

# Nieuws 2.0

Nieuws is er vandaag de dag altijd en overal, en om het te kunnen maken hoef je geen journalist meer te zijn. Dat bleek onlangs tijdens het symposium **Nieuws. Maak het mee!**

DOOR JOOST SCHELLEVIS  
ILLUSTRATIE ANGELIQUE VIESTER

HET is anno 2009 moeilijk voor te stellen dat je vroeger moest wachten op nieuws. Wachten totdat de krant op de mat plofte, bijvoorbeeld, of totdat het *Journal* begon. Tegenwoordig heb je, met dank aan het internet, het laatste nieuws met een paar muisklikken op je beeldscherm. Gevolg is dat we op een totaal andere manier met media en nieuws omgaan. 'We leven niet meer met media, maar in media,' formuleerde Mark Deuze ([twitter.com/markdeuze](https://twitter.com/markdeuze)), journalist en hoofddocent aan de Universiteit van Indiana, onlangs tijdens het symposium *Nieuws. Maak het mee!* in Hilversum. Het grote verschil met de oude media (televisie, radio, pers) is volgens hem dat de nieuwe media niet 'buiten' ons staan. 'Een krant kun je wegleggen, maar de nieuwe media kun je niet uitzetten.' Hoewel hier het een en ander op af valt te dingen – ook mobieltjes en computers kunnen uitgezet – lijkt het geen twijfel dat de manier waarop we omgaan met media, en dus ook met nieuws, ingrijpend is veranderd. De 'oude' media hebben het daar moeilijk mee, en daarbinnen de gedrukte weer meer dan televisie en radio. De oplage van veel kranten neemt al jarenlang af. Dat zal niet alleen aan het internet te wijten zijn (de kredietcrisis helpt nu ongetwijfeld een handje mee), maar feit blijft dat het krantenleed groot is. Veel regionale kranten zijn de afgelopen jaren opgeheven, of gefuseerd met landelijke kranten. Is de krant desondanks nodig? Nee, riep onlangs Joris van Lierop, uitgever van de nieuwssite Nu.nl. Want: 'De krant heeft geen monopolie meer op de distributie van geschreven nieuws.' Vooral jonge lezers keren zich in toenemende mate af van de krant en halen hun nieuws van internet.

## GeenStijl

Opvallend is dat uitgerekend Dominique Weesie, oprichter van het populaire weblog GeenStijl, wél een toekomst voor de oude media ziet. Opvallend, omdat GeenStijl vaak afgeeft op oude media, in het bijzonder de krant (of in GeenStijl-jargon: de dode boom). Weesie zelf denkt juist dat kranten altijd nodig zullen blijven. Sterker nog: 'Zonder de oude media was GeenStijl er niet geweest. Wij hebben ook wel eens wat, maar krant en televisie komen elke dag met primeurs. We zijn eigenlijk een parasiet op de oude media.' Hij denkt dat de nieuwe media de oude niet zullen vervangen. 'Laten we niet vergeten dat de kranten in Nederland nog steeds geld verdienen, terwijl ze verlies maken op hun websites.'

Als de krant zou verdwijnen, krijgt de onderzoeksjournalistiek een flinke knauw. Websites hebben daar meestal geen budget voor. Nu.nl wordt gemaakt door minder dan tien redacteuren, die vooral bezig zijn met het selecteren van inhoud; de website maakt zelf weinig nieuws. Uitgever Van Lierop: 'Wij doen niet aan onderzoeksjournalistiek. Dat is stervensduur.' Ook hebben sites als Nu.nl weinig aandacht voor achtergronden bij het nieuws. Kranten zien het als hun taak om het nieuws niet alleen weer te geven, maar het ook te duiden en het in een perspectief te plaatsen; zo weet je als lezer wat de gevolgen zijn van de gebeurtenissen in het nieuws. De kale feiten zijn simpelweg niet voldoende om de wereld om je heen te begrijpen. Een ontwikkeling die in het verlengde ligt van

**Dominique Weesie (GeenStijl):** 'Zonder de oude media was GeenStijl er niet geweest. We zijn eigenlijk een parasiet op de oude media.'

de opkomst van de nieuwe media, is dat nieuws niet langer van een krant, persbureau of omroep hoeft te komen. Iedereen kan nieuws maken: je hebt er alleen nog maar een mobiele telefoon voor nodig. Daardoor is de snelheid van het nieuws gigantisch toegenomen.

Ooggetuigen kunnen nu foto's en filmpjes van gebeurtenissen zonder tussenkomst van redacties uploaden naar het web. Dat gebeurde bijvoorbeeld toen in maart een Turkish Airlines-vliegtuig neerstortte op Schiphol. Hoewel BNR Nieuwsradio het nieuws dankzij een tip van een luisteraar nét iets eerder kon melden, verschenen op Twitter (een website waar gebruikers berichtjes van 140 tekens kunnen plaatsen) de eerste foto's van de ramp, lang voordat er beroepsjournalisten aanwezig waren.

## Burgerjournalistiek

De zogenoemde 'burgerjournalistiek' zorgt ervoor dat er veel vaker een verslag uit de eerste hand is. Want hoewel journalisten vaak nog niet ter plaatse zijn als er iets onverwachts gebeurt, lopen vrijwel overal mensen met mobiele telefoons rond. 'Burgerjournalisten kunnen doen waar je zelf fysiek niet toe in staat bent,' zegt Tim Overdiek ([twitter.com/overdiek](https://twitter.com/overdiek)), adjunct-hoofdredacteur van het *NOS Journaal*.

**Joris van Lierop (Nu.nl):** 'Wij doen niet aan onderzoeksjournalistiek. Dat is stervensduur.'

Toch heeft burgerjournalistiek ook nadelen. 'We worden erdoor opgejaagd,' zegt Overdijk in zijn kantoor op het Mediapark. Terwijl een Twittergebruiker zijn nieuwtjes zonder verificatie de wereld instuurt, wil de NOS eerst de feiten checken. 'We willen wel de snelste zijn, maar betrouwbaarheid is voor ons nog belangrijker.' En op internet wordt soms nogal soepel gedacht over betrouwbaarheid. Zo werd op GeenStijl Vara-presentator Felix Meurders dood verklaard – voor de grap. En op Twitter meldden gebruikers dat Martin Bril was overleden, een paar dagen voordat hij daadwerkelijk stierf.

GeenStijl en Twitter pretenderen geen journalistieke media te zijn, maar in de praktijk zijn ze dat wel degelijk. De aanslag op Koninginnedag werd breed uitgemeten op GeenStijl en toen het Turkish Airlines-toestel crashte, kon niemand om Twitter heen. Nieuwszenders, bijvoorbeeld CNN, gebruiken beeldmateriaal van Twitter.

Tijdens de recente rellen in Iran, na de presidentsverkiezingen, was Twitter het belangrijkste communicatiemiddel. De site werd door demonstranten gebruikt om elkaar op de hoogte te houden van ontwikkelingen; Twitter stelde technisch onderhoud aan de website zelfs uit om ervoor te zorgen dat de site goed bereikbaar bleef voor Iraniërs. De combinatie van snelheid en betrouwbaarheid van burgerjournalistiek brengt dilemma's met zich mee voor de oude

media. Als er een bericht op internet verschijnt over een nieuwswaardige gebeurtenis, maar er is nog geen andere bron, dan sta je als redactie voor een keuze: neem je het over, met de reële kans op een *hoax*, een vals gerucht waarmee je je betrouwbare reputatie aantast? Of wacht je af, met het risico dat je later bent dan de nieuwe media, en de webloggers weer smalend schrijven dat je het alweer hebt afgelegd tegen internet?

#### Journalistieke paniek

Je zou je bijna afvragen of de traditionele journalistiek nog wel toekomst heeft. Vol-

gens mediahistoricus Huub Wijffes valt het allemaal wel mee. 'Er is sprake van journalistieke paniek,' vertelde hij tegen vakgenoten, 'maar de voorbeelden zijn incidenteel.' Volgens hem is publieksparticipatie helemaal niet nieuw, en doen bijvoorbeeld phone-in-programma's (zoals *Stand.nl*) daar al veel langer aan. Waarbij moet worden aangetekend dat daar nog steeds sprake is van een redactie die een bepaald onderwerp kiest, terwijl het internetpubliek over elk gewenst onderwerp kan meepraten.

De oude media kunnen de burgerjournalistiek ook gebruiken. Verschillende media doen dat: CNN heeft het project iReport, waar gebruikers zelf beeld en tekst kunnen aanleveren; de BBC moedigt kijkers, luisteraars en bezoekers aan materiaal in te sturen. De NOS doet dat bij groot nieuws ook, zoals tijdens de vliegcramp.



Tim Overdijk: 'Toen wilden we gewoon zo snel mogelijk beeld.'

'Wij werken al vijf of zes jaar met burgerjournalistiek,' vertelt Dominique Weesie (GeenStijl), 'maar zo goed werkt dat niet.' Volgens hem is het echt nodig om te filteren. 'We krijgen dagelijks zo'n zeshonderd tips binnen, maar het merendeel gooien we weg: veel filmpjes van ex-partners, wraakacties, dat soort dingen.'

Tim Overdijk ziet wel degelijk veel nuttige reacties op de weblogs van de NOS: 'Dingen waar we iets mee kunnen en die iets toevoegen.' Dat geldt ook voor Twitter: tijdens de ramp met het Turkish Airlines-toestel hield de NOS die site goed in de gaten.

Kunnen we dus concluderen dat 'Nieuws 2.0' toegevoegde waarde heeft? Journalist en BNR-buitenlandcommentator Bernard Hammelburg denkt van wel. 'Die man op het Plein van de Hemelse Vrede... die had een mobiele telefoon moeten hebben.'