt minder voor (24%) en dat bevestigt de indruk dat online-redactie toch vooral bureauwerk omvat.

> De ethiek van online journalisten, op het gebied van privacy, commercie en auteursrecht wijkt niet fundamenteel af van dat van de kranten-, tv- of radiojournalist. Sterker nog: men lijkt zelfs braver dan de collega's van de traditionele media.

> Journalisten met al een baan hebben nauwelijks een opleiding gevolgd in internetvaardigheden. Een meerderheid is niet bij herhaling door de werkgever bijgeschoold in internetresearch, bronnenevaluatie, informatietechnologie of multimediale vaardigheden.

> Internet en haar journalistieke toepassingen zijn volledig geïntegreerd in de journalistieke opleidingen. De interesse van zowel vol- als deeltijdstudenten voor internet is zelfs zeer groot.

> Op wereldschaal komt internetcensuur steeds vaker voor. Vaak hanteren landen een combinatie van technische, juridische en economische druk.

DNR_internet-tweede.indd 57 3-9-2007 0:41:19

DNR_internet-tweede.indd 58 3-9-2007 0:41:19