

PDF hosted at the Radboud Repository of the Radboud University Nijmegen

The version of the following full text has not yet been defined or was untraceable and may differ from the publisher's version.

For additional information about this publication click this link.

<http://hdl.handle.net/2066/19159>

Please be advised that this information was generated on 2017-12-05 and may be subject to change.

Nieuwe journalisten door nieuwe bronnen?

Een landelijke inventarisatie van het internet-
gebruik in de Nederlandse journalistiek

Een rapport van de Katholieke Universiteit
Nijmegen en Bikker Euro RSCG, in samenwerking
met de Nederlandse Vereniging van Journalisten

Alexander Pleijter

Frank Tebbe

Liesbeth Hermans

Rotterdam, maart 2002

Nieuwe journalisten door nieuwe bronnen? Een landelijke inventarisatie van het internetgebruik in de Nederlandse journalistiek

Een rapport van de Katholieke Universiteit Nijmegen (KUN) en Bikker Euro RSCG, in samenwerking met de Nederlandse Vereniging van Journalisten (NVJ)

Auteurs en onderzoekers

drs. Alexander Pleijter
drs. Frank Tebbe
dr. Liesbeth Hermans

Vorbereidende interviews

drs. Martine Klijn

Verzending vragenlijsten

drs. Suzanne de Bruijne

Technische realisatie

Remco Verburgh
Chris Peltenburg

Data-invoer

Kirsha van der Have
Manon van der Hoeven
Daniëlle Stittelaar
Karen van Beilen
Cynthia Kramer
Judith Wijdeven
Charlotte de Klein

Ontwerp en realisatie

René Hofman
Rob Oosterom
Brenda Leensvaart
Jim Schultz

Begeleidingscommissie

prof.dr. Karsten Renckstorf, hoogleraar
Communicatiewetenschap KUN
Ron van der Jagt, algemeen directeur Bikker Euro RSCG
drs. Hans Verploeg, secretaris NVJ
Ren de Vree, webmaster Villamedia

Hans Verploeg en Ren de Vree zijn tevens betrokken bij het onderzoeksproject van de NVJ dat de invloed van de digitalisering op de journalistiek in kaart brengt. Het NVJ-project wordt financieel gesteund door het Bedrijfsfonds voor de Pers.

© 2002, Katholieke Universiteit Nijmegen/
Bikker Euro RSCG

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de auteurs.

Voor meer informatie over dit onderzoek

Alexander Pleijter, 024-3616125, a.pleijter@maw.kun.nl
Frank Tebbe, 010-2774444, fte@bikker.nl

Bestellen van dit rapport

Bikker Euro RSCG
Kirsha van der Have
Postbus 987
3000 AZ Rotterdam
010-2774444
khe@bikker.nl

125 euro

VOORWOORD

Indien we teletekst en videotex even buiten beschouwing laten, dan was de televisie vóór internet het laatste nieuwe medium voor de journalistiek. Op 5 januari 1956 verscheen het eerste NOT-journaal. Het was heerlijk oubollig. Evenmin als de radio kon het nieuwe medium de dagbladjournalistiek serieuze concurrentie aandoen, maar beide media brachten welkome journalistieke uitbreidingen, van Han Hollander in 1937 tot Zembla in 2002. Het primaat van de journalistiek ligt anno 2002 nog steeds bij de kranten, maar radio- en tv-nieuws doen serieus mee, internet nu nog nauwelijks.

Het is nog maar vier jaar geleden dat ik me zeer verbaasde over de eenzijdige aandacht van vakblad de Journalist voor het gebruik van internet als bron, en een artikel schreef over online publiceren. Nog krijg ik vragen: wat is nu internetjournalistiek, werken met internet als bron of om erop te publiceren? Dat is wellicht het meest verraderlijke van het net, de technologie openbaart niet enkel vele vormen van bronnen-onderzoek, maar biedt ook een rijke schakering van publicaties, en niet op de laatste plaats nieuwe vormen van communicatie. Ontdekking van dit palet is de crux.

Internet is fenomenaal, maar uitgaande van oude vertrouwde principes van journalistiek blijft haar betekenis voor veel journalisten, maar ook voor het publiek nog te vaag. Nog steeds zien de meeste journalisten het internet wel als een handig middel om sneller feiten te zoeken of te checken, maar nog maar de helft van onze arrogante beroepsgroep communiceert met zijn publiek via e-mail. Dat laatste staat in dit onderzoek, dat grotendeels op grond van een vragenlijst is geschreven. Ik heb deze, soms fronsend, ingevuld en opgestuurd. Onderzoek is nuttig en de steun van de NVJ - die de vorige eeuw de kat eerst even uit de boom keek met internet - komt op het juiste moment.

Wat telt is de discussie naar aanleiding van dit rapport.

Peter Olsthoorn

Journalist, ook op internet

INHOUD

Voorwoord	3
Hoofdpunten	6
Summary	7
Inleiding	8
Resultaten	11
Conclusies en discussie	28
Uitdagingen voor journalisten	30
Uitdagingen voor communicatiemanagers	31
Favotiete nieuwssites	32
Onderzoeksopzet	33
Bijlagen	
Noten	35
Referenties	36
Karakteristieken journalisten	37
Over de auteurs	38

HOOFDPUNTEN

Deze bevindingen zijn gebaseerd op een enquête onder 685 Nederlandse journalisten.

- Bijna alle journalisten (98%) maken gebruik van internet en e-mail. Hoewel driekwart beide instrumenten korter dan vijf jaar gebruikt, blijken internet en e-mail een belangrijke rol te spelen binnen het journalistieke werk. Zestig procent van de journalisten besteedt per dag meer dan een uur aan internet en e-mail.
- Belangrijkste internettoepassingen voor de journalisten zijn websites bezoeken en het gebruik van zoekmachines. Slechts een kleine groep (15%) maakt gebruik van een elektronische knipseldienst.
- Bijna alle journalisten (88%) vinden dat het voor de hedendaagse journalist essentieel is om goed gebruik te kunnen maken van internet. Slechts twintig procent van de journalisten heeft echter een specifieke training gehad voor journalistiek internetgebruik.
- Internet blijkt voor journalisten in de eerste plaats een journalistieke informatiefunctie te vervullen, namelijk informatie zoeken en verifiëren.
- Ruim de helft van de journalisten (58%) vermeldt niet altijd de bron als ze gebruik maken van informatie verkregen via internet.
- Vijftig procent van de journalisten geeft aan dat ze informatie verkregen via internet niet altijd controleren bij andere bronnen. Daarentegen geeft bijna driekwart (71%) aan informatie verkregen via e-mail wel te checken.
- Een grote meerderheid van de journalisten (85%) vindt dat internet hun werk makkelijker maakt, maar een minderheid (38%) vindt dat door internet de kwaliteit van de journalistiek verbeterd is.
- Driekwart van de journalisten signaleert dat ze door het internet gebruik zijn gaan maken van nieuwe en andere bronnen. Ruim vijftig procent vindt dat ze door internet op ideeën zijn gekomen die ze anders waarschijnlijk niet hadden gekregen.
- Een klein deel van de journalisten (15%) gaat minder vaak op pad voor reportages door de komst van internet.
- Een deel van de journalisten voorziet negatieve consequenties voor de journalistiek door de opkomst van internet. Volgens eenderde van de beroepsgroep loopt de journalistieke geloofwaardigheid en zorgvuldigheid gevaar.
- Ruim vijftig procent van de journalisten heeft door internet vaker contact met hun publiek.
- De helft van de journalisten (55%) denkt dat doordat het publiek met internet makkelijker zelf informatie kan zoeken, de taak van journalisten verschuift. Duiding zal belangrijker worden dan informatieoverdracht.

SUMMARY

These findings are based on a survey among 685 Dutch journalists.

- Nearly all Dutch journalists (98%) use the Internet and e-mail. Although three quarters of them have been using both instruments for less than five years, the Internet and e-mail play an important role in the journalistic profession. Sixty percent of the journalists uses the Internet or e-mail for more than one hour a day.
- Important Internet activities for Dutch journalists are visiting websites and using search engines. Only a minority of the journalists (15%) uses an electronic clipping service.
- Nearly all journalists (88%) think it is essential for the modern journalist to have a working knowledge of how to use the Internet. Yet only twenty percent has enjoyed a specific training for journalistic use of the Internet.
- For journalists, the Internet first and foremost appears to have an information function, i.e. finding and verifying information.
- More than half of the journalists (58%) does not always refer to the source if they use information obtained through the Internet.
- Fifty percent of the journalists indicates that they do not always check information found on the Internet with other sources. Almost three quarters of the journalists (71%) allege they do check information received by e-mail.
- Nearly all journalists (85%) think the Internet has made their work easier, but only a minority (38%) thinks the Internet has improved the quality of journalism as a whole.
- Three quarters of the journalists indicate that they are using new and other sources because of the Internet. More than fifty percent claims that the Internet provided them with ideas they probably would not have obtained any other way.
- A small group (15%) says that since the introduction of the Internet, they less frequently leave the office to gather information for their reports.
- Some journalists foresee a negative impact on journalism due to the introduction of the Internet. Especially the credibility and thoroughness of journalists is endangered, according to one third of the respondents.
- More than 50% of the journalists has more contact with the audience since the introduction of the Internet.
- Half of the journalists (55%) thinks the role of the journalist is changing due to the fact that the audience is able to find relevant information on the Internet on its own. Therefore, providing explanations will become more important than handing out facts.

INLEIDING

**Internet heeft de afgelopen jaren een grote opmars gemaakt. Steeds meer mensen zijn gebruik gaan maken van dit medium en bovendien besteedt men er steeds meer tijd aan. Ook voor de journalistiek heeft de opkomst van internet belangrijke ontwikkelingen met zich meegebracht. We kunnen wijzen op de geboorte van een nieuw journalistiek specialisme en nieuwe publicatiemogelijkheden (internet als nieuwsmid-
del), en op nieuwe mogelijkheden voor journalistieke informatiegaring (internet als nieuwsbron).**

Internet als nieuwsmid- del

Journalisten hebben met internet een nieuw medium gekregen om te publiceren. Dat medium betekent concurrentie voor bestaande media, maar biedt het publiek bepaalde voordelen. Zo kunnen mensen zich via internet gemakkelijker dan ooit op elk gewenst tijdstip op de hoogte stellen van ontwikkelingen en gebeurtenissen in de wereld. Deadlines bestaan niet op internet: 'It's always prime time somewhere'.

Naast de opkomst van een nieuw journalistiek specialisme, namelijk internetjournalistiek, hebben journalisten op andere manieren te maken gekregen met internet. Voorheen fungeerden ze als onmisbare schakel tussen nieuwsbron en publiek. Internet maakt het echter mogelijk dat mensen nieuwsbronnen rechtstreeks raadplegen (*Bardoel, 2000*). Individuele beleggers zoeken zelf naar persberichten op de site van het bedrijf waarin ze beleggen; museumbezoekers gaan op internet zelf op zoek naar nieuwe tentoonstellingen. Het monopolie dat de journalist op nieuwsbronnen had, is zo doorbroken. Zelfs het interviewen van elitepersonen behoort niet meer tot het exclusieve domein van de journalist, nu het publiek rechtstreeks kan chatten met een minister of (in theorie) met een prinselijk paar.

De veranderende relatie tussen publiek en journalistiek zal volgens Bardoel (2002) belangrijke consequenties hebben voor de rol van journalisten in de samenleving. Bardoel (2000) voorziet dat journalisten hun meerwaarde steeds sterker zullen moeten bewijzen. Een (op deelreinen) beter geïnformeerd publiek kan zich kritischer en mondiger opstellen (*Hall, 2001*). De laagdrempelige manier van reageren (via e-mail) die internet mogelijk maakt, zou daarbij een grotere druk op journalisten

kunnen leggen. Hoe journalisten zelf tegen de mogelijk veranderende rol van de journalistiek aankijken, is één van de aandachtspunten van dit onderzoek.

Internet als nieuwsbron

Een andere belangrijke ontwikkeling voor journalisten is de opkomst van de computer en het internet als hulpmiddel in het journalistieke werk. Hier wordt vaak de term Computer-Assisted Reporting (CAR) voor gebruikt (*Deuze, 2000; Porteman, 1999*). Door internet kunnen journalisten nieuwe, 'virtuele' informatiebronnen aanboren. Het gebruik van deze internetbronnen is niet zonder problemen. De onbetrouwbaarheid en anonimiteit van die internetinformatie is volgens sommigen een bron van zorg onder journalisten (*Porteman, 1999*). Deuze (2000) stelt dat de opkomst van internetbronnen 'een journalistiek spanningsveld schept tussen een ongekende schat aan direct toegankelijke informatie en bronnen, versus toenemende werkdruk en stress, vanwege de toegenomen complexiteit in het vinden en verifiëren van al deze informatie' (p.352). Bardoel (2000) wijst op het gevaar dat internet kan leiden tot gemakzuchtige journalistiek, omdat journalisten er niet meer op uit hoeven, maar van achter hun bureau eenvoudig informatie kunnen inwinnen. Ook wijst hij op een verdere versnelling van de berichtgeving, die een overhaaste en ongecontroleerde verslaggeving in de hand kan werken.

Probleemstelling

Uit Amerikaans (*Middleberg & Ross, 2001*) en Duits onderzoek (*Lünenbürger-Reidenbach, Petersen & Wagensohn, 2000*) blijkt dat internet in het werk

van journalisten een steeds belangrijkere rol is gaan vervullen. Onbekend is vooralsnog hoe de situatie is in de Nederlandse journalistiek. Bovendien ontbreekt onderzoek naar de manier waarop journalisten omgaan met de hierboven geschetste moeilijkheden rond de makkelijke toegankelijkheid en problematische controleerbaarheid en betrouwbaarheid van internetbronnen. Ook de gevolgen van internet voor de journalistieke werkwijze is in Nederland niet eerder onderzocht.

Dit onderzoek is opgezet om het internetgebruik van journalisten in Nederland te inventariseren en een beeld te krijgen van de manier waarop zij omgaan met informatie van internetbronnen. De centrale vraag is in hoeverre internet zorgt voor veranderingen in werkwijzen en opvattingen van journalisten.

De onderzoeksvragen zijn:

- 1 Hoe ziet het internetgebruik van Nederlandse journalisten eruit?
- 2 Voor welke veranderingen zorgt internet in de werkwijze van journalisten?
- 3 Hoe kijken journalisten aan tegen de gevolgen die internet heeft voor de journalistiek?

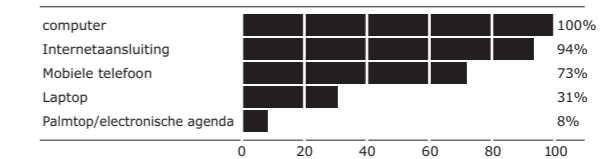
RESULTATEN

In de beschrijving van de resultaten¹ bekijken we eerst over welke technische faciliteiten journalisten beschikken. Vervolgens gaat de aandacht uit naar de functies die internet en e-mail² vervullen in de journalistieke praktijk. De geloofwaardigheid en bruikbaarheid van internetbronnen komen daarna aan de orde. Tot slot bekijken we de opvattingen van journalisten over de invloed van internet en e-mail op hun eigen werkwijzen en de journalistiek in zijn algemeenheid. Daar waar het interessante gegevens oplevert is een onderscheid gemaakt tussen verschillende leeftijdscategorieën en typen media waarvoor journalisten werkzaam zijn.

Faciliteiten

Om inzicht te krijgen in het gebruik van internet en e-mail in de journalistieke praktijk moet eerst duidelijk worden over welke faciliteiten journalisten beschikken. Met welke instrumenten zijn journalisten uitgerust in het tijdperk van nieuwe media? Het zal niemand verbazen dat alle journalisten beschikken over een computer. Bijna alle journalisten hebben eveneens de beschikking over een internetaansluiting. Slechts een kleine groep van zes procent moet het (zowel thuis als op het werk) zonder doen. Van deze groep maakt eenderde nooit gebruik van internet, terwijl de rest weliswaar niet beschikt over een persoonlijke internetaansluiting, maar (zoals een journalist op zijn antwoordformulier aangaf) op de redactie gebruik kan maken van een gezamenlijke toegang tot internet. In een tijdperk waarin snelheid een belangrijk kenmerk is voor journalistieke werkzaamheden, zou men verwachten dat journalisten goed bereikbaar willen zijn. Toch bezit een kwart van de jour-

Hardware (werk of privé)



nalisten geen mobiele telefoon. Indien we dit gegeven bekijken tegen de achtergrond van leeftijd zien we dat naarmate journalisten ouder zijn, het percentage dat een mobiele telefoon bezit lager is. De beroepsgroep blijkt overigens niet direct warm te lopen voor alle moderne ontwikkelingen in het tijdperk van nieuwe media. Slechts een zeer kleine groep maakt gebruik van een palmtop. Dit komt overeen met het bezit van dit apparaat onder Amerikaanse journalisten.

Bezit van mobiele telefoon naar leeftijd
(N=658)

Leeftijdscategorie	%
Ouder dan 60 jaar	55%
50-59 jaar	60%
40-49 jaar	74%
30-39 jaar	79%
Jonger dan 30	87%

Gebruik van internet en e-mail

De vraag is in hoeverre internet en e-mail op dit moment zijn ingeburgerd in de journalistieke praktijk. Welke internettoepassingen gebruiken journalisten en hoeveel tijd spenderen ze daaraan?

De opmars van internet en e-mail in de journalistiek is nog niet zo heel lang gaande. Als we kijken naar het aantal jaren dat journalisten internet en e-mail gebruiken, dan blijkt dat meer dan driekwart van de journalisten minder dan vijf jaar ervaring heeft met beide. Een kleine groep maakt er minder dan een jaar gebruik van. Dat internet en e-mail inmiddels gangbaar zijn in de journalistiek blijkt uit het feit dat slechts twee procent van de journalisten zegt er geen gebruik van te maken. Er is dus sprake van een snelle ontwikkeling met een groot bereik. Het aandeel gebruikers van internet en e-mail onder Nederlandse journalisten is identiek aan dat onder hun Duitse collega's; in beide landen is naar schatting 98% van de journalisten on line.

Internet blijkt zich wijd te hebben verspreid in de journalistiek, maar hoe zit dat met de diverse internettoepassingen? Internet kent immers diverse mogelijkheden, zoals zoeken naar informatie met zoekmachines, websites bezoeken, nieuwsgroepen raadplegen, en babbelen (chatten) met andere

Aantal jaren dat journalisten internet en e-mail gebruiken
(N=678)

	Internet	E-mail
Maakt geen gebruik	2%	2%
Minder dan 1 jaar	5%	8%
1-5 jaar	76%	75%
Langer dan 5 jaar	17%	15%

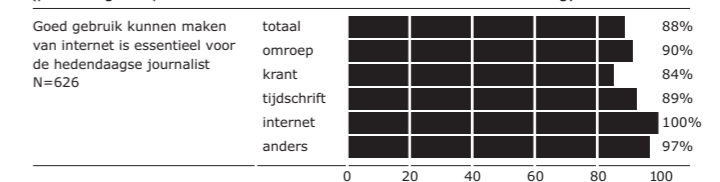
gebruikers. De toepassingen waar journalisten gebruik van maken, blijken sterk te variëren. Het zogenaamde chatten (via een website of via een vorm van instant messaging) blijkt nauwelijks een rol te spelen in de journalistieke praktijk. Ook elektronische knipseldiensten en nieuwsgroepen worden door slechts een beperkte groep journalisten gebruikt. Andere applicaties blijken wijder verbreid onder journalisten. Zo maken bijna alle journalisten gebruik van e-mail. Daarmee is dit de belangrijkste internettoepassing in de journalistieke praktijk.

Verder blijkt dat websites en zoekmachines veelvuldig gebruikte toepassingen zijn. Opvallend is dat internetjournalisten zoekmachines veel minder gebruiken dan andere journalisten. Wellicht beschikken zij over meer kennis van het internet en hebben ze daardoor deze applicatie minder nodig om hun weg te vinden op de digitale snelweg. In het gebruik van andere internettoepassingen lopen internetjournalisten daarentegen voorop. In vergelijking met andere journalisten is in deze groep het ontvangen van nieuwsbrieven of e-zines, het gebruik maken van elektronische knipseldiensten, het raadplegen van nieuwsgroepen en instant messaging gangbaarder.

Krantenjournalisten komen wat betreft hun gebruik van internettoepassingen als conservatieve groep naar voren. In vergelijking met andere journalisten is het gebruik van nieuwsbrieven, nieuwsgroepen en elektronische knipseldiensten onder deze groep minder gebruikelijk.

Ondanks het feit dat de meeste journalisten relatief kort (minder dan vijf jaar) werken met internet en e-mail, blijkt dat ze er voor hun werk wel bijna iedere dag tijd voor vrijmaken. Ongeveer de helft werkt dagelijks meer dan één uur, maar minder dan vier uur met internet en e-mail. De groep journalisten die dagelijks meer dan vier uur aan deze

Stelling over noodzaak van internetvaardigheden
(percentage respondenten dat het eens is met de betreffende stelling)



Tijdsbesteding per dag aan internet en e-mail

	Beroepsmatig	Privé
Zelden/nooit	2%	14%
Korter dan 1 uur	37%	63%
Meer dan 1 uur minder dan 2 uur	34%	14%
Meer dan 2 uur minder dan 4 uur	20%	7%
Meer dan 4 uur	7%	2%

activiteiten besteedt, blijkt voor meer dan de helft te bestaan uit internetjournalisten. Onder de krantenjournalisten brengt juist een relatief grote groep weinig tijd door met internet of e-mail. Nederlandse journalisten spenderen voor hun werk evenveel tijd aan internet en e-mail als hun Duitse collega's. Voor de Duitse journalisten liggen de cijfers als volgt: 37% minder dan een uur, 33% tussen één en twee uur, 15% tussen twee en vier uur, en 9% meer dan vier uur. Vergelijkbare gegevens over Amerikaanse journalisten ontbreken, in het onderzoek van Middleberg en Ross (2001) komt alleen naar voren dat ze gemiddeld 15 uur per week (5,2 uur thuis en 9,9 uur op hun werk) besteden aan e-mail. Internet is hierbij niet inbegrepen.

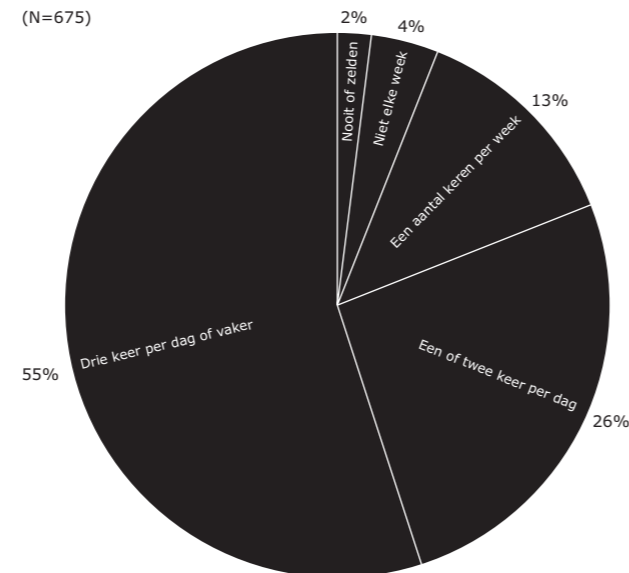
Het internetgebruik van journalisten lijkt verspreid over de hele dag plaats te vinden. Meer dan de helft van de journalisten geeft aan vaker dan drie keer per dag het internet op te gaan. Dit geldt ook voor het verzenden en ontvangen van e-mail. Meer dan de helft van de journalisten verstuurt meer dan drie keer per dag e-mail, en driekwart kijkt drie keer per dag of vaker of er nieuwe berichten via e-mail zijn binnengekomen. Veertig procent van alle journalisten zegt overigens via automatisch melding voortdurend de komst van nieuwe e-mailberichten in de gaten te houden.

De cijfers maken duidelijk dat internet en e-mail inmiddels belangrijke instrumenten zijn in de journalistieke praktijk en dat de meerderheid van de journalisten per e-mail dagelijks bereikbaar is.

Opleiding internetgebruik

Aangezien journalisten internet en e-mail in groten getale en tamelijk intensief gebruiken voor hun werk, is het de vraag of ze een specifieke training hebben gehad op dit terrein.

Frequentie waarmee journalisten via een browser het internet op gaan
(N=675)



Frequentie waarmee journalisten e-mail versturen en ontvangst controleren
(N=680)

	Verz. NL	Contr. VS	Verz. en contr.
Drie keer per dag of vaker	58%	74%	78%
Een of twee keer per dag	21%	20%	20%
Een aantal keren per week	16%	5%	1%
Niet elke week	3%	0%	1%
Nooit of zelden	2%	1%	0%

Cursus journalistiek internetgebruik
(N=672)

	NL	VS
Ja, via organisatie waar ik werk	12%	15%
Ja, tijdens journalistieke opleiding of op eigen initiatief	7%	13%
Nee	81%	71%

De overgrote meerderheid van de journalisten (81%) heeft nooit een cursus gevolgd voor journalistiek gebruik van internet. Onder Amerikaanse journalisten is dit percentage kleiner (71%). Overigens blijkt dat bijna een kwart van de Nederlandse krantenjournalisten en een kwart van de internetjournalisten een cursus journalistiek internetgebruik heeft gehad. Van de tijdschriftjournalisten heeft twaalf procent een cursus gevolgd en van de omroepjournalisten circa twintig procent. De cijfers komen wat betreft tijdschrift- en omroepjournalisten overeen met de Amerikaanse situatie. Het aandeel krantenjournalisten dat een cursus heeft gehad is in de Verenigde Staten echter een stuk hoger dan in Nederland, namelijk meer dan de helft.

Het ontbreken van een opleiding in het gebruik van internet in het journalistieke werk is opvallend, omdat een ruime meerderheid van de journalisten vindt dat goed gebruik kunnen maken van internet essentieel is voor de hedendaagse journalist. Opvallend is verder dat krantenjournalisten (samen met internetjournalisten) meer dan andere journalisten een cursus internetgebruik hebben gehad, terwijl in deze groep het aandeel journalisten dat internetvaardigheden als noodzakelijk beschouwd het laagst is.

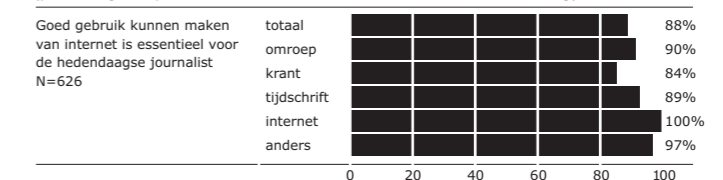
Functies

Een interessante vraag is welke functies internet en e-mail vervullen voor de journalistieke praktijk. Om daar een beeld van te krijgen bekijken we voor welke doeleinden journalisten internet en e-mail gebruiken.

Internet

Op de hoogte blijven van het laatste nieuws scoort het hoogst als we kijken naar het dagelijks gebruik

Stelling over noodzaak van internetvaardigheden
(percentage respondenten dat het eens is met de betreffende stelling)



dat journalisten maken van internet. De helft van de journalisten raadpleegt voor dit doel elke dag het internet. Internet vervult een belangrijke journalistieke informatiefunctie, namelijk het zoeken en controleren van informatie. De belangrijkste functie bestaat uit het zoeken naar achtergrondinformatie. Ongeveer tweederde van de ondervraagde journalisten geeft aan internet hier dagelijks of wekelijks voor te gebruiken, en slechts tien procent zegt zelden of nooit met dit doel internet te gebruiken. Internet wordt ook veelvuldig gebruikt voor het verifiëren van informatie en het raadplegen van persberichten. In beide gevallen zegt bijna de helft van de journalisten internet hier dagelijks of wekelijks voor te gebruiken.

Internet heeft daarnaast een belangrijke praktische functie, namelijk als middel om zogenaamde service-informatie te vinden. Hieronder valt onder meer het raadplegen van een telefoongids, reisplanner of woordenboek. Bijna driekwart van de journalisten gebruikt internet daarvoor dagelijks of wekelijks.

Wat betreft het jagen op nieuws vervult internet een minder prominente functie. Zo'n zestig procent van de journalisten gebruikt internet nooit of zelden voor het zoeken naar ideeën voor verhalen. Voor het zoeken naar nieuwe informanten of experts maakt bijna de helft van de journalisten geen gebruik van internet. Met name journalisten die werken voor kranten en tijdschriften zijn in dit opzicht conservatief. Van beide groepen gebruikt slechts ruim eenderde internet om ideeën voor verhalen op te doen, terwijl de helft van de omroepjournalisten en bijna tweederde van de internetjournalisten internet voor dat doel gebruiken. Ten slotte zien we ook dat de omroepjournalisten vaker dan hun collega's internet gebruiken om nieuwe informanten te zoeken.

Nederlandse journalisten verschillen in dit opzicht

van Amerikaanse journalisten. Meer dan de helft van de Amerikaanse journalisten vindt het zoeken naar ideeën voor verhalen een belangrijke functie van internet, terwijl in Nederland zestig procent zegt internet hier nooit voor te gebruiken. In het zoeken naar informanten verschillen Nederlandse en Amerikaanse journalisten eveneens. Zo'n zeventig procent van de Amerikaanse journalisten gebruikt internet voor het zoeken naar nieuwe informanten, terwijl bijna de helft van de Nederlandse journalisten zegt internet hiervoor zelden of nooit te gebruiken.

Eerder is vastgesteld dat het bezoeken van websites samen met e-mail de belangrijkste internet-toepassing is. Websites bestaan vaak uit diverse onderdelen. De vraag is welke van die onderdelen nuttig zijn voor journalisten. De gegevens laten zien dat veel journalisten websites raadplegen voor tekstinformatie. Zo scoren archieven, een zoekfunctie, persberichten en tekstbestanden hoog. Daarnaast is de mogelijkheid tot het leggen van contact volgens journalisten een belangrijk onderdeel van websites. Dat blijkt uit de waardering voor het vermelden van contact- of adresgegevens en voor het bieden van de mogelijkheid een e-mail te sturen. Onder journalisten bestaat minder behoefte aan beeldmateriaal (foto's, infografieken). Het aanbieden van geluidsmateriaal (audio) en bewegende beelden (video, animaties) is in de optiek van slechts een beperkt aantal journalisten nuttig.

De gegevens kunnen vergeleken worden met de Amerikaanse cijfers uit het onderzoek van Middleberg en Ross (2001). In hun vragenlijst ontbreken een aantal onderdelen die wel zijn opgenomen in de Nederlandse lijst. Een voorbeeld daarvan is het onderdeel archieven, een aspect dat Nederlandse journalisten als uiterst nuttig aanduiden. De Amerikaanse en Nederlandse gegevens tonen een vergelijkbaar beeld. Blijkbaar komen de voorkeuren van Nederlandse en Amerikaanse journa-

Doelen voor gebruik van internet (N=675)

	Dagelijks	Wekelijks	Niet elke week	Zelden of nooit	N
Zoeken naar achtergrondinformatie	28%	39%	23%	10%	675
Service-informatie	37%	34%	16%	13%	675
Laatste nieuws/actualiteit volgen	51%	18%	10%	21%	668
Verifiëren/controleren van informatie	18%	31%	25%	26%	672
Persberichten zoeken/raadplegen	20%	27%	2%	30%	672
Tekstinformatie downloaden	8%	26%	29%	37%	663
On line publicaties lezen of zoeken	10%	19%	28%	43%	664
Concurrerende media volgen	20%	19%	16%	45%	668
Nieuwe informanten zoeken	7%	17%	28%	48%	662
Zoeken naar ideeën voor verhalen	12%	14%	15%	59%	662
Beeld of geluid downloaden	3%	9%	12%	76%	662
On line persconferenties bekijken	0%	2%	5%	93%	661

Nuttige onderdelen van websites (N=672)

	NL	VS
Archieven	88%	n.v.t.*
Zoekfunctie	84%	76%
Persberichten	80%	72%
Contact- of adresgegevens	80%	84%
Tekstbestanden	76%	63%
Links	75%	n.v.t.*
E-mail sturen	74%	18%
Biografieën of curricula vitae	63%	51%
Foto's	45%	52%
Infografieken	34%	n.v.t.*
Site map	31%	53%
Audio (live)	9%	12%
Geluidsbestanden	9%	11%
Videobestanden	8%	15%
Video (live)	7%	9%
Animaties	4%	3%

*Niet opgenomen in de vragenlijst van Middleberg en Ross (2001)

Doelen voor gebruik van e-mail

	Dagelijks	Wekelijks	Niet elke week	Zelden of nooit	N
Contact met collega's	46%	23%	16%	15%	667
Ontvangen van tips	16%	21%	25%	37%	668
Communiceren met publiek	15%	21%	21%	43%	663
Benaderen van nieuwe bronnen	7%	21%	27%	45%	658
Interviewen van bronnen	1%	7%	15%	77%	660

Gebruik van internettoepassingen

Contact met collega's	totaal	85%
	omroep	90%
	krant	83%
	tijdschrift	84%
	internet	100%
Ontvangen van tips	totaal	62%
	omroep	65%
	krant	62%
	tijdschrift	59%
	internet	84%
Communiceren met publiek	totaal	57%
	omroep	66%
	krant	59%
	tijdschrift	51%
	internet	84%
andere	26%	

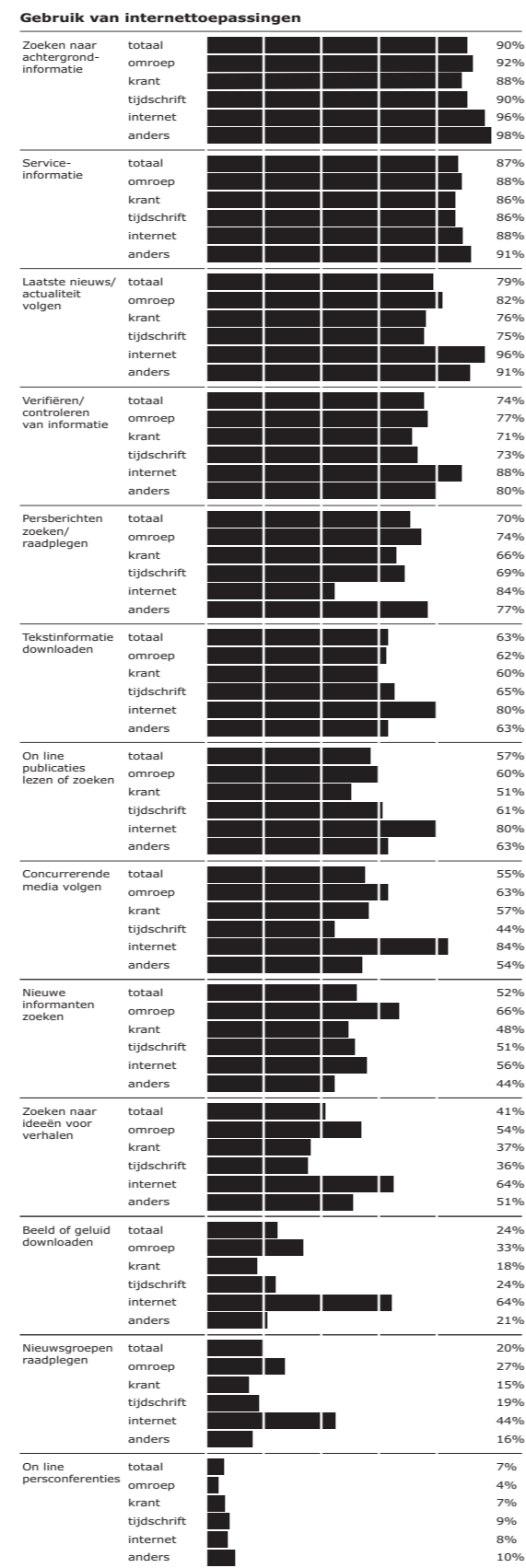
lijsten in dit opzicht overeen. Een uitzondering is de mogelijkheid tot het versturen van e-mail. Voor driekwart van de Nederlandse respondenten is dit een belangrijk onderdeel van een website, terwijl slechts een vijfde van de Amerikaanse journalisten dit een nuttig onderdeel noemt.

E-mail

Net als internet kunnen journalisten e-mail voor diverse doeleinden gebruiken. Veruit de belangrijkste functie bestaat uit het communiceren met collega's. Bijna zeventig procent van de journalisten geeft aan e-mail hier dagelijks of wekelijks voor te gebruiken. Het interviewen van bronnen via e-mail lijkt niet veel te gebeuren. Driekwart van de journalisten zegt dit zelden of nooit te doen. Internetjournalisten wijken enigszins af van dit beeld. In vergelijking met andere journalisten scoort deze groep hoger in het gebruik van e-mail voor de genoemde doelen. Internetjournalisten benutten dit communicatiemiddel met name meer voor contact met hun publiek, het benaderen van nieuwe bronnen en het interviewen van bronnen. Met name krantenjournalisten lijken huiverig om via e-mail nieuwe bronnen te benaderen en hun bronnen te ondervragen.

Gebruiken journalisten voor die verschillende doelen verschillende e-mailadressen? Het overgrote deel van de journalisten heeft meer dan één e-mail-adres. Uit het onderzoek van Middleberg en Ross (2001) blijkt dat het bezit van e-mailadressen onder Amerikaanse journalisten vergelijkbaar is. Alleen het percentage journalisten met meer dan drie adressen is in de Verenigde Staten hoger.

Vervolgens kunnen we kijken of journalisten die meerdere e-mailadressen hebben, deze voor specifieke doeleinden gebruiken. Het merendeel heeft een apart adres voor privé-doeleinden. Een kwart



* De percentages in dit staafdiagram zijn gebaseerd op de respondenten die hebben geantwoord internet voor de genoemde doelstellingen dagelijks, wekelijks of niet elke week te gebruiken.

van de ondervraagden heeft een apart adres voor het onderhouden van contacten met collega's. Twintig procent gebruikt een apart adres voor het communiceren met het publiek.

In het onderzoek van Middleberg en Ross is ook naar het doel van verschillende adressen gevraagd. Een kwart van de Amerikaanse journalisten meldt een apart adres te hebben voor het communiceren met bronnen. In ons onderzoek heeft slechts zeven procent hiervoor een apart adres. Daarentegen zegt de helft van de Amerikaanse journalisten te beschikken over een apart e-mailadres voor privé-gebruik, tegenover driekwart van de Nederlandse journalisten.

De telefoon vervult nog steeds een centrale rol in het leggen van contact met informanten. Zowel bekende als onbekende bronnen worden bij voorkeur telefonisch benaderd. Ongeveer een kwart vindt e-mail of een persoonlijke ontmoeting een goede manier om contact te leggen met onbekende informanten. Reeds bekende informanten worden makkelijker via e-mail benaderd, hoewel ook in dit geval de telefoon het hoogst scoort. Een persoonlijke ontmoeting wordt minder belangrijk geacht als het gaat om bekende informanten. De fax blijkt in het contact met informanten een marginale positie in te nemen.

Eerder was reeds vastgesteld dat driekwart van de journalisten zelden of nooit een interview afneemt via e-mail. Een nog grotere groep geeft aan dat e-mail geen reguliere vervanging is voor een telefonisch of face-to-face-interview. We zien dat omroepjournalisten en krantenjournalisten voor het houden van interviews nauwelijks van e-mail gebruik maken. Vooral voor omroepjournalisten is dat logisch, zij hebben beelden of geluid nodig. Slechts een beperkt aantal journalisten zegt vaak van e-mail gebruik te maken in plaats van een telefonisch gesprek of een persoonlijke ontmoeting.

Aantal e-mail adressen (N=680)

	NL	VS
Eén	17%	11%
Twee	44%	41%
Drie	23%	20%
Twee	16%	27%
Geen	1%	1%

Gebruik van e-mailadres voor een specifiek doel

	NL	VS
Privé	73%	50%
Contact met collega's	27%	n.v.t.*
Communicatie met lezers, kijkers of luisteraars	20%	n.v.t.*
Tipgevers/bronnen	7%	25%
	n.v.t.**	23%

* Niet opgenomen in de vragenlijst van Middleberg en Ross (2001)
** Niet opgenomen in de vragenlijst van dit onderzoek.

Wijze van benaderen van onbekende en bekende informanten

	Onbekende informanten	Bekende informanten
E-mail	22%	46%
Telefoon	83%	72%
Persoonlijk	25%	17%
Fax	2%	4%

Dat betekent niet dat journalisten e-mail als ongeschikt medium beschouwen voor het ontvangen van informatie. Driekwart van de respondenten zegt gegevens die hen via e-mail bereikt op dezelfde manier te gebruiken als telefonisch verkregen informatie. Journalisten kennen hun bronnen niet in alle gevallen telefonisch of persoonlijk. Eenderde zegt sommige bronnen of informanten louter via e-mail te kennen.

Geloofwaardigheid en bruikbaarheid

Nu duidelijk is geworden dat internet en e-mail inmiddels zijn uitgegroeid tot belangrijke instrumenten voor de journalistieke praktijk, dringt de vraag zich op hoe journalisten de aldus verkregen informatie ervaren. Hoe betrouwbaar vinden journalisten bronnen die ze op het internet raadplegen en informatie die ze via de e-mail ontvangen? En hoe bruikbaar is informatie van internet?

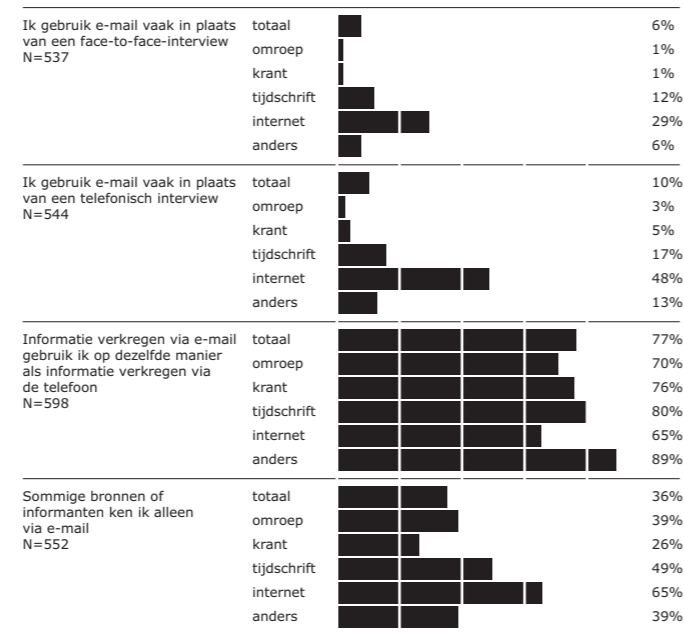
Internet is blijkbaar een bruikbare informatiebron, want de overgrote meerderheid van de ondervraagde journalisten geeft aan het niet eens te zijn met de stelling dat informatie van internet niet direct bruikbaar zou zijn omwille van de onbetrouwbaarheid van die informatie.

Websites

Kijken we naar de waarde die journalisten aan verschillende soorten websites toekennen, dan zien we daar variatie optreden. De journalisten is gevraagd de geloofwaardigheid van verschillende soorten sites aan te geven op een schaal van één tot en met vijf. Gemiddeld kennen journalisten aan sites van overheidsinstanties en aan sites van nieuwsmedia de hoogste geloofwaardigheid toe. Een lagere geloofwaardigheid kennen ze toe aan websites van bedrijven en aan sites van belangengroepen.

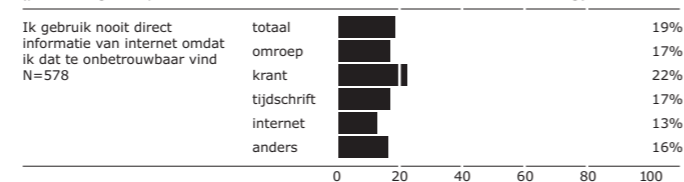
Stellingen over gebruik van e-mail

(percentage respondenten dat het eens is met de betreffende stelling)



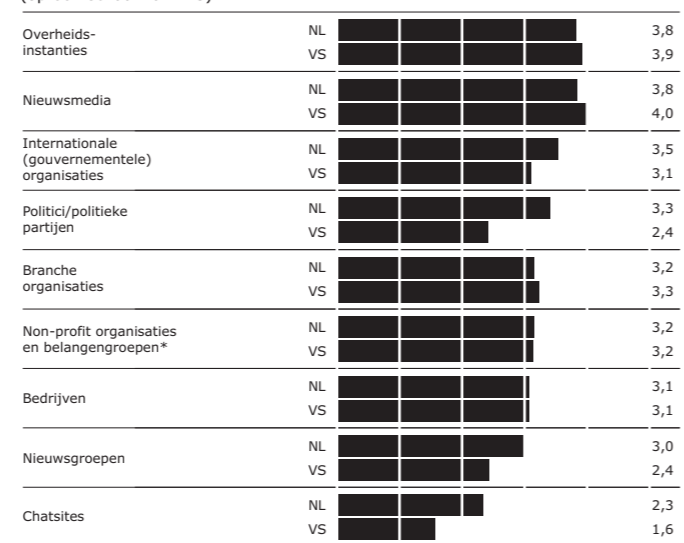
Stelling over bruikbaarheid van informatie van internet

(percentage respondenten dat het eens is met de betreffende stelling)



Geloofwaardigheid van verschillende soorten sites

(op een schaal van 1-5)



* In dit onderzoek zijn in tegenstelling tot het onderzoek van Middleberg en Ross (2001) non-profit organisaties en belangengroepen apart onderzocht; de non-profit sector scoorde 3,4 en belangengroepen 2,9. Voor de vergelijking zijn beide in de tabel samengevoegd.

Als we deze gemiddelden vergelijken met de gemiddelden voor Amerikaanse journalisten, dan valt vooral op dat de Amerikanen sites van nieuwsmedia net iets geloofwaardiger vinden dan overheidssites. Wat verder opvalt is dat de Amerikaanse pers in vergelijking met de Nederlandse kritischer staat tegenover informatie die zij aantreffen in nieuwsgroepen en op chatsites.

Overigens blijkt het voor het toekennen van een 'geloofwaardigheidsscore' aan een site weinig uit te maken voor welk soort medium een journalist werkt. Er zijn wel verschillen te constateren tussen de leeftijdsgroepen. Onder jongere journalisten is het vertrouwen in sites van overheden en politieke partijen groter dan onder oudere journalisten.

De persoon of organisatie achter een site is niet de enige factor op grond waarvan journalisten informatie op een site beoordelen. De actualiteit van een site en eerder gebruik van informatie van die site vormen eveneens belangrijke factoren. Relatief onbelangrijk lijkt de lay-out en de geografische herkomst van een site. Beide spelen een marginale rol bij de beoordeling van de informatie op een site.

Bronvermelding en controle

Het is vervolgens interessant te zien hoe journalisten omgaan met bronvermelding bij het gebruik van informatie van websites. Een meerderheid geeft aan niet altijd te melden van welke site informatie afkomstig is. Hierin bestaan verschillen tussen groepen journalisten. Internetjournalisten zeggen veel vaker altijd een geraadpleegde website als bron te vermelden dan journalisten die voor andere typen media werken. Omroepjournalisten scoren het laagst, van hen vermeldt eenderde altijd de website waar zij informatie vandaan halen.

Als journalisten internetbronnen niet consequent

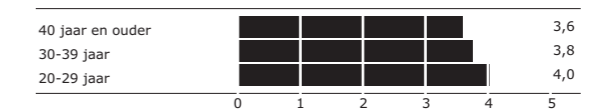
Geloofwaardigheid van sites van politieke partijen naar leeftijd

(op een schaal van 1-5)

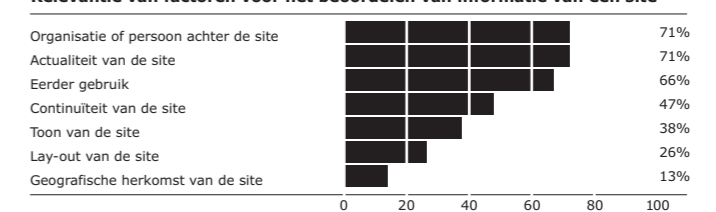


Geloofwaardigheid van sites van overheden naar leeftijd

(op een schaal van 1-5)

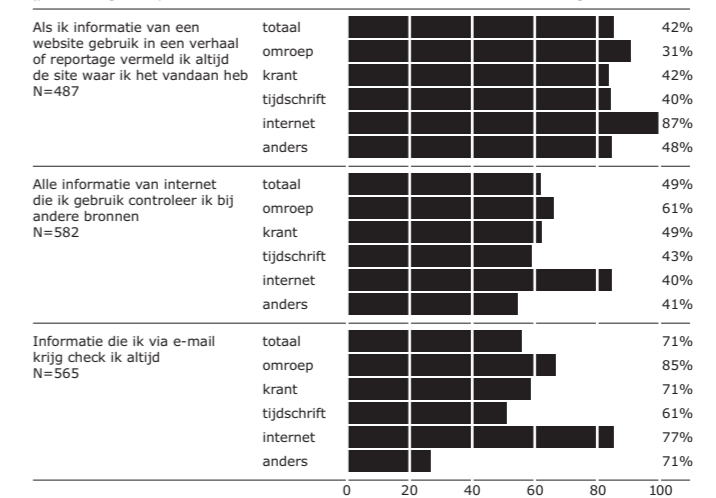


Relevantie van factoren voor het beoordelen van informatie van een site



Stellingen over vermelding en controle van internetbronnen

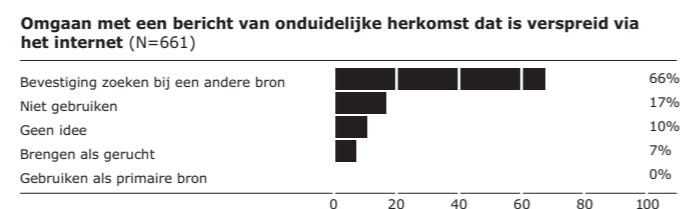
(percentage respondenten dat het eens is met de betreffendestelling)



vermelden, is het dan zo dat ze de informatie die ze van internet halen bij andere bronnen controleren? Dit blijkt niet altijd zo te zijn. De helft van de ondervraagden geeft aan dit niet stelselmatig te doen. Dit in tegenstelling tot informatie die journalisten via de (persoonsgerichte) e-mail ontvangen. Een ruime meerderheid geeft aan de informatie die ze via e-mail ontvangen consequent te checken.

Ook hier is sprake van verschillen tussen groepen journalisten. Tijdschriftjournalisten scoren in vergelijking met andere journalisten zowel laag bij het controleren van internetbronnen, als bij het checken van informatie die ze via e-mail ontvangen. Omroepjournalisten scoren daarentegen hoog bij het checken van internetbronnen en informatie verkregen via de e-mail. Ook al vermeldt deze groep slechts sporadisch waar zij informatie vandaan heeft, de informatie die ze gebruikt checkt zij wel vaker. Daarmee lijken omroepjournalisten meer eigen verantwoordelijkheid te nemen voor de betrouwbaarheid van informatie die ze via internet of e-mail hebben verkregen.

Aan de journalisten is verder gevraagd hoe zij omgaan met een mededeling uit een nieuwsgroep of discussieforum en hoe zij omgaan met een bericht van onduidelijke herkomst (gerucht) dat is verspreid via internet. Een grote meerderheid van tachtig procent heeft nog nooit een mededeling uit een nieuwsgroep of discussieforum als bron voor een verhaal gebruikt. Op de vraag hoe men om zou gaan met informatie van onduidelijke herkomst op het internet, geeft zeventien procent aan dat nooit te zullen gebruiken voor een verhaal. Driekwart van de ondervraagden zou de informatie verifiëren bij een andere bron. Twee journalisten gaven aan zo'n bericht te gebruiken als primaire bron.



Journalistiek nut

In hoeverre beschouwen journalisten e-mail en internet als nuttige journalistieke instrumenten? En op welke manier hebben deze communicatiemiddelen het journalistieke werk veranderd? Om daar een beeld van te krijgen hebben we de journalisten een aantal stellingen voorgelegd over onder meer het nut voor het vinden van informatie, en snelheid en variatie van informatiegaring.

Informatie vinden

De journalisten blijken positief te zijn over het verzamelen van informatie via internet. Ruim negentig procent noemt het medium een goed middel voor het vinden van informatie. Slechts een zeer kleine groep zegt vrijwel nooit aan bruikbare informatie te komen via internet.

De journalisten geven aan dat de komst van internet de informatiegaring heeft beïnvloed. Driekwart zegt via internet vaker informatie van ver te halen, bijvoorbeeld uit het buitenland. Journalisten komen daardoor aan informatie die vroeger onbereikbaar was. Dat kan ook afgeleid worden uit het gegeven dat driekwart van de journalisten zegt tegenwoordig meer informatie te verzamelen dan vroeger.

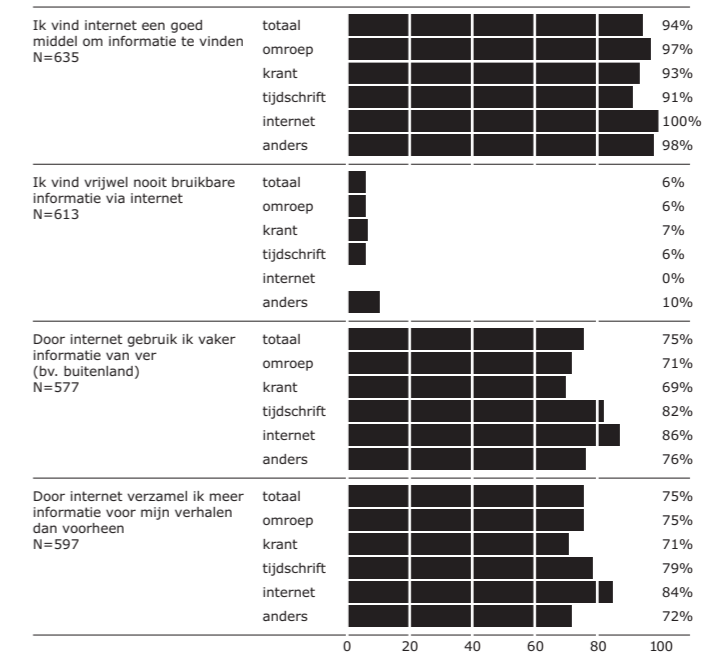
Snelheid

Internet en e-mail blijken in de optiek van journalisten de informatiegaring te vergemakkelijken. De overgrote meerderheid geeft aan dat ze via deze communicatiemiddelen sneller aan informatie kunnen komen. Volgens driekwart van de journalisten zijn bovendien bronnen en informanten beter bereikbaar.

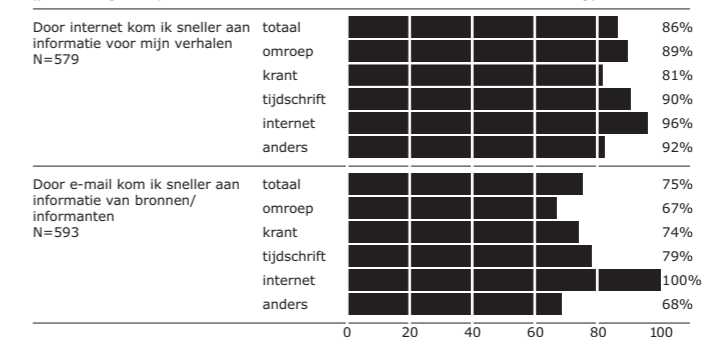
Variatie

De opkomst van internet blijkt ook van invloed te zijn op het gebruik van bronnen door journalisten. Zeventig procent legt via internet contact met

Stellingen over het vinden van informatie (percentage respondenten dat het eens is met de betreffende stelling)



Stellingen over snelheid van informatiegaring (percentage respondenten dat het eens is met de betreffende stelling)



bronnen die ze anders waarschijnlijk nooit zouden hebben leren kennen. Slechts eenderde is door internet niet veranderd in brongebruik en maakt van dezelfde bronnen en informanten gebruik als voorheen. Dit zou kunnen betekenen dat internet ervoor zorgt dat het gebruik van bronnen in de Nederlandse journalistiek wellicht gevarieerder wordt. Overigens blijkt ook hier dat kranten-journalisten afwijken van hun collega's. Onder de krantenjournalisten is het percentage dat nog steeds dezelfde bronnen en informanten gebruikt als voor de komst van internet, hoger dan onder andere journalisten.

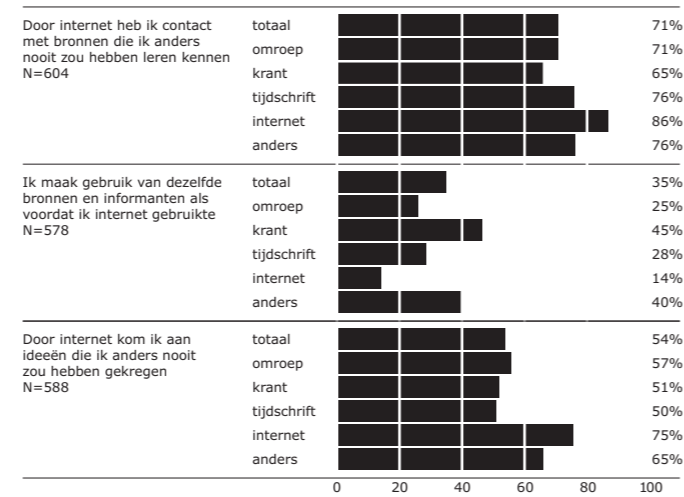
Internet blijkt ook een goed instrument te zijn om aan ideeën voor verhalen te komen. De helft van de journalisten geeft aan via internet aan ideeën te zijn gekomen die ze anders niet zouden hebben gekregen. Dat impliceert dat variatie aan 'story ideas' zal kunnen toenemen door internet.

Afstand

De opkomst van internet en e-mail in de journalistiek zou tot de ontwikkeling kunnen leiden dat journalisten minder vaak zelf op pad hoeven, omdat ze vanachter hun bureau een schat aan informatie kunnen verzamelen. Daardoor zou de afstand van de journalistiek met de werkelijkheid waarover ze berichten groter kunnen worden. Vooralsnog lijkt daar slechts in beperkte mate sprake van te zijn. Een klein deel van de journalisten vindt dat internet er voor zorgt dat ze minder vaak op pad gaan voor reportages. Een vergelijkbare groep meent dat het door internet minder belangrijk is bij gebeurtenissen aanwezig te zijn om erover te kunnen berichten. Onder de kranten- en omroepjournalisten vindt overigens slechts een zeer klein deel dat door internet het 'op pad gaan' en 'er bij zijn' minder belangrijk wordt. Het zijn vooral de internet-journalisten die hier erg afwijken van hun collega's. Meer dan de helft vindt dat door internet het minder belangrijk is om actief op pad te gaan.

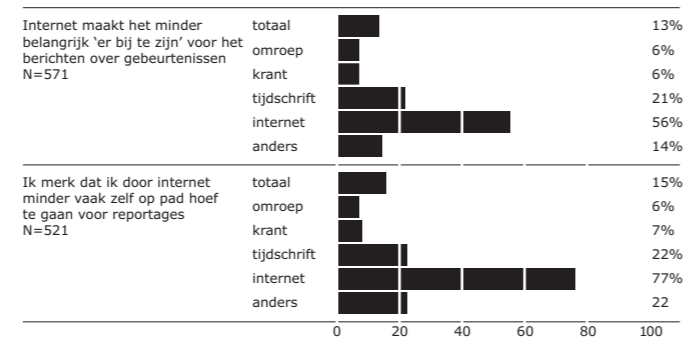
Stellingen over variatie in informatiegaring

(percentage respondenten dat het eens is met de betreffende stelling)



Stellingen over afstandelijkheid in verslaggeving

(percentage respondenten dat het eens is met de betreffende stelling)



Gemak

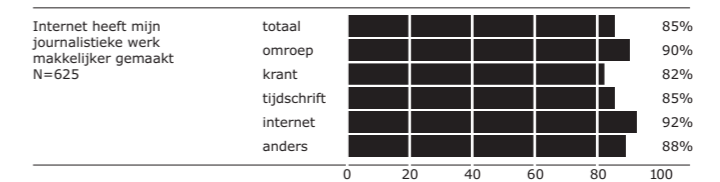
Journalisten blijken over het algemeen te vinden dat internet en e-mail het journalistieke werk makkelijker hebben gemaakt. Journalisten verzamelen nu meer informatie, die ze op een snellere manier kunnen vinden, ze leggen contact met nieuwe bronnen, die ze makkelijker kunnen bereiken, en ze komen aan ideeën die hen zonder internet nooit hadden bereikt. Uit het onderzoek van Middleberg en Ross (2001) komt hetzelfde beeld naar voren; een vergelijkbaar percentage (84%) van de Amerikaanse journalisten vindt dat internet het journalistieke werk vergemakkelijkt.

Publiek

Het nut van e-mail en internet hoeft niet louter te schuilen in het garen van informatie en aanboren van bronnen. Deze communicatiemiddelen kunnen ook het contact tussen journalisten en hun publiek bevorderen. Iets meer dan de helft van de journalisten vindt dat daar sprake van is; zij hebben door internet vaker contact met hun lezers, kijkers of luisteraars.

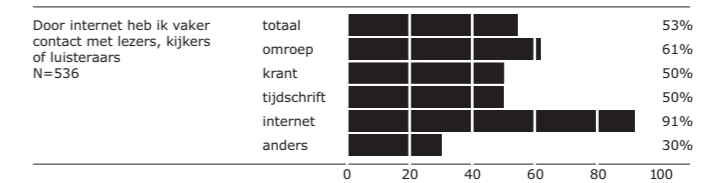
Stelling over vergemakkelijking van journalistiek werk

(percentage respondenten dat het eens is met de betreffende stelling)



Stelling over contact met publiek

(percentage respondenten dat het eens is met de betreffende stelling)



Veranderingen in de journalistiek

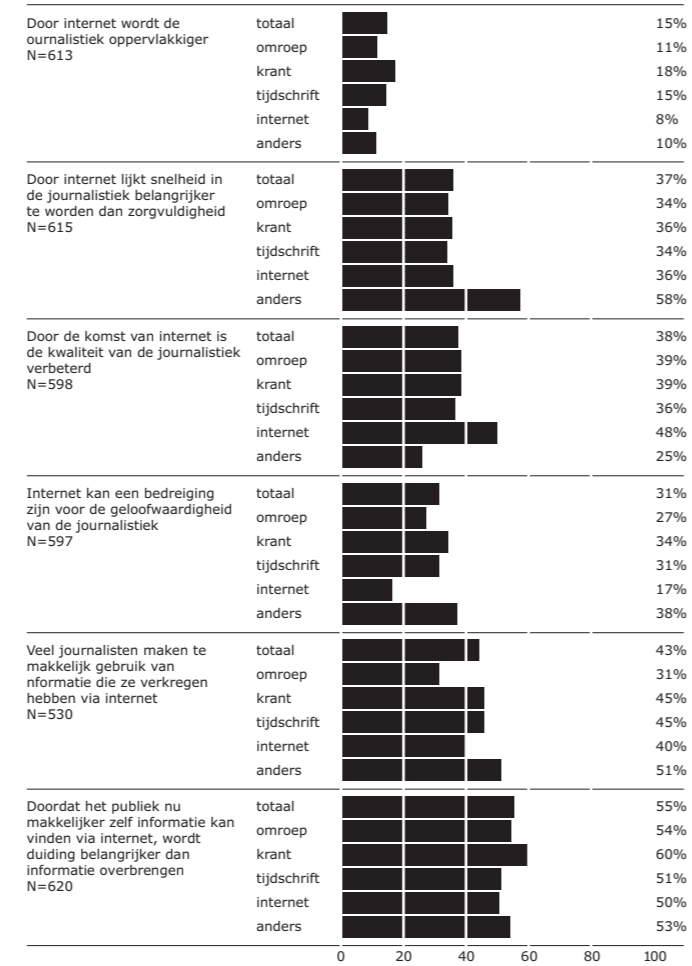
In de voorgaande paragraaf is bekeken op welke manier internet en e-mail de werkwijzen van journalisten beïnvloeden. Het beeld is naar voren gekomen dat deze instrumenten het journalistieke werk in diverse opzichten vergemakkelijken. Betekent dit nu ook dat de journalistieke kwaliteit daardoor verbetert? Om een indruk te krijgen van hoe journalisten daarover denken, hebben we ze een aantal stellingen over deze vraag voorgelegd.

Een grote meerderheid van de journalisten vindt niet dat internet de journalistiek oppervlakkiger maakt. Dat past in het beeld dat in de vorige para-

graaf naar voren is gekomen; journalisten kunnen immers meer informatie verzamelen en makkelijker bronnen raadplegen, waardoor verwacht mag worden dat de diepgang van hun verslaggeving verbetert. Opmerkelijk is echter dat bijna tweederde van de journalisten van mening is dat de kwaliteit van de journalistiek niet verbeterd is door de komst van internet. Dit lijkt in tegenspraak met de constatering uit de vorige paragraaf dat door internet het journalistieke werk makkelijker is geworden en de mogelijkheden voor informatiegaring zijn toegenomen.

Wellicht spelen een aantal andere zaken in dit verband een rol. Meer dan eenderde van de journalisten zegt bijvoorbeeld dat door internet snelheid belangrijker is geworden in de journalistiek, wat ten koste zou gaan van de zorgvuldigheid. Verder is bijna de helft van mening dat veel journalisten te gemakkelijk omgaan met informatie van internet. Dertig procent vindt dat internet een gevaar kan opleveren voor de geloofwaardigheid van de journalistiek. Een substantiële groep signaleert verder dat er sprake is van een veranderende functie van de journalistiek. Meer dan de helft van de journalisten denkt dat doordat mensen makkelijker zelf informatie kunnen vinden dankzij internet, duiding belangrijk wordt dan louter informatie overbrengen.

Stellingen over invloed van internet op de journalistiek in het algemeen
(percentage respondenten dat het eens is met de betreffende stelling)



CONCLUSIES EN DISCUSSIE

Dit onderzoek biedt inzicht in het internetgebruik van de Nederlandse journalist en schetst een beeld van de manier waarop de journalistieke praktijk verandert door de opkomst van internet en e-mail. Ter afsluiting van dit rapport zetten we de belangrijkste conclusies op een rij en formuleren op basis daarvan uitdagingen voor journalisten en communicatiemanagers.

Internetgebruik

Internet heeft de Nederlandse journalistiek in een tijdsbestek van circa vijf jaar zo goed als volledig veroverd. Circa 98% van de Nederlandse journalisten maakt voor hun werk gebruik van zowel internet als e-mail. En ze besteden daar dagelijks behoorlijk wat tijd aan. Meer dan zestig procent spendeert elke werkdag meer dan een uur aan internet en e-mail. De meeste journalisten gaan elke werkdag drie keer of vaker online om informatie te zoeken, e-mail te versturen en de ontvangst van elektronische post te controleren.

Het onderzoek maakt duidelijk dat internet voor het journalistieke werk vooral van belang is voor het verzamelen en verifiëren van informatie. De belangrijkste functie van e-mail bestaat daarentegen uit het communiceren met collega's. In de communicatie met bronnen vervult e-mail (nog) geen prominente rol. Journalisten geven de voorkeur aan de telefoon om (bekende of onbekende) bronnen te benaderen en interviewen. Maar in het verwerken van informatie maken de meesten geen onderscheid; of journalisten nu via de e-mail of via de telefoon gegevens hebben verkregen, ze gaan er op dezelfde manier mee om.

In een aantal gevallen hebben we wat betreft het gebruik van e-mail en internet verschillen geconstateerd tussen journalisten van verschillende typen media³. In vergelijking met andere journalisten lijken internetjournalisten vooruitstrevend in hun internetgebruik. Zo is het gebruik van bepaalde internettoepassingen en het gebruik van e-mail voor diverse journalistieke doeleinden in deze groep een stuk hoger. Krantenjournalisten komen daarentegen als iets conservatiever dan hun collega's van andere media uit de bus.

Veranderende werkwijzen

In de journalistieke praktijk is een aantal belangrijke veranderingen opgetreden door de komst van internet en e-mail. Journalisten kunnen sneller aan gegevens komen, meer informatie voor hun verhalen verzamelen en nieuwe bronnen en informanten raadplegen. Voor veel journalisten is de informatie die ze via internet en e-mail vergaren vaak direct bruikbaar, zodat het niet verwonderlijk is dat een grote meerderheid van mening is dat internet en e-mail hun werk makkelijker hebben gemaakt.

De eenvoudige bereikbaarheid van bruikbare informatie zou er toe kunnen leiden dat journalisten in toenemende mate hun verhalen van achter hun bureau in elkaar zetten. Ze hoeven er niet meer op uit, want alle benodigde informatie is onder handbereik. Daar is vooralsnog in beperkte mate sprake van. Journalisten vinden het weliswaar nog steeds belangrijk getuige te zijn van de gebeurtenissen waarover ze berichten, een kleine groep (15%) merkt echter wel dat ze tegenwoordig wat minder vaak erop uit hoeven voor reportages. Of dit de voorbode van een toekomstige ontwikkeling is valt moeilijk te zeggen.

Volgens sommige auteurs (*Porteman, 1999; Deuze, 2000*) zou de onbetrouwbaarheid van internetbronnen en de noodzaak tot het verifiëren van internetinformatie voor journalisten een probleem vormen. Onder Nederlandse journalisten blijkt daar weinig van. Slechts een minderheid gebruikt nooit rechtstreeks informatie van internet vanwege de onbetrouwbaarheid ervan. Bovendien doen veel journalisten niet aan bronvermelding of controle als ze internetinformatie gebruiken. Opmerkelijk genoeg is het controleren van via e-mail verkregen informatie veel gebruikelijker.

Gevolgen voor de journalistiek

Ondanks dat Nederlandse journalisten ervaren dat internet en e-mail hun persoonlijke werkzaamheden hebben vergemakkelijkt en hun mogelijkheden voor informatiegaring hebben vergroot, zijn ze van mening dat de Nederlandse journalistiek niet in kwaliteit is verbeterd door de komst van beide. Mogelijk zijn ze van mening dat niet alle journalisten op verantwoorde wijze omgaan met deze nieuwe journalistieke instrumenten. Die veronderstelling wordt gesteund door het gegeven dat meer dan veertig procent vindt dat collega's te makkelijk omgaan met via internet verkregen informatie. Daarnaast vindt eenderde van de journalisten dat snelheid een steeds belangrijkere factor wordt in de journalistiek en daardoor de zorgvuldigheid van de berichtgeving in het gedrang komt.

Nederlandse journalisten tonen zich derhalve kritisch over de consequenties van internet voor de kwaliteit van de journalistiek. De voordelen die internet biedt voor het journalistieke werk hebben in hun optiek niet automatisch een betere journalistiek tot gevolg. Mogelijk speelt ook een veranderende functie van de journalistiek hierin

een rol. Het publiek kan via internet zelf informatie verzamelen, waardoor het louter aanbieden van informatie een minder belangrijke journalistieke taak wordt. Volgens meer dan de helft van de journalisten wordt het bieden van duiding een steeds essentiëlere functie van de journalistiek. Die nieuwe rol voor journalisten, gekoppeld aan de journalistieke mogelijkheden van internet, zorgt voor enkele grote uitdagingen voor de journalistiek.

UITDAGINGEN VOOR JOURNALISTEN

Door e-mail beschikt het publiek over een laagdrempelig middel om met journalisten in discussie te treden. Ongeveer de helft van de Nederlandse journalisten zegt door e-mail inderdaad meer contact te hebben met het publiek. Die contacten bieden de journalistiek de mogelijkheid om beter dan ooit te weten wat het publiek wil. De uitdaging is deze publiekennis een zorgvuldig afgewogen plek te geven in het dagelijkse journalistieke werk.

Internetmedia lijken aan een kweekvijver van jonge journalisten werk te bieden. De groep is weliswaar (nog) klein, maar bestaat uit journalisten met veel kennis over internet. Ze kennen het world wide web tot in de verste uithoeken en beheersen de technieken om in die uithoeken te komen. Het zijn journalisten die het internet voor verschillende journalistieke doeleinden gebruiken. Van interactie met het publiek tot het vinden van nieuwe informanten, en van het volgen van nieuwsgroepen tot het opdoen van nieuwe ideeën voor hun verhalen. Daarmee vormen zij een bron van kennis en vaardigheden voor hun collega's die werken voor andere media. Het stimuleren van uitwisseling van die kennis en vaardigheden tussen internet-journalisten enerzijds en vertegenwoordigers van met name de geschreven pers anderzijds is een belangrijke uitdaging voor journalistiek Nederland.

Op het internet heeft iedereen de mogelijkheid tot massamediale informatieoverdracht en meningsuiting. Het ooit bescheiden bos van duidelijk herkenbare informatiebronnen is veranderd in een internationaal 'bronnenoerwoud'. Afzender en actualiteit van een site en de aard van de informatie zijn niet altijd even duidelijk te herleiden. Dit maakt het beoordelen van internetbronnen op grond van journalistieke waarden als betrouwbaarheid, objectiviteit en waarheidsgetrouwheid een lastige

zaak. Wie is het geloven waard? Nederlandse journalisten kennen echter in overgrote meerderheid geloofwaardigheid toe aan internetbronnen. Slechts de helft van de journalisten geeft aan consequent informatie van een internetbron te controleren bij een andere bron. Dat is interessant, omdat juist op internet achterhaalde of onjuiste informatie langere tijd kan blijven bestaan. Bovendien is slechts een minderheid van de journalisten geneigd in zijn of haar verhaal te vermelden van welke website bepaalde informatie komt. Een laatste poging het bronnenmonopolie dat de journalist voor de komst van het internet had te redden?

In het beoordelen en gebruiken van internetbronnen zou men een kritische houding van journalisten mogen verwachten. Journalisten zijn als geen ander opgeleid in het taxeren van informatie. Die kennis en ervaring wordt in een tijd dat journalisten hun bronnenmonopolie moeten opgeven, belangrijk voor de invulling van een nieuwe journalistieke rol. Meer dan de helft van de journalisten ziet een verschuiving plaatsvinden in de taak van de journalist; van informatie overdragen naar informatie duiden. In het extreme dus van het beschrijven van feiten naar het aanbieden van context. De uitdaging is aan die nieuwe rol op journalistiek verantwoorde wijze invulling te geven.

UITDAGINGEN VOOR COMMUNICATIEMANAGERS

Internet en e-mail hebben zich binnen vijf jaar stevig verankerd in de Nederlandse journalistiek. Journalisten hanteren nieuwe methoden voor het verzamelen van informatie en raadplegen van bronnen. Communicatiemanagers zullen rekening moeten houden met die veranderende journalistieke werkwijzen.

E-mail biedt communicatiemanagers de mogelijkheid journalisten van informatie te voorzien die volledig is afgestemd op hun specifieke werkgebied en behoefte. E-mail heeft de journalistieke informatiegaring vergemakkelijkt. Voor communicatiemanagers is e-mail een goedkoop en efficiënt middel om die informatie op maat aan te bieden. De uitdaging is de 'faxbombardementen' niet te vervangen door 'e-mailbombardementen'. E-mail kan de weg openen naar een doordachte en gerichte mediabenedering.

Zoals journalisten informatie die zij verkrijgen via de telefoon op identieke wijze behandelen als informatie verkregen via de e-mail, zo zou ook de afhandeling van vragen via de e-mail dezelfde prioriteit bij communicatiemanagers moeten hebben als de afhandeling van telefonische of persoonlijke vragen. Integratie van on line communicatie-uitingen in traditionele mediarelaties is in deze tijd een vereiste.

Dit onderzoek heeft duidelijk gemaakt dat internet door journalisten wordt gezien als een geloofwaardige en bruikbare informatiebron. Op dit moment is voor hen het zoeken en raadplegen van tekstinformatie verreweg de belangrijkste functie van het internet. Actieve nieuwsgaring is een minder belangrijke, maar desalniettemin niet te verwaarlozen functie van internet. De uitdaging voor communicatiemanagers is dan ook op de allereerste plaats te zorgen voor geloofwaardige en

bruikbare digitale informatiebronnen, die via zoekmachines makkelijk te vinden zijn. Met een betrouwbare, actuele en complete site, uitgerust met een goed archief, goede links en een goede zoekfunctie, voorziet men in een belangrijke journalistieke behoefte. Zeker in tijden van crises of andersoortige grootschalige (media) aandacht is het voor een organisatie van belang journalisten en publiek via het internet accuraat en snel te informeren.

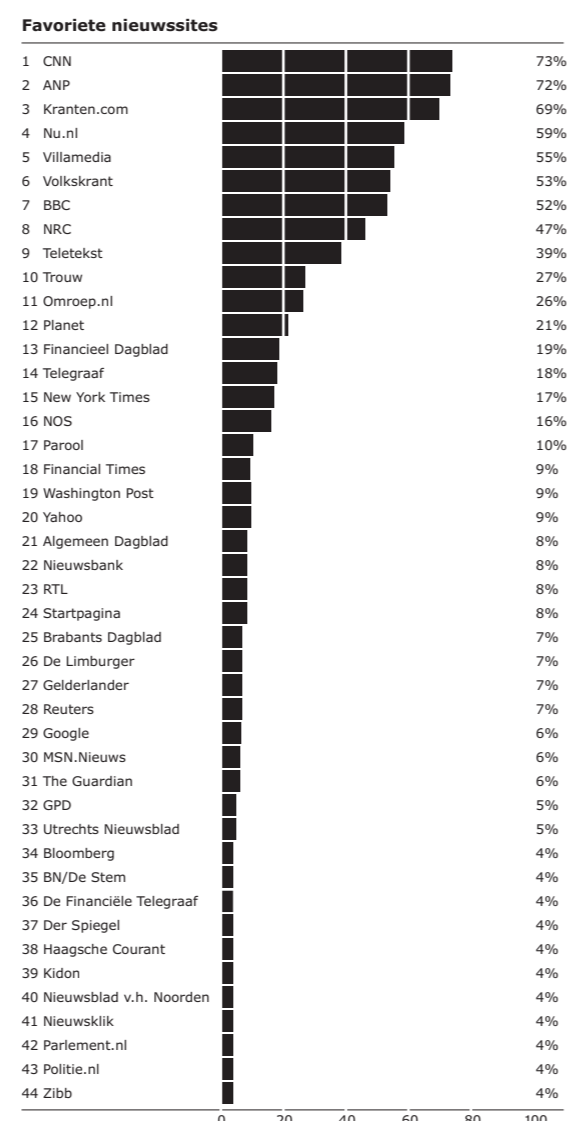
Juist on line faciliteiten zijn een instrument om daadwerkelijk inhoud te geven aan openheid en vraaggestuurd communiceren; niet als kunstje, maar als attitude. In het transparantietijdperk wordt niet anders meer verwacht. Het on line goed bedienen van journalisten en publiek en de daaruit voortvloeiende 'virtuele reputatie' is direct van invloed op de perceptie van de totale reputatie van een organisatie.

FAVORIETE NIEUWSSITES

De journalisten is gevraagd naar hun favoriete nieuwssites. Dat leverde een lijst van vele pagina's op met veel sites die één keer genoemd werden, variërend van VrouwOnline tot El Pais en van Sport.nl tot de website van de Leeuwarder Courant.

Op deze pagina zijn de 44 meest genoemde nieuwssites weergegeven. Opvallend is dat in de top twintig de grote landelijke dagbladen genoemd worden, met uitzondering van het Algemeen Dagblad. Wat buitenlandse kranten betreft scoren vooral de New York Times, de Financial Times en de Washington Post goed.

De publieke omroep is in de top twintig vertegenwoordigd door omroep.nl en door de NOS-site. Beide sites staan echter nog ver achter lijst-aanvoerder CNN en de BBC. De betaalde site van het ANP staat op een bijna gedeelde plaats met CNN; specifieke online-media als kranten.com en nu.nl en de website Villamedia zijn eveneens in de top vijf te vinden.



ONDERZOEKSOPZET

Doel van dit onderzoek was een overzicht te krijgen van het internetgebruik in de Nederlandse journalistiek en de gevolgen daarvan voor de journalistieke praktijk. Daarom is gekozen voor het verspreiden van tweeduizend enquêtes onder Nederlandse journalisten.

Voor het samenstellen van de steekproef is gebruik gemaakt van het ledenbestand van de Nederlandse Vereniging van Journalisten (NVJ). Naar schatting is tussen de zestig en zeventig procent van de Nederlandse journalisten lid van deze vereniging (Deuze, 2002). We hadden geen reden om aan te nemen dat het internetgebruik van NVJ-leden zouden afwijken van niet-leden, en daarom leek ons dit ledenbestand een geschikt steekproefkader. De NVJ-leden zijn ondergebracht in een aantal secties. Sommige secties zijn niet van belang voor dit onderzoek, omdat ze bestaan uit leden die niet werkzaam zijn als journalist. Onder meer de secties van student-leden, voorlichters en werkloze schoolverlaters zijn om die reden buitengesloten. Van alle relevante secties is gezorgd dat ze in de steekproef in dezelfde verhouding vertegenwoordigd zijn als in het steekproefkader (gestratificeerde steekproef). Dit is gedaan op basis van gegevens uit het jaarverslag van de NVJ. In de tabel hiernaast is te zien uit hoeveel leden de secties bestaan en hoeveel daarvan zijn opgenomen in de steekproef.

De vragenlijst is uitgewerkt en getest met hulp van interviews met vijf journalisten. In de laatste week van november 2001 zijn de tweeduizend vragenlijsten per post verstuurd. De journalisten konden de enquête op papier of op een speciale website invullen. Toegang tot deze website was beveiligd met een persoonlijke toegangscode, zodat journalisten slechts eenmalig een vragenlijst konden invullen. Ook is op die manier voorkomen dat mensen die geen deel uitmaakten van de steekproef

Aantal journalisten in het steekproefkader (relevante secties NVJ) en de steekproef

	Aantal in kader	%	Aantal in steekpr.
Dagbladen	2592	33,5%	670
Freelance	1838	23,7%	474
NVF	665	8,6%	172
Tijdschriften	942	12,2%	244
Omroep	1091	4,1%	282
Internet	91	1,2%	24
Kabelkranten	26	0,3%	6
Persbureaus	172	2,2%	44
Lokale media	325	4,2%	84
Totaal	7742	100%	2000

* Bron: Nederlandse Vereniging Journalisten (2001). Jaarverslag 1.4.00/1.4.01.

de vragenlijst via de website konden insturen. In de tweede week van januari 2002 zijn herinneringen verstuurd aan degenen die op dat moment nog geen vragenlijst hadden geretourneerd.

Uiteindelijk zijn 685 ingevulde enquêtes teruggekomen. Dat houdt een respons in van 34,3%. Daarmee is de response van dit onderzoek hoger dan die van vergelijkbare onderzoeken in de Verenigde Staten (*Middleberg & Ross, 2001*) en Duitsland (*Lünenbürger-Reidenbach, et al., 2000*). Deze studies kwamen tot een response van respectievelijk 5,7% en 16,3%.

Een moeilijkheid bij het beoordelen van de respons is dat in het ledenbestand van de NVJ sprake is van foutieve adressen en van niet-actieve journalisten. Deuze (2002) maakte in zijn onderzoek naar journalisten in Nederland eveneens gebruik van het NVJ-ledenbestand, en hij constateerde dat 44% van de leden niet bereikbaar was vanwege een foutief adres of niet tot de doelgroep van actieve journalisten behoorde (vanwege pensioen, arbeidsongeschiktheid of werkloosheid)⁴. Het bereik van de enquête zou onder actieve journalisten daarom hoger kunnen zijn dan de respons van 34,3% aangeeft.

NOTEN

1 Het aantal journalisten dat een vragenlijst heeft ingevuld en teruggestuurd bedraagt 685. Soms hebben respondenten vragen overgeslagen. Dat betekent dat het aantal geldige antwoorden niet altijd 685 bedraagt. In de voorkomende gevallen is melding gemaakt van het afwijkende aantal (N) antwoorden waarop de gegevens in tabellen en grafieken zijn gebaseerd. Het aantal reacties op de stellingen wijkt soms sterk af van het totaal aantal respondenten. Dit komt doordat de journalisten 'niet van toepassing' konden antwoorden als de stelling geen betrekking had op hun situatie. Dat is bijvoorbeeld het geval als ze geen gebruik maken van internet of e-mail, of als ze geen veranderingen in hun werkwijze door de komst van internet constateren, omdat ze hun hele journalistieke carrière al gebruik maken van dit medium. Enkele keren vergelijken we de gegevens uit dit onderzoek onder Nederlandse journalisten met studies onder Amerikaanse en Duitse journalisten. De Amerikaanse gegevens komen uit het onderzoek van Middleberg en Ross (2001) en de Duitse uit onderzoek van Lünenbürger-Reidenbach, Petersen & Wagensonner, (2000).

2 In de bespreking van de resultaten maken we onderscheid tussen internet en e-mail. Onder internet verstaan we in brede zin het bezoeken van websites en surfen op het zogenoemde world wide web (www). E-mail is het versturen van elektronische post.

3 Enige voorzichtigheid bij het vergelijken van deze groepen is geboden. Zo is het aantal internetjournalisten in de onderzoeksgroep zeer gering (N=25), wat te maken heeft met de beperkte omvang van dit specialisme binnen de beroepsgroep (vgl. Deuze, 2002). Belangrijk om te vermelden is verder dat verschillen tussen groepen journalisten diverse oorzaken zouden kunnen hebben. Zo is er bijvoorbeeld sprake van leeftijdsverschillen. Internetjournalisten zijn gemiddeld jonger dan hun collega's, en krantenjournalisten zijn juist ouder; meer dan eenderde van de internetjournalisten is

jonger dan dertig jaar, terwijl onder krantenjournalisten tien procent jonger is dan dertig.

Een andere reden voor verschillen in internetgebruik zou kunnen schuilen in verschil in werkzaamheden die journalisten verrichten. Wellicht houden internetjournalisten zich in vergelijking met andere journalisten meer bezig met bureauredactie en minder met verslaggeving. De aard van deze werkzaamheden maakt verschillen in internetgebruik aannemelijk. Om hier meer zekerheid over te krijgen zullen we de onderzoeksgegevens in de toekomst aan nadere analyses onderwerpen.

4 Dat in de steekproef niet-actieve journalisten waren opgenomen bleek ook uit enkele reacties die we van respondenten ontvingen. Een aantal belde op of stuurde de vragenlijst oningevuld terug met de mededeling dat ze niet actief waren als journalist.

REFERENTIES

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

Bardoel, J. (2002).
Het einde van de journalistiek? Nieuwe verhoudingen tussen professie en publiek. In J. Bardoel, C. Vos, F. van Vree & H. Wijffjes (red.). *Journalistieke cultuur in Nederland* (pp. 357-371).
Amsterdam: Amsterdam University Press.

Deuze, M. (2000).
Journalistiek in digitale omgeving: De medialogica van de Nederlandse internetjournalist.
Tijdschrift voor Communicatiewetenschap, 28, 349-366.

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

Hall, J. (2001).
Online journalism: A critical primer.
Londen: Pluto Press.

Middleberg, D. & Ross, S.S. (2001).
Survey of media in the wired world 2000: Seventh Annual National Survey.
New York: Middleberg Euro RSCG.

Lünenbürger-Reidenbach, W., Petersen, J. & Wagensonner, T. (2000).
Media studie 2000: Journalisten online.
Hamburg: Newsaktuel.

Nederlandse Vereniging van Journalisten (2001).
Jaarverslag 1.4.00/1.4.01.
Amsterdam: NVJ.

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

Bijlage: Karakteristieken journalisten

Om een beeld te krijgen van de samenstelling van de onderzoeksgroep volgt hier een overzicht van een aantal kenmerken van de onderzochte journalisten.

Leeftijd (N=658)

Ouder dan 60 jaar	2%
50-59 jaar	19%
40-49 jaar	29%
30-39 jaar	35%
Jonger dan 30 jaar	15%

Jaren journalistieke ervaring (N=673)

Minder dan een jaar	0%
1-5 jaar	20%
5-10 jaar	18%
Meer dan 10 jaar	62%

Hoogst genoten opleiding (N=680)

Niet journalistieke, universitaire opleiding	31%
HBO School voor journalistiek	30%
HBO anders	15%
Andere journalistieke opl. (intern bij medium)	6%
Postdoctorale journalistieke opleiding	3%
Universitaire journalistieke opleiding	3%
Anders	12%

Mediatype (N=671)

Kranten	42%
Tijdschriften	29%
Omroep	18%
Internet	4%
Anders	7%

Journalistieke werkzaamheden (N=673)

Schrijvende journalistiek	74%
Audiovisuele journalistiek	11%
Fotojournalistiek	6%
Radiojournalistiek	6%
Opmaakjournalistiek	3%

Hoofdtak (N=668)

Verslaggeving	54%
Bureauredactie/programma maken	25%
Leiding geven of coördinatie	21%

OVER DE AUTEURS

Drs. Alexander Pleijter

(1971) is als universitair docent werkzaam bij de sectie Communicatiewetenschap van de Katholieke Universiteit Nijmegen. Eerder deed hij onderzoek naar het gebruik van bronnen door regionale dagbladjournalisten en de manier waarop journalisten in hun berichtgeving omgaan met onzekerheden van onderzoek. Op dit moment werkt hij aan de afronding van zijn proefschrift over methodische aspecten van kwalitatieve inhoudsanalyse.

Drs. Frank Tebbe

(1971) is als senior adviseur mediastrategie en monitoring verbonden aan communicatiebureau Bikker Euro RSCG te Rotterdam. Voordien werkte hij als projectleider bij de afdeling Pers en Publiciteit van de Rijksvoorlichtingsdienst. Hij heeft verkennend onderzoek gedaan naar de rol van de monarchie in een democratische samenleving en publiceerde verder over de relatie tussen lokale dagbladen en lokale politiek.

Dr. Liesbeth Hermans

(1960) werkt als universitair docent bij de sectie Communicatiewetenschap aan de Katholieke Universiteit Nijmegen. Eind 2000 is ze gepromoveerd op een onderzoek naar het beroepsmatig handelen van journalisten. Haar promotieonderzoek vond plaats bij de redactie van het NOS-Journaal. Ze heeft meerdere publicaties op haar naam over onderzoek naar journalistiek. Momenteel houdt ze zich ook bezig met voorlichting en public relations.

Katholieke Universiteit Nijmegen

Wetenschappelijk onderzoek vormt het hart van de Katholieke Universiteit Nijmegen. De Faculteit der Sociale Wetenschappen hoort als onderzoeksorganisatie nationaal en internationaal tot de top. Het onderzoek van de sectie Communicatiewetenschap is ondergebracht in het Nijmeegs Instituut voor Communicatie Research (NICOR) en de door de Koninklijke Nederlandse Academie van Wetenschappen (KNAW) erkende onderzoeksschool The Netherlands School of Communications Research (NESCOR).

Bikker Euro RSCG

Bikker Euro RSCG is een adviesbureau voor corporate communicatie en beleidscommunicatie. Het bureau wordt gerekend tot het topsegment van de Nederlandse communicatiebureaus en richt zich op de positie van kwaliteitsmarktleider. Bikker werkt zowel voor het bedrijfsleven als voor het rijk. Opdrachtgevers uit de marktsector zijn onder meer Heerema Groep, Nederlandse Vereniging van Banken, Oracle, Philips, Rabobank, Robeco, Unilever en Wolters Kluwer. In de publieke sector werkt Bikker onder andere voor de Belastingdienst, Centraal Orgaan opvang Asielzoekers, TU Delft en verschillende ministeries en grote gemeenten. Zie ook www.bikker.nl

Nederlandse Vereniging van Journalisten

De Nederlandse Vereniging van Journalisten, gevestigd in Amsterdam, is de vakorganisatie voor journalisten in Nederland. De NVJ behartigt zowel materiële als immateriële belangen van haar leden en de journalistiek in het algemeen. Bovendien heeft zij een ideële doelstelling: bescherming van de persvrijheid en de bevordering van een hoogstaande beroepsuitoefening. De vereniging kent vele afdelingen, onder meer voor fotografen, omroep-, internet-, dagblad- en tijdschriftjournalisten.

De resultaten van het KUN/Bikker-onderzoek fungeren als pilot voor het eind 2001 gestarte NVJ-project dat de invloed van de digitalisering van het werk op journalisten en hun vak nagaat en in kaart brengt. Dat onderzoek wordt financieel gesteund door het Bedrijfsfonds voor de Pers en zal in totaal drie jaar beslaan. In een eigen afdeling binnen www.villamedia.nl wordt over dit project gerapporteerd.