

‘The first rough draft of history’



‘The first rough draft of history’

Welke rol is er voor de burgerjournalist weggelegd in een participatiesamenleving zoals die door de overheid aanbevolen wordt?

Student:

Birte Bakker

J51

Castellumlaan 26

3454 VB De Meern

06-11251045

Begeleider:

Bart Noorlander

Eerste beoordelaar:

Bartho de Looij

Verdieping:

Markt & Maatschappij

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Onderzoeksmethode	5
3. Literatuurstudie	7
3.1 Wat is burgerjournalistiek?	7
3.2 Wat is reguliere journalistiek?	10
3.2.1 Journalistieke beroepsstandaarden	13
3.2.3 Journalistieke kwaliteitsnormen	14
3.3 Burgerjournalistiek en reguliere journalistiek: overeenkomsten en verschillen	15
3.3.1 Overeenkomsten	15
3.3.2 Verschillen	16
3.4 Hoe ziet het huidige medialandschap eruit?	17
3.5 Journalisten en burgerjournalisten in een participatiesamenleving	19
3.5.1 Participatiesamenleving	19
3.5.2 Journalistiek in een participatiesamenleving	21
3.5.3 Burgerjournalistiek in een participatiesamenleving	21
3.5.4 Onafhankelijkheid van de journalist	21
3.5.5 Snelheid, scoringsdrift en gebrek aan context	23
4. Journalistiek en nieuwe media	27
5. Kwalitatief onderzoek: Interviews	31
6. Kwalitatief onderzoek: Analyse	41
6.1 Geanalyseerde nieuwssites	43
6.2 Uitkomsten	44
6.3 Conclusies	54
7. Algehele conclusie	57
8. Begrippenlijst	61
9. Literatuurlijst	62
10. Bijlagen	70
10.1 Transcripten van de kwalitatieve onderzoeken	70

1. Inleiding

Burgerjournalistiek: het bestaat, maar niemand weet wat je er precies mee kunt doen. Aan de ene kant is er een professionaliteit die van je vraagt dat je jouw werk doet zonder beïnvloed te worden door de buitenwereld. Aan de andere kant kan burgerjournalistiek een hele waardevolle bijdrage zijn voor de huidige journalistiek, mits burgerjournalistiek goed gebruikt wordt. De traditionele journalistiek heeft niet langer het patent op *the first rough draft of history*, die taak is overgenomen door burgerjournalisten op social media. In een tijd waarin burgers worden opgeroepen om zelfvoorzienend en participierend te zijn in de samenleving, is burgerjournalistiek populairder dan ooit. Gehaakt aan die participatiesamenleving reist er een vraag op, tevens ook mijn onderzoeksvraag : ‘*Welke rol is er voor de burgerjournalist weggelegd in een participatiesamenleving zoals die door de overheid aangeprezen wordt?*’. Om erachter te komen wat de rol van de burgerjournalist kan en moet zijn interview ik experts, een burgerjournalist en reguliere journalisten over deze vraag. Daarnaast analyseer ik drie nieuwssites die mij duidelijk maken hoe burgerjournalistiek vandaag de dag gebruikt wordt. Aan de hand hiervan kan ik heldere conclusies trekken over de huidige rol van de burgerjournalist en welke rol de burgerjournalist zou moeten spelen.

2. Onderzoeksmethode

Verantwoording minor

Mijn afstudeeropdracht sluit goed aan bij mijn minor, Markt & Maatschappij. Burgerjournalistiek is opgebloeid in deze participatiemaatschappij en heeft ook zijn invloed op de journalistiek en de samenleving.

Verantwoording analyse

Mijn afstudeeropdracht bestaat uit een literatuuronderzoek en deskresearch waarmee de definities en taakopvattingen van de reguliere journalistiek en burgerjournalistiek onderbouwd worden. De verkregen informatie vormt de basis voor mijn analyse die ik uit ga voeren. Ik analyseer drie nieuwssites, AD.nl, NOS.nl en volkskrant.nl op hun gebruik van burgerjournalistiek. AD.nl, NOS.nl en volkskrant.nl zijn bij uitstek de kandidaten om te analyseren op het gebruik van burgerjournalistiek. De sites hebben alledrie een andere inslag. Zo is AD.nl gericht op het snelle, populaire nieuws, NOS.nl op het belangrijke nieuws, en volkskrant.nl op de actualiteit, met een kritische inslag. Het gebruik van burgerjournalistiek zal bij geen van deze sites hetzelfde zijn. Ik kijk hoe vaak ze gebruik maken van burgerjournalistiek, maar ook hoe het gebruikt wordt, of deze input belangrijk is, betrouwbaar is en welke rol deze input de burgerjournalist oplevert. Is dat een leidende, aanvullende, kleine of geen rol? Deze analyseresultaten moeten mij een helder beeld geven van de huidige situatie van het gebruik van burgerjournalistiek op Nederlandse nieuwssites. De analyse geeft mij ook een helder inzicht van hoe burgerjournalistiek gebruikt wordt. Hieraan kan ik afleiden of de nieuwssites in kwestie anders gebruik zouden kunnen of moeten maken van burgerjournalistiek.

Verantwoording diepte-interviews

Ook heb ik verschillende diepte-interviews afgenomen. Bij diepte-interviews kan er goed doorgevraagd worden naar achterliggende motivaties, gedachten en ideeën. Hierdoor komt gedetailleerde informatie vrij. Diepte-interviews zijn van grote waarde voor mijn onderzoek, omdat er verschillende ideeën en invalshoeken over burgerjournalistiek bestaan in de beroepsgroep. Ik heb voor de interviews ook gekozen voor kandidaten die echt iets te zeggen hebben over burgerjournalistiek, waardoor zij van grote meerwaarde zijn. Deze actuele en realistische ideeën, invalshoeken en meningen kan ik goed toepassen op de analyse, mijn conclusie van de analyse en de algehele conclusie. Ook helpt dit om mijn inzichten te verbreden en te verwerken. Zo geven drie experts, vier journalisten en één burgerjournalist hun mening over burgerjournalistiek, de rol van burgerjournalistiek in een participatiesamenleving, de journalistiek, de relatie tussen journalistiek en publiek, social media en het veranderende medialandschap. De experts hebben verstand van journalistieke zaken en zijn auteur van boeken die licht geven op de huidige stand van zaken in de journalistiek, maar ook op de toekomst van de professie. De journalisten zitten midden in de actualiteit, hebben al jarenlange ervaring in de journalistiek en deinzen er niet voor terug hun ongezoeten mening te geven over burgerjournalistiek en de gevolgen daarvan. Ook ga ik in gesprek met een burgerjournalist. Zij geeft een eerlijk en realistisch beeld van burgerjournalistiek en haar eigen ervaring hierin. Deze meningen helpen mij om inzichten uit de praktijk te verwerken in de algehele conclusie.

De definities van journalistiek en burgerjournalistiek heb ik in deze scriptie als volgt afgebakend:

Journalistiek: Journalistiek is het op een verantwoorde, waarheidsgetrouwe en geloofwaardige manier overbrengen van actualiteiten en verdieping van de actualiteiten aan het publiek.

Burgerjournalistiek: Burgers die (incidenteel) journalistiek werk verrichten, door bijvoorbeeld nieuwswaardige informatie, foto's en video's online te delen met publiek.

Door de scriptie heen komen de volgende deelvragen aan bod die mij helpen om de uiteindelijke hoofdvraag: *“Welke rol is er voor de burgerjournalist weggelegd in een participatiesamenleving zoals die door de overheid aangeprezen wordt?”* te beantwoorden:

-  Wat is burgerjournalistiek?
-  Wat is reguliere journalistiek en wat zijn de taken en verantwoordelijkheden van de journalist?
-  Wat zijn overeenkomsten en verschillen tussen reguliere journalistiek en burgerjournalistiek?
-  Hoe ziet het huidige medialandschap eruit?
-  Wat is de rol van de reguliere journalist en de burgerjournalist in een participatiesamenleving?
-  Hoe kan journalistiek nieuwe media het best toepassen?
-  Hoe maken Nederlandse nieuwssites gebruik van burgerjournalistiek?
-  Hoe kijken experts, journalisten en burgerjournalisten aan tegen burgerjournalistiek?

3. Literatuurstudie

3.1 Wat is burgerjournalistiek?

Toen op zaterdag 6 juni 2015 een Jumbo-filiaal in Groningen ontruimd moest worden na een bommelding, was er geen journalist die verslag deed van de ontwikkelingen. Nee, de lezers van NOS.nl werden doorgestuurd naar een live Periscope-verslag van Rianne Schuurman, een doodgewone burger die in de Jumbo was. Een moment voor in de geschiedenisboeken.

Want de twintigste eeuw is de eeuw geworden van het publiek, van de mondige massa. Duizenden jaren heeft de mens erover gedaan om zo assertief te worden. De mens had er de massamedia voor nodig die hem aanvankelijk als eenling in de massa niet zagen staan maar later, in de loop van de twintigste eeuw, wel degelijk serieus gingen nemen. De massa werd niet alleen mondig maar ook koopkrachtig. Die welvarende massa werd een publiek dat nu op zijn wenken wordt bediend met massa-advertenties, massaproducten, massa-entertainment en massameningen, dit alles samen te vatten als: massacultuur (Blanken, 2009, p 213). Deze mondige massa heeft ook rechten en plichten als het op nieuws aankomt. *“They must set aside prejudice and judge the work of journalists on the basis of whether it contributes to their ability to take an informed part in shaping their society. But the way journalists design their work to engage the public must provide not only the needed content but also an understanding of the principles by which their work is done. In this way, the journalists will determine whether or not the public can become a force for good journalism (Kovach & Rosenstiel, 2001, pag. 248)”*.

De laatste tijd maken professionele journalisten steeds vaker gebruik van haar lezers. De aardbeving in Haïti in 2010, de Occupy-protesten in Nederland in 2011 en de Arabische Lente (2010-heden) zijn slechts een paar gebeurtenissen waarbij er snelle en effectieve uitingen van burgerjournalistiek waren te zien. Ondanks de wat sceptische houding van journalisten tegenover het fenomeen burgerjournalistiek hebben de media er ook veel baat bij gehad. Desalniettemin is burgerjournalistiek een begrip waar nog altijd onduidelijkheid over heerst. Er bestaan verschillende definities, geen daarvan is een officiële. De volgende punten over burgerjournalistiek zijn in ieder geval bekend:

-  Burgerjournalistieke projecten zijn ontstaan uit onvrede over het bestaande nieuwsaanbod of in een poging van bestaande media om de relatie met de burger te herstellen of te vernieuwen.
-  Burgerjournalistiek bestaat vooral op en dankzij internet.
-  Elk project voor burgerjournalistiek zorgt- al dan niet bedoeld- voor het ontstaan van nieuwe of het versterken van bestaande communities.
-  Slechts in enkele gevallen is er sprake van bottom-up burgerjournalistiek, de meeste burgerjournalistieke projecten vinden hun oorsprong in bestaande, traditionele media (Fijter, 2007, p.155).

Bestaat er wel een goede definitie die de lading dekt? Zou de reguliere journalistiek meer gebruik moeten maken van burgers? Dan kunnen er mooie dingen ontstaan, zo beweest (onder andere) Rianne Schuurman. Zou het voor verbetering kunnen zorgen in de toch al beschadigde relatie tussen media en publiek? Om dit alles op een rijtje te zetten, is het eerst van belang om een duidelijke definitie te krijgen van burgerjournalistiek. *“Zo lang als het woord burgerjournalistiek bestaat, wordt het woord op verschillende manieren gebruikt en geïnterpreteerd.*

Burgerjournalistiek is een samenraapsel van allerlei verschillende definities, interpretaties en karakteristieken die er sindsdien aan zijn gegeven” (Oers, 2010). Burgerjournalistiek is, simpel gezegd, de inbreng van niet-journalisten. Maar is er een definitie die de lading beter dekt? Burgerjournalistiek wordt in de communicatie wetenschappelijke literatuur ook wel ‘user-generated content’ of ‘participatory journalism’ genoemd (Malcorps, 2012). Alle drie de termen refereren aan burgers die een actieve rol spelen in het journalistieke proces van verzamelen, verslag doen, analyseren en het verspreiden van nieuws en informatie op het internet. Burgerjournalistiek anno 2015 staat onlosmakelijk verbonden met het internet en vooral social media. Hier ga ik in hoofdstuk 4 verder op in.

Burgerjournalistiek wordt de inbreng van niet-journalisten genoemd. Een term die bij pleitbezorgers van een publieke vorm van journalistiek - public journalism of civiele journalism - op weerstand stuit: ‘Journalistiek moet je overlaten aan professionals’ (Rennen, 2000, pag. 112-116). Burgerjournalistiek is dus een vorm van journalistiek waarbij gewone burgers journalistieke taken uitvoeren die normaal door professionele journalisten wordt uitgevoerd. Dit betekent dat een burger in principe het schrijven, produceren en publiceren van nieuws op zich neemt. In alle gevallen van burgerjournalistiek zien we de burger eerder als ‘actief lid van de maatschappij’ dan ‘staatsburger’, omdat de burger zich verdiept en bemoeit met het produceren van nieuws voor de rest van het publiek.

Volgens communicatiewetenschapper Mark Deuze betekent burgerjournalistiek in de praktijk iets als het uitbesteden van een gedeelte van het werk dat gesalarieerde journalisten gewoonlijk doen aan onbetaalde vrijwilligers uit het publiek (Deuze, 2008, pp. 67-84). Hier richt Deuze zich naar mijn mening meer op de interactie tussen het publiek en de journalist. De media schakelt de hulp in van onbetaalde vrijwilligers om op nieuws te jagen in hun eigen regio, zodat de professionele journalisten zich daar niet druk over hoeven te maken. Die interactie is belangrijk, maar de burgerjournalistiek neigt volgens mij meer naar burgers die uit eigen beweging nieuws produceren. De Amerikaanse journaliste en schrijfster Courtney C. Radsch ziet burgerjournalistiek meer als een alternatieve en activistische vorm van nieuwsgaring en verslaggeving, *“that functions outside mainstream media institutions, often as a response to shortcoming in the professional journalistic field, that uses similar journalistic practices but is driven by different objectives and ideals and relies on alternative sources of legitimacy than traditional or mainstream journalism* (Radsch, z.d.)”. Wat Radsch hier eigenlijk mee wil zeggen is dat burgerjournalistiek voortgekomen is uit de tekortkomingen van de journalist. De relatie tussen journalistiek en publiek is ongemakkelijk en altijd al een onderwerp van gesprek geweest. (Buijs, 2008, pag.120). Maar journalisten hebben het publiek nodig, en andersom ook. Met de komst van het internet is die relatie helemaal veranderd. Burgers leveren kritiek, participeren en plaatsen zelf alles op social

media en zetten daarmee ook de journalistiek voor het blok. Burgerjournalistiek is dus een duidelijk gevolg van een verstoorde relatie tussen de reguliere journalistiek en het publiek. Mediacriticus Jay Rosen definieert het simpeler: volgens hem is er sprake van burgerjournalistiek wanneer mensen die tevoren het publiek waren, journalistieke instrumenten gaan gebruiken waarover ze kunnen beschikken, om elkaar op de hoogte te houden (Rosen, 2006).

“When the people formerly known as the audience employ the press tools they have in their possession to inform one another, that’s citizen journalism.”

- Jay Rosen, 2006

Een goed voorbeeld van een journalistiek instrument waar Rosen het over heeft is social media. Facebook en Twitter dienen zich anno 2015 als prima middel om met hashtags meningen te geven over tv-programma’s, maar ook om foto’s en video’s te plaatsen van gebeurtenissen in de buurt.

Burgerjournalistiek is een synoniem van het Engelse User Generated Content (UGC), wat staat voor het aanleveren van informatie door de gebruikers van een bepaald medium. Volgens de blog LifeWallConcepts kun je drie vormen van UGC onderscheiden:

-  de consument plaatst zelf content, bijvoorbeeld door het bijhouden van een blog;
-  de consument reageert en discussieert op social media, fora en communities;
-  de consument wordt uitgenodigd om content aan te leveren voor op marketing gerichte doeleinden. (Brinkman, z.d).

Lewis, Kaufhold en Lasorsa (2009) omschrijven burgerjournalistiek als “user contributions to news content”, wat raakvlakken heeft met de relatie tussen burgers, journalisten en nieuwe media. Door het gebruik van nieuwe media, te denken is aan social media als Facebook, Twitter, maar ook smartphones en andere technologische ontwikkelingen op het digitaal gebied, is de kloof tussen burgers en media een stuk smaller geworden. Burgers hebben de vrijheid, de tijd en de ruimte om zelf nieuws, in de vorm van tekst, foto’s of video’s te plaatsen. Dit is niet waar de meeste media op zitten te wachten. Burgers vormen een belangrijk onderdeel van het nieuws. Ze lezen het en hebben de mogelijkheid om commentaar te geven. Ze zijn vooral bruikbaar en van belang als nieuwsbron, maar burgers die zelf nieuws produceren? Dat zien de meeste journalisten niet zitten. Het is immers van oudsher de taak aan journalisten om te fungeren als gatekeeper, als waakwond van de democratie? Journalisten zijn daarom wat afstandelijk in het volwaardig accepteren van burgerjournalistiek.

Nieuw-Zeelandse wetenschapper Luke Goode heeft een wat duidelijkere omschrijving van burgerjournalistiek. Hij zegt in een onderzoek voor de Universiteit van Auckland dat burgerjournalistiek zaken omvat als het delen van foto's en video's op bijvoorbeeld social media, blogs en getuigenverklaringen van nieuwsgebeurtenissen op bijvoorbeeld het internet. (Goode, 2010) Daarom is mijn definitie van burgerjournalistiek deze:

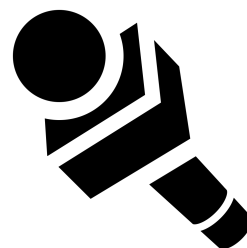
Burgers die (incidenteel) journalistiek werk verrichten, door bijvoorbeeld nieuwswaardige informatie, foto's en video's online te delen met publiek.

Incidenteel journalistiek verrichten gebeurt vooral bij grote gebeurtenissen waarbij geen professionele journalisten ter plaatse zijn. Dan zijn het de burgers die foto's en video's of tweets en facebookberichten maken en online plaatsen. Niet met de gedachte: 'Ik ga deze video plaatsen, dus ben ik journalistiek bezig', maar de video onbewust online plaatsen zonder verder de gevolgen ervan te zien. Een goed voorbeeld van incidentele journalistiek bedrijven is Rianne Schuurman. Zij plaatste een livestream op de app Periscope online en deed live verslag, dat vervolgens werd opgepikt door de NOS. De hele tijd heeft Rianne Schuurman journalistiek werk verricht, zonder dat ze journalist is. Ze heeft geen journalistieke kwaliteiten, maar toch gebruikte de NOS haar voor het verslag en zo gaf ze de reguliere journalisten in Nederland het nakijken.

3.2 Wat is reguliere journalistiek?

Als burgerjournalistiek geen echte journalistiek is, wat is dan goede, reguliere journalistiek? Het woord journalistiek kent vele opvattingen en beschrijvingen. Kees Buijs legt uit dat het woord journalistiek gebruikt wordt in verschillende betekenissen. Journalistiek kan slaan op de activiteit, op het resultaat van de activiteit en op de groep die de activiteit ontplooit die we journalistiek noemen. Maar waar moet de activiteit journalistiek uit bestaan om het ook echt journalistiek te kunnen noemen? *'Als de activiteit bestaat uit het vergaren, verifiëren en via massamedia verspreiden van nieuws en uit het bieden van context en duiding'* (Buijs, 2009, pag 21).

Er zijn veel soorten journalistiek : prestige' (or quality) journalism, tabloid journalism, local journalism, specialist journalism, 'new' (personal and committed) journalism, civic journalism, development journalism, investigative journalism, alternative journalism, journalism of record, advocacy journalism, alternative journalism and gossip journalism (McQuail, 2005, pag. 23). David Randall denkt daar anders over. Volgens hem is journalistiek slechts in twee soorten te onderscheiden: goede en slechte journalistiek. *"The bad is practiced by those who rush faster to judgement than they do to find out, indulge themselves rather than the reader, write between the lines than on them, write and think in the dead terms of the formula (...). The good is intelligent, entertaining, reliably informative, properly set in context, honest in intent and effect, expressed in fresh language and serves no cause but the discernible truth (Randall, 2000, pag.12)"*. In dit onderzoek ligt de nadruk op de 'prestige' journalism zoals McQuail die aangeeft (2005, pag. 23). Dus de reguliere, goede journalistiek, zoals journalistiek moet zijn, zoals Randall hem beschrijft. Maar wat is journalistiek eigenlijk? En wanneer ben je een goede journalist?



Van Dale komt met een simpele definitie van journalistiek. *'Journalistiek is het verstrekken van informatie van omtrent het dagelijks gebeuren via de media'*. Naar mijn mening dekt dit de lading niet helemaal. Natuurlijk is dit een hele makkelijke definitie, maar bij journalistiek komt veel meer kijken dan alleen het verstrekken van informatie. De journalist schrijft, doet onderzoeken, legt contacten en houdt zich bezig met alle maatschappelijke ontwikkelingen. De journalist is de

gatekeeper van de maatschappij, maar ook steeds meer een factchecker, door de opkomst burgerjournalistiek.

Volgens de hbo-richtlijnen moeten journalisten als volgt worden opgeleid: *“De opleiding Journalistiek leidt op tot breed inzetbare journalisten die marktgericht, integratief en innovatief met hun werk bezig zijn. Journalisten publiceren hun tekst- en beeldmateriaal via radio, televisie, dagbladen, tijdschriften en via het internet, waar veelal de traditionele media worden geïntegreerd. Deze verschillende media, het grote aantal verschillende functies en de ongelimiteerde verscheidenheid aan onderwerpen maken de journalistiek tot een breed en gevarieerd werkterrein.”*

In Amerika houdt men stevig vast aan drie standaarden waar een verantwoordelijke pers aan moet voldoen: *“The issue of who is a journalist in the digital age also raises what is perhaps the most vexing ethical question facing journalism today. American journalism has held tightly to the notion that three standards are central to a responsible press: (1) objectivity (2) fairness, that is providing balanced coverage reflecting all sides of an issue (3) accuracy, that is, getting the facts right and representing a story completely. These three standards define how an ethical press, online or off, should operate in its pursuit of the truth”.* (Pavlik, 2001, pag 93).

Mark Deuze komt met een nog verder uitgewerkte definitie van goede journalistiek. Volgens hem zijn er vijf waarden die journalisten moeten aanhangen:

-  Journalisten zijn dienstverleners aan het publiek (als waakhonden van de openbare orde en de publieke zaak).
-  Journalisten zijn onpartijdig, objectief, neutraal, eerlijk en (daardoor) geloofwaardig.
-  Journalisten moeten in hun werk autonoom, vrij en onafhankelijk zijn.
-  Journalisten moeten werken op basis van actualiteit, urgentie en (dus) snelheid.
-  Journalisten werken op basis van ethiek, validiteit en legimititeit (Deuze, 2004, pag.78).

Dit zijn aspecten van de journalistiek die je alleen meekrijgt als je er les in krijgt van professionals en je het beroep ook zelf beoefent. Tijdens de opleiding journalistiek leer je over de beroepsethiek, de objectiviteit en neutraliteit waar vanuit je altijd moet werken, de rol die je als journalist hebt in de maatschappij, tegenover je publiek.

Toch ben je als journalist ook maar mens en zijn er een aantal punten die het gedrag van de journalist kunnen beïnvloeden.

-  Empathie: beschikt de journalist over inlevingsvermogen?
-  Engagement: hoe betrokken kan/mag/moet een journalist zijn?
-  Emotie: in hoeverre spelen emoties bij de journalist een rol?
-  Ethiek: welke ethische afwegingen maakt de journalist?
-  Ego: in hoeverre beïnvloedt de persoonlijkheid (leeftijd, sekse) van de journalist zijn manier van werken?

- ✍ Ervaring: is de ervaring van de journalist een voordeel of een nadeel?
- ✍ Efficiency: kan de journalist goed werken onder tijdsdruk (Kussendrager, 2007, pag. 66)?

Voorheen bestond het profiel van de opleidingen uit een lange lijst van competenties. Die lijst wil De Nieuwe Reporter-hoofdredacteur Alexander Pleijter terugbrengen tot vijf belangrijke terreinen waar journalisten van op de hoogte moeten zijn. De vijf terreinen zijn:

- ✍ Het vinden van nieuws en raadplegen van bronnen
- ✍ Het maken van journalistieke producties
- ✍ Reflecteren en onderzoeken van het eigen vak
- ✍ Publieksverantwoording, bereik en interactie
- ✍ Ondernemerschap en innovatie

De eerste drie zijn bij iedereen wel bekend, het gaat voornamelijk om de laatste twee punten: publieksverantwoording, bereik en interactie en ondernemerschap en innovatie. Bij publieksverantwoording moeten studenten bijvoorbeeld nadenken over doelgroepen, weten hoe ze een publiek moeten bereiken, in dialoog gaan met het publiek en om weten te gaan met de input van lezers. Een belangrijke toevoeging, want het publiek wordt, zoals verderop wordt besproken in deze literatuurstudie, nóg belangrijker voor de journalistiek.

De Amerikaanse socioloog en psycholoog Harold Lasswell introduceerde in 1948 een vroeg model van het massacommunicatieproces, waarin hij zei: ‘Analysis of the media begins with the question: Who says what to whom, through what channel and with what effect?’. Vandaag de dag nog proberen journalisten bij ieder onderwerp de volgende vragen te stellen: Wie? Wat? Waar? Wanneer? Waarom? en Hoe? Deze welbekende vijf W’s en H zijn een belangrijk begrip in de journalistiek.

“Journalism informs society about itself and makes public that which would otherwise be private”
- Tony Harcup

Verder zegt Harcup (2009): *‘journalists also supply information, comments and amplification on matters that already is in the public domain.’* Oftewel, behalve informatie heeft de journalist ook commentaar en versterking op al bestaande materie. Dat punt wordt versterkt door Liesbeth Hermans. Ze geeft aan dat journalisten niet alleen kunnen worden beschouwd als doorgeefluik van informatie, maar dat ze door hun actief beroepsmatige handelen ook nieuws vorm geven. In nieuwsberichten wordt een door veel aspecten beïnvloed beeld van de werkelijkheid geconstrueerd. De verwerking van gebeurtenissen tot nieuws komt tot stand door middel van een actief proces. Journalisten geven opnieuw betekenis aan aangeboden informatie door deze, tegen de achtergrond van aanwezige kennis, om te zetten in mediaboodschappen (Hermans, 2000, z.d.).

De definitie voor journalistiek die ik hanteer in deze scriptie luidt:

“Journalistiek is het op een verantwoorde, waarheidsgetrouwe en geloofwaardige manier overbrengen van actualiteiten en verdieping van de actualiteiten aan het publiek”

3.2.1 Journalistieke beroepsstandaarden

Journalistiek is een vak waar veel regels en beroepsstandaarden bij komen kijken. Dat kan de journalist als belemmering zien, maar ook als bevestiging dat goede journalistiek mede te bepalen valt door de kwaliteit die terug te zien is in het artikel. En het vertrouwen van de burger is nodig, want journalisten staan bekend als de oren en ogen van de burgers. Zij informeren over gebeurtenissen in de samenleving, zij analyseren en commentariëren, leggen verbanden bloot en verschaffen achtergrondinformatie. Zij controleren de politieke besluitvorming en de rechtspleging. Zij onthullen misstanden en wanpraktijken in de samenleving. Burgers zijn (wel in mindere mate) afhankelijk van de media, daardoor kan gesteld worden dat journalisten een maatschappelijke verantwoordelijkheid hebben die inhoudt dat ze integer, betrouwbaar en zorgvuldig moeten handelen. Regels en beroepsstandaarden zijn voor de journalist te vinden in de Grondwet, de Leidraad, de Code van de Raad voor de Journalistiek en de Verklaring der rechten en plichten van de Journalist. Door de regels die hier in staan na te leven, produceren journalisten kwalitatief betere én betrouwbare content die ze het vertrouwen van het publiek, de burger, oplevert.

De grondwet is een wet waar alle burgers zich aan moeten houden. Deze wet is er dus niet specifiek voor de journalist, maar er staan wel punten in waar de journalist iets aan heeft. Neem bijvoorbeeld het privacy-gedeelte. Er zijn verschillende gebeurtenissen geweest waarbij de journalist deze regels niet al te serieus heeft genomen, maar wel met de bedoeling om het publiek zoveel mogelijk informatie te geven. Op zich een goed initiatief, maar soms kun je ook te ver gaan. Als je als journalist met zo'n dilemma zit, kun je je richten op de Leidraad van de Raad voor de Journalistiek. Een code, speciaal voor de journalist. Hier staan de regels die zo'n beetje alle do's en dont's voor de journalistiek in beschreven.

Bijna iedere journalist heeft wel eens te maken gehad met ethische kwesties. In hun dagelijks werk komen zij dilemma's tegen die niet groter of kleiner zijn dan die in andere beroepen, maar ze zijn anders, inherent namelijk aan het eigene van hun beroep, aan het in de openbaarheid brengen wat door eenieder geweten dient te worden. Dáárin kan men de ethiek van het vak ontdekken (Evers, 2007, pp. 28-29). Maar het bestaan van een zogeheten journalistieke ethiek wordt echter niet door iedereen erkend. Evers (2007) duidt op kringen van journalisten waar het begrip wel associaties oproept met een te verheven en pretentieuze vakopvatting, al zouden journalisten er een meer ontwikkeld en hoger normbesef op na houden dan andere bevolkingsgroepen. Daarom kunnen zij niet nalaten te benadrukken dat zij juridisch en moreel dezelfde speelruimte hebben als alle andere inwoners van dit land: het algemeen normbesef en ieders verantwoordelijkheid voor de wet. Een journalist onderscheidt zich alleen van zijn medeburgers door zijn vakmatigheid.

Naast de Grondwet, de Leidraad, de Code van de Raad voor de Journalistiek, verklaring der rechten en plichten van de journalist hebben redacties vaak een eigen stijlguide. NRC heeft bijvoorbeeld een stijlboek, waarin de belangrijkste afspraken staan die de redactie heeft afgesproken na te leven. *“Elke vorm van journalistiek is gebaseerd op afspraken. Afspraken tussen de journalisten onderling, maar vooral afspraken tussen de journalisten en hun lezers. Die afspraken variëren van zaken als welke spelling wordt gehanteerd of hoe de datum in een bericht*

wordt aangegeven, tot grote kwesties van waarachtigheid en professionaliteit”. Professionaliteit die zich in grote mate ook uit in de kwaliteit van journalistieke producties.

3.2.3 Journalistieke kwaliteitsnormen

Wat is kwaliteit? En wanneer voldoet een journalistieke productie aan de kwaliteitsnormen? En wat zijn die kwaliteitsnormen? De burger vraagt, zeker in deze tijd, om kwalitatief goede stukken. Belangrijk nieuws kunnen ze tegenwoordig zelf ook wel op het internet vinden, daarom is het voor journalisten belangrijk dat ze met goed, waarheidsgetrouw en gecheckt nieuws komen, om het vertrouwen van de burger te behouden en het eigen vaandel hoog te houden. Zoals de Vlaamse minister Geert Bourgeois het verwoord: “De lezer, kijker, luisteraar vraagt kwalitatieve media. Dat zijn media die in staat zijn het voor hem relevante nieuws te selecteren, en een onderscheid maken tussen waarheid en verzinsel. Professionele media zijn media die ervoor zorgen dat de burger de waaier aan dubbelgecheckte informatie krijgt die hij nodig heeft om zich een mening te kunnen vormen.” Kwaliteit is belangrijk, maar heeft duizend uitwerkingen. Kwaliteit voor het Nederlands Dagblad of van De Telegraaf is van een totaal andere orde. Kwaliteit is een lastig en misschien wel misleidend woord, vindt Bart Brouwers (persoonlijke mededeling, 7 januari 2016). “Een programma als RTL Boulevard streeft ook een bepaalde kwaliteit na. Het is niet mijn kwaliteit, maar het is wel kwaliteit.”

Kwaliteit is ‘Fitness for use’ (Juran, 1993) en ‘Conformance to requirements’ (Crosby, 1980), maar het allerbelangrijkste: kwaliteit voldoet aan de verwachtingen van de klant. In het kader van de journalistiek betekent dat dus: de burger wil zien en ervaren dat de journalist deskundig handelt, kennis van zaken heeft en over de vereiste vaardigheid beschikt. Ook moet de burger kunnen vertrouwen op de integriteit van de journalist en wil hij het gevoel hebben dat de journalist als persoon geïnteresseerd is in zijn wensen en behoeften. Als laatst wil de lezer dat hij de journalist kan vertrouwen en dat hij ernaar streeft een goede prestatie te leveren (Buijs, 2009). Journalistieke kwaliteit wordt, zoals net al gezegd, bepaald door de journalistieke beroepsstandaarden, codes en regels. Maar journalistieke kwaliteit wordt ook bepaald door een aantal factoren buiten de journalistiek, die de journalistiek zowel beïnvloeden als erdoor beïnvloed worden: het publieke domein en de ontzuiling, de bevolkingssamenstelling en sociale patronen, de informatieovervloed, de markteconomie, de technologie en de machtsverschuivingen binnen en tussen media.

Wat is journalistieke kwaliteit? Buijs licht acht punten uit:

-  Kwaliteit is wat volgens professionele normen en regels tot stand komt.
-  Kwaliteit is wat controleerbaar en daardoor geloofwaardig is.
-  Kwaliteit zit in de toegevoegde waarde.
-  Kwaliteit is wat eruit springt.
-  Kwaliteit is wat de doelgroep bereikt en dus in een behoefte voorziet.
-  Kwaliteit is overbrengen waar de redactie voor staat.
-  Kwaliteit is wat een maatschappelijk belang dient.
-  Kwaliteit is wat de lezer/kijker/luisteraar waardeert.

Kwaliteit heeft betrekking op de journalist zelf, het journalistieke proces, het journalistieke product, maar ook het mediaveld in het algemeen. Journalistieke kwaliteit is essentieel. Journalistiek moet tegenwoordig wel snel zijn maar de race tegen social media verlies je altijd. Daar kan de journalistiek nooit tegenop. Wat de journalistiek wel kan is er voor zorgen dat een nieuwsbericht altijd betrouwbaar is en dat het kwaliteit heeft. Slow journalism wordt daarom ook steeds belangrijker volgens Nico Drok (persoonlijke mededeling, 17 december 2015). De toekomst zit niet in McDonalds, sommigen noemen het McNews, het snelle nieuws, maar meer in het specialiteitenrestaurant waar mensen à la carte kunnen eten. Je kunt kiezen voor goede maaltijden en daar betalen mensen ook voor maar dat snappen ze ook.

3.3 Burgerjournalistiek en reguliere journalistiek: overeenkomsten en verschillen

Burgerjournalistiek is een vorm van journalistiek en in zekere mate komen deze twee ook overeen, maar hebben ze ook een paar belangrijke verschillen.

3.3.1 Overeenkomsten

In principe is het duidelijk dat anno 2016 de journalistiek haast niet meer om burgerjournalistiek heen kan. Burgers die eerder foto's, video's en berichten plaatsen over een gebeurtenis dan de reguliere journalist komt steeds vaker voor. En waarom? Burgers voelen ook de behoefte om hun publiek (het volk) te informeren. Met social media als Twitter en Facebook is een klein berichtje over soms kleine dingen, maar ook grote gebeurtenissen, zo geplaatst. En dat is een eerste overeenkomst tussen burgerjournalistiek en reguliere journalistiek. Beide willen in eerste plaats hun lezers informeren. Wellicht hebben beide partijen wel een ander belang. Reguliere journalisten willen de lezer informeren, ze aan het denken zetten, ze een mening laten vormen. Kortom: die hebben een veel diepere betekenis met het posten van een bericht. Burgerjournalisten daarentegen, mijn afgebakende definitie ervan, houdt doormiddel van een tweet of facebookpost hun lezers simpelweg op de hoogte, en niets meer en niets minder. Dus beide partijen informeren hun publiek, maar hebben allebei wel een andere insteek.

Voor de reguliere journalist is het publiek het meest belangrijk. Zij zijn degenen die moeten worden geïnformeerd, maar zij zijn ook degenen die commentaar en opinie leveren, zodat de journalist ook wordt gedwongen zich elke keer te verbeteren. Want doen zij dit niet, dan haakt de lezer af. Daarom schrijft de journalist altijd in dienst van het publiek en is in principe in zekere mate ook afhankelijk van het publiek. De relatie tussen journalist en publiek is een moeilijke, maar ook waardevolle relatie. De burgerjournalist schrijft niet persé in dienst van het publiek, want de burgerjournalist is het publiek. Maar toch post en tweet de burgerjournalistiek wel in het belang van het medepubliek. Hij wil zijn volgers en lezers laten zien waar hij is, wat hij van dichtbij meemaakt en hoe dat is. Met bijbehorende hashtags vergroot hij zijn bereik. Meer publiek dus.

3.3.2 Verschillen

Naast overeenkomsten zijn er ook een aantal belangrijke verschillen tussen de burgerjournalistiek en de reguliere journalistiek. Het is zeker niet zo dat iedere burgerjournalist die een berichtje plaatst over een bepaald onderwerp gelijk een journalistiek product heeft geproduceerd. Daarnaast is het ook belangrijk om te weten dat burgerjournalisten zich aan geen codes of regels hoeven te houden, terwijl de journalist de Leidraad en andere codes als handleiding heeft. Daarnaast heeft de reguliere journalistiek een verantwoordelijkheid voor het nieuws dat ze overbrengen aan het publiek. De journalist, zoals al beschreven in paragraaf 3.2, schrijft, doet onderzoeken, legt contacten en houdt zich bezig met alle maatschappelijke ontwikkelingen. En dit allemaal om de burger op een waarheidsgetrouwe manier te kunnen informeren. Dit is de verantwoordelijkheid die een journalist met zich meedraagt. Met zulke verantwoordelijkheden heeft de burger niets te maken, die plaatst simpelweg wat hij of zij wil, en wanneer hij of zij wil.

Wanneer de burger ooggetuige is van een grote gebeurtenis (ramp, aanslag, ect.), dan is er met één tweet of facebookpost een bericht de wereld in geslingerd. Dit wordt gedaan zonder check, zoals dat op redacties wel gedaan wordt. Wanneer kranten concurrentie hebben van burgers, is het noodzaak om niet toe te geven aan scoringsdrift. Op het moment dat er nieuws bekend is (door middel van een tweet of facebookpost), is het belangrijk dat er wel wordt gekeken naar wát de bron zegt, in plaats van het klakkeloos overnemen en op de website zetten, wat mogelijk een bericht vol onnauwkeurigheden kan zijn. De journalist mag dan wel snel een bericht willen plaatsen, maar dit moet wel volgens de juiste manier gebeuren. Zoals net beschreven heeft de journalist een verantwoordelijkheid als informant van de burger, die verwacht dat de journalist met waarheidsgetrouwe en goed gecheckte berichten komt. Dat vertrouwen moet blijven bestaan, en daardoor is het voor een reguliere journalist een stuk ingewikkelder dan voor de burgerjournalist.

Een ander belangrijk punt van verschil is de objectiviteit in de berichtgeving. Wanneer een journalist een artikel schrijft, is dit altijd vanuit een objectief kader. Hoe vreselijk een gebeurtenis ook is, aan de journalist is het de taak om geen persoonlijke gevoelens in een bericht naar voren te laten komen, maar volledig objectief te blijven, met als gevolg dat er een bericht geplaatst wordt dat helder is, informatief en met een goede boodschap voor de lezer, die vervolgens met de content kan doen wat hij of zij wil. De burgerjournalist daarentegen kan zich gewoon 'laten gaan' in een bericht. De burger hoeft zich immers aan geen enkele regel te houden? Deze vrijheid klinkt goed, maar er zitten zeker haken en ogen aan. Het belangrijkste punt is dat de journalist hoog in het vaandel moet blijven staan bij het publiek. Journalisten zijn immers de oren en ogen van de samenleving.

Er lijken meer verschillen te bestaan dan overeenkomsten. Het lijkt toch wel duidelijk dat burgerjournalistiek niet aan de reguliere journalistiek kan tippen. Toch zal de reguliere journalist steeds meer ruimte moeten gaan maken voor input van de burgerjournalist, mede door het veranderde medialandschap, waar ik de volgende paragraaf op inga.

3.4 Hoe ziet het huidige medialandschap eruit?

Het medialandschap is de laatste jaren ingrijpend veranderd. Verbeterde processen en nieuwe technologieën zorgen ervoor dat er een flexibele informatiemarkt is ontstaan die volop in beweging is (Dagblad Academy, 2014). Het internetgebruik stijgt nog elke dag. Maar liefst 94 procent van de Nederlanders heeft toegang tot het internet. Nederland staat daarmee op de lijst van s' werelds grootste internetgebruikers. Grenzen van mediakanalen vervagen door de nieuwe technieken zoals tv-kijken via internet of de krant lezen via pc, tablet of smartphones. Door het koppelen van netwerken ontstaat er een wereldwijd systeem waar, vanuit elke plaats, elke vorm van informatie op elk moment kan worden overgebracht (Dagblad Academy, 2014). Het is de realiteit dat burgerjournalisten bestaan op social media, vooral op Twitter. Dat is hoe het er vandaag de dag aantoe gaat. Als er ergens iets gebeurt staan tien seconden later de eerste beelden online. Daarom is social media verbonden met de huidige journalistiek.

Twitter verbaasde de afgelopen jaren al vriend en vijand: het korte berichten-netwerk was sneller met nieuws verspreiden dan het journaal en nieuwssites en werd daarmee toonaangevend voor de nieuwsgaring (Duursma, 2014). Het bereik van papieren dagbladen neemt ieder jaar af. In 2009 las 68,3 procent van de Nederlandse bevolking een dagblad, in 2014 komt dit bereik met 53,2 procent waarschijnlijk voor het laatst boven de 50 procent. Als het om nieuws gaat, zijn er steeds meer grote technologiebedrijven die ervoor kiezen om zelf aan het stuur van de journalistiek te staan. Zo zocht Twitter in 2013 een 'Head of News'. Deze persoon moest zich gaan bezighouden met het uitdragen van de mogelijkheden van Twitter.

"Twitter has already changed the way news breaks and provided journalists new ways to connect with their readers"

- Twitter, 2013

Deze opmerking bevat wel een kern van waarheid. Twitter en andere social media zijn anno 2016 heel belangrijk voor journalisten, de snelheid waarmee er nieuws vergaard en verspreid wordt is ongekend. Twitter heeft inderdaad de manier waarop nieuws door kan breken veranderd, en heeft journalisten een nieuwe manier geboden om de relatie met hun publiek warm te houden. Twitter is een handig hulpmiddel, maar het moet de journalistiek niet gaan overnemen als medium.

"Social media is not a media. The key is to listen, engage and build relationships"

- David Alston

Een andere belangrijke trend die werd geconstateerd door het Commissariaat voor de Media is de opkomst van YouTube. De videodienst groeit razendsnel. In 2014 wordt er wereldwijd per minuut zo'n 300 uur aan videocontent geüpload, tegenover 100 uur per minuut in 2013. De reclame-industrie speelt hier nadrukkelijk op in: via YouTube-kanalen kunnen zij een jongere doelgroep interesseren die met linear tv-kijken, dagbladen en tijdschriften nauwelijks meer te bereiken is (Mediamonitor, 2014).

Tien jaar geleden begint internet populair te worden. Dan al is te zien dat deze ontwikkeling het hele wereldbeeld gaat veranderen. Steeds meer bedrijven gaan zich online vestigen. *“Zoals het er nu uit ziet zal het aantal crossmediale initiatieven op mediagebied voorlopig blijven toenemen. Gezien de aanhoudende oplagedaling van betaalde dagbladen en de toenemende concurrentie op omroepgebied, zijn uitgevers en omroepen genoodzaakt hun activiteiten over meerdere mediaplatformen te spreiden, terwijl de groeiende populariteit van internet als platform en als infrastructuur de behoefte aan applicaties en content bij netwerkexploitanten voorlopig in stand houdt (Mediamonitor, 2014)”*.

Nu kunnen we volgens Blanken en Deuze spreken van de Google-generatie: *“Omdat het consumeren van media voor hen gelijk staat aan het produceren van content: sms, mms, email, chat, blogposts, podcasts. Domweg stilzitten en kijken, lezen of luisteren is de uitzondering - zelf verzamelen, selecteren redigeren en doorsturen de regel. Andere aardige aanduidingen: knip-en plakgeneratie, achterbankgeneratie, generatie Einstein (slim, sterk en sociaal). (...) omdat de opkomst van internet en van de internetcultuur zo bepalend is voor wat er de afgelopen vijftien jaar in de samenleving aan de hand is. De digitale kloof (‘digital divide’) wordt meestal gezien als een kloof tussen arm en rijk, tussen blank en zwart, of tussen het rijke westen en het arme zuiden. Maar de digitale kloof is in de eerste plaats een generatiekloof (Blanken & Deuze, 2007, pag 11)”*. Anno 2016 leven we in een tijdperk van ‘anywhere, anyway, anytime’. Door de allesoverheersende invloed van het internet is de journalistiek haar vermeende monopolie op informatie kwijtgeraakt. Datzelfde geldt voor de aloude monopolies op productie, verspreiding en techniek. Het vergaren, maken, becommentariëren en publiceren van relevant nieuws is in technische en functionele zin gedemocratiseerd. Iedereen is ooggetuige, iedereen maakt nieuws mee, iedereen is publicist en uitgever (Brouwers, 2013, pag. 7). Deze vorm van burgerjournalistiek kan handig zijn voor de reguliere journalistiek. De meningen zijn er over verdeeld. Wat in ieder geval zeker is, is dat er niet onderuit te komen is. Burgerjournalistiek is iets wat altijd zal blijven bestaan. De vraag is: welke rol kan de burgerjournalistiek spelen?

3.5 Journalisten en burgerjournalisten in een participatiesamenleving

3.5.1 Participatiesamenleving

In de troonrede van 2013 spreekt Koning Willem-Alexander over een participatiesamenleving.

“Door maatschappelijke ontwikkelingen zoals vergrijzing en internationalisering voldoen onze arbeidsmarkt en ons stelsel van publieke voorzieningen niet meer volledig aan de eisen van deze tijd. De financiële en economische crisis heeft dit eens te meer duidelijk gemaakt. De regering zet niet alleen in op toekomstige betaalbaarheid van voorzieningen, maar ook op solidariteit tussen generaties en evenwicht tussen verschillende inkomensgroepen. De onderlinge betrokkenheid is in ons land van oudsher sterk. Om ervoor te zorgen dat dit zo blijft, moeten we onder ogen zien dat publieke regelingen en voorzieningen aangepast moeten worden.

Het is onmiskenbaar dat mensen in onze huidige netwerk- en informatiesamenleving mondiger en zelfstandiger zijn dan vroeger. Gecombineerd met de noodzaak om het tekort van de overheid terug te dringen, leidt dit ertoe dat de klassieke verzorgingsstaat langzaam maar zeker verandert in een participatiesamenleving. Van iedereen die dat kan, wordt gevraagd verantwoordelijkheid te nemen voor zijn of haar eigen leven en omgeving. Wanneer mensen zelf vorm geven aan hun toekomst, voegen zij niet alleen waarde toe aan hun eigen leven, maar ook aan de samenleving als geheel. Zo blijven Nederlanders samen bouwen aan een sterk land van zelfbewuste mensen. Een land met een compacte en krachtige overheid, die ruimte geeft en kansen biedt waar het kan en beschermt als dat nodig is, zodat niemand tussen wal en schip raakt. Elke Nederlander moet de kans krijgen om de veranderingen die ons wachten, in zijn eigen leven in te passen.”

Een participatiesamenleving betekent zoiets als actief burgerschap, een samenleving waarin iedereen die dat kan verantwoordelijkheid neemt voor zijn of haar eigen leven en omgeving, een soort sociaal doe-het-zelven. Dit natuurlijk met de hoop dat de Nederlandse burger minder afhankelijk wordt van de overheid (Hendriks & Sanders, 2015, pag 9).

Geschiedenis

Het begrip ‘participatiesamenleving’ hoorden we in 2013 niet voor het eerst. Al in de jaren negentig spreekt politicus Wim Kok over een participatiesamenleving. Voor de participatiesamenleving leefden we in een verzorgingsstaat, die na de Tweede Wereldoorlog tot stand kwam. Al in de jaren vijftig ontstond er kritiek op de toename van overheidsinvloed op het terrein van zorg en welzijn. Maar samengevat ging het in de kritiek op de verzorgingsstaat vooral over het centrale vraagstuk van de verhouding tussen overheid, individu en sociale verbanden. In de jaren tachtig ontstaat de herwaardering van individuele en gemeenschappelijke verantwoordelijkheid voor zorg en welzijn, onder invloed van neoliberale politieke opvattingen. Door minister Brinkman werd onder het devies ‘minder overheid, meer markt’ het principe van vraagsturing ingevoerd in zorg- en welzijnsinstellingen. Tegelijkertijd deed Brinkman expliciet een beroep op burgers om voor zorg en welzijn niet alleen naar de overheid te kijken, maar mensen moesten ook weer voor elkaar zorgen en zo een ‘zorgzame samenleving’ gaan vormen (Vreugdenhil, 2012).

In de Troonrede van 2013 wordt sterk de nadruk gelegd op participatie aan de samenleving en het vormgeven van het eigen leven. Deze gedachten gaan terug op het gedachtengoed van Immanuel Kant (1724 - 1804) en Jean-Jacques Rousseau (1712 - 1778). De participatiesamenleving kan worden gezien als voortzetting van het ideaal van Rousseau, dat het noodzakelijk is voor ieder mens om deel te nemen aan de samenleving (Robbesom, 2014). De koning gebruikte in de troonrede de begrippen 'mondigheid' en 'zelfstandigheid' als hij het heeft over de participatiesamenleving. Deze termen werden gebruikt door een aantal filosofen in de tijd van de verlichting. (Robbesom, 2014). De term 'mondigheid' werd gebruikt door Immanuel Kant. In zijn beroemde essay 'Beantwoording van de vraag: wat is verlichting?' schrijft hij: "Verlichting betekent dat de mens zijn door hemzelf veroorzaakte onmondigheid achter zich laat. Onmondigheid is het onvermogen je verstand te gebruiken zonder de leiding van een ander. Heb de moed je eigen verstand te gebruiken!" Deze norm, het zelf nadenken, zelf keuzes maken, en dus participeren, speelt vandaag de dag een grote rol in onze samenleving. (Kant, 1784). In Rousseau's boek 'Het maatschappelijk verdrag' staat dat 'de mens vrij wordt geboren, maar overal in ketenen ligt'. De mens evolueerde van een wezen dat vrij leefde in de natuur tot een maatschappelijk wezen. Het is nu de vraag hoe de mens kan samenleven zonder de eigen vrijheid te verliezen. Hier komt de participatiesamenleving om de hoek kijken.

Dat participatiesamenleving de laatste jaren zo'n belangrijk begrip is geworden is terug te koppelen aan veranderingen in de maatschappij. Door economische tegenslagen is er al jarenlang kritiek op de verzorgingsstaat. Zo zou de verzorgingsstaat leiden tot passieve burgers. De burger wordt nu, zoals al beschreven in de eerste deelvraag 'Wat is burgerjournalistiek?', steeds mondiger en actiever. Maar ook een participatiesamenleving krijgt kritiek. Wat is het belang van zo'n samenleving en wat zijn precies de effecten van een participatiesamenleving?

Belang

Het belang van een participatiesamenwerking is een oprechte samenwerking tussen overheid en burger. Alleen door daadwerkelijk te luisteren naar burgers, hun input serieus te nemen en het creëren van wederzijds begrip komt de kracht van de participatiesamenleving tot uiting (Van der Roest, 2015).

Effecten

Door te taken van de overheid te beschouwen en te behandelen als gemeenschappelijke projecten waar je als overheid de burger actief bij betreft, herdefinieer je de relatie. In plaats van boven de burger staat de overheid naast de burger. Dit levert aanzienlijk minder weerstand op en zo kan er veel meer worden bereikt; er wordt een proactieve houding van de burger gevraagd en daarmee wordt een constructieve relatie gelegd. Wanneer er ook daadwerkelijk gehoor wordt gegeven aan de input van burgers krijgen zij het gevoel invloed te kunnen uitoefenen op hun eigen leven inzake overheidsbeleid. Dit wordt self-efficacy genoemd. Terugkoppeling van de resultaten is hierbij cruciaal. Dit vergroot de actieve participatie van burgers met alle positieve gevolgen van dien. Het zorgt ook voor minder weerstand en daarmee meer draagvlak voor nieuw beleid. Burgers zijn zo eerder geneigd om op een constructieve manier input te blijven leveren (Van der Roest, 2015).

3.5.2 Journalistiek in een participatiesamenleving

Maar wat betekent deze participatiesamenleving voor de journalistiek? De burger wordt opgeroepen om actiever te worden, om sociaal te gaan doe-het-zelven. Dit betekent dat mensen ook worden opgeroepen om zelf nieuws te gaan delen met de rest van het land en de wereld. Omdat de traditionele journalistiek al in zwaar weer verkeerd zal dit zeker gevolgen hebben. De vraag is hoe gaat de journalistiek daar mee om? Ten eerste is het zaak dat je schrijft over zaken die de burger bezighoudt. Het werk van de journalist begint daarom met kennis hebben van je doelgroep, weten wat er speelt. Dat stel je centraal. Dat schiet nu nog tekort. Zoals in deelvraag 3.2 al besproken is wordt er gewerkt aan een nieuw profiel voor journalisten, met één terrein daarvan het kennen van de doelgroep. Het bereik en de interactie tussen journalist en burger is zó belangrijk, omdat je op deze manier het vertrouwen van de lezer vasthoudt. En één van de weinige punten waardoor mensen de kranten nog lezen is omdat er nog vertrouwen is in het vakmanschap van de journalist (Peter Vasterman, H5). Dat burgerjournalistiek onvermijdelijk is, is nu bekend, maar welke rol het moet gaan spelen, is nog de vraag. De rol van een journalist in een participatiesamenleving hoeft niet alleen gericht te zijn op zichzelf. Er zou een helpende rol toegepast kunnen worden richting de burger(journalist). De journalistiek kan mensen helpen die actief willen zijn op journalistiek gebied of in de samenleving. Er kunnen mooie vruchten voortkomen uit een samenwerking tussen journalisten en participerende burgerjournalisten.

3.5.3 Burgerjournalistiek in een participatiesamenleving

Wat betekent deze participatiesamenleving voor de burgers en burgerjournalisten? Burgers merken dat het uitmaakt als ze actief deelnemen: ze zien het terug in het nieuws en zullen zich verbinden met de journalist en zijn product. En omdat ze beseffen dat participeren in hun maatschappij zin heeft, gaan ze zich ook verantwoordelijker gedragen. Met als gevolg dat mensen zelf initiatief nemen, dus ook op het gebied van nieuws. Als burgerjournalisten gaan participeren en ze merken dat journalisten daar ook iets mee doen, gaan ze zich alleen maar meer bemoeien met de samenleving, maar gaan ze ook verantwoording dragen. Deze burgerjournalisten krijgen een steeds grotere rol door de invloed die ze hebben op het publiek maar ook op de journalistiek. Burgers hebben daarom ook de plicht om zichzelf goed te informeren, om goed op de hoogte te zijn van wat bijvoorbeeld standpunten van politieke partijen zijn, welke beleidsmaatregelen allemaal genomen worden en wat actuele maatschappelijke problemen zijn. En dan ook, heel belangrijk, oplossingsgericht kunnen denken. Dit kan vruchtbare uitwerkingen hebben voor de journalistiek. Voor zowel journalisten als burgerjournalisten zijn het best gebaat bij een samenwerking. Het dierenrijk kun je volgens Harrie Kiekebosch (persoonlijke mededeling, 18 december 2015) vergelijken met de participatiesamenleving. Het dierenrijk bestaat geheel en al uit samenwerking en participeren, anders lukt het niet.



3.5.4 Onafhankelijkheid van de journalist

Vooraf door de groeiende invloed van steeds mondigere lezers ziet tweederde van de hoofdredacteuren dat er momenteel meer risico's op schending van de redactionele onafhankelijkheid zijn dan vijf jaar geleden. Dit is een belangrijke conclusie die het Commissariaat

van de Media trok. Op 3 september 1833 start de Amerikaanse Benjamin Day een revolutie in de journalistiek. De Verenigde Staten zijn op dat moment in de greep van een economische crisis. Het valt Day op dat de kranten alleen als jaarabbonnementen worden verkocht en zo veel te duur zijn voor de gewone man. Benjamin Day begint de ‘The New York Sun’; zijn krant mag maar één penny kosten: een zesde van de prijs van vele concurrenten. Hij bedenkt een nieuwe distributie: de krant wordt per 100 stuks aan krantenjongens verkocht die deze vervolgens in de straten enthousiast aan de man moeten brengen. Vanaf nu is de hele stad een potentiële klant. Day’s innovatie en moed worden beloond. Binnen een jaar is de Sun de grootste krant ter wereld. (Weaver & Cleveland Wilhoit, 1991, pag 3). Adverteerders betalen grif voor een plek. Day verdient al snel zoveel geld dat hij de traditionele machten en krachten laat weten voortaan zelf te zullen bepalen wat er in zijn krant komt te staan. Op 31 maart 1834 schrijft Day:

“Zodra schofterig gedrag van mensen het verdient te worden ontmaskerd, en wij hebben de zweep in handen, dan zullen we niet nalaten ze naakt te geselen en aan de wereld te tonen.”

The Sun staat op eigen benen, is journalistiek onafhankelijk. ‘It shines for all’, is Day’s slogan. En inderdaad zal dit nieuwe verdienmodel veel massamedia voor ruim 170 jaar gezond houden. Deze onafhankelijkheid vormt de basis van het vertrouwen dat journalisten van hun betalende lezers krijgen, en heel lang kunnen journalisten zich deze afzijdigheid permitteren. Tot de komst van het internet. In één klap maakt schaarste plaats voor overvloed. Lezers kunnen eindeloos kiezen, zelf nieuwe paden inslaan, opzoek naar informatie en contact, zelf nieuws produceren en online plaatsen. (Smit, 2013, pag 2).

Opeens kan de journalist niet meer alleen schrijven wat hij acht dat belangrijk is, maar wat de lezer belangrijk acht. En, zo blijkt: een snack verkoopt beter dan een gezonde bruine boterham. Bovendien hebben lezers het heft in eigen hand. Via social media kunnen zij breaking news volgen via de hashtags. Maar of die bronnen ook van professionele journalisten komen is de vraag. De journalist is niet meer compleet onafhankelijk, maar wordt afhankelijk van zijn eigen lezer. Het past ook in de tijdsgeest om goed te kijken naar wat het publiek wil lezen. Journalisten willen de lezers aan zich blijven binden en dat kan alleen door content te plaatsen die door het publiek gewild is. Journalistiek wordt schrijven over zaken die de burger bezighouden. Het werk van de journalist begint daarom met kennis hebben van je doelgroep, weten wat er speelt. Dat stel je centraal.

Maar wat is er dan over van die onafhankelijke journalistiek? In een participatiesamenleving waarin de burger wordt opgeroepen actief te zijn, ook met nieuws. Wanneer journalisten zelf niet ter plekke zijn bij een grote gebeurtenis, en er zijn tweets van locals met foto’s en informatie, dan is het voor de journalist makkelijk om dit over te nemen. En, afhankelijk van de lezer, wordt dus een artikel geschreven. Dit was tientallen jaren terug nog ondenkbaar. Toen waren de rollen omgekeerd. Journalistiek dateert vanaf de 17e eeuw, toen er een behoefte ontstond aan actuele informatie over de opkomst van handel. De journalist informeerde en gaf commentaar, wat de burger afhankelijk maakte van de journalist. Er was geen andere manier om aan informatie te komen, dan het van de journalisten te horen. Journalisten waren de waakhonden van de

democratie, journalistiek werd vaak gezien als vierde macht in een democratische staat, naast de wetgevende, uitvoerende en rechterlijke macht. De journalist opereerde onafhankelijk van andere machten. Een mooi voorbeeld van dat onafhankelijk opereren is het Watergateschandaal. Washington Post-journalisten Bob Woodward en Carl Bernstein waren (mede)verantwoordelijk voor het aftreden van president Richard Nixon. De krant deed dit om het publiek op de hoogte te stellen van de praktijken in de Amerikaanse politieke sferen, en was daarbij volledig onafhankelijk aan het werk. Dat was ook hun taak, de belangrijkste taak, namelijk het informeren van het publiek over belangrijke zaken in de samenleving.

“Journalistic independence is not neutrality. While editorialists and commentators are not neutral, the source of their credibility is still their accuracy, intellectual fairness and ability to inform- not their devotion to a certain group or outcome.”

- Kovach & Rosenstiel

Vandaag de dag is dat onafhankelijk opereren dus niet altijd meer mogelijk. Door het veranderende medialandschap staan Nederlandse redacties steeds meer onder druk. “Die digitalisering gaat elke dag nog harder dan de dag ervoor”, zegt oud KPN-topman Ad Scheepbouwer in de documentaire Iedereen Journalist. “De journalistiek is wat behoudender, vindt zichzelf wat belangrijker, denkt ook dat ze cultuurbewaker zijn, en laten we zeggen dat ze daardoor een positie hebben dat ze wat minder snel aangetast worden, maar niets is minder waar. “ Journalisten zijn volgens Scheepbouwer cultuurbewaker in de zin dat ze denken dat de journalistiek een automatisch voortbestaansrecht geeft, maar dat is niet zo. “ Je ziet nu ook, abonnementen op kranten en tijdschriften lopen heel hard terug en dat zal de komende jaren leiden tot enorme reorganisaties in de journalistieke wereld.” Is het inleveren van de onafhankelijkheid daar ook één van? Je komt telkens weer terug bij social media, het veranderende medialandschap én de maar niet ophoudende digitalisering.

3.5.5 Snelheid, scoringsdrift en gebrek aan context

Door de opkomst van social media komen er een aantal punten in het geding. Snelheid (je wilt eerder zijn dan social media), scoringsdrift (je wilt scoren met breaking news, maar je hebt geen tijd om het te checken) en gebrek aan context (inhoudelijke mankementen door de snelheid van plaatsing). Voor een krant is het natuurlijk het mooist als je het eerst bent met een bepaald nieuwsfeit. Waar kranten vroeger vooral elkaars grote concurrent waren, is er de laatste jaren een gemeenschappelijke concurrent in opkomst: het internet.

Snelheid:

Omdat de journalist niet meer volledig onafhankelijk kan werken, is er de drang om toch sneller te zijn dan de sociale media. Maar met die snelheid loopt de kwaliteit van een journalistiek artikel gevaar. Sociale media als Twitter en Facebook kunnen er razendsnel voor zorgen dat iets een belangrijke nieuwswaardige gebeurtenis wordt. Een voorbeeld: de crash met MH17. Toen Malaysia Airlines een tweet de wereld instuurde over een vliegtuig vanuit Amsterdam dat van de radar was verdwenen, gingen er natuurlijk lichtjes branden. Op dat moment weet je dat er groot nieuws aan zit te komen en doe je er alles aan om meer informatie te bemachtigen. De eerste berichten die

online werden geplaatst waren kort en bondig, omdat er gewoonweg nog weinig informatie bekend was, over bijvoorbeeld het aantal Nederlanders aan boord en of er überhaupt overlevenden waren.

Scoringsdrift:

De drang om te scoren beperkt de journalistieke vrijheid (Mulder, 2015). Op het moment dat er nieuws bekend is maar er weinig informatie is kunnen kranten gebruik maken van hun eigen fantasie maar ook bijvoorbeeld Twitter en Facebook. Hierop kunnen ze kijken naar tweets van mensen en experts die op de hoogte zijn van het nieuws en hun eigen blik en mening erover hebben gedeeld, zodat hun artikelen toch wat meerwaarde hebben. Dan is het belangrijk dat er wel wordt gekeken naar wat ze precies in hun artikel zetten en dat er geen onnauwkeurigheden instaan. Er zijn verschillende categorieën voor onnauwkeurige berichtgeving:

-  Overdrijving in de kop
-  Overdrijving in de lead
-  Onjuist citaat
-  Verkeerde bron
-  Onnauwkeurigheden in het wanneer, waar en hoeveel
-  Fouten in de tekst
-  Overdrijving in de tekst
-  Verschuiving van het zwaartepunt; informatie wordt weggelaten zodat het verhaal niet meer in balans is
-  Toevoegen van informatie (Bell, 1991, pag. 243).

Van media wordt verwacht dat ze de gemeenschap attent maken op ‘nieuwsfeiten’ die inderdaad vaak betrekking hebben op zaken die de ‘normale gang van zaken’ doorbreken. Nieuwsfeiten hebben immers betrekking op wat een groep beroert in functie van eenmaligheid, intensiteit, impact, eenduidigheid, groepsnabijheid, relevantie voor het eigen doelpubliek, verwachting, wens, onvoorspelbaarheid of ontzetting (Galtung & Ruge, 1965, pag. 64). Problemen die zich traag ontwikkelen, processen waarvan het langetermijneffect nog niet voelbaar is en structurele moeilijkheden die niet tot de verbeelding spreken omdat ze te ingewikkeld zijn, zijn minder vaak het voorwerp van berichtgeving omdat ze in een groep geen mobiliserende emotionele signaalfunctie hebben.

Gebrek aan context:

Een artikel wordt ten alle tijde geschreven aan de hand van zes stappen.

-  Het bepalen van een schrijfdoel
-  Het verzamelen van de gegevens
-  Het verwerken van de gegevens
-  Het schrijven van de tekst
-  Het beoordelen van de tekst
-  Het redigeren van de tekst

Onnauwkeurigheden in de tekst moeten vermeden worden, maar met rampenjournalistiek is dit niet altijd het geval. Doordat het nieuws snel (het liefst als eerste), en het liefst zo waardevol mogelijk moet worden verspreid, is de kans op fouten en onjuistheden groot. Daarnaast heeft de ‘traditionele’ journalistiek ook te maken met een andere concurrent: de burgers.

Dankzij internet is de rol van amateurs en de wisselwerking tussen journalistiek en publiek sterk toegenomen. Miljoenen mensen zijn dankzij mobiele telefoons en andere digitale technologie in de gelegenheid om foto's, video en teksten te leveren over gebeurtenissen waarbij geen beroepsverslaggevers aanwezig zijn (Kussendrager, 2007, pag 388). De ‘traditionele’ journalistiek kan deze burgerjournalistiek goed gebruiken, maar de berichten zijn niet altijd te controleren. Om als journalistiek te worden aangemerkt, moet de informatie aan dezelfde voorwaarden van authenticiteit, waarheidsgetrouwheid, betrouwbaarheid enz, voldoen. Media moeten daarom deze wereldkundig gemaakte feiten checken, aanvullende bronnen zoeken en er onverkort de beroepsnormen, zoals bescherming van privacy, op toepassen.

Voor een krant is het natuurlijk het mooist als je het eerst bent met een bepaald nieuwsfeit. Wanneer je, eerder dan je concurrenten, nieuws hebt gebracht, kijken lezers sneller op je website en zullen ze ook weer terugkomen op je website wanneer er updates zijn. Het gevaar dat hier echter bij komt kijken is dat er onnauwkeurigheden in de teksten zitten, dat er feiten niet kloppen en dat de context ontbreekt. Onafhankelijkheid is iets wat de journalist altijd al gehad heeft. Dat het nu verzwakt en afneemt is moeilijk te accepteren, maar het is wel de realiteit. Journalistiek is niet meer de ‘onaantastbare’ macht, maar gaat gebukt onder de opkomst van het internet en social media. In hoofdstuk 4, journalistiek en nieuwe media, ga ik in op de relatie tussen journalistiek en nieuwe media en hoe journalisten daar gebruik van kunnen maken.

Conclusie

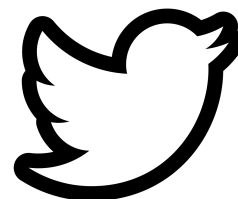
We kunnen wel stellen dat het traditionele publiek van aard en samenhang de laatste jaren behoorlijk is veranderd. Van ogenschijnlijk gedweë volger en van niet-wetende nieuwshongerige is het geëvolueerd tot veeleisende mede-publicist (Brouwers, 2013, pag 9). Journalisten kijken op verschillende manieren tegen deze verandering aan. En niet altijd positief. Maar dit is hoe het in de realiteit gaat. Iedereen produceert en publiceert zijn eigen nieuws wanneer het uitkomt; dat is het toekomstbeeld. Dat burgerjournalisten een rol spelen in deze participatiesamenleving is dus een feit, maar hoe dat in verhouding staat tot de reguliere journalistiek, is nog de vraag. Voor de (aankomende) journalisten rest de taak om zich te blijven vernieuwen en te professionaliseren. Probeer je niet te verzetten tegen ontwikkelingen als burgerjournalistiek, maar omarm ze. Maak gebruik van een participatory journalism, zoals Amerikanen Shane Bowman en Chris Willis het noemen. Werk samen met je publiek en ga ermee in gesprek. Maak gebruik van de kennis van je publiek. Het is niet de bedoeling dat burgers het werk van journalisten over gaan nemen, dat zou niet goed komen. Ten eerste: willen burgers dat wel? Ten tweede: hoe betrouwbaar is het nieuws dan? De nog altijd hoge kijkcijfers van bijvoorbeeld het NOS journaal bewijzen dat burgers nog altijd behoefte hebben aan betrouwbaar nieuws. Online kan iedere internetter zich schuilhouden achter anonimiteit. Dit is in principe niet meteen onbetrouwbaar, maar wel oncontroleerbaar. Burgers hebben dus nog altijd behoefte aan goede journalistiek, dit kan zeker bereikt worden, door samenwerking! Zie burgerjournalistiek dus niet als een aanval op de professie, maar als een basis

voor betere journalistiek. Journalistiek is jarenlang onafhankelijk geweest, belangrijk, een hoge macht, gatekeeper, factchecker, noem allemaal maar op. Maar die tijden zijn voorbij, en dat moet geaccepteerd worden. Journalisten zijn waarheidsvinders die op zoek moeten naar een nieuwe manier van werken, zegt ook Brouwers (2013). De grote redacties waarbinnen ze veilig opereerden, verdwijnen of verkleinen. De journalist is, alleen of in wisselende samenwerkingsverbanden, zelfstandig verantwoordelijk voor de creatie van een vervangende ordening. Een pure journalist legt zichzelf een taak op als dienaar van een goed geïnformeerde maatschappij. Niet langer is de journalist de vervaardiger van 'the first rough draft of history', die rol is overgenomen door het publiek op Twitter en Facebook. Des te belangrijker is het dat de journalist prat kan gaan op de 'eerste betrouwbare versie van de geschiedenis'. Zelfs als dat feitelijk de tweede is (Brouwers, 2013, pp 7-8).

4. Journalistiek en nieuwe media

Situatie

Mediabedrijven opereerden vroeger vanuit ondoordringbare vestigingen. De burchtbewoners maakten zichzelf intussen wijs dat ze niet alleen vaardigheden bezaten die anderen niet gegund waren, maar ook een onaantastbaar monopolie op kennis. Het internet heeft alle aspecten van die illusie weggeblazen (Brouwers, 2013, pag. 37). Door technologische en maatschappelijke ontwikkelingen is letterlijk iedereen uitgever geworden, en kan er dus een vruchtbare samenleving ontstaan tussen de werelden die voorheen zo gescheiden waren. Wie dus wil meedoen in de nieuwe wereld zal de burcht tot de laatste steen moeten afbreken en veranderen in een open marktplaats. Op dat plein kan iedereen elkaar ontmoeten, zijn professionele vaardigheden nog steeds van belang maar mag kennis niet meer achter gesloten deuren blijven. De marktplaats is een platform waar iedereen zijn relevante informatie kan delen, zonder dat ze zich hoeven af te vragen of ze dat 'als journalist' doen of niet (Brouwers, 2013, pp 37-38).



Het internet is de grote 'disruptor' gebleken. Ontstaan in de jaren 70, ontwikkeld in de jaren 80 en omarmd in de jaren 90 van de twintigste eeuw, is de volle impact ervan pas echt voelbaar geworden in het begin van de eeuw daarna. De meest in het oog springende consequentie voor medialand: dankzij het internet kan kennis beter gedeeld worden dan ooit tevoren. Voor de maatschappij is dat zowel een zegen als een vloek. Het betekent niet alleen een ongekennde informatietoegankelijkheid maar ook een chaos door overvloed (Brouwers, 2013, pag. 31). De media, die normaal gesproken trends signaleren voor verschillende sectoren, komen in de knel als het op hun eigen sector aankomt. Zoals Brouwers (2013) het omschrijft: het internet kwam, journalisten en uitgevers stonden erbij, keken ernaar en lieten het grotendeels lijdzaam over zich heenkomen. Baanbrekende veranderingen in techniek, smaak of demografie worden zelden als gevaar gezien door degenen *'whose job it is to assess dangers and to react to them'* (Brock, 2013).

Deze ontwikkelingen zorgden voor een aantal gevolgen, waarvan Nico Drok (2009) ze op een rijtje heeft gezet als de vijf I's. Op hun beurt hebben deze I's ook weer gevolgen voor de toekomst van de journalistiek:

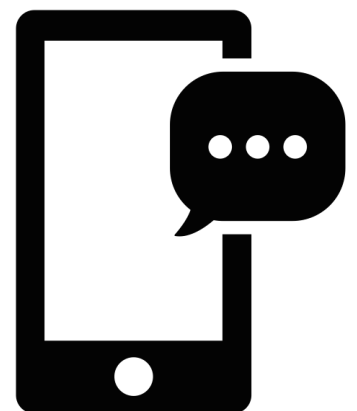
- ✍ Informatisering: informatisering heeft in toenemende mate gevolgen voor de belangrijkste journalistieke functie: het verspreiden van informatie. Tal van organisaties, inclusief de overheid, communiceren steeds vaker met het publiek zonder journalistieke bemiddeling. Daarnaast hebben burgers allerlei varianten van het bloggen uitgevonden. En ook dat raakt de onaantastbaar gewaande positie van de gevestigde journalistiek.
- ✍ Informalisering: dit is te herkennen aan de verkleining van de sociale afstand, aan het vervagen van grenzen tussen privé en publiek en aan de afbouw van vele instituties die zich in het industriële tijdperk hebben ontwikkeld.

- ✍ Internationalisering: hierdoor zullen supranationale niveaus een steeds groter gewicht krijgen. Maar tegelijkertijd worden de subnationale niveaus belangrijker. Dus: Europa en de regio, de wereld en de wijk. Voor de journalistiek, die verweven is geraakt met de instituties van de nationale staat, heeft dat grote gevolgen. Zorgvuldig opgebouwde netwerken worden minder interessant, ingesleten routines met betrekking tot onderwerpkeuze en invalshoek moeten worden ververst, nieuwe bronnen moeten worden geslagen.
- ✍ Intensivering: dit vinden we in onze cultuur terug in een toenemende behoefte aan spanning, beleving en emotie. Het eigen gevoel en de eigen ervaring dienen steeds vaker als kompas. Deze postmoderne cultuur plaatst de journalistiek voor lastige dilemma's, zoals: emotie of feit, beleving of reflectie, cognitie of ervaring, populair of elitair, luchtig of diepgang.
- ✍ Individualisering: dit legt de bijl aan de wortel van de massamedia. Geïndividualiseerde consumenten willen individuele informatieproducten. Maar dat is niet de natuurlijke biotoop voor journalistiek. Die bestaat uit gemeenschappen van mensen die op de een of andere manier een vorm van binding hebben of willen krijgen. Journalistiek is erg gebaat bij het bestaan van sociale samenhang, maar kan omgekeerd ook zeker bijdragen aan de bevordering daarvan (Drok, 2009, pp.11-12).

Social media: voordelen, nadelen en gevolgen

Social media die aan populariteit winnen zijn Twitter, Facebook en Instagram. Maar vooral de eerste twee worden ingezet om nieuws te delen met volgers. Zo is er bijvoorbeeld bijna altijd wel breaking news op Twitter. Zoeken, publiceren, informatie vragen en converseren is allemaal van belang op Twitter. Journalisten zitten (bijna) allemaal op Twitter en kunnen daardoor zelf ook nieuws volgen en oppikken. Vooral rampen en grote politieke gebeurtenissen komen uitgebreid aan bod op Twitter en daarvandaan kan de journalist informatie meepakken voor een artikel in de krant. Een gebeurtenis waarbij geen verslaggever aanwezig is? Op Twitter is er altijd wel een ooggetuige die een foto plaatst of in 140 tekens informatie geeft over de gebeurtenis. Voordeel: snel nieuws over een gebeurtenis om de lezers te informeren, zoals het een journalist betaamt. Nadeel: is het een betrouwbare tweet? De gebruiker is een anoniem persoon en dus oncontroleerbaar.

Nico Drok (2007) noemt in zijn boek de vier c's, waarvan er één luidt: de toenemende concurrentie. Drok schrijft: "Aanbod van informatie blijft maar toenemen. Voor een deel ligt dat besloten in het bijzondere gegeven dat informatie zich bij deling vermenigvuldigt. Dat zorgt ervoor dat de hoeveelheid beschikbare informatie exponentieel toeneemt. Maar mensen leiden steeds drukker levens en de tijd die er overschiet voor consumptie van al die informatie neemt af. Meer aanbod, minder aandacht. De toenemende concurrentie die hieruit voortvloeit, vergroot het risico van vervlakking en kluitjesvoetbal. Om de concurrentie voor te zijn, wordt zorgvuldigheid ingeleverd. De vereiste snelheid werkt bovendien stereotypering in de



hand. Om toch nog aandacht te trekken, worden grenzen verlegd, en een negatieve spiraal is geboren (Drok, 2007, pag. 12). Een andere c die genoemd wordt is de convergentie van de onderscheiden media. Steeds meer mensen halen hun nieuws van internet. Multimedial; met tekst, geluid, en vele vormen van beeld. Het gaat snel, het ziet er mooi uit, er is volop keuze en het is natuurlijk gratis. En - voor jongeren heel belangrijk - je bent zelf de baas: je kunt navigeren, je kunt doorlinken of juist een laag dieper gaan, je hoeft op niemand te wachten (Drok, 2007, pag. 13).

Oplossingen

Zoals eerder vermeld hield de journalistiek zich afzijdig op het moment dat er sprake was van grote veranderingen in het medialandschap. Daarom moet de journalistiek nu komen met een inhaalslag. Gelukkig krijgt de journalistiek steeds meer een innovatieve houding in plaats van een defensieve (Drok, 2009, pag 9). Bij nieuwe media gaat het niet om de techniek, maar om wat gebruikers met de techniek doen (Bakker & Bakker, 2011, pag. 12). En dus is er voor de traditionele journalistiek werk aan de winkel.

De standaard in de oude wereld is het zenden van grote hoeveelheden informatie vanuit een bron (zender), naar grote groepen mensen, massacommunicatie dus. Dit leek een logisch model, maar de informatieoverdracht van 'enkelen naar velen' heeft een groot deel van zijn kracht verloren. Simpelweg omdat die ene boodschap niet specifiek genoeg meer is voor die velen. In plaats van het systeem 'enkelen naar velen' kwam daardoor het 'ieder naar enkelen': iedere Nederlander is dankzij internet een potentiële zender geworden. maar door die overvloed aan bronnen en zenders werd het vanzelf ook een stuk lastiger om als individuele zender te blijven opvallen. Van de miljoenen zenders kunnen er nog steeds maar enkele honderden massa-aandacht krijgen. En ook hun toekomst is niet gegarandeerd. Dertig jaar na de opkomst van internet heeft de massacommunicatie als middel zeker nog niet afgedaan. Maar daarnaast is er volop ruimte gekomen voor iets dat nichescommunicatie kan worden genoemd. In die nieuwe werkelijkheid is communicatie kansrijker naarmate de doelgroep beter te omschrijven is, waarbij het uitgesloten is dat die communicatie tot eenrichtingsverkeer beperkt blijft. Kortom, bepaal je doelgroep, zoek uit wat de behoeften zijn en kijk naar de ideale manier van onderlinge communicatie (Brouwers, 2013, pp. 38-39).

Een andere belangrijke verbetering voor journalistiek is het persoonlijk worden naar de lezer toe. Google maakt het voor de lezer al heel makkelijk door selecties te maken van wat de lezer interessant vindt, en dus verwacht de lezer dit ook van andere informatie-aanbieders. Dit vormt voor de traditionele media een probleem, omdat ze dit totaal niet gewend zijn. In plaats van alle informatie naar iedereen te sturen zullen ze dus moeten beginnen om, net als Google, op basis van specifieke kennis van al hun gebruikers hun klanten echt te bedienen. Dat hoeft niet direct voor de volle 100% op persoonlijk niveau, maar het zal die gebruiker wel duidelijk gemaakt moeten worden dat er stappen in zijn richting worden gezet.

Brouwers noemt nog een aantal stappen die essentieel zijn in het verbeteren van de journalistiek. Hij noemt transparantie, niet bang zijn om fouten te maken, kennis van buiten gebruiken en die

kennis vervolgens combineren met je eigen vaardigheden. Hij noemt het betrokken zijn (“nooit afstandelijk, altijd onafhankelijk”) en het samenwerken en het ondernemen. Allemaal hele belangrijke punten, maar ook haalbaar.

“Social media zijn een cadeautje voor de journalistiek. Mits goed gebruikt leveren ze de journalistiek ontelbare extra oren en ogen op, zowel voor het vergaren als het publiceren van relevante informatie”

- Bart Brouwers, Na de deadline, 2013

Het is noodzaak voor media om goed in te spelen op de nieuwe media. Want internet is een onontkoombare standaard geworden. Iemand die zijn journalistieke activiteiten niet online uitvoert, zet zichzelf willens en wetens op een 10-0 achterstand (Brouwers, 2013, pag. 55).

Voor de Google- generatie is dit allemaal even vanzelfsprekend als onvermijdelijk. *“Information wants to be free”*, waarschuwde de Amerikaanse activist Stewart Brand al halverwege de jaren tachtig. Zijn maxime is goeddeels uitgekomen. Op internet is zoveel informatie te vinden dat vrijwel niemand nog wil betalen voor een krantenartikel, foto of mp3. Nog fascinerender is het dat informatie ook free is geworden in die andere betekenis, niet alleen gratis maar ook vrij. Die vrijheid is niet afgedwongen door de idealisten van een egalitair en bezitloos internet, het world wide web wordt al sinds jaren gedomineerd door bedrijven die gewoon geld willen verdienen. Dat informatie langzaam maar zeker vrij wordt, komt doordat we haar eindeloos digitaal kunnen kopiëren, verzamelen, bewerken, mixen en remixen. Daardoor zingt ze zich langzaam maar zeker los van haar oorspronkelijke eigenaar. Informatie verliest haar sporen, lijkt te verdwijnen, alsof ze ondergronds gaat, maar als een zoekmachine de ene link combineert met de andere duikt ze in een nieuwe gedaante weer op (Blanken, 2009, pag. 140). De tijd van grote, traditionele redacties is dus voorbij. De toekomst is aan vaste en wisselende coalities van journalisten, burgers, freelancers, deskundigen. Coalities tussen concurrerende organisaties, dataleveranciers, merken en producten.

Conclusie

Sociale media is onvermijdelijk, ook voor de journalistiek. Social media in de journalistiek kun je dus totaal misbruiken, door als journalist een paar tweets in de krant te plaatsen als bewijs van jouw stelling. Maar het is echt een zegen als je je best doet om social media te gebruiken als een bron, maar ook als een manier op jou journalistieke producties te beteren door bijvoorbeeld netwerken uit te breiden en je netwerk specifiek te maken en direct in contact te treden met bronnen die goede informatie hebben. Toen ik Bart Brouwers’ ‘Na de deadline’ las werd ik heel enthousiast van de manier waarop hij oplossingen beschreef voor de journalistiek.

Toen internet opkwam lieten veel journalisten en mediabedrijven alles over zich heen komen, ze dachten dat de journalistiek ontastbaar was, maar niets bleek minder waar. Het is nu het moment om actie te ondernemen, zelf het initiatief te nemen en proberen samen te werken met het publiek. Op het moment dat je dat doet, win je ook weer het vertrouwen van je publiek en voelen zij zich ook weer begrepen en betrokken bij het nieuwsproces.

5. Kwalitatief onderzoek: Interviews

In dit hoofdstuk staan de belangrijkste bevindingen van mijn interviews. Ik heb geselecteerd op de verscheidenheid van journalisten in het werkveld: drie experts, twee journalisten, een hoofdredacteur en eindredacteur van een huis-aan-huisblad en een burgerjournalist. De experts zijn alledrie goed bekend met de actualiteit in de journalistiek vanwege de boeken die zij schreven en hun mening over het onderwerp burgerjournalistiek. De hoofdredacteur en journalist hebben al jarenlang ervaring in de journalistiek, zijn erg begaan met hun vak en deinzen er niet voor terug hun ongezouten mening te geven over burgerjournalistiek en de gevolgen daarvan. De hoofdredacteur en eindredacteur van lokaal weekblad De Brug heb ik geïnterviewd voor de realistische en actuele insteek. Dit weekblad heeft in de periode dat ik aan mijn scriptie begon besloten om de hulp van burgerjournalisten in te gaan zetten voor de krant. Als laatst ben ik in gesprek gegaan met burgerjournalist Rianne Schuurman. Ook zij geeft een eerlijk en realistisch beeld van burgerjournalistiek en haar eigen ervaring hierin. Naast hun visie op burgerjournalistiek geven de geïnterviewden ook hun mening over de rol van de burgerjournalist in een participatiesamenleving, maar ook over de toekomst.

De interviewkandidaten:

-  Harrie Kiekebosch - mede-eigenaar van verschillende nieuwssites, auteur 'Journalistiek van nu';
-  Nico Drok - lector media & civil society, auteur 'De toekomst van de journalistiek';
-  Peter Vasterman - master Journalistiek & Mediastudies, auteur;
-  Alexander Pleijter - hoofdredacteur De Nieuwe Reporter, lector journalistiek & innovatie, auteur;
-  Bart Brouwers - journalist, auteur 'Na de deadline';
-  Jan van Es - hoofdredacteur De Brug;
-  Patricia Brobbel - eindredacteur De Brug;
-  Rianne Schuurman - burgerjournalist, zzp'er communicatie

De geïnterviewden gaven zoals ik verwachtte allemaal verschillende definities van het begrip burgerjournalistiek. Zo noemt Harrie Kiekebosch burgerjournalistiek een vorm van journalistiek waarbij de burger de enige partij is die zendt. Volgens hem is er *“een verschil tussen een vorm van journalistiek waarbij je heel veel gebruik maakt van de burger en pure burgerjournalistiek.”* Nico Drok is nog iets specifieker in zijn definitie. Hij zegt: *“Je hebt civic journalism, je hebt co-creation, dat is het allemaal niet. Burgerjournalistiek is echt door burgers en voor burgers, dus dat is echt iets waar de professie geen rol in speelt”*. Alexander Pleijter is kort en bondig en zegt dat bij burgerjournalistiek burgers het journalistieke proces zelf in handen hebben. Bart Brouwers komt met een wat uitgebreidere definitie. *“Iedereen kan actief worden in een speelveld, dat voorheen aan journalisten voorbehouden was, en dat kan alle vormen hebben die je je maar kunt bedenken, en ook alle bedoelingen en drijfveren die je je maar kunt bedenken. Sommigen hebben betrokkenheid ergens mee, sommigen zijn meer activistisch, sommigen meer hobbyistisch en sommigen zijn ook structureel, die echt een dagtaak aan deze activiteit hebben, anderen zijn er*

incidenteel een paar keer per jaar mee bezig.” Die mening wordt tegengesproken door Peter Vasterman, die in zijn definitie duidelijk naar voren laat komen dat burgerjournalistiek niet iets is waarbij burgers foto’s of informatie via bijvoorbeeld Twitter delen met de wereld. Zijn definitie is in eerste instantie wat breed: “Burgerjournalisten zijn burgers die journalistiek bedrijven”, maar hij zegt er ook achteraan: “Het moet wel aan bepaalde eisen voldoen, en heel veel van die uitingen op Twitter voldoen daar niet aan, dus dat valt naar mijn mening dan niet onder de definitie van burgerjournalistiek.” Burgerjournalist Rianne Schuurman vat burgerjournalistiek samen als: “Iedereen kan tegenwoordig journalistiek bedrijven, in mijn geval via de app Periscope”.

Het fenomeen

Waar niemand in ieder geval onderuit kan is dat burgerjournalistiek bestaat. Het fenomeen burgerjournalistiek roept wel veel vragen op, zo is er bijvoorbeeld ook geen officiële definitie. Burgerjournalistiek is als het aan Nico Drok ligt een welkome en interessante aanvulling en correctie op de professionele journalistiek. *“Het is ook bottom-up, dus je ziet ook wat mensen bezighoudt, wat ze interessant vinden enzovoorts. Het is ook wel heel veel. Stel je voor dat je alles zou moeten volgen wat burgerjournalisten maken, dan heb je je hele leven nodig om te lezen wat er op één dag allemaal gepubliceerd wordt bij wijze van spreken.”* Want het hele internet staat vol met burgerjournalistiek. Je zou kunnen zeggen dat burgerjournalistiek vooral bestaat op en dankzij internet. Dat wordt enigszins bestreden door Drok. *“Ook zonder internet en kranten waren er mensen die zelf uitgaven. Er waren radiozender, televisiezenders en piratenzenders. Het is wel waar dat burgerjournalistiek als term is ontstaan eigenlijk pas na de komst van internet. Het is wel belangrijk om te realiseren dat er altijd al burgers zijn geweest die het niet eens waren met hoe het in de officiële journalistiek ging en die vonden dat daar witte vlekken waren. En de witte vlek die de journalistiek nu openlaat, blijkt heel groot te zijn, en die heeft ook te maken met participatie.”*

Veranderingen

Feit blijft wel dat burgerjournalistiek een belangrijke plek inneemt in de samenleving, en door de jaren heen wel voor wat maatschappelijke veranderingen heeft gezorgd. Bart Brouwers: *“Ik denk dat de allerbelangrijkste verandering is, dat is niet echt een principiële maar wel een hele wezenlijke, namelijk dat er hiervoor een scheiding was tussen de professional en de amateur. De professional en de amateur konden allebei roepen wat ze wilden maar wat de professional riep dat werd gehoord, want dat kon verspreid worden, geïnstrueerd. Maar nu kan alles geïnstrueerd worden, dus alles wordt gehoord. Dat is het allergrootste maatschappelijke verschil.”* Peter Vasterman is voorzichtiger in zijn antwoord en volgens hem gaat het wat ver om te zeggen dat burgerjournalistiek in maatschappelijk opzicht voor veranderingen heeft gezorgd. Hij noemt de mislukking van de site skoeps.nl, die in 2006 gelanceerd wordt, maar in 2008 alweer opgedoekt wordt vanwege uitblijvend succes. Mensen kunnen tegenwoordig alles kenbaar maken op Twitter en Facebook, en dat soort dingen spelen volgens Vasterman wel een rol in het maatschappelijk debat en dat heeft invloed op de politiek en dat heeft vervolgens ook weer invloed op de journalistiek. *“Dus als zodanig is dat dus een hele belangrijke verandering geworden ja.”*

De burger is mondiger geworden. Want, zoals eerder aangegeven is de twintigste eeuw de eeuw geworden van het publiek. En nu de burger heel duidelijk kan aangeven wat hem wel bezighoudt en ook zelf actief is geworden wat nieuwsvoorziening betreft, liggen daar kansen voor de journalistiek, een grote verandering in de maatschappij. Daar haakt Harrie Kiekebosch op in. *“Je kunt als journalist nu veel beter kijken van: over welke verhalen moet het nu eigenlijk gaan op mijn platform? De journalist moet heel erg op zoek gaan naar de agenda van de burger, en die moet je als journalist professioneel hanteren.”* Nico Drok houdt zich wat afzijdig als het gaat om maatschappelijke veranderingen. Er is volgens hem te weinig onderzoek naar gedaan. *“Er wordt vooral gekeken naar veranderingen in journalistiek opzicht. We horen nu in ieder geval beter wat er leeft. Dat het invloed heeft lijkt me duidelijk”.*

Social media

De meeste uitingen van burgerjournalistiek vinden plaats op social media, met name Twitter. Een ramp, een ongeluk, een grappig nieuwtje, alles is altijd en heel snel op de populaire microblog te plaatsen. Dit zou een ware hel kunnen zijn voor journalisten, mits het goed gebruikt wordt. Want is social media een vloek of een zegen voor de journalistiek? Absoluut een zegen, concludeert Bart Brouwers. *“Maar alleen als je er goed gebruik van maakt. Het is echt een zegen als je je best doet om social media te gebruiken als een bron, maar ook als een manier om jouw journalistieke producties dus te beteren door bijvoorbeeld netwerken uit te breiden en specifieker te maken.”* Jan van Es zou social media eerder een zegen willen noemen voor de journalistiek. *“Als ik zie wat je via Twitter en Facebook te weten komt en wat mensen met jou en elkaar willen delen, dan denk ik: nou, dat vind ik wel heel plezierig. Je moet daar natuurlijk wel enigszins voorzichtig mee omgaan, ik bedoel niet alles wat op Twitter staat is waar en moet de krant halen, maar ik weet het liever dan dat ik het niet weet.”*

Het blijft wel heel belangrijk om gemakzuchtigheid te voorkomen. Zomaar een aantal tweets in beeld brengen of voorlezen als bewijs van een stelling is niet de bedoeling. Dat wordt versterkt door Peter Vasterman, die social media als een vloek maar ook een zegen ziet voor de journalistiek. *“Op social media kunnen veel geruchten ontstaan, valse berichten, hoaxes, een broodjeaapverhaal, gemanipuleerde foto's, van alles. Een ander nadeel is dat mensen heel erg persoonlijk aangepakt kunnen worden via social media.”* Aan de andere kant heeft burgerjournalist Rianne Schuurman vooral lof over social media. Duidelijk komt dan het verschil naar voren van de mening tussen een journalist en een burgerjournalist. *“Uit een groot marketingonderzoek kwam naar voren dat de content van burgerjournalisten geloofwaardiger wordt gevonden dan content die echte journalisten maken”.* Het is niet duidelijk welk onderzoek Schuurman bedoelt, maar wat ze wil aangeven is dat als burgerjournalisten iets filmen en op YouTube zetten, dat mensen eerder geloven dat dat echt is. Peter Vasterman bestrijdt die uitspraak. De maatschappelijke opdracht van de journalist, het brengen van nieuws, is volgens hem nog steeds heel erg belangrijk en relevant. *“Mensen hebben nog steeds behoefte aan een onafhankelijke en professionele nieuwsvoorziening. Die behoefte is alleen maar groter geworden.”* Schuurman doelt met haar uitspraak ook op een voorbeeld van Joris Luyendijk. *“Die heeft ook al gezegd: soms wordt er gezegd van ‘joh, gooi even wat stenen, dan film ik het en dan kan ik zeggen hoe erg het hier is want er worden stenen gegooid’, nu zal heus niet elke journalist dat doen, maar ik weet ook uit mijn eigen ervaring als*

persvoorlichter dat er soms wel even iets in scene wordt gezet. Ik denk dat dat bij de burgerjournalist gewoon veel minder is.”

“Op het moment dat de burger zegt: die journalisten lullen maar wat, dan heb je de wedstrijd gewoon verloren.”

- Harrie Kiekebosch

Onderscheidende journalistiek

Is de geloofwaardigheid van de journalist dan in het geding? Zo'n vaart zal het niet lopen, want mensen hechten, zoals Peter Vasterman het al zei, nog steeds veel waarde aan betrouwbare en waarheidsgetrouwe journalistiek, afkomstig van professionals. Maar hoe kunnen journalisten zich anno 2016 nog onderscheiden? Harrie Kiekebosch vindt dat dat vooral begint met zelf actief te zijn op social media. *“De burgerjournalist maakt gebruik van nieuwe media, en voor de professionele journalist ligt daar dan een onderscheidende rol in, namelijk om dat allemaal in goede banen te leiden en vervolgens ook om het te duiden”*. Daar doelt Kiekebosch ook op het in de gaten houden van de agenda van de burger, oftewel civic journalism. *“Eerst de thema's onderzoeken die de burger belangrijk vindt, en het dan vervolgens via de traditionele journalistieke manier aanpakken”*. Hoor en wederhoor toepassen, reacties vragen bij bijvoorbeeld politici en dan niet met het eerste beste antwoord tevreden zijn maar doorvragen. Op een gegeven moment denkt de burger dan: 'goh, het maakt uit of ik me bemoei met mijn leefomgeving, want de journalist doet daar echt iets mee.' Met als gevolg dat de burger zich nog meer bezig gaat houden met zijn eigen samenleving en ook op het gebied van nieuws gaat participeren.

Waar staat de journalistiek nú voor? Dat is volgens Bart Brouwers dé essentiële vraag die iedere individuele journalist zichzelf moet stellen. *“Daar is niet één antwoord op, maar één van de vele antwoorden is bijvoorbeeld jezelf specialiseren. Dat kan zijn in een onderwerp, maar dat kan ook een mediumtype zijn.”* Brouwers kijkt meer naar de onderscheidende rol voor de individuele journalist, maar Nico Drok bekijkt het geheel in een groter plaatje. Volgens hem kun je nieuws verdelen in drie categorieën; het snelle nieuws aan de ene kant, *fast journalism*, het diepgaande nieuws aan de andere kant, *slow journalism*, en in het midden een soort journalistiek dat niet echt snel is. Drok: *“Bijvoorbeeld als je een regionale krant leest, die loopt eigenlijk altijd een beetje achter de feiten aan, want ja ze zijn nooit zo snel als een lokale omroep, Twitter of andere social media. En de artikelen zijn vaak ook inhoudelijk niet goed.”* Verwacht wordt dat het middengedeelte gaat verdwijnen. Drok vergelijkt de situatie met winkels. *“De Action blijft want die is goedkoop (het snelle nieuws), en de dure, gespecialiseerde winkel blijft ook, maar bijvoorbeeld de V&D zal het moeilijk krijgen want die is niet zo goedkoop als de Action, maar ook niet zo duur en gespecialiseerd als die dure winkels.”* Marketingdeskundigen noemen dat ook wel *‘the end of the middle’*. Realiteit is dat V&D failliet is verklaard. Is dit ook echt door te trekken op de journalistiek? Is dat middengebied in de journalistiek dan ook ten einde? Duidelijk is dus wel dat de journalistiek zich moet gaan vestigen op dat snelle, maar ook dat diepgaande nieuws. Peter Vasterman is van mening dat de professionele werkwijze van journalisten hierin een belangrijke rol heeft. Hij noemt afhankelijke en betrouwbare berichtgeving als sleutelwoorden. *“Als de lezer of televisiekijker weet dat hij met een professionele journalist te maken heeft, die zich houdt aan*

bepaalde journalistieke en ethische standaarden, de berichten zijn gecontroleerd en betrouwbaar; ja dat is waar de journalist zich moet onderscheiden van bijvoorbeeld de blogger.” En waar de burgerjournalist dus, in mijn definitie, incidenteel bezig is met journalistiek, moet de professionele journalist dat juist structureel doen. Alexander Pleijter beaamt dat. *“Je hebt ook iemand nodig die het structureel doet, die structureel in de gaten houdt wat er gebeurt in de samenleving, en wat er in de politiek gebeurt of in de rechtspraak, die dus alles voortdurend bijhoudt”.*

Aanvullende rol

En welke rol is er weggelegd voor de burgerjournalist in de situaties die geschetst zijn voor de reguliere journalistiek? Het moet niet vergeten worden dat de journalistiek nog steeds rekening te houden heeft met dit fenomeen. Als een journalist zich kan specialiseren in een onderwerp kan de burgerjournalist daar heel goed van nut in zijn, zegt Bart Brouwers. *“Als een journalist heel goed in staat is om te filteren wat het publiek kan bijdragen, dan kun je in het publiek een informatiebron vinden die voor het publiek geschikt is”.* Ook noemt Brouwers het helpen van burgers om zichzelf op een platform te vestigen. Alexander Pleijter denkt ook aan een samenwerking tussen burgerjournalisten en reguliere journalisten om die onderscheidende rol van de journalist te kunnen versterken. Nico Drok legt de nadruk meer op een combinatie. En dan wel burgerjournalistiek in combinatie met constructieve journalistiek, een interessante samenhang. *“Je kunt als redactie direct samenwerken met burgerjournalisten. Je kunt gewoon afspraken maken dat zij hun ogen en oren ophouden in de omgeving, en zodra ze iets weten geven ze foto’s en informatie door.”*

Participatie

Zo’n samenwerking klinkt ideaal, maar het zelf vergaren en publiceren van nieuws door burgerjournalisten is iets wat al langere tijd gebeurt, al eigenlijk sinds de opkomst van nieuwe media als Twitter en Facebook. Tijdens de troonrede in 2013 roept Koning Willem Alexander op tot een participatiesamenleving. Hij zegt: *“Het is onmiskenbaar dat mensen in onze huidige netwerk- en informatiesamenleving mondiger en zelfstandiger zijn dan vroeger. Gecombineerd met de noodzaak om het tekort van de overheid terug te dringen, leidt dit ertoe dat de klassieke verzorgingsstaat langzaam maar zeker verandert in een participatiesamenleving. Van iedereen die dat kan, wordt gevraagd verantwoordelijkheid te nemen voor zijn of haar eigen leven en omgeving”.* In zekere zin roept de koning hiermee ook op tot burgerjournalistiek, tot het vergaren van je eigen nieuws. De geïnterviewden hebben hier allemaal hun eigen kijk op. Alexander Pleijter vindt dat er niks mis is met zo’n oproep. Volgens hem is het een oproep aan burgers om hun verantwoordelijkheid te nemen. *“Ik denk dat burgers best een actieve rol in de maatschappij mogen spelen, maar dat ze de hele informatievoorziening overnemen dat lijkt me een illusie en eigenlijk ook ongewenst.”* Harrie Kiekebosch is een groot voorstander van de participatiemaatschappij en hij snapt niet dat veel mensen participatie en samenwerking zien als besmette woorden. Hij trekt de vergelijking met het dierenrijk. *“Dat bestaat geheel en al uit samenwerking en participeren, anders lukt het niet. Participeren en samenwerken, dat zijn de dragers van de leefbaarheid.”*

Nico Drok meent dat het kabinet vindt dat wij nog meer zelf verantwoordelijkheid moeten nemen. Daar is volgens hem ook zeker een goede reden voor. *“Onze samenleving vergrijst en we stellen steeds hogere eisen.”* Maar hoe is die oproep tot participatie voor de journalistiek? *“We kijken steeds passiever naar de wereld, mensen moeten de handen maar eens uit de mouwen gaan steken. Op zich geen slecht idee, en ik vind het ook helemaal niet zo gek als de journalistiek ook mensen helpt die actief willen zijn op journalistiek gebied of in de samenleving”.* Bart Brouwers ziet in de oproep van de koning niet gelijk een verband met burgerjournalistiek. *“Participatiesamenleving is in eerste instantie een sociale term denk ik, die te maken heeft met hoe je met elkaar omgaat als burgers.”* Brouwers vindt overigens wel dat burgerjournalistiek zeker een rol kan spelen in die samenleving. *“Het is nu een soort zoektocht naar een nieuwe democratie, omdat we met z’n allen zien dat veel onderdelen van de bestaande democratie toch weer door techniek en maatschappelijke ontwikkelingen achterhaalt zijn, burgerjournalistiek kan daar een onderdeel van zijn.”* Peter Vasterman kijkt naar de positieve kanten van de oproep van de koning. *“Twitter, Facebook en al die andere nieuwe media leveren heel veel mogelijkheden op voor burgers om zich met het publieke debat bezig te houden”.* Dat is in de zin van participatie een goede ontwikkeling.

Burgerjournalist in een participatiesamenleving

Maar welke rol is er in die participatiesamenleving weggelegd voor de burgerjournalist? We hebben gezien dat burgers de middelen hebben om van zich laten horen, nieuws te creëren en te verspreiden. In een onlangs gepubliceerd artikel op De Nieuwe Reporter spreekt Petra ter Doest over zes nieuwe stromingen in de journalistiek (ter Doest, 2015). Burgerjournalistiek is daar één van. Hoe kan de professionele journalistiek dat gebruiken en omzetten tot betere journalistiek? Een mooi voorbeeld van waar dat al gebeurt is weekblad De Brug, verspreid in Utrecht en omgeving. Daar staat rond december 2015 een oproep op de voorpagina. Te lezen staat: *“Schrijf mee: brugutrecht.nl! Meeschrijven met de krant? Dat kan op internet! Maak gebruik van de meeschrijfmodule op onze website brugutrecht.nl. U kunt een artikel plaatsen, een evenement aankondigen of iets verkopen op vraag&aanbod. Eén keer een account aanmaken en klaar.”* De vraag luidt: waarom is die oproep geplaatst, en waarom nu? Jan van Es, chef redactie geeft antwoord: *“Vorig jaar (2015, red.) hebben we een hele nieuwe site gekregen, en dat vonden wij een mooi moment om op zoek te gaan naar mensen die willen meeschrijven. Of je dat nou burgerjournalisten noemt of geef er een naam aan, maar om ieder geval mensen uit te nodigen om met ons mee te laten denken, mee te schrijven.”* Een goed initiatief waar burgerjournalisten op lokale schaal de kans krijgen om te schrijven met de krant.

Eindredacteur Patricia Brobbel spreekt meer over betrokkenheid. *“We willen mensen oproepen actief mee te werken.”* Volgens Van Es ook voor de krant een welkome aanvulling. *“Wij kunnen niet overal tegelijk zijn en niet alles tegelijk horen, dus als mensen zelf hun berichten op een website zetten dan delen ze dat niet alleen met ons, maar met iedereen. Op die manier wordt het draagvlak van de krant ook wat breder.”* Het heeft ook voor de papieren krant voordelen, want volgens Patricia Brobbel is de eigenlijke bedoeling van deze oproep dat er op deze manier nieuwe content wordt gecreëerd op de site die vervolgens in de krant kan worden geplaatst. Van Es: *“Uit het nieuws wat burgerjournalisten zelf publiceren worden soms leuke nieuwe dingen gehoord die*

anders in onwetendheid waren gebleven.” Hoewel de oproep er nog niet zo lang staat, is er al veel respons. En dat zegt ook iets over hoe graag burgers actief willen zijn en willen participeren in de samenleving. Welke rol is ze dan toebedeeld? Van Es en Brobbel spreken allebei over een belangrijke rol. Van Es: “In eerste instantie zie ik de burgerjournalist vooral ook als tipgever, degene die dingen meldt aan een redactie, die er vervolgens mee aan de slag kan gaan. Maar ook voor kleine berichten.” Brobbel beaamt dit, en voegt er nog aan toe: “In ons geval wordt vanuit een aantal kantoren in Nederland een heel groot gebied bestreken met allerlei titels. Dus die oren en ogen heb je gewoon echt nodig. Die signalen moeten echt vanuit de maatschappij komen, dus die rol is echt wel heel belangrijk.”

“We zijn steeds meer afhankelijk van signalen uit de maatschappij, omdat we zelf niet overal met handen en voeten aanwezig zijn.”

- Patricia Brobbel, De Brug

Hoe denken de andere geïnterviewden over de kernvraag, de rol van de burgerjournalist in een participatiesamenleving? Ze zijn het er in ieder geval allemaal over eens dat burgerjournalistiek een toegevoegde rol is voor de reguliere journalistiek. De één ziet die rol wat groter dan de ander. Rianne Schuurman noemt [NU.nl](https://www.nu.nl), die burgerjournalisten willen gaan inzetten. “Je kunt niet overal tegelijk zijn als journalist, dus het is mooi als je overal wat mensen hebt zitten die bijvoorbeeld livestreamen als er ergens iets gebeurt.” Ook Nico Drok is voor een actieve en aanvullende rol voor de burgerjournalist. “De burgerjournalist kan schrijven over een probleem in een bepaalde wijk, met betrokkenen praten en oplossingen suggereren.” Een combinatie van burgerjournalistiek en constructieve journalistiek dus. “Bij de reguliere journalistiek is het bijna altijd zo dat zij de problemen in kaart brengen, maar zij vinden wel dat bijvoorbeeld politici voor oplossingen moeten zorgen. Burgers krijgen het probleem voorgeschoteld, maar voor de oplossingen worden ze niet betrokken want ja, dan moeten ze één keer in de vier jaar op de goede partij stemmen.” Dan trekt Drok het weer naar de burgerjournalistiek. “Die kan, samen met civic journalism, de verantwoordelijkheid ook voor een deel leggen bij burgers. Burgerjournalistiek kan vanuit mensen zelf met oplossingen komen voor problemen waar zij zich mee geconfronteerd zien.” Alexander Pleijter is wat minder specifiek. Hij stelt voorop dat de burgerjournalistiek de reguliere journalistiek serieus moet nemen. “Het is tamelijk ongebruikelijk geworden om voor journalistiek te betalen. Als je als burger merkt dat er fouten gemaakt worden door journalisten, dan heb je ook de plicht om dat te vermelden, dan moeten ze het initiatief nemen om ze daarop te wijzen, door ze bijvoorbeeld aan te spreken op social media.” Burgerjournalistiek op social media heeft volgens Pleijter ook een prima rol te vervullen. Alleen is hij daarbij wel wat kritisch. “Burgerjournalistiek op social media gebeurt al, maar vaak gaat het vaak wel om nieuws waarvan je je kan afvragen of dat nou echt van belang is voor burgers om een democratisch maatschappelijke rol te vervullen. Het gaat dan vaak om nieuws als branden en ongelukken, waar iedereen wel nieuwsgierig naar is, maar als je daarvan niet op de hoogte bent is dat volgens mij ook niet erg.” Naast die rol op social media is er volgens Pleijter nog een andere rol voor de burgerjournalist, namelijk naast de reguliere journalist. “Een samenwerking tussen die twee kan op verschillende manieren. Eén manier is bijvoorbeeld zoals bij de Guardian. Die Britse krant deed onderzoek naar declaraties van politici, en dat waren duizenden documenten, die ze

nooit met eigen redactie konden doornemen. Ze plaatsten vervolgens alles online en vroeg het publiek mee te helpen. Dat is een mooie rol bij een relevant onderwerp.”

Harrie Kiekebosch denkt aan een combinatie. *“Ik vind dat je als journalist de burger bewust moet inzetten. Bijvoorbeeld: je hoort waar de burgers over spreken, op het schoolplein, in de kroeg, bij de volleybal, tijdens de derde helft in de voetbalkantine, je volgt social media. Heel feitelijk is het verhaal wat je hoort op het speelplein als je je kinderen op school afzet ook een soort van burgerjournalistiek, alleen dan is het nog niet gepubliceerd.”* Kiekebosch is mede-eigenaar van een aantal mediabedrijven en maakt zelf zeker gebruik van burgerjournalistiek. Hij heeft zo’n vijftientig mensen die opinie maken. *“Als er bijvoorbeeld in Den Haag besloten wordt dat ze ROC’s weer op grote schaal willen inzetten, dan vraag ik gewoon een directeur van een ROC om daar een opiniestuk over te schrijven.”* Kiekebosch doet verder weinig aan de tekst, behalve stijl en taalfouten wordt er niets veranderd. Op die manier worden thema’s heel goed geaccentueerd. *“Je moet dit doen op het niveau waar je als journalist je eigen burgers hebt zitten. Als je heel lokaal bent dan kun je op gemeentelijk niveau dingetjes oppakken, maar als je heel landelijk bent, dan kun je op landelijk niveau allerlei dingen oppakken.”* Volgens Bart Brouwers ligt de rol van de burgerjournalist in een participatiesamenleving vooral in het bekendmaken van wat verborgen is. *“Het delen van informatie die anders moeilijk te vinden zou zijn, die in een pré-internettijdperk echt verborgen bleven of heel lang verborgen bleven totdat die journalisten daarvan hoorden.”*

Gevolgen

De geïnterviewden zijn het er dus allemaal over eens dat er een rol is voor de burgerjournalist. Ook over de eventuele gevolgen van zo’n samenwerking wordt gesproken. Alexander Pleijter denkt simpelweg dat een samenwerking met burgerjournalisten kan zorgen voor betere journalistiek. Ook Bart Brouwers denkt bij de gevolgen vooral aan de professionele journalistiek. *“Ik heb vier jaar dichtbij.nl ontwikkelt en de kern was daar altijd om een combinatie te maken tussen de vaardigheden van de journalist en de kennis van het publiek, en dat lukt vaker dan dat het niet lukt. Als je daartoe in staat bent kom je tot iets heel moois.”* De journalist moet volgens Brouwers afstand doen van datgene wat we honderd jaar gedacht hebben, namelijk dat de journalist alles weet, maar dat is zeker niet zo. *“Er zijn altijd mensen die meer weten en die het beter weten, dus probeer er vanuit te gaan dat jij als journalist het niet weet maar dat je wel bepaalde vaardigheden hebt, dan kun je die combinatie met burgerjournalistiek maken.”* Rianne Schuurman is wat sceptisch over een samenwerking. *“Ik weet niet of de journalist zelf gaat samenwerken met de burgerjournalist.”* Schuurman doelt hiermee op haar eigen ervaring, haar liveverslag die ze deed op Periscope tijdens de bommelding bij de Jumbo in Groningen. *“RTV Noord hielpen mij met een microfoon enzo, maar ik maakte zelf het item. We gingen op een gegeven moment samen op stap. Maar een journalist van de NOS bijvoorbeeld ging echt niet met mij optrekken. Ja, op een gegeven moment gingen ze mij interviewen maar meer niet, we hebben het item niet samen gemaakt. Ik denk ook dat dat gescheiden moet blijven.”* Schuurman ziet wel een samenwerking in de zin dat de burgerjournalist op locatie is en begint met filmen, en dat de reguliere journalist dan komt en het overneemt, maar wel het materiaal van de burgerjournalist gebruikt. Voor Jan van Es kan een samenwerking tussen reguliere journalisten en burgerjournalisten tot heel veel leiden. Hij gaat vooral van het positieve uit. *“Het kan leiden tot een*

aanzienlijk breder netwerk van mensen die betrokken zijn bij de krant. Als er iets gebeurt en die mensen hebben het gevoel van dat wil ik de krant laten weten, dan heb je eigenlijk een soort voelhorens in de samenleving voor jou rondlopen, ogen en oren die bereid zijn nieuwstjes en berichtjes met jou en de rest van de samenleving te delen.”

Harrie Kiekebosch heeft zelf op kleine schaal al gevolgen meegemaakt van samenwerking tussen journalist en burgerjournalisten. Door een samenwerking tussen journalisten en burgerjournalisten werd er een oplossing bedacht en uitgevoerd voor een probleem in een wijk. Ook een vorm van constructieve journalistiek dus. Ook pleit Kiekebosch voor het belang van weten wat er onder de burger leeft. *“Rob Wijnberg van De Correspondent schreef onlangs nog dat in Amerika meer mensen omkomen vanwege vallend meubilair dan door terrorisme. Nou, ik denk niet dat ze in Amerika het idee hebben dat dat zo is, ik denk dat ze het idee hebben dat er honderdduizenden mensen per jaar doodgaan aan terrorisme, terwijl er bijna niemand doorgaat door terrorisme”*. Dat is agendasetting door de journalistiek, maar helemaal de verkeerde agendasetting. Kiekebosch: *“We leven in een mediocratie, en dat geeft maar aan hoe belangrijk het is wat de journalist doet. Als de burger zegt, ja die journalisten lullen maar wat, dan heb je gewoon de wedstrijd verloren.”*

Toekomstbeeld

Gaat de burgerjournalist in de toekomst een rol blijven spelen, of is het fenomeen iets van tijdelijke aard? De geïnterviewden zijn het er allemaal over eens dat de burgerjournalistiek een lang leven beschoren is. Bart Brouwers is van mening dat de burgerjournalist een rol zal blijven spelen, maar hij weet niet of dat ook een rol is die de burgerjournalist zelf voelt of op zich wil nemen. Hij doelt hiermee op de combinatie die hij eerder aangaf. *“Dat je de basistaak van de journalist, het informeren over zaken en duiden met achtergronden bij zaken die dat verdienen, in combinatie brengt met de kennis van burgerjournalisten van buiten.”* Harrie Kiekebosch beaamt vooral het gebruik van de kennis van burgerjournalisten. Dat moet volgens hem echt betrokken worden bij de journalistiek. *“Als de journalist de burger blijft negeren, dan gaat het helemaal uit de hand lopen en zijn we straks de echte media kwijt. Dan hebben we nog wel de burgerjournalistiek, maar de kwaliteit van de gemiddelde burgerjournalist is erg onder de maat.”* De burgerjournalistiek wordt in de toekomst alleen maar groter, denkt Rianne Schuurman. Ze merkt bijvoorbeeld dat veel meer mensen de app Periscope gebruiken om nieuwswaardige gebeurtenissen te livestreamen. *“Als je kijkt naar Parijs, tijdens die aanslagen, toen kon je heel veel mensen volgen die live filmde.”* Meer dan echt een samenwerkingsverband tussen burgerjournalisten en journalisten zit er volgens Peter Vasterman niet in. *“Een soort crowdsourcing, dat je de massa van de burger gebruikt om bronnenmateriaal te verzamelen, dit en meer van zulke voorbeelden van samenwerking zijn natuurlijk fantastisch, en daar kun je in de toekomst zeker gebruik van maken.”*

De inbreng, maar ook het gebruik van burgerjournalisten wordt in de toekomst alleen maar groter, meent ook Patricia Brobbel. Hoe zou ze dat kunnen gebruiken voor De Brug? *“Zoals we nu al doen, mensen vragen mee te schrijven, maar dat zouden we nog kunnen uitbreiden op grotere schaal.”* Brobbel is hier wel voorzichtig mee, want alles ‘van de straat plukken’, is volgens haar ook weer niet de manier om je te onderscheiden van de concurrenten. *“Daarvoor moeten wij het ook hebben van*

eigen, unieke artikelen.” Jan van Es vindt het lastig om te zeggen hoe de toekomst voor de burgerjournalistiek er uitziet. Wel verwacht hij dat het belangrijker gaat worden.

Conclusie

Concluderend zou je kunnen zeggen dat er een realistisch beeld wordt geschetst van de actuele journalistieke situatie in Nederland. De burger is mondiger, actiever en hij participeert in de samenleving. De geïnterviewden zijn over het algemeen positief over burgerjournalistiek en vinden ook allemaal dat de journalistiek er gebruik van moet maken, de één wat meer dan de ander. Die verscheidenheid is ook goed, want er moet ook met een kritische blik gekeken worden naar burgerjournalistiek. Op mijn hoofdvraag ‘Welke rol is er voor de burgerjournalist weggelegd in een participatiesamenleving?’ is er geen eenduidig antwoord, maar er worden verschillende dingen genoemd. Betrokken zijn bij de samenleving, een rol als tipgever, maar ook een rol als schrijver van kleine berichten. Een toegevoegde rol, een actieve rol, een aanvullende rol, een rol op social media en een rol bij constructieve journalistiek. Schrijven over problemen in een bepaalde wijk, praten met betrokkenen en oplossingen suggereren. Journalistiek serieus nemen, de burgerjournalist bewust inzetten, de burgerjournalist opinie laten schrijven, de burgerjournalist inzetten voor projecten vergelijkbaar met die van The Guardian. De rollen die beschreven worden, zijn nu op kleine schaal al redelijk zichtbaar in de maatschappij. Zo is de burgerjournalist tipgever, actief op social media en op lokale schaal ook van toegevoegde waarde met het schrijven van kleine berichten. Deze rol zou zeker nog uitvergroot kunnen worden. Een andere opvallende en hele positieve uitkomst is de optie van het inzetten van de burgerjournalist bij constructieve journalistiek. Dit zou een goede aanvullende rol zijn, die anno 2016 én in de toekomst van grote waarde kan zijn. Constructieve journalistiek is een stroming van journalistiek waarbij de journalistiek relevanter kan zijn en een positieve bijdrage kan leveren aan problemen in de samenleving als de aandacht wordt verlegd naar oplossingen en naar zaken die goed gaan (Doest, 2016). Hoewel samenwerking met burgerjournalisten misschien voor sommigen niet het ideaalplaatje voor de journalistiek is, is het, bevestigd door deze interviews, ondenkbaar om de burger en burgerjournalist buiten te sluiten.

6. Kwalitatief onderzoek: Analyse

We weten inmiddels dat burgerjournalistiek bestaat, dat het leeft en dat het steeds groter wordt. Aan journalisten de taak om te beslissen of ze gebruik maken van deze aanvulling of niet. Maken de nieuwssites AD.nl (Algemeen Dagblad), NOS.nl (NOS) en volkskrant.nl (De Volkskrant) gebruik van burgerjournalistiek? In deze analyse ga ik kijken naar het aantal keer dat burgerjournalistiek gebruikt wordt, maar ook hoe het gebruikt wordt, of deze input belangrijk is, betrouwbaar is en welke rol deze input de burgerjournalist oplevert. Is dat een leidende, aanvullende, kleine of geen rol? Ik analyseer de sites met het oog op mijn definitie van burgerjournalistiek, die luidt:

Burgers die (incidenteel) journalistiek werk verrichten, door bijvoorbeeld nieuwswaardige informatie, foto's en video's online te delen met publiek.

Door AD.nl, NOS.nl en volkskrant.nl te analyseren op het gebruik van burgerjournalistiek, krijg ik een helder beeld van de huidige situatie in Nederland. Naar aanleiding van deze analyse kan ik heldere conclusies trekken.

Selectie van weken:

Het jaar 2015 bevat 53 weken. Als ik deze weken verdeel over 3 sites betekent het dat twee sites 18 weken krijgen en één site 17. Dit is erg veel, dus ik heb een selectie gemaakt van de weken die ik ga analyseren.

Weken die geanalyseerd worden: 1, 2, 7, 8, 9, 13, 16, 17, 18, 22, 24, 31, 37, 38, 39, 49, 50, 51

Weken met specifieke case: 3, 14, 15, 23, 32, 46, 47

Verdeling:

AD.nl : week 3, week 7, week 13, week 16, week 22, week 31, week 37 en week 46.

NOS.nl: week 2, week 8, week 14, week 17, week 23, week 32, week 38 en week 47.

volkskrant.nl : week 1, week 9, week 15, week 18, week 24, week 33, week 39 en week 48.

(Specifieke cases):

maart 2015: De wolf duikt op in Drenthe: foto van burger Jan van der Aa werd gebruikt op verschillende nieuwssites.

juni 2015: Een bommelding bij de Jumbo in Groningen. Rianne Schuurman geeft live 'verslag' met de app Periscope. NOS plaatst de livestream op de site.

augustus 2015: Ongeval met bouwkraan in Alphen: foto's en filmpjes van omstanders worden op nieuwssites geplaatst.

november 2015: Aanslagen Parijs: Op de liveblogs van het AD en NOS worden tweets, video's en foto's van burgers gebruikt.

november 2015: Gijzeling in hotel Mali: Nederlander Jan Paul Hogervorst, woonachtig in Mali, wordt door de NOS ingezet om informatie in te winnen over de situatie.

Aan de hand van de volgende criteria kijk ik naar de sites:

-  In hoeverre staat de betreffende site open voor de input van burgerjournalisten?
-  Hoe vaak wordt er gemiddeld per week gebruik gemaakt van tweets, foto's, video's en andere input van burgerjournalisten?
-  Welke input van de burgerjournalist is er gebruikt?
-  Hoe belangrijk is de input van de burgerjournalist voor het artikel?
-  Hoe betrouwbaar is de input van de burgerjournalist voor het artikel?
-  Welke rol is er in dit artikel weggelegd voor de burgerjournalist?
-  Is er gebruik gemaakt van burgerjournalistiek bij specifieke cases?

Uitleg criteria:

-  In hoeverre staat de betreffende site open voor de input van burgerjournalisten?
Is er op de site een bericht te vinden die burgers aanmoedigt om informatie te verzamelen en door te geven aan de site? Is er een beleid te lezen waarin naar voren komt dat de krant gebruik wil maken van input van burgerjournalisten? Door hiernaar te kijken krijg ik een beeld van hoe de site staat tegenover de input van burgerjournalisten.
-  Hoe vaak wordt er in de geselecteerde weken gebruik gemaakt van tweets, foto's, video's en andere input van lezers?
Ik pak een aantal weken, verdeeld over een aantal maanden, verschillend per site, en in die weken ga ik bekijken hoe vaak er gebruik is gemaakt van de input van burgerjournalisten. Dit varieert van tweets, foto's, video's of andere input zoals eigen livestreams op bijvoorbeeld Periscope of berichten op Instagram en andere social media. Op deze manier krijg ik een helder beeld hoe vaak de sites gebruik maken van burgerjournalisten en social media in het algemeen.
-  Welke input van burgerjournalisten is gebruikt?
Hierbij kijk ik naar de vorm van input van de burgerjournalist. is dit een tweet? een foto? een video? neemt de site vooral foto's over, of alleen maar tweets? En van wie zijn die tweets? komen dezelfde mensen vaker terug? Hierdoor krijg ik een helder beeld van welke soort input het meest gebruikt wordt.
-  Hoe belangrijk is de input van de burgerjournalist voor het artikel?
Met andere woorden: heeft de input meerwaarde? voegt het iets toe aan het artikel? of had de site het net zo goed weg kunnen laten? Hier ga ik dus echt meer kijken naar de inhoud van de input.
-  Hoe betrouwbaar is de input van de burgerjournalist voor dit artikel?
Met andere woorden: kun je vertrouwen wat er in het bericht van de burgerjournalist staat? Hecht de site waarde aan waarheidsgetrouwe informatie?

✍ Welke rol is er in dit artikel weggelegd voor de burgerjournalist?
Hier ga ik vooral kijken naar het totaalplaatje. Heeft de burgerjournalist hier echt een aanvullende rol? een versterkende rol? of juist een ontkrachtende rol?

✍ Is er gebruik gemaakt van burgerjournalistiek bij specifieke cases?
Ik heb een selectie gemaakt van een aantal cases van burgerjournalistiek. Ik ga kijken of bij alledrie de sites gebruik is gemaakt van burgerjournalistiek, en op welke manier.

6.1 Geanalyseerde nieuwssites

De sites die ik voor dit onderzoek ga analyseren zijn: AD.nl, NOS.nl en volkskrant.nl.



AD.nl is de website van het Algemeen Dagblad. Het Algemeen Dagblad is een landelijk ochtendblad die nieuws, commentaar, beschouwingen en onderhoudende bijlagen verschaft aan een breed lezerspubliek. Op de site wordt vooral gefocust op snel en populair nieuws in verschillende categorieën met als grootste binnen- en buitenland, sport en show (entertainment). AD.nl noemt zichzelf de snelste en leukste nieuwssite van Nederland.



NOS.nl is de website van de publieke omroep NOS. NOS verzorgt ook het NOS-journaal, dat iedere dag te zien is om 06:30, 07:00, 07:30, 08:00, 08:30, 09:00, 10:00, 11:00, 12:00, 13:00, 15:00, 17:00, 18:00, 20:00 en 00:00 te zien is op NPO 1. NOS.nl wil een primaire informatiebron zijn op het gebied van nieuws, sport en evenementen, zodat “de Nederlandse burger in staat is te oordelen over ontwikkelingen in de wereld waardoor hij zijn gedrag beter kan bepalen” (NOS).



volkskrant.nl is de website van De Volkskrant. De Volkskrant is een landelijk ochtendblad en wordt samen met NRC Handelsblad en Trouw gezien als een Nederlandse kwaliteitskrant. De Volkskrant verzekert haar lezers van nieuws, actualiteit, achtergronden, opinie en debat, gebracht door analytische en kritische journalisten die weten wat telt. De Volkskrant richt zich vooral op de hoogopgeleide, jonge lezer.

AD.nl, NOS.nl en volkskrant.nl zijn bij uitstek de kandidaten om te analyseren op het gebruik van burgerjournalistiek. De sites hebben alledrie een andere inslag. Zo is AD.nl gericht op het snelle, populaire nieuws, NOS.nl op het belangrijke nieuws, en volkskrant.nl op de actualiteit, met een kritische inslag. Het gebruik van burgerjournalistiek zal bij geen van deze sites hetzelfde zijn. Maakt volkskrant.nl überhaupt gebruik van burgerjournalistiek? En hoe belangrijk is de betrouwbaarheid van de input voor bijvoorbeeld AD.nl? Welke rol speelt de input van burgerjournalistiek bij NOS.nl? Op deze vragen kan ik doormiddel van deze analyse antwoord geven.

6.2 Uitkomsten

AD.nl

AD.nl noemt zichzelf de leukste en snelste nieuwssite van Nederland. Zij produceren nieuws over binnen - en buitenland, sport en entertainment. AD.nl mikt op een groot publiek die snel geïnformeerd wil worden over (grote) nieuwswaardige gebeurtenissen.



Burgerjournalistiek

AD.nl staat zeker open voor de input van burgerjournalisten. In 2014 deed het Algemeen Dagblad al een actie waarmee de krant nieuwe lezers wilde trekken en lezers ook liet participeren. Door te vertellen wat zij belangrijk vinden in de buurt, krijgen lezers hun aandeel in het nieuwsproces. Het Algemeen Dagblad profiteert ook van die input, door het maken van nieuwe verhalen. Met de uitkomsten van het Grote Buurtonderzoek heeft het Algemeen Dagblad naar eigen zeggen genoeg verhalen kunnen schrijven met behulp van de burgerjournalist. Verder staan er op de site zelf geen uitnodigingen voor hulp van burgerjournalisten.

Gebruik van burgerjournalistiek

Hoe vaak wordt er gemiddeld per week gebruik gemaakt van tweets, foto's, video's en andere input van burgerjournalisten? Bij AD.nl ligt dit aantal op gemiddeld bijna vier keer per week, gezien over de acht weken in 2015 die geanalyseerd zijn. Soms waren het meer artikelen met gebruik van burgerjournalistiek per dag. In totaal is er van de 56 geanalyseerde dagen 29 keer gebruik gemaakt van burgerjournalistiek. De input van burgerjournalistiek komt in verschillende soorten en maten. De ene keer is er één foto of één tweet, de andere keer zijn het er vijf, en dan zit er ook nog een video bij. Uit de analyse blijkt dat AD.nl vooral gebruik maakt van burgerjournalistiek bij belangrijke (internationale) rampen en lokale gebeurtenissen, groot en klein. Duidelijk komt dus naar voren dat de site graag gebruik maakt van burgerjournalistiek bij grote gebeurtenissen in het buitenland, maar ook de kleine lokale gebeurtenissen in het binnenland. AD.nl plaatst vaak tweets en foto's bij artikelen, maar deze zijn meestal afkomstig van journalisten en (pers) fotografen,

politie, brandweer, organisaties of overheidsinstanties. Maar hoe groter de gebeurtenis, hoe meer burgerjournalistiek er wordt gebruikt.

Input

AD.nl maakt vooral gebruik van Twitter, en een enkele keer ook van YouTube. Twitter is een medium waar veel burgerjournalisten actief op zijn, vooral in het kader van mijn definitie. Burgerjournalisten plaatsen incidenteel nieuwswaardige content op Twitter. Dit gebeurt in allerlei soorten en maten. Tweets met informatie, een foto met kort bijschrijft, of juist een tweet met een heleboel hashtags. AD.nl maakt in eerste instantie veel gebruik van officiële bronnen zoals een journalist, organisaties en officiële instanties, en als het om buitenlands nieuws gaat buitenlandse media. De input van burgerjournalisten waar AD.nl gebruik van maakt bestaat vooral uit tweets, foto's en video's.

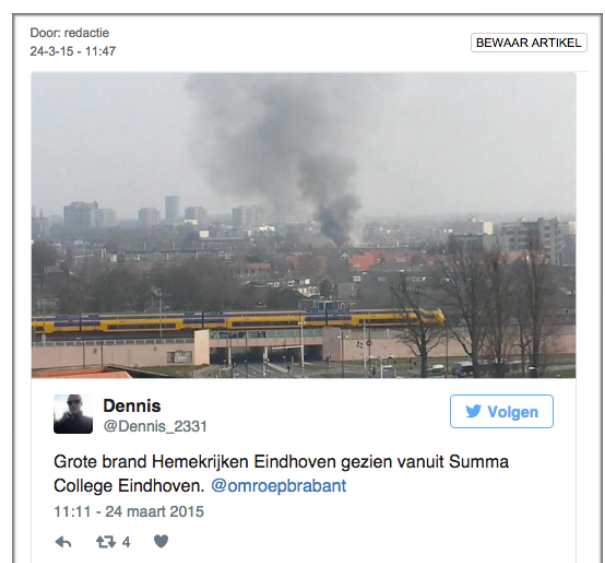
Belangrijk

Wanneer AD.nl gebruik maakt van burgerjournalisten, voegt het meestal ook wel iets toe aan het artikel, blijkt uit de analyse. Een voorbeeld is het artikel 'Dode bij schietpartij 'met automatische wapens' (AD.nl, 2015) (figuur 1). Hier komt duidelijk een groot deel van de informatie vandaan bij de burgerjournalist. Er wordt in het artikel meerdere keren verwezen naar Twitter. Daarbij worden tweets geplaatst van burgerjournalisten die bruikbare informatie bevatten. Uit dit artikel blijkt hoe rijk Twitter is aan burgerjournalisten die van hulp kunnen zijn voor de reguliere journalistiek bij zulke situaties. Bij ditzelfde artikel worden er meerdere tweets en foto's geplaatst over de gebeurtenis in Amsterdam. De burgerjournalist heeft duidelijk een leidende rol in dit artikel.

Een ander voorbeeld waar de burgerjournalist duidelijk een belangrijke rol vervuld is het artikel 'Grote uitslaande brand in studentenhuis in Eindhoven' (figuur 2). Hier tweet de burgerjournalist informatie en een foto de wereld in, gelinkt naar Omroep Brabant, zodat zij het ook op kunnen pikken. Een andere burgerjournalist tweet ook een foto. Uit de tekst in het artikel blijkt ook dat AD.nl zelf ook weinig informatie heeft over de brand, waardoor de tweets



Figuur 1: Schietpartij Amsterdam



Figuur 2: Brand Eindhoven

extra nuttig zijn. Op deze manier kan de burgerjournalist hier een belangrijke aanvullende rol spelen.

Uit de analyse blijkt dat wanneer AD.nl de burgerjournalist vaak gebruikt als een aanvulling op het artikel. Bijvoorbeeld met een tweet die informatie geeft die eerder of anders onbekend was, of er wordt een foto geplaatst die de lezer een goed beeld geeft van de situatie. In sommige gevallen wordt een artikel volledig gedragen door de burgerjournalistiek. Dat wil zeggen dat de tekst geschreven is naar aanleiding van input van burgerjournalisten op social media. Hiermee heeft de burgerjournalist dus een leidende rol in het nieuwsproces. Deze rol komt tot vijf keer terug in de analyse. De aanvullende rol komt vaker terug, in mate van een kleine aanvullende rol of een grote aanvullende rol, afgezien van de input die aangeleverd is. De input van de burgerjournalist is erg nuttig voor het artikel en vormt een goede aanvulling voor de al bestaande inhoud. Dit kan gaan om een foto, een tweet met aanvullende informatie of een filmpje. Bij de aanvullende rol van burgerjournalist zijn er vooral elementen die de lezer extra duidelijkheid geven over de gebeurtenis. Bijvoorbeeld een filmpje die beelden geeft bij de tekst, waardoor de lezer een betere afweging kan maken.

Uit de analyse blijken ook gevallen waar de burgerjournalist wel een aandeel heeft in het artikel, maar geen belangrijke. De input die gebruikt wordt is dan simpelweg niet interessant, nuttig of bruikbaar. Is die input dan gebruikt om 'maar een tweet of foto bij het artikel te plaatsen'? Een voorbeeld is terug te vinden in het artikel 'Nederlanders in Parijs' staan te trillen op hun benen' (AD.nl, 2015) (figuur 3). Hier wordt gebruik gemaakt van een tweet. Er staat bij de tweet wel de hashtag #parijs, maar het bericht is niet te controleren. Uit het artikel blijkt dat de twitteraar in kwestie, Suzan Yücel haar verhaal doet tegen persbureau ANP en op haar eigen twitteraccount, maar voor het artikel is deze tweet niet echt bruikbaar. De tweet is naar mijn mening vooral gebruikt om wat meer body te geven aan het artikel.



Figuur 3: Nederlanders in Parijs

Betrouwbaarheid

Het is een punt die menig geïnterviewde al aangaf. Social media kan een zegen, maar ook een vloek zijn. Op social media wordt zomaar alles geplaatst, zonder dat te controleren is of het op waarheid berust. Natuurlijk ga je er als nieuwssite vanuit dat wanneer iemand informatie tweet over een brand in Rotterdam, die informatie de waarheid is, maar echt controleren kun je dat niet. Daar is AD.nl wel voorzichtig in. Zoals ik al eerder benoemde gebruiken ze in het eerste geval vooral berichten, tweets, foto's en video's van experts, journalisten en andere officiële en betrouwbare kanalen. Uit de analyse blijkt ook dat de meeste tweets van burgerjournalisten betrouwbaar kunnen worden geschat, doordat er foto's bij staan van de gebeurtenis. Zo'n gebeurtenis is in de meeste gevallen al bekend gemaakt door officiële autoriteiten, en dus is het waarheid. Wanneer de

burgerjournalist daar een tweet met informatie over plaatst, kan dat dus eerder als betrouwbaar worden bestempeld.

Cases

Bij de geselecteerde cases maakt AD.nl opvallend genoeg niet bij iedere case gebruik van burgerjournalistiek. Zo wordt er bij de case van maart ('Wolf duikt op in Drenthe') een foto en video van burgerjournalisten geplaatst. Bij de case van juni ('Bommelding Jumbo Groningen') wordt opvallend genoeg niets geplaatst. De livestream van Rianne Schuurman wordt bijvoorbeeld helemaal niet genoemd. De case van augustus (Ramp Alphen a/d Rijn) wordt wel weer volop gebruik gemaakt van de burgerjournalist. Foto's, video's en tweets worden bij het artikel gebruikt. De eerste case in november (Aanslagen Parijs), is al opgenomen in de analyse. Daar werd ook gebruik gemaakt van burgerjournalistiek. Bij de tweede case in november (Gijzeling in Mali) wordt opnieuw geen gebruik gemaakt van burgerjournalistiek, waar de NOS.nl dat wel heeft gedaan.

NOS.nl

NOS.nl is de nieuwssite van NOS die een groot lezerspubliek wil informeren over het belangrijkste nieuws, zodat de lezer in staat is de oordelen over ontwikkelingen in de wereld.



Burgerjournalistiek

NOS.nl staat zeker open voor input van burgerjournalisten. Op de site staat een uitnodiging voor de lezers om mee te twitteren, maar deze pagina is van de Weblog van NOS, waar je op terecht komt als je 'NOS burgerjournalistiek' invoert op Google. NOS.nl vraagt hier vooral om wat de lezer denkt, en is vooral opzoek naar concrete input. "Twitter is een extra bron, ogen en oren van de lezer (NOS, 2010)". Hiermee is wel duidelijk dat NOS.nl graag de input van burgerjournalisten gebruikt. Deze analyse moet uitwijzen of dit ook in werkelijkheid gebeurt.

Gebruik van burgerjournalistiek

Hoe vaak wordt er gemiddeld per week gebruik gemaakt van tweets, foto's, video's en andere input van burgerjournalisten? Bij NOS.nl ligt dit aantal op gemiddeld drie artikelen met burgerjournalistiek per week, gezien over de acht weken in 2015 die geanalyseerd zijn. Soms waren het meer artikelen met gebruik van burgerjournalistiek per dag. In totaal is er van 56 geanalyseerde dagen 24 keer gebruik gemaakt van burgerjournalistiek. De input van de burgerjournalist komt ook bij NOS.nl in verschillende soorten en maten. Net als AD.nl, maakt NOS.nl vooral gebruik van burgerjournalistiek bij grote (inter)nationale gebeurtenissen, zoals rampen. Wel is het zo dat NOS.nl het qua berichten vooral landelijk houdt, terwijl AD.nl een groot aanbod van lokaal nieuws op de website heeft staan. NOS.nl is net als AD.nl geneigd om bij berichten over rampen en andere grote (inter) nationale gebeurtenissen gebruik te maken van tweets van journalisten, buitenlandse media of (bekende) organisaties en instanties, dan dat ze de input van burgerjournalisten gebruiken.

Als NOS.nl burgerjournalistiek inzet, is het altijd nuttige, bruikbare informatie die een toegevoegde waarde heeft aan het artikel. Een tweet bevat altijd zinvolle input, foto's en video's geven altijd meerwaarde aan het artikel. Bij ieder artikel dat burgerjournalistiek bevat heeft de burgerjournalist een aanvullende of leidende rol.

Input

NOS.nl maakt vooral gebruik van Twitter en een enkele keer ook van YouTube. Ook bij de analyse van NOS.nl komt dus naar voren dat Twitter de meest gebruikte bron van burgerjournalistiek is. Tweets bevatten foto's, interessante, bruikbare informatie of allebei. NOS.nl zorgt er in ieder geval dat de lezer genoeg informatie toegereikt krijgt om ergens zijn oordeel over te kunnen vellen. Er wordt goed gebruik gemaakt van de input van burgerjournalisten. Er wordt niet gestrooid met burgerjournalistiek bij ieder artikel, maar echt bij artikelen waar deze input een nieuwswaardige aanvulling is. Op deze manier krijgt de lezer een duidelijk beeld van een gebeurtenis, met informatie vanuit de vaardigheden en kennis van de reguliere journalist én de kennis van de burgerjournalist. Een goede combinatie.

Belangrijk

NOS.nl zorgt er in ieder geval voor dat de lezer genoeg informatie krijgt, maar ook weer geen *overload* aan informatie. Er bestaat een goede verhouding tussen het artikel en de input van burgerjournalisten. Een goed voorbeeld hiervan is het artikel 'Thalys en deel Rotterdam CS ontruimd' (NOS, 2015) (figuur 4). Hier komt duidelijk de aanvullende informatie van de burgerjournalist naar voren. NOS.nl haalt hier informatie van burgerjournalisten aan omdat er weinig informatie beschikbaar is, en omdat Twitter op zo'n moment een ideale manier is om meer informatie te vergaren. Verder volgen er bij het artikel nog foto's van burgerjournalisten. Op zo'n moment is er zeker een aanvullende rol weggelegd voor de burgerjournalist. Er is informatie bekend, maar niet genoeg om er een heel artikel over te kunnen schrijven waar de lezer ook daadwerkelijk iets aan heeft. Dan is de stap naar de burgerjournalistiek een goede manier om extra informatie in te winnen.



Figuur 4: Thalys en Rotterdam CS ontruimd

Leidende rol

Meer dan bij AD.nl krijgt de burgerjournalist bij NOS.nl een leidende rol toebedeeld. Er zijn verschillende voorbeelden te noemen waarbij de burgerjournalist het voortouw neemt. Een leidende rol ontstaat wanneer het artikel (deels) gebaseerd is op de input van de burgerjournalist. Een bekend voorbeeld is het artikel over de bommelding in Groningen (figuur 5). Burgerjournalist Rianne Schuurman was daar op dat moment aanwezig voor vrijwilligerswerk. Zij deed een liveverslag op Periscope, dat werd uitgezonden op NOS.nl. Omdat er in het begin verder nog geen reguliere journalisten aanwezig waren, was er geen informatie bekend. Door haar livestream, uitgezonden door Telegraaf, RTV Noord en dus ook NOS.nl, werden duizenden burgers op de hoogte gehouden van de situatie. Een ware primeur. Met recht kan gezegd worden dat er hier een grote, leidende rol is weggelegd voor de burgerjournalist. Ondanks dat later de reguliere

journalisten arriveren, gaat ze toch door met haar stream, zegt ze in het interview dat ik met haar had. Op het moment zelf was Rianne niet bezig met het feit dat ze burgerjournalistiek aan het bedrijven was. “Nee, dat werd volgens mij ook pas daarna als woord gebruikt”, zegt ze er zelf over (persoonlijke mededeling, 18 december 2015). Er werd op dat moment dus incidenteel burgerjournalistiek bedreven, maar wel burgerjournalistiek met een bruikbare en belangrijke inhoud. Een mooi voorbeeld van hoe burgerjournalistiek gebruikt kan worden.



Figuur 5: Bommelding Jumbo Groningen

Een ander voorbeeld van een leidende rol van de burgerjournalist die gezien werd bij NOS.nl, is het artikel over de aanslagen in Parijs. Dit artikel is geschreven naar aanleiding van een filmpje dat op social media verscheen. Het filmpje toont hoe het drama begon in concertzaal Bataclan in Parijs. Weer een ander voorbeeld is die van Jan Paul Hogervorst, een Nederlander die in Mali is wanneer er op 20 november 2015 een gijzeling plaatsvindt in een hotel in Bamako. Met een liveverslag houdt hij Nederland op de hoogte. Opnieuw een mooi voorbeeld van burgerjournalistiek, hier komt ook naar voren dat een samenwerking tussen journalist en burgerjournalistiek relevante en handige vruchten kan afwerpen.

Er zijn bij de analyse van NOS.nl geen artikelen waarbij de input van burgerjournalisten als niet nuttig of bruikbaar kan worden beschouwd. Input is naar mijn mening bruikbaar wanneer de lezer er echt iets mee kan, als het toegevoegde informatie is die iets extra's geeft. Dit kan gaan om een tweet, een foto, een video of iets anders. Er kunnen ook foto's, video's en tweets worden gebruikt die dus geen toegevoegde waarde bevatten, maar dat is bij NOS.nl niet het geval. Bij alle gevallen van burgerjournalistiek in de geselecteerde weken is er voor de burgerjournalist altijd een aanvullende of leidende rol weggelegd.

Betrouwbaarheid

Net als bij AD.nl is betrouwbaarheid ook bij NOS.nl een punt van aandacht. Is de gebruikte input op waarheid berust? Of klopt het van geen kanten? Het betrouwbaarheidsgehalte van de input van burgerjournalisten bij NOS.nl ligt over het algemeen hoog. Net als bij AD.nl is er bij de meeste gevallen (rampen, branden, enzovoorts) al een bericht uitgegaan van de autoriteiten en is er dus bekend dat er iets gaande is. Social media is dan een ideaal middel om informatie van burgerjournalisten te verzamelen.

Cases

Bij de geselecteerde cases maakt NOS.nl bij iedere case gebruik van burgerjournalistiek. Bij de eerste case in maart (Wolf gespot in Drenthe) plaatst de site een foto. De case van juni (Bommelding Jumbo Groningen) staat bij NOS.nl ook in het teken van burgerjournalistiek. Ze plaatsen de livestream van Rianne Schuurman. Bij de case van augustus (Ramp Alphen a/d Rijn) wordt ook volop gebruik gemaakt van burgerjournalistiek. En bij beide cases in november (Aanslagen Parijs en Gijzeling Mali) maakt NOS.nl gebruik van burgerjournalistiek. Bij de eerste case plaatst NOS.nl foto's en video's, bij de tweede case hebben ze contact met een Nederlander in Mali die voor hen informatie vergaart en doorgeeft.

volkskrant.nl

volkskrant.nl is de website van De Volkskrant. De Volkskrant is samen met NRC en Trouw een kwaliteitskrant, dit is ook terug te zien op de site. volkskrant.nl richt zich ook online op een jonge, hoogopgeleide doelgroep.

deVolkskrant

Burgerjournalistiek

Op de website van volkskrant.nl staat niets over burgerjournalistiek geschreven. Na enige research wordt bekend dat volkskrant.nl enige tijd een blog heeft gehad, www.volkskrantblog.nl, waar lezers hun eigen content op konden plaatsen. Deze blog bestaat niet meer. Hieruit blijkt dat De Volkskrant wel degelijk ambities heeft (gehad) om burgerjournalistiek te betrekken bij de het nieuwsproces van de krant, alleen niet op de officiële website.

Gebruik van burgerjournalistiek

Zoals ik eigenlijk al verwachtte wordt er bij volkskrant.nl niet tot nauwelijks gebruik gemaakt van burgerjournalistiek. De Volkskrant ziet zichzelf als een kwaliteitskrant en de artikelen worden geschreven door professionele journalisten. Toch heeft de Volkskrant enkele keren gebruik gemaakt van burgerjournalistiek, maar dan wel in kleine mate. In de geanalyseerde weken wordt op volkskrant.nl in totaal maar drie keer gebruik gemaakt van burgerjournalistiek. Dit komt neer op een gemiddelde van anderhalf keer per maand. Als volkskrant.nl gebruikt maakt van burgerjournalistiek, zijn het vooral foto's en tweets, maar het is niet te vergelijken met AD.nl en NOS.nl, die allebei veelvuldig gebruik maken van burgerjournalistiek.

volkskrant.nl heeft om te beginnen andere content op de site dan NOS.nl en AD.nl. Grote (inter)nationale gebeurtenissen worden vermeld, maar de kleinere nieuwswaardige artikelen zijn niet te vinden op de site. Waar NOS.nl en AD.nl bijvoorbeeld uitgebreid berichten over een landelijke treinstoring, met input van burgerjournalistiek, is er op volkskrant.nl geen bericht over dit onderwerp te vinden. volkskrant.nl richt zich met name op de achtergrondverhalen, artikelen die zij zelf produceren door aan een bepaald onderwerp duiding te geven.

Input

In de weinige gevallen dat volkskrant.nl gebruik maakt van burgerjournalistiek, gebeurt dit vooral door tweets en foto's. Een voorbeeld waarbij gebruik wordt gemaakt van veel input, is het artikel over een grote bedrijfsbrand in Eindhoven (figuur 6). Hier worden meerdere tweets met foto's geplaatst bij het artikel. Opvallend is dat volkskrant.nl bij dit artikel wel gebruik maakt van burgerjournalistiek, maar niet bij andere artikelen.

Een ander artikel waar wel weer gebruik wordt gemaakt van burgerjournalistiek, is een artikel over een beeldenstorm in Zuid-Afrika. Hierbij deelt de site een screenshot van een tweet met foto's.

Rol

Hoewel er maar weinig gebruik wordt gemaakt van burgerjournalistiek, is er de keren dat er gebruik van wordt gemaakt wel een aanvullende rol weggelegd voor de burgerjournalist. Zo geven foto's de lezer een beeld van de situatie en bevatten de tweets in de meeste gevallen wel informatie die belangrijk is voor het artikel.

Betrouwbaarheid

Net als bij AD.nl en NOS.nl is de betrouwbaarheid van een bericht niet altijd te controleren. In de mate waarop volkskrant.nl gebruik maakt van burgerjournalistiek kun je er wel vanuit gaan dat het eerst goed bekeken wordt voordat het op de site geplaatst wordt. De site maakt net als AD.nl en NOS.nl wel gebruik van social media, maar in de meeste gevallen is dat dan informatie van journalisten in binnen- en buitenland en andere officiële kanalen. Dit geeft ook aan dat volkskrant.nl waarde hecht aan de betrouwbaarheid van een bericht. Ze beschouwen een tweet van een journalist meer als waarheid en betrouwbaar dan een tweet van een willekeurige burgerjournalist. Hetzelfde geldt voor foto's. De meeste foto's die geplaatst worden bij artikelen zijn van ANP, REUTERS, AP, AFP of EPA.

Cases

Opvallend is dat alleen bij de eerste case (Wolf in Drenthe) volkskrant.nl gebruik maakt van burgerjournalistiek door een foto te plaatsen. Terwijl er bij de andere cases geen gebruik wordt gemaakt van burgerjournalistiek. Cases als de aanslagen in Parijs en de ramp in Alphen a/d Rijn dienen zich uitstekend voor het gebruik van input van burgerjournalisten. In plaats daarvan kiest



Figuur 6: Brand op industrieterrein Eindhoven

volkskrant.nl ervoor om alleen informatie te delen die ze zelf hebben vergaart uit betrouwbare bronnen zoals officiële instanties.

6.3 Conclusies

Na de analyse van gebruik van burgerjournalistiek op de nieuwssites AD.nl, NOS.nl en volkskrant.nl kan ik het volgende zeggen:

Het gebruik van burgerjournalistiek van de drie nieuwssites kwam redelijk overeen met wat ik van te voren in gedachten had. Namelijk het AD.nl op nummer één wat betreft burgerjournalistiek, NOS.nl op nummer twee en volkskrant.nl met grote afstand op nummer drie. Opvallend vond ik dat NOS.nl vaker gebruik maakt van burgerjournalistiek dan ik gedacht had. Je zou kunnen zeggen dat de site mij daarmee positief verrast heeft.

Input

De input van burgerjournalisten komt vooral bij Twitter vandaan. Twitter is met recht de hofleverancier van burgerjournalistiek. Dit komt omdat het snel, kort en bondig is, terwijl zo'n korte tweet vaak veel informatie kan bevatten. Doormiddel van onder andere hashtags is het bereik van zo'n tweet enorm. De tweets bevatten informatie en/of foto's, die enorm bruikbaar kunnen zijn voor een artikel.

Belangrijk

Het belang van de input was bijna overal groot. Bij het ene artikel meer dan bij het andere artikel, maar over het algemeen zou je kunnen zeggen dat de input van grote waarde is voor de nieuwssites. Wanneer een krant geen correspondenten of journalisten (bijvoorbeeld bij een rampplek) paraat heeft staan en toch de lezer wil informeren, is burgerjournalistiek een belangrijke aanvulling, en soms zelfs een leidende factor in het nieuwsproces.

Betrouwbaarheid

Met andere woorden: kun je vertrouwen wat er in het bericht van de burgerjournalist staat? Hecht de site waarde aan waarheidsgetrouwe informatie? In de meeste gevallen is wel te controleren dat een bericht de waarheid is, omdat een gebeurtenis al door officiële kanalen is bevestigd. Wanneer dat niet zo is, is er meestal ook wel te achterhalen of een tweet op waarheid berust. Vaak is het ook zo dat wanneer er een tweet geplaatst is met foto, het betrouwbaarder is dan alleen een tweet met bijvoorbeeld een hashtag.

Speciale cases

Bij de geselecteerde cases werd er niet altijd door alledrie de nieuwssites gebruik gemaakt van burgerjournalistiek. Wel berichten de nieuwssites over alle onderwerpen, maar alleen door NOS.nl wordt bij alle cases gebruik gemaakt van burgerjournalistiek. AD.nl volgt er snel achteraan, maar heeft bijvoorbeeld geen gebruik gemaakt van burgerjournalistiek bij de tweede en vijfde case. Opvallend is dat volkskrant.nl alleen gebruik maakt van burgerjournalistiek bij de eerste case,

terwijl de andere cases volop mogelijkheden boden om gebruik te maken van burgerjournalistiek.
De cases en uitkomsten op een rij:

Case 1: maart 2015: De wolf duikt op in Drenthe.

AD.nl: Ja

NOS.nl: Ja

volkskrant.nl: Ja

Case 2: juni 2015: Een bommelding bij de Jumbo in Groningen.

AD.nl: Nee

NOS.nl: Ja

volkskrant.nl: Nee

Case 3: augustus 2015: Ongeval met bouwkraan in Alphen.

AD.nl: Ja

NOS.nl: Ja

volkskrant.nl: Nee

Case 4: november 2015: Aanslagen Parijs.

AD.nl: Ja

NOS.nl: Ja

volkskrant.nl: Nee

Case 5: november 2015: Gijzeling in hotel Mali.

AD.nl: Nee

NOS.nl: Ja

volkskrant.nl: Nee

Conclusie per nieuwssite:

AD.nl

AD.nl maakt veel gebruik van burgerjournalistiek, zowel bij grote (inter)nationale gebeurtenissen als kleine lokale nieuwtjes. Hieruit blijkt dat AD.nl niet alleen burgerjournalistiek inzet wanneer ze zelf niet ter plaatse zijn, maar ook dat wanneer er genoeg informatie is, er altijd extra informatie kan worden gegeven, door de burgerjournalistiek. Op die manier weten ze hun lezers goed te betrekken en laten ze zien wat er over een bepaald onderwerp onder burgers en burgerjournalisten leeft. Burgerjournalistiek is op deze manier niet alleen goed voor de content van de site, maar ook voor interactie met het publiek. AD.nl zou nog meer gebruik kunnen maken van burgerjournalistiek door het bijvoorbeeld in te zetten bij politieke zaken. Zet burgers in om verslag te doen op Twitter van een vergadering in de Tweede Kamer en deel dat vervolgens op de site. Zo laat je burgers participeren en heb je zelf ook weer interessant nieuws. Burgers hebben ook veel kennis van zaken, soms meer dan de journalist. Die kennis kun je goed inzetten, niet alleen bij rampen en andere grote gebeurtenissen, maar ook bij de verhalen van alledag.

NOS.nl

NOS.nl bediend een groot publiek en dat doen zij goed door ook burgerjournalistiek in te zetten op hun site. De burgerjournalist speelt een aanvullende rol, en een aantal keer zelfs een leidende rol. NOS.nl maakt op een goede manier gebruik van burgerjournalisten. Niet bij ieder artikel een tweet of foto, maar echt alleen als het een nieuwswaardige aanvulling is op een artikel. Op deze manier krijgt de lezer een duidelijk beeld van een gebeurtenis, met berichten die niet afkomstig zijn van de pers, maar van burgerjournalisten die daar op dat moment aanwezig zijn en besluiten hun informatie te delen met hun publiek, de rest van de wereld, op Twitter. Ook NOS.nl kan burgerjournalistiek nog breder inzetten.

volkskrant.nl

volkskrant.nl heeft een specifieke doelgroep die ze graag op een zo goed mogelijke manier bedienen. Het gebruik van burgerjournalistiek hoort hier niet altijd bij. volkskrant.nl houdt zich aan zijn imago. Kwalitatief goede artikelen, zonder inbreng van burgerjournalisten. Op zich past het ook wel bij volkskrant.nl om zich op die manier te onderscheiden, maar ook verandering kan op dit vlak goed zijn. Burgerjournalistiek gebruiken in een mate waarop AD.nl en NOS.nl dit doen zou geen goed doen voor het imago van De Volkskrant, maar er is zeker een manier waarop het meerwaarde kan bieden. Zo zou volkskrant.nl zich kunnen gaan richten op oplossingsgerichte, oftewel constructieve journalistiek. Met behulp van burgerjournalisten kunnen zij zich ook hierin onderscheiden. Deze rol van de burgerjournalist wordt nader toegelicht in de algehele conclusie. De Volkskrant zou in die zin zeker gebruik kunnen maken van burgerjournalistiek, zonder dat het imago beschadigd.

7. Algehele conclusie

De journalistiek staat nooit stil, en ook vandaag de dag is de traditionele journalistiek aan allerlei veranderingen onderhevig. Met als grootste de digitalisering van de informatievoorziening. Voor de opkomst van internet kon de traditionele journalistiek gezien worden als de waakhond van de democratie, de gatekeeper van de nieuwsvoorziening. Maar met de komst van internet zijn die taken voor een groot deel verdwenen en heeft de journalist geen monopolie meer op de nieuwsvoorziening. Het publiek verandert met de tijd mee en zo is er een interactief medialandschap ontstaan dat nooit slaapt (Levy, 2010). Burgers participeren in de samenleving, vergaren, produceren en delen hun eigen nieuws. Is er een manier waarop de journalist gebruik kan maken van deze burgerjournalisten? Hoe zou die samenwerking er uit moeten zien? Welke gevolgen heeft dat voor de journalistiek? Is er nog wel een plek voor traditionele journalistiek? Door dit onderzoek is vooral duidelijk geworden dat de journalistiek niet naar beneden, maar vooruit moet kijken. Mijn hoofdvraag luidt: *“Welke rol is er voor de burgerjournalist weggelegd in een participatiesamenleving zoals die door de overheid aangeprezen wordt?”*

Journalistiek

Het begrip ‘journalistiek’ kent vele betekenissen en opvattingen. Eén van de definities van journalistiek luidt: *“Journalistiek is het verstrekken van informatie van omtrent het dagelijks gebeuren via de media”*. In principe kun je hiermee akkoord gaan, maar ik denk dat de journalist veel meer op zich kan en moet nemen dan alleen het informeren van publiek. Dat zegt ook Tony Harcup: “Behalve informatie heeft de journalist ook commentaar en versterking op al bestaande materie”. Liesbeth Hermans geeft op haar beurt aan dat journalisten niet alleen kunnen worden beschouwd als doorgeefluik van informatie, maar dat ze door hun actief beroepsmatige handelen ook nieuws vorm kunnen geven (Hermans, 2000, z.d). De journalist moet dus op zoek naar een nieuwe manier van werken.

Burgerjournalistiek

Er is een heleboel geschreven over burgerjournalistiek. Wat het is, wanneer iemand een burgerjournalist is, waar het voorkomt, en nog meer. De duidelijkste, bekendste en waarschijnlijk ook de meest treffende definitie is die van Jay Rosen: “When the **people formerly known as the audience** employ press tools they have in their possession to inform one another, that’s citizen journalism.” De press tools waar Rosen het over heeft zijn social media als Twitter en Facebook, maar dat zijn ook nieuwe apps als Periscope. Burgerjournalistiek is volgens Mediasocioloog Peter Vasterman (H5) niet iets waarbij burgers foto’s of informatie via bijvoorbeeld Twitter delen met de wereld, terwijl journalist en auteur Bart Brouwers daar weer heel anders over denkt (H5). Hij geeft aan in het interview dat burgerjournalistiek iets is waarbij iedereen actief kan worden in een speelveld dat voorheen aan journalisten voorbehouden was. “En dat kan alle vormen hebben die je je maar kunt bedenken.” Ik denk dat de belangrijkste vraag die gesteld moet worden niet is ‘wat is burgerjournalistiek en in welke vormen komt het?’, maar ‘wat kun je ermee?’ Dat burgerjournalisten actief zijn op social media blijkt, en dat ze zeer nuttig en bruikbaar zijn blijkt ook uit de analyse die ik uitvoerde bij drie nieuwssites.

Uit mijn analyse blijkt dat vooral [AD.nl](#) en [NOS.nl](#) regelmatig gebruik maken van burgerjournalistiek in verschillende soorten en maten. Dit kan gaan om één tweet, maar ook om een filmpje of zelfs een livestream. De artikelen waar vooral burgerjournalistiek bij gebruikt wordt zijn (inter)nationale rampen, bij situaties waarbij de journalist geen of beperkte toegang heeft tot informatie van officiële bronnen. In deze artikelen speelt de burgerjournalist vaak een aanvullende rol en in sommige gevallen ook een leidende rol. Die aanvullende en soms leidende rol is terug te koppelen naar social media. Een platform als Twitter leent zich perfect om nieuws te delen. Dit kan grote voordelen hebben voor de reguliere journalistiek, maar het is ook een extra trigger om goed te blijven opletten wat je gebruikt en wat niet. De wereld van het internet is immens groot en kan een gevaar zijn voor de journalistiek. Maar aan de andere kant; met bijvoorbeeld Twitter heeft de journalist een schat aan bronnen, nieuwe invalshoeken en anders onbereikbare informatie binnen handbereik. Burgers die participeren in de samenleving, zelf nieuws produceren en delen kunnen van grote waarde zijn voor de journalistiek. Door de komst van internet en social media verandert langzamerhand ook het medialandschap, en dus ook competenties van de journalist.

Journalistiek en burgerjournalistiek

Voorheen bestond het profiel van de opleiding journalistiek uit een lange lijst van competenties. Die lijst wil Alexander Pleijter terugbrengen tot vijf belangrijke terreinen waar journalisten van op de hoogte moeten zijn. De vijf terreinen zijn:

-  Het vinden van nieuws en raadplegen van bronnen
-  Het maken van journalistieke producties
-  Reflecteren en onderzoeken van het eigen vak
-  Publieksverantwoording, bereik en interactie
-  Ondernemerschap en innovatie

De eerste drie zijn bij iedere journalist bekend. De aandacht moet daarom vooral liggen op de laatste twee punten. Publieksverantwoording, bereik en interactie én ondernemerschap en innovatie. In deze punten ligt naar mijn mening de toekomst van de journalistiek verscholen. Ten eerste is publiek ontzettend belangrijk. De burger is mondiger en actief geworden en kan zelf heel duidelijk aangeven wat hem bezighoudt. Harrie Kiebosch (H5) geeft aan dat je nu als journalist veel beter kunt kijken over welke verhalen het nu eigenlijk moet gaan. *“De journalist moet heel erg op zoek gaan naar de agenda van de burger, en die moet je als journalist professioneel hanteren.”* Een ander belangrijk punt is het innoveren. De journalist heeft, zoals eerder gezegd, geen monopolie meer op de nieuwsvoorziening en is niet langer de vervaardiger van *‘the first rough draft of history’*, die rol is immers overgenomen door het publiek op Twitter. Het is daarom heel belangrijk dat de journalist gaat innoveren op zijn eigen werkveld, met behulp van de burgerjournalist.

Bij de interviews wordt er op mijn hoofdvraag ‘Welke rol is er voor de burgerjournalist weggelegd in een participatiesamenleving?’ geen eenduidig antwoord gegeven, maar worden er verschillende dingen genoemd. Betrokken zijn bij de samenleving, een rol als tipgever, maar ook een rol als

schrijver van kleine berichten. Een toegevoegde rol, een actieve rol, een aanvullende rol, een rol op social media en een rol bij constructieve journalistiek. Schrijven over problemen in een bepaalde wijk, praten met betrokkenen en oplossingen suggereren. Journalistiek serieus nemen, de burgerjournalist bewust inzetten, de burgerjournalist opinie laten schrijven, de burgerjournalist inzetten voor projecten vergelijkbaar met die van The Guardian. De rollen die beschreven worden, zijn nu op kleine schaal al redelijk zichtbaar in de maatschappij. Zo is de burgerjournalist tipgever, actief op social media en op lokale schaal ook van toegevoegde waarde met het schrijven van kleine berichten. Deze rol zou zeker nog uitvergroot kunnen worden.

Een rol van de burgerjournalist bij het nieuwsproces kan in dus verschillende vormen komen. Zo spreekt burgerjournalist Rianne Schuurman van een samenwerking met een toegevoegde rol voor de burgerjournalist. *“Je kunt niet overal tegelijk zijn als journalist, dus het is mooi als je overal wat mensen hebt zitten die bijvoorbeeld livestreamen als er ergens iets gebeurt”*. Volgens Bart Brouwers ligt de rol van de burgerjournalist in een participatiesamenleving vooral in het bekendmaken van wat verborgen is. *“Het delen van informatie die anders moeilijk te vinden zou zijn, die in een pré-internetijdperk echt verborgen bleven of heel lang verborgen bleven totdat die journalisten daarvan hoorden.”* Social media is hierbij een ideaal hulpmiddel. Want zoals Brouwers het zelf zegt: *“Social media zijn een cadeautje voor de journalistiek. Mits goed gebruikt leveren ze de journalistiek ontelbare extra oren en ogen op, zowel voor het vergaren als het publiceren van relevante informatie”*.

Dit is een rol van de burgerjournalist die ook terug te vinden is in de analyse. Vooral het publiceren van relevante informatie op social media komt naar boven. Alexander Pleijter gaf in het interview ook al aan dat dit gebeurt, maar zei er ook bij dat het dan wel vaak gaat om nieuws waarvan je je kunt afvragen of dat nou echt van belang is. *“Het gaat dan vaak om nieuws als branden en ongelukken, waar iedereen nieuwsgierig naar is, maar als je daarvan niet op de hoogte bent is dat volgens mij ook niet erg.”* Die rol van de burgerjournalist kan uitgebreid worden. Op social media, maar volgens mij ook daarbuiten. Want alles wat op Twitter gezet wordt kan een mooi verhaal opleveren.

Constructieve journalistiek

Burgerjournalistiek zou een goede rol kunnen spelen in een redelijk nieuwe journalistieke stroming die constructieve, oftewel oplossingsgerichte journalistiek wordt genoemd. Het publiek heeft behoefte aan positief nieuws, terwijl de media vooral berichten over rampen, nationaal en internationaal, en andere berichten die wel nieuwswaardig zijn maar een negatieve lading hebben. Uit een onderzoek van de Deense journaliste Cathrine Gyldensted bleek dat mensen beter reageerde op een artikel met een constructieve wending en een hoopvol einde. Het gaf de mensen het gevoel goed geïnformeerd te zijn. Van het klassieke, negatieve nieuwsverhaal werden mensen passief (Schuijt, 2014).

Ook bij de interviews komt het begrip constructieve journalistiek terug. Zo ziet Nico Drok een actieve en aanvullende rol voor de burgerjournalist. *“De burgerjournalist kan schrijven over een probleem in een bepaalde wijk, met betrokkenen praten en oplossingen suggereren.”* Een

combinatie van burgerjournalistiek en constructieve journalistiek dus. *“Die kan, samen met civic journalism, de verantwoordelijkheid ook voor een deel leggen bij burgers. Burgerjournalistiek kan vanuit mensen zelf met oplossingen komen voor problemen waar zij zich mee geconfronteerd zien.”* De focus moet dus niet liggen op hoe erg iets is, maar hoe zo iets opgelost kan worden. De rol van de burgerjournalist kan hierin heel groot zijn. Wanneer een burgerjournalist zich met zijn kennis structureel bezighoudt met een bepaald onderwerp, zich hierin verdiept en oplossingen aandraagt, kun je tot iets heel moois komen. Een concreet voorbeeld zou kunnen zijn dat de journalistiek burgerjournalisten inzet bij politieke zaken. Wat zien zij, wat willen zij en welke oplossingen kunnen zij aandragen? Je kunt dit doen op het niveau waar je als journalist je eigen burgers hebt zitten. Als je heel lokaal bent dan kun je op gemeentelijk niveau zaken aanpakken, maar als je heel landelijk bent, dan kun je op landelijk niveau allerlei onderwerpen oppakken. In samenwerking met de reguliere journalist kan er resultaat geboekt worden. Het publiek, waaronder de burgerjournalisten, voelen zich op deze manier gehoord. Dit leidt tot een betere verhouding tussen publiek en journalistiek, een band die de laatste jaren toch al zo verzwakt is. Het is nu het moment om actie te ondernemen, zelf het initiatief te nemen en proberen samen te werken met het publiek. Op het moment dat je dat doet, win je opnieuw het vertrouwen van je publiek en voelen zij zich weer begrepen en betrokken bij het nieuwsproces.

Dus: Welke rol is er voor de burgerjournalist weggelegd in een participatiesamenleving zoals die door de overheid aangeprezen wordt? De rol die er nu voor de burgerjournalist bestaat is vooral een aanvullende rol op social media. Nieuwssites maken hier dankbaar gebruik van. Maar kan die rol nog uitgebreid worden? Ik denk het wel. Burgerjournalisten hebben ook veel kennis en kunnen op verschillende vlakken goed samenwerken met de journalist. Dit kan op lokaal/gemeentelijk niveau, waar de burgerjournalist kan schrijven over een probleem in een bepaalde wijk, met betrokkenen kan praten en oplossingen kan suggereren. Je kunt deze rol ook landelijk trekken. Burgerjournalistiek kan vanuit mensen zelf met oplossingen komen voor problemen waar zij zich zelf mee geconfronteerd zien. Oftewel: gebruik burgerjournalisten om op zoek te gaan naar nieuwe onderwerpen. Dit kan via social media, maar ook dichterbij. Zoals ook Harrie Kiekebosch zegt is bijvoorbeeld het schoolplein al een ideale manier om te weten wat er bij burger leeft. Op het moment dat burgers en burgerjournalisten betrokken worden bij het nieuwsproces heeft dit veel positieve voordelen voor de journalistiek. Vanuit de mens is en blijft er een behoefte om geïnformeerd te worden. Die rol blijft voor de reguliere journalistiek ook bestaan. Maar hoe die rol vervuld wordt, daar gaat het vooral om. De journalist moet vooruit kijken en kan daarbij de burgerjournalist simpelweg niet negeren. Daar moet het beste uitgehaald worden, want met de juiste samenwerking en de juiste rol voor de burgerjournalist, kan daar iets heel moois uit voortkomen.

8. Begrippenlijst

Agendasetting = invloed van de media op gebeurtenissen.

Assertief = jezelf respecteren en voor jezelf opkomen.

Bottom-up journalistiek = een gebeurtenis benaderen vanuit het perspectief van de burger.

Civic journalism/ civiele journalistiek = een vorm van journalistiek waarbij het medium zo dicht mogelijk bij de burger staat.

Factchecker = iemand die feiten controleert op waarheid.

Google-generatie = de jongere mediaconsumenten die opgroeiden met internet.

Innoveren = vernieuwen

Integriteit (eigenschap) = eerlijk, oprecht en niet omkoopbaar.

Massacultuur = een vorm van cultuurbeleving die samenhangt met industrialisatie en massamedia. Individuen ontleen hun culturele identiteit in grotere mate aan commerciële producten en aan de massamedia.

9. Literatuurlijst

Algemeen Dagblad (2015). Texaans ziekenhuis ontruimt afdeling wegens vermeende gijzeling. Geraadpleegd op 6 januari 2016 van <http://www.ad.nl/ad/nl/1013/Buitenland/article/detail/3827306/2015/01/11/Texaans-ziekenhuis-ontruimt-afdeling-wegens-vermeende-gijzeling.dhtml>

Algemeen Dagblad (2015). Doodzieke kastanjes aan de Veerdam gekapt. Geraadpleegd op 6 januari 2016 van <http://www.ad.nl/ad/nl/32605/Dordrecht/article/detail/3828124/2015/01/12/Doodzieke-kastanjes-aan-de-Veerdam-gekapt.dhtml>

Algemeen Dagblad (2015). Molletje in paniek door stijgend water. Geraadpleegd op 6 januari 2016 van <http://www.ad.nl/ad/nl/32605/Dordrecht/article/detail/3828109/2015/01/12/Molletje-in-paniek-door-stijgend-water.dhtml>

Algemeen Dagblad (2015). Beeld van aankomst Boumedienne in Turkije. Geraadpleegd op 6 januari 2016 van <http://www.ad.nl/ad/nl/33624/Aanslag-Parijs/article/detail/3828161/2015/01/12/Beeld-van-aankomst-Boumedienne-in-Turkije.dhtml>

Algemeen Dagblad (2015). Honderden mensen in Wateringen vast om asbest. Geraadpleegd op 6 januari 2016 van <http://www.ad.nl/ad/nl/1040/Den-Haag/article/detail/3828461/2015/01/13/Honderden-mensen-Wateringen-vast-om-asbest.dhtml>

Algemeen Dagblad (2015). Dode bij schietpartij met automatische wapens. Geraadpleegd op 6 januari 2016 van <http://www.ad.nl/ad/nl/1041/Amsterdam/article/detail/3829981/2015/01/14/Dode-bij-schietpartij-met-automatische-wapens.dhtml>

Algemeen Dagblad (2015). Zelfs boomspecialist kan zilverlinde niet redden. Geraadpleegd op 6 januari van <http://www.ad.nl/ad/nl/32605/Dordrecht/article/detail/3831264/2015/01/16/Zelfs-boomspecialist-kan-zilverlinde-niet-redden.dhtml>

Algemeen Dagblad (2015). Spelfouten op bord Dubbeldam vallen op. Geraadpleegd op 6 januari 2016 van <http://www.ad.nl/ad/nl/32605/Dordrecht/article/detail/3831398/2015/01/17/Spelfouten-op-bord-Dubbeldam-vallen-op.dhtml>

Algemeen Dagblad (2015). Huis in Amsterdam door brand verwoest. Geraadpleegd op 6 januari 2016 van <http://www.ad.nl/ad/nl/1012/Nederland/article/detail/3831944/2015/01/17/Huis-in-Amsterdam-door-brand-verwoest.dhtml>

Algemeen Dagblad (2015). Grote gifwolk na explosie Spaanse chemiefabriek. Geraadpleegd op 6 januari 2016 van <http://www.ad.nl/ad/nl/1013/Buitenland/article/detail/3850060/2015/02/12/Grote-gifwolk-na-explosie-Spaanse-chemiefabriek.dhtml>

Algemeen Dagblad (2015). Grienden stranden massaal in Nieuw-Zeeland. Geraadpleegd op 6 januari 2016 van <http://www.ad.nl/ad/nl/1013/Buitenland/article/detail/3850701/2015/02/13/Grienden-stranden-massaal-in-Nieuw-Zeeland.dhtml>

Algemeen Dagblad (2015). Dode en vijf gewonden nadat auto inrijdt op praalwagen. Geraadpleegd op 6 januari van <http://www.ad.nl/ad/nl/1012/Nederland/article/detail/3851650/2015/02/14/Dode-en-vijf-gewonden-nadat-auto-inrijdt-op-praalwagen.dhtml>

Algemeen Dagblad (2015). Gewonde na steekpartij winkelcentrum in Zwolle. Geraadpleegd op 6 januari van <http://www.ad.nl/ad/nl/1012/Nederland/article/detail/3922704/2015/03/23/Gewonde-na-steekpartij-winkelcentrum-in-Zwolle.dhtml>

Algemeen Dagblad (2015). Grote uitslaande brand in studentenhuus in Eindhoven. Geraadpleegd op 6 januari 2016 van <http://www.ad.nl/ad/nl/1012/Nederland/article/detail/3923353/2015/03/24/Grote-uitslaande-brand-in-studentenhuus-in-Eindhoven.dhtml>

Algemeen Dagblad (2015). Reizigers NS hele dag last van stroomstoring. Geraadpleegd op 6 januari 2016 van <http://www.ad.nl/ad/nl/1012/Nederland/article/detail/3929748/2015/03/27/Reizigers-NS-hele-dag-last-van-stroomstoring.dhtml>

Algemeen Dagblad (2015). Chaos op Utrecht Centraal na grote stroomstoring. Geraadpleegd op 6 januari 2016 van <http://www.ad.nl/ad/nl/1039/Utrecht/article/detail/3930451/2015/03/27/Chaos-op-Utrecht-Centraal-na-grote-stroomstoring.dhtml>

Algemeen Dagblad (2015). Gewapende overval op SRV-wagen in Ridderkerk. Geraadpleegd op 6 januari van <http://www.ad.nl/ad/nl/1038/Rotterdam/article/detail/3951619/2015/04/13/Gewapende-overval-op-SRV-wagen-in-Ridderkerk.dhtml>

Algemeen Dagblad (2015). Water en stroom voor tentenkamp asielzoekers. Geraadpleegd op 6 januari 2016 van <http://www.ad.nl/ad/nl/1012/Nederland/article/detail/3953128/2015/04/14/Water-en-stroom-voor-tentenkamp-asielzoekers.dhtml>

Algemeen Dagblad (2015). Aanpassing op rotonde Eemplein omstreden. Geraadpleegd op 6 januari 2016 van <http://www.ad.nl/ad/nl/31848/Amersfoort/article/detail/3953642/2015/04/14/Aanpassing-op-rotonde-Eemplein-omstreden.dhtml>

Algemeen Dagblad (2015). Paniek door aardbeving voor kust Kreta. Geraadpleegd op 6 januari 2016 van <http://www.ad.nl/ad/nl/1013/Buitenland/article/detail/3961228/2015/04/16/Paniek-door-aardbeving-voor-kust-Kreta.dhtml>

Algemeen Dagblad (2015). Duizenden Texanen op de vlucht voor overstromingen. Geraadpleegd op 6 januari 2016 van <http://www.ad.nl/ad/nl/1013/Buitenland/article/detail/4039529/2015/05/25/Duizenden-Texanen-op-de-vlucht-voor-overstromingen.dhtml>

Algemeen Dagblad (2015). Toestel Transavia maakte noodlanding om storm. Geraadpleegd op 6 januari van <http://www.ad.nl/ad/nl/9124/Het-weer/article/detail/4108030/2015/07/26/Toestel-Transavia-maakte-noodlanding-om-storm.dhtml>

Algemeen Dagblad (2015). Schietpartij bij drukste toeristenstraat van Barcelona. Geraadpleegd op 6 januari 2016 van <http://www.ad.nl/ad/nl/1013/Buitenland/article/detail/4109449/2015/07/28/Schietpartij-bij-drukste-toeristenstraat-van-Barcelona.dhtml>

Algemeen Dagblad (2015). Vliegveld Las Vegas weer volledig in gebruik. Geraadpleegd op 6 januari 2016 van <http://www.ad.nl/ad/nl/1013/Buitenland/article/detail/4138533/2015/09/09/Vliegveld-Las-Vegas-weer-volledig-in-gebruik.dhtml>

Algemeen Dagblad (2015). Zeer verwarrende situatie in Parijs. Geraadpleegd op 6 januari 2016 van <http://www.ad.nl/ad/nl/37401/Aanslagen-Parijs-november-2015/article/detail/4185895/2015/11/13/Zeer-verwarrende-situatie-in-Parijs.dhtml>

Algemeen Dagblad (2015). Nederlanders in Parijs staan te trillen op hun benen. Geraadpleegd op 6 januari 2016 van <http://www.ad.nl/ad/nl/37401/Aanslagen-Parijs-november-2015/article/detail/4185989/2015/11/14/Nederlanders-in-Parijs-staan-te-trillen-op-hun-benen-.dhtml>

Algemeen Dagblad (2015). Niets gevonden in vliegtuig op Schiphol na dreigtweet. Geraadpleegd op 6 januari 2016 van <http://www.ad.nl/ad/nl/1012/Nederland/article/detail/4186520/2015/11/14/Niets-gevonden-in-vliegtuig-op-Schiphol-na-dreigtweet.dhtml>

Algemeen Dagblad (2015). Lees hier alles terug over de aanslagen in Parijs. Geraadpleegd op 6 januari 2016 van <http://www.ad.nl/ad/nl/1013/Buitenland/article/detail/4185863/2015/11/14/Lees-hier-alles-terug-over-de-aanslagen-in-Parijs.dhtml>

Algemeen Dagblad (2015). Schokkende beelden van vluchtende theaterbezoekers. Geraadpleegd op 6 januari van <http://www.ad.nl/ad/nl/37401/Aanslagen-Parijs-november-2015/article/detail/4186392/2015/11/14/Schokkende-beelden-van-vluchtende-theaterbezoekers.dhtml>

Althuisius, J. & Kraak, H. (2013) Nieuws dat je maakt. Geraadpleegd op 18 januari 2016 van <http://www.volkskrant.nl/archief/nieuws-dat-je-maakt~a3428754/>

Bakker, P. & Bakker, T. (2011). *Handboek nieuwe media (1e druk)*. Alphen a/d Rijn: Kluwer

Bell, A.(1991). *The Language Of The News Media (1e druk)*. Oxford: Blackwell

Blaauw, P. (2015). Journalistiek en de burger. Geraadpleegd op 4 november 2015 van <http://deruis.nl/journalistiek-en-de-burger/>

Blanken, H. (2009). *Mediamores (1e druk)*. Amsterdam: Atlas

Brinkman, I. (z.d.) User Generated Content, wat is het en wat doet het? Geraadpleegd op 15 november 2015 van <http://www.livewallconcepts.nl/blog/user-generated-content-definitie-en-uitleg>

Brouwers, B. (2013). *Na de deadline (1e druk)*. Amsterdam: Fast Moving Targets B.V.

Buijs, K. (2008). *Journalistieke kwaliteit in het crossmediale tijdperk (2e druk)*. Amsterdam: Boom Lemma

Deuze, M. (2004). *Wat is journalistiek? (1e druk)*. Amsterdam: Het Spinhuis Amsterdam

Deuze, M. (2008, 29 september) "Leven in media". Bijdrage voor: "Omzien naar de Toekomst: Jaarboek ICT en Samenleving 2008|09", onder redactie van Valerie Frissen en Jop Esmeijer. Uitgave: Media Update Vakpublicaties, pp.67-84. Geraadpleegd op 11 december 2015 van: <https://scholarworks.iu.edu/dspace/bitstream/handle/2022/3776/Leven+in+Media+Jaarboek+ICT+2008.pdf?sequence=1>

- Doest, ter, P. (2016). Bij welke journalistieke stroming hoor jij? Geraadpleegd op 13 januari 2016 van <http://www.denieuwereporter.nl/2016/01/bij-welke-journalistieke-stroming-hoor-jij/>
- Driessche, van, den, D. (2005). Koning Blog is geen journalist zegt Peter Vasterman. Geraadpleegd op 15 december van <https://solvejkijktenschrijft.wordpress.com/2005/10/11/koning-blog-is-geen-journalist-zegt-peter-vasterman-3/>
- Drok, N. (2007). *De toekomst van de journalistiek (1e druk)*. Amsterdam: Boom Lemma
- Duursma, J (2014) Social media, 6 trends voor 2015. Geraadpleegd op 9 november 2015, van <http://www.frankwatching.com/archive/2014/11/20/social-media-6-trends-voor-2015/>
- Engelfriet, A. (z.d). Wanneer burgerjournalist? Geraadpleegd op 4 november 2015 van <http://www.iusmentis.com/meningsuiting/nieuws-journalistiek/wanneer-burgerjournalist/>
- Es, van C, Steenhoven, der, van, J & Timmermans, N. (2011). Rapport burgerjournalistiek 2011. Geraadpleegd op 4 november 2015 van https://www.kl.nl/wp-content/uploads/2014/04/rapport_burgerjournalistiek_mei_2011.pdf
- Evers, H & Rennen, T. (2005). *Journalistiek moet verder (1e druk)*. Nijmegen: Valkhoff Pers
- Galtung, J & Ruge, M (1965). "The structure of foreign news: The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four Norwegian newspapers," *Journal of Peace Research*, volume 2, number 1. Geraadpleegd op 20 november 2015 van <http://dx.doi.org/10.1177/002234336500200104>
- Goode, L. (2010) The End(s) of Journalism. Geraadpleegd op 11 november 2015 van http://www.nzherald.co.nz/technology/news/article.cfm?c_id=5&objectid=10665051
- Harcup, T. (2009). *Journalism, principles & practice (1e druk)*. Londen: Sage Publications
- Hendriks, C & Sanders, M. (2015). *Van opgelegde naar oprechte participatie (1e druk)* Amsterdam: Boom Lemma
- Hermans, L. (2000). Beroepsmatig handelen van journalisten. Geraadpleegd op 10 november 2015 van http://www.boomlemmatijdschriften.nl/tijdschrift/KWALON/2006/3/KWALON_2006_011_003_005
- Hooven, van der, B. (2012). Wat is een goede definitie van burgerjournalistiek. Geraadpleegd op 3 november 2015 van <http://netdem.nl/wat-is-een-goede-definitie-van-burgerjournalistiek/>
- Kant, I (1784). What is Enlightenment? Geraadpleegd op 3 februari 2016 van <http://www.columbia.edu/acis/ets/CCREAD/etscc/kant.html>
- Kaufhold, Lasorsa & Lewis. (2009) *Thinking about Citizen Journalism*
- Kille, van, der, H. (2008). Hoe denk je dat het Nederlandse medialandschap er in 2015 uitziet? Geraadpleegd op 4 november 2015 van <http://www.frankwatching.com/archive/2008/09/13/hoe-denk-je-dat-het-nederlandse-medialandschap-er-in-2015-uit-ziet/>

Kovach, B & Rosenstiel, T. (2001). *The Elements of Journalism*(1e druk). New York : Crown Publishing Group

Kussendrager, N. & Lugt, D. van, der (2007) *Basisboek Journalistiek* (4e druk). Groningen/Houten: Noordhoff Uitgevers, B.V.

Lokaal Nieuwsnet (z.d.). Drukbezochte informatieavonden weekblad Arena bieden de uitgever meer burgerjournalistieke content. Geraadpleegd op 5 november van <https://lokaalnieuwsnet.nl/13-drukbezochte-informatieavonden-weekblad-arena-bieden-de-uitgever-meer-burgerjournalistieke-content.html>

Malcorps, L. (2012, 21 december) “The people formerly known as the audience”. Geraadpleegd op 15 november 2015 van <http://dare.uva.nl/cgi/arno/show.cgi?fid=490877>

McQuail, D (2005) *McQuail's Mass Communication Theorie* (1e druk). Londen: Sage

Mol, M. (2013). ‘Inzetten van burgers kan rol professionele journalist versterken’. Geraadpleegd op 3 november 2015 van <http://www.denieuwereporter.nl/2013/05/inzetten-van-burgers-kan-rol-professionele-journalist-versterken/>

Mulder, J. (2015, 3 juni) Nederlandse redacties: Journalistieke onafhankelijkheid steeds meer onder druk. Geraadpleegd op 19 november 2015 van <http://www.adformatie.nl/nieuws/nederlandse-redacties-journalistieke-onafhankelijkheid-steeds-meer-onder-druk>

Nieuwenhuizen, T. (2015). Beroepsjournalist vs. burgerjournalistiek. Geraadpleegd op 6 november van <https://medium.com/journalistiek-en-innovatie-2015/beroepsjournalist-vs-burgerjournalist-3baf8f1b5c03>

NOS (2015). Wind en hitte bedreigen bosbrandgebied Australië. Geraadpleegd op 15 januari 2016 van <http://nos.nl/artikel/2011782-wind-en-hitte-bedreigen-bosbrandgebied-australie.html>

NOS (2015). Twee miljoen kuub zand voor kust Ameland. Geraadpleegd op 15 januari 2016 van <http://nos.nl/artikel/2011906-twee-miljoen-kuub-zand-voor-kust-ameland.html>

NOS (2015). Opnieuw beving in Noord-Groningen. Geraadpleegd op 15 januari 2016 van <http://nos.nl/artikel/2011937-opnieuw-beving-in-noord-groningen.html>

NOS (2015). Bloedige terreuraanslag op satirisch blad in Parijs. Geraadpleegd op 15 januari 2016 van <http://nos.nl/artikel/2012108-bloedige-terreuraanslag-op-satirisch-blad-in-parijs.html>

NOS (2015). Beelden van de aanslag in Parijs. Geraadpleegd op 15 januari 2016 van <http://nos.nl/artikel/2012130-beelden-van-de-aanslag-in-parijs.html>

NOS (2015). Wel storm, geen grote verkeersproblemen. Geraadpleegd op 15 januari 2016 van <http://nos.nl/artikel/2012410-wel-storm-geen-grote-verkeersproblemen.html>

NOS (2015). Nieuwe beelden van bestormingen Frankrijk. Geraadpleegd op 15 januari 2016 van <http://nos.nl/artikel/2012554-nieuwe-beelden-van-bestormingen-frankrijk.html>

NOS (2015). Video: mensen ontvluchten in paniek metrostation. Geraadpleegd op 15 januari 2016 van <http://nos.nl/artikel/2019418-video-mensen-ontvluchten-in-paniek-metrostation.html>

NOS (2015). Gestrande Apache via weiland en erf terug naar basis. Geraadpleegd op 15 januari 2016 van <http://nos.nl/artikel/2020547-gestrande-apache-via-weiland-en-erf-terug-naar-basis.html>

NOS (2015). Opnieuw zware luchtaanvallen op Sanaa. Geraadpleegd op 15 januari 2016 van <http://nos.nl/artikel/2027733-opnieuw-zware-luchtaanvallen-op-sanaa.html>

NOS (2015). Slecht geslapen, tuinset weg. #storm. Geraadpleegd op 15 januari 2016 van <http://nos.nl/artikel/2027780-slecht-geslapen-tuinset-weg-storm.html>

NOS (2015). Schokkende foto's bloedbad Kenia. Geraadpleegd op 15 januari 2016 van <http://nos.nl/artikel/2028454-schokkende-foto-s-bloedbad-kenia.html>

NOS (2015). Appende buschauffeur weer aangenomen na ontslag. Geraadpleegd op 15 januari 2016 van <http://nos.nl/artikel/2031978-appende-buschauffeur-weer-aangenomen-na-ontslag.html>

NOS (2015). Hinder treinverkeer door beschadigde bovenleiding. Geraadpleegd op 15 januari 2016 van <http://nos.nl/artikel/2039040-hinder-treinverkeer-door-beschadigde-bovenleiding.html>

NOS (2015). Rianne Schuurman, verslaggever voor een dag. Geraadpleegd op 15 januari 2016 van <http://nos.nl/artikel/2039885-rienne-schuurman-verslaggever-voor-een-dag.html>

NOS (2015). Bouwkranen vallen op huizen Alpen a/d Rijn. Geraadpleegd op 15 januari 2016 van <http://nos.nl/liveblog/2050174-bouwkranen-vallen-op-huizen-alphen-aan-den-rijn.html>

NOS (2015). Video: weg ingestort in China na hevige regenval. Geraadpleegd op 15 januari 2016 van <http://nos.nl/artikel/2050295-video-weg-ingestort-in-china-door-hevige-regenval.html>

NOS (2015). Grote brand in loods Tilburg. Geraadpleegd op 15 januari 2016 van <http://nos.nl/artikel/2050451-grote-brand-in-loods-tilburg.html>

NOS (2015). Korte landelijke storing bij Vodafone. Geraadpleegd op 15 januari 2016 van <http://nos.nl/artikel/2058195-korte-landelijke-storing-bij-vodafone.html>

NOS (2015). Thalys en deel Rotterdam CS ontruimd. Geraadpleegd op 15 januari 2016 van <http://nos.nl/artikel/2058352-thalys-en-deel-rotterdam-cs-ontruimd.html>

NOS (2015). Filmpje toont begin drama in concertzaal. Geraadpleegd op 15 januari 2016 van <http://nos.nl/artikel/2069207-filmpje-toont-begin-drama-in-concertzaal.html>

NOS (2015). Dit was dag 2 na de aanslagen in Parijs. Geraadpleegd op 15 januari 2016 van <http://nos.nl/liveblog/2069189-dit-was-dag-2-na-de-aanslagen-in-parijs.html>

NOS (2015). Nederlander in Bamako: er zijn geen schoten meer te horen. Geraadpleegd op 15 januari 2016 van <http://nos.nl/artikel/2070271-nederlander-in-bamako-er-zijn-geen-schoten-meer-te-horen.html>

NOS (2015). Terreurdreiging in Brussel. Geraadpleegd op 15 januari 2016 van <http://nos.nl/liveblog/2070471-terreurdreiging-in-brussel.html>

Oers, E. van (2010, 8 juli) De hype voorbij. Geraadpleegd op 8 november 2015 van <http://www.scribd.com/doc/49927126/Scriptie-Emil-Van-Oers#scribd>

Pavlik, J. v. (2001). *Journalism and new media (1e druk)* New York: Colombia University Press

Pijpker, J. (2013). 'Praat met je publiek en denk vóór je publiek!' Geraadpleegd op 3 november 2015 van <http://www.denieuwereporter.nl/2013/04/praat-met-je-publiek-en-denk-voor-je-publiek/>

Pleijter, A. (2013). Grote verwachtingen over burgerjournalistiek zijn niet ingelost. Geraadpleegd op 3 november 2015 van <http://www.denieuwereporter.nl/2013/03/grote-verwachtingen-over-burgerjournalistiek-zijn-niet-ingelost/>

Pleijter, A. (2015). De burger als verslaggever en hoe journalisten daar op reageren. Geraadpleegd op 4 november 2015 van <http://www.toekomstvandejournalistiek.nl/tag/burgerjournalistiek/>

Pretwerk. (2015). Veranderend Social Media-landschap in 2015. Geraadpleegd op 5 november 2015 van <http://pretwerk.nl/topnieuws/veranderend-social-media-landschap-in-2015/34116>

Radsch, C. (z.d). Geraadpleegd op 15 november 2015 van <http://www.elevenmyanmar.com/editorial/citizen-journalism>

Randal, D (2000). *The Universal Journalist (1e druk)*. Londen: Sage

Rennen, T. (2000). *Journalistiek als kwestie van bronnen (1e druk)*. Delft: Eburon.

Robbesom, D (2014, 8 april). Het ontstaan van de participatiesamenleving. Geraadpleegd op 3 februari 2016 van <http://www.isgeschiedenis.nl/nieuws/het-ontstaan-van-de-participatiesamenleving/>

Roest, D, van, der. (2015). Samenleving = samenwerking. De kracht van de participatiesamenleving. Geraadpleegd op 3 februari 2016 van <http://www.k-mo.nl/k-mo/nieuws/samenleving-samenwerking-de-kracht-van-de-participatiesamenleving/#.VXV3CNLtmko>

Rosen, J. (2006). The people formerly known as the audience. Geraadpleegd op 5 november van http://archive.pressthink.org/2006/06/27/ppl_frmr.html

Scheepbouwer, A (oud KPN-topman). (2013, 22 juli). *Iedereen Journalist, NTR* [TV-uitzending]. Hilversum: NPO

Schuijt, L. (2014). Constructieve journalistiek. Geraadpleegd op 18 januari 2016 van <http://www.watbezieltons.nu/index.php/constructieve-journalistiek/>

Smit, J (2013) Oratie: Op eigen benen. Geraadpleegd op 12 november 2015 van <http://www.rug.nl/news-and-events/news/archief2013/nieuwsberichten/0514-rede-jeroen-smit.pdf>

Steenhuis, H. (Presentator). (2013, 15 juli). Iedereen journalist. Deel 1: Crisis. NTR [TV-uitzending]. Hilversum: NPO.

Steenhuis, H. (Presentator). (2013, 22 juli). Iedereen journalist. Deel 2: Overleven. NTR [TV-uitzending]. Hilversum: NPO.

Steenhuis H. (Presentator). (2013, 29 juli). Iedereen journalist. Deel 3: De nieuwe journalist. NTR [TV-uitzending]. Hilversum: NPO.

Valk, van, der, L. (2007). De burger blogt: een verkennend onderzoek. Geraadpleegd op 15 december van <http://www.denieuwereporter.nl/2007/09/de-burger-blogt-een-verkennend-onderzoek-naar-de-toepassing-van-burgerjournalistiek-op-lokale-nieuwsweblogs/>

Volkskrant (2015). Witte beeldenstorm in Zuid-Afrika. Geraadpleegd op 18 januari 2016 van <http://www.volkskrant.nl/buitenland/witte-beeldenstorm-in-zuid-afrika~a3946295/>

Volkskrant (2015). Marokkaanse bus vol jonge sporters verongelukt. Geraadpleegd op 18 januari 2016 van <http://www.volkskrant.nl/buitenland/marokkaanse-bus-vol-jonge-sporters-verongelukt~a3948350/>

Volkskrant (2015). Grote bedrijfsbrand Eindhoven onder controle. Geraadpleegd op 18 januari 2016 van <http://www.volkskrant.nl/binnenland/grote-bedrijfsbrand-eindhoven-onder-controle~a4146628/>

Vreugdenhil, M (2012). Van verzorgingsstaat naar participatiesamenleving? Geraadpleegd op 3 februari 2016 van <http://dare.uva.nl/document/2/146183>

Weaver, D & Cleveland Wilhoit, G (1991) *The American Journalist: A Portrait of U.S. News People and Their Work* (2e druk). United States, Indiana: Indiana University Press

Woensel, van, E. (2014). Burgerjournalistiek: de voor- en nadelen. Geraadpleegd op 5 november van <https://epjvanwoensel.wordpress.com/2014/04/02/burgerjournalistiek-de-voor-en-nadelen/>

10. Bijlagen

10.1 Transcripten van de kwalitatieve onderzoeken

In deze paragraaf staan de transcripten van de afgenomen interviews. Dat zijn er in totaal acht.

-  Harrie Kiekebosch - mede-eigenaar van verschillende nieuwssites, auteur 'Journalistiek van nu';
-  Nico Drok - lector media & civil society, auteur 'De toekomst van de journalistiek';
-  Peter Vasterman - master Journalistiek & Mediastudies, auteur;

-  Alexander Pleijter - hoofdredacteur De Nieuwe Reporter, lector journalistiek & innovatie, auteur;
-  Bart Brouwers - journalist, auteur 'Na de deadline';
-  Jan van Es - hoofdredacteur De Brug;
-  Patricia Brobbel - eindredacteur De Brug;

-  Rianne Schuurman - burgerjournalist, zp'er communicatie

10.1.1 Harrie Kiekebosch

Naam: Harrie Kiekebosch

Beroep: Mede-eigenaar van verschillende nieuwssites, auteur 'Journalistiek van nu'

Wat is burgerjournalistiek volgens u?

"Burgerjournalistiek is een vorm van journalistiek waarbij eigenlijk de burger de enige partij is die zendt. Ik zeg ook met name de enige partij, want er is volgens mij verschil tussen een vorm van journalistiek waarbij je heel veel gebruik maakt van de burger en pure burgerjournalistiek. Wij maken wel veel gebruik van burgerjournalistiek maar, maar dat gebeurt heel erg onder leiding van professionele journalisten, en daarmee dan vind ik dat net weer iets anders, als wij gebruik maken van de burger en wij laten de burger dus ook actief zelf dingen schrijven, maar als het dan onder begeleiding valt van professionele journalisten, dan vind ik dat weer geen burgerjournalistiek."

Wat vindt u van het fenomeen burgerjournalistiek?

"Ik ben daar heel pragmatisch in, het feit dat het bestaat is gewoon een feit en ja dan kan ik er wel van alles van vinden, maar het bestaat. En dan ben ik van het slag je moet er gebruik van maken, als professionele journalisten. Burgerjournalistiek is heel ongenueanceerd, je kunt het niet echt checken, en meestal wordt het dan heel eenzijdig, want je zult nooit het hele verhaal tegenkomen, hoor en wederhoor zal een beetje achterwege blijven. Het woord journalistiek achter burgerjournalistiek, daarmee doe je onrecht aan de definitie van journalistiek."

In hoeverre heeft burgerjournalistiek in maatschappelijk opzicht voor veranderingen gezorgd?

"Ja heel veel. Vooral bij de nieuwe media, doordat burgerjournalistiek is gaan ontstaan."

De journalist is van origine een controlerend en bewakend persoon, maar op het moment dat hij de macht gaat controleren is hij eigenlijk zelf ook een machtsfactor geworden, en daardoor ontstaat een soort van wedstrijd tussen de machthebber en de machtcontroleur. Het gaat heel vaak over thema's die geattendeerd worden door de politiek of door de journalistiek, om dat die elkaar controleren. Daarbij wordt heel vaak vergeten wat nu eigenlijk de thema's zijn waar de burger vindt dat het over mag gaan. Nu de burger zelf heel erg aan zet is, kan de burger heel duidelijk aangeven wat hem bezighoudt en dan kun je als journalist veel beter kijken van over welke verhalen moet het eigenlijk gaan op mijn platform. Dat is heel erg mijn strategie, je moet opzoek gaan naar de agenda van de burger, en die moet je als journalist professioneel hanteren”.

Koning Willem Alexander pleitte in de troonrede van 2013 voor een participatiesamenleving. En dat roept in zekere zin dus ook eigenlijk op tot burgerjournalistiek. Hoe vindt u dat?

“Ik moet zeggen dat ik mijn boek al geschreven had voordat hij koning werd, die participatiemaatschappij pleitte ik al voor dat hij dat deed. Ik ben zeer voor de participatiemaatschappij en ik snap ook niet zo goed dat dat een soort van besmet woord is geworden. Net als samenwerking, dat is ook een besmet woord geworden. Volgens mij is dragers van de leefbaarheid, de samenwerking participatie, is misschien een rare vergelijking maar als je naar dierenrijk kijkt, dan bestaat dat geheel en al uit samenwerking, en uit participeren, anders lukt het niet.”

Welke rol kan de burgerjournalist spelen in deze participatiesamenleving?

“Nou dan wordt het een combinatie. Ik ben heel bewust de burger aan het inzetten in mijn media, en ik vind ook dat je als journalist de burger bewust moet inzetten. Je gaat je kinderen bij school afleveren, je hoort waar de ouders over spreken, bij de volleybal, in de kroeg, je bent in de derde helft in de voetbalkantine, je volgt social media, en daarin zie je waar burgers mee bezig zijn. Kijk heel feitelijk is het verhaal wat je hoort op het speelplein als je kinderen op school afzet, dat is ook een soort van burgerjournalistiek, alleen is het dan nog niet gepubliceerd. Als je als journalist die thema's oppakt, dan kun je vervolgens nog weer bepalen hoe je die gaat verwerken. Ga je dat allemaal zelf doen of ga je mensen vragen? In mijn eigen media heb ik wat ik noem een opiniepanel, of een opiniemaker, ik heb gewoon een stuk of 20/25 mensen die opinie maken en die vraag ik gewoon iedere keer van zijn er nu onderwerpen waarvan jullie vinden dat die geopinieerd moeten worden, en zo ja wil je ze zelf ook schrijven. En dat gaat over heel veel dingen, over dat in Den Haag besloten wordt om de ROC's weer op grote schaal te gaan inzetten dan vraag ik gewoon een directeur van een ROC in mijn omgeving van zou jij daar een opiniestuk over willen schrijven en dan geef ik hem gewoon de pen en dan ga ik helemaal niks aan dat verhaal veranderen, behalve dan qua stijl en taalfouten, maar ik ga inhoudelijk helemaal niks doen aan dat verhaal. Op die manier kunnen wij heel goed thema's accenderen, en dan moet je dat natuurlijk doen op het niveau waar je je eigen burgers hebt zitten, als je heel lokaal bent dan kun je op gemeentelijk niveau dingetjes oppakken maar als je heel landelijk bent, dan kun je op landelijk niveau allerlei dingen oppakken.”

Hoe is de interactie tussen journalistiek en publiek vandaag de dag?

“Hoe zal ik dat nou eens gaan omschrijven. Ik heb de indruk dat hoe dichterbij je het publiek staat hoe beter die interactie is. Als ik de landelijke bladen volg, en de landelijke media volg, dan heb ik nog altijd wel een beetje de indruk dat ze te haastig zijn om het publiek serieus te nemen, dan krijg je de discussies van iedereen gooit maar alles op Twitter en ik doe niet aan Facebook want je wordt verrot gescholden, dat is dus het negeren van wat er in de samenleving aan de hand is. Kijk die mensen die van alles roepen op Facebook en Twitter daar kun je wel van roepen dat zijn gekken maar als je met een aantal aan de bar gaat zitten in het plaatselijke cafe dan hoor je exact dezelfde dingen. Dus het is iets wat onderhuids in de maatschappij leeft, en volgens mij moet je dat wel heel serieus nemen. Ik denk dat de media die participatie nu nog steeds niet oppert, dat dat ook media zijn die er over tien jaar niet meer zijn. Ik hoorde laatst de zin ‘de traditionele media worden dus als eerst opgegeten door de nieuwe media’.”

In hoeverre is die relatie tussen media en publiek nu beschadigd?

“Tussen de traditionele media en het publiek heel erg. Ik vind dat een heel belangrijk deel van de ontleding daar inzit. Ik zie diezelfde lijn in de politiek. Ik weet wel zeker dat als een politicus ook de thema’s oppakt waarvan de burger vindt dat het moet over gaan en gaat vervolgens daar de gewone juiste dingen mee doen, hij vertelt gewoon keurig wat er aan de hand is waarom hij de beslissingen neemt, dan zal de interesse van mensen in de politiek ook toenemen. En exact datzelfde geldt voor de media. Zolang media de burger blijft negeren en gewoon zijn eigen agenda blijft doen, dan zal de burger die traditionele media niet meer vinden, maar er komen vanzelf nieuwe media die wel doen wat de burger interessant vindt, een valkuil daarvan is platvloersheid enzo, maar uiteindelijk blijkt dat helemaal niet zo te zijn omdat burgers wel degelijk vinden dat het over inhoudelijke taken mag gaan.”

In hoeverre kun je de journalist nog zien als dienstverlener aan het publiek?

“Heel groot. De journalist is de bewaker van de democratie. Als de journalist alle publiek van de samenleving aan zich bindt, dan kunnen alle partijen die iets dienstverlenend willen doen naar dat publiek, die willen zeggen dat er vanavond een optreden is in het theater, die willen zeggen dat er een voetbalwedstrijd is, maar ook zakelijk die willen zeggen dat ze koekjes in de aanbieding hebben deze week, die moeten dat op dat platform doen omdat daar die burgers de hele dag bij elkaar zijn. Beeldend zeg ik dat als jij nu zorgt dat jij de markt iedere dag vol hebt met mensen die jou nieuws komen halen, dan is iedere ondernemer wel gek dat die zijn marktkraampje juist op die markt neerzet. Die ondernemer dat is ook de voetbalclub, de sportvereniging, als hij vrijwilligers zoekt moet hij daar zijn, als het theater zou zeggen dat vanavond de voorstelling nog niet helemaal uitverkocht is en dat de laatste kaartjes voor half geld weg doen moet die daar zijn. Iedereen die iets te melden heeft, voor alle dienstverlening die je je maar kunt bedenken, moet je op die markt zijn waar het publiek is.”

Waar kan de journalist zich anno 2015 nog onderscheiden?

“De journalist moet gewoon op nieuwe media zitten. Die gebruikt de burgerjournalistiek, en het onderscheid zit het hem vooral in dat de rol van de journalistiek is om het allemaal in goede banen te leiden en vervolgens ook om het te duiden, als gewone normale traditionele journalistieke principes. Alleen ben je bezig met wat is agenda van de burger, dat noem ik dan, of dat noem ik

niet, dat is uit Amerika over komen waaien, civic journalism, welke thema's moet je oppakken en vervolgens moet je daarmee aan de haal gaan en dan moet je het verhaal gaan zoeken bij de traditionele. Als je als civic journalist eerst de thema's goed gaat onderzoeken welke de burger vindt die behandeld moeten worden, en als je het vervolgens via de traditionele journalistiek op een manier doet van hoor en wederhoor en je vraagt de politiek om een reactie en je zegt niet van daar heb ik al een keer aandacht aan besteed maar je gaat net zo lang met een onderwerp door tot dat je een fatsoenlijk antwoord van een politicus hebt, of je niet met een kluitje in het riet laten sturen. Dan zegt die burger op een gegeven moment: goh het maakt uit of ik me bemoei met mijn eigen leefomgeving want de journalisten daar doen er echt iets mee en als een burger dat ziet, dan gaat hij zich nog meer bemoeien met zijn eigen samenleving en die gaat verantwoordelijkheid dragen, en dan heb je, en dat is precies het doel van civic journalism, dan heb je bereikt wat je wilde bereiken”.

Tot welke gevolgen kan zo'n samenwerking nou leiden, tussen journalist en burgers en burgerjournalisten?

“Een voorbeeld uit de praktijk: bij mij in de buurt is een parallelweg tussen twee dorpen waar het veel te donker is, en het ene dorp had een sporthal en het andere dorp niet, en dan moesten er iedere keer jonge jochies en meisjes daar s'avonds naar de sporthal langs fietsen en mensen wilden daar straatverlichting. De gemeente zei dat is te duur, toen zijn we daar heengegaan en toen zeiden we van wat is dan te duur, en hoe duur is dan te duur en wie bepaald of dat te duur is en daar zijn we gewoon een half jaar mee bezig geweest en op een gegeven moment had niemand meer een fatsoenlijk antwoord omdat die er gewoon ook niet waren en uiteindelijk is de gemeente daar gewoon straatverlichting langs gaan zetten. Wat ik hiermee wil zeggen: als je als media echt goed bezig gaat met wat er onder de burger leeft, dan krijg je een heel ander soort journalistiek en dan weet ik zeker dat je daar hele mooie andere resultaten behaalt dan dat je nu haalt. Rob Wijnberg schreef eergisteren nog dat in Amerika meer mensen omkomen vanwege vallend meubilair dan vanwege terrorisme. Nou ik denk niet dat ze in Amerika het idee hebben dat dat zo is, ik denk dat ze het idee hebben dat er honderden duizenden per jaar doodgaan aan terrorisme terwijl er bijna niemand doodgaat vanwege terrorisme. Dat is agendasetting, door journalistiek, en in mijn ogen helemaal verkeerde agendasetting. Hij schrijft ook we leven niet in een democratie maar in een mediocratie, en dat geeft maar aan hoe belangrijk het is wat de journalist doet, en op het moment dat de burger zegt ja die journalisten die lullen ook maar wat, dan heb je gewoon de wedstrijd verloren.”

Hoe belangrijk is journalistieke kwaliteit?

“Ik weet niet wat journalisten in het algemeen vinden wat belangrijke journalistieke kwaliteit is maar ik vind dat ieder verhaal moet kloppen. Als je kwaliteit levert, ze zeggen vertrouwen komt te voet en gaat te paard, je moet gewoon kwaliteit leveren anders kan jij niet meer de bron zijn waar de burger zijn informatie vandaan haalt. En kwaliteit is ook enorm belangrijk voor het reilen en zeilen in de maatschappij. Als je ziet dat de Telegraaf het voor elkaar krijgt om iets wat het kabinet van plan was niet door te laten gaan, dan is de Telegraaf geen krant maar een actiepartij en dat mogen ze van mij zijn, maar dan moeten ze ook wel zeggen dat ze dat zijn”.

Welke rol ziet u in de toekomst weggelegd voor de burgerjournalistiek?

“Er is een verschil tussen de rol die ik denk en de rol die er is. De rol zal steeds groter worden doordat de journalist steeds meer ruimte krijgt om zijn eigen verhaal kwijt te kunnen. Maar ik denk ook dat als de journalisten verstandig zijn, dan zorgen ze er ook voor dat zij de burger een steeds grotere rol geven op hun podia. Want als je dat op die manier kanaliseert, en je zegt tegen de burger van je mag volle bak dit doen, maar wij stroomlijnen het volgens onze professionele kennis en kunde, dan is er ook geen enkel probleem dat de burger zich ermee bemoeit. Maar als ze de burger blijven negeren, dan gaat het helemaal uit de hand lopen en dan zijn we straks de echte media kwijt, en dan hebben het alleen nog weer over burgerjournalistiek, en ik denk dat je dan een probleem hebt, want de kwaliteit van de gemiddelde burgerjournalist is erg onder de maat.”

Dus dan bedoelt u een samenwerking tussen die twee, maar wel in de zin van dat de journalisten wel het laatste woord hebben?

“Ja, precies. Kijk ik kan niet zeggen het moet afschaft worden want dat gebeurt niet, het blijft, het is er, en omdat het er is moet je daar honderd procent je voordeel uit te halen. En als je dat dus doet, als je dus journalistiek professioneel de burgerjournalistiek omarmt en er journalistiek professioneel mee aan de haal gaat, dan is het zelfs een meer dan welkome aanvulling.”

Hoe komt het dat de journalistiek geen goed antwoord heeft op dat hele internet social mediagebeuren?

“Heel plat gezegd: omdat een krant een krant is. Als een krant zegt we gaan over op internet en social media, dan zijn zij niet die partij voor die verandering. Ik spreek wel eens journalisten van kranten en dan hebben ze het over een saai stuk waarvan ze denken dat mensen het massaal gaan lezen. Maar die tijd is allang voorbij, want we hebben de informatie al eerder gehad en als ik bijvoorbeeld het acht uur journaal kijk, die geeft een round-up van de afgelopen 24 uur, onvoorstelbaar, die halen soms dingen in het journaal die al 23 uur oud zijn, alsof ik gek ben. NRC Next, die gezegd heeft wij gaan toch een krant brengen alsof mensen de afgelopen 24 uur het nieuws niet gevolgd hebben. Als de Telegraaf dat zegt dan kan ik me dat nog voorstellen, maar een NRC Next die per definitie jonge hoogopgeleide mensen aan zich bindt, en dan zeggen we gaan er vanuit dat onze lezers de afgelopen 24 uur het nieuws nog niet bekeken hebben, nou dat snap ik niet, dan kun je er net zo goed direct mee stoppen, dan moet je er over 10 jaar mee stoppen.”

Kun je social media dan zien als een vloek of een zegen voor de journalistiek?

“Een zegen, maar je moet hem omarmen. Dat doen de nieuwe bedrijven, maar de oude bedrijven zien het als een vloek. Wij journalisten redeneren heel veel vanuit wat er is, maar je moet redeneren vanuit wat er komt. En dan is het jammer dat je kunt voorspellen dat kranten het niet gaan halen, althans niet in de huidige vorm en je moet naar nieuwe verdienmodellen. Wij halen onze lezers via Facebook of via Twitter en dan gaan we uiteindelijk kijken welke artikelen doen het goed en welke verhalen verdienen duiding en dat haalt dan de krant. In onze krant staan helemaal geen kleine berichtjes meer, dat moeten ze maar bekijken op internet. Wij kunnen ons dat permitteren, ook op het moment dat er met de krant geen geld meer wordt verdient dan stoppen we met de krant en dan gaan we verder met andere dingen. En als Instagram nu belangrijker blijkt te worden dan Facebook dan gaan we een Instragramaccount beginnen en dan gaan we ons daar

ook stellen. Dan gaan we kijken wat is nou redelijk specifiek en we passen ons gewoon daaraan aan. En op deze manier doen wij mee met wat de social media op dat moment doet.”

Nieuwssites als AD.nl of NOS.nl, die dan bijvoorbeeld burgerjournalistiek ook online gebruiken, is dat ook echt een verrijking dan ook van de journalistiek?

“Als er in Alphen aan de Rijn ergens een kraan omvalt en je hebt beelden van burgerjournalisten, of gewoon burgers, dan moet je die beelden gewoon gebruiken, maar je moet dan vervolgens jou rol pakken en het duiden, dan moet je uitleggen wat er aan de hand is en wat er gebeurt is.”

10.1.2 Nico Drok

Naam: Nico Drok

Beroep: lector media & civil society, auteur ‘De toekomst van de journalistiek’

Wat is burgerjournalistiek volgens u?

“Je hebt verschillende soorten. Je hebt civic journalism, dat is het niet, je hebt co-creation, je hebt user generated content, dat zijn allemaal vormen waar de professionele journalistiek ook op een of andere manier bij betrokken is. Burgerjournalistiek is echt door burgers en voor burgers, dus dat is echt iets waar de professie geen rol in speelt. Zo zou ik het definiëren. Je hebt ook allerlei combinaties, samen met professionals, maar dit is echt een zaak van vrijwilligers of amateurs, net hoe je het noemen wilt.”

Ik heb uiteindelijk een definitie gemaakt en dat is dus: Burgers die (incidenteel) journalistiek werk verrichten, door bijvoorbeeld nieuwswaardige informatie, foto's en video's online te delen met publiek.

Nou dat zou goed kunnen, dat lijkt me een hele goede. Hooguit zou je nog kunnen zeggen om te benadrukken je kan zeggen iemand die een foto stuurt naar RTL weerbericht is dus ook een burgerjournalist, daar verschillende meningen nou weer, want dan zeggen sommigen weer nee dat is user generated content, dat is de professie gebruikt die content en die beslist of de burger of die foto wel of niet gepubliceerd wordt. Wat burgerjournalistiek onderscheid van die andere vormen, in mijn ogen hoor, is juist het ontbreken van journalistieke bemiddeling. En wat eventueel wel kan is dat bijvoorbeeld het NOS Journaal, dat zij een eigen kanaal heeft om dit te publiceren en dat een professionele organisatie dat oppikt en zegt van hee dat willen we wel gebruiken, maar dan is het niet primair gemaakt voor die, dan gebruiken ze het gewoon, zoals de NOS soms ook beelden gebruikt van BBC, maar de eerste aanleg is dat het gemaakt en gepubliceerd wordt zonder journalistieke bemiddeling, of professionele bemiddeling.”

Wat vindt u van het fenomeen burgerjournalistiek?

In zijn algemeenheid? Het is niet voor het eerst, alleen de schaal waarop het nu kan is natuurlijk veel groter, omdat we interactief internet hebben en dat hadden we vroeger niet. Dus in die zin is het een interessante aanvulling, en een interessante correctie op de professionele journalistiek. Het kan het naar mijn idee beslist niet vervangen, maar ik vind het wel een heel interessant fenomeen.

Ik vind het ook interessant dat mensen dat doen, de praktijk wijst wel uit dat in ieder geval voorlopig de mensen die dat doen, niet echt een dwarsdoorsnede van de bevolking is. dus bepaalde groepen zijn gewoon hoog vertegenwoordigd hierin. Maar het is een hele interessante aanvulling het is ook bottom up, dus je ziet ook wat mensen bezighoudt, wat ze interessant vinden enzovoorts. Het is ook wel heel veel stel je voor dat je alles zou moeten volgen wat burgerjournalisten maken, dan heb je je hele leven nodig om te lezen wat er op 1 dag allemaal gepubliceerd wordt bij wijze van spreken.”

In hoeverre heeft burgerjournalistiek in maatschappelijk opzicht voor veranderingen gezorgd?

Nou ik denk dat dat een belangrijke vraag is. Ik denk dat, we weten dat niet zeker, daar is weinig onderzoek naar gedaan, naar de precieze effecten daarvan, althans de precieze effecten op de samenleving. Er wordt meestal gekeken naar welke effecten het heeft op de journalistiek, op het kanaal wat gebruikt wordt, hoe wordt Youtube gebruikt, hoe wordt Twitter gebruikt, en hoe verschillen die onderling, dus dan is het het platform wat de aandacht krijgt. Dit soort dingen zijn altijd een aanvulling maar ook een correctie op de bestaande journalistiek. En het is bijna altijd zo dat bestaande professies elementen overnemen als het publiek het voor een deel zelf gaat doen. En dat hebben we op allerlei plekken gezien. We zien ook dat docenten tegenwoordig heel anders les geven dan dat ze vroeger deden, en dat heeft ook te maken met , ja er is wikipedia, er is internet, er zijn online colleges te verkrijgen, ja dat heeft gewoon invloed op de samenleving, dat lijkt me duidelijk.

Koning Willem Alexander pleitte in de troonrede van 2013 voor een participatiesamenleving. en naar mijn mening roept dat in zekere zin dus ook op tot burgerjournalistiek. Hoe vindt u dat?

“Ja, nou ik denk dat de koning, of eigenlijk het kabinet want hij leest eigenlijk voor wat het kabinet vindt, maar dat het kabinet vindt dat wij van een een beetje een consumentenmaatschappij nog weer meer zelf verantwoordelijkheid moeten nemen, en dat daar ook aanleiding toe is, omdat onze samenleving vergrijst en we stellen onze eisen steeds hoger, maar dat is op een gegeven moment ook moeilijk te bepalen, maar ook als het wel te betalen zou zijn zou je best kunnen zeggen van ja we worden steeds welvarender, steeds passiever kijken we naar de wereld. Ja we moeten de handen maar eens uit de mouwen steken , op zich vind ik dat helemaal niet zo gek, en ik vind het ook helemaal niet zo gek als de journalistiek ook mensen helpt die die actief willen zijn of op journalistiek gebied of in de samenleving.”

Welke rol kan de burgerjournalist dan spelen in zo'n samenleving?

“Nou die kan schrijven over een probleem dat er in een bepaalde wijk aan de hand is, die kan met betrokkenen gaan praten, die kan oplossingen suggereren. Kijk bij de normale journalistiek is het bijna altijd zo die brengen nog wel problemen in kaart, maar die journalistiek vindt altijd dat de politici voor oplossingen moeten zorgen. En wij als gewone burgers krijgen het probleem voorgeschoteld, maar voor de oplossingen worden wij niet bij betrokken want dat, ja dan moeten we een keer in de vier jaar op de goede partij stemmen. En wat burgerjournalistiek kan doen, samen met civic journalism, is de verantwoordelijkheid ook voor een deel leggen bij burgers, want burgers kunnen voor een deel ook gewoon helpen hun eigen problemen op te lossen. Ik denk burgerjournalistiek, maar ook civic journalism, dus daarbij de professionele journalistiek wel een

regie-rol neemt, ja die kunnen het ook wat beter maken, die kunnen mensen ook wat actiever maken, ook wat constructiever en oplossingsgerichter zijn. En dat kan burgerjournalistiek ook. Burgerjournalistiek kan vanuit mensen zelf met oplossingen voor de problemen komen waar zij zich mee geconfronteerd zien.”

Burgerjournalistiek bestaat vooral op en dankzij internet.

“Nou dat bestrijd ik. Ook zonder internet waren er kranten die mensen zelf uitgaven, er waren radiozenders, televisiezenders, piratenzenders, enzovoorts. Maar het is wel waar dat burgerjournalistiek als term is ontstaan eigenlijk pas na internet en dat de schaal waarop het gebeurd ook veel groter is door internet. ik denk wel dat het belangrijk is om je te realiseren dat altijd er burgers zijn geweest die het niet eens waren met hoe het in de officiële journalistiek ging en die vonden dat daar witte vlekken waren. En de witte vlek die de journalistiek nu openlaat, blijkt heel groot te zijn, en die heeft ook te maken met het punt dat jij noemt, met participatie.”

Hoe komt het dat journalistiek op het hele internet en social media fenomeen niet echt een antwoord weet?

“Ik denk dat het wel steeds gewoner wordt voor de journalistiek om internet, dus social media enzo, als bron te gebruiken en dat juich ik ook toe, want als er geen internet is loop je ook altijd een beetje achter de feiten aan. Je kunt nu heel snel zien wat zijn trending topics, wat zijn dingen waar mensen het over hebben. Dat is ook alweer een beetje riskant, want je krijgt toch ook wel weer een beetje dat degene die het hardst schreeuwen en de meeste tijd hebben om op internet te zitten, dat die het meest gehoord worden, en dat is niet altijd hetzelfde als waar de samenleving als geheel nou de meeste behoefte aan heeft, maar het biedt je mogelijkheid, het geeft je een extra middel bij om je radar op de samenleving wat completer te maken. Maar om te publiceren via internet is iets veel problematischer, want die amateurs, die burgers, die hoeven er geen geld mee te verdienen, en die journalisten moeten er wel geld mee verdienen. En op het moment dat ze een eigen medium hebben, hebben ze ook exclusieve rechten want dan moet je voor een medium betalen en adverteerders gaan erin mee. Maar op het moment dat je op internet gaat is het gewoon vrij voor iedereen, en sterker nog, daarmee kannibaliseer je in zekere zin je oude product. Dus een krant die al z’n inhoud ook gratis op internet zet, zoals ze in het begin deden, die komen erachter ja iedereen die zegt z’n abonnement op en gaat gewoon op internet lezen en dan lezen ze het natuurlijk gratis. Dus dat is al een heel lastig probleem nu dat er een medium bij is gekomen.”

En hoe onafhankelijk is de journalist dan nog?

“Ik denk dat het heel belangrijk is dat we onafhankelijke journalistiek hebben en dat er ook professionals voor worden opgeleid die ook op een manier werken die hun werk ook betrouwbaar maakt. Kijk objectief is de journalistiek natuurlijk per definitie niet, maar z’n werkwijze kan wel objectief zijn, zoals een wetenschappelijk proces ook objectief is. en dat is wel belangrijk en daar is geld voor nodig, dat kost gewoon geld, je kunt het gewoon niet gratis doen.”

Waar in kan de journalist zich anno 2015 nog onderscheiden?

“Je kan het nieuws in drie categorieën verdelen. Je hebt aan de ene kant het hele snelle korte breaking news; er is een vliegtuig neergestort er is een grote brand in Rotterdam enzovoorts. Je

hebt het hele diepgaande werk aan de andere kant, wat wordt bedoelt met slow journalism. En daar tussenin heb je een soort journalistiek dat is niet echt snel, maar dat gaat ook niet heel diep; bijvoorbeeld als je een regionale krant leest. Een regionale krant loopt eigenlijk altijd een beetje achter de feiten aan, want ja ze zijn nooit zo snel als een lokale omroep, of als social media, maar als je die artikelen leest en je hebt ze uit dan denk je ja wat weet ik nu eigenlijk? Het gaat niet zo heel diep, dan kun je beter Trouw of NRC lezen, dan heb je het idee van ik heb echt iets gelezen. Nou en mensen die er wat verstand van hebben die zeggen: dat middengebied dat gaat verdwijnen. Dus bij de journalistiek blijft alleen het snelle segment en het langzame segment over, en dat tussensegment dat verdwijnt. Het is een beetje alsof je zegt de Action die blijft want die is heel goedkoop, en de dure gespecialiseerde winkel blijft, maar V&D die zal het moeilijk krijgen want die is eigenlijk niet echt zo goedkoop als de Action en de Hema ook trouwens, maar die zijn ook weer niet zo gespecialiseerd als die dure winkels. En dat noemen marketingdeskundigen the end of the middle, dus het einde van het middengebied, dat is wat we in de journalistiek zien. Ik denk dat de journalistiek twee belangrijke taken overhoudt. Namelijk zorgen voor hoge mate van actueel nieuws, want mensen willen toch, dat is een hele diepe menselijke behoefte, weten wat er in de omgeving allemaal gaande is en of daar bedreigingen zitten en of daar iets is waar ze iets mee moeten, mensen vinden het heel prettig om 10 keer per dag even kort het nieuws te checken, vijf seconden om even te weten er is niets bijzonders of er is wel iets bijzonders, dus dat is één taak. En de andere taak ligt toch in de verdieping, maar ook in het bieden van manieren waarop mensen actief zouden kunnen worden in de samenleving.”

Hoe belangrijk is journalistieke kwaliteit dan?

“Ik denk dat die journalistieke kwaliteit essentieel is. Ik denk dat het essentieel is dat de journalistiek wel probeert snel te zijn maar de race met social media verliezen ze altijd. Maar als er nu op dit moment een vliegtuig van Turkish Airlines neerstort bij Schiphol, dan hebben we over 10 seconden de eerste beelden al, en daar kan de journalistiek nooit tegenop. Wat de journalistiek wel kan is ervoor zorgen dat het altijd betrouwbaar is. Toen we bijvoorbeeld die schietpartij hadden in Alphen aan de Rijn, toen hadden we heel snel op social media allerlei berichten, en sommige media zijn daarin meegegaan, dus die zeiden dat die jongen eerst zijn ouders had doodgeschoten voordat hij naar de winkels ging, nou dat bleek helemaal niet waar te zijn, en dat moet de journalistiek voorkomen, die moet er voor zorgen dat als zij met nieuws komen, moet het altijd kloppen. Het aller aller allerbelangrijkste is betrouwbaarheid, en snelheid blijft van belang, maar daar verdienen je geen geld meer mee, omdat anderen je toch voor zijn, met betrouwbaar snel nieuws zou je nog wel wat kunnen verdienen, maar het meeste geld zul je verdienen, ik heb het even over geld verdienen, dat is uiteindelijk niet het belangrijkste, maar ik snap wel dat journalisten salaris willen hebben want dat wil ik zelf ook, en dat zit toch meer in wat we tegenwoordig slow journalism noemen, dus niet in de McDonalds, sommigen noemen het McNews, ipv McDonalds, maar meer in het specialiteitenrestaurant waar mensen a la carte kunnen eten, kunnen kiezen en dan ook goede maaltijden krijgen, maar daar moeten ze dan wel voor betalen maar dat snappen ze ook.”

In hoeverre kun je de journalist nog zien als dienstverlener aan het publiek?

“Minder dan vroeger in de rol van snelle verspreider van informatie. Dat moet gewoon blijven want een krant waar helemaal geen nieuws in staat, zelfs als je hem niet leest, er zijn onderzoeken, dat

mensen op een gegeven moment zeiden dat korte nieuws dat ken ik wel, en toen hebben ze dat eruit gehaald en toen wou niemand die krant meer. Ze hebben toch even in het kolommetje aan de zijkant even kort allerlei interessante korte nieuwtjes, maar die rol wordt wel minder, en de rol van de onderzoeksjournalistiek en wat ik noem de constructieve journalistiek dus wordt groter. Dus die twee functies, van de onderzoekende en constructievere journalistiek, die worden essentieel voor de toekomst van de journalistiek. En dat kan in combinatie met burgerjournalistiek.”

Hoe zou u die combinatie zien?

“Je kan als redactie direct samenwerken met groepen burgers, je kan gewoon afspraken maken van jullie zijn wij zitten in Ede met ons hoofdkantoor maar in alle dorpen eromheen overal hebben mensen namens ons hun ogen en oren open, en zo gauw als ze iets weten maken ze een foto. Er zijn in Frankrijk kranten die voor een groot deel draaien op de inzendingen en hulp van burgers. Mensen hoeven dat niet in samenwerking te doen, maar ik denk, zoals altijd, je moet op een gegeven moment een nieuwe plek kiezen. Laten we even als voorbeeld nemen het reisbureau. Op internet zijn heel veel reisbureaus failliet gegaan, dus als je een reisbureau wilt zijn dan moet je opnieuw denken, nou burgers doen dat voor een belangrijk deel zelf, een reis boeken, dus wij gaan kijken waar kunnen we nou iets toevoegen, waar is iets extra's. En dat zijn dan toch de dingen die burgers niet zelf kunnen, niet zelf doen of niet zelf willen. En voor de journalistiek is dat toch onderzoeksjournalistiek en wat ik zeg die constructievere journalistiek, dat zijn toch de twee belangrijke elementen. daarnaast wordt het ook nog, moet je ook nog die monitorfunctie houden, ik noem het ook wel het MIC model, vergelijken met een arts. Je komt voor een checkup naar de arts, die maakt even een soort scan, vervolgens zijn er dingen die een nadere diagnose nodig hebben, dat is het onderzoeken en vervolgens heb je therapie nodig en dat is de constructieve element. En zo zou de journalistiek als professie ook moeten werken. Dus monitoren wat er in de samenleving speelt, de belangrijke dingen onderzoeken en daarbinnen kijken, bij welke dingen kunnen we ook nog constructief zijn, en kunnen we oplossingen aanbieden.”

10.1.3 Peter Vasterman

Naam: Peter Vasterman

Beroep: master Journalistiek & Mediastudies, auteur

Wat is burgerjournalistiek volgens u?

“Dat zijn eigenlijk burgers die journalistiek bedrijven, dat is heel simpel. en kijk het punt is natuurlijk dat het woord burgerjournalistiek heel veel gebruikt is voor allerlei voorbeelden waarbij burgers iets op internet plaatsen, als een foto van iets dat net gebeurd is, een foto van een brand of zo, of iets dat ze melden via Twitter en dat wordt allemaal burgerjournalistiek genoemd. Maar dat is natuurlijk onzin want als je het journalistiek noemt, dan moet het aan bepaalde eisen voldoen, en heel veel van die uitingen die voldoen daar totaal niet aan dus dat valt naar mijn mening dan niet onder de definitie van burgerjournalistiek, maar gewoon mensen die iets publiek maken. En dat gebeurt op grote schaal en dat is ook heel interessant, al die mensen die op Twitter laten horen wat ze horen van de vluchtelingen of allerlei andere onderwerpen, dat is heel interessant, dat geeft je

een beeld van de publieke opinie, maar het is geen , ja het is naar mijn idee geen burgerjournalistiek. want als je het zo noemt dan moet het toch aan bepaalde eisen voldoen, dat moet toch enigszins betrouwbaar zijn, dan moeten we weten wie die mensen zijn, dus anonimiteit, dat kan natuurlijk niet, want dan kunnen we niet controleren wie het zijn en of het betrouwbaar is, he we moeten ook weten hoe die informatie tot stand gekomen is of de feiten gecheckt zijn, of het betrouwbaar is, of de bronnen bekend zijn enzovoorts. en ja heel veel uitingen worden gewoon , voldoen daar niet aan en worden wel door de journalistiek genoemd ja dat is naar mijn idee dus wel onzin.

Wat vindt u van het fenomeen burgerjournalistiek?

“Het kan hele interessante dingen opleveren. Waar het vooral belangrijk is, dat is vooral in landen waar de normale journalistiek niet functioneert, vanwege de oorlog of vanwege dictatuur enzovoorts, daar zie je dat burgers blogs gaan bijhouden en informatie naar buiten smokkelen, opnames maken foto's maken enzovoorts en ja dat is natuurlijk een ongelofelijke waardevolle bijdrage aan de informatievoorziening, vaak met gevaar voor eigen leven, en ja dat valt zeer toe te juichen natuurlijk.”

In hoeverre heeft burgerjournalistiek in maatschappelijk opzicht voor veranderingen gezorgd, in Nederland dan bijvoorbeeld?

“Ja dat gaat dan wat ver, want kijk even terug naar de definitie en kijk toen burgerjournalistiek opkwam toen had men het idee van nu gaan burgers zelf nieuws maken en toen was er een website die opgericht werd, skoeps.nl waar dan mensen nieuws konden plaatsen en dat is allemaal een grote mislukking geworden. Dus het idee dat dat de journalistiek zou kunnen overnemen of de journalistiek zou kunnen vernieuwen, dat idee is natuurlijk behoorlijk achterhaald. Kijk je kunt zeggen van soms levert het een waardevolle bijdrage als het een aanvulling is op de journalistieke nieuwsvoorziening en als ze aan de eis van betrouwbaarheid voldoet. En alles wat daar buiten valt, valt volgens mijn idee meer onder publieke opinie. Dat is op zich ook heel interessant, en dat heeft wel voor veranderingen gezorgd, want ja alles wat mensen kenbaar maken op Twitter op Facebook en dat soort dingen dat speelt natuurlijk een rol in het maatschappelijk debat en dat heeft invloed op de politiek dat heeft invloed op de journalistiek natuurlijk en als zodanig is dat dus een hele belangrijke verandering geworden ja”.

Koning Willem Alexander heeft in 2013 in de troonrede heeft hij het gehad over een participatiesamenleving. een samenleving waarin wordt opgeroepen dat de burger zelf verantwoordelijk is voor allerlei dingen, maar dat roept in zekere zin ook op tot burgerjournalistiek. Hoe vindt u dat?

“Ja dat is de goede kant ervan , dat Twitter en Facebook en al die andere nieuwe media leveren heel veel mogelijkheden op voor burgers om zich met het publieke debat bezig te houden of zich te organiseren enzovoorts. En dat is ook een hele goede ontwikkeling. En aan de andere kant moet je vaststellen dat het wordt vooral gebruikt om actie te voeren bijvoorbeeld tegen vluchtelingen en asielzoekers, het wordt gebruikt om mensen af te branden , mensen die in opspraak raken op de een of andere manier, die worden ongelofelijk afgebrand op internet, en ja die hebben daar heel veel schade van, en dat zijn natuurlijk de negatieve kanten van deze dingen. Ook foto's die

gepubliceerd worden waar de slachtoffers op staan die daar niet van gediend zijn, ik bedoel ja dat heeft gewoon twee kanten. Je kunt er heel idealistisch naar kijken van het is toch prachtig dat de burger van zich kan laten horen en soms kan die ook journalistiek bedrijven en we krijgen een beter beeld van wat er leeft onder mensen enzovoorts. Dat mensen elkaar proberen te organiseren en voor een bepaald doel, dat is allemaal heel positief. Het negatieve is dat er ongelooflijk veel ja zeg maar ik noem het maar even scheldpartijen op staan, en er wordt ongelooflijk veel onzin verteld en geruchten en geroddel en valse onware dingen verteld over mensen, ja dat is natuurlijk toch lastig want ja als je zelf een keer object bent van zo'n haatcampagne op Twitter dan krijg je wel een ander beeld van de positieve kanten. Maar het heeft positieve kanten hoor ik zal nog een andere noemen kijk ik heb een student die schrijft zijn scriptie over Black Lives Matter, dat is een hele sociale beweging in Amerika naar aanleiding van het gewelddadige politieoptreden tegen zwarte mannen. En die hashtag #blacklivesmatter die heeft heel goed gewerkt bij het opzetten van die hele beweging dus dan zie je dat Twitter dus een hele organiserende kant kan hebben, en mensen kan mobiliseren voor een bepaald doel en mensen bij elkaar kan brengen kijk dat is natuurlijk fantastisch, dat was vroeger allemaal veel moeilijker."

Welke gevolgen heeft burgerjournalistiek voor de reguliere journalistiek?

"Het is iets waar men rekening mee moet houden, dan kunnen ze het gebruiken als bron voor je eigen journalistiek, dus je volgt heel goed wat er allemaal gebeurt, als er dingen naar buiten komen dan ga je dat allemaal checken dus het is een hele belangrijke bron voor de journalistiek geworden. Tegelijkertijd moet je ermee uitkijken dat je niet zomaar dingen overneemt want ja de betrouwbaarheid staat niet meteen vast. En een ander belangrijk punt is dat je op die manier aan interessante mensen kunt komen. En een derde punt is dat je toch een goed beeld krijgt van wat er allemaal leeft in de samenleving."

Kun je social media zien als een vloek of een zegen voor de journalistiek?

"Ja allebei, ik bedoel het is een hele belangrijke bron voor journalisten, die op die manier komen ze in contact met allerlei mensen, ze kunnen mensen op het spoor komen, ze kunnen onderwerpen op het spoor komen, dus als bron voor nieuws is het ongelooflijk belangrijk geworden, alleen ja het is ook af en toe zoeken omdat er veel geruchten kunnen ontstaan, valse berichten worden verspreid, hoaxes op zitten, broodje aap verhalen, gemanipuleerde foto's, ja van alles, dus het en ja het heeft ook als nadeel dat mensen heel erg persoonlijk kunnen worden aangepakt ook journalisten trouwens, maar ook politici en andere mensen die ongelooflijk afgebrand kunnen worden. Ja dan is het geen zegen meer natuurlijk."

In hoeverre kun je de journalist nog zien als dienstverlener aan het publiek?

"Dat is nog steeds het belangrijkste maatschappelijke opdracht van de journalistiek natuurlijk."

Maar is die nog haalbaar?

"Ja natuurlijk want het zijn verschillende dingen. Dus je moet goed in de gaten houden dat de journalistiek natuurlijk een maatschappelijke opdracht heeft en die ook uitvoert en moet zorgen voor betrouwbare informatievoorziening onafhankelijk enzovoorts. En social media hebben dat niet overgenomen, die brengen ook wel nieuws en die brengen ook wel informatie maar het is nog

steeds zo'n ongecontroleerde informatiestroom, dat die nog zeker geen vervanging is geworden voor de journalistiek, totaal niet en uit heel veel onderzoek blijkt ook dat de helft tot driekwart van de onderwerpen die op Twitter besproken worden zijn onderwerpen uit de media. Het is gewoon een reactie op wat media doet. Het is niet zo dat de media daarmee over boord gegooid zijn, totaal niet zou ik zeggen. Het pakt juist eerder de belangstelling voor de journalistiek weer aan hoor, dat mensen toch meer willen weten over onderwerpen”.

Waarın kan de journalist zich anno 2016 nog onderscheiden?

“Door afhankelijke en betrouwbare berichtgeving die aansluit waarbij mensen mee bezig zijn, waar mensen dat nodig vinden en maar nogmaals de professionele werkwijze van de journalistiek is dus heel erg belangrijk dat je dus weet als lezer of als televisiekijker van dit is een professional en hij houdt zich aan bepaalde standaarden en journalistieke standaarden, ethische standaarden dit nieuws is op een ethische manier tot stand gekomen het is betrouwbaar, het is gecontroleerd enzovoorts door vakgenoten en dat is waarin de journalistiek zich onderscheid van de eerste de beste anonieme blogger die geheimzinnige complottheorieën verspreidt.”

Welke rol ziet u weggelegd in de toekomst voor de burgerjournalistiek?

“Nou ik denk dat het een goede aanvulling is op de professionele journalistiek. En er zullen zeker wel dwarsverbanden ontstaan of samenwerkingsverbanden. Kijk er zijn natuurlijk ook voorbeelden geweest van journalistieke projecten waarbij burgers ingeschakeld zijn om dingen uit te zoeken, of om alle bonnetjes door te vlooiën van politici, die in Engeland, dat is een bekend voorbeeld, dus dat soort crowdsourcing, dat je de massa van de burgers gebruikt om bronnenmateriaal te verzamelen dat is natuurlijk fantastisch.”

Hoe ziet u de toekomst van de reguliere journalistiek?

“Ik denk dat die maatschappelijke opdracht nog steeds heel erg belangrijk is en relevant is en dat we nog steeds grote behoefte hebben aan een onafhankelijke nieuwsvoorziening, alleen die zit in zwaar weer door het wegvallen van de economische basis van het nieuws. Dat is het grootste probleem. want de behoefte aan nieuws is niet weggefallen, de behoefte aan nieuws is eigenlijk alleen maar groter geworden, of de nieuwsconsumptie is eigenlijk alleen maar ongelooflijk toegenomen, alleen mensen hoeven er niet meer voor te betalen en dat slaat de bodem weg onder de betaalde journalistiek en dat is gewoon het probleem.”

10.1.4 Alexander Pleijter

Naam: Alexander Pleijter

Beroep: Hoofdredacteur De Nieuwe Reporter, lector journalistiek & innovatie, auteur;

Wat is burgerjournalistiek volgens u?

“Volgens mij is burgerjournalistiek in principe dat burgers alle aspecten van de journalistiek zelf verzorgen dus zelf informatie verzamelen, en dat ook zelf publiceren. Dan hebben ze het journalistieke proces in eigen handen”.

Wat vindt u van het fenomeen burgerjournalistiek?

“Ik moet zeggen, ik denk dat het een verrijking van de journalistiek kan zijn. Het is toch een gesloten bolwerk altijd geweest, en ik denk dat daar zeker voordelen aan zitten.”

Welke voordelen?

“Een heel simpel voordeel is bijvoorbeeld dat de journalistiek opeens over materiaal kan beschikken dat vroeger niet beschikbaar was want vaak zijn burgers een toevallige getuige een nieuwsgebeurtenis. Nouja, hij maakt er foto's of video's van, en ja dat is materiaal wat anders misschien niet geweest was omdat de professionals niet meteen aanwezig zijn.”

Koning Willem Alexander heeft in 2013 gepleit voor een participatiesamenleving. Dat roept dus in zekere zin ook op tot burgerjournalistiek. Hoe vindt u dat?

“Op zich is er niks mis mee met zo'n oproep. Ik denk dat het ook een oproep is aan burgers om hun verantwoordelijkheid te nemen. Alle burgers zijn inwoners van een democratische samenleving en daar hangen bepaalde rechten aan bijvoorbeeld dat je mee mag doen aan politieke verkiezingen, dat er een goed rechtssysteem is, noem allemaal maar op. Maar daar staan natuurlijk ook een aantal plichten tegenover. Als je mee mag doen met de verkiezingen, dan heb je als burgers ook eigenlijk de plicht om jezelf goed te informeren om goed op de hoogte te zijn wat de standpunten van politieke partijen zijn, welke beleidsmaatregelen allemaal genomen worden en wat actuele maatschappelijke problemen zijn. Ik denk dat burgers daar best wel een actieve rol in mogen spelen, maar dat ze, ja zeg maar de hele informatievoorziening, alle professionele journalistiek zouden kunnen overnemen dat lijkt me een illusie en dat lijkt me eigenlijk ook ongewenst.”

Welke rol zou de burgerjournalist dan kunnen spelen in deze participatiesamenleving?

“Dat begint naar mijn idee al heel simpel met de journalistiek serieus nemen. En dat doe je bijvoorbeeld door serieus media te volgen maar ook bijvoorbeeld te betalen voor journalistiek. Het is tamelijk ongebruikelijk geworden, maar dat vind ik daar bijvoorbeeld wel bijhoren. Als je bijvoorbeeld ziet dat er fouten gemaakt worden door journalisten, dan heb je als burger ook denk ik de plicht om dat te melden en als er fouten zijn dat ze eigenlijk ook het initiatief moeten nemen om ze daarop te wijzen door ze bijvoorbeeld aan te spreken op social media of een reactie achter te laten op een nieuws bericht.”

En burgerjournalistiek als in dat journalisten gebruik kunnen maken van die burgerjournalisten op social media, bijvoorbeeld door foto's en video's die zij maken door die te gebruiken. Hoe ziet u dat? Is dat ook een rol die de burger kan spelen?

“Dat is een prima rol die de burger kan spelen. Lijkt me wel. Dat gebeurt eigenlijk ook bijvoorbeeld. Maar daar gaat het vaak wel om nieuws waarvan je je kan afvragen of het nou echt van belang is voor burgers om een democratisch maatschappelijke rol te vervullen. Het gaat dan vaak wel om nieuws als branden en ongelukken, waar iedereen wel nieuwsgierig naar is, maar als je niet op de hoogte bent is dat volgens mij ook niet zo erg.”

En buiten dat, vindt u dan dat de burgerjournalist een rol kan hebben naast de reguliere journalist? Dus ook gewoon bij andere onderwerpen?

“Ja volgens mij kan dat zeker wel, op allerlei manieren, even denken hoor. Ik denk dat de kracht hem er vooral in zit dat de burger en de reguliere journalist vooral samenwerken en dat kan op heel veel manieren. Een heel mooi voorbeeld vind ik altijd het onderzoek dat de Guardian deed naar de declaraties van politici, al die declaraties opgevraagd, waren duizenden documenten, nou dat konden ze nooit zelf met eigen redactie allemaal doornemen, was veel te veel werk. wat ze deden was alles online zetten, en vervolgens het publiek vragen om mee te helpen om die declaraties te bekijken, dat daar geen gekke dingen tussenzaten. Dat is natuurlijk een mooie rol bij een relevant onderwerp.”

Tot welke gevolgen kan zo'n samenwerking leiden? Tussen journalist en burgerjournalist?

“Nou volgens mij kan dat in principe leiden tot betere journalistiek, want dit onderzoek was anders waarschijnlijk niet gedaan, of niet zo uitgebreid gedaan. En ik denk dat er nog wel meer voorbeelden van te bedenken zijn.”

Hoe komt het dat journalistiek geen goed antwoord weet op social media en het internet in het algemeen?

“Ik denk dat dat voor een deel waar is, want er zijn ook wel heel veel journalisten die wel heel erg actief zijn op sociale media en er ook op een goede manier gebruik van maken, met breaking news bijvoorbeeld. Bij de Correspondent maken ze er veel gebruik van, heel bewust, ook echt door contact met hun publiek te hebben en ook input te krijgen voor verhalen en voor ideeën of verhalen. Maar aan de andere kant heb je inderdaad een hele groep journalisten die ja, daar niet mee groot is geworden en een bepaalde manier van werken gewend zijn, en die zien opeens dat de hele wereld veranderd en dat hun vak verandert en dat er allerlei mensen zijn die zich ermee bemoeien en dat zij niet de enige zijn die nog bezig zijn met verslaggeving, en dat roept gewoon verzet op.”

In hoeverre kun je de journalist nog zien als dienstverlener aan het publiek?

“Nou dat geldt volgens mij nog steeds wel. Ik vind dat de professionele journalistiek nog wel van toegevoegde waarde is, als we die eenmaal weg zouden denken, dan zou je wel heel weinig overhouden, want op zich zijn er inderdaad veel mogelijkheden, iedereen kan journalist zijn wordt altijd gezegd, maar de praktijk wijst uit dat het maar heel weinig gebeurt, en dat het ook lang niet altijd hele goede journalistiek oplevert.”

Hoe belangrijk is journalistieke kwaliteit dan?

“Ja, volgens mij is dat heel belangrijk, en burgers kunnen daar ook aan bijdragen, op de manier waarop de Correspondent dat doet en hoe de Guardian het heeft gedaan, maar ik denk dat de regie dan nog steeds bij de professionele journalistiek het beste kan liggen, en dat die een manier moet vinden om de input van burgers op een hele goede nuttige manier te gebruiken.”

Hoe is de interactie tussen de journalistiek en publiek vandaag de dag?

Dat varieert heel erg. Ik denk dat in de praktijk ook heel weinig burgers zijn die zich echt heel erg regelmatig en fanatiek met journalistiek bemoeien. Het publiek is toch wel redelijk passief zeg maar en dat incidentele in jouw definitie dat klopt wel denk ik, want ja iedereen kan op een zeker moment wel iets journalistieks doen, maar over het algemeen is dat inderdaad incidenteel, het is niet zo dat mensen zich daar voortdurend mee bezig houden, want ze hebben wel wat beters te doen en wat leukers te doen.”

In hoeverre is social media een vloek of een zegen voor de journalistiek?

“Nou ik denk allebei, ik denk dat journalisten heel veel voordelen van kunnen hebben want ja omdat het heel makkelijk is om allerlei mensen aan te spreken en aan allerlei informatie te komen en aan de andere kant zie je ook dat er heel veel foutieve informatie staat en een hoop geruchten wel of niet bewust worden verspreid. Dat is de keerzijde, dus ik vind niet dat je kunt zeggen dat het ofwel heel goed, ofwel heel slecht is.”

Waar in kan de journalist zich anno 2015 nog onderscheiden? Is dat echt op kwalitatief gebied?

“Ja op dat gebied, maar ook door er structureel mee bezig te zijn. Want dat is over het algemeen wel een verschil met burgerjournalisten die het inderdaad incidenteel doen. Je hebt juist iemand nodig die het structureel doet, structureel in de gaten houdt wat er gebeurt in de samenleving, en wat er in de politiek gebeurt, in de rechtspraak, dus die alles voortdurend bijhouden zeg maar.”

Dus dat zou de rol kunnen zijn van de burgerjournalist, naast de journalist in samenwerking nieuws brengen?

“Ja, ik denk dat dat de toegevoegde waarde is, ja, een samenwerking tussen die twee.”

10.1.5 Bart Brouwers

Naam: Bart Brouwers

Beroep: Journalist, auteur ‘Na de deadline’

Wat is burgerjournalistiek volgens u?

“De enorme toegankelijkheid van middelen die vroeger voorbehouden waren voor professionele journalisten, is iedereen actief geworden, iedereen die dat wil, kan actief worden in een speelveld, wat voorheen aan journalisten voorbehouden was, aan de officiële formele professionele media. En dat kan alle vormen hebben die je je maar kunt bedenken. En ook alle bedoelingen en en drijfveren hebben die je je maar kunt bedenken. Sommigen hebben vanuit betrokkenheid ergens mee, sommigen zijn veel meer activistisch, anderen zijn ja veel meer hobbyistisch en sommigen zijn ook structureel, die echt een dagtaak hebben aan dit aan deze activiteit en andere zijn er incidenteel een keer per jaar misschien maar dat is de kern.”

In hoeverre heeft burgerjournalistiek in maatschappelijk opzicht voor veranderingen gezorgd?

“Ja grote veranderingen denk ik. De allergrootste verandering is niet echt een principiële maar wel een hele wezenlijke dat is namelijk; hiervoor was er een scheiding tussen de professional en de amateur. De professional en de amateur konden allebei roepen was ze wilden maar wat de professional riep dat werd gehoord, want dat kon verspreid worden, geïnstrueerd. Nu kan alles geïnstrueerd worden, dus alles wordt gehoord. Ze zeggen wat vroeger in een kroeg bleef hangen, heeft nu, in theorie, een wereldwijd gehoor gekregen. Dat is het allergrootste maatschappelijke verschil.”

Koning Willem Alexander heeft in de troonrede van 2013 gepleit voor een participatiesamenleving, en dat roept in zekere zin ook op tot burgerjournalistiek, hoe vindt u dat?

“Ja dat is ook een logisch gevolg, hoewel ik denk dat in die troonrede daar niet in eerste instantie op bedoeld werd. Het wordt een zoektocht naar laten we zeggen een nieuwe democratie, dat we met zijn allen zien dat die ja veel onderdelen van de bestaande democratie toch weer door techniek en door maatschappelijke ontwikkelingen achterhaalt zijn. Maar ja burgerjournalistiek kan daar een onderdeel van zijn maar participatiesamenleving is in eerste instantie een sociale term die denk ik te maken heeft met hoe ga je met elkaar om als burgers en ja moet je overal meteen iets voor terugverwachten, geld of een wederdienst of wat dan ook. Ja mijn indruk van de troonrede en ook van van hoe dat nu ook ja op gemeentelijk niveau betaald doorstraalt, is vooral dat het een stimulans moet zijn om uit vrije wil dit te doen.”

Welke rol kan de burgerjournalist dan spelen in een participatiesamenleving?

“Het allerbelangrijkste is het bekendmaken wat verborgen is. Dus de delen van informatie die anders moeilijker te vinden zouden zijn, de kennis die een persoon heeft over een bepaalde ontwikkeling en dat kan negatief of positief zijn en het hoeft niet altijd een misstand te zijn om het interessant te maken. Dus het bekend maken van dat soort zaken die in een pre-internettijdperk zou je kunnen zeggen echt verborgen bleven of heel lang verborgen bleven totdat die journalisten daarvan hoorden. Het verschil tussen feiten en meningen is veel preciezer geworden dan voorheen. Ja, nog preciezer moet ik dan zeggen want wij journalisten zijn natuurlijk ook niet altijd even zuiver. Nu moeten we niet de conclusie trekken dat het vroeger allemaal perfect was, dat wij journalisten alles zelf konden bepalen, maar dat is nu natuurlijk nog preciezer en nog lastiger geworden.”

Behalve wat u net noemde, welke gevolgen heeft burgerjournalistiek nog meer voor de reguliere journalistiek?

“Ik denk dat journalisten, zeker journalisten die onderdeel zijn van traditionele mediaorganisaties, nog steeds te weinig doorhebben hoe veel waarde burgerjournalistiek voor hen kan hebben. Als ik zeg burgerjournalistiek noem ik gewoon even alles, om het maar even plat te zeggen, alles wat op Twitter verschijnt, kan een mooi verhaal opleveren of een goed journalistiek onderwerp zijn. En wij zijn als journalisten nog steeds te weinig in staat of te weinig bezig met het checken, het verifiëren, het doorpakken op die onderwerpen. En dat heeft natuurlijk vooral te maken met de veelheid ervan dus dat is heel lastig. Maar tegelijkertijd er zijn inmiddels ook weer technieken die we zouden kunnen inzetten en mijn ervaring is en ik hoop eigenlijk ook op de redacties dat dat

incidenteel wel gebeurd, maar niet structureel. Dat is denk ik één puntje waarvan je kunt zeggen nou de journalistiek maakt gewoon te weinig gebruik van deze trend. En dat is raar, want het is niet van gisteren, dat is toch al sinds Twitter en Facebook er zijn. Er wordt nog steeds door de professionele journalistiek met wat ja teveel argwaan gekeken naar datgene wat niet-professionals produceren, dat is gewoon een gemiste kans.”

Hoe komt het dat de reguliere journalistiek gewoon geen goed antwoord weet op social media, burgerjournalistiek en internet in het algemeen?

“Dat zullen heel veel redenen zijn maar eentje is wel dat we gevangen zitten in een structuur die een tijd geleden heel goed werkte en het succes daarvan is nog te kort geleden en iedereen herinnert zich dat succes nog van laten we zeggen de oude journalistiek. En dus dat is niet iets wat ver genoeg weg ligt om te kunnen vaststellen van nee ja dat is echt een andere tijd geweest. En redacties worden ook voor een groot deel nog ‘bewoond’ door mensen die met dat succes zijn opgegroeid, dat is denk ik een belangrijke reden. En een andere is: het gaat niet vanzelf, je moet echt wel een paar stappen zetten om de ja ruis die Twitter en Facebook en alle andere sociale media toch voornamelijk oplevert om die te filteren naar nuttige informatie. Dus wat ik in het begin zei, het is niet onmogelijk het is echt goed te doen er zijn technische hulpmiddelen voor, alleen je moet het wel doen. nou dat speelt mee, plus wat ook nog meespeelt, de eerste vertegenwoordigers van nou enthousiasme over social media dat zijn allemaal ja mensen uit de niet-traditionele journalistieke hoek. En dus daar werd sowieso wat argwanend naar gekeken en dat is eigenlijk nog steeds zo. Dus ook op dat vlak is er een soort van weerstand of afkeer, nog steeds.”

Is social media een vloek of een zegen voor de journalistiek?

“Voor mij is het absoluut een zegen. Maar alleen dan wanneer je er goed gebruik van maakt. Dus het is beide, je kunt social media in de journalistiek echt totaal misbruiken, radio programma maar ook tv, als een soort bewijs dat er een overstroming is en die die en die kant opgaat, dat is natuurlijk van een gemakzuchtigheid waar je als journalist echt ver vanaf moet blijven eigenlijk. en dus gewoon een paar tweets in beeld brengen of voorlezen of in een krant gooien met, als bewijs van jouw stelling, dat kan altijd. Ik bedoel elke stelling die je hebt kun je met een tweet onderbouwen, dus in die zin is het een vloek. Maar het is echt een zegen als je je best doet om social media te gebruiken als een bron, maar ook als een manier om jou journalistieke producties dus te beteren door bijvoorbeeld die netwerken daarmee uit te breiden en je netwerk specifieker te maken en direct in contact te treden met bronnen die goede informatie hebben.”

Hoe is die interactie tussen journalistiek en publiek vandaag de dag?

“Dat kan veel beter, het is een worsteling. Ik noem een voorbeeld van het AD, of Telegraaf. Op het moment dat daar een artikel verschijnt dat enigszins reactie vraagt van het publiek, dan loopt de discussie onder dat artikel al heel snel gewoon compleet uit de hand. Dan kun je zeggen, een goede poging om met je publiek in contact te treden, maar die discussie wordt vaak snel gekaapt door mensen die ofwel gewoon zoveel tijden hebben dat ze alleen maar dit doen, ofwel bewust proberen die discussie in een bepaalde richting te voeren, en dan schiet het zijn doel ook in zekere zin voorbij. Aan de andere kant, in technische zin, moeten er middelen zijn, moeten er mogelijkheden zijn om dat in goede banen te leiden en wat ik zie nu, dat overal een poging moet worden gedaan

om dat te hebben, om dat contact met je publiek te verbeteren, omdat iedereen er mee worstelt en dat nergens nog echt de ideale manier is gevonden met uitzondering misschien van een paar platforms die echt als een niche kunnen worden bestempeld omdat ze daar echt met een zo specifieke doelgroep zit, dat die discussie eigenlijk heel goed verloopt.”

In hoeverre is de journalist nog te zien als dienstverlener aan het publiek?

“Ik denk dat dat misschien meer dan ooit de basistaak is van de journalist, zeker in deze tijd. Dam zou de journalist die rol echt moeten opeisen als filteraar en de bringer van datgene dat het kaf van het koren scheidt zeg maar.”

Waar in kan de journalist zich anno 2016 nog onderscheiden?

“Dat is wel een mooie, dat is eigenlijk wat ik nu in Groningen bij mijn studenten probeer over te brengen, dat is de grote vraag waar de journalistiek nu voor staat. Ook de enige essentiële vraag die iedere individuele journalist zichzelf moet stellen als hij in zijn vak aan de bak wil. Er is niet een antwoord op , maar er zijn wel antwoorden op. Wat ik wil zeggen er is niet één juist antwoord en alle andere antwoorden zijn verkeerd, want voor elke journalist zal dat anders zijn. Eén van de antwoorden is specialisatie, dus jezelf ergens heel erg goed in maken, zodat jij daar onderscheid in kunt leveren, en dat kan op een mediatype zijn, bijvoorbeeld je bent heel erg goed in korte video's of in lange video's of documentaires of interviews, dat is gewoon hoe doe je je vak. Maar dat kan ook gewoon een onderwerp zijn. Kan in economie zijn, of in sport of in een hele specifieke sport, korfbal in Ede, als je de specialist bent voor korfbal in Ede nou dan heb je misschien wel dat onderscheidende puntje te pakken. En dus dat zal voor iedereen anders zijn. Daar komt ook altijd bij een zekere bredere inzetbaarheid, je kunt je niet meer permitteren van nou ik kan wel verhalen schrijven maar ja dat hele online gebeuren dat weer ik maar. Dus je moet een bepaalde basisbekwaamheid hebben in datgene wat online gebeurt, online is het speelveld waar alles samenkomt en waar alles ter plekke gevonden en waar ook het publiek zijn plek heeft gevonden, dus je moet de technieken en de basisvaardigheden voor journalistiek, voor online journalistiek die moet je gewoon beheersen.”

Hoe belangrijk is journalistieke kwaliteit dan?

“Ja, dat is superbelangrijk, alleen kwaliteit heeft duizend uitwerkingen. En kwaliteit voor het Nederlands dagblad of van de Telegraaf is van een totaal andere orde. Dus kwaliteit vind ik een lastige en misschien wel misleidende woord. Mensen zeggen dat als je voor het Nederlands Dagblad geschreven hebt dat je dan weet wat kwaliteit is, dat is gewoon niet waar. Sterker nog, ik ben geen aanhanger van welke entertainment journalistiek dan ook maar je kunt echt wel voorstellen, ook wel gewoon in technische zin, dat een programma als RTL Boulevard een bepaalde kwaliteit nastreeft, in zekere zin. Het is niet mijn kwaliteit, maar het is wel een kwaliteit.”

Dat onderscheid, dat specialiseren waar we het net over hadden, dat de journalist zich anno 2016 moet specialiseren, welke rol kan de burgerjournalist daar in spelen of burgers in het algemeen?

“Ja, één van die specialismen zou kunnen zijn dat jij heel goed in staat bent om te filteren wat het publiek kan bijdragen en ook dat kun je dan weer toespitsen op beide thema's op alle gebieden zijn experts ergens aanwezig. Op de één of andere manier zich uiten. Dus een specialisme zou kunnen

zijn die experts te vinden en daar een voor jou publiek geschikte informatiebron van te maken. Een andere specialisme zou kunnen zijn het helpen van die burgers om zichzelf ergens op een platform te krijgen.”

Tot welke gevolgen kan een samenwerking tussen journalist en burgerjournalist leiden?

“Ik heb vier jaar dichtbij.nl ontwikkelt en de kern van dichtbij.nl was altijd de combinatie te maken tussen de vaardigheden van de journalist en de kennis van het publiek. Dat schept als journalist even afstand te doen van datgene dat wij 100 jaar gedacht hebben, namelijk dat wij alles weten, nou dat is niet zo. Er zijn altijd mensen die meer weten en die het beter weten, dus probeer daar even van uit te gaan dat jij het niet weet maar dat je wel bepaalde vaardigheden hebt. Als je die combinatie kunt maken, en wat ik op dichtbij.nl zie dat het op de meeste plekken eerder lukt dan dat het mislukt is maar als je daartoe in staat bent dan kom je tot iets heel moois.”

Welke rol ziet u in de toekomst weggelegd voor burgerjournalistiek?

“Ik weet niet of dat een rol is die de burgerjournalisten zelf voelen of zien of op willen nemen, want die drijfveren zijn nog steeds zo verschillend dus als je het in combinatie brengt met ja misschien wel de basistaak van de journalist namelijk informeren over zaken en duiden met achtergronden bij zaken die dat verdienen. Een beetje in de combinatie die ik net noemde dus de kennis van buiten en de vaardigheden van binnen, en binnen de journalistiek dan bedoel ik.”

Hoe ziet u de reguliere journalistiek in de toekomst?

“We zijn nu duidelijk in een soort van overgangstijd. Het is van heel veel factoren afhankelijk, die we voor een deel kunnen beheersen maar voor een merendeel helemaal niet. Als wij erin slagen, misschien moet ik het anders zeggen, als het publiek er inderdaad bereid blijkt om geld te geven voor journalistiek, is dat andere mogelijkheden dan wanneer de trend die je nu nog steeds nog ziet dat steeds minder het geval was doorgaat. Ik denk bottom-line, dat de journalistiek een basisfunctie in een mate die niet verdwijnt, en die basisfunctie is heel simpel gezegd, iedere burger die in een democratie, want in een dictatuur is het allemaal weer anders, laten we er vanuit gaan dat we gewoon een democratie blijven, dan is er een basisbehoefte om te informeren en geïnformeerd te worden. En mensen zijn opzoek naar houvast, duiding en uitleg om gewoon aanwezig te blijven, en dat is een basistaak van de journalistiek. En of je dat nou journalistiek blijft noemen of niet, ja dat vind ik niet zo heel interessant, maar die basistaak die blijft ook bestaan denk ik. Een deel van die dingen kunnen we beheersen, we kunnen blijven zoeken naar die ideale manier om jou publiek te bereiken, dat moet je ook blijven doen, maar heel veel van die aspecten die zijn gewoon, die kunnen wij niet beïnvloeden.”

10.1.6 Jan van Es

Naam: Jan van Es

Beroep: Journalist, chef redactie bij De Brug

Waarom hebben jullie die oproep geplaatst?

“Wij hebben vorig jaar een hele nieuwe website gekregen, met al onze kranten en dat vonden wij een mooi moment om op zoek te gaan naar mensen die willen meeschrijven, of je dat nou burgerjournalisten noemt of nou geef er een naam aan, maar om in ieder geval mensen uit te nodigen om met ons mee te denken, mee te schrijven, hun eigen berichten op de website te zetten. Wij kunnen niet overal tegelijk zijn en niet alles tegelijk horen dus als mensen zelf hun berichten op een website zetten dan delen ze dat niet alleen met ons, maar ook met iedereen dus het leek ons een goed idee om zeg maar het draagvlak van de krant op die manier wat te verbreden, en we hebben daarmee zelf ook voor de papieren krant dingen die we anders misschien niet gehoord zouden hebben.”

En tot welke gevolgen kan zo' samenwerking met burgerjournalisten leiden?

“Het kan, laten we even van de positieve kant uitgaan, het kan ertoe leiden dat je een aanzienlijk breder netwerk hebt van mensen die betrokken zijn bij de krant, die het gevoel hebben van als er wat in mijn omgeving gebeurt dan wil ik dat de krant laten weten. Op dat moment heb je dus eigenlijk een soort ja voelhorens in de samenleving voor jou rondlopen, ogen en oren die bereid zijn om nieuwtjes en berichtjes met jou als krant en dus met de rest van de plaatselijke samenleving te delen. Dat is ook hetgeen waar wij in eerste instantie op mikken, je kunt daar natuurlijk ook een hele discussie over aangaan van wat betekent dat voor mensen die op dit moment betaald werk voor de krant doen, of dat nou dat redacteurs zijn of dat dat de betaalde freelancers zijn, dat kan allebei, het kan bovendien leiden tot vervuiling van je website of je krant want je moet er ook maar vanuit gaan van dat hetgeen wat aangeleverd wordt dat dat de waarheid is. Je zal niet altijd tijd hebben om hoor en wederhoor toe te passen, dus dat zijn overal gevaren.”

Dus over het algemeen zijn het wel mensen die begaan zijn met hun buurt en die gewoon willen dat mensen er meer over weten?

“Ja en je merkt ook dat mensen in eerste instantie een berichtje echt over hun eigen vereniging of club op die website zetten, een verslagje van een bijeenkomst, een aankondiging van iets dat gaat gebeuren, het gebeurt maar weinig dat mensen grote achtergrondverhalen erop gaan zetten of duidelijke meningen over zaken die controversieel zouden kunnen liggen, dus wat dat betreft denk ik dat we ook wel het soort berichten binnenkrijgen wat we ook willen hebben.”

Wat voor berichten zijn dat?

“In eerste instantie dus zeg maar de aankondigende dingen, de verslagen van kleine gebeurtenissen, kijk de grote dingen hoor je ik wou zeggen die hoor je vanzelf wel, maar daar hebben we ons eigen netwerk al voor en die hoor je dus ook, en de wat kleinere dingen, de bingo bij de voetbalvereniging of de gezellige middag voor de bejaarden of nou je kunt een heleboel van die dingen bedenken, daar hoor je best veel van, maar daar hoor je best veel ook niet van. Dus dan denk ik van, wat als mensen dat erop zetten, het kleine nieuws, de kleine aankondiging, het klein leed, zoals we dat ook wel noemen, als je dat erop zet, dan zijn we al heel tevreden. Echt de grote verslaggeving, dat kun je denk ik nog niet verwachten van de burgerjournalist of hoe je hem of haar ook wilt noemen.”

Hoe belangrijk is burgerjournalistiek anno 2016? Voor jullie maar ook in het algemeen?

“In zijn algemeenheid zou ik daar geen uitspraken over durven doen want dat vind ik een lastige. Ik weet niet hoe burgerjournalistiek voor de Volkskrant of de Telegraaf heel belangrijk is, maar als ik naar onze eigen krant kijk, denk ik dat het wel heel belangrijk is, al was het maar omdat in een periode waarin sociale media internet heel belangrijk geworden zijn, ja je eigenlijk heel veel korte snelle berichten moet hebben en dat kunnen we hier op de redactie niet met zijn allen verzinnen, we kunnen een heleboel maar dat kunnen we niet, zonder de hulp van een heleboel derden.”

Is social media een vloek of een zegen voor de journalistiek?

“Ik zou het eerder een zegen dan een vloek willen noemen, want als ik zie wat je via Twitter en via Facebook te weten komt en wat mensen met jou willen delen, dan denk ik van , nou dat vind ik wel heel plezierig. Je moet daar ja vind ik zelf enigszins wel voorzichtig mee omgaan ik bedoel niet alles wat op Twitter staat is waar en moet de krant halen, maar ik weet het maar liever dan dat ik het niet weet.”

Welke rol ziet u anno 2016 weggelegd voor de burger/burgerjournalist?

“In eerste instantie zeg maar als tipgever, degene die dingen meldt waar een redactie mee aan de slag zou kunnen gaan, dus van weet je al dat er dit of dat aan de hand is, nou dat zingt vaak op Facebook of op Twitter al rond, daar gaan foto's bij dus op zo'n moment zie je ook van hee, dit of dat is er gaande, daar moeten we echt wat mee, aan de andere kant, naast dat tipgever of het attenderen op bepaalde ontwikkelingen ook inderdaad gewoon de kleine berichtjes de aankondigingen.”

Hoe is dat voor de interactie tussen de redactie en het publiek?

“Je hebt directe contact met je lezers, met je doelgroep. Vroeger, en dan heb ik het over 20 jaar geleden of zo, kreeg je een brief met een postzegel van voetbalvereniging Vooruit verzorgt vrijdag 15 januari een kaartenavond. En nu komt dat of via een mailtje of ze zetten het zelf op de website. Maar er zijn natuurlijk tal van dingen , stel dat er een buurtbbq gehouden wordt denk je misschien van oho saai, maar als dat een hartstikke leuke foto oplevert van nou, dan plaats je die foto wel want als het een hartstikke leuke foto is dan kun je daar wat mee, terwijl je van te voren niet zou denken van oh er is een buurtbbq daar en daar, laat ik daar maar eens een fotograaf heensturen.”

Maar bijvoorbeeld zo'n buurtbbq, dat zou bijvoorbeeld ook een, als je daar iemand heenstuurt, of iemands daar polst van joh wat bespreken jullie daar nou over de buurt, misschien dat je er dan wel achter kan komen wat leeft er nou in de buurt.

“Kan ook, en dat is natuurlijk helemaal niet ondenkbaar maar de andere kant van het verhaal is, als wij elke keer dat als wij ergens , laten we maar die buurtbbq aanhouden, daar een journalist heen moeten sturen, nou..”

Nou ik bedoel dat als je iemand die daar zelf aanwezig is, een burger dus dat je die dan vraagt van joh wat bespreken jullie daar nou en wat heb..

“Nee dat kan, dat zou kunnen. op het moment dat je via jou netwerk aan de buurtjournalisten iemand heb waarvan je denkt van oh maar die kan ik wel wat meer vragen dan alleen een aankondiging, dan zou ik dat zeker kunnen doen.”

Hoe ziet u en hoe zien jullie van De Brug de burgerjournalistiek in de toekomst?

“Vind ik een lastige, want we zijn eigenlijk nog aan het opbouwen. Ik verwacht dat dat wel belangrijker gaat worden. Ik verwacht dat de rol van zeg maar de gewone lezer, de betrokken burger bij zijn omgeving, dat die groter gaat worden ook in de krant, dat wij dus meer gebruik gaan maken van mensen die met name in de buurt hun verenigingsleven hebben.”

En hoe ziet u de toekomst van de reguliere journalistiek?

“We hebben ook wel eens van die geluiden dat je hoort van nou over tien jaar bestaat er geen papieren krant meer nou dat daar geloof ik eigenlijk nog niet zo in. Maar je merkt natuurlijk wel van dat je doorlopend met je vak in beweging bent wat we nu doen. Dus zeg maar waar we het nu over hebben die burgerjournalistiek en het gebruik maken van social media, kijk 20 jaar geleden wist je niet wat social media waren, sterker nog toen moest het nog bedacht worden, had je dus niet kunnen bedenken dat dat nu zo’n belangrijke rol in zou nemen. Maar ik verwacht toch dat de beroepsgroep dat die een belangrijke rol houden als het gaat om het filteren van nieuws, kijk iedereen kan wat op een website of op social media zetten, maar er moet toch nog iemand zijn die het op waarde schat en die de verbanden en verbindingen aanbrengt, en dat moet volgens mij toch de journalist doen.”

Hoe belangrijk is journalistieke kwaliteit dan?

“Nou die lijkt me nog steeds heel belangrijk, want als hetgeen wat bij jou in de krant staat niet voor waar kan worden aangenomen dan kun je je krant denk ik wel opdoeken.”

10.1.7 Patricia Brobbel

Naam: Patricia Brobbel

Beroep: Journalist, eindredactie De Brug

Waarom hebben jullie die oproep geplaatst?

“We willen graag dat eigenlijk de samenleving in het verschijningsgebied van de Brug, ja meer betrokken zijn bij bij de krant, bij de inhoud van de krant. En we willen ze dus echt actief eigenlijk of oproepen actief mee te werken aan en dan vooral eigenlijk aan de site, daar is het eigenlijk meer het meest voor bedoeld zodat mensen meeschrijven aan de website, dat ze daar eigenlijk een beetje wat meer interactie ontstaat en het is uiteindelijk de bedoeling dat we als we ruim aanbod hebben dat we dan het beste van het web in de krant kunnen plaatsen.”

Waarom hebben jullie in eerste instantie dan alleen op de site?

“Ja dat wordt eigenlijk meer, om het ons als redacteurs wat makkelijker te maken. Dat is eigenlijk, ja dat is denk ik eigenlijk de basis van deze hele verschuiving eigenlijk.”

En hebben jullie al veel respons gehad?

“Ja best wel. We zien toch wel dat we steeds meer ja mensen maar het zijn eigenlijk vooral verenigingen enzo of instanties die ja hun spullen plaatsen en het is we hebben ook eigenlijk een tijdje opgeroepen om mensen niet meer naar ons te laten mailen, want we krijgen natuurlijk ook heel veel kopij binnen ook via de mail, en dan is het aan ons, aan de redacteurs om er voor de krant iets mee te doen of op de website of allebei, en we hebben eigenlijk een tijdje ook opgeroepen om het niet meer te mailen maar in plaats daarvan gewoon puur op de website te zetten, want daar vinden wij het ook.”

En dan gaan jullie het bekijken en als jullie dat iets nieuwswaardig vinden dan plaatsen jullie het erop of komt er dan nog wel een check?

“Je bedoelt als er iets op de site staat dat we dat dan checken? Ja, we checken het wel, maar eigenlijk in principe laten we min of meer alles staan, tenzij, ja eigenlijk om ons te belonen, maar bijvoorbeeld als het echt een commercieel bericht is, dat een beetje een reclameachtige uiting of zo, of en bedrijf dat zichzelf even op de borst klopt, dat halen we er wel af.”

En zo’n samenwerking, dus met de burger, met jullie lezers, tot welke gevolgen kan zo’n samenwerking leiden volgens jullie?

“Nou vooral betrokkenheid. Want ja kijk onze functie als eindredacteur is eigenlijk ja veel meer dan vroeger een bureaufunctie geworden en ja ik bijvoorbeeld zelf woon helemaal niet in het gebied van De Brug, en dan heb je ook gewoon eigenlijk oren en ogen nodig van mensen die er wel wonen en dus in die zin willen we zijn we er ook een beetje van afhankelijk als we willen weten wat er speelt. Alleen ja echt onderwerpen van weten wat er speelt, bijvoorbeeld bushokjes die heel veel vernield worden in Leidsche Rijn, ik zeg maar wat, dat soort dingen komen dan weer niet op de site.”

Waarom niet?

“Ja weet ik eigenlijk niet. Dat is dan toch niet iets waar mensen zo een kant en klaar stukje over schrijven en het dan op de website zetten. Wij zetten het er wel op als we daar een artikel over hebben, alleen ja dat soort nieuws wordt nog niet door de lezer erop gezet.”

Dat zouden jullie wel graag willen?

“Ja dat lijkt ons natuurlijk wel op zich wel fijn. Alleen ja daar hebben we dan ook wel weer Facebook voor, alleen ja dat staat in iedergeval wat De Brug betreft nog redelijk in de kinderschoenen, daar zijn we gewoon nog niet zo lang geleden mee begonnen, geloof een jaar min of meer actief, en actief dat is ook een relatief begrip, ik ben er zelf gewoon niet zo actief in. Maar Facebook is wat dat betreft denk ik wel een laagdrempeliger medium om als mensen het bijvoorbeeld niet mee eens zijn of hun ongenoegen uiten dat ze dat eerder op Facebook doen, denk ik.”

Dat zou kunnen inderdaad. Maar de Brug heeft dus die oproep gedaan, meer op lokaal niveau, maar is zoiets volgens jou ook haalbaar op landelijk niveau?

“Dat ik weet ik eigenlijk niet. Er zijn meer kranten die het doen, maar dan is het meer eigenlijk puur omdat ze daar, omdat die krant in dat gebied daar dan behoefte aan heeft, maar op zich is het wel meer de werkwijze die wij als huis aan huiskranten van nou voormalig Wegener, we zijn nu Persgroep, die dat hanteren, dat is gewoon eigenlijk wel een soort van, nou het is eigenlijk wel een landelijk uitgerold om op die manier te gaan werken.”

Hoe belangrijk is burgerjournalistiek anno 2016?

“Ja ik denk dat dat steeds belangrijker wordt. Mensen zijn al actief bijvoorbeeld op Facebook en maken eigenlijk overal foto's van. En juist dat dat kleine laagdrempelige nieuws, dat is iets ja dat staat dus heel dicht bij de mensen, en dat is eigenlijk waarnaar we opzoek zijn. Want eigenlijk willen we de traffic die bijvoorbeeld Facebook genereert, die willen we eigenlijk ook naar onze site hebben, en dat heeft eigenlijk puur te maken met kijk we zijn een huis aan huis blad en wij krijgen geen geld van abonnees, we moeten het eigenlijk puur hebben van de inkomsten die wij halen uit advertenties. Nou online is dat gewoon nog niet veel, maar dat is wel de bedoeling.”

Want behalve dat jullie dan bijvoorbeeld dus die oproep plaatsen, op welke manieren maken jullie nog meer gebruik van burgerjournalistiek. Is dat vooral , je zegt net zelf qua Facebook zit het nog in de kinderschoenen, maar bijvoorbeeld Twitter, maken jullie daar ook al gebruik van?

“Ook wel, maar ook niet vreselijk actief. Er zijn wel collega die bijvoorbeeld via Twitter oproepjes doen en dan krijgen ze dan ja veel respons op.

Bijvoorbeeld social media als Facebook en Twitter dat is natuurlijk ook wel een manier om interactie te hebben met je publiek. Hoe is bij jullie die interactie tussen redactie en publiek?

“Ja nou, ik vind dat nog niet zo heel groot eigenlijk.”

Hoe komt dat?

“Nou ik denk eerlijk gezegd, omdat ik er zelf niet zo actief in ben. Ik zou echt wat dat betreft, ik maak zelf niet zoveel gebruik van bijvoorbeeld oproepen doen via Facebook of Twitter.

Heeft de reguliere journalistiek volgens u te leiden onder social media en internet?

“Ja dat denk ik wel. zeker als het gaat om bijvoorbeeld de landelijke of echt de abonnementskranten, de dagbladen, die hebben daar denk ik heel erg onder te leiden omdat mensen gooien zelf heel makkelijke dingen op internet, op Facebook noem maar op, en verwachten dan ook dat nieuws gewoon gratis is. En dat zie je in onze tak van sport ook, bij ons is het huis-aan-huis blad is ook gratis, alleen wij hebben natuurlijk ook artikelen in de krant die wij laten maken door bijvoorbeeld, ja dat doen we zelf of freelancers, en dat kost dus geld. Maar je ziet ook bij ons, in het bedrijf dan, ja dat de redactie over het algemeen steeds meer wordt gezien als een kostenpost. Zo vinden ze wel dat het toegevoegde waarde moet hebben maar het moet niet te veel kosten. Dus ik denk zeer zeker voor, ik denk dat de kwaliteit van artikelen, dus de kwaliteit van ja journalistiek in het algemeen, dat die er wel onder te leiden heeft, zeer zeker ja.”

En hoe zie je dat in de toekomst, burgerjournalistiek? Hoe zie je dat zich ontwikkelen?

“Ik denk dat het eigenlijk alleen maar groter wordt. De inbreng, zeg maar en het gebruik maken van de burgerjournalistiek. “

En hoe zouden jullie dat dan kunnen gebruiken voor De Brug?

“Eigenlijk zoals we het nu doen al, maar dan ja maar dan wat op uitgebreidere schaal, maar ik denk, ik denk zelf dat het niks moet zijn, ook omdat je je wilt natuurlijk onderscheiden ook van de concurrentie, en als je alles alleen maar van van de straat plukt, dat kan iedereen. wij willen ons wel onderscheiden van onze concurrent, de Var. Want ook zij plukken natuurlijk dezelfde artikelen van Facebook of zij krijgen ook hetzelfde toegemaild aan artikelen. dus als we willen blijven onderscheiden, dan zijn we ook, dan moeten we het ook hebben van eigen artikelen van unieke, dus betaalde artikelen natuurlijk, waar wij voor betalen dan.”

Welke rol zie je anno 2016 weggelegd voor de burgerjournalist? Is dat een hele belangrijke rol?

“Ja toch wel hoor, ik vind hem wel belangrijk, omdat wat ik net zei van we zijn toch wel steeds meer afhankelijk van signalen uit de maatschappij, omdat we er zelf niet meer, met handen en voeten aanwezig zijn. En dat geldt voor mij dan sowieso heel erg, maar dat geldt eigenlijk voor steeds meer collega's. We hebben nog een aantal kantoren centraal in Nederland en van daaruit wordt een heel groot gebied bestreken met allerlei titels, dus die ogen en oren heb je gewoon echt nodig, of die signalen die moeten echt vanuit de maatschappij komen dus die rol is echt wel heel belangrijk.”

10.1.9 Rianne Schuurman

Naam: Rianne Schuurman

Beroep: zzp'er, burgerjournalist

Je deed een liveverslag op Periscope. Waarom besloot je om een liveverslag te doen?

“Die app die bestaat sinds maart, en ik was toen, nu ben ik zelfstandige, maar toen was ik manager communicatie van het Martini ziekenhuis en nouja , ik zit in het communicatievak natuurlijk dus dan houd je bij wat de nieuwe middelen zijn en ik had Periscope gezien, dat het gelanceerd werd en ik had al wel eens een paar mensen gevolgd, in Londen en Parijs, en dan kun je dat zo zien wie aan het zenden is, wie aan het livestreamen is. Nou hartstikke leuk. Ik had het er met het team wel eens over gehad van kennen jullie het al en dan moeten jullie eens bekijken want dan kunnen we misschien wel iets mee doen voor het ziekenhuis, dat je bijvoorbeeld een arts laat periscopen of een medische behandeling, dat mensen vragen kunnen stellen. Dus daar waren we al mee bezig, maar ik had het zelf nog niet gedaan, ik had zelf nog niet gefilmd, ik had dus al wel wat mensen gevolgd, maar nog niet gefilmd. En toen stond ik daar bij die Jumbo die dag om nou voor de voedselbank dus als vrijwilliger op zaterdagmiddag aan de slag te gaan, ja we stonden nog niet binnen of, nouja je kent het verhaal van de bommelding. En toen stond ik daarvoor en toen dacht ik ja ik moet toch wachten, en toen dacht ik wacht dan kan ik meteen proberen te periscopen, misschien is het wel interessant, misschien. nou, en misschien vinden mijn volgers dat ook wel leuk. ja nou en toen eh bleek dus dat heel Nederland dat wel leuk vond.”

Want op dat moment waren er ook geen echte verslaggevers aanwezig in het begin toch?

“Nee zo snel nog niet. Ik had al een tweetje uitgedaan, dat wel, van nou, ga ik werken voor de voedselbank is er een bommelding bij de Jumbo, en het was natuurlijk wel een beetje nieuws, omdat er al vaker een bommelding was geweest bij andere Jumbo's. Dus dat ging al een beetje, daar twitterde mensen al over maar er was daar nog geen verslaggever, RTV Noord was er wel snel, die zitten er natuurlijk naast, de mediacentrale, dus die waren snel en daarna, ja op een gegeven moment kwamen natuurlijk ook de landelijke omroepen.”

Was je er zeg maar, was, toen je bezig was met filmen, was je er toen van bewust dat je burgerjournalistiek aan het bedrijven was?

“Nee, dat werd volgens mij ook pas daarna als woord gebruikt, zal ik maar zeggen.”

Hoe zag je het zelf dan?

“Ik zag het gewoon ja net als andere mensen die periscopen, ergens over vertellen en omdat mijn volgers natuurlijk heel veel vragen stelde, ging ik die vragen ook stellen, en ik stelde natuurlijk zelf ook wel wat vragen, maar ik deed gewoon een beetje verslag van hoe het daar was, net als dat ik, net als die jongen die ik in Rome volgde op periscopen die door Rome reed en vertelde over de gebouwen die die zag, zo vertelde ik over wat ik daar zag en wat er gebeurde.”

Dus je was ook heel erg bezig met wat willen de mensen weten die mij kijken?

“Ja, daar was ik wel mee bezig omdat ik natuurlijk vragen voorbij zag komen en die ging ik dan maar stellen dus ik deed het, wat ik het leukst vond, dat ik het eigenlijk samen met mijn volgers deed. Ik maakte eigenlijk dan een uitzending, ik deed het samen met hen, wat zij leuk vonden en interessant vonden, ja dat ging ik uitzoeken, nou en dat het zo groot zou worden had ik, zeker in het begin, ik had het helemaal niet door. Pas toen iemand van RTV Noord tegen mij zei je wordt gelivestreamd bij de nos.nl, bij nu.nl en weet ik het.”

En hoe vond je dat? Dat de NOS jou gebruikte als livestream?

“Ja, dat was natuurlijk op zich wel heel erg leuk. Ik vond het wel heel geinig allemaal, ik moest er ook wel om lachen, ik had niet verwacht dat het zo groot zou worden omdat ik gewoon spontaan begon. Wie verwacht zoiets op de zaterdagmiddag?”

Op Twitter heb je ook in je beschrijving staan dat je burgerjournalist bent, wat houdt dat woord voor jou in?

“Ja ik heb dat er op gezet na mijn Periscope-avontuur zou ik maar zeggen. Ja wat houdt dat in, nou ja weetje dat houdt het wel in dat eigenlijk in ieder burger, iedereen kan dit doen he, en ik ben geen professionele journalist, dat vind ik wel heel, daarmee maak je het natuurlijk het onderscheid. Professionele journalistiek is hartstikke hard nodig, moet ook zeker blijven, ben ik ook helemaal voor, ik zou ook helemaal niet zeggen dat burgerjournalisten dan over gaan nemen, maar het staat naast elkaar. En het leuke is natuurlijk dat zeg maar dat ook een NOS journaal, een nu.nl dit zelf allemaal gaan inzetten, zelf gaan periscopen.”

Ja, want hoe kunnen volgens jou journalisten gebruik maken van burgerjournalisten zoals jijzelf?

“Nou dat zie je nu bij nu.nl, ik weet niet of je dat gezien hebt, daar wordt nu ook opgeroepen dat zeg maar burgerjournalisten in willen gaan zetten voor henzelf. En ze roepen dus ook mensen op. Je kunt ook niet overal tegelijk zijn als journalist, dus het is mooi als je overal wat vrijwilligers hebt zitten die dan voor jou livestreamen als er ergens iets gebeurt. Maar goed wij zijn geen professionele journalist. Ik vind het belangrijk dat je laat zien wat jij interessant vindt. Eigenlijk doen journalisten dat ook, maar goed, zo onafhankelijk is de journalistiek natuurlijk ook weer niet, die maken ook keuzes, net als de burgerjournalist keuzes maakt van ja hier ga ik wel achteraan, hier ga ik niet achteraan, die ga ik dan maar een vraag stellen en die niet, maakt een journalist ook keuzes, maar die hebben een andere afweging voor die keuzes. Dit gebeurt meer spontaan, en ja gewoon ja, nouja goed hoe zal ik het zeggen, het is gewoon de burger die een filmpje maakt.”

Tot welke gevolgen kan zo'n samenwerking leiden, dat journalisten samen gaan werken met burgers en burgerjournalisten?

“Ik weet niet of dé journalist, ik zet het maar even tussen aanhalingstekens, zelf gaat samenwerken met de burgerjournalist. De professionele journalist zal denk ik niet echt gaan samenwerken met de burgerjournalist hoewel ik dat toen natuurlijk met RTV Noord wel heb gedaan. Die gingen niet het item voor mij maken, die hielpen mij met de microfoon en maar ik maakte zelf gewoon het item. En we gingen een beetje samen op stap op een gegeven moment, dat we ook wel lol hadden samen maar dat was de leukigheid eraan maar een professionele journalist die gewoon met zijn vak bezig is, kijk die NOS journalist die ging echt niet met mij samen optrekken. Op een gegeven moment gingen ze me interviewen maar we gingen het item niet samen maken, ik denk ook dat dat zeker gescheiden moet blijven. Ik zou mij nog wel kunnen voorstellen dat bijvoorbeeld nu.nl dit wil gaan inzetten dat je zou kunnen zeggen er is iemand op locatie, die begint alvast te filmen dat dus dan nu.nl zegt van goh begin jij maar vast met filmen er komt straks iemand aan en dan gaan we wel jouw materiaal gebruiken voor onze livestream. Dat zou natuurlijk kunnen dan op een gegeven moment andere journalisten gaan overnemen in hun item jou beelden wel gebruikt. Dat zou een mogelijke samenwerking kunnen zijn.”

Zie jij social media als iets positiefs of iets negatiefs voor de journalistiek?

“Ik zie het als positief. Uit een groot marketingonderzoek onlangs kwam ook naar voren dat user generated content, dat wij content maken als burgerjournalist zeg maar, dat dat door kijkers geloofwaardiger wordt gevonden dan de content die echte journalisten maken, omdat het waarschijnlijk zo, als jij ergens staat te filmen en je zet dat op Youtube dan geloven mensen dat dat echt is. Terwijl dat natuurlijk ook een selectie is van nieuws. want ziet ook niet alles, die kan ook niet alles laten zien maar dat, mensen geloven dat toch eerder dan wanneer je een item ziet op het NOS Journaal. Nou ja .. Joris Luyendijk heeft het ook al gezegd he joh soms wordt er even gezegd van joh gooi jij nou even wat stenen, dan film ik het en dan kan ik zeggen dat er stenen gegooid worden. Dus dat het opgezet is. Nu zal heus niet elke journalist dat doen, maar goed ik weet wel uit mijn eigen ervaring als persvoorlichter dat er soms wel even wat in scene gezet wordt. Ik denk dat dat bij de burgerjournalist gewoon veel minder is.”

En hoe zie je burgerjournalistiek in de toekomst?

De burgerjournalistiek wordt alleen maar groter, dat wordt alleen maar veel meer. Ja dat gaat echt groeien, want ik zie nu al op Periscope toen ik begon waren er nog maar heel weinig mensen aan het periscopen en nu zie je al echt heel veel mensen periscopen als je even kijkt naar het aantal Nederlanders dat aan het periscopen is dat zijn er al veel meer. En als je kijkt naar Parijs, met aanslagen, nou, ja, dan is iedereen daar aan het periscopen, of nou ja iedereen, heel veel mensen kun je live volgen.”

En professionele journalistiek?

“Ik denk dat het voor de professionele journalistiek belangrijk wordt dat ze nog betere reportages met veel achtergrondnieuws maken waarbij ze het nieuws ook duiden, want dan wordt het een grotere functie voor hen, met die achtergronden en duiden van het nieuws en dieper ingaan op zaken.”