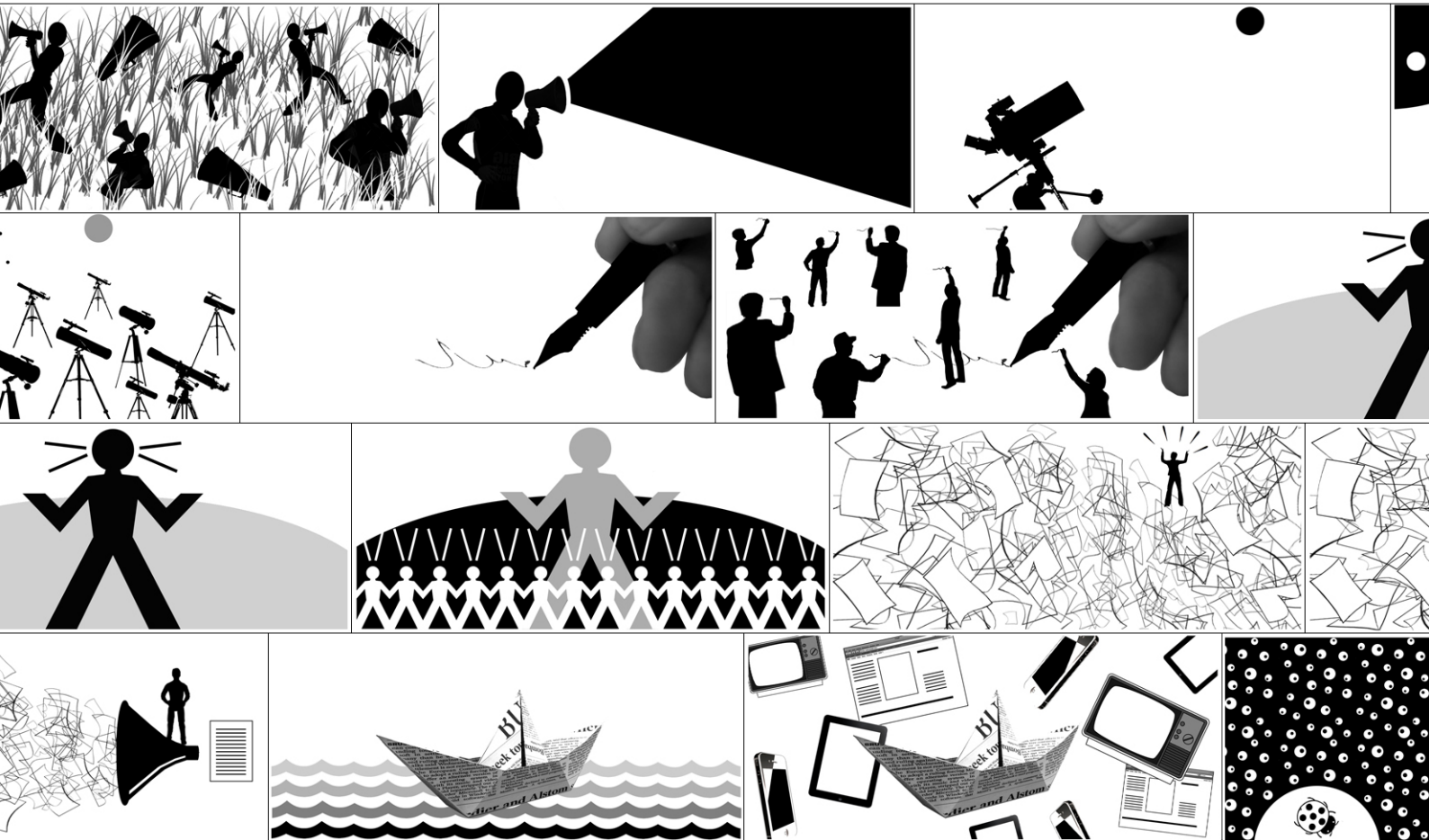


BURGERJOURNALISITIEK



EEN VERKENNEND ONDERZOEK



Colofon

Burgerjournalistiek - Een verkennend onderzoek
Stichting Nederland Kennisland (2011)

Auteurs: Nikki Timmermans, Corline van Es en Joeri van den Steenhoven
Onderzoek: Nikki Timmermans en Corline van Es
Eindredactie: Tamara Mangelaars
Vormgeving: Marcel Oosterwijk

Over Kennisland

Kennisland maakt Nederland slimmer. We ontwerpen en realiseren interventies om de kennissamenleving te versterken. Want een sterke kennissamenleving is de beste garantie om welvaart en welzijn voor iedereen te blijven genereren, nu en in de toekomst. Dit onderzoek en deze publicatie is uitgevoerd in opdracht van het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap.



Ministerie van Onderwijs, Cultuur en
Wetenschap

Vragen over en reacties op dit verkennend onderzoek kunt u richten aan:

Stichting Nederland Kennisland
Postbus 2960
1000 CZ Amsterdam
info@kennisland.nl

De PDF-versie van deze publicatie is beschikbaar op de website van Kennisland:
www.kennisland.nl



Op dit werk is een Creative Commons Naamsvermelding-GelijkDelen 3.0 licentie van toepassing. De gebruiker mag het werk kopiëren, verspreiden en doorgeven en afgeleide werken maken onder de volgende voorwaarden:

- De gebruiker dient bij het werk Stichting Nederland Kennisland te vermelden als maker van het oorspronkelijke werk.
- Indien de gebruiker het werk bewerkt, kan het daaruit ontstane werk uitsluitend krachtens dezelfde licentie worden verspreid.
- Bij hergebruik of verspreiding dient de gebruiker de licentievoorwaarden van dit werk kenbaar te maken aan derden.
- De gebruiker mag uitsluitend afstand doen van een of meerdere van deze voorwaarden met voorafgaande schriftelijke toestemming van de rechthebbende.
- Het voorgaande laat de wettelijke beperkingen op de intellectuele eigendomsrechten onverlet.

De volledige licentietekst is te vinden op: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/nl/>

Inhoudsopgave

Inleiding 4

1. Achtergrond 8

1.1 Onderzoeksvraag en -doel 8

1.2 Methode van onderzoek 9

2. Naar een open source-model voor journalistiek 15

2.1 Redactie versus netwerk 15

2.2 Mainstream versus niche 16

2.3 Gesloten versus open publiceren 17

2.4 Hiërarchie versus collaboratie 19

2.5 Uitgever versus curator 20

2.6 Exclusief versus gedistribueerd (p2p) 21

3. De sociale impact van open source journalistiek 25

3.1 Sociaal kapitaal: community-gedreven journalistiek 25

3.2 Innovatie: nieuwe journalistieke productie en distributie methodes 25

3.3 Democratie: participatieve journalistiek 27

4. Beperkingen en kansen grassroot journalistiek 30

4.1 Beperkingen 30

4.2 Kansen 32

5. Conclusies en aanbevelingen 35

Bibliografie 38

Bijlage 1. Longlist initiatieven quickscan 39

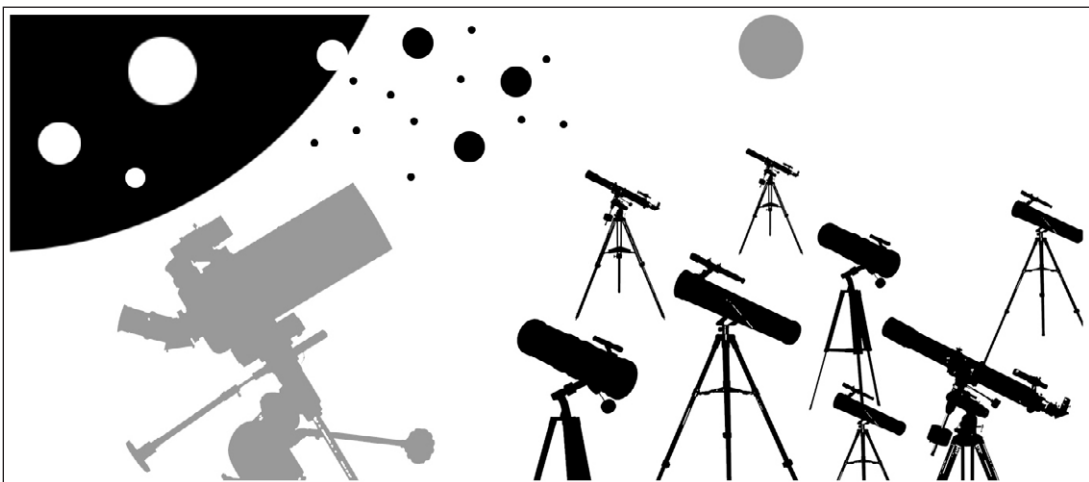
Bijlage 2. Samenvatting longlist initiatieven quickscan 40

Bijlage 3. Topic list interviews 44

Inleiding

De recente onthullingen via *Wikileaks* bewijzen wat zowel de invloed als de kracht van het internet is. *Wikileaks* is de in 2006 door wetenschappers, journalisten en dissidenten uit de Verenigde Staten, Europa, Zuid-Afrika en Taiwan opgezette website waar klokkenluiders anoniem documenten kunnen publiceren om misstanden aan de kaak te stellen. Sinds de start heeft *Wikileaks* wereldwijd het nieuws gehaald met onder andere de publicatie van geheime informatie over de oorlog in Irak en vertrouwelijke telegrammen van Amerikaanse diplomaten. Wat je er ook van mag vinden, *Wikileaks* toont aan dat een kleine groep mensen - volgens de een idealisten, volgens de ander terroristen - een enorm effect op de gehele wereld kan bewerkstelligen. Dat is de kracht van sociale media. Of iedereen daar nu even blij mee is of niet, het internet heeft de potentie om de samenleving meer open en transparant te maken. Informatie en kennis worden meer toegankelijk en iedereen met een internetverbinding kan actief participeren en invloed uitoefenen. *Wikileaks* laat zien dat een dergelijk burgerinitiatief een enorme invloed kan hebben op de traditionele media. Tegelijkertijd is de mate van succes ook afhankelijk van traditionele media. Op lokaal niveau zien we tal van initiatieven ontstaan waarin burgers de rol van journalist op zich nemen, zoals ook in het geval van *Wikileaks*. Burgers die op een website of blog verslag doen van de vergaderingen van de gemeenteraad of de laatste ontwikkelingen in de buurt. Zaken die professionele media noodgedwongen laten liggen.

Wikileaks illustreert de sociaal-economische ontwikkeling die Charles Leadbeater & Paul Miller omschreven hebben als *The Pro-Am revolution*. Zij signaleerden dat een aantal belangrijke ontwikkelingen in de maatschappij zoals de opkomst van de rapmuziek, de *Linux* open source software beweging en het computerspel *The Sims*, allemaal gedreven zijn door Pro-Ams, oftewel "innovatieve, gecommitteerde en genetwerkte amateurs, die met professionele standaarden werken" en die "dingen kunnen bereiken die tot voor kort alleen grote professionele organisaties konden bereiken" (Leadbeater & Miller, 2004, p.9-12).



Een exemplarisch veld dat door deze zogenaamde Pro-Ams getransformeerd is, is volgens Leadbeater & Miller de *astronomie*. In de twintigste eeuw werd de astronomie gedomineerd door professionals om de simpele reden dat zij toegang hadden tot grote, kostbare telescopen. Eind jaren tachtig speelden juist amateurs een belangrijke rol rond de theorievorming over sterexplosies. Toen op 23 februari 1987 het licht van de eerste met het blote oog zichtbare supernova de aarde bereikte, waren het de foto's van amateur-astronomen uit Chili, Australië en Nieuw Zeeland door wie de theorie uiteindelijk bevestigd kon worden. Drie innovaties hebben tot de omslag van de astronomie naar open source geleid volgens Leadbeater & Miller (2004, p.14-16). Ten eerste de innovaties die het mogelijk maakten dat de telescoop goedkoop genoeg werd dat iedereen deze kon aanschaffen. Een tweede was de introductie van een chip, die het mogelijk maakte dat iedereen gemakkelijk zwak sterrenlicht kon zien met zijn telescoop. Tenslotte maakte het internet het mogelijk dat iedereen die astronomie beoefent, kan bijdragen en de capaciteit voor het observeren van sterren beter benut kon worden.

In analogie met de astronomie, kan ook gesteld worden dat de *journalistiek* de afgelopen jaren sterk getransformeerd is door de Pro-Am-revolutie. Ten eerste is de benodigde apparatuur zoals een filmcamera of geluidsopname apparatuur goedkoper en toegankelijker geworden. Ten tweede heeft het internet ervoor gezorgd dat iedereen zijn of haar verhaal kan publiceren. Iedereen kan mediamaker of journalist zijn. Of zoals de slogan van het eerste Koreaanse succesvolle burgerjournalistiekplatform dat begin eenentwintigste eeuw ontstond, *OhMyNews*, luidt "elke burger is een reporter". De opkomst van dit fenomeen, *burgerjournalistiek*, wordt vaak omschreven als de paradigmawisseling in de relatie tussen nieuwsorganisaties en hun publiek, waarbij de 'burger' of de 'amateurjournalist' tegenover en in competitie met de 'professionele journalist' gepositioneerd wordt (Bruns, 2010). In het publieke debat rond de opkomst van burgerjournalistiek aan het begin van de eenentwintigste eeuw is het fenomeen vaak negatief en met argwaan ontvangen. Als een bedreiging voor de productie van kwaliteitsjournalistiek en het voortbestaan van de professionele media. De bijdrage van de amateur wordt gezien als "geklets" van burgers (Mirck, 2006), dat met een korrel zout genomen moet worden. Er wordt niet eens hoor en wederhoor toegepast! De term burgerjournalistiek heeft hiermee een negatieve bijmaak gekregen, waarbij amateurjournalistiek niet serieus genomen wordt. Deze reactie staat niet op zichzelf. Zoals Leadbeater & Miller in de context van de Pro-Am-revolutie op het gebied van de astronomie aangeven, zullen professionals zichzelf willen verdedigen tegen het feit dat hun monopolie bedreigd wordt, in dit geval door "bloggende burgers". De ontwikkelingen bieden echter juist ook kansen om het journalistieke veld te innoveren. Bijvoorbeeld door nieuwe samenwerkingsverbanden aan te gaan. Of juist om te zorgen dat de journalistieke functie in een democratie nog wordt vervuld als professionele media dat niet meer kunnen doen.

Met andere woorden, in de afgelopen jaren zijn consumenten van nieuws producenten van nieuws geworden en transformeren zij de journalistiek, net als in de astronomie gebeurd is, in een open source Pro-Am-activiteit. Nieuwe nieuwsorganisaties zijn ontstaan waarbij consumptie, productie en distributie van nieuws

en informatie open en transparant gebeurt en het oude gesloten traditionele journalistieke model op de proef genomen wordt. Zullen deze Pro-Ams net als in de astronomie ook in staat zijn om, zoals Leadbeater & Miller constateren, meer te bereiken dan professionele organisaties tot nu toe konden, of gebeurt dat al? De *Wikileaks*-case zou straks in retrospectief wel eens voor de journalistiek kunnen zijn wat 23 februari 1987 was voor de astronomie. Welke gebeurtenis dan ook symbool zal komen te staan voor de Pro-Am-revolutie van de journalistiek, we zien genoeg aanleidingen die een omslag impliceren. De kernfunctie van journalistiek om "onze maatschappij te voorzien van onafhankelijke, betrouwbare, accurate, brede en relevante informatie" (Bowman & Willis, 2003), of "het opsporen, analyseren, presenteren en beoordelen van relevante feiten" (Adviesrapportage Tijdelijke Commissie Innovatie en Toekomst Pers, 2009), is in een ander licht komen te staan. In het eerste hoofdstuk van dit onderzoeksverslag lichten we de achtergrond, onderzoeksvragen en doel van dit onderzoek naar burgerjournalistiek toe. Hoofdstuk twee beschrijft de omslag binnen de journalistiek naar een *open source* model. Het derde hoofdstuk werkt de sociale impact van deze omslag uit. In het vierde hoofdstuk reflecteren we op de kansen en beperkingen van *grassroot* burgerjournalistiek en in het laatste hoofdstuk werken we de conclusies en aanbevelingen uit.

1.

Achtergrond

1. Achtergrond

Nederland is al jaren een voorloper op het domein van amateur en *grassroots* media. Sinds 2002 stimuleert de Digitale Pioniersregeling innovatieve maatschappelijke internetinitiatieven van burgers en kleinschalige organisaties. De regeling wordt uitgevoerd door Stichting Nederland Kennisland met ondersteuning van het ministerie van OCW. Een aantal Digitale Pioniers-projecten pioniert met nieuwe manieren van journalistieke productie, anderen scheppen voorwaarden voor innovatieve journalistieke productie. Voorbeelden zijn het onafhankelijke publicatieplatform *Indymedia* (2001) en *VJ Movement* (2010), waar burgers de agenda bepalen van professionele mediamakers. Projecten als *Ikregeer* (2009), *Polidocs* (2009) en *OpenKamer.tv* (2009) verzamelen en ontsluiten informatie op basis waarvan nieuwe journalistieke producties tot stand kunnen komen. In opdracht van de voormalige minister van OCW, Ronald Plasterk, heeft de Tijdelijke Commissie Innovatie en Toekomst Pers in 2009 onderzoek gedaan naar de huidige problemen in de Nederlandse perssector door alle veranderingen en de opkomst van internet. Maar het aspect van de burgerjournalistiek bleef hierin onderbelicht. Daarom is Kennisland in antwoord op de Tweede Kamer gevraagd te bekijken hoe "in aansluiting op de internetregeling van het Stimuleringsfonds, te bekijken op welke manier de rol van burgerjournalistiek in de toekomst verder versterkt kan worden."¹ Daarbij gebruik makend van de opgedane ervaring met Digitale Pioniers.

1.1 Onderzoeksvraag en -doel

Onder de noemer burgerjournalistiek zijn de laatste jaren interessante initiatieven ontstaan. *Grassroot*-initiatieven zoals *Global Voices* en *Ushahidi*, en initiatieven vanuit professionele journalistieke organisaties zoals het muziekplatform van de VPRO *3voor12 Lokaal* en het platform van CNN genaamd *CNN iReport*, waarin burgers in het journalistieke proces participeren. De voorliggende vraag is nu hoe deze beweging het beste versterkt kan worden door de overheid. En of de overheid daar überhaupt een rol in zou moeten spelen. OCW heeft aangegeven een potentiële faciliterende rol voor zichzelf te zien, waarbij een infrastructuur gelegd wordt waarin (burger)initiatieven tot bloei kunnen komen en gestimuleerd kunnen worden. In tegenstelling tot benaderingen die zich baseren op een institutionele analyse of op de schaal van de journalistieke activiteiten, hanteren we in dit onderzoek een *functionele benadering* van het onderwerp burgerjournalistiek: Kan burgerjournalistiek bijdragen aan de democratische functie van de media op het gebied van nieuwsgaring, nieuwsduiding en opinievorming over de maatschappelijke actualiteit? En zo ja, hoe dan? Doel van het onderzoek is om de volgende vragen te onderzoeken:

- Kan burgerjournalistiek bijdragen aan een pluriform medialandschap en de democratiserende functie van media?
- Kan burgerjournalistiek een bijdrage leveren aan het herdefiniëren van professionele media?

¹ Zie brief ministerie OCW 30 september 2009.

- Kan de overheid een infrastructuur bieden? En zo ja, wat voor een infrastructuur en hoe ziet een dergelijk instrument er dan uit?
- Kan de overheid samenwerking bevorderen? Tussen burgers onderling, en tussen burgers en professionele media platforms (kranten, omroepen, websites)?

Het uiteindelijke doel van het onderzoek is om een instrument te ontwikkelen waarmee burgerjournalistieke initiatieven gestimuleerd en verstrekt kunnen worden, mocht hier vanuit het maatschappelijk veld daadwerkelijk behoefte aan zijn.

1.2 Methode van onderzoek

Kennisland heeft in de periode augustus 2010 tot en met oktober 2010 kwalitatief onderzoek gedaan om de bijdrage van burgerjournalistiek en de rol van de overheid in de verdere ontwikkeling hiervan te onderzoeken. De volgende onderzoeksmethodes zijn hiervoor ingezet.

Analysemodel

Kennisland is haar veldonderzoek begonnen met een quickscan naar (innovatieve) voorbeelden van burgerjournalistiek, zowel uit het amateurveld als het professionele veld, zowel uit binnen- als buitenland. Hiertoe is een analysemodel ontwikkeld om de inhoudelijke bijdrage van burgerjournalistieke initiatieven te analyseren en zo een beter inzicht in de rol en toegevoegde waarde te krijgen. Het analysemodel bestaat, naast algemene informatie, uit de volgende onderdelen, die hieronder worden toegelicht:

- Organisatie: hoe ziet de organisatie/ het organisatiemodel van het initiatief er uit en op welke manier zijn gebruikers/burgers hierin betrokken?
- Technologie: welke technologie wordt gebruikt en welke functionaliteiten heeft de website?
- Content: wat voor een type content wordt er gepubliceerd (video, audio, tekst etc.), wat is de juridische status en waar gaat de content over?
- Gebruikers / doelgroep: voor wie is de website bedoeld, hoeveel gebruikers trekt de website gemiddeld en in welke fases van het journalistieke proces participeert de eindgebruiker?
- Distributie: via welke platforms opereert de dienst?
- Financiering: waar kwam starterfinanciering vandaan en wat is het gekozen businessmodel?

Voor alle in de shortlist opgenomen initiatieven is via deskresearch informatie verzameld over bovenstaande onderwerpen.

Quickscan initiatieven

Aan de hand van het ontwikkelde analysemodel is een longlist van zesentwintig voorbeelden verzameld, met een mix van voorbeelden uit binnen- en buitenland, professionele en *grassroot*-initiatieven. De longlist is hierna ingekort tot een evenwichtige shortlist van de vijftien meest innovatieve initiatieven. Innovatief op het

gebied van een van de onderwerpen uit het analysemodel: organisatie, technologie, content, bereik van gebruikers en doelgroep, distributie en/of financiering. Deze vijftien initiatieven zijn aan de hand van het ontwikkelde analysemodel door Kennisland geanalyseerd en uitgewerkt met behulp van deskresearch. In onderstaande tabel is een (alfabetisch) overzicht gemaakt van de selectie van vijftien initiatieven op de shortlist. De shortlist bestaat uit zeven nationale en acht internationale, en zeven *grassroot* en acht professionele voorbeelden. De longlist en samenvatting van de uitgewerkte quickscan kan gevonden worden in Bijlage 1 en Bijlage 2 van dit onderzoeksverslag, inclusief de motivering voor de keuze van de shortlist.

Naam	Omschrijving	Selectie
1. 3voor12 Lokaal 3voor12.vpro.nl	3voor12 Lokaal is een netwerk van lokale 3voor12-sites verspreid over het land die samen de Nederlandse popwereld in beeld brengen. Het is de landelijke tak van VPRO's popportal 3voor12.	Succesvol en duurzaam organisatiemodel waarbij professionals en amateurs samenwerken aan het produceren van muziekrecensies.
2. Africa Interactive www.africa-interactive.com	Online media bedrijf met 1500 lokale verslaggevers in 48 Afrikaanse landen. Deze verslaggevers vertellen het Afrikaanse verhaal in tekst, foto of video en hebben op africanews.com een eigen nieuwsplatform, waarvan Africa Interactive uitgever is. ²	Succesvol niche-platform voor Afrika-gerelateerd nieuws, verslagen door burgerjournalisten met interessant verdienmodel op basis van diensten.
3. CNN iReport ireport.cnn.com	iReport is de "user-generated" sectie van CNN.com. De verhalen in deze sectie van de website zijn niet geëdit, fact-checked of gescreend voordat ze op de website gepubliceerd zijn.	Grootschalig initiatief waarbij burgers met training ondersteund worden in hun journalistieke vaardigheden.
4. Global Voices globalvoicesonline.org	Een community van meer dan 300 bloggers en vertalers van over de hele wereld die samen burgerverslagen maken. De nadruk hierbij ligt op de stemmen van burgers die normaal gesproken niet gehoord worden in internationale mainstream media.	Burgerjournalistiek platform waarbij open source tools aangeboden worden om journalistiek te bedrijven.
5. Indymedia www.indymedia.nl	<u>Netwerk van nieuwssites</u> , opgericht en onderhouden door een wereldwijd <u>netwerk van media-activisten</u> . Indymedia zegt zelf onafhankelijk te zijn van formele machtsinstututen zoals de <u>staat</u> en het is vrij van <u>commercie</u> .	Alternatief wereldwijd actief medianetwerk waarbij burgers/gebruikers ongemodereerd hun verhalen kunnen publiceren, daarom soms ook controversieel.
6. NOS Headlines headlines.nos.nl	Deelredactie van de NOS. In 2000 door een aantal jonge NOS-medewerkers opgestart als 3FM Nieuws. NOS Headlines verzorgt nieuws voor jongeren van alle opleidingsniveaus.	Jongerenwebsite van NOS waarbij de doelgroep jongeren (als een van de eerste binnen de publieke omroep) betrokken wordt om te participeren in nieuws en nieuwsproductie.
7. NowPublic blog.nowpublic.com	Participatief nieuwsnetwerk dat verslaggevers mobiliseert die verslag doen van gebeurtenissen in de hele wereld. Het bedrijf is uitgegroeid tot een van de snelst groeiende nieuwsorganisaties met duizenden verslaggevers in meer dan 140 landen.	Groot succesvol burgerjournalistiekplatform met een werkend advertentie en content syndicaat verdienmodel.
8. NUJII www.nujij.nl	Op NUJij vormen alle lezers samen de 'redactie'. Iedereen kan zelf links naar artikelen insturen en reageren op het nieuws van de dag. Door te stemmen op artikelen, wordt de kans vergroot	Onderdeel van de nieuwswebsite nu.nl waarbij gebruikers nieuwsberichten van andere nieuwswebsites kunnen aandragen en beoordelen.

	dat dit bericht op de voorpagina blijft staan en ook wordt gelezen door anderen.	
9. Politwoops www.politwoops.nl	Politwoops verzamelt en publiceert gedelete tweets van Nederlandse politici en is ontwikkeld binnen het Hack de Overheid-programma over open data journalistiek.	Innovatieve webtool waarmee gedelete Twitterberichten van politici door gepubliceerd worden, ontwikkeld binnen het hack de overheid programma over open data journalistiek.
10 Sargasso sargasso.nl	Nieuwsblog met de intentie om 'vanaf dag één niet een copy-paste linkdump weblog' te zijn. Sargasso schenkt aandacht aan nieuws dat terzijde is geschoven door collega's of anders geïnterpreteerd is. Sargasso schrijft informatieve en amusante stukken over actualiteit, wetenschap, politiek of cultuur.	Blog voor alternatief nieuws waarbij geëxperimenteerd wordt met een combinatie van verschillende verdienmodellen, onder andere samenwerking met reguliere mediaorganisaties.
11. Ushahidi www.ushahidi.com	Ushahidi gebruikt het concept van crowdsourcing en publieke verantwoordelijkheid. Ushahidi vormt een voorloper voor wat "activist mapping" wordt genoemd: een combinatie van sociaal activisme, burgerjournalistiek en geospatiale informatie.	Innovatieve webtool waarmee aantoonbaar maatschappelijke kwesties aan de kaak gesteld zijn, met name interessant om het open source model dat succesvol wordt uitgerold.
12. VJ Movement www.vjmovement.com	Met een netwerk van meer dan 150 professionele videojournalisten en cartoonisten produceert VJM verhalen. Het zijn de leden die bepalen welk nieuws op de agenda komt. In de online newsroom, selecteren en bespreken zij de verhalen waarvan zij denken dat ze verteld moeten worden.	Burgers bepalen welk nieuws gemaakt wordt, behalve interessant participatiemodel is het verdienmodel met abonnementen interessant.
13. Wikileaks www.wikileaks.org	Een door <u>wetenschappers</u> , <u>journalisten</u> en <u>dissidenten</u> uit de VS, Europa, <u>Zuid-Afrika</u> en <u>Taiwan</u> opgezette website die bedoeld is als een plaats waar <u>klokkenluiders</u> uit <u>overheidsinstellingen</u> en <u>bedrijven</u> , waar ook ter wereld, anoniem documenten kunnen plaatsen teneinde misstanden aan de kaak te stellen.	Klokkenluiderswebsite waarbij misstanden aan de kaak gesteld worden en het veiling-verdienmodel interessant is, waarbij gevestigde media betalen om documenten eerder te zien te krijgen.
14. Wikinews en.wikinews.org	Wikinews is een <u>wiki</u> en staat iedereen toe nieuws te schrijven over een scala van onderwerpen. Het is een project van de Wikimedia Foundation met de missie om een "diverse omgeving te creëren waar burgerjournalisten onafhankelijk nieuws kunnen verslaan over een grote variatie van huidige gebeurtenissen".	Interessant open content en open source publicatieplatform met de ambitie om het open tegengewicht voor nieuwsorganisaties als ANP te zijn.
15. YouTube Direct youtube.com.user/Direct	Via een API kun je een YouTube uploadfunctionaliteit embedden, waarmee je een eigen kanaal kunt beheren. Opgezet voor nieuwsorganisaties die een extra functionaliteit van burgerjournalistiek willen aanbieden of sociale campagnes willen opzetten.	Mooie webtool waarbij YouTube maatschappelijke organisaties wil helpen om makkelijk burgerparticipatie te faciliteren en in te tappen op de bekendheid van het YouTube-platform bij eindgebruikers.

Figuur 1. Shortlist burgerjournalistiek

Interviews met experts uit het veld

In samenwerking met OCW is een lijst experts opgesteld om vervolgens te interviewen. De experts zijn geïnterviewd over de wenselijkheid en mogelijkheden om een instrument te ontwikkelen, waarmee burgerjournalistieke initiatieven gestimuleerd en versterkt kunnen worden. Van tevoren is hiervoor een topic list opgesteld; de interviews waren kwalitatieve diepte-interviews. In Bijlage 3 kan de topic list gevonden worden. De interviews hebben plaats gevonden in de periode van 10 augustus tot en met 14 september 2010. De interviews zijn opgenomen en selectief uitgewerkt.

Naam	Functie	Datum interview
Alexander Klöpping	Journalist voor onder andere Emerce, NRC Next, DWDD	10 augustus 2010
Gerard de Kloet	Chef NOS Headlines	16 augustus 2010
Alexander Pleijter	Assistent professor Journalism, Innovation & New Media aan de Universiteit Groningen	1 september 2010
Arend Jan van den Beld en Thomas Loudon	Initiatiefnemers VJ Movement	2 september 2010
Mark Deuze	Hoogleraar Journalistiek en Nieuwe Media aan de Universiteit Leiden	3 september 2010
Gijs van Beek	Partner Marokko Media	3 september 2010
Seije Slager	Journalist voor onder andere Trouw	6 september 2010
Maurits Martijn	Journalist voor Vrij Nederland	7 september 2010
Henk Blanken	Journalist en schrijver	9 september 2010
Emile Schmitz en Peter Vlam	Marketing manager en oprichter Africa Interactive	13 september 2010
Hapee de Groot	Media-activist voor onder andere Ushahidi	14 september 2010

Figuur 2. Overzicht interviews burgerjournalistiek

Op 1 oktober 2010 zijn zowel de quickscan als de resultaten van de interviews tussentijds besproken met OCW in de persoon van Lydia Bremmer. Op basis van dit gesprek is de opzet van de ronde tafel afgestemd en de presentatie op de State of Social Media Summit.

Ronde-tafelgesprek en discussie State of Social Media Summit

Kennisland organiseerde op maandag 13 september 2010 een ronde-tafelgesprek met stakeholders over de uitkomsten van de quickscan om te komen tot een verdieping van de resultaten. De resultaten van dit gesprek zijn gepubliceerd op www.stateofsocialmedia.org. Op 29 oktober is de discussie vervolgens voortgezet tijdens het eindcongres van Digitale Pioniers, de State of Social Media Summit. Hier gingen Juliana Rotich (Ushahidi), Maurits Martijn (Vrij Nederland), Hermineke van Bockxmeer (ministerie van OCW) en Sameer Padania (Macroscopic) in gesprek over de uitdagingen binnen maatschappelijke journalistiek. Het verslag hiervan is ook op www.stateofsocialmedia.org gepubliceerd.

Onderzoeksverslag en instrument

Dit onderzoeksverslag behelst het verslag van de quickscan, interviews, ronde tafel en presentatie op de State of Social Media Summit. Tevens zullen we aan het einde van het verslag reflecteren op (de behoefte aan) een instrument om burgerjournalistiek in Nederland verder te ontwikkelen.

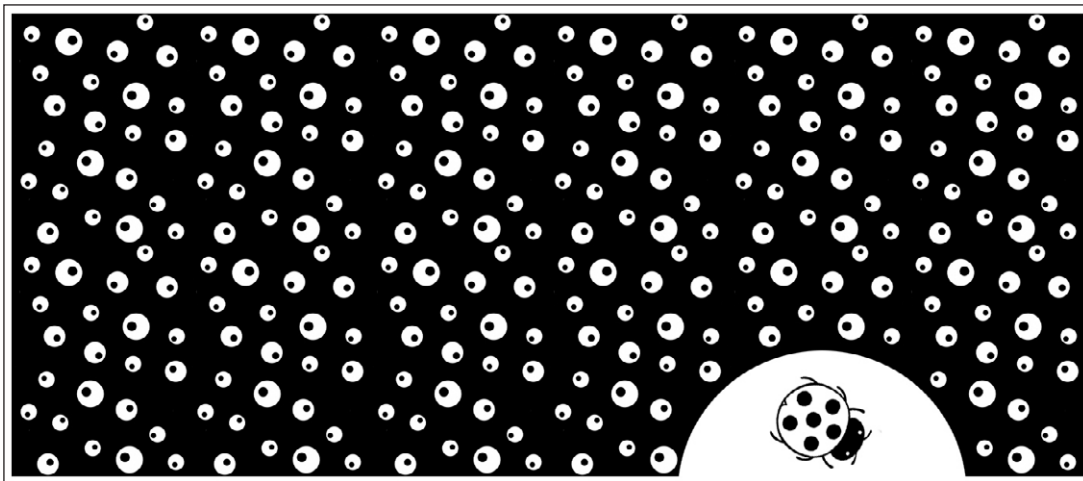
2.

**Naar een
open source-
model voor
journalistiek**

2. Naar een open source-model voor journalistiek

Uit de quickscan die we gedaan hebben en de interviews die we afgenomen hebben, zien we de invloed van Pro-Am-activiteit op de journalistieke cultuur in Nederland en daarbuiten duidelijk naar voren komen. In het proces van productie (verzamelen, analyseren, rapporteren) en distributie (verspreiden) van informatie en nieuws zien we een *open source*-model voor journalistiek ontstaan. Zowel in het veld van *grassroot* als professionele burgerjournalistieke initiatieven.

2.1 Redactie versus netwerk



Burgerjournalistieke initiatieven werken veelal "genetwerkt". Niet gehinderd door de oude, traditionele organisatiestructuren zoals die ontwikkeld zijn binnen de professionele journalistiek (denk aan fysieke kantoren, secretariaten, dure professionele apparatuur en studio's), organiseren burgerjournalisten zich als een gemeenschap. Ze organiseren zich online en maken gebruik van digitale media en (goedkope) apparatuur in plaats van dure studio's. Het voordeel van deze manier van organiseren is dat je meer mensen aan je initiatief kunt binden en je, net als in de astronomie, meer ogen en oren hebt om waar te nemen. Of zoals men in open source gewend is te zeggen, "many eyes make bugs shallow". Hoe meer programmeurs naar een probleem kijken, hoe makkelijker dit is op te lossen. Om een voorbeeld te geven, het burgerjournalistieke platform *Africa Interactive*, een onafhankelijk nieuwsplatform voor Afrikaanse burgerjournalisten, heeft een netwerk van zo'n 600 journalisten in heel Afrika. Hiermee heeft het een breder bereik dan traditionele mediabronnen, die het vaak met twee of drie reporters over een heel continent moeten stellen. In Afrika heeft de NOS volgens Emile Schmitz maar een klein aantal journalisten in dienst.

Emile Schmidz (Africa Interactive): "Internet maakt het mogelijk om informanten, burgerjournalisten over de hele wereld aan je te binden op basis van inhoudelijke expertise en overal op de wereld lokaal een contactpersoon te hebben".

En met meer mensen in je netwerk, is het ook makkelijker om aan (de juiste)

informatie te komen, of om, net zoals in de astronomie in 1987 gebeurde, geen relevante informatie te missen. Op deze manier is de afgelopen jaren een aantal belangrijke journalistieke scoops door burgerjournalistieke initiatieven in plaats van door professionele nieuwsorganisaties behaald. Bijdragen van het *iReport* project van het Amerikaanse CNN hadden in 2004 een belangrijke journalistieke functie tijdens de zeebeving in de Indische Oceaan en de aanslagen in Londen in 2007. Het was toen moeilijk voor journalisten om aan materiaal te komen, maar burgerjournalisten die ter plekke aanwezig waren, gaven toegang tot informatie. *NowPublic*, een van de snelst groeiende nieuwsorganisaties met meer dan duizenden verslaggevers in meer dan 140 landen, had tijdens de orkaan Katrina in 2006 meer verslaggevers in het getroffen gebied dan de meeste nieuwsorganisaties aan personeel hebben.

2.2 Mainstream versus niche



Burgerjournalistieke initiatieven ontstaan rond alternatieve niche-onderwerpen, onderwerpen waar de reguliere journalistiek geen tijd voor heeft om aandacht aan te besteden, geen markt in ziet of geen journalisten voor in huis heeft. Rond kleine community's met specifieke interesses of achtergronden of rond bepaalde niche-perspectieven of insteken rond het nieuws. *Africa Interactive* is in 2006 opgericht door twee Nederlandse journalisten, Bas Vlugt en Peter Vlam en de ondernemer Pim de Wit, omdat ze vonden dat Afrika te vaak geportretteerd werd als arm en verloren continent. Het initiatief *Indymedia*, een netwerk van nieuwssites, opgericht en onderhouden door een wereldwijd netwerk van naar schatting honderden media-activisten, komt voort uit de behoefte van een internationale groep activisten om zelf nieuws te brengen over onderwerpen als globalisering, wereldcrisis en andere thema's die in de traditionele media volgens hen te weinig ruimte krijgen. Eenzelfde insteek heeft het initiatief *Global Voices*, een community van bloggers en vertalers van over de hele wereld waar circa 300 burgerjournalisten actief zijn die samenwerken om stemmen die normaal gesproken in de mainstream media niet gehoord worden, te laten horen:

Global Voices: "Global Voices seeks to aggregate, curate, and amplify the global conversation online - shining light on places and people other me-

dia often ignore. We work to develop tools, institutions and relationships that will help all voices, everywhere, to be heard" (www.globalvoices.org/about)

Deze niche-platforms, die met name *grassroot* ontstaan, vergroten de diversiteit van de reguliere mainstream media. Sommige van deze niche-platforms groeien in de loop van de tijd uit de marginaliteit, trekken veel bezoekers en worden soms zelf professioneel. *Indymedia* startte in 1999 en trekt twee miljoen bezoekers. De *Huffington Post*, een Amerikaans progressief liberale nieuwssite en weblog waar nieuwe en onbekende stemmen hun nieuws verslaan, opgericht in 2005 door Arianna Huffington en Kenneth Lerer, haalde in 2009 8,9 miljoen bezoekers en werd begin 2011 voor 315 miljoen dollar overgenomen door AOL (America Online), een groot Amerikaans mediabedrijf. Het Nederlandse weblog *Geenstijl* werd in 2003 opgericht en in 2008 opgekocht door de Telegraaf Media Groep. In 2009 werd vanuit *Geenstijl* de omroepvereniging *Powned* gestart die datzelfde jaar nog toetrad tot het publieke omroepbestel.

2.3 Gesloten versus open publiceren



Burgerjournalistieke initiatieven hebben een *open publicatieproces*. Dat wil zeggen dat het proces van publicatie transparant en open is voor participatie. Dit terwijl de reguliere journalistiek gewend is dat redactioneel bepaald wordt wat er geschreven wordt, de journalist dan research pleegt met behulp van deskresearch, informanten belt, het stuk vervolgens zelf schrijft en publiceert in de krant en/of op het web, waar de lezer misschien nog wel via een comment-functie op de website kan reageren. Illustratief is het experiment dat de door ons geïnterviewde internetjournalist Alexander Klöpping startte, toen hij een artikel voor de krant *NRC Next* schreef over het onderwerp Open data. Hij plaatste zijn artikel nog vóór officiële publicatie online en vroeg iedereen om feedback.



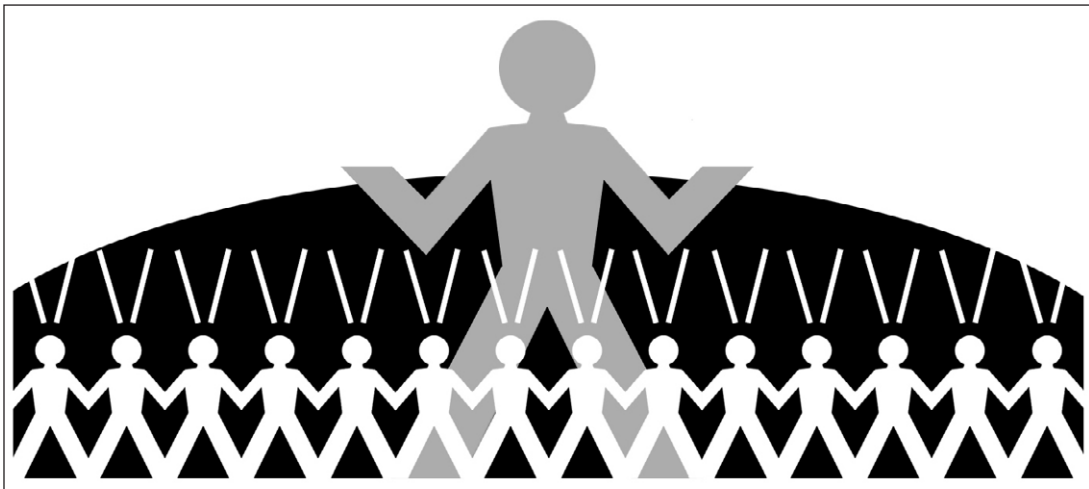
Afbeelding 1. Screenshot website Alexander Klöpping

De feedback die Klöpping verzamelde, verwerkte hij uiteindelijk in zijn stuk dat in *NRC Next* verscheen, met daarbij de namen van degenen die hadden bijgedragen vermeld. De krant stond open voor het experiment, maar er was volgens Klöpping niemand op de redactie die het op deze manier wel eens aanpakte. Met andere woorden, er was een zekere onwennigheid over de manier van aanpak:

Alexander Klöpping (internet journalist): "Lezers betrekken bij het verzamelen van informatie, het schrijven van journalistieke artikelen en het maken van een analyse is in Nederland in ieder geval nog pionierswerk".

Op iReport, de *user-generated* sectie van CNN.com worden verhalen van amateurs geplaatst die niet geëdit, *fact-checked* of gescreend zijn door de CNN-redactie, voordat ze op de website gepubliceerd worden. Dit wordt ook duidelijk en transparant aangegeven op de website. Het *Indymedia*-platform hanteert misschien wel het meest open publicatieproces van alle burgerjournalistieke initiatieven. Op dit platform vindt geen enkele moderatie van een redactie plaats. Iedereen kan publiceren wat hij of zij wil en na publicatie verder bewerken. *Indymedia* werkt met een zogenaamd *open publishing system*.

2.4 Hiërarchie versus collaboratie

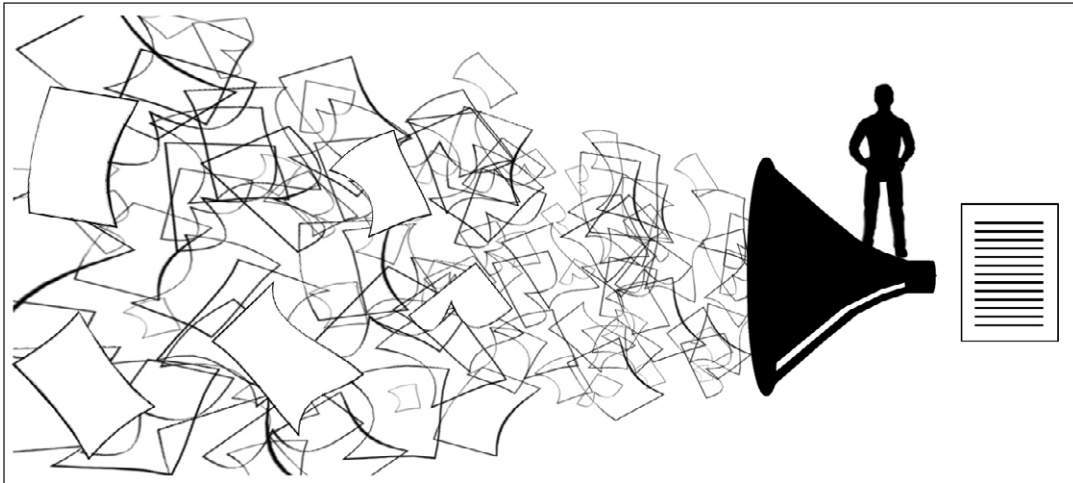


Burgerjournalistieke initiatieven worden gekenmerkt door collaboratie, door een peer-to-peer manier van publiceren. Het proces is open voor participatie in bijvoorbeeld het inputstadium (ideeën voor verhalen inbrengen), het outputstadium (aanpassen van de content), het reactiestadium (reageren, filteren of bijvoorbeeld editen van al gepubliceerd materiaal) en de rol die je in het proces kunt vervullen (editor, journalist, gebruiker, lezer). Zo functioneren burgers bij de initiatieven *OhMyNews*, *NOS Headlines* en *NUjj* meer als een soort assistent van de centrale redactie doordat ze ideeën voor verhalen kunnen aandragen en aan kunnen geven wat zij belangrijk vinden. Bij het initiatief *VJ Movement* (VJM) gaat de samenwerking nog een stap dicht naar collaboratie. Hier wordt de onderwerpkeuze volledig bepaald door de input van burgers. Deze onderwerpen worden vervolgens door het professionele netwerk van VJM geproduceerd. Een van de door ons geïnterviewde oprichters van VJM, Thomas Loudon, legt het verschil in benadering uit als de tegenstelling van het aloude journalistieke *voxpops* format en het benaderen van burgers als experts:

Thomas Loudon (VJ Movement): "Voxpops [zijn] willekeurige meningen over onderwerpen waar de ondervraagde niet noodzakelijkerwijs verstand van heeft, terwijl burgerexperts mensen zijn die vanuit hun belangstelling of beroep over een bepaald onderwerp wel kennis hebben en om die reden over dat onderwerp ondervraagd worden, of er op eigen initiatief commentaar over geven".

Bij het *3voor12 Lokaal* initiatief van de VPRO zien we dat de samenwerking nog minder hiërarchisch is. Het initiatief is een netwerk van lokale websites waarin lokale redacties van amateur-popjournalisten onderwerpen aandragen en recensies schrijven, die vervolgens op de landelijke website opgenomen worden. Een volledig gedecentraliseerd en open initiatief is het reeds hierboven genoemde *Indymedia*.

2.5 Uitgever versus curator



De reguliere journalistiek past binnen een traditioneel uitgeefmodel, waarin nieuws uitgegeven wordt en specifieke rollen als journalist, editor en eindredacteurs een belangrijke rol spelen. In het digitale tijdperk komt daar een belangrijke rol bij, namelijk die van curator van informatie. In het digitale tijdperk is er een schat aan informatie en data online waar journalisten gebruik van kunnen maken voor hun research. Informatie zoals CBS-statistieken, politieke en overheidsdata, *user generated* informatie van burgers die geanalyseerd, gevisualiseerd en ontsloten kan worden, waardoor inzicht in maatschappelijke kwesties verkregen wordt. Een interessant initiatief in deze context is *Ushahidi*. *Ushahidi* werd opgericht na afloop van de Keniaanse verkiezingen in 2007 toen er geweld ontstond naar aanleiding van de uitslag. *Ushahidi* ontwikkelde een webtool waarmee lokale toeschouwers met hun mobiele telefoon of via het internet konden rapporteren wat er om hen heen gebeurde. De website verzamelde op deze manier ooggetuigenverslagen van de gebeurtenissen en plaatste deze op een Google Map, waardoor inzicht in de politieke situatie verkregen kon worden. De website kreeg in korte tijd 45.000 gebruikers in Kenia en voorzag de Keniaanse burgers van belangrijke informatie in die periode.

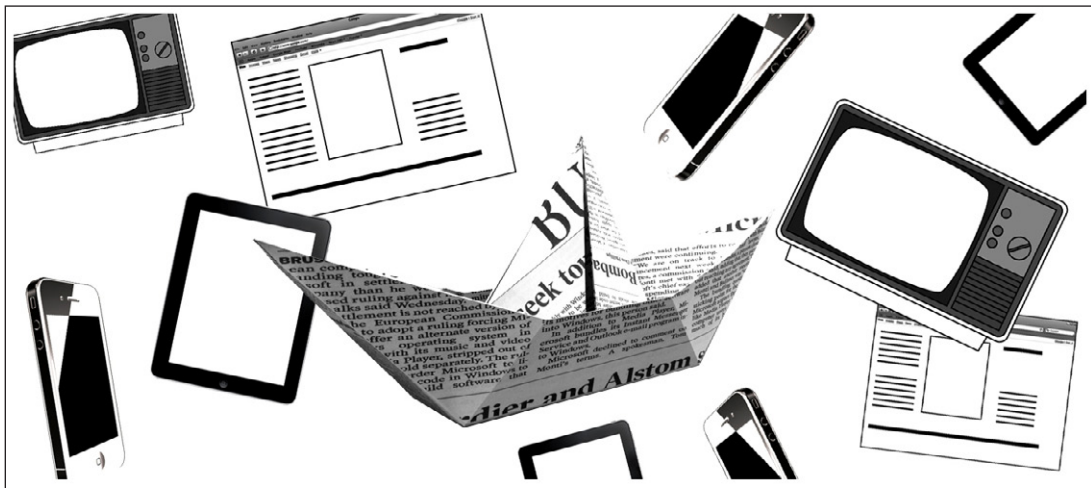
In deze context zijn verder twee projecten die ontstonden naar aanleiding van de door *Wikileaks* gelekte documenten exemplarisch voor de nieuwe curator-rol van journalisten. In juli 2010 werden de "Afghanistan war logs" door *Wikileaks* vrijgegeven met geheime informatie over de oorlog in Afghanistan. Een enorme hoeveelheid informatie (92.201 rijen aan data) waar je niet zomaar met het blote oog een (journalistiek) verhaal uit kunt destilleren. De journalisten van *The Guardian* maakten een programma waarmee ze de grote hoeveelheid data konden doorzoeken. Vervolgens filterden ze de informatie rond bepaalde onderwerpen zoals de IED (improvised explosive device) aanvallen. Deze aanvallen werden daarna (interactief) op een kaart gevisualiseerd, waardoor de belangrijkste verhalen geïnventariseerd konden worden. Volgens Simon Roger van *The Guardian* is het onontkoombaar dat een journalist dergelijke vaardigheden in huis moet hebben in de toekomst:

Simon Roger (the Guardian): "It's inevitably the case that the work that helps shape a story is less interesting than the story itself. But in the future, as more and more of these datasets are released, these are skills that journalists will have to grapple with".³

In november 2010 begon Wikileaks met het vrijgeven van geheime telegrammen van de Amerikaanse U.S. State Department. In totaal zou het gaan om 251.287 diplomatiek gevoelige telegrammen, afkomstig van 274 ambassades. Naar aanleiding van het vrijgeven van deze *cables* ontwikkelde de VVOJ (Vereniging van Onderzoeksjournalisten) onder leiding van Henk van Ess in samenwerking met meer dan vijftig ontwikkelaars van over de hele wereld de website Cablesearch⁴ om journalisten te helpen alle gepubliceerde documenten goed te kunnen analyseren en te *fact checken*. De door ons geïnterviewde Juliana Rotich (Ushahidi), geeft aan hoe de rol van de journalist in het digitale tijdperk verschuift naar die van datacurator:

Juliana Rotich (Ushahidi): "The role of journalists in sifting through enormous amounts of data. One of the big challenges is that we can't process that. But the good news is that there are tools to help visualize that data [...] It brings up the idea that journalists can be the data curators, but than they can also find the stories hidden in the data. Because now you are starting to find other headlines".

2.6 Exclusief versus gedistribueerd (p2p)



Waar de reguliere journalistiek gewend is aan het distribueren van journalistieke content via een of misschien meerdere crossmediale kanalen, is de kracht van burgerjournalistieke initiatieven dat het platform onafhankelijk is en het via RSS (rich site summary) en API's (application programming interface) gedistribueerd aangeboden wordt, waardoor het makkelijk wordt voor anderen om deze

³ Bron: <http://www.guardian.co.uk/news/datablog/2010/jul/27/wikileaks-afghanistan-data-datajournalism>

⁴ Cablesearch, zie <http://cablesearch.org/>

informatie te hergebruiken en naar te verwijzen. Global Voices maakt het voor gebruikers gemakkelijk om de content van het platform te verspreiden door de integratie via sociale netwerksites als Facebook en Twitter en verschillende RSS-feeds aan te bieden. Gebruikers publiceren artikelen onder een Creative Commons Naamsvermelding-licentie, waardoor deze hergebruik ook toestaat onder voorbehoud dat de naam van de auteur ook vermeld wordt. Illustratief voor deze journalistieke omslag in de wijze van distribueren, is wat er gebeurde toen het artikel over open data van de door ons geïnterviewde Alexander Klöpping gepubliceerd werd in NRC Next. Hij wilde hierover op internet verder in gesprek gaan, maar had geen link of online versie van het artikel. Alleen mensen met een abonnement op de NRC Next hebben toegang tot het online archief van de krant. Klöpping was daarom genoodzaakt om een gescande versie van de krant op zijn website te plaatsen en daar naar te verwijzen.



Afbeelding 2. Screenshot website Alexander Klöpping

Voor de Engelse krant The Guardian was dit een belangrijke reden om het roer in maart 2009 helemaal om te gooien naar een open publishing strategie. Ze lanceerden toen het Open Data project, waarmee de krant iedereen toegang geeft tot de gehele digitale infrastructuur via een serie van API's. Alles wat gepubliceerd wordt door de krant, kan met behulp van deze API's door iedereen worden hergebruikt:

Emily Bell (digital director, The Guardian): "[The Open Platform is a] new chapter in our history and a new foundation for the future of our journal-

ism [It would allow Guardian content] to be woven into the fabric of the internet".⁵

Deze open strategie van *The Guardian* is op dit moment redelijk uitzonderlijk te noemen binnen het internationale professionele journalistieke veld. *DailyMe*, een initiatief dat in 2005 opgericht is in samenwerking met reguliere en gevestigde journalistieke namen als de *BBC*, *Associated Press*, *The Miami Tribune* en *The Wall Street Journal*, is een platform dat op deze omslag inspeelt. Op dit platform kun je je eigen krant samenstellen op basis van de content van de aangesloten nieuwsorganisatie, en deze krant kun je zelf doorpubliceren op het Internet. Het platform betaalt wel licentiekosten voor het gebruik van de content van de nieuwsorganisaties.

3.

**De sociale
impact van
open source
journalistiek**

3. De sociale impact van open source journalistiek

Deze *open source* manier van journalistiek bedrijven draagt op drie manieren bij aan de democratische functie van de media en een pluriform medialandschap:

3.1 Sociaal kapitaal: community-gedreven journalistiek

Burgerjournalistieke initiatieven dragen bij aan het bouwen van *sociaal kapitaal*. Netwerken van relaties, burgers die met eenzelfde maatschappelijk doel (bijvoorbeeld de beeldvorming rond Afrika in de Westerse wereld bijstellen, crisisdata verzamelen en burgers informeren) samenwerken. Journalistiek is een door een *community* gedreven activiteit, en met name *grassroot* ontstane media zijn hier sterk in. Waar de reguliere professionele journalistiek volgens de door ons geïnterviewde hoogleraar Journalistiek en Nieuwe Media, Mark Deuze, vooral gekenmerkt wordt door "afstand", lijkt het erop dat burgerjournalistiek de functie van wat hij "sociaal cement" noemt, over aan het nemen is. Er is een directe relatie, de mensen in het netwerk zijn lang bij elkaar en er is een neiging om goed naar elkaar te luisteren. Of zoals Deuze het aan ons uitlegt:

Mark Deuze (hoogleraar Journalistiek en Nieuwe Media): "Reguliere journalistiek definieert zichzelf door haar afstand tot de burger. De mensen die binnen journalistiek bovenaan de piramide staan zijn de mensen die vanwege hun beroep zo ver mogelijk boven het publiek staan. En wie helemaal onderaan staan dat zijn de ombudsmannen of vrouwen. Dat zijn de mensen waar we heel vaak interactie mee hebben".

Volgens Deuze ligt de toekomst van de journalistiek voornamelijk in het creëren van nieuwe netwerken van journalisten. Mark Deuze (Hoogleraar Journalistiek en Nieuwe Media):

"De toekomst ligt bij het zelf organiseren van nieuwe werkvormen en netwerken van journalisten in binnen- en buitenland die alleen of samen werken aan mooie verhalen voor verschillende media".

3.2 Innovatie: nieuwe journalistieke productie en distributie methodes

Burgerjournalistieke initiatieven – met name de initiatieven die *grassroot* ontstaan - zijn in staat om snel iets van de grond te krijgen, niet gehinderd door bureaucratische procedures, de goedkeuring van managementlagen of startgeld om te beginnen, en als het werkt iets snel op te schalen en te delen. Het eerder genoemde *Ushahidi*-project begon bijvoorbeeld als reactie op de verkiezingen en werd in korte tijd een veel gebruikt platform. Inmiddels zijn er zeventien andere projecten op basis van de *Ushahidi*-software tot stand gekomen, waarvan de meest recente de *Sudan Monitor is*, een Soedanees civil society initiatief dat sms gebruikt om de verkiezingen in Soedan te monitoren⁶. Burgerjournalistieke initiatieven experimenteren met nieuwe journalistieke werkwijzen in de gehele keten van productie en

6 Zie: www.sudanvotemonitor.com

distributie van content. Ze innoveren de reguliere journalistiek. De methodes hebben gemeen dat ze de gesloten keten openbreken voor participatie van burgers en burgers een volwaardige rol innemen naast de professionele journalist. Charles Leadbeater en Miller spreken ook wel van het “disruptieve innovatievermogen” van Pro-Ams (2004, p.52):

"Disruptive innovation changes the way an industry operates by creating new ways of doing business, often by making products and services much cheaper or by creating entirely new products. Disruptive innovation often starts in marginal, experimental markets rather than mainstream mass markets. Embryonic markets are often too small to sustain traditional approaches to R&D. That is where Pro-Ams come in. Dedicated amateurs pursue new ideas even when it appears there is no money to be made".

De door ons geïnterviewden zijn pessimistisch ten aanzien van het innovatieve vermogen van de (Nederlandse) professionele journalistiek. En ook betreffende de verwachtingen die we hierover op korte termijn moeten hebben. De redenen die in de interviews naar voren komen, zijn dat er geen beleid en geen mankracht voor is en er geen expertise voor in huis is om hier een slag te kunnen maken. Journalisten hebben niet de bagage die nodig is.

Alexander Pleijter (assistent professor Journalism, Innovation & New Media): "Innovatie binnen journalistiek gaat vaak langzaam omdat de mensen vaak niet in leidinggevende posities zitten die daar geschikt voor zijn. Er is ook vaak geen beleid voor innovatie. Bijvoorbeeld bloggen, daar wordt dan op ingezet, terwijl mensen niet altijd weten wat het inhoudt. Prioriteit bij een krantenredactie ligt bij maken van de krant".

Maurits Martijn (journalist Vrij Nederland): "Er is nauwelijks innovatie binnen de journalistiek. Traditionele journalisten hebben geen enkele kaas gegeten van wat er technologisch allemaal mogelijk is. Je kunt pas echt nieuwe dingen verzinnen als je weet wat er allemaal kan. Vernieuwing in journalistiek moet niet door uitgevers of marketingmensen worden bedacht, maar door journalisten".

Innovatie lijkt volgens de geïnterviewden in Nederland met name van buiten het professionele domein te moeten komen. Van initiatieven die niet de “erfenis” van oudere generaties mee hoeven te torsen en vanuit een internetlogica journalistiek opnieuw betekenis kunnen gaan geven.

Alexander Pleijter (assistent professor Journalism, Innovation & New Media): "Als je dus iets wilt starten als Dorpspleinen moet je ervoor zorgen dat alle lokale verslaggevers achter je staan. Dat is het voordeel van nu.nl, die hebben de erfenis niet van mensen die voor een krant hebben gewerkt. De meeste online innovaties hebben geen link met oude organisaties. Facebook, Google, Twitter zijn nieuwe organisaties die van de grond af zijn opgebouwd".

Verder lijkt het erop dat de innovatieve experimenten, die binnen de journalistiek plaatsvinden weinig tijd krijgen om zich te kunnen bewijzen. Of voortijdig gestopt worden omdat het niet direct iets oplevert in commerciële zin. Zoals bij voorbeeld het initiatief *Skoeps*, een website van PCM Uitgevers en de digitale tak van Talpa Media, dat in 2008 de ambitie had om van elke Nederlander een verslaggever te maken. Er werden foto's en filmpjes afkomstig van amateurs die ooggetuige zijn geweest van een nieuwswaardig feit gepubliceerd. Op het hoogtepunt had de website 7.500 geregistreerde gebruikers die maandelijks tussen de 1000 en 1500 nieuwsitems maakten. Onder andere omdat het *Skoeps* niet lukte om een financieel gezond vooruitzicht te ontwikkelen, is het initiatief ermee gestopt⁷. Burgerjournalistiek kan dus bijdragen aan innovatie, ook voor de professionele journalistiek.

3.3 Democratie: participatieve journalistiek

Burgerjournalistieke initiatieven geven burgers hun stem terug in de journalistiek waar de reguliere traditionele journalistiek langzaam uit de belevingswereld van de burger verdwenen is. Het vertrouwen in de journalistiek is sinds de hoogtijdagen in de jaren zeventig omgeslagen in wantrouwen. De door ons geïnterviewde Mark Deuze beschrijft hoe burgers begin jaren negentig meer zijn gaan luisteren naar (mede)bloggers, amateurjournalisten, en zich afwendden van journalisten:

Mark Deuze (hoogleraar Journalistiek en Nieuwe Media): "Een intern dilemma van de geëngageerde journalist die maatschappelijk minder hoog in het vaandel staat, omdat lezers, gebruikers ook naar bloggers luisteren".

Met name *grassroot*-initiatieven lijken erin te slagen om deze stem terug te geven. De door ons geïnterviewde Gijs van Beek van de Marokkaanse communitywebsite Marokko.nl vertelt in deze context bijvoorbeeld hoe Marokkaanse jongeren zich vertrouwd voelen op de website en meningsvorming juist hier en niet bij de formele kranten en media plaatsvindt.

Gijs van Beek (Marokko.nl): "Informeel vertrouwdheid is belangrijker dan formele vertrouwdheid. Die vertrouwdheid is bij Marokko.nl gebaseerd op achtergrond. Je hebt allerlei simpele beelden, wij-zij cultuur, ik-wij cultuur, een raster van normen en waarden in de westerse cultuur. Men heeft maar een bepaald aantal smaken waar vanuit zij leven kunnen verbinden aan dagelijkse werkelijkheid. Dat moeten ze met elkaar bespreken. Het succes van Marokko.nl is gefundeerd op dat zij elkaar als peer gebruiken voor meningsvorming. Het is een vergroting van de mogelijkheid om informeel, vertrouwelijk informatie uit te wisselen die zij als belangrijkere waarde zien voor hun leven en hun oriëntatie dan de formele kranten en media".

De afgelopen jaren is een groot aantal vernieuwende initiatieven binnen de professionele Nederlandse media geïnitieerd, die instaken op de participatie van

7

Bron: http://www.telegraaf.nl/digitaal/993960/___Burgerjournalistieksite_Skoeps_gestopt__.html

burgers. Bijvoorbeeld de jongeren nieuwssite van de NOS, *NOS Headlines* (2000), de muziekrecensie website van de *VPRO 3voor12Lokaal* (2003), *Skoeps* (2008) en het burgerparticipatie platform van de Twentsche Courant *Dorpspleinen* (2009). Afgezien van 3voor12 dat nog steeds succesvol in de lucht is, lijkt het lastig voor professionele media om een werkend model te krijgen waarin de expertise van journalisten en burgers succesvol gecombineerd wordt. Zo reflecteert Alexander Pleijter op wat er niet werkte aan *Dorpspleinen* en Gerard de Kloet op de tegenvallende participatie van jongeren bij *NOS Headlines*.

Alexander Pleijter (assistent professor Journalism, Innovation & New Media): "Ik gaf [Dorpspleinen] ook vaak als voorbeeld tijdens colleges als voorbeeld hoe dat zou moeten gaan. Maar ik vond dat zij een bekende fout maakten door aan de ene kant de website van de krant te hebben, met journalisten. En daarnaast Dorpspleinen, dat een burgerjournalistiekplatform zou moeten zijn, waar iedereen zelf nieuws zou kunnen aanleveren. Volgens mij werkt het juist het beste als je dat bij elkaar zou hebben".

Gerard de Kloet (NOS Headlines): "Er is geëxperimenteerd met een NOS-nieuwsteam, dat zijn 24 jongeren. Het bleek een te vrije opdracht om eigen nieuws samen te stellen. [...] Iedereen kan wel een beetje journalist zijn. Ik denk niet dat het gros van de burgers de behoefte heeft om journalist te zijn. Als wij vragen om input, dan is de respons vrij laag. Mensen willen wel graag als het zo uitkomt, bron zijn. Mensen voelen zich gevleid".

Buitenlandse burgerjournalistiekinitiatieven van professionele journalistieke organisaties lijken succesvoller te zijn in vergelijking met de Nederlandse initiatieven. Voorbeelden zijn *CNN iReport*, het open platform van *The Guardian* en *Now Public*. In dit onderzoek is hiervoor niet een duidelijke reden naar voren gekomen. Het zou kunnen zijn dat dit te wijden is aan de factor taal. Met de Engelse taal kun je meer massa aan je binden, dan met de Nederlandse taal. Voor het bevorderen van participatie is dit een belangrijke succesfactor.

4.

**Beperkingen
en kansen
grassroot
journalistiek**

4. Beperkingen en kansen grassroots journalistiek

4.1 Beperkingen

Hoewel het *open source* model van journalistiek zich de komende jaren verder zal ontwikkelen, met name gedreven door de innovaties van amateurs en *grassroot*-initiatieven, is er naast de sterke kanten en voordelen op de reguliere professionele journalistiek, ook een tweetal belangrijke beperkingen te identificeren.

Organisatie: fragiliteit

Grassroot journalistieke initiatieven zijn "fragiel en kwetsbaar" in vergelijking met reguliere professionele journalistiek. Omdat, zoals in ons interview met Sameer Padania naar voren komt, deze initiatieven bestaan op basis van vrijwillige inzet, vaak nieuwe technologie inzetten die niet helemaal uitontwikkeld is en niet algemeen geaccepteerde meningen over bepaalde zaken uiten. *Ushahidi* begon als een idee van een groep van vijf bloggers met een fulltime andere baan, zonder tijd, ervaring met of kennis van liefdadigheidswerk. Ook was er geen expertise op het gebied van *open source* technologie in huis. Het enige wat het team met elkaar gemeen had, was dat ze allemaal blogden en in het idee geloofden. Een kleine tegenslag had het project al op een zijspoor kunnen zetten. Daarbij kwam dat het platform kritiek op het toenmalige regime bloot legde en de manier waarop de verkiezingen verlopen waren.

Sameer Padania (Macroscope): "It is really a serious problem... They don't have resilience. You know, they are fragile. They are fragile because of issues of freedom of speech, of fragility of technology, or because they run on individuals or passion".

In een tweede fase, als een *grassroot* journalistiek initiatief zichzelf bewezen heeft en een tijd kan bestaan, komt het probleem om de hoek kijken hoe het zich op langere termijn kan blijven bedruipen. Vrijwel de meeste innovatieve platforms overleven door extra financiële bijdragen van fondsen en donaties. Daarnaast wordt wel geëxperimenteerd met nieuwe (online) businessmodellen zoals (*hyperlokale*) *advertenties* (niches en geografisch gebonden community's zijn aantrekkelijk voor bepaalde adverteerders zoals bijvoorbeeld bij *Africa Interactive*), *online licentiemodellen* (licentiemodel waarbij partijen betalen voor de content van het platform), *gebruikersgegevens exploiteren* (*Maroc.nl* experimenteert bijvoorbeeld met het analyseren van gebruikersgedrag dat zij verkopen aan onderzoeksbureaus), *crowdfunding* (publiek laten meebetalen voor de journalistieke producties, zoals *VJ Movement* of het Amerikaanse *Spot.us*), het opzetten van *nieuwe diensten* (*Africa Interactive* produceert commerciële online mediaprojecten voor klanten, *Ushahidi* geeft keynotes en advies over crowdsourcing) en het *verkopen van abonnementen* (*VJ Movement*)⁸. Maar, er zijn maar weinig initiatieven die hier volledig van rond kunnen komen. Daarbij komt dat de "onafhankelijkheid" van het platform op het spel komt te staan:

8 Inmiddels is *VJ Movement* van het abonnementsmodel afgestapt.

Meer informatie over de nieuwe verdienmodellen kan gevonden worden via www.vjmvi.com.

Emile Schmidz (Africa Interactive): "Onafhankelijk zijn is als journalist misschien wel het belangrijkste om te doen, maar dat is lastig als je bijvoorbeeld een betaalmiddel hebt om niet-onafhankelijk in opdracht van klanten je videoproductie-vaardigheden te verkopen, waar ligt de grens? Het is juist belangrijk om journalistiek en betaalde opdrachten te scheiden. Vooral in Afrika moet je die grenzen extra goed bewaken."

Vanuit de *grassroot* journalistieke initiatieven zelf wordt in onze interviews de behoefte aan (starters)financiering aangegeven.

Gijs van Beek (Marokko Media): "Startersfinanciering is van belang voor het opstarten van nieuwe online journalistieke initiatieven. [...] Initiatieven moeten een duurzame basis krijgen, dat is nu nog een zwakte".

Emile Schmidz (Africa Interactive): "Het is onduidelijk of hoogwaardige journalistieke content kan bestaan zonder financiering. Met andere middelen moet je onafhankelijk nieuws kunnen maken. Er is behoefte aan duurzaamheid. [...] Starterfinanciering is wel van belang".

Kwaliteit: autoriteit en vaardigheden

Grassroot journalistieke initiatieven hanteren andere kwaliteitskaders dan professionele reguliere journalistiek. Hierbij hebben professionele kwaliteitsmerken binnen de journalistiek (nog steeds) een bepaalde autoriteit in de maatschappij, terwijl die van burgerjournalisten altijd ter discussie staat. Binnen de professionele journalistiek wordt gewerkt volgens de in 1954 opgestelde Code van Bordeaux, waarin het beroepsgedrag door journalisten in hun werkzaamheid van bijeenbrengen, verzenden, verspreiden en commentariëren van nieuws en inlichtingen en in het beschrijven van gebeurtenissen, vastgelegd is⁹. Hierin staan kernwaarden als waarheid, vrijheid en fairheid centraal. Binnen de *grassroot* journalistiek ontwikkelt zich vaak ad hoc een apart systeem van normen en waarden, die afgestemd worden op de eigen behoeften. Een voorbeeld hiervan vormen de zogenaamde 112-platforms, waar burgers hun eigen verslaglegging publiceren van acties van hulpverleners. Een onafhankelijk redactie stelt haar eigen ethische code op. Bij *Africa Interactive* is er een perskaart in ontwikkeling die voldoet aan de richtlijnen van de code van Bordeaux. Wat betreft *Africa Interactive* is deze vooral functioneel bedoeld voor het geven van bescherming en geloofwaardigheid aan journalisten. Waar journalisten zich houden aan strenge ethische normen, zijn de regels binnen *grassroot*-initiatieven veel informeler en los, en daarmee minder goed herkenbaar. Professionele journalistiek blijft daarom nog wel belangrijke rol spelen als "gatekeeper" van informatie:

Alexander Klöpping (internetjournalist): "Internet verdringt traditionele media als het gaat om informatievoorziening en journalistiek qua gebruik. Maar de papieren krant blijft nog wel een belangrijke speler als gatekeeper voor wat belangrijk is. En dat is een dilemma".

Mark Deuze (hoogleraar Journalistiek en Nieuwe Media): "Ook op internet is een kwaliteitsmerk belangrijk, een merk met een bepaalde opinie en manier van berichtgeving waar de lezer zich bij kan aansluiten".

Verder bezitten amateurjournalisten vaak niet over de professionele vaardigheden om informatie te duiden en te toetsen. De door ons geïnterviewde journalist Maurits Martijn van Vrij Nederland noemt in dit kader bijvoorbeeld de rellen in Iran in juni 2009, die ook wel *Twitter-revolutie* genoemd wordt. Betogers gingen de straat op om te protesteren tegen de verkiezingen die president Ahmadinejad had gewonnen. Omdat er geen journalisten toegang hadden tot het plein waar het protest plaatsvond, werd de wereld wat betreft de informatievoorziening afhankelijk van de tweets die burgers en betogers rondstuurden. Dit leidde tot een overvloed aan informatie en een onoverzichtelijk geheel van tweets. De BBC loste dit op door live-verslaglegging door een journalist die vier schermen tegelijk bekeek. De BBC speelde hiermee een belangrijke rol in het verzamelen, selecteren en duiden van informatie voor de burger, op basis van amateurjournalistiek.

Maurits Martijn (journalist Vrij Nederland): "In deze tijden dat iedereen van alles vindt en zegt en schrijft en informatieaanbod een onoverzichtelijke brei is, is het de taak van de journalistiek om de feiten te duiden en te verzamelen. Een taak die steeds moeilijker en steeds belangrijker is".

Robert Balthus (NOS Net): "Het publiek wordt geüpgrade tot nieuwspartner. De rol van journalist blijft echter het checken, selecteren van content, het maken van keuzes en het bieden van context".

Gerard de Kloet (NOS Headlines): "Nieuws komt makkelijker naar je toe maar checken wordt belangrijker".

4.2 Kansen

Als we de parallel met de Pro-Am-revolutie in de astronomie verder trekken, zien we dat er niet alleen nieuwe (nieuws)organisaties ontstaan, maar ook dat journalistiek steeds meer in samenwerking tussen professionals en amateurs plaatsvindt. Zonder de samenwerking met professionele sterrenkundigen, was de theorie niet bevestigd. Volgens Leadbeater & Miller is deze samenwerking, het linken van professionals en amateurs, van belang. Want er is een limiet aan wat een amateur kan bereiken; amateurs kunnen bijvoorbeeld geen nieuwe astrofysische theorieën produceren. En soms weten amateurs ook niet hoe ze betekenis kunnen geven aan de data die ze verzamelen. Tegelijkertijd is de toekomst van de astronomie volgens hen wel afhankelijk van "Pro-Am-activiteit, met toegewijde amateurs en professionals die in tandem werken, gemotiveerd door dezelfde opwinding over het verkennen van het universum" (Leadbeater & Miller, 2004, p.15-16).

Zoals Leadbeater & Miller poneren, zullen de meer verlichte professionals inzien dat kennis wijd verspreid is en niet gecontroleerd is door een paar ivoren torens. Volgens hen zullen "de meest krachtige organisaties de knowhow van professionals en amateurs combineren om complexe problemen op te lossen" (2004, p.16).

Op twee vlakken liggen er kansen voor een (betere) samenwerking tussen amateurjournalistiek en professionele journalistiek, waarbij het mes aan beide kanten snijdt en er een waardevolle transactie ontstaat.

Organisatie: *grassroot*-initiatieven opschalen en nieuwe diensten ontwikkelen

Professionele journalistiek en journalisten kunnen amateurjournalisten helpen om de initiatieven op te schalen en verder te professionaliseren. De *Ushahidi*-tool die ontwikkeld was, bleek bijvoorbeeld ook relevant voor (traditionele) nieuwsredacties. In opdracht heeft *Ushahidi* het platform voor andere contexten van gebruik door kunnen ontwikkelen, waarmee het basisplatform en de basis van de dienst verder verbeterd en opgeschaald kon worden. Tijdens de tsunami en kernenergie-ramp in Japan in maart 2011 is deze tool door dit ontwikkelmodel snel geïmplementeerd geraakt in Japan. Als professionele journalistieke organisatie kun je meeinvesteren in de verdere ontwikkeling, of zelfs het op maat realiseren, van dergelijke *grassroot* ontstane journalistieke toepassingen en tools. Vice versa halen professionele journalisten (kennis over) nieuwe, innovatieve en reeds beproefde diensten in huis, iets wat binnen de eigen organisatie moeilijk te realiseren is.

Kwaliteit: informatie duiden en uitbreiden netwerk

Professionele journalisten kunnen amateurjournalisten helpen informatie te duiden en waardevolle informatie te selecteren, waardoor het initiatief journalistieke meerwaarde krijgt. *Polidocs*, een Digitale Pioniersproject uit de eParticipatie-ronde in 2009, publiceerde bijvoorbeeld een zogenaamde *interruptiegraaf* waarin de interrupties van Nederlandse politici in een bepaald debat in de Tweede Kamer gevisualiseerd werden op basis van de data die de website verzamelde. Deze grafiek werd door het NRC en de *NRC Next* geplaatst en geduid. *Wikileaks* ging de samenwerking aan met een aantal kwaliteitskranten, waaronder *The Guardian*, *The Times* en *Der Spiegel*. Vice versa kunnen professionele journalisten profiteren van de kracht van amateurjournalistiek, doordat ze hun netwerk van journalisten en bronnen uitbreiden. Amateurjournalisten kunnen professionele journalisten helpen met het verzamelen van relevante informatie waar ze zelf geen tijd voor hebben en waardoor ze zich kunnen richten op andere taken.

Een kleine nuancering voor de scheidslijn is hier op zijn plek. Waar Leadbeater & Miller bepleiten dat amateurs zeker geen professionals zijn, omdat ze niet meer dan 50% van hun inkomsten uit deze activiteiten verdienen (2004, p.22), begint de scheidslijn volgens onder andere Tapscott & Williams (2010) steeds kleiner te worden. In een onderzoek van Technorati (2009) blijkt dat 28% van de bloggers inmiddels eigen inkomsten uit hun blogactiviteiten haalt. De helft hiervan schrijft fulltime om hun eigen business te ondersteunen of als business zelf, driekwart heeft een diploma en 17% zegt dat bloggen de eerste bron van inkomsten is (Tapscott & Williams, p.207). Tapscott & Williams concluderen dat professionals niet tegenover amateurs staan, maar dat professionals simpelweg "shifting employers" zijn (2010, p.214), aangezien ze formele journalistieke ervaring hebben, training en accreditatie. In de praktijk zal dat steeds meer het geval zijn en zal het onderscheid tussen professionele en amateurjournalistiek niet zo makkelijk te maken zijn. Deze trend wordt geïllustreerd door het initiatief One11 (www.one11.nl), een blog dat begin 2011

opgericht is door een aantal professionele journalisten die een “goednieuwskrant” maken van verhalen van hedendaagse gewone helden.

5.

Conclusies en aanbevelingen

5. Conclusies en aanbevelingen

In de afgelopen jaren zijn de consumenten van nieuws producenten van nieuws geworden. Deze zogenaamde *prosumers* transformeren de journalistiek in een *open source* Pro-Am-activiteit. Nieuwe nieuwsorganisaties zijn ontstaan waarin de consumptie, productie en distributie van nieuws en informatie meer open en transparant zijn geworden ten opzichte van het oude, gesloten, traditionele journalistieke model. We onderscheiden in dit onderzoeksverslag de transformatie van *redactie naar netwerk*, van *mainstream naar niche*, van *gesloten naar open publiceren*, van *hiërarchie naar collaboratie*, van *uitgever naar curator* en van *exclusief naar gedistribueerd*. Deze omslag in de journalistiek is onomkeerbaar en wordt vooral gedreven door *grassroot* journalistieke initiatieven. Professionele journalistieke organisaties experimenteren ook op dit vlak, met name met initiatieven om burgers meer in het journalistieke proces te laten participeren, maar lijken in ieder geval hier in Nederland nog geen werkend model voor gevonden te hebben.

De revolutie naar een *open source* model van journalistiek vindt hoe dan ook plaats, ook zonder overheidsinterventie. Maar, de overheid laat dan wel een aantal kansen liggen. Burgerjournalistieke initiatieven en met name *grassroot* ontstane burgerjournalistiek draagt namelijk bij aan sociaal kapitaal, innovatie en democratie, vervult daarmee een belangrijke democratische functie in onze maatschappij en draagt bij aan een pluriform medialandschap. Het is *community*-gedreven, komt met innovatieve nieuwe werkwijzen voor journalistieke productie en distributie en geeft burgers hun verloren stem terug. We zien daarom wel een (bepaalde) rol voor de overheid. Deze rol zou vooral faciliterend moeten zijn. Faciliterend voor enerzijds het versterken van de *grassroot*-initiatieven die bijdragen aan de beweging van *open source* journalistiek. Anderzijds voor de uitwisseling van kennis en ervaringen tussen professionele journalistiek en burgerjournalistiek, zodat de kansen voor samenwerking beter benut kunnen worden en innovatie in het veld sneller en beter georganiseerd kan worden.

De overheid faciliteert *grassroot open source*-journalistiek

Vanuit het huidige mediabeleid van de overheid zijn er drie aanknopingspunten om *grassroot open source* journalistiek te faciliteren en verder te versterken.

1. De overheid zou een rol moeten spelen in het organiseren van **kapitaal** voor het starten van journalistieke *open source* initiatieven. Hierbij kan het model van de succesvol ontwikkelde Digitale Pioniersregeling als uitgangspunt genomen worden. Uitgangspunt van de regeling was dat er op een laagdrempelige manier een klein bedrag (maximaal 32.000 euro) aangevraagd kon worden voor de uitvoering van een software- of contentproject. Zonder veel bureaucratie konden pioniers snel aan de slag. Binnen negen maanden moest het project opgeleverd worden.
2. De overheid zou professionele journalistieke organisaties, overheidsinstellingen en publiek gefinancierde organisaties zoals de Publieke Omroep moeten stimuleren om in navolging van *The Guardian* een '**open publishing-strategie**' te

hanteren. En dient hierover bepalingen in de Mediawet op te nemen, zodat de basis voor een open ecosysteem gelegd wordt. Door informatie open – met gebruikmaking van de mogelijkheden van het Creative Commons-licentie-systeem - te publiceren, kunnen burgers en *grassroot* initiatieven makkelijker hergebruiken en nieuwe diensten op ontwikkelen.

3. De overheid zou een rol moeten spelen in de **erkenning van de kwaliteit** en bijdrage van burgerjournalistieke initiatieven en de verdere ontwikkeling van journalistieke vaardigheden van amateurjournalisten. De overheid zou dit kunnen stimuleren middels een leertraject zoals de *Digitale Pioniers Academie*, en bijvoorbeeld door de ontwikkeling van een kwaliteitsmerk voor amateurjournalistiek. In de Digitale Pioniers Academie werden beginnende pioniers gecoacht in de professionalisering van hun initiatief.

De overheid stimuleert uitwisseling professionele en burgerjournalistiek

Vanuit het huidige persbeleid zijn er drie aanknopingspunten om de uitwisseling tussen professionele journalistiek en amateurjournalistiek te faciliteren en verder te versterken.

1. De overheid zou **samenwerkingsprojecten** tussen professionele journalistieke organisaties en *grassroot* organisaties beter moeten stimuleren, waarin op projectbasis samengewerkt wordt aan de ontwikkeling van innovatieve diensten. De website *Politwoops*, die gedelete Twitter-berichten van politici bewaart omwille van de journalistieke waarde, kwam tot stand op de tweede editie van het *grassroot* georganiseerde *Hack de Overheid* (www.hackdeoverheid.nl) over open data journalistiek. Het idee voor de website was bedacht door een journalist. Hij beschikte weliswaar over wat technologische expertise, maar niet die expertise die nodig was om het idee uit te voeren. Op het event vond hij de juiste ontwikkelaar, die aan het einde van de dag een prototype voor de website neergezet had. De overheid zou deze samenwerking duurzaam moeten faciliteren, zodat toevallige ad hoc samenwerkingsprojecten kunnen uitgroeien naar structurele samenwerking en uitwisseling tussen professionals en amateurs.
2. De overheid zou de **kennisuitwisseling** tussen professionele en amateurjournalisten kunnen stimuleren en aanjagen. Stimuleren dat dit lerende netwerken worden en dat het veld zich zelf organiseert en innoveert. Bijvoorbeeld naar model van *NPOX* (www.npox.nl), het netwerk voor mediamakers van alle publieke omroepen. Doel van de activiteiten die het netwerk organiseert, is om nieuwe ideeën op te doen en van gedachten te wisselen met de blik gericht op de toekomst. Het helpt mediamakers zelf de verantwoordelijkheid te laten nemen om te vernieuwen en de aandacht van de kijker en luisteraar te krijgen.
3. De overheid zou **individuele journalisten** kunnen ondersteunen om met ideeën voor onderzoeksjournalistieke projecten, ongeacht het medium van publicatie (krant, internet, televisie, radio) te komen en ideeën uit te voeren die bijdragen aan journalistieke innovatie. Bijvoorbeeld naar model van de *Transmedia-*

regeling 60 JaarTV van het Mediafonds, Beeld & Geluid en De Nederlandse Publieke Omroep (NPO). Deze tijdelijke regeling ondersteunt transmediale producties (binnen een bepaalde periode wordt via verschillende media een verhaallijn neergezet met complementaire inhoudelijke en creatieve dwarsverbanden) van individuele programmamakers die omroepoverstijgend werken. Een internationaal voorbeeld op het gebied van journalistiek is de *Knight News Challenge* georganiseerd door de *Knight Foundation* (www.knightfoundation.org). Dit particuliere fonds ondersteunt projecten van individuen, die de journalistiek kunnen transformeren naar het digitale tijdperk.

Bibliografie

Bowman, Shayne & Chris Willis (2003). *We Media. How audiences are shaping the future of news and information*. The Media Center at the American Press Institute Thinking Paper, Stanford.

Bruns, Axel (2010). *News Producers in a Pro-Am Mediasphere: Why Citizen Journalism Matters*. In: Meikle, Graham & Redden, Guy (Eds.) *News Online: Transformations and Continuities*. Palgrave Macmillan, London.

Commissie Brinkman (23 juni 2009). *Adviesrapportage Tijdelijke Commissie Innovatie en Toekomst Pers. De volgende editie*. Den Haag.

Costera Meijer, Irene, Jolien Arendsen en Mark Merks (2009). *Participerende journalistiek: kans of bedreiging? Een eerste verkenning van participerende journalistiek in Nederland*. Lectoraat Media & Civil Society, Hogeschool Windesheim, Zwolle.

Flew, Terry (2007). *A Citizen Journalism Primer*. In: *Proceedings Communications Policy Research Forum 2007*, University of Technology, Sydney.

Jarvis, Jeff (2006). *Networked Journalism*, via <http://www.buzzmachine.com/2006/07/05/networked-journalism>

Leadbeater, Charles en Paul Miller (2004). *The Pro-Am revolution. How enthusiasts are changing our economy and society*. Demos, London.

Mirck, Jeroen (6 juli 2006). *Media zijn bang voor burgerjournalistiek*, via Adformatie; <http://blog.adformatie.nl/index.php/entries/media-zijn-bang-voor-burgerjournalistiek/>.

Tapscott, Don en Anthony D. Williams (2010). *The Demise of the Newspaper and the rise of the new news*. In: *Macrowikinomics: Rebooting Business and the World*. Atlantic Books, London.

Technorati (2009). *State of the Blogosphere*. Gevonden via <http://technorati.com/state-of-the-blogosphere>.

Bijlage 1. Longlist initiatieven quickscan

1. 3voor12 Lokaal
2. Africa Interactive
3. CNN iReport
4. Dorpspleinen
5. Global Voices
6. Huffington Post
7. Indymedia
8. Mapping Irans Online Public
9. Maroc.nl
10. Mobile Reporters
11. Newsmap
12. Nijmegenentraal
13. NOS Headlines
14. Now Public
15. Nu Jij
16. Polidocs / Politcal Mashup
17. Politwoops
18. Press Now
19. OhmyNews
20. Skoeps
21. Sargasso
22. Ushahidi
23. VJ Movement
24. Wikileaks
25. Wikinews
26. YouTube Direct

Bijlage 2. Samenvatting longlist initiatieven quickscan

Longlist quickscan maatschappelijke journalistiek			
Naam initiatief	Binnenland/ buitenland	Professioneel/ grassroot	Innovatief karakter
1. 3voor12 Lokaal 3voor12.vpro.nl	Binnenland	Professioneel	Succesvol en duurzaam organisatiemodel waarbij professionals en amateurs samenwerken aan het produceren van muziekrecensies. - geselecteerd op shortlist
2. Africa Interactive www.africa- interactive.com	Binnenland	Professioneel	Succesvol niche-platform voor Afrika-gerelateerd nieuws, verslagen door mediaprofessionals die ver- schillen in jaren ervaring - geselecteerd op shortlist
3. CNN iReport ireport.cnn.com	Buitenland	Professioneel	Grootschalig initiatief waarbij burgers met training ondersteund worden in hun journalistieke vaardigheden. - geselecteerd op shortlist
4. Dorpspleinen www.dorpspleinen.nl	Binnenland	Professioneel	Burgerparticipatieplatform geïnitieerd door de Twentsche Courant Turbantia dat 1,5 jaar geleden gestopt is en daarom niet geselecteerd.
5. Global Voices globalvoicesonline.org	Buitenland	Grassroot	Burgerjournalistiekplatform waarbij open source tools aangeboden worden om journalistiek te bedrijven. - geselecteerd op shortlist
6. Huffington Post www.huffingtonpost.nl	Buitenland	Professioneel	Succesvol online nieuwsplatform gestart als alternatief op de traditionele krant. Niet geselecteerd omdat het meer een nieuwsblog is, zonder burgerparticipatie.
7. Indymedia www.indymedia.nl	Buitenland	Grassroot	Alternatief wereldwijd actief medianetwerk waarbij burgers/gebruikers ongemodereerd hun verhalen kunnen publiceren, daarom soms ook controversieel. - geselecteerd op shortlist
8. Mapping Irans Online Public cyber.law.harvard.edu	Buitenland	Grassroot	Datavisualisatie-initiatief dat de invloed van internet op democratie visualiseert ten tijde van verkiezingen in Iran. Niet geselecteerd omdat het een meer wetenschappelijk en incidenteel project is.

9. Maroc.nl maroc.nl	Binnenland	Grassroot	Community niche-platform waarbij Marokkaanse jongeren nieuws en verhalen publiceren. Niet geselecteerd omdat het platform afgezien van de doelgroep niet heel innovatief is.
10. Mobile Reporters mobilereporters.org	Binnenland	Grassroot	Website waarbij burgers via hun mobiele telefoon verslag kunnen doen. Niet geselecteerd omdat het succes van de website nog is uitgebleven.
11. Newsmap.jp newsmap.jp	Buitenland	Grassroot	Website die Google News-berichten aggregereert en op een kaart visualiseert. Niet geselecteerd omdat de website alleen een innovatieve rol heeft in de journalistieke fase van data verzamelen.
12. Nijmegencentraal nijmegencentraal.nl	Binnenland	Grassroot	Regionale, onafhankelijke website waar burgers in en om Nijmegen publiceren over allerlei dingen die zich in de regio afspelen. Omdat het niet meer dan een blog is dat draait op vrijwillige inzet, is dit initiatief niet geselecteerd.
13. NOS Headlines headlines.nos.nl	Binnenland	Professioneel	Jongerenwebsite van NOS waarbij de doelgroep jongeren (als een van de eerste binnen de publieke omroep) betrokken wordt om te participeren in nieuws en nieuwsproductie. - geselecteerd op shortlist
14. Now Public blog.nowpublic.com	Buitenland	Professioneel	Groot succesvol burgerjournalistiekplatform met een werkend advertentie- en contentsyndicatie-verdienmodel. - geselecteerd op shortlist
15. NUjij www.nujij.nl	Binnenland	Professioneel	Onderdeel van de nieuwswebsite nu.nl waarbij gebruikers nieuwsberichten van andere nieuwswebsites kunnen aandragen en beoordelen. - geselecteerd op shortlist
16. Polidocs / Political mashup polidocs.nl	Binnenland	Grassroot	Zoekmachine waarmee politieke documenten van de Eerste en Tweede Kamer doorzoekbaar zijn en data journalistiek gefaciliteerd wordt. Niet geselecteerd omdat er nog weinig journalistieke verhalen uit zijn ontstaan.
17. Politwoops www.politwoops.nl	Binnenland	Grassroot	Innovatieve webtool waarmee gedelete Twitter-berichten van politici gepubliceerd worden, ontwikkeld binnen het Hack de Overheid-programma over open data journalistiek. (in shortlist)

18. Press Now pressnow.nl	Binnenland	Professioneel	Ondersteunt onafhankelijke media in conflictgebieden. Omdat deze website puur gericht is op mediaprofessionals is deze niet opgenomen in de shortlist.
19. OhmyNews ohmynews.com	Buitenland	Professioneel	Een van de eerste succesvolle niet-Engelstalige burgerjournalistiekplatforms met een enorm lezerspubliek. Niet geselecteerd vanwege de praktische reden dat de site niet Engelstalig toegankelijk is.
20. Skoeps www.skoeps.nl	Binnenland	Professioneel	Eerste Nederlandse nieuwssite voor burgerjournalisten, een samenwerkingsverband tussen PCM Uitgevers en de digitale tak van Talpa Media. Is in 2008 gestopt en daarom niet geselecteerd.
21. Sargasso sargasso.nl	Binnenland	Grassroot	Blog voor alternatief nieuws waarbij geëxperimenteerd wordt met een combinatie van verschillende verdienmodellen, onder andere samenwerking met reguliere media-organisaties. - geselecteerd op shortlist
22. Ushahidi www.ushahidi.com	Buitenland	Grassroot	Innovatieve webtool waarmee aantoonbaar maatschappelijke kwesties aan de kaak gesteld zijn, met name interessant om het open source model dat succesvol wordt uitgerold. - geselecteerd op shortlist
23. VJ Movement vjmovement.com	Binnenland	Professioneel	Burgers bepalen welk nieuws gemaakt wordt, naast het participatiemodel is ook het verdienmodel met abonnementen interessant. - geselecteerd op shortlist
24. Wikileaks wikileaks.org	Buitenland	Grassroot	Klokkenluiderswebsite waarbij misstanden aan de kaak gesteld worden en het veiling-verdienmodel interessant is, waarbij gevestigde media betalen om documenten eerder te zien te krijgen. - geselecteerd op shortlist
25. Wikinews en.wikinews.org	Buitenland	Grassroot	Interessant open content en open source publicatieplatform met de ambitie om het open tegengewicht voor nieuwsorganisatie als ANP te zijn. - geselecteerd op shortlist

26. YouTube Direct youtube.com/user/ Direct	Buitenland	Professioneel	Mooie webtool waarbij YouTube maatschappelijke organisaties wil helpen om makkelijk burgerparticipatie te faciliteren en in te tappen op de bekendheid van het YouTube-platform bij eindgebruikers. - geselecteerd op shortlist
---	------------	---------------	--

Bijlage 3. Topic list interviews

1) introductie

Achterliggende vraag: wie zijn wij, waar gaat dit onderzoek over en hoe wordt het onderzoek uitgevoerd?

- voorstellen: wie zijn wij?
- waarom dit onderzoek?

-> Voorliggende vraag OCW: situatie biedt kansen voor het innoveren van de journalistieke sector, op welke manier kan burgerjournalistiek binnen het Nederlandse perslandschap versterkt worden?

-> Onderzoeksvraag: hoe kan burgerjournalistiek bijdragen aan een pluriform medialandschap en democratische functie van media? Hoe kan het bijdragen aan een herdefinitie van professionele media? Hoe kan de overheid infrastructuur bieden en samenwerking bevorderen?

- methode van onderzoek?

Quickscan Nederlandse en buitenlandse initiatieven/ veldanalyse
10 kwalitatieve expertinterviews (burger/journalisten, initiatiefnemers, wetenschappers)

Interview nemen we op en werken we selectief uit

Ronde tafel ma 13 september, presentatie SOSMS 28/29 oktober

Naam noemen in rapport? Anders anonimiseren.

Duur van het interview circa 1,5 uur, dit is een topic list, semigestructureerd

Rol interviewers

- doel van het onderzoek?

Instrument waarmee journalistieke initiatieven worden ondersteund

- waarom jij respondent?

Functie en hoe ben je gekomen waar je nu bent?

Hoe zie je jezelf in het journalistieke veld?

Hoe ziet je eigen consumptiegedrag van journalistieke uitingen eruit? (krant/online/televisie/radio)

2) proces

Achterliggende vraag: wat is de invloed van online burgerjournalistiek op het proces van verzamelen, analyseren en verspreiden van informatie?

(vroeger vs. nu, nationaal vs. internationaal) Op welke fases voegt het extra waarde toe?

- Kun je uitleggen hoe jij een journalistiek artikel schrijft? (Van idee, tot het verzamelen van informatie, analyse en verspreiden daarvan? En hoe spelen burgers een rol in de totstandkoming van jouw artikelen?)

- Op welke punten in het journalistieke proces biedt internet en met name

burgerparticipatie voor jou een toegevoegde waarde ten opzichte van de meer traditionele manier van journalistieke productie?

(proces kaartjes voorleggen)

- Als je de Nederlandse perssector op dit moment bekijkt, op welke punten in het journalistieke proces worden internet en burgerparticipatie ingezet met toegevoegde waarde? En waar spelen burgers een rol? (Kun je een nationaal burgerjournalistiek geslaagd voorbeeld noemen uit de perssector zelf en een voorbeeld dat uit zichzelf is opgestaan?)

(als er geen voorbeelden opkomen, dan voorbeeldkaartjes inzetten)

- Als je de internationale perssector op dit moment bekijkt, op welke punten in het journalistieke proces wordt internet en burgerparticipatie ingezet met toegevoegde waarde? En waar spelen burgers een rol? (voorbeelden)

- Voor welke momenten in het proces van journalistieke productie heeft het internet en de participatie van burgers de meeste meerwaarde?

(ranking van de kaartjes)

3) kwaliteit van informatie

Achterliggende vraag: wat is de invloed van online burgerjournalistiek op de kwaliteit van informatie? (vroeger vs. nu, nationaal vs. internationaal) Bestaan er kwalitatieve kenmerken voor burgerjournalistiek?

- Wanneer dacht je voor het laatst, nu heb ik een kwalitatief goed journalistiek stuk geschreven? Kun je uitleggen wat er goed aan was? Wat was de rol van internet en speelden 'burgers' daar een rol in?

- De code voor de journalistiek (2008 NVJ) heeft een viertal kenmerken waar betrouwbare en pluriforme journalistiek aan zou moeten voldoen: waarheidsgetrouw, onafhankelijk, fair (ethiek) en open vizier. In hoeverre biedt internet en met name burgerparticipatie toegevoegde waarde op deze 'waarden'? (kwaliteitskenmerk-kaartjes voorleggen)

- We hebben een aantal Nederlandse en internationale burgerjournalistieke voorbeelden, welk initiatief vind je bij welke journalistieke (kwaliteits)waarde horen/ een goed voorbeeld? Hoe speelt internet en burgerparticipatie hier op een goede manier een rol in?

- Voor welke kwalitatieve journalistieke waarde heeft het internet en de participatie van burgers de meeste meerwaarde? Mis je bepaalde kwaliteitskenmerken (bijvoorbeeld impact/publieksbereik)?

(ranking van kwaliteitskaartjes)

4) infrastructuur

Achterliggende vraag: welke infrastructuur is gewenst voor het journalistieke veld om burgerjournalistiek te ondersteunen? (perspectief burger, journalist, overheid en samenwerking binnen deze partijen)

- Stel je wordt morgen hoofdredacteur van de Volkskrant (Rob Weinberg NRC Next verwijzing). Lezerspubliek neemt langzaam af/ maatschappelijke verankering taant, het publiek vergrijsst, inkomsten gaan terug. Je krijgt de opdracht om het tijt te keren en je daarbij te focussen op de oplossingen die internet biedt. Je krijgt

hiervoor extra budget dat je alleen mag uitgeven aan internet. Je eerste dag begint met een presentatie voor de gehele organisatie. Wat ga je doen?

- Stel je bent minister van OCW en je krijgt een zak met geld om de journalistieke infrastructuur in Nederland te gaan versterken, wat zou je doen? En welke samenwerkingsverbanden zijn vereist? (tussen burgers onderling, tussen burgers en journalisten en met de overheid/ publieke omroep)

5) afronding

- missen we iets? Wil je nog niets kwijt?
- tips voor anderen die we moeten interviewen
- ronde tafel en state of social media
- suggesties sprekers op gebied van journalistieke pioniers