

WWW.CONVERGENTIE.NOS

Mediaconvergentie binnen NOS Nieuws
Van beleid tot praktijk

NOS

WWW.CONVERGENTIE.NOS

Mediaconvergentie binnen NOS Nieuws

Van beleid tot praktijk

Masterscriptie

Klaske Tameling (s1666525)

Valkenburgerstraat 150¹

1011 NA Amsterdam

Tel: 06-45182805

Mail: k.tameling@student.rug.nl

Rijksuniversiteit Groningen

Master Journalistiek

Studiepad Radio & Televisie

Hoofdbegeleider: dr. Huub Wijfjes

Tweede lezer: prof. dr. Marcel Broersma

30 mei 2008

Copyright © 2008. Op alle teksten van deze scriptie rust een copyright. Overname van delen mag alleen in overeenstemming met de auteur en de afdeling Journalistiek van de RUG. Citeren mag met een juiste bronvermelding. Correspondentie in zake overneming of reproductie richten aan: k.tameling@student.rug.nl

'We are at a tipping point in this digital revolution - and the changes to come will affect every working journalist.'

Sid Beddingfield, 2006

Samenvatting: WWW.CONVERGENTIE.NOS. Van beleid tot praktijk.

Begin 2006 voert de NOS een reorganisatie door: radio, televisie en internet gaan samenwerken op één nieuwsvloer onder de noemer NOS Nieuws. Het is een ingrijpende fusie die veel onrust veroorzaakt op de redactie. Dat blijkt onder andere uit een bericht in *de Volkskrant* van 6 juni 2007. In dit artikel wordt geciteerd uit het interne rapport *Getrokken Gras 3* waaruit blijkt dat de geraadpleegde redacteuren vinden dat ‘de nieuwe NOS teveel multimediale ambities heeft om ze ook waar te maken’. Dit onderzoek moet antwoord geven op de vraag wat het convergentiebeleid is van NOS Nieuws en hoe convergentie plaatsvindt op de nieuwsvloer. Aan de hand van interne nota’s en rapporten, waaronder de serie *Getrokken Gras*, wordt er gekeken naar de vorming van het multimedialebeleid van NOS Nieuws in de periode 2003-2008. Tien diepte-interviews met verslaggevers en redacteuren van de binnenlandredactie van NOS Nieuws, geven antwoord op de vraag hoe mediaconvergentie plaatsvindt op de nieuwsvloer en welke problemen daarbij ontstaan.

Uit dit onderzoek blijkt dat de multimediale visie van NOS Nieuws anno 2008 tot iedereen doorgedrongen lijkt. De **structuur** van de redactie ondersteunt deze visie: verschillende deelredacties werken samen op één nieuwsvloer en ze verzamelen nieuws voor radio, internet en televisie. De techniek maakt het mogelijk om materiaal en informatie met elkaar te delen en medewerkers kunnen cursussen volgen om zich om te laten scholen voor een ander medium. Toch verloopt de communicatie in deze nieuwe setting niet altijd efficiënt: door de omvang van de nieuwsvloer is er een hiërarchische structuur ontstaan die ervoor zorgt dat de besluitvorming traag is en de organisatie centralistisch. Op de nieuwsvloer zelf is er niet altijd evenredig veel aandacht voor alle media. De aandacht voor televisie domineert tijdens vergaderingen, radiomedewerkers ervaren hierdoor een *calimero-gevoel* en het internet is ondanks een duidelijk geformuleerde visie in 2007 nog steeds het ondergeschoven kindje.

In de praktijk komt de multimediale **nieuwsgaring** er op neer dat de redacteuren nieuws garen én verwerken voor radio en televisie. Dit zorgt voor een toenemende werkdruk en een afnemende aandacht voor het inhoudelijk voorbereiden van reportages voor de verslaggevers. Hadden de verslaggevers vroeger nog één redacteur met wie zij een verhaal voorbereiden, de desbetreffende redacteur heeft nu meer aan zijn hoofd dan dat: is er geen ruimte meer voor onderwerpen in het NOS-Journaal, dan is er nog wel plek in het Radio 1 Journaal. Verslaggevers werken op hun beurt nog mediaal: óf voor radio óf voor televisie.

De medewerkers vinden daarnaast dat de producten en programma’s van NOS Nieuws in kwalitatief opzicht onder de reorganisatie hebben geleden. Terwijl Hans Laroes meerdere malen nadrukkelijk verwoordde dat de reorganisatie moest leiden tot betere journalistiek en dat de formats van programma’s belangrijk zou worden om eenheidsvorming te voorkomen, lijkt het erop dat juist deze twee speerpunten het onderspit hebben gedolven door de reorganisatie in 2006.

De hoofdredactie van NOS Nieuws is meegegaan in een trend van mediaconvergentie en multimedial werken. Zij hebben vanuit journalistiek oogpunt gekeken hoe multimedial werken tot stand moet komen: op één nieuwsvloer werken voor meerdere platformen. De aandacht lijkt echter meer gericht op het presenteren van NOS Nieuws als multimediale nieuwsorganisatie naar de buitenwereld toe, dan voor de vraagstukken en problemen die de medewerkers op de werkvloer ervaren. Terwijl dit juist de mensen zijn die deze multimediale werkwijze moeten vormgeven en uitvoeren. Er is te weinig gesproken met de verslaggevers en redacteuren zelf over de nieuwe manier van werken en of dit wel of niet bevalt. De reorganisatie is vanuit dit oogpunt onderschat: de leiding heeft de onvrede op de nieuwsvloer niet weg kunnen nemen.

Inhoud

Voorwoord	7
Inleiding	8
1. Mediaconvergentie: theoretisch kader	
1.1 Een <i>buzz</i> woord	13
1.2 Mediaconvergentie; een definitie	15
1.3 De niveaus: nieuwsgaring en structuur	18
1.4 Van kwantitatief naar kwalitatief convergentiemodel	22
2. NOS Nieuws	
2.1 De Nederlandse Omroep Stichting	27
2.2 NOS Nieuws: televisie	31
2.3 NOS Nieuws: radio	35
2.4 NOS Nieuws: internet	37
3. Convergentiebeleid van NOS Nieuws	
3.1 Periode 2003-2005	44
3.2 Periode 2006- 2008	53
3.3 Fasering van het beleid 2003-2008	70
4. Mediaconvergentie bij NOS Nieuws in de praktijk	
4.1 Methode en operationalisering	75
4.2 Gestandaardiseerde vragenlijst	80
4.3 Nieuwsgaring: redacteurs en verslaggevers	81
4.4 Structuur: redacteurs en verslaggevers	98
Conclusie	114
Nawoord	120
Literatuurlijst	121

Bijlagen (cd)

1. Interview Marcel Gelauff, plaatsvervangend hoofdredacteur NOS Nieuws, 20-02-2008
2. Interview Roeland Stekelenburg, hoofd Nieuwe Media, NOS, 06-03-2008
3. Gestandaardiseerde vragenlijst
4. Protocol A: Redacteuren Nieuwsgaring
5. Protocol B: Redacteuren Structuur
6. Protocol C: Verslaggevers Nieuwsgaring
7. Protocol D: Verslaggevers Structuur

Voorwoord

Het is mei 2007. In de *newsroom* van de Rijksuniversiteit Groningen zijn 45 studenten van de master Journalistiek aan het worstelen en ploeteren tijdens de zogenaamde Multi Media Newsroom (MMN) weken. Eén van die studenten ben ik.

Aan het begin van deze studie werd ons duidelijk gemaakt dat convergentie hét nieuwe toverwoord is binnen de journalistiek. De platformen televisie, radio, dagblad en internet gaan steeds verder integreren en samenwerken. Een ontwikkeling waar wij als studenten journalistiek niet meer om heen kunnen. Zelf moesten we dit in de praktijk ondervinden tijdens deze MMN weken. De site www.elementweb.nl moest gevuld worden met journalistieke verhalen in tekst, video, audio, graphics en foto's. Wanneer je op pad gaat als journalist in spe wordt er van je verwacht dat je meerdere media bedient.. Convergentie. Daar draait het om.

Deze nieuwe manier van journalistiek bedrijven ging niet altijd van een leien dakje. Zelfs docenten die al jaren meelopen in het vak stonden voor dilemma's en nieuwe uitdagingen: welk verhaal is het beste geschikt voor welk medium? Moet iedereen daadwerkelijk alle media kunnen bedienen, of is het hebben van een specialisatie ook voldoende? Wordt de werkdruk niet te hoog wanneer studenten één nieuwsverhaal neer moet zetten op verschillende platformen? Het waren vragen waar niet altijd een eenduidig antwoord op te vinden was.

Wat was ik dan ook blij met het bericht in *de Volkskrant* op 6 juni 2007. De NOS zou teveel multimediale ambities hebben om ze ook waar te kunnen maken. Het klonk me bekend in de oren. Redacteuren van de NOS waren kennelijk (nog) niet tevreden met de reorganisatie waarbij een multimediale werkwijze een vereiste was geworden. De strubbelingen die wij als studenten journalistiek ervaren op het gebied van mediaconvergentie waren zo gek nog niet. Ook in de 'echte' journalistieke wereld verloopt dit proces kennelijk nog niet vlekkeloos. Dat stelde mij gerust.

Des te groter werd weliswaar mijn nieuwsgierigheid naar die ontwikkelingen bij de NOS. Wat speelt daar precies op de nieuwsvloer? Hoe pogen zij om op een convergente manier journalistiek te bedrijven en welke problemen komen daarbij kijken? Ik zag mijn scriptie dan ook als een uitgelezen kans om hierachter te komen én om tegelijkertijd een kijkje te nemen binnen de grootste nieuwsorganisatie die Nederland rijk is: NOS Nieuws.

Inleiding

*'The ways in which people acquire news and information have changed far more than most newsroom.'*¹

'Nieuwe problemen NOS Nieuws', luidde de kop in *de Volkskrant* op 6 juni 2007.

Het bericht ging over een intern en vertrouwelijk rapport van de NOS met de titel *Getrokken Gras deel 3*. Uit het rapport werd duidelijk dat volgens de NOS-redactie 'de programma's kwaliteit hebben verloren nadat alle nieuwsredacties van de omroep begin vorig jaar in een reorganisatie zijn samengevoegd. Tevens vinden de honderd geraadpleegde redacteurs dat de nieuwe NOS teveel multimediale ambities heeft om ze ook waar te maken.'²

In september 2007 ontstaat er wederom commotie over het multimediebeleid van de NOS.

Ditmaal gaat het om uitspraken van Wouter Kurpershoek, voormalig correspondent van NOS Nieuws in de Verenigde Staten, in het *Volkskrant Magazine*. Hij zegt dat de reorganisatie van de NOS het werk er voor hem niet leuker op maakt:

'(...) Op het moment dat ik in Amerika begon, werd de NOS een soort 24-uurs organisatie. Met radio, internet, ochtendjournaals, middagjournaals, avondjournaals. Voorheen deed je als verslaggever alleen het Journaal van 8 uur 's avonds, klaar. Weliswaar ligt de nadruk nu nog steeds op het Achtuurjournaal, maar als er een vliegtuig van de baan schiet in Toronto, of de president zegt iets, dan moet je ook de andere Journaaluitzendingen bedienen. Dat betekent dat je in constante staat van alertheid moet zijn. Als ik even niet goed heb opgelet, lig ik achter.'³

De ontwikkelingen bij NOS Nieuws staan niet op zich. Door nieuwe technologische ontwikkelingen verandert de vraag naar journalistieke producten en dus ook de werkwijze van veel journalisten. Mediabedrijven worden, om in de woorden van Kurpershoek te spreken, 24-uurs organisaties die meerdere media - dagblad, radio, televisie en internet - willen bedienen. Vooral het internet speelt binnen deze ontwikkelingen een belangrijke rol in. Elke minuut van de dag kan er nieuws online worden gezet. Nieuwsorganisaties lanceren daarom websites; redacteurs en correspondenten moeten deze onderhouden. Voor de meeste mediabedrijven was de komst van een website in eerste instantie minimaal: de geschreven artikelen die normaliter in de krant verschenen, werden in dezelfde vorm en lengte op het internet geplaatst.

¹ Randy Covington, 'Myths and Realities of Convergence', *Convergence Newsletter*, Vol. IV No. 9 (3 april 2007).

² Jean-Pierre Geelen, 'Nieuwe problemen NOS Nieuws', *de Volkskrant*, 06-06-07.

³ Eric Arends, 'Het is jammer dat ik over een mooi vak wat klagerig ben geworden', interview met Wouter Kurpershoek in *Volkskrant Magazine*, 01-09-07.

Maar langzamerhand komt het besef dat er op internet op een andere manier geconsumeerd wordt. Het publiek wordt veeleisender, de mensen willen meer dan alleen stukken platte tekst. Bovendien moet nieuws beschikbaar zijn wanneer mensen daar behoefte aan hebben. Nieuwsconsumenten willen niet langer wachten op een uitzending van het Journaal of een ochtendeditie van de krant, maar zij willen én kunnen 24 uur per dag nieuws en informatie tot zich nemen. Innovatieve technieken maken deze wensen mogelijk. Breedbandverbindingen zorgen ervoor dat audiovisuele producties makkelijk online te bekijken en te downloaden zijn. Op het *world wide web* komen tekst, video, audio, foto's en graphics samen. Daarnaast blijven ook traditionele media bestaan, zoals nieuwsuitzendingen op radio en televisie en de krant die nog elke dag gedrukt wordt. Nieuwsorganisaties moeten een nieuwe balans vinden in het bedienen van deze oude én nieuwe platformen en producties.

Het samenkomen van verschillende media binnen een nieuwsorganisatie wordt ook wel mediaconvergentie genoemd. Het proces van convergentie haakt in op de vraag van nieuwsconsumenten door op een andere manier te denken over nieuws, het produceren van nieuws en het brengen van nieuws, waarbij verschillende soorten media tegelijkertijd worden ingezet. Actueel nieuws kan meteen op een website worden geplaatst. Terwijl het langere achtergrondverhaal verteld kan worden in de krant of tijdens een radio-uitzending. Op een site van een krant kunnen ook audio- en videobestanden geplaatst worden. Het is een ontwikkeling waarin de journalistiek zoekt naar nieuwe manieren om de hedendaagse consument te bereiken. Dat is niet altijd makkelijk. De Nederlandse wetenschapper Mark Deuze noemt de ontwikkeling van mediaconvergentie niet voor niets één van de grootste uitdagingen binnen de journalistiek in de 21^e eeuw.⁴

Convergentie biedt de journalistiek veel nieuwe mogelijkheden, maar het levert tegelijkertijd ook veel vragen op: welk verhaal is geschikt voor welk medium? Moet ik van mijn televisiereportage ook een radio-item maken? Wordt de internetsite wel voldoende gevuld en wie houdt er een weblog bij? Het zijn vragen die menig journalist anno 2008 bezighoudt. Het idee dat journalistiek nu op een andere manier bedreven moet worden is inderdaad voor velen een grote uitdaging en tevens een groot struikelblok:

'Getting people's minds around the idea of doing journalism differently from how it's always been done. It's the mindset.'⁵

⁴ Mark Deuze, 'What is multimedia journalism?', *Journalism Studies*, Vol 5, No 2 (2004) pp. 146.

⁵ Janet Kolodzy, *Convergence Journalism. Writing and reporting across the News Media* (Lanham: Rowman & Littlefield Publishers, Inc, 2006) pp. IX

De voorzitter van de New York Times Company en uitgever van *The New York Times*, Arthur O. Sulzberger noemt in het boek van Stephen Quinn (*Convergent Journalism, an introduction*) de intrede van mediaconvergentie zelfs ‘a hell of a challenge’.⁶ Het vraagt van mediabedrijven én van de journalisten zelf een totale omschakeling die zowel organisatorisch als cultureel van aard is. Als journalist werk je vaak niet meer alleen voor een krant of voor de televisie. De kans is groot dat je ook andere media moet bedienen waardoor deze verschillende nieuwsculturen samenkomen op de werkvloer. Organisatorisch gezien is er dan ook een opmars van multimediale newsrooms waar alle journalistieke disciplines – radio, tv, internet en dagblad– samenkomen op één grote redactie. Dat proces heeft veel voeten in de aarde en bijna elke werkende journalist krijgt daarmee te maken:

‘We are at a tipping point in this digital revolution – and the changes to come will affect every working journalist. With the spread of broadband, news networks, local news stations and especially newspapers now realize their futures lie in the digital arena – on the Web, on the PDA, in a time-shifted, multi-media, on-demand world. They have all said this before, but now they mean it.’⁷

Uit het interne rapport *Getrokken Gras 3* van NOS Nieuws kunnen we opmaken dat ook de redacteuren en journalisten bij NOS Nieuws tegen deze nieuwe ontwikkelingen op het gebied van convergentie aanlopen. Begin 2006 heeft de NOS televisie, radio en internet op één nieuwsvloer ondergebracht onder de noemer NOS Nieuws. Het doel hiervan was om onderlinge samenwerking tussen deze media te verbeteren en om beter in te kunnen spelen op de behoeften van het publiek. Deze fusie komt neer op het aanbieden van nieuws op meerdere platforms en in verschillende formats en producties. Het samengaan van de verschillende media heeft voor de medewerkers heel wat teweeg gebracht op de nieuwsvloer.

Naar aanleiding van de berichtgeving in *de Volkskrant* over de reorganisatie en multimediale ambities wil ik het convergentiebeleid van NOS Nieuws analyseren en onderzoeken of er op de nieuwsvloer van de NOS daadwerkelijk convergent gewerkt wordt. Dit brengt mij tot de volgende onderzoeksvragen:

⁶ Stephen Quinn, *Convergent Journalism, an introduction, writing and producing across media* (Burlington: Elsevier, 2005) pp.10.

⁷ Sid Beddingfield, ‘Convergence and the Beat Reporter’, *Convergence newsletter* Vol II No 12 (1 juni, 2006).

1. **Wat is het beleid inzake mediaconvergentie bij NOS Nieuws in de periode 2003-2008?**
2. **Hoe vindt convergentie plaats op de nieuwsvloer onder de redacteurs en verslaggevers van de binnenlandredactie?**
3. **Welke problemen komen daarbij kijken?**

Om de deze vragen te beantwoorden maak ik gebruik van verschillende methoden en middelen. De eerste vraag zal beantwoord worden door een analyse van interne nota's, waaronder de drie delen van *Getrokken Gras* (welke ik heb verkregen van de NOS zelf) en gesprekken met leidinggevenden binnen de NOS. Hieruit moet duidelijk worden wat het convergentiebeleid is in de periode 2003-2008. Om de tweede en de derde vraag te beantwoorden neem ik tien diepte-interviews af met medewerkers die werkzaam zijn op de binnenlandredactie van NOS Nieuws. Hieruit kan ik opmaken of er in de praktijk daadwerkelijk convergent gewerkt wordt en welke problemen daarbij ontstaan. Moeten journalisten meer werk doen omdat zij voor meerdere media werken? Krijgen de verslaggevers en redacteurs te maken met een veranderende cultuur op de nieuwsvloer? Is convergentie een meerwaarde vanuit journalistiek oogpunt?

De reden dat mijn onderzoek de binnenlandredactie betreft heeft te maken met het feit dat de verslaggevers van NOS Nieuws allemaal onder de binnenlandredactie vallen. Op deze redactie werken journalisten voor de platformen televisie, radio en internet. Voor de diepte-interviews selecteer ik vijf redacteurs en vijf verslaggevers op basis van hun functie, werkzame periode bij de NOS en beschikbaarheid. Om in contact te komen met redacteurs en verslaggevers van deze redactie heb ik op dinsdag 11 maart 2008 een dag meegelopen met de binnenlandredactie, onder leiding van binnenlandcoördinator Reinalda Start. Op deze dag heb ik met diverse medewerkers gesproken om te inventariseren wie er in aanmerking zou komen voor mijn onderzoek.

Het afnemen van interviews gebeurt aan de hand van een gestandaardiseerde vragenlijst. Dit is naar mijn idee de beste manier om de ontwikkelingen op het gebied van mediaconvergentie bij NOS Nieuws in kaart te brengen en inzicht te krijgen in de praktijk van convergent werken. Deze methode van onderzoek is gebaseerd op het onderzoek van Michiel Dupagne en Bruce Garrison: 'The meaning and influence of convergence'. Zij deden een vergelijkend kwalitatief onderzoek naar het werken in de newsroom bij het *Tampa News Center* in Florida.⁸ De uiteindelijke selectiecriteria van de respondenten en het onderzoek van Dupagne en Garrison worden nader toegelicht in hoofdstuk 4.

⁸ Dupagne, Michel en Bruce Garrison, 'The meaning and Influence of Convergence. A qualitative study of newsroom work at the Tampa News Center' *Journalism Studies*, Vol. 7, No 2 (2006).

Het eerst deel van dit onderzoek bestaat uit een literatuurstudie. In hoofdstuk 1 wordt het theoretisch kader van mediaconvergentie uiteengezet: wat betekenen de termen (media)convergentie en multimedia en van welke definities gaat dit onderzoek uit? Welke niveaus van convergentie zijn er en welke niveaus staan centraal in dit onderzoek? Daarnaast ga ik in op de veranderingen voor de redactie die convergentie met zich mee kunnen brengen op de niveaus van structuur en nieuwsgaring: waar krijgen de redacteuren en verslaggevers mee te maken wanneer een organisatie convergent gaat werken? Een methode om convergentie te meten binnen een nieuwsorganisatie is aan de hand van een meetmodel. Hoe ziet dit model eruit en op welke manier wordt zo'n model in dit onderzoek gebruikt?

In hoofdstuk 2 staat de NOS centraal. Wat is de NOS voor organisatie, wat verstaat men onder NOS Nieuws en hoe ziet deze nieuwsvloer er organisatorisch uit? Op basis van interne beleidsnota's en evaluaties zal ik in hoofdstuk 3 onderzoeken sinds wanneer er een convergentiebeleid gevoerd wordt en wat dit beleid inhoudt. Gekeken wordt naar het beleid in de periode 2003 – 2005, dit is in aanloop naar de reorganisatie, en naar de periode 2006-2008, nadat de reorganisatie is voltooid. Voor het actuele beleid anno 2008 heb ik tevens gesprekken gevoerd met de plaatsvervangend hoofdredacteur (Marcel Gelauff) en het Hoofd Nieuwe Media (Roeland Stekelenburg) van NOS Nieuws. In hoofdstuk 4 moet op basis van de diepte-interviews duidelijk worden of en hoe dit convergentiebeleid op de redactie wordt uitgevoerd en welke problemen daarbij ontstaan. Deze interviews gaan in op twee niveaus van mediaconvergentie: structuur en nieuwsgaring.

In de conclusie wordt antwoord gegeven op de hoofdvragen van dit onderzoek:

- Wat is het beleid inzake mediaconvergentie bij NOS Nieuws in de periode 2003-2008?
- Hoe vindt convergentie plaats op de nieuwsvloer onder redacteuren en verslaggevers van de binnenlandredactie?
- Welke problemen komen daarbij kijken?

De interviews met Marcel Gelauff en Roeland Stekelenburg, de gestandaardiseerde vragenlijst en de protocollen van de uitgewerkte diepte-interviews met de tien respondenten staan als bijlagen op de bijgevoegde cd

1. Mediaconvergentie: theoretisch kader

*'Convergence tends to have as many definitions as the number of people who practice or study it'*⁹

1.1 Een buzzwoord

Convergentie is inmiddels een ingeburgerd begrip binnen de journalistiek, zowel in de praktijk, in het onderwijs als bij wetenschappers. Het woord convergentie werd de laatste jaren zelfs 'the hottest buzzword' binnen de media-industrie genoemd.¹⁰ Het is een term binnen de massacommunicatie die zijn intrede deed in de laat twintigste eeuw en in de eenentwintigste eeuw in een versnelling is beland.¹¹

Het is moeilijk te achterhalen wie het woord convergentie het eerst gebruikte in de context van communicatietechnologie. Volgens Rich Gordon heeft communicatiewetenschapper Ithiel Sola Pool in ieder geval bijgedragen aan de populariteit van dit woord. In zijn boek *The Technologies of Freedom* (1983) beschreef Pool wat hij noemde 'the convergence of modes'. Hiermee bedoelde hij dat steeds meer vormen van communicatie (conversaties, theater, nieuws en tekst) door elektronische technologieën samen komen in één groot systeem. Ook al voor het boek van Ithiel Sola Pool waren belangrijke denkers binnen de journalistiek en de wetenschap ervan overtuigd dat technologische veranderingen de nieuwsmedia zouden gaan beïnvloeden.¹²

Deze visies bleken werkelijkheid te worden toen rond 1989 het internet zijn intrede deed. In het midden van de jaren negentig begon het World Wide Web populair te worden en bleek dit het 'grote verwachte systeem' te zijn.¹³ In de bundel 'Journalistieke cultuur in Nederland' uit 2002 voorspelt hoogleraar Televisie, Media en Cultuur aan de UvA José van Dijck dat het niet lang meer duurt 'of kranten, televisie, tijdschriften en radio smelten straks samen in één fysiek medium: het computerscherm.'¹⁴ Haar voorspelling is zes jaar later voor een groot deel waarheid geworden. Verschillende mediaplatformen zoals kranten, televisie en radio bestaan nog als unieke media, maar zij integreren daarnaast ook op het *world wide web*. Kranten beheren websites met

⁹ Quinn, *Convergent Journalism, an introduction, writing and producing across media*, 11.

¹⁰ Brian Brooks, *Telling the Story: the convergence of print, broadcast and online media* (Boston: Bedford/St. Martin's, 2004) pp.15.

¹¹ Kenneth C. Killebrew, *Managing Media Convergence. Pathways to Journalistic Cooperation* (Iowa: Blackwell Publishing, 2005) pp.40.

¹² Rich Gordon, 'The Meanings and Implications of Convergence', in *Digital Journalism. Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism*, Kevin Kawamoto (Oxford: Rowman & Littlefield Publishers 2003) pp. 58

¹³ Ibidem, 59.

¹⁴ José van Dijck, 'Nieuws in het internettijdperk. Een genre tussen technologie en culturele vorm', in *Journalistieke Cultuur in Nederland*, Jo Bardoel, Chris Vos, Frank van Vree & Huub Wijfjes (red.) (Amsterdam, University Press 2002) pp. 418.

audio- en videofragmenten en televisiestations wagen zich aan online nieuwsartikelen en weblogs. Internet kent geen beperkingen in ruimte en tijd waardoor de mogelijkheden in het bedenken, produceren en distribueren van nieuws onbegrensd zijn.¹⁵ Journalistieke producties komen samen op internet. Het woord convergentie wordt binnen de journalistiek ook wel aangeduid met het woord mediaconvergentie. Deze term is in de maatschappij een veelgebruikt woord, maar is nog niet opgenomen in de Van Dale. De woorden convergentie en mediaconvergentie worden door elkaar gebruikt en gaan uit van dezelfde betekenis.

Een belangrijk onderscheid dat gemaakt moet worden is dat niet elke internetproductie ook tot stand gekomen is door een convergente manier van werken. Tussen de termen mediaconvergentie en multimedia of multimediaal moet dan ook een belangrijk onderscheid gemaakt worden. Wanneer een mediaorganisatie zich multimediaal presenteert, hoeft dit nog niet te betekenen dat er ook convergent gewerkt wordt. Multimediaal werken is een onderdeel van convergentie, een toepassing van verschillende technieken. Wetenschapster Janet Kolodzy omschrijft multimedia simpelweg als het gebruik maken van meer dan één communicatie instrument:

‘Multimedia means simply using more than one communications instrument. It represents the converging of formerly separate information paths: the written word, the spoken word, the still picture or graphic, and the moving picture or graphic. The computer makes all sorts of multimedia combinations possible.’¹⁶

Een journalist kan multimediaal werken. Hij of zij kan nieuwsproducties verzorgen in tekst, beeld en geluid. Maar de term multimediaal wil niet per definitie aangeven dat verschillende platformen of redacties onderling ook informatie uitwisselen en samenwerken aan producties, wat op een convergente redactie wel het geval is. Multimediaal betekent dan volgens de definitie van universitair docent Kenneth C. Killebrew (University of South Florida, School of Mass Communications) alleen de overdracht van content:

‘The systematic transfer of information from one or two platforms (..) to a third platform, generally the Internet, is the key differentiating characteristic of a multimedia platform. This means information transfer only.’¹⁷

¹⁵ Rita Jager en Pieter van Twisk (red.), *Internetjournalistiek* (Amsterdam: Uitgeverij Boom, 2001) pp.14.

¹⁶ Kolodzy, *Convergence Journalism. Writing and reporting across the News Media*, 206.

¹⁷ Killebrew, *Managing Media Convergence. Pathways to Journalistic Cooperation*, 43.

Het kan dan gaan om een bestaande audio- of videoproductie die wordt geplaatst op een ander platform, bijvoorbeeld het internet. Het gaat in dit geval om dezelfde informatie die op een andere plek wordt gepresenteerd. Bijvoorbeeld een uitzending van het Journaal die ook online te bekijken is. Hierbij wordt het internet vooral gezien als een mogelijkheid om een ander (*secondary*) publiek te bereiken dan het traditionele publiek die deze uitzending op de televisie bekijkt. Het internet functioneert in die zin als plaats waar reeds uitgezonden Journaals (of andere uitzendingen en reeds geschreven artikelen) gepresenteerd kunnen worden. Er zijn daarnaast dan ook geen journalisten die puur en alleen content aanleveren voor internet als onafhankelijk platform. De meeste kranten en televisie- en radiostations werken wel multimediaal, ze hebben een website waar ze zowel tekst, audio als video presenteren, maar ze werken niet convergent. De verschillende redacties zijn niet geïntegreerd op één nieuwsvloer waar samen wordt gewerkt aan producties.¹⁸

1.2 Mediaconvergentie: een definitie

Van welke definitie gaat dit onderzoek uit? Omdat convergentie op verschillende niveaus kan bestaan, zijn er veel verschillende definities mogelijk. In de woorden Stephen Quinn, docent aan de Deakin University in Australië: ‘er bestaan net zoveel definities als het aantal mensen die het woord bestuderen of uitvoeren in de praktijk’.¹⁹ Een éénduidige definitie van dit woord is dan ook lastig te geven. Rich Gordon, universitair docent in de journalistiek aan Northwestern University in de Verenigde Staten, waarschuwt hier echter wel voor omdat het woord convergentie door veel verschillende mensen wordt gebruikt die allemaal een andere betekenis van het woord hanteren. Dit kan verwarring veroorzaken.²⁰ Larry Pryor, hoogleraar aan de Annenberg School for Communication van de universiteit van Southern California, geeft dan ook aan dat een definitie wel degelijk gewenst is:

‘If we all have a different concept of what convergence means, we are making it difficult to progress.’²¹

Convergentie kan zowel bestudeerd worden vanuit de consument (welke producties zijn beschikbaar) als vanuit de producent (hoe komen convergente producties tot stand). In dit onderzoek gaat het over het tot stand komen van convergente producties vanuit een journalistieke organisatie. Hoe deze vorm van convergentie op de werkvloer wordt uitgevoerd verschilt per bedrijf, land, cultuur en zelfs per persoon. Het type convergentie dat binnen een

¹⁸ Killebrew, *Managing Media Convergence. Pathways to Journalistic Cooperation*, 44.

¹⁹ Quinn, *Convergent Journalism, an introduction, writing and producing across media*, 3.

²⁰ Gordon, *Digital Journalism. Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism*, 57.

²¹ Quinn, *Journalism, an introduction, writing and producing across media*, 4.

bedrijf tot stand komt is dan ook het product van dat type bedrijfscultuur. Wanneer je een mediabedrijf beschouwt als een hiërarchische organisatie kan convergentie plaatsvinden op verschillende niveaus. Rich Gordon heeft vijf niveaus van convergentie binnen een journalistieke organisatie uiteengezet:²²

1. Convergentie op het niveau van **eigendom**

Het hoogste niveau van convergentie binnen hedendaagse mediabedrijven betekent eigenaar zijn van meerdere mediabedrijven en distributiekkanalen. Voorbeelden uit de Verenigde Staten zijn bedrijven zoals Disney en AOL Time Warner. Dit zijn overkoepelende (merk)namen die verschillende soorten platformen bedienen zoals: film en televisie, maar ook handelswaar (*merchandise*). Binnen de journalistiek betekent het dat één bedrijf zowel een krant, televisies- en of radiostation en/of een website beheert die vallen onder een eigenaar. In Nederland vallen BNR (radio) en het *Financieel Dagblad* (krant) bijvoorbeeld onder hetzelfde bedrijf, namelijk de FD Mediagroep.

2. Convergentie op het niveau van **tactiek**

Op het tactische niveau van convergentie kunnen verschillende media met elkaar een (tijdelijk) samenwerkingsverband aangaan op het gebied van nieuwsgaring en marketing. Momenteel werkt *de Volkskrant* bijvoorbeeld samen met de Amsterdamse stadszender AT5 aan het cultuurprogramma Artisjok. Onlangs presenteerde de NOS 's nachts op radio 1 een speciale uitzending over de Amerikaanse verkiezingen in samenwerking met verschillende omroepen. Zij kunnen op deze manier allebei content verzamelen voor een gezamenlijk journalistiek project. Deze samenwerkingsverbanden zijn vooral promotioneel gezien aantrekkelijk. Marketingtechnisch kunnen ze dan naar elkaar verwijzen in de krant of op de zender. Ook zouden ze dit project op internet kunnen vormgeven.

3. Convergentie op het niveau van **structuur**

Convergentie op dit niveau omvat de organisatorische structuur van een redactie. Door het samen laten gaan van verschillende platformen (tv, radio, internet, krant), verandert ook de structuur van een redactie. Vaak betekent dit dat deze platformen samenkomen op één grote redactie. Zo vallen BNR en het *Financieel Dagblad* niet alleen onder één eigenaar, in de praktijk betekent het ook dat de redacties samenwerken in een grote *newsroom*.

²² Gordon, *Digital Journalism. Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism*, 57.

4. Convergentie op het niveau van **nieuwsgaring**

Hier gaat het om nieuwsgaring op het niveau van de journalist zelf. Werken in een convergente newsroom betekent ook dat je als journalist meerdere media moet kunnen bedienen. Je schrijft niet alleen meer een artikel voor in de krant, maar ook voor de website en in sommige gevallen verzorg je daarnaast ook audio en video content. Dit kan in een team plaatsvinden, maar in sommige gevallen is één iemand daar verantwoordelijk voor. In het laatste geval spreekt men van *backpackjournalist*. In dat geval zorgt één persoon voor content dat geschikt is voor verschillende platformen. De term backpack verwijst naar de hoeveelheid materiaal die je hiervoor met je meedraagt (videocamera, fototoestel, opnameapparatuur). Van verschillende correspondenten van NOS Nieuws wordt verwacht dat ze in hun eentje materiaal aanleveren voor zowel radio en televisie-uitzendingen, en daarnaast nog bijdragen leveren voor de website, zoals bijvoorbeeld het bijhouden van een weblog.

5. Convergentie op het niveau van **presentatie**

Deze vorm van convergentie gaat over de manier waarop de content wordt gepresenteerd, ofwel de manier waarop verhalen worden verteld. Dit is de meest gevorderde vorm en ook de meest ingrijpende voor journalisten en redacties. Op internet komen de verschillende media samen (tekst, audio en video) en als journalist moet je kijken in welke vorm het verhaal het beste tot zijn recht komt: is dit in beeld of in geschreven tekst? Is alleen de audio voldoende of moeten er ook foto's bij?

In dit onderzoek naar convergentie bij NOS Nieuws wordt er gekeken naar het vierde en derde niveau zoals uiteengezet door Rich Gordon: nieuwsgaring en structuur. Dit komt neer op het productieproces in de *praktijk* van een individuele journalist (nieuwsgaring) en de *organisatie* van de redactie (structuur). Een heldere definitie van mediaconvergentie die deze twee niveaus bevat, is de omschrijving van Larry Pryor. Deze gaat uit van de elementen 'structuur' en 'nieuwsgaring':

'Convergence is what takes place in the newsroom as editorial staff members work together to produce multiple products for multiple platforms to reach a mass audience with interactive content, often on a 24/7 timescale.'²³

Uitgaande van deze definitie van Pryor omvat de term mediaconvergentie voor dit onderzoek dan ook de volgende kenmerken:

- Convergentie vindt plaats in een newsroom met redacteuren (en andere medewerkers) die samenwerken.

²³ Quinn, *Journalism, an introduction, writing and producing across media*, 4.

- Convergentie gaat uit van meerdere producten & platformen
- Hiermee moet een zo groot mogelijk publiek bereikt worden (met interactieve content)
- Vaak vindt convergentie plaats op een tijdschaal van 24/7

1.3 De niveaus: nieuwsgaring en structuur

Het onderscheid tussen de niveaus structuur en nieuwsgaring zoals uiteengezet door Rich Gordon is belangrijk. Managers en leidinggevendenden kunnen beleidsplannen schrijven over hoe een redactie moet functioneren en georganiseerd moet worden, maar dit betekent niet altijd dat de redactie en de individuele journalist in de praktijk ook op deze manier werken. Belangrijke veranderingen die zich voordoen op het gebied van nieuwsgaring en structuur in het proces van mediaconvergentie zijn hieronder beschreven.

Nieuwsgaring

Journalisten zouden in een convergente omgeving zichzelf niet langer moeten definiëren door het medium waar ze voor werken – krant, tv, radio of internet. Uit de praktijk blijkt weliswaar dat deze indeling moeilijk los te laten is omdat journalisten gewend zijn aan deze traditie.²⁴ Deze indeling is in het tijdperk van mediaconvergentie niet meer van belang. Waar het om draait is de inhoudelijke informatie van nieuwsverhalen, ook wel content genoemd. Content kan tekst, audio, video en/of fotomateriaal bevatten. Dit materiaal, dat door journalisten aangeleverd wordt, moet gebruikt kunnen worden voor verschillende media, zowel voor televisieverhalen, radioreportages als wel voor internet, digitale themakanalen en eventueel informatieoverdracht via mobiele telefoons. Het komt bijna niet meer voor dat je als schrijvend journalist alleen nog voor de gedrukte krant van morgen je artikelen aanlevert. Er is ook een website die gevuld moet worden met tekst en foto's, soms zelfs met audio en video. Wanneer je voor een krant werkt, betekent het dus niet meer dat je uitsluitend schrijvend journalist bent. Wanneer je als redacteur of verslaggever voor de televisie werkt is de kans groot dat je ook een website moet kunnen vullen met informatie.

Wanneer journalisten niet precies weten wat convergentie op de werkvloer voor hen persoonlijk gaat betekenen en wat de achterliggende gedachte van deze nieuwe manier van werken is, kan dit veel onrust met zich meebrengen. Uit de literatuur over mediaconvergentie blijkt dat journalisten het idee kunnen hebben dat convergentie alleen gaat om bezuinigingen. Of ze komen bijvoorbeeld met de klacht dat ze voor meer werk, meerdere platformen bedienen, hetzelfde

²⁴ Sid Beddingfield, 'Convergence and the Beat Reporter', *Convergence newsletter* Vol II No 12 (1 juni, 2006).

betaald krijgen en bovendien ‘zijn ze daar toch helemaal niet voor aangenomen?’ Het bedienen van meerdere platformen of media levert voor journalisten in eerste instantie dan ook vaak meer vragen dan antwoorden op:²⁵

- Moet ik eerst mijn artikel op de website plaatsen of houd ik mijn stuk achter voor de krant van de volgende dag of het Journaal van vanavond?
- Als mijn verhaal al eerst op het web verschijnt, zouden de lezers morgen mijn krant dan wel kopen of kijken ze dan nog wel naar het Journaal van die avond?
- Wanneer mijn eindredacteur vraagt om veel content te produceren voor nieuwe mediaplatformen, komt dit dan bovenop mijn dagelijkse werk of doe ik dit in plaats van iets anders?

Het is niet zo dat elk verhaal, altijd in elk mogelijk format moet passen, maar het gaat erom dat er men kijkt welk verhaal het beste tot zijn recht komt bij welk medium. Wanneer er mooi beeldmateriaal beschikbaar is, leent dit zich uitstekend voor een televisieverhaal. Is er geen beeld voorhanden, maar zijn er wel goede sprekers die een onderwerp helder toe kunnen lichten, dan kan een radioverhaal een goed alternatief zijn. Sommige verhalen zijn lastiger voor alleen gesproken woord. Een verhaal over de opening van een tentoonstelling komt op de radio bijvoorbeeld veel minder goed over, dan een foto- of videoreportage. Dit soort afwegingen moeten aan de hand van de beschikbare content gemaakt worden.

Veel werkgevers verwachten niet van een journalist dat ze (in de toekomst) alle platformen en bijbehorende technieken kunnen bedienen. Wel is basiskennis van verschillende disciplines een vereiste wanneer een situatie daarom vraagt:

‘In a digital environment with multimedia delivery of content, journalist and other workers may specialize in one medium, but having an understanding of the multimedia environment is at a premium.’²⁶

Deze multimediale omgeving begrijpen, houdt ook in dat je weet bij wie je moet zijn wanneer eigen basishandelingen voor een verhaal niet genoeg zijn, zodat een collega het vanaf daar over kan nemen.²⁷ Convergentie betekent dus niet dat je als journalist geen eigen specialisatie meer kan

²⁵ Covington, Randy. ‘Myths and Realities of Convergence’, *Convergence Newsletter*, Vol. IV No. 9 (3 april 2007).

²⁶ Gracie Lawson-Borders, *Media Organizations and Convergence. Case Studies of Media Convergence Pioneers* (New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc, 2006) pp.16.

²⁷ Quinn, *Journalism, an introduction, writing and producing across media*, 156.

hebben. Deze nieuwe digitale wereld geeft juist mogelijkheden aan diegene met de vaardigheden en flexibiliteit die daar gebruik van willen maken.

Journalisten moeten er voor open staan om trainingen te volgen en hun houding – *mindset* - ten opzichte van traditionele nieuwsverwerking en productie los te laten.²⁸ Aan de andere kant moet een nieuwsorganisatie deze trainingen aanbieden zodat medewerkers zich kunnen laten omscholen in verband met nieuwe technieken, of dat ze cursussen kunnen volgen om te leren werken voor andere en nieuwe media.

Convergentie betekent ook een verandering wat betreft deadlines. Het internet gaat 24 uur per dag, 7 dagen per week door en dus ook de nieuwsproductie. Een journalist werkt niet meer toe naar het tijdstip dat de krant zakt, of naar het moment dat het journaal begint op televisie. Elk moment kan er nieuws worden geplaatst op internet. Als mediaorganisatie moet je nieuws blijven updaten om niet achter te lopen ten opzichte van andere media. Dit heeft gevolgen voor de nieuwsproductie en de bezetting op de redactie: er moet altijd iemand aanwezig zijn. Nieuwsfeiten kunnen meteen online worden geplaatst en worden in de loop van de dag ge-update worden of uitgebreid met tekst, audio of video.

Het idee dat een nieuwsorganisatie handelt zonder zich druk te maken over zijn publiek is verleden tijd. Journalisten kunnen het publiek bereiken door ze informatie te geven die ze nog niet hebben en door informatie die ze al wel hebben in verschillende vormen aan te bieden op een toegankelijke manier.²⁹ Interactiviteit speelt hier een belangrijke rol in. Hiermee geef je de consument zelf meer ‘macht’ door hem een eigen plaats te geven in het medialandschap:

‘Interactiviteit varieert hier van het aanklikken van hyperlinks of de back-knop in je browser, tot het reageren op een stelling, het discussiëren in een chatomgeving of forum of het schrijven van een reactie op een bestaand artikel.’³⁰

Met een krant of tijdschrift kan je niet veel interactiviteit bereiken, maar met gebruik van het internet zijn er tal van mogelijkheden bijgekomen. Een nieuwsorganisatie kan de consument tegemoet komen om in deze interactieve behoeften te voorzien. Journalisten moeten dus ook leren om op deze manier hun publiek te bereiken.

²⁸ Killebrew, *Managing Media Convergence. Pathways to Journalistic Cooperation*, 55.

²⁹ Kolodzy, *Convergence Journalism. Writing and reporting across the News Media*, 21.

³⁰ Rita Jager en Pieter van Twisk (red), *Internetjournalistiek*, 16.

Structuur

Met meerdere mensen werken aan meerdere multimediatproducties. Dat klinkt op papier heel redelijk, ware het niet dat het in de praktijk soms lastiger te realiseren is. Sommige journalisten zijn dan ook erg sceptisch. Het convergent werken brengt – zoals hierboven reeds vermeld – mensen van verschillende disciplines bij elkaar die allemaal een andere manier van werken hebben en nu samen aan een productie moeten werken.³¹ Ondanks het feit dat convergentie een ingeburgerd begrip is, blijkt uit de literatuur en de praktijk dat we nog steeds te maken met een cultuur waarin journalisten zich graag groeperen in krantenjournalist, televisiejournalist of webredacteur. Deze gewoontes van een journalist lijken moeilijk los te laten Volgens universitair docent Stephen Quinn moeten redacties zich daarom meer gaan focussen op de overeenkomsten van de verschillende media en kijken naar het gemeenschappelijke doel:

‘While we spend a great deal of time pulling apart the medium-based seams, the truth is that we are more alike than different. To be converged is to respect those differences, but also to celebrate our similarities. We have a common goal of gathering and disseminating information that matters to audiences in varied arenas.’³²

Om dit te bereiken is een goede coördinatie en volledige samenwerking een vereiste. Een voortdurende competitie tussen de verschillende platformen binnen één redactie is dan ook niet gewenst. Die samenwerking vraagt om het loslaten van de zogenaamde eigen nieuwsculturen tussen de verschillende platformen. Wetenschapster Kolodzy erkent de verschillende culturen, maar laat zien hoe deze samenwerking ingevuld kan worden:

‘Newspapers, radio, television and online take different approaches to deadlines, newsroom organization, workflow and communication, deadlines can range from one or two a day to on or two an hour. Newsroom can either be centralized with a handful of people overseeing all operations, or decentralized, with different people overseeing small work teams. Reporters can be organized by covering beats, special areas of interest, or they can work general assignment, covering stories as they emerge. They can be one-man bands, working alone, or teams that work together to gather words, pictures and sound.’³³

Belangrijk is dat men in acht neemt dat het delen van informatie en bronnen tussen redacties onderling nuttig en goed is, zodat er geen dubbel werk verricht hoeft te worden. Het idee dat er competitie heerst tussen de redacties onderling moet men los kunnen laten. Deze nieuwe vorm

³¹ Kolodzy, *Convergence Journalism. Writing and reporting across the News Media*, 218.

³² Quinn, *Journalism, an introduction, writing and producing across media*, 209.

³³ Kolodzy, *Convergence Journalism. Writing and reporting across the News Media*, 30.

van samenwerking vraagt dan ook om een goede coördinatie en een stimulerende manager (of andere leidinggevende) die een overtuigend en uitvoerbaar beleid hanteert:

‘You need a top-down commitment. Journalists, by their nature, don’t like change. We have to convince them that we have to serve the customer to retain our jobs.’³⁴

Managers kunnen echter de neiging hebben om alle veranderingen te snel door te willen voeren en alles neer te leggen op het bord van een redacteur of verslaggever. Dit is een grote denkfout. Journalisten blijven de tijd nodig hebben om feiten te controleren en deze vervolgens in een coherente context te verwerken. Dat is een belangrijke taak die niet gedaan kan worden wanneer managers constant nieuwe eisen stellen aan technische producties zoals video, audio en het non-stop vullen van de website. Er kan dus niet van journalisten verlangd worden om méér werk te verrichten of verplicht verschillende vaardigheden te leren. Belangrijker is om hun gewoontes met betrekking tot het brengen van - en het denken over - nieuws te veranderen. Een manager moet hierbij vooral de belangrijkste functie van journalisten in acht nemen en dat is: het nieuws verslaan.³⁵

Als onderdeel van deze digitale revolutie is het dan ook wezenlijk dat een goede manager de newsroom moet herinrichten en een nieuwe manier van werken zal moeten creëren die aansluit bij een doorlopende verwerking van content voor meerdere platformen. Bovendien moet iemand het overzicht houden. Oude tradities moeten langzaam worden doorbroken:

‘The management of a converged company finds itself facing not only a combination of pre-existing patterns of behaviour and expectations, but also with the often subtle but pervasive extension of the boundaries that traditionally have determined the way things got done in the formerly distinct organizations.’³⁶

Wie het binnen de journalistiek voor elkaar krijgt om van deze verschillende culturen en achtergronden een nieuwe mix te maken, heeft de sleutel tot een succesvolle convergente organisatie.³⁷

1.4 Van kwantitatief naar kwalitatief convergentiemodel

In onderzoeken naar mediaconvergentie kunnen er modellen worden gebruikt die de mate van convergentie binnen een mediabedrijf vaststellen. Dit is een kwantitatieve methode die

³⁴ Stephen Quinn, ‘Convergence fundamental Question’, *Journalism studies*, Vol. 6, No 1 (2005): pp.33.

³⁵ Sid Beddingfield, ‘Convergence and the Beat Reporter’, *Convergence newsletter* Vol II No 12 (1 juni, 2006).

³⁶ Deuze, Mark, ‘What is multimedia journalism?’, *Journalism Studies*, Vol 5, No 2 (2004): pp. 145.

³⁷ Lawson Borders, *Media Organizations and Convergence. Case Studies of Media Convergence Pioneers*, 17.

nieuwsorganisaties beoordeeld op basis van vaste punten of getallen. De wetenschappers Martha Stone en Jan Bierhoff gebruiken zo'n meetmodel in het onderzoek: 'The state of Multimedia Newsrooms in Europe'. Het onderzoek is onderdeel van het MUDIA project (Multimedia Content in the Digital Age) uit 2002. Het model dat zij hanteren is bekend onder de naam: Stepping stones to multimedia journalism. Van vierentwintig mediabedrijven in Groot-Brittannië, Zweden, Spanje en Frankrijk wordt de mate van convergentie vastgesteld aan de hand van vier stadia, vormgegeven in een cirkel. Op deze cirkel wordt het aantal graden weergegeven die staan voor de mate van integratie tussen de verschillende mediaplatformen (convergentie). Het begint met 90 graden (minste integratie) en het eindigt bij 360 graden (volledige integratie). Voor elk stadium worden een aantal kenmerken geformuleerd op basis waarvan de mediabedrijven kunnen worden ingedeeld: ³⁸

90-graden integratie:

- Passieve integratie, geen daadwerkelijke strategie
- Veranderingen worden langzaam toegepast
- Geen daadwerkelijke toezeggingen om integratie te onderzoeken of om dit op management niveau en financieel niveau te ontwikkelen
- Het is voor journalisten toegestaan om op eigen initiatief integratie tactieken toe te passen, zonder of met een klein beetje steun van het management
- Er is sprake van enige crosspromotie tussen de mediaplatformen
- Misschien dat een reporter van de geschreven pers eens samenwerkt met een televisieverslaggever voor een groot journalistiek verhaal
- Misschien dat er eens een gelegenheid is waarbij een deal wordt gesloten met de lokale tv. Videomateriaal van een belangrijk evenement kan worden vrijgegeven aan een lokale nieuws website
- Misschien maakt de verkoopafdeling deals met klanten die vragen om een multimediapakket voor advertenties (tegelijkertijd adverteren op radio, tv en in de krant)
- Regels binnen het bedrijf kunnen integratie uitsluiten of kunnen integratie langzaam verder ontwikkelen

180-graden integratie:

- Het management raakt betrokken bij het integratieproces, maar nog steeds zonder een gedefinieerde strategie, vastgesteld budget, tijdschema en/of trainingsproces
- Beperkte toezeggingen van het management voor onderzoek en ontwikkeling van convergentie
- Managers beginnen multimediastrategieën te ontwikkelen en journalisten gaan door met het

³⁸ Martha Stone, Jan Bierhoff, 'The State of Multimedia Newsrooms in Europe', (MUDIA Rapport 2002-2003) pp. 11.

ontwikkelen van multimediale verhalen, de verkoopafdeling ontwikkelt multimediale verkoopstructuren en de techniek wordt gebruikt voor een betere integratie van het bedrijf, de platformen, het gegevensbestand en research

- Multimediapresentaties staan de op de planning, bijvoorbeeld voor grote gebeurtenissen als de oorlog in Afghanistan, de Olympische Spelen en het WK voetbal
- Multimediaredacteuren worden aangenomen en ondersteunen vergaderingen tussen verschillende platformen
- Journalisten leren hoe ze moeten werken met multimediale nieuwstechnieken. Er is enige training mogelijk om deze multimediale vaardigheden te verbeteren
- Er worden pogingen gedaan om platformen te laten integreren; in één newsroom of met afdelingen onderling die de communicatie willen verbeteren

270-graden integratie:

- Er staat een multimediastrategie op papier
- Er is een hoofd multimedia (op het niveau van leidinggevenden, of iemand die tenminste de beschikking heeft over het budget en management) aangesteld die het multimedia proces coördineert
- Er zijn toezeggingen gedaan om journalisten om te scholen tot multimediaredacteuren
- De verkoopafdeling traint multimedia teams en verkoopt crossmediale advertentie pakketten.
- De techniek maakt journalistieke multimediale producties mogelijk, betere communicatie tussen medewerkers binnen de organisatie en distributie van content tussen media onderling zonder tussenkomst van mensen
- Er is sprake van een fysieke integratie van mediaplatformen en personeel
- Multimedia nieuws verhalen krijgen prioriteit, dat begint met het vooruitplannen in plaats van het achteraf bedenken van deze verhalen
- Verhalen bestaan uit video, audio, flash, draadloos, polls, chat, fotogalerieën, email mogelijkheden en meer. Verhalen worden aangevuld en blijven up-to-date wanneer deze zich ontwikkelen
- Communicatie tussen afdelingen onderling worden ondersteund met intranet, emails, vergaderingen, telefoonverkeer, nieuwsbrieven, etc. om de multimedia content te bevorderen
- Dezelfde ethische en tactische verwachtingen van alle journalisten, ondanks de oorspronkelijke afkomst van een mediaplatform van de journalist
- Multimedia participatie is opgenomen in de beschrijvingen van de werkzaamheden van Medewerkers.

360-graden integratie:

- Een naadloze multimedia organisatie
- Journalisten leren niet over multimediale journalistiek, ze zijn zelf het levende voorbeeld

- Mediabedrijven zijn getransformeerd in multimedia informatie machines
- Er is een hoofd multimedia die de leiding heeft over het multimediebeleid en de uitvoering daarvan
- Volledige toezegging voor doorlopende trainingen die men nodig heeft voor het gebruik van de apparatuur, de software en journalistieke producties
- Journalistieke producties worden gepland, verkregen en verteld in alle media die daarvoor geschikt zijn (tekst, video, audio, flash animatie en foto's)
- Multimediaparticipatie is opgenomen in de beschrijvingen van de werkzaamheden van medewerkers, soms staat hier zelfs een financiële bonus tegenover
- Beslissingen rondom nieuwsverhalen vloeien voort uit een multimediale visie
- Newsrooms zijn volledig geïntegreerd
- Nieuwspresentaties zijn vooruit gepland, worden online gepresenteerd in een geïntegreerde stijl en worden op diverse media gepromoot (cross-promotie)
- Geen media onderscheidingen tussen journalisten onderling (ik ben van televisie, jij van radio)

De volledige cirkel – het meest gevorderde stadium van 360 graden - lijkt nog nergens in de wereld gerealiseerd. De meeste mediabedrijven ondervinden slechts de eerste 'baby steps' van mediaconvergentie (90 graden). Uit het onderzoek van Bierhoff en Stone blijkt dat in 73% van de 24 onderzochte mediabedrijven 'convergence was only beginning to happen in their company'. In 19% van de bedrijven 'was it not happening at all' en een bescheiden 5% 'was proud of being ahead in this development'.³⁹

Op basis van het kwantitatieve Stepping Stones model van Stone en Bierhoff selecteer ik de kenmerken die betrekking hebben op mediaconvergentie binnen een nieuwsorganisatie op het niveau van structuur en nieuwsgaring. Deze kenmerken worden op een kwalitatieve manier getoetst aan de hand van interne nota's en gesprekken met plaatsvervangend hoofdredacteur van NOS Nieuws Marcel Gelauff en Hoofd Nieuwe Media Roeland Stekelenburg. Alleen het tellen van de kenmerken binnen een organisatie, om vervolgens te kunnen bepalen in welke fase NOS Nieuws gecategoriseerd kan worden, is te beperkt. Het zegt weinig over de achterliggende structuren en ontwikkelingen. Alleen de kenmerken die in dit model worden benoemd komen dan aan de orde, terwijl er meer kan spelen binnen een organisatie dan Stone en Bierhoff in dit model uiteengezet hebben. Door kwalitatief onderzoek te doen, kan je ingaan op specifieke problemen en aandachtspunten zonder een generalisatie hiervan te maken. In kwantitatief onderzoek worden resultaten uiteindelijk onderverdeeld in categorieën waardoor deze

³⁹ Ibidem, 13.

generalisatie tot stand komt. Het doel van dit onderzoek is dan ook niet om NOS Nieuws te kunnen categoriseren in één van de vier stadia van het Stepping Stones model.

Wel wil ik onderzoeken of enkele kenmerken uit het model van Bierhoff en Stone voorkomen in het beleid en in de praktijk van NOS Nieuws. Het gaat om de volgende vragen die zich richten op het niveau van de *structuur & nieuwsgaring* van mediaconvergentie binnen NOS Nieuws:

Structuur:

- Is er één persoon of zijn er meerdere personen die een multimediebeleid **coördineert/coördineren**?
- Zijn de mediaplatformen geïntegreerd op de nieuwsvloer? Is er sprake van **samenwerking**?
- Maakt de **techniek** binnen NOS Nieuws convergentie mogelijk?
- Worden er **cursussen** aangeboden om medewerkers om te scholen?

Nieuwsgaring:

- Werken er **multimediarredacteurs** bij NOS Nieuws die meerdere platformen bedienen?
- Is **convergentie** opgenomen in de beschrijvingen van de **werkzaamheden**?
- Speelt het **internet** een rol in deze werkzaamheden?
- Wordt er gebruik gemaakt van **camjo's** en/of **multimediale teams**?

Door interne nota's te analyseren op deze kenmerken en deze vragen voor te leggen aan leidinggevendenden binnen NOS Nieuws kan een antwoord geformuleerd worden op de eerste hoofdvraag van dit onderzoek: *Wat is het beleid ten opzichte van mediaconvergentie bij NOS Nieuws in de periode 2003-2008?*

Het antwoord hierop zal geformuleerd worden in hoofdstuk 3. De overige twee hoofdvragen moeten beantwoord worden door middel van de diepte-interviews met de tien respondenten. De methode en operationalisering van deze gesprekken wordt beschreven in hoofdstuk 4. Voordat we ingaan op het beleid en de uitvoering van mediaconvergentie is het van belang om te kijken naar NOS Nieuws als nieuwsorganisatie. Wat is de NOS voor organisatie? Hoe groot is de nieuwsvloer van NOS Nieuws en wie zijn er werkzaam? Met welke media hebben we te maken en welke programma's worden er door deze nieuwsorganisatie gemaakt? Om een beter beeld te krijgen van NOS Nieuws wordt op deze vragen een antwoord gegeven in hoofdstuk 2.

2. NOS Nieuws

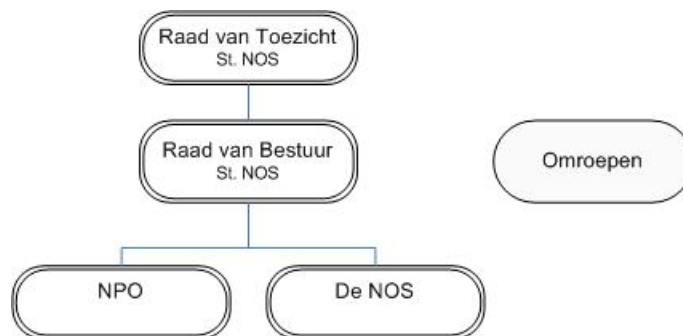
*News organizations that want to capitalize on convergence have to figure out how to play to the strengths of each medium, while minimizing their weakness.'*⁴⁰

2.1 De Nederlandse Omroep Stichting

De afkorting NOS staat voor Nederlandse Omroep Stichting. Deze stichting is het samenwerkings- en coördinatieorgaan van de landelijke publieke omroep die op 29 mei 1969 ontstaan is uit een samenvoeging van de NRU (Nederlandse Radio Unie, 1947) en de NTS (Nederlandse Televisie Stichting, 1951).⁴¹ De NOS, die in tegenstelling tot de omroepen in het verzuilde bestel geen leden heeft, krijgt dan zelf zendtijd en een eigen apparaat om zelfstandig programma's te maken. De NOS maakt programma's die zich bij uitstek lenen voor een gezamenlijke aanpak en programma's waarin stromingen aan bod komen die geen zendtijd hebben.⁴²

De NOS bestaat tegenwoordig uit twee organisatorische onderdelen:

1. Het gezamenlijkheidsorgaan dat zichzelf NPO (Nederlandse Publieke Omroep) noemt.
2. De programmaorganisatie NOS-RTV (tegenwoordig kortweg NOS).



Figuur 1: Organogram NOS (bron: portal.omroep.nl)

De Raad van Bestuur vormt het dagelijks bestuur van de NPO (tot voor kort Publieke Omroep). Daarboven staat de Raad van Toezicht. De NPO bevordert de samenwerking en coördinatie binnen de landelijke omroepen op grond van de Mediawet. In deze wet staat dat de NOS, de tweede tak, programma's moet maken die zich bij uitstek lenen voor gezamenlijke verzorging. Hieronder vallen: *'programma's met een hoge frequentie en een vaste regelmaat, met een algemeen dienstverlenend*

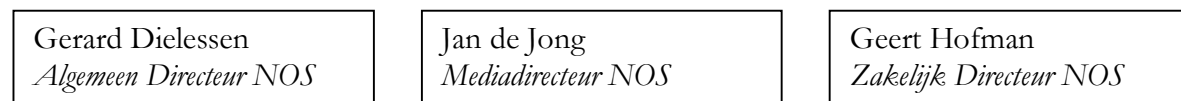
⁴⁰ Kolodzy, *Convergence Journalism. Writing and reporting across the News Media*, 69.

⁴¹ <http://portal.omroep.nl/nossites?nav=zlmysCsHjCqBfEjCI>, 05-02-08.

⁴² <http://portal.omroep.nl/nossites?nav=njhlwCsHjCqBfEjCIHKD>, 05-02-08.

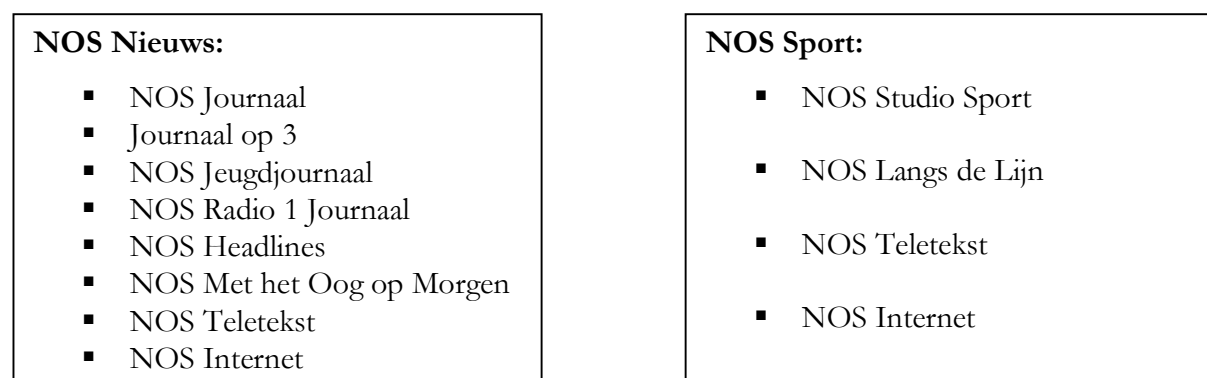
*‘karakter of die met een doelmatiger inzet van omroepmiddelen beter gezamenlijk tot stand kunnen worden gebracht’.*⁴³ In het Mediabesluit worden deze programma’s nader toegelicht, waarbij onder andere *‘de dagelijkse nieuwsvoorziening, de parlementaire verslaggeving, de verslaggeving van nationale feest- en gedenkdagen en de actuele sportverslaggeving’* worden genoemd.⁴⁴

Dit onderzoek heeft betrekking op de NOS als journalistieke omroeporganisatie die programma's maakt voor radio en televisie, Teletekst en internet.⁴⁵ De NOS heeft als omroeporganisatie een driehoofdige directie.



Figuur 2: Directie NOS (bron: www.nos.nl)

Op de website is te lezen dat ‘het belangrijkste kenmerk van de NOS-programma's is dat ze actueel, objectief, betrouwbaar, onafhankelijk en vrijwel altijd rechtstreeks zijn.’⁴⁶ De NOS heeft als doel ‘de primaire informatiebron te zijn op het gebied van nieuws, sport, parlementaire verslaggeving en actualiteit, zodat de Nederlandse burger beter in staat is te oordelen over ontwikkelingen in de wereld en zijn gedrag te bepalen’.⁴⁷ Om dit doel te bereiken presenteert de NOS zich als multimediale nieuwsorganisatie die 24 uur per dag en zeven dagen per week actief is. De redacties van de verschillende programma’s werken samen op twee nieuwe redactievloeren: de nieuwsvloer en de sportvloer. De nieuwsvloer wordt ook wel aangeduid met de term NOS Nieuws en de sportvloer met NOS Sport. Zij maken en verzorgen de volgende programma’s en platformen:



Figuur 3: NOS Nieuws en NOS Sport

⁴³ http://www.nos.nl/assets/service/nosnl_overdenos.html, 05-02-08.

⁴⁴ Idem.

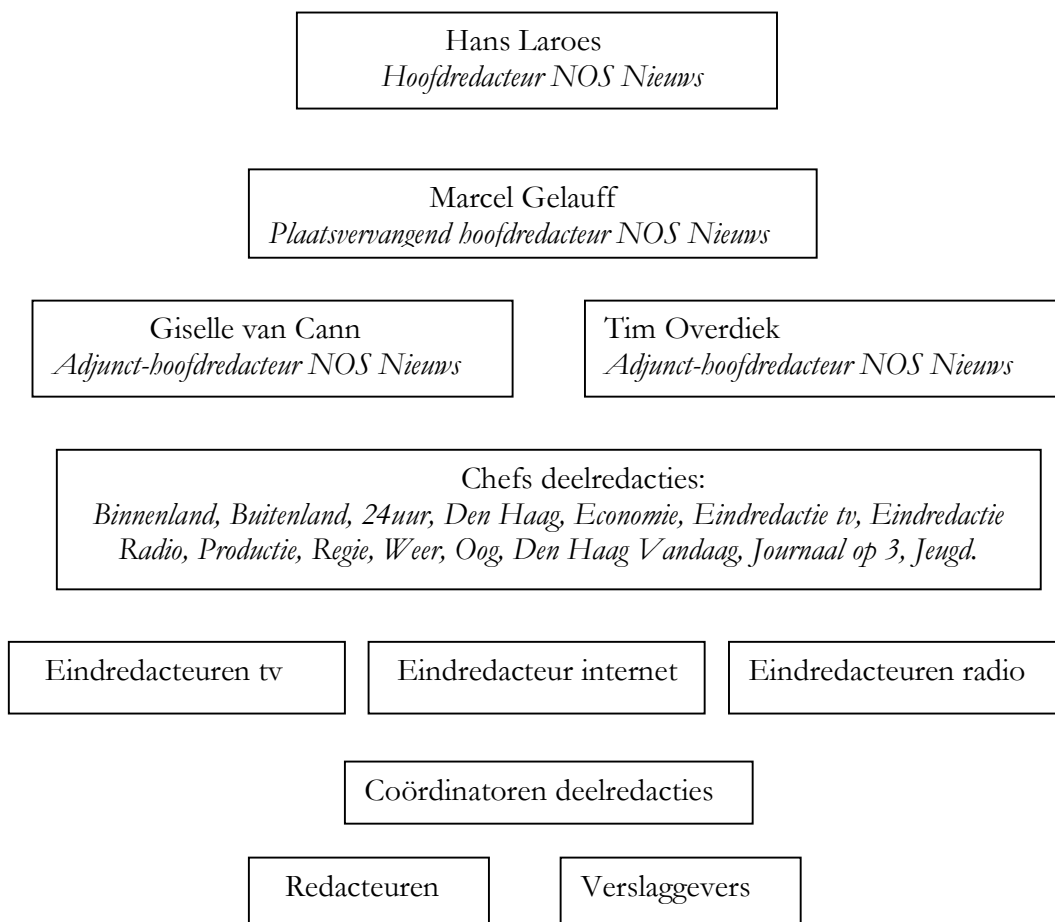
⁴⁵ Idem.

⁴⁶ Idem.

⁴⁷ Idem.

Naast NOS Nieuws en NOS Sport verzorgt de NOS ook verschillende uitzendingen en evenementen die vallen onder de naam NOS Projecten. Hierbij gaat het (meestal) om rechtstreekse uitzendingen die de kijker betrekken bij politieke, culturele of maatschappelijke gebeurtenissen van nationaal en internationaal belang. NOS Projecten verzorgde het afgelopen jaar programma's zoals: Live Earth, Noorderslag, Darfur en Europa 50 jaar. Ook verzorgt deze tak van de NOS de verslaggeving rond het Koninklijk Huis, verkiezingen en nationale feest- en herdenkingsdagen. NOS Projecten werkt in toenemende mate samen met andere omroepen als de NPS, BNN en VARA.⁴⁸

Voor dit onderzoek is alleen de nieuwsvloer - NOS Nieuws - van belang. Hans Laroes is de hoofdredacteur van de nieuwsvloer. Voor NOS Nieuws werken circa 400 mensen en de nieuwsvloer biedt ruimte aan 200 werkplekken. De overige hoofdredacteurs, deelredacties, eindredacteurs, coördinatoren, verslaggevers en redacteurs zijn als volgt gestructureerd:



Figuur 4: schema NOS Nieuwsvloer

⁴⁸ <http://www.nos.nl/nosjournaal/actueel/achterdeschermen/organisatie/index.html>, 15-05-08.

Wordt er in het eerste jaar van het NTS-journaal in 1956 nog maar drie keer per week uitgezonden,⁴⁹ ruim vijftig jaar later noemt de NOS zichzelf een multimediale nieuwsorganisatie waar 24 uur per dag zeven dagen per week wordt gewerkt aan nieuwsproducties met televisiejournals en radiojournals die de hele dag doorgaan en een website die continue wordt ge-update. Hieraan wordt gewerkt vanaf een centrale nieuwsvloer - NOS Nieuws - die hoofdredacteur Hans Laroës in januari 2006 door een ingrijpende reorganisatie weet te realiseren. De redactie van het Journaal gaat een verdieping lager zitten en wordt samen met alle andere collega's van de nieuwsprogramma's van de NOS op één nieuwsvloer geplaatst. Dit gebeurt naar aanleiding van 'veel kritiek op de interne communicatie en het langs elkaar heen werken van geledingen binnen de journalgemeenschap.'⁵⁰ Het komt voor dat personen in het nieuws door zes of meer NOS-redacteuren worden gebeld voor informatie. De nieuwe gecentraliseerde nieuwsvloer moet dit soort verspilling voorkomen en irritatie bij de bronnen wegnemen.⁵¹ Het resultaat is een geïntegreerde *newsroom* waar programmamakers niet langer werken aan een programma, maar aan een onderwerp dat vervolgens voor verschillende programma's kan worden gebruikt. Het laatste nieuws wordt zo snel mogelijk uitgezonden via de snelste media: Teletekst en internet. Het onderwerp wordt vervolgens nader toegelicht op radio en televisie. Achtergrondverhalen komen terecht in programma's als Met het Oog op Morgen en het NOS Radio 1 Journaal.⁵²

Bij NOS Nieuws komen de platformen televisie, radio, internet en Teletekst samen. Het doel is om samenwerking te bevorderen en de programma's van verschillende media ondergeschikt te maken aan de deelredacties die zijn gecategoriseerd in onderwerpen. Dit is een belangrijk onderdeel van convergentie. Door deze intensieve samenwerking en door het onderscheid tussen de platformen te verkleinen, gaan verschillende media steeds meer eigenschappen van elkaar overnemen of zoeken naar manieren om bij elkaar aan te sluiten en zich zodoende te versterken.⁵³ Een nieuwsorganisatie moet zich dus realiseren wat de sterke en zwakke eigenschappen van elk medium zijn:

'News organizations that want to capitalize on convergence have to figure out how to play to the strengths of each medium, while minimizing their weakness.'⁵⁴

⁴⁹ Ad van Liempt, *Het Journaal. Achter de schermen van vijftig jaar televisiegeschiedenis* (Amsterdam: Uitgeverij Balans, 2005) pp. 7.

⁵⁰ Van Liempt, *Het Journaal. Achter de schermen van vijftig jaar televisiegeschiedenis*, 296.

⁵¹ Van Liempt, *Het Journaal. Achter de schermen van vijftig jaar televisiegeschiedenis*, 319.

⁵² http://www.nos.nl/assets/service/nosnl_overdenos.html, 05-02-08.

⁵³ Rita Jager en Pieter van Twisk (red), *Internetjournalistiek*, 29.

⁵⁴ Kolodzy, *Convergence Journalism. Writing and reporting across the News Media*, 69.

Voor dit onderzoek is het dan ook van belang om deze eigenschappen per medium te beschrijven. Hiervoor maak ik gebruik van de literatuur van Janet Kolodzy: *Convergence Journalism: Writing and Reporting across the News Media*⁵⁵ Daarnaast worden alle programma's en multimedia producten van NOS Nieuws per platform kort beschreven, zodat duidelijk is welke programma's op deze nieuwsvloer tot stand komen. De beschrijvingen van de verschillende programma's zijn afkomstig van de informatie van www.nos.nl. en de daaraan gerelateerde sites van de NOS.

Teletekst is voor de NOS een belangrijk en populair nieuwsmedium dat zowel op internet als op televisie te bekijken is. Ik neem Teletekst in dit onderzoek niet mee als apart platform. De samenwerking bij NOS Nieuws gaat vooral over radio, televisie en internet. Ondanks de populariteit van Teletekst is het een klein medium met een vaste vorm (korte tekstberichten) wat door convergentie dan ook niet snel verandert.

2.2 NOS Nieuws: televisie

De kracht van televisie ligt in het gebruik van beelden en geluid waardoor emoties goed tot uitdrukking komen en het publiek er direct bij betrokken is. Televisiejournalisten kunnen het publiek helpen om het nieuws te begrijpen en in zich op te nemen door verhalen in een simpele, chronologische manier te presenteren, gebruik makend van (dramatische) beelden en geluiden die de kijker en luisteraar van informatie voorzien. Door de nadruk te leggen op scherpe contrasten en beschrijvende beelden en geluiden moet de informatie helder overkomen. Vaak maakt men gebruik van persoonlijke verhalen om een groter en complexer verhaal te illustreren en uit te leggen aan het publiek. Deze simpele manier van vertellen is van groot belang. Wanneer een kijker of luisteraar een deel mist of niet begrijpt, wordt vaak de rest van het nieuws ook niet gehoord. Er is geen mogelijkheid om de informatie opnieuw in je op te nemen. Televisienieuws vraagt van het publiek om van begin tot eind alert te zijn. Een lastige zin in een krantenartikel kan men nog eens overlezen, bij televisie is het dan te laat. Wanneer men iets opneemt, kan er nog teruggekeken of teruggeluisterd worden. Maar dan moet er actie ondernomen worden, terwijl televisiepubliek vaak passief is.

Televisie is in verhouding tot radio en internet het minst snelle medium. Televisie draait om beeld en dat heeft meer voeten in de aarde dan alleen geluid of alleen tekst. Een radiopresentator kan meteen het nieuws meedelen, op internet kan je direct een kort bericht plaatsen. Op televisie kan een presentator het nieuws meedelen, maar zonder beeld heb je geen nieuwsitem. Desalniettemin is televisie door digitale technieken steeds sneller geworden en is het bij uitstek een medium dat

⁵⁵ Kolodzy, *Convergence Journalism. Writing and reporting across the News Media*, 71-77.

breaking nieuws (zeer belangrijk nieuws dat meteen op de zender wordt uitgezonden, denk aan de oorlog in Irak, de moord op Theo van Gogh) uitzendt. Het medium televisie bereikt veel mensen en het wordt beschouwd als een betrouwbaar medium, meer dan bijvoorbeeld internet waar iedereen kan zeggen en schrijven wat hij of zij wil. Bij *breaking* nieuws wordt er zo snel mogelijk uitgezonden zonder dat er eerst de mogelijkheid is om conflicterende en niet complete details te checken. In eerste instantie kan het dan blijven bij speculaties die later worden vervangen door feiten en diepgang. Om geen geloofwaardigheid bij de kijker te verliezen is het de kracht om zo precies mogelijk te zijn en toe te geven wanneer je nog niet alle informatie tot je beschikking hebt. In die tussentijd kan er gebruik gemaakt worden van een verslaggever ter plaatse die het belang van de situatie in kan schatten.

Waarom televisie zo belangrijk is bij *breaking* nieuws, is de kracht van beeld. Dit heeft vaak meer impact op de consument dan geschreven of gesproken tekst. Een goed voorbeeld is 9/11. Hier was eigenlijk het omgekeerde het geval: wel beeld, maar weinig achtergrondinformatie. Toch werd door de beelden meteen duidelijk dat het ging om een gevaarlijke en historische gebeurtenis. Pogingen die werden gedaan om op internet meer informatie te vinden, mislukten omdat door de overweldigende belangstelling de servers en netwerken plat lagen. De mensen waren dus voor beeld aangewezen op televisie. Het feit dat mensen zich nog steeds de beelden van deze aanslag kunnen herinneren en daardoor emotioneel kunnen worden, geeft aan wat de impact van audiovisuele media kan zijn.

Deze kracht wordt tevens ook wel als punt van kritiek gezien: teveel emotie en betrokkenheid en te weinig context en diepgang. Beelden worden nogal eens gebruikt omdat 'nou eenmaal de mogelijkheid er is' om deze te filmen en uit te kunnen zenden, niet zozeer om het verhaal te ondersteunen. De theorie in veel newsrooms lijkt vaak: als het nu gebeurt en we kunnen het uitzenden, dan is het nieuwswaardig. De snelheid waarmee iets op televisie kan verschijnen lijkt dan de oppervlakkigheid en lichtvoetigheid van dat wat wordt uitgezonden te compenseren. Complexe verhalen worden nogal eens geschuwd omdat ze niet visueel of simpel genoeg zijn om ze in een televisiecontext te presenteren.

Critici van convergentie zijn bang dat de focus op het visuele van televisiejournalistiek belangrijker wordt dan de nuance en details die binnen de geschreven journalistiek domineren. De snelheid van live beelden en reportages van gebeurtenissen kunnen het belang van accuraatheid en geloofwaardigheid overschaduwen. Aan de andere kant kan je beargumenteren

dat er op internet meer ruimte is voor audiovisuele producties en dus meer ruimte voor achtergronden bij het nieuws die juist wel diepgang en details kunnen tonen.

De volgende televisieprogramma's vallen onder NOS Nieuws:

NOS-Journaal

Het belangrijkste televisieprogramma van de NOS is het NOS-Journaal. Dit televisiejournaal van de NOS is een begrip in Nederland. Volgens mediahistoricus Huub Wijfjes staat het zelfs buiten discussie dat het NOS- en voormalig NTS-Journaal het belangrijkste nieuwsprogramma van de eerste vijftig jaar van de Nederlandse televisie is geweest: 'Er is geen programma te noemen dat in zo'n onderbroken stroom van dagelijkse uitzendingen over het nieuws heeft gerapporteerd.'⁵⁶ Nu nog is het NOS-Journaal van 20.00 uur met een dagelijks bereik tussen de een en anderhalf miljoen kijkers het best bekeken televisiejournaal.⁵⁷ Werd er in 1956 nog met vijf redacteurs gewerkt aan 2340 minuten televisie voor drie bulletins per week, nu zendt NOS Nieuws zeven dagen per week televisiejournaals uit op televisie. Elke week worden er in totaal 85 nieuwsuitzendingen gemaakt, die afwisselend te zien zijn op Nederland 1, 2 en 3. Tot 1975 duurde het Journaal 15 minuten, vanaf dat jaar 20 minuten en in 1998 werd dit zelfs uitgebreid naar 25 minuten.⁵⁸ Het NOS-Journaal wordt per definitie gezien als betrouwbaar, zeker door de wat oudere generaties. Het 20.00 uur Journaal is voor deze mensen vaak nog vaste prik op de avond. Ook is het Journaal voor politici een belangrijke plek om in te verschijnen, dan tel je pas echt mee.⁵⁹ Ondanks de opkomst van commerciële nieuwsprogramma's heeft de NOS zich na ruim vijftig jaar meer dan staande weten te houden in het Nederlandse medialandschap. Dit heeft er ongetwijfeld mee te maken dat het NOS-Journaal zich voortdurend heeft aangepast aan veranderende technologische en journalistieke omstandigheden.⁶⁰

Het Journaal van 20.00 uur wordt uitgezonden op Nederland 1. De overige uitzendingen van het NOS-Journaal worden de hele dag door uitgezonden (inclusief herhalingen), variëren in lengte van 10 tot 25 minuten en zijn te zien op Nederland 1 of Nederland 2.

⁵⁶ Huub Wijfjes, 'De journalistiek van het Journaal. Vijftig jaar televisienieuws in Nederland', in *Tijdschrift voor Mediageschiedenis* 8/2005-2, Vijftig jaar TV-Journaal, Remieg Aerts en Tity de Vries (red.) (Amsterdam: Boom Tijdschriften, 2005) pp. 7.

⁵⁷ Idem.

⁵⁸ Huub Wijfjes, 'De journalistiek van het Journaal. Vijftig jaar televisienieuws in Nederland', 11.

⁵⁹ Remieg Aerts en Tity de Vries (red.), 'Vijftig jaar TV-Journaal', *Tijdschrift voor Mediageschiedenis* 8/2005-2 (Amsterdam: Boom Tijdschriften, 2005) pp. 3.

⁶⁰ Huub Wijfjes, 'De journalistiek van het Journaal. Vijftig jaar televisienieuws in Nederland', 26.

Alle uitzendingen worden gemaakt door een team van bureauredacteuren, verslaggevers, correspondenten, een eindredacteur, producers, camera- en geluidsmensen en technici. Tientallen persberichten komen dagelijks op een redactie binnen, vrijwel iedere minuut verschijnt er een nieuw bericht van persbureaus zoals Reuters, ANP, AP, DPA en AFP en de beelduitwisseling van een groot aantal Europese publieke omroepen. Sommige nieuwsdiensten maken ook tv-beelden, die vervolgens door de redacteuren worden bekeken, waarna stukjes video worden uitgezocht. Dan wordt een zogenaamde voice-over geschreven die de presentator of een verslaggever voorleest. Een verslaggever is de persoon die op pad gaat voor een reportage. Hij of zij stelt de vragen en eenmaal terug op de redactie maakt deze persoon (eventueel samen met een editor) de montage van de reportage zoals deze uitgezonden gaat worden op televisie.⁶¹ Bureauredacteuren blijven vaak op de redactie zelf, zij zoeken, checken en selecteren het nieuws. Voor nieuws uit het buitenland heeft de NOS in grote steden over de hele wereld eigen correspondenten. Bij belangrijk nieuws uit het desbetreffende land of de desbetreffende stad verzorgen zij de verslaggeving.

Voor het Journaal werkt men met vaste presentatoren die het programma een eigen gezicht geven. Een uitzending is opgebouwd uit lange en korte reportages en nieuwsverhalen uit binnen- en buitenland. De uitzending wordt afgesloten met het weer. Ook dit wordt gepresenteerd door vaste weermannen en vrouwen die werken met een eigen redactie. De uitzendingen worden gepresenteerd vanuit twee verschillende studio's: een studio voor de ochtend- en middagjournaals die geplaatst is temidden van de redactie en een aparte studio voor de avondjournaals. De deelredacties die onder andere werken voor het NOS-Journaal zitten samen op één grote nieuwsvloer.

NOS-Jeugdjournaal

Het Jeugdjournaal van de NOS bestaat sinds 5 januari 1981 en wordt twee keer per dag uitgezonden op Nederland 3. Er is een kort bulletin om 17.05 uur, dat 5 minuten duurt en om 19.45 uur is er een langer Journaal van 15 minuten. Het Jeugdjournaal richt zich op de jongere kijkers: van 9 t/m 12 jaar. Er wordt uitgezonden vanuit een eigen studio die qua vormgeving aangepast is aan de doelgroep. Het Jeugdjournaal heeft een eigen redactie met presentatoren, verslaggevers en redacteuren. Deze redactie is geplaatst op de nieuwsvloer, maar zit niet in het centrum van de andere deelredacties.

⁶¹ <http://www.nos.nl/nosjournaal/tvjournaal/achterdeschermen/organisatie/>, 05-03-08.

Journal op 3

Het Journal op 3 bestaat sinds 8 januari 2007. Het wordt dagelijks uitgezonden op Nederland 3 na het Sportjournal, iets voor 23.00 uur. De doelgroep van het Journal op 3 zijn jongeren tussen de 20 en 40 jaar. De uitzending duurt 6 minuten en onderscheidt zich door eigen leaders, presentatoren, graphics en het tempo (kort en snel) van het NOS-Journal en het Jeugdjournal. De uitzending komt niet vanuit een gewone studio, maar vanuit de regieruimte. Deze redactie zit op de nieuwsvloer van NOS Nieuws naast de redactie van het Jeugdjournal, maar functioneert als aparte redactie. Net als het Jeugdjournal zitten zij dus niet in het centrum van de nieuwsvloer.

Den Haag Vandaag

Het NOS programma Den Haag Vandaag verzorgt de parlementaire verslaggeving vanuit Den Haag. Dit onderdeel zit vier dagen per week aan het einde van het actualiteitenprogramma NOVA van de NPS en de VARA. Ook verzorgt de redactie overige parlementaire verslaggeving op televisie: het wekelijkse vragenuurtje in de Kamer, verkiezingsuitzendingen en uitzendingen over belangrijke kamerdebatten en parlementaire onderzoeken/enquêtes. De redactie van Den Haag Vandaag zit samen met de Haagse redactie van de NOS op 50 meter afstand van de Tweede Kamer.⁶²

2.3 NOS Nieuws: radio

Radio is een snel medium. In tegenstelling tot televisie maakt radio alleen gebruik van geluid, luisteraars worden dus niet afgeleid of voorzien van beelden. Hierdoor moet er nog meer aandacht zijn voor de tekst dan bij televisie. Ook moeten radiojournalisten, net als bij de televisie, het publiek helpen om het nieuws te begrijpen en in zich op te nemen door verhalen in een simpele, chronologische manier te presenteren, gebruik makend van geluiden die de luisteraar van informatie voorzien. Deze simpele manier van vertellen is van groot belang. Net als bij televisie geldt: wanneer een luisteraar een deel van de tekst of het geluid mist of niet begrijpt, wordt de rest van het verhaal ook niet gehoord. De informatie komt dan niet meer binnen. De radioluisteraar is in principe passief. Er wordt vaak naar de radio geluisterd terwijl men andere dingen aan het doen is zoals autorijden, werken, huishoudelijke taken. Omdat er geen beeld is waarnaar men moet kijken is dit goed mogelijk. Een verhaal moet daarom wel makkelijk te volgen zijn. Wat betreft *breaking* nieuws is radio ook een uitstekend medium. Het is sneller dan televisie, in die zin dat er geen beeld vereist is. Acute gebeurtenissen hoeven dus niet te wachten op beeldmateriaal, maar kunnen meteen op de zender.

⁶² <http://www.nos.nl/overdenos/achterdeschermen/organisatie/denhaagvandaag.html#>, 23-04-08.

De kritiek die televisie krijgt – dat het een oppervlakkig medium is – is bij radio veel minder aan de orde. Bij dit medium ligt de nadruk vaak meer op inhoud. Men wordt niet afgeleid/verleid door beelden, alleen de tekst is van belang. Omdat er voor dit medium ook minder technische voorzieningen nodig zijn (belichting, beeld) kan men meer focussen op het verhaal zelf, is er meer ruimte voor nuance en details. Wanneer er voor een televisieverhaal geen beelden beschikbaar zijn, is er ook geen verhaal. In het geval van radio kan er vaker een verhaal zijn want men is niet afhankelijk van (mooi) beeldmateriaal.

De volgende radioprogramma's vallen onder NOS Nieuws:

NOS Radio 1 Journaal

Het NOS Radio 1 Journaal zendt van maandag t/m vrijdag drie keer per dag uit: 's ochtends (6-9 uur), 's middags (12-13uur) en 's avonds (16-18.30 uur). Op zaterdag is er een ochtendjournaal van 07.00-08.30 uur en een extra lang Journaal van 12.00-18.30 uur waarin NOS Nieuws en NOS Sport samen een programma maken. Op zondag zijn er alleen de korte nieuwsbulletins van NOS Nieuws op radio 1. Dit alles komt neer op 17 uitzendingen per week. Aan elke uitzending werken een regisseur, een eindredacteur, een presentator, verslaggevers en bureauredacteurs mee. Omdat het Radio 1 Journaal minimaal een uur duurt moet er afwisseling en tempo in de uitzending zitten, anders haken de luisteraars af. Belangrijk zijn goede sprekers die voor de microfoon een duidelijk verhaal kunnen vertellen en een presentator die scherpe vragen stelt en nieuwsgierig is. Dit is een vereiste voor een interessante uitzending en mooie radioverhalen. Een vaste rubriek in het ochtendjournaal is *Het Filiaal*; dan wordt er live verslag gedaan van kleiner nieuws op locatie, verzorgd door één van de verslaggevers. Deze bijdragen lopen op vaste tijdstippen als een rode draad door de uitzending heen.

Net als bij het NOS-Journaal op televisie, kan het voorkomen dat het NOS Radio 1 Journaal extra uitzendingen vult wanneer er calamiteiten zijn of speciale gebeurtenissen.

Met het Oog op Morgen.

Zeven dagen per week van 23.00-24.00 uur wordt op radio 1 Met het Oog op Morgen uitgezonden (tevens te beluisteren via de Wereldomroep). Elke dag van de week wordt het programma gepresenteerd door een andere vaste presentator. Door deze vaste indeling, de persoonlijke opening van het programma (een kort nieuwsberichtje voorzien van commentaar) en de individuele opstelling in interviews drukt de presentator een eigen stempel op de uitzending. Met het Oog op Morgen wordt daarom ook wel een 'personality show' genoemd. Het

programma heeft drie vaste rubrieken: Vandaag in het nieuws (nieuws van de dag in geluidsfragmenten), De Krant van Morgen (overzicht van het belangrijkste nieuws uit de ochtendbladen) en Den Haag Vandaag (politiek nieuws). Daarnaast worden er elke uitzending drie actuele onderwerpen besproken met gasten die in de studio worden uitgenodigd. Met het Oog op Morgen wordt afgesloten met de rubriek 'Vijf voor Twaalf'. Het nieuws van de dag of van de komende dag wordt op een luchtige manier in een ander perspectief geplaatst. De redactie van Met Het Oog op Morgen bevindt zich op de nieuwsvloer, maar functioneert apart van de overige radio- en televisiejournals. Zij volgen hun eigen agenda omdat ze zich willen onderscheiden van de andere programma's door een eigen 'geluid' te houden.

NOS-Headlines

De redactie van NOS Headlines verzorgt nieuwsbulletins die worden uitgezonden op radio 3fm en het radiostation FunX. De stijl van de bulletins is aangepast aan de doelgroep (20-40 jaar): korte nieuwsberichten en vlot gemonteerde reportages over onderwerpen die jongeren aanspreken. De radiobijdragen worden gemaakt door een jonge redactie die gevestigd is in het gebouw van Radio 3FM. Deze redactie is dus niet geplaatst op de nieuwsvloer van de NOS. Wel hebben zij toegang tot dezelfde systemen en informatie van NOS Nieuws. NOS Headlines verzorgt daarnaast ook de Teletekstpagina 401 (hier zijn korte nieuwsberichten op te vinden) en er is een aparte videoredactie. Deze redactie maakt filmpjes en reportages voor de website www.nosheadlines.nl. Hierover meer onder het kopje 'internet'.

2.4 NOS Nieuws: internet

Traditionele media bieden niet de mogelijkheid die internet wel biedt: interactiviteit. Nieuws op internet vraagt van het publiek om zelf iets te doen: zoeken, klikken, surfen en lezen. De kracht van online journalistiek zit in het feit dat er geëxperimenteerd kan worden met verschillende vormen van verhalen vertellen, gebruik makend van interactiviteit, archief- en zoekfuncties, het snel kunnen plaatsen en verversen van content. Bij een nieuwsverhaal kan een emailadres geplaatst worden waar mensen terecht kunnen met een reactie (al wordt de toegevoegde waarde hiervan nog wel eens betwist omdat deze functie vaak wordt misbruikt voor persoonlijke aanvallen en vervelende mails in plaats van een daadwerkelijk bijdrage of opinie met betrekking tot het nieuws), er zijn discussie fora waar lezers met elkaar in discussie kunnen gaan over nieuwsverhalen of er kan een eigen weblog worden aangemaakt. Weblogs geven journalisten niet alleen de mogelijkheid om te communiceren met lezers, consumenten kunnen zelf ook nieuwsproducers worden. Via weblogs kan een discussie over een nieuwsfeit gaande blijven terwijl traditionele media hier geen aandacht meer voor hebben. *Mainstream* media zijn niet langer

het enige autoritaire geluid voor het nieuws van de dag. Feiten kunnen via het internet makkelijk worden gecheckt wat journalisten alerter en voorzichtiger maakt.

Nieuwsverhalen kunnen op internet ondersteund worden door aanvullende informatie die met één muisklik opgevraagd kan worden. Eerder verschenen artikelen over hetzelfde onderwerp kunnen via links onderaan aan een verhaal worden toegevoegd of men kan via een link doorklikken naar andere relevante sites. Internet is geen medium voor grote en lange stukken tekst. Geschreven artikelen moet bovendien overzichtelijk opgebouwd zijn met voldoende tussenkopjes en alinea's. Internet is snel waardoor het in feite de strijd aangaat met radio en televisie. Er is niet alleen plaats voor tekst, maar ook voor audio, video, foto's en graphics. De ruimte op internet is bovendien onbeperkt, er is dus altijd plek voor nieuws.

Door het internet worden radio- en televisiezenders soms gedwongen om met zichzelf te concurreren; nieuws dat voor een reguliere uitzending gepland staat, wordt online soms al eerder vrijgegeven. Door internet en convergentie zijn scoops (primeurs) dan ook min of meer verleden tijd. Nieuwsconsumenten hechten weinig waarde aan de plek waar ze het nieuws als eerste vinden, of dit op nu.nl is of op de site van de NOS. Het gaat erom dat ze het kunnen lezen/kijken/luisteren. Bovendien is het nieuws door de snelheid van internet bijna overal binnen eenzelfde tijdsbestek te lezen. Hierdoor wordt de journalistiek gedwongen om creatiever te zijn met nieuws en na te denken over de mogelijkheden om een verhaal vorm te geven. Als je hetzelfde feit elders kan lezen, moet een nieuwsorganisatie zich afvragen: wat moeten wij toevoegen aan dit nieuws en welke invalshoek kiezen wij? Hierdoor kunnen er kwalitatief betere (multimedia)producties tot stand komen.

De snelheid en de anonimiteit van het medium internet kan ook leiden tot onjuiste berichtgeving; door bijvoorbeeld het plaatsen van nieuwsberichten die nog niet zijn geverifieerd of feiten die achteraf niet lijken te kloppen. Omdat op internet iedereen anoniem berichten kan plaatsen (uiteraard niet op elke willekeurige site, maar wel op eigen weblogs of op fora), kan lang niet altijd iemand hiervoor verantwoordelijk gehouden worden. Het kan dus wel eens schorten aan de betrouwbaarheid van dit medium. De zwakte van online nieuws ligt dan ook in het feit dat het een recent medium is; aspecten als geloofwaardigheid, ethiek en het financiële succes moeten nog geformuleerd worden. Voor grote nieuwsorganisaties is dit minder het geval. Alle berichten die NOS Nieuws plaatst op nos.nl gaan uit van eenzelfde ethiek die geldt voor de radio- en televisiejournalistiek van deze organisatie. Ook kan de NOS wel degelijk verantwoordelijk worden gehouden voor alle berichtgeving die online wordt geplaatst op nos.nl.

NOS Nieuws werkt momenteel met de volgende online producten:

De website(s)

Op de nieuwsvloer van de NOS zit een aparte internetredactie met eigen redacteurs en een eindredacteur. Zij verzorgen de website www.nos.nl: ze plaatsen nieuwsberichten en bij grotere evenementen/nieuwsgebeurtenissen gaan zij op pad voor het schrijven van verhalen en het maken van foto's. Redacteurs en verslaggevers van andere redacties kunnen zelf ook berichten schrijven of materiaal aanleveren, zij plaatsen het niet zelf op de website. Op dit moment is de NOS druk bezig met een nieuw te vormen Digidesk, deze moet de internetredactie zoals die nu bestaat gaan vervangen. Hierover uitgebreider in paragraaf 3.3

De website van de NOS is opgebouwd uit verschillende elementen: NOS.NL, NOS Journaal, NOS Studio Sport, NOS Teletekst, NOS Headlines, Journaal op 3, NOS Jeugdjournaal en NOS Weblogs. Deze worden boven in een balk weergegeven. Op de homepage **nos.nl** kan je terecht voor het laatste nieuws, dat links in een kader wordt gepresenteerd. Het meest recente nieuws wordt bovenaan geplaatst. Dit kader is gekoppeld aan de Teletekst pagina 101 (nieuwspagina). Het gaat om korte nieuwsberichten van gemiddeld 100 woorden. In het kader aan de rechterkant van de homepage kan je verschillende toepassingen aanklikken voor radio & tv: de laatste uitzending, de laatste reportage, het nieuws in 60 seconden, live luisteren naar radio 1 of doorlinken naar de digitale kanalen Journaal 24 of politiek 24 (hierover straks meer). Verder kan je op de site verschillende video- en audiofragmenten aanklikken, doorklikken naar het weer- en filenieuws en weblogs bekijken. Ook is er een zoekfunctie. Er zijn enkele dossiers aangemaakt (onder het kopje uitgelicht) over grote thema's, bijvoorbeeld het dossier 'NOS Amerika Kiest'. Wanneer je hier naar toe gaat, kom je op de site van het NOS Journaal (dit is een subpagina van de homepage). Ook staat er onder het kopje uitgelicht een sportdossier (WK Around) en een weekoverzicht als videofragment. Wanneer je verder naar beneden gaat kom je bij het sportnieuws, en helemaal onderaan bij de nieuwsberichten van NOS Headlines (welke ook gelinkt is aan de nieuwspagina van NOS Headlines op Teletekst pagina 401).

Het **NOS Journaal** (www.nos.nl/journaal) heeft een aparte website. Ondanks de naam, die suggereert dat het hier alleen over het televisiejournaal gaat, valt ook het Radio 1 Journaal onder deze site. Links vind je de subkopjes: Beeld en Geluid, Archief, Dossiers, Weblogs, Weer, Nieuwsbrief, Chat. Daaronder krijg je het kopje 'Programma's' met de keuze uit: TV Journaal, Radio 1 Journaal, Met het Oog op Morgen en Actueel. Onder het laatste kopje 'Evenementen'

kan je ook weer doorklikken naar het dossier ‘Amerika Kiest’. Op deze homepage kan je verschillende nieuwsberichten en reportages aanklikken. Sommige items bevatten alleen tekst, sommigen hebben ook audio en video. Rechts staat in een kader de Mediatheek. Hier kan je ook weer losse audio- en videofragmenten bekijken. Dan is er nog een kader met specials (onder andere Klimaatverandering en Rusland Kiest), een Teletekst kader en een poll met een stelling van de dag waar je aan mee kan doen. Onder de archiefknop kan je oude uitzendingen opvragen, dit is alleen mogelijk voor Journaals die maximaal een week oud zijn. Onder ‘programma’s kan je kijken naar het TV Journaal, het Radio 1 Journaal, Met het Oog op Morgen en Actueel. Hier vind je een uitgebreide beschrijving van het programma, een overzicht van de medewerkers en enkele foto’s van de redactie en presentatoren.

Zoals de site van het NOS Journaal is opgebouwd, zo is er ook een aparte site voor **NOS Studiosport** (nos.nl/nosstudiosport). Deze is op eenzelfde manier ingekaderd als de website van het NOS Journaal. Je kan er de meest recente reportages bekijken (audio en video), je kan er dossiers en speciale evenementen vinden en meer achtergrond informatie over het programma en de medewerkers. De site van **NOS Teletekst** (Teletekst.nos.nl) omvat alleen een Teletekst browser, die er hetzelfde uitziet als op je televisiescherm. De websites van het NOS Jeugdjournaal, NOS Headlines en Journaal op 3 hebben alle drie een andere opmaak, afgestemd op de doelgroep. De site van het **NOS Jeugdjournaal** (nos.nl/jeugdjournaal) is erg speels met veel kleuren en bewegende beelden. Hier kan je terecht voor oude uitzendingen, reportages (alleen video) en korte nieuwsberichten, een poll waarin wordt gevraagd naar jouw mening en informatie over de uitzending en de medewerkers. De website van het **Journaal op 3** (nos.nl/journaalop3) bestaat uit een kader met een overzicht van nieuwsberichten. In het midden kan je het nieuws in 60 seconden bekijken en aan de rechterkant staan drie rubrieken: opmerkelijk, poll en jouw nieuwsvideo. Er is een archieffunctie en je kan de laatste uitzending bekijken. **NOS Headlines** (headlines.nos.nl) werkt met een wat strakkere site met veel reportages en een nieuwsoverzicht. Ook deze site voorziet in een archief functie, een stelling van de dag en een overzicht van de best gelezen berichten.

NOS Weblogs is de meest recente site van de NOS (weblogs.nos.nl). Deze is onderverdeeld in de verschillende afdelingen binnen de NOS:

- *Standplaatsen*: Hier kan je de weblogs van alle correspondenten van NOS Nieuws vinden. Elke correspondent kan deze blog vullen met achtergrondverhalen, video- en/of radioreportages vanuit het land waar de correspondent werkzaam is.

- *Nieuwe Media*: Dit is een weblog met als belangrijkste schrijver Roeland Stekelenburg het hoofd Nieuwe Media binnen de NOS. Hierop worden de laatste ontwikkelingen op het gebied van Nieuwe Media (nieuwe toepassingen en applicaties op het gebied van mobiel, internet, narrowcasting en interactiviteit) uiteengezet en persoonlijke overpeinzingen worden ook niet geschuwd.
- *Den Haag*: Dit is de weblog van de deelredactie Den Haag. Verslaggevers en redacteurs bloggen over ervaringen in de wandelgangen, analyseren het Haagse nieuws en reageren op politici en bezoekers van dit blog.
- *Hoofdreductie*: Hoofdreducteur Hans Laroes en adjuncten Giselle van Cann en Marcel Gelauff houden een blog bij namens de hoofdreductie. Het doel is interactie met de mensen die de NOS volgen. Kijkers, luisteraars en surfers kunnen hier reacties kwijt.
- *Redacties*: Onder deze blog hebben enkele deelredacties hun eigen pagina. Het gaat om de redacties: binnenland, buitenland, economie, weer en headlines.
- *Presentatoren*: De presentatoren van het tv-journaal zoals Sacha de Boer, Philip Freriks en Rik van de Westelaken plaatsen hier zo af en toe een bericht over hun werkzaamheden bij het NOS Journaal.
- *Directie*: Dit is de weblog van de directie van de NOS. Bijdragen worden geleverd door Gerard Dielessen (algemeen directeur), Jan de Jong (mediadirecteur) en Geert Hofman (zakelijk directeur).
- *Met het Oog op Morgen*: Het radioprogramma met het Oog op Morgen heeft ook een eigen weblog. De redactie onderhoudt de berichtgeving.

Chat

Iedere vrijdagmiddag biedt de NOS de mogelijkheid om na het Journaal van 17.00 uur te videochatten met een persoon in het nieuws of een prominente NOS' er. Je kunt vragen stellen of opmerkingen maken over de verschillende programma's. Deze worden dan direct beantwoord.

Nieuwsbrief

De NOS verzorgt een dagelijkse nieuwsbrief die elke dag rond 16.00 uur wordt verstuurd. Hiermee kan je op de hoogte blijven van de inhoud van alle NOS-uitzendingen en de brief bevat het belangrijkste (sport)nieuws van dat moment. Wanneer je geabonneerd bent op deze nieuwsbrief belooft de NOS dat je als eerste toegang krijgt tot niet uitgezonden materiaal en exclusieve interviews en bijzondere bijdragen.

Digitale themakanalen

De NOS heeft ook twee digitale themakanalen, namelijk: *Journal 24* en *Politiek 24*.

- *Journal 24* ([www.nos.nl/journaal 24](http://www.nos.nl/journaal24)) is de 24-uurs nieuwszender van de Publieke Omroep die wordt beheerd door de NOS. De basis van dit kanaal is het NOS-Journaal. De laatste uitzending van het Journaal wordt hier herhaald tot de volgende uitzending. Bij belangrijke gebeurtenissen kan je hier live het nieuws volgen. Op dit themakanaal wordt ook de weerinformatie getoond en er verschijnt in beeld een *ticker* met het nieuwsoverzicht van pagina 101 van NOS Teletekst.⁶³
- *Politiek 24* (www.nos.nl/politiek24) is het digitale kanaal over de Nederlandse politiek. Ook dit themakanaal is een initiatief van de Publieke Omroep en wordt beheerd door de NOS. Hier kan je live en integrale verslagen bekijken van de Tweede en Eerste Kamerdebatten, persconferenties van politici en politieke partij- of discussiebijeenkomsten. Wanneer deze niet plaatsvinden kan je kijken naar compilaties van het (dagelijkse) politieke nieuws afkomstig van diverse actualiteiten- en nieuwsrubrieken van de publieke omroep. Ook wordt er archiefmateriaal van politieke gebeurtenissen uitgezonden (zowel wat betreft het recente als het verre verleden). Onderaan het beeld loopt een tekstbalk voorzien van aanvullende informatie.⁶⁴

Concluderend

Een nieuwsorganisatie die de kenmerken van elk uniek medium in zijn achterhoofd houdt, kan convergentie tot een succes maken. Multimediaproducties komen tot stand door de kwaliteiten van elk uniek medium goed te benutten. Dit kan variëren van inhoudelijke overwegingen zoals: de consument de mogelijkheid willen geven om te reageren op nieuwsfeiten (interactief; internet) of beelden die dusdanig indringend zijn dat we ze uit moeten zenden (de kracht van beeld; televisie), tot praktische overwegingen: er is geen ruimte meer in de uitzending van het NOS-Journaal van acht uur dus we plaatsen het overige videomateriaal op de internetsite (onbeperkte ruimte; internet) of er is geen beeldmateriaal beschikbaar dus we houden het bij een radioverhaal (beeld is geen vereiste; radio). Door het samenwerken van verschillende platformen en redacties kan er efficiënter gewerkt worden en kan men de juiste keuzes maken met betrekking tot convergent werken.

Als we kijken naar de structuur van de nieuwsvloer van de NOS wordt duidelijk dat deze ingedeeld is op basis van deelredacties én programmaredacties. Het centrum van de nieuwsvloer

⁶³ <http://portal.omroep.nl/?nav=ekbqbKsHEnCOWBdzBvCgW>, 12-02-08.

⁶⁴ Idem.

bestaat uit de deelredacties die los staan van een programma (binnenland, buitenland, economie, 24uurs). Zij functioneren op basis van een bepaald terrein of gebied. Daarnaast bestaan er ook nog redacties die bestaan op basis van een programma, deze zijn wat meer buiten het centrum van de nieuwsvloer geplaatst. Het gaat om de redacties van het Jeugdjournaal, het Journaal op 3 en met Het Oog op Morgen. De redacties van NOS Headlines (3FM / Videoredactie) zitten überhaupt niet in hetzelfde gebouw als waar de nieuwsvloer is gesitueerd. Daarnaast bestaat er voor het Radio 1 Journaal nog een aparte uitzendredactie die dichtbij de radiostudio zit, maar verder weg van het centrum van de nieuwsvloer. De internetredactie is ook een aparte redactie die bestaat op basis van één specifiek medium. Deze redactie zit naast de deelredacties en dus vrij centraal op de nieuwsvloer. Dit is ook praktisch want zo kan het contact met de overige deelredacties en redacteuren snel tot stand komen.

We kunnen concluderen dat de deelredacties die de Journaals, het Radio 1 Journaal en de website verzorgen het centrale punt van de nieuwsvloer vormen. Deze programma's en hun deelredacties vormen dus de basis van de convergentie binnen de NOS. De redacties van het Jeugdjournaal, het Journaal op 3 en met Het Oog op Morgen zijn programmaredacties die wat meer buiten de nieuwsvloer functioneren, zij maken wel gebruik van dezelfde systemen waardoor informatie makkelijk gedeeld kan worden. Hoe deze samenwerking is vorm gegeven en wat het beleid is ten opzichte van deze structuur op de nieuwsvloer wordt aan de hand van interne nota's geanalyseerd in het volgende hoofdstuk.

3. Convergentiebeleid van NOS Nieuws

*Iedereen moet multimediaal denken, maar niet iedereen hoeft multimediaal te werken.*⁶⁵

Uit verschillende nota's van de NOS blijkt dat er al ruime tijd wordt nagedacht over nieuwe (digitale) ontwikkelingen, multimedialiteit en convergentie. Hierdoor zal de nieuwsproductie en tevens het werk van journalisten gaan veranderen. De vorming van dit convergentiebeleid wordt onderzocht aan de hand van de interne nota's die zijn geschreven in aanloop naar de reorganisatie in 2006. Tevens worden er interne nota's bestudeerd die zijn verschenen na de voltooiing van deze reorganisatie. In paragraaf 3.1 kijken we naar de periode voor de reorganisatie van 2003 tot en met 2005. Het gaat om de nota's: *Ten Aanval* (2003), *De Wereld van de Kijker* (2004) en *Hooggeëerd Publiek* (2005). In paragraaf 3.2 wordt er gekeken naar de interne nota's nádat deze reorganisatie is voltooid, vanaf 2006 tot en met het huidige beleid, anno 2008. Het gaat om de evaluaties *Getrokken Gras 1* (mei 2006), *Getrokken Gras deel 2* (juli 2006), *Getrokken Gras 3* (2007) en de nota *NOS 2.0 Internet vanaf nu* (2007). Voor het beleid anno 2008 zijn interviews afgenomen met plaatsvervangend hoofdredacteur van NOS Nieuws Marcel Gelauff en hoofd Nieuwe Media Roeland Stekelenburg. In paragraaf 3.3 worden deze beleidsplannen van 2003-2008 gefaseerd en kan er antwoord gegeven worden op de eerste hoofdvraag: *Wat is het beleid inzake mediaconvergentie bij NOS Nieuws in de periode 2003-2008?*

3.1 periode 2003-2005

De beleidsnota's uit 2003, 2004 en 2005 zijn geschreven door de toenmalige hoofdredacteur van het NOS-Journaal Hans Laroës. De stukken gaan dan ook voornamelijk over de televisiejournals. Wel wordt er al regelmatig gesproken over de nieuwe ontwikkelingen op het gebied van multimedia en convergentie. In de nota *Hooggeëerd Publiek* uit 2005 staat bijvoorbeeld de geplande reorganisatie van de NOS voor een groot deel centraal. Omdat Hans Laroës deze stukken op zijn naam heeft staan lijkt de beleidsvorming met betrekking tot de reorganisatie te komen vanuit het NOS-Journaal. Het is geen beleidsplan waarin hoofdredacteurs van radio en/of internet worden betrokken.

Ten aanval

De nota *Ten Aanval. All the news that's fit to broadcast...* verschijnt in 2003 en is namens de hoofdredactie geschreven door Hans Laroës. Het stuk bestaat uit 52 pagina's en is opgedeeld in

⁶⁵Zie bijlage 1: interview met Marcel Gelauff, plaatsvervangend hoofdredacteur, 20 februari 2008.

drie delen: hoe het Journaal er in de ogen van de hoofdredactie uit zou moeten zien, opvattingen over deelredacties en over journalistiek werk in de digitale toekomst. Voor dit onderzoek zijn alleen het tweede en derde deel van belang. De delen van *Ten Aanval* die betrekking hebben op mediaconvergentie en multimedialiteit zijn hieronder uiteengezet op de niveaus structuur en nieuwsgaring.

Structuur

In *Ten Aanval* wordt aangekondigd dat de NOS gaat werken met nieuwe digitale technieken: banden verdwijnen, monteren kan op eigen computers en er wordt opgenomen op discs. Er komt een digitaal archief waar beeldmateriaal in opgeslagen wordt. Hierdoor worden onderwerpen voor meerdere media beschikbaar:

‘Een gemonteerd onderwerp voor het Journaal kan meteen voor internet gebruikt worden en het audio is er meteen voor de radiocollega’s.’⁶⁶

Laroës schrijft dat de hoofdredactie nadenkt over nieuwe technieken en digitale toepassingsmogelijkheden, zoals experimenteren met laptopmontage. Dit levert vooral veel winst op voor 24-uurs nieuwszenders die meteen de beschikking hebben over het materiaal. Digitale montage voorziet in de mogelijkheid om snel onderwerpen te verversen en aan te passen.

De hoofdredacteur van het NOS-Journaal spreekt in deze nota al over het samenbrengen van alle NOS-afdelingen in één gebouw. Er wordt geen datum genoemd waarop dat moet gebeuren. Op het moment dat deze nota verschijnt zitten radio, televisie en internet nog op aparte locaties. De bedoeling van de fusie is, zo schrijft Laroes, dat nieuws bij nieuws komt, en sport bij sport. De hoofdredacteur spreekt in dit kader over nieuwe mogelijkheden tot samenwerking met het radio 1 Journaal:

‘Al eerder is afgesproken dat, als we eenmaal bij elkaar zitten in één pand, de agenda- en garingsredacties van het Radio 1 Journaal en van ons worden samengevoegd. Beide organisaties doen immers op het agendamatische en garende terrein vergelijkbaar werk.’⁶⁷

In dit stadium (2003) speelt internet nog geen heel erg grote rol, maar er wordt wel gewezen op het feit dat er in de toekomst veel van nieuwsorganisaties wordt verwacht als het gaat om het online aanbieden van nieuws. Laroes vindt het dan ook ‘logisch’ om een intensievere samenwerking met de online-redactie aan te gaan. De positie van NOS Online kan volgens de

⁶⁶ *Ten Aanval. All the news that's fit to broadcast...* Discussienota NOS-Journaal 2003, pp. 50.

⁶⁷ *Ibidem*, 44.

hoofdreductie alleen uitgebouwd worden wanneer men gebruik maakt van de sterke merken van de NOS. Hieronder vallen volgens deze nota *Het Journaal* en *Studio Sport*.

Het NOS-Journaal krijgt dan ook een eigen site op internet die zelfstandig te bereiken is en niet perse via NOS-Home gevonden hoeft te worden. Op de redactie van het Journaal komt een online-voorpost. Deze voorpost onderhoudt het contact met Online en de sites van Online. Dit moet medewerkers stimuleren om eigen bijdragen aan de site te leveren. Laroes spreekt in dit kader over een nieuwsverhaal, met een op internet toegesneden aanpak. Hij is zich dus bewust van het feit dat er op internet op een andere manier wordt geconsumeerd dan bij de traditionele media. De site gaat ook gebruikt worden voor interactiviteit met de kijkers. Het internet biedt volgens Laroes de mogelijkheid om 'uit te leggen, te verklaren en met de kijkers in debat te gaan.'⁶⁸ Op de site komt ruimte voor chat, reacties en columns over afwegingen van het Journaal.

Nieuwsgaring

In deze nota wordt stilgestaan bij het feit dat deze digitale ontwikkelingen ook betrekking hebben op de werkwijze voor redacteurs en verslaggevers. Hierbij wordt er gerefereerd aan 'de wil om te veranderen':

'De simpele mededelingen dat het vroeger allemaal anders en beter was is ongeloofwaardig en sowieso niet productief.'⁶⁹

Niet bang zijn voor wat komt, maar assertief met de nieuwe mogelijkheden omgaan.'⁷⁰

Door de digitalisering waarover Laroes spreekt, kan digitaal videomateriaal zelf gemonteerd worden.⁷¹ Dit betekent voor de verslaggevers dat zij dit ook moeten leren. De editor en zijn specifieke vakmanschap zal niet verdwijnen, maar verslaggevers kunnen wel zelf de montage verzorgen wanneer ze hier handig in zijn.⁷² Doordat internet een steeds grote rol gaat spelen en beelden en verhalen zo mogelijk op internet beschikbaar moeten zijn, wordt in de toekomst van correspondenten en presentatoren verwacht dat zij ook eigen bijdrages kunnen gaan leveren.

In *Ten Aamval* wordt tevens gesproken over *camjo's* (een afkorting van camerajournalisten). Enkele buitenlandcorrespondenten gaan hiermee experimenteren:

⁶⁸ Ibidem, 47.

⁶⁹ Ibidem, 43.

⁷⁰ Ibidem, 48.

⁷¹ Ibidem, 41.

⁷² Ibidem, 49.

‘Camjo wordt verder geïntroduceerd, eerst bij ‘early adapters’ als Step (Vaessen, correspondent in Indonesië, KT) en Margriet (Brandsma, correspondent Berlijn, KT). We pogen de soort van verhalen te beschrijven die zich lenen voor camjo-benadering.’⁷³

Onder camjo verstaan ze bij de NOS ‘de journalist die zelfstandig met een kleine digitale camera verhalen draait die met een ruime 3-mansploeg moeilijker te maken zijn’. Uit de term ‘verder’ in bovenstaand citaat kunnen we opmaken dat het niet de eerste keer is dat er over camjo’s gesproken wordt. Er zou al eerder geëxperimenteerd zijn met camjo-verslaggeving en dat heeft een aantal goede, maar ook minder goede verhalen opgeleverd, zo schrijft Laroes in *Ten Aanval*. Toch is er de noodzaak om verhalen met de digitale camera te maken, om financiële redenen, maar ook omdat dit een betere manier is om kleine en intiemere verhalen te verslaan.⁷⁴ De hoofdredacteur wijst op het feit dat de NOS een achterstand heeft met betrekking tot het werken met de digicam (digitale camera) ten opzichte van nieuwsorganisaties in het buitenland en dat deze achterstand ingehaald moet worden. Dit resulteert in de volgende beleidsvoornemens:

‘Een aantal verslaggevers wordt opgeleid om digitaal te draaien (niet in plaats van het gewone werk, maar aanvullende op de dagelijkse gang van zaken). Een aantal correspondenten wordt (of is) uitgerust met de digicam, aanvullend aan hun gewone werk. Step Vaessen en Thomas Loudon werken al zo; Margriet Brandsma krijgt ook een digicam. Deelredacties gaan de verhalen benoemen die met de digitale camera gedraaid kunnen worden.’⁷⁵

Ten slotte wordt er in *Ten Aanval* stilgestaan bij veranderingen die de digitalisering teweeg gaat brengen voor de medewerkers. De hoofdredactie realiseert zich dat de ene collega zich makkelijker aanpast aan de nieuwe digitale voorzieningen dan de andere en specifieke specialisaties zullen zeker niet verdwijnen. Ze zijn in dit stadium druk bezig met het definiëren van de werkwijze in de toekomst. Er zijn nog geen definitieve beslissingen genomen en er wordt vooralsnog geoefend met digitale montage. Aan de hand hiervan kan in de toekomst worden vastgesteld welke manier van werken het beste bevalt. Dát er gedigitaliseerd en verhuisd gaat worden staat wel vast. Laroes benadrukt dat het gaat om de inhoudelijke, journalistieke winst die uit de veranderingen gehaald kunnen worden.⁷⁶

De wereld van de kijker

De wereld van de kijker is geschreven op 14 oktober 2004 door hoofdredacteur Hans Laroes en de adjuncten Marcel Gelauff en Rene Went. Het is een korte nota van tien pagina’s die dient als

⁷³ Ibidem, 30.

⁷⁴ Ibidem, 41.

⁷⁵ Ibidem, 42.

⁷⁶ Ibidem, 50.

aanvulling op *Ten Aanval* uit 2003. De uitgangspunten van *Ten Aanval* blijven in essentie hetzelfde, maar in de *Wereld van de kijker* worden enkele uitgangspunten van het NOS-Journaal aangehaald die verbeterd kunnen worden. Zo spreekt men over de omgeving en de positie van het NOS-Journaal, de routine van sommige werkzaamheden, discipline van medewerkers en een aantal kernbegrippen dat belangrijk is voor de NOS. Zijdelings spreken Laroes, Gelauff en Went van ‘de vorming van de nieuwe NOS, die het Journaal doet opgaan in een groter geheel’ en ‘de noodzaak om efficiënter te gaan werken’. Dit laatste wordt genoemd in de context van een beperkte financiële ruimte. De NOS moet bezuinigen. Voor de vorming van de Nieuwe NOS wordt *Ten Aanval* als leidraad genoemd, maar niet uitgebreid toegelicht.⁷⁷ Onder het kopje ‘onzekerheid’ wordt de vorming van de nieuwe NOS kort genoemd. Het doel van deze operatie is volgens de hoofdredacteur en de adjuncten tweeledig:

‘De vorming van de nieuwe NOS is zeker geen puur organisatorische, maar ook een inhoudelijke operatie.’⁷⁸

De auteurs van deze nota beseffen dat er onzekerheid bestaat over welke baan iedere collega vervult over twee jaar, maar minstens zo interessant vinden zij die journalistieke dimensie. Eenvormigheid moet binnen een grote organisatie als de NOS voorkomen worden en daarom zijn én worden de formats van de verschillende programma’s belangrijk. Ook de digitalisering speelt hierin een rol:

‘(...) Daarnaast lijkt een complete digitalisering aanstaande, die uiteindelijk een samensmelting van alle media mogelijk maakt en die de rol van netten en op vaste tijdstippen gefixeerde programma’s zal doen eroderen. Voor de NOS geldt dat er maar een antwoord is: overal aanwezig zijn.’⁷⁹

Wat in deze context ‘overal’ betekent, wordt niet nader toegelicht. Voortvloeiend uit deze korte nota worden ten slotte enkele maatregelen genoemd. De maatregelen die betrekking hebben op de convergentie binnen de NOS zijn uiteengezet in de niveaus van structuur en nieuwsgaring:⁸⁰

Structuur:

- De introductie van een **digitaal nieuws(herhaal)-kanaal**
- Een ombouw van huidige **NOS internetsites** naar NOS-Journaal-site (nieuws) en Studio Sport-site (sport), plus www.NOS.nl (vooral op Teletekst gebaseerd nieuws). De Journaalsite wordt een actieve nieuwssite, met ook de huidige verantwoordingsfunctie.

⁷⁷ *De wereld van de kijker*, Discussienota NOS-Journaal 2004, pp. 2.

⁷⁸ *Ibidem*, 6.

⁷⁹ *Ibidem*, 6.

⁸⁰ *Ibidem*, 7-10.

- Voorbereiden **opleiding digitalisering**
- Er komt een heldere **personeelsnotitie** over het huidige personeelsbeleid, de verschillende verantwoordelijkheden van chefs en hoofdredactie; **de gevolgen van de Nieuwe NOS.**

Nieuwsgaring

- Uitbouw van **camjo**-gebruik en –verhalen
- **Internetredacteuren** worden bij de diverse deelredacties geplaatst. Bevoorraden en updaten van de sites wordt een collectieve verantwoordelijkheid van de deelredacties.
- Een **interneteindredacteur** komt op de Journaalredactie te werken, in omgeving Journaaleindredacteuren.

Deze maatregelen worden verder niet toegelicht in de nota *De wereld van de kijker*. Om wat voor opleidingen het gaat met betrekking tot digitalisering en wat de personeelsnotitie inhoudelijk in kaart gaat brengen over de gevolgen wat de nieuwe NOS is dus niet bekend.

Hooggeëerd publiek

In december 2005 verschijnt de nota *Hooggeëerd publiek* van hoofdredacteur Hans Laroes. Hierin staat in tachtig pagina's de reorganisatie van de NOS centraal. Dat moet resulteren in de vorming van NOS Nieuws en NOS Sport, een operatie die uiteindelijk op 20 januari 2006 verwezenlijkt wordt. De nota begint met tien beloften aan het publiek met als belofte nummer 7: 'NOS Nieuws wil actief zijn op zoveel mogelijk platforms, reageert op en scheidt nieuwe toepassingen.'⁸¹ Laroes benadrukt meerdere malen dat de NOS volop aan het investeren en experimenteren is op nieuwe terreinen en de hoofdredacteur staat stil bij het feit dat de nieuwsconsument ook op andere manieren nieuws tot zich neemt en zelf de bringer van nieuws kan zijn.

De vorming van de nieuwe NOS wordt gezien als een basisvoorwaarde om te kunnen functioneren in een nieuwe digitale tijd. Een betere organisatie moet daarnaast leiden tot betere journalistiek en het vergroten van kennis en materiaal waaruit geput kan worden. Punten die centraal staan binnen de nieuwe NOS Nieuws met betrekking tot convergent werken, luiden als volgt:⁸²

- Alle media en uitingen worden samen gebracht
- Integratie van alle deelredacties

⁸¹ *Hooggeëerd Publiek*. Discussienota NOS-Journaal 2005, pp. 5.

⁸² *Ibidem*, 35, 36.

- Programma's als Met het Oog op Morgen en het Jeugdjournaal die min of meer zelfstandig zijn worden dichterbij de 'grote' organisatie gebracht; zij integreren mee.
- Werken op basis van digitale techniek
- Een multimediale denkwijze van iedereen die bij de NOS werkt: kennis van het eigen medium, van de eigen activiteit is onvoldoende
- Er moet 24-uur per dag nieuws geproduceerd en ge-update worden

Deze beleidsplannen worden hieronder nader uiteengezet op het niveau van structuur en nieuwsgaring:

Nieuwsgaring

Binnen de nieuwe NOS ligt de nadruk op de term 'multimedialiteit'. Dit wordt gepresenteerd als een belangrijk speerpunt:

'Multimedialiteit is een eis die we aan de gehele NOS en aan de complete deelredacties stellen. Onderwerpen moeten zo worden bedacht, doordacht en voorgeproduceerd dat ieder medium op de eigen wijze wordt bediend, rekening houdend met de formats van de verschillende uitingen.'⁸³

Daarbij schrijft Laroes dat het een grote fout zou zijn om te verwachten dat iedereen voor alle verschillende media (televisie, radio, internet en Teletekst en toekomstige uitingsvormen) kan werken. Uitgangspunt is dat deelredacties hun aanpak zo moeten organiseren dat ieder medium en iedere uiting gelijkwaardig wordt behandeld. Opgemerkt wordt dat niet elk verhaal op elk medium móet en kán worden verteld. Op radio, internet en Teletekst is meer ruimte voor verhalen dan op televisie.

Grote aandacht gaat uit naar de Centrale Tafel waar hoofdredactie, chefs, eindredacteuren en coördinatoren samenkomen en waar multimediale producties ontstaan. Daarnaast heeft iedere journalist binnen NOS Nieuws de verantwoordelijkheid om over de grenzen van het eigen medium te denken en te handelen. Tot dan toe was het vrijblijvend om als radioverslaggever ook televisie te bedienen of als correspondent een internetcolumn te schrijven. Dit krijgt nu een verplicht karakter:⁸⁴

- Iedere deelredactie werkt voor ieder medium en iedere uiting
- Iedere medewerker van NOS Nieuws draagt medeverantwoordelijkheid voor ieder medium en iedere uiting, ook als zij of hij daar niet direct voor produceert.

⁸³ Ibidem, 36.

⁸⁴ Ibidem, 36.

Deelredacties moeten ook denken in verschillende formats en snelheden. Nieuws moet onmiddellijk beschikbaar zijn (met behoud van zorgvuldigheid) en passend bij de specifieke formats van verschillende uitzendingen. Nieuw is ook de 24-uurs redactie. Deze redactie vormt de basis van NOS Nieuws. Hier wordt nieuws verwerkt en gekozen, er wordt geen eigen nieuws vergaard. Verhalen die binnenkomen moeten snel en zorgvuldig worden gecheckt. De bronnendesk is de plek waar het materiaal binnenkomt, kranten worden hier gescand en internetresearch moet worden toegepast.

Het woord *camjo* komt één enkele keer voor in de nota *Hooggeëerd Publiek*. Het komt aan de orde in de paragraaf 'Binnenland'. Daar staat dat 'een camjo-werkwijze kan leiden tot andere verhalen en de intimiteit vergroten die radio gemakkelijker tot stand brengt'.⁸⁵ Verder wordt niet duidelijk wat het beleid is ten opzicht van het werken met camjo's.

Structuur

Om al deze nieuwe plannen ook daadwerkelijk uit te voeren worden er in de roosters verschillende verantwoordelijkheden en rollen opgenomen. Medewerkers moeten op de hoogte zijn van de verwachtingen die men van hen heeft zodat er meteen effectief gewerkt kan worden. Hierbij realiseert men zich wel dat niet alles tegelijkertijd ingevoerd kan worden. In eerste instantie zijn techniek (het kunnen werken met de middelen) en organisatie (weten wie waar verantwoordelijk voor is) van het grootste belang. Er wordt wel opgemerkt dat er geen kant-en-klare oplossing is voor de organisatie zoals deze in de praktijk moet functioneren: in grote redacties zal er anders gewerkt worden dan in kleine groepen. In samenwerking met de chefs wordt er gekeken wat het beste werkt.

Het werken voor een redactie wordt belangrijker dan het werken voor een programma. De NOS realiseert zich dat dit kan leiden tot gevoelens van onbehagen bij redacteuren en vooral verslaggevers. De trots om voor een programma te werken verdwijnt hierdoor. Het gevolg kan een afwachtende houding zijn, in plaats van een actieve. Dit kan mede veroorzaakt worden door de *chefs*cultuur die ontstaat door de nieuwe structuur. Ook is er het besef dat een multimediale leiding op papier goed te verkopen is, maar dat dit in de praktijk tijd nodig heeft om alles vlekkeloos te laten werken. Er wordt gewezen op het belang van een centraal punt waar alle informatie binnenkomt en waaruit alles wordt gestuurd. Kritiek die hierop reeds is ontstaan wordt betiteld als 'bemoeizucht' en 'verambtelijking van de werkwijze' wat ten koste gaat van

⁸⁵ Ibidem, 48.

snelheid en creativiteit. Ook hier wordt er weer op gewezen dat er geen kant-en-klare oplossing is en dat er een nieuwe interne logica tot stand moet komen in de loop van de tijd.

Het personeelsbeleid biedt de mogelijkheid voor journalisten om multimedialiteit te ontwikkelen (zelf kunnen en kennen van andere media). Ook wordt er bij NOS Nieuws tijd vrij gemaakt om deze nieuwe plannen en organisatorische veranderingen te evalueren en te bespreken. Dit gebeurt door wekelijkse vergaderingen, evaluaties van chefs die peilen op hun eigen redactie hoe de werkzaamheden verlopen, de Ondernemingsraad en de RedactieRaad wordt gevraagd zichzelf duidelijk te vertegenwoordigen en op regelmatige basis met de hoofdredactie te overleggen.

In figuur 5 staat een overzicht van de verschillende functies binnen NOS Nieuws gericht op het dagelijkse proces:⁸⁶

FUNCTIE	TAAK
HRV (Hoofdredacteur-op-de-vloer)	Eindverantwoordelijk voor de gehele NOS-productie van die dag en de planning. Zet grote lijnen uit, beslist bij discussie en conflict.
HRV2	In eerste maanden, extra hands-on-deck.
Coördinatoren van de deelredacties:	Zijn verantwoordelijk voor wat hun deelredactie die dag doet (en voor planning). Zorgen voor gevarieerd aanbod, rekeninghoudend met formats.
Chefs	Leiden deelredacties (beleid, personeelsbeleid, budgetbeheer, etc); ze doen dit niet de hele dag. Als een chef dat wel doet, is hij/zij coördinator.
Eindredacteuren	(eind)Verantwoordelijk voor hun uitingen/producties (binnen de verantwoordelijkheden van de hoofdredactie vanzelfsprekend). Bewaken en ontwikkelen formats.
Redacteuren	Garen (multimediaal) en maken (vaak multimediaal)
Verslaggevers	Makers (vaak mediaal). Op locatie; in huis.
Regisseurs	Verantwoordelijk voor de vormgeving en technische kant van uitzendingen
Producers	Verantwoordelijk voor efficiënte organisatie van technische en personele infrastructuur. Zijn

⁸⁶ Ibidem, 74.

	verantwoordelijk voor beheren en beheersen budgetten. Zij zijn op dit punt niet slechts uitvoerders van redactionele wil, maar beslissingsbevoegd.
--	--

Figuur 5 Overzicht functies NOS Nieuws (bron: Hooggeëerd Publiek, 2005)

3.2 Periode 2006 - 2008

Ook ná de reorganisatie in januari 2006 zijn er interne nota's verschenen over het multimediebeleid van NOS Nieuws. De rapporten *Getrokken Gras* en *Getrokken Gras 3* zijn evaluaties die geschreven zijn door Rene Went in opdracht van de hoofdredactie van NOS Nieuws. Went was ten tijde van *Getrokken Gras* (mei 2006) één van de adjunct-hoofdredacteurs van NOS Nieuws en ten tijde van *Getrokken Gras 3* had hij een andere functie, eindredacteur van het NOS-Journaal. Als adjunct-hoofdredacteur raadpleegde hij in mei 2006 meer dan honderd redacteurs van NOS Nieuws. Dit resulteerde in een verslag van een serie bijeenkomsten waarin besproken werd hoe het nieuwe bedrijf, de nieuwe NOS, ervoor stond: *Getrokken Gras*. Hoofdredacteur Hans Laroës beantwoordde deze evaluatie juli 2006 met *Getrokken Gras deel 2*. Ruim een jaar na de reorganisatie, in maart 2007, schrijft Rene Went opnieuw een evaluatie met de voor de hand liggende titel *Getrokken Gras 3*. Over dit rapport berichtte *de Volkskrant* in juni 2007. In juni verscheen ook de nota *NOS 2.0 Internet vanaf nu*, geschreven door het hoofd Nieuwe Media Roeland Stekelenburg, en hoofdredacteur Hans Laroës. Een nota die gaat over de plek van het internet binnen de NOS.

Voordat we kijken naar het huidige convergentiebeleid (2008) van NOS Nieuws aan de hand van interviews met plaatsvervangend hoofdredacteur Marcel Gelauff en het hoofd Nieuwe Media, Roeland Stekelenburg, worden de rapporten *Getrokken Gras* (mei 2006), *Getrokken Gras deel 2* (juli 2006), *Getrokken Gras 3* (maart 2007), en de nota *NOS 2.0 Internet vanaf nu* (juni 2007) geanalyseerd.

Getrokken Gras

Rene Went heeft voor *Getrokken Gras* gesproken met 140 redacteurs in wisselende groepjes. Hierin kwam aan de orde hoe NOS Nieuws drie maanden na de reorganisatie ervoor stond. Dit gebeurde aan de hand van tien vragen. Daarnaast kreeg iedereen via de mail vijf vragen voorgelegd om collega's erbij te betrekken die niet deelnamen aan de bijeenkomsten. Hierop reageerden nog eens 50 medewerkers. Het verslag ging uit van twee belangrijke punten: ten eerste dat de hoofdredactie er nog altijd van overtuigd is dat de hoofdstructuur van de nieuwe organisatie deugt en ten tweede dat op de bijeenkomsten en in de mails alles gezegd mag worden.

Hieronder worden de belangrijkste kritiekpunten op het gebied van mediaconvergentie uit het verslag van Getrokken Gras uiteengezet op het niveau van structuur en nieuwsgaring.

Structuur

Bijna alle medewerkers zien de winst van de samenvoeging van televisie, radio en internet op één nieuwsvloer: de bundeling van kennis en contacten, minder dubbel werk, betere afstemming tussen de redacties. Desondanks zijn er ook veel nadelen zoals de schaalgrootte van de organisatie, die leidt tot vervreemding en een mindere motivatie. De nieuwe manier van werken (je bent als medewerker niet meer onderdeel van een programma, maar van een deelredactie) werkt ook niet motiverend. In *Getrokken Gras* wordt dit verwoord als de nestgeur die verdwijnt.⁸⁷ De bezuinigingen die dwars door de reorganisatie heenliepen hebben er bovendien voor gezorgd dat veel werkplekken niet opgevuld zijn op de redacties, wat soms resulteert in een tekort aan personeel op de nieuwsvloer, De digitalisering heeft ook veel voeten in de aarde gehad en de techniek verloopt nog altijd niet vlekkeloos. Er is wel begrip voor dat nieuwe systemen nooit meteen goed werken, maar niet als leidinggevendens voortdurend beweren dat het wel goed gaat.⁸⁸

Vanuit de redactie is er vooral meer behoefte aan het inhoudelijk journalistieke debat dat is verdwenen door de nieuwe multimediale werkwijze. Doordat alle drie de media aan bod moeten komen tijdens vergaderingen ontbreekt steeds vaker de diepgang en het debat over de inhoud. Er wordt gevraagd om meer aandacht voor het journalistieke product in plaats van de aandacht die er is voor de interne structuren. Opvallend is dan ook dat in *Getrokken Gras* juist veel aandacht uitgaat naar de structuren op die nieuwsvloer. Kennelijk moet de organisatie eerst beter verlopen, wil het inhoudelijke debat weer de boventoon voeren. De belangrijkste opmerkingen die gemaakt worden als het gaat om de algemene organisatie, de structuur van de nieuwsvloer, luiden als volgt:⁸⁹

- De organisatie is te **centralistisch**: er zijn te lange lijnen om besluitvorming snel te realiseren, er is een groeiende afstand tussen de centrale leiding en de programma's.
- Op het gebied van **communicatie** verloopt nog niet alles naar wens: er is te weinig continuïteit in de besluitvorming tussen (eind)redacties, informatieoverdrachten verlopen niet altijd adequaat.

⁸⁷ *Getrokken Gras. Een evaluatie van drie maanden nieuwe NOS* Evaluatie NOS Nieuws 2006, pp. 7.

⁸⁸ Idem.

⁸⁹ *Getrokken Gras. Een evaluatie van drie maanden nieuwe NOS*. Evaluatie NOS Nieuws 2006, pp. 8-30.

- **Vergaderingen** zijn te lang, te weinig inhoudelijk of juist te specialistisch. De vraag dient zich aan hoe de middagvergadering (waar alle media in principe bij aanwezig zijn) ingevuld moet worden. Het duurt te lang om alle programma's te evalueren, bovendien heeft niet iedereen alle programma's of uitingen op radio, televisie en internet gezien. In de praktijk blijkt dat vooral tv-medewerkers bij deze vergadering zijn, waardoor het ook vaak over de Journaals gaat. Resultaat is een vicieuze cirkel: omdat het vooral over televisie gaat blijven de radio- en internetcollega's vaker weg.
- De redactie is van mening dat de **hoofdredactie** te weinig aanwezig is op de vloer. De vraag die zich aandient: wat doen jullie de hele dag? Men beseft ook wel dat er veel op hoofdredactie afgekomen is, maar ze missen de betrokkenheid. Ook moet de redactie wennen aan een nieuwe zakelijkheid die vanuit de hoofdredactie lijkt te komen.
- Er is behoefte aan **kennismaking** met elkaar. De nieuwsvloer is zo groot dat veel mensen elkaar niet kennen.
- De redacties van **NOS Headlines** en het **Jeugdjournaal** zijn blij dat ze meer op de hoogte zijn van de nieuwsontwikkelingen door de reorganisatie. Aan de andere kant wordt er vanuit de Centrale Tafel weinig aan deze redacties gedacht. Ze vragen zich af of de Centrale Tafel zich qua garing niet teveel richt op één doelgroep. Het Jeugdjournaal ondervindt bovendien hinder van het feit dat ze niet daadwerkelijk op de nieuwsvloer zelf gesitueerd zijn.
- **Met het Oog op morgen** is als enige deelredactie uitsluitend positief over de reorganisatie. Zij hebben beter zicht op de nieuwsontwikkelingen en hebben er baat bij dat er in het weekend meer mensen op de nieuwsvloer werken.
- De **internetredactie** kampt met te weinig specifieke internetdeskundigheid. Mogelijkheden van internet worden niet goed benut en dit medium lijkt nog het ondergeschoven kindje op de nieuwsvloer. Wel wordt opgemerkt dat de internetredactie ook actiever deel kan nemen aan vergaderingen. Het ontbreken van daadwerkelijke visie op de rol van internet binnen de NOS zorgt ervoor dat er weinig vooruitgang is. De eindredactie en hoofdredactie zijn hiermee bezig. Uiteindelijk wordt dit een NOS-visie, dus niet alleen van NOS Nieuws. Daardoor laten de daadwerkelijke plannen nog even op zich wachten.

Nieuwsgaring

Wat betreft de nieuwsgaring van redacteuren gaat de discussie vooral over het definiëren van een multimediale werkwijze. De redacties vragen zich af wat dat precies is en wie er nu wel multimediaal werkt en wie niet? Dat de garing van het nieuws binnen NOS Nieuws multimediaal

gebeurt is onomstreden. De garing is programmaoverstijgend en dat moet dan ook vanuit één redactie plaatsvinden voor meerdere media om dubbele werkzaamheden te voorkomen. Alleen het begrip ‘multimediaal’ is volgens de ondervraagden onvoldoende gedefinieerd. Garing komt neer op het garen van feiten, maar de garende redacteur houdt zich ook bezig met opzetten van onderwerpen voor radio en tv. Dat komt neer op de verwerking van onderwerpen en dat is volgens deze respondenten nooit de bedoeling geweest van de fusie. Het resultaat: overbelaste en onbereikbare redacteurs. Onderwerpen lijken bovendien meer op elkaar dan wenselijk is omdat één redacteur een onderwerp voor meerdere media verwerkt.⁹⁰

De medewerkers geven aan dat ze niet wisten of ze wel vraagtekens mochten zetten bij deze multimediale praktijk. De initiatiefnemer van deze evaluatie, Rene Went, vindt van wel. Hij denkt zelf ook dat het hier om een multimediale denkfout gaat die hersteld moet worden. Hij neemt het initiatief tot het noemen van enkele oplossingen:⁹¹

- Er moet duidelijk onderscheid komen tussen garing en verwerking, tussen voorbereiding en uitvoering.
- De garing moet multimediaal gebeuren, de uitwerking moet in handen komen van specifieke programmaredacteurs die dit doen voor radio of voor tv.
- Een programmaredacteur werkt dus niet multimediaal.

Door in een eerder stadium de verwerking per medium weer te scheiden, wordt er ook tegemoet gekomen aan de klachten van verslaggevers. Zij geven aan dat redacteurs weinig tijd hebben voor de voorbereiding van hun onderwerpen, omdat de redacteurs te druk bezig zijn met het bedienen van verschillende media tegelijkertijd.⁹²

Een van de ondervraagden benoemt dat de hoofdredactie spreekt over de integratie van redacties en niet over de integratie van programma's.⁹³ Dit lijkt dan ook het grootste probleem: leidinggevend denken teveel vanuit deelredacties, terwijl de uiteindelijke werkzaamheden zich voltooien in programma's. De aandacht gaat uit naar de onderwerpen in plaats naar de programma's. Deze manier van nieuwsgaring lijkt de kwaliteit van de programma's zelf niet ten goede te komen. De quote waarmee Rene Went het verslag van Getrokken Gras eindigt, lijkt dan ook precies de vinger op de zere plek te leggen. Het is een citaat van één van de medewerkers die per mail aan de evaluatie mee heeft gewerkt.

⁹⁰ Ibidem, 16.

⁹¹ Ibidem, 17.

⁹² Ibidem, 11.

⁹³ Ibidem, 8.

‘De veelvormigheid, speelsheid en deskundigheid van de radio, het gezag en de impact van het televisiejournaal, het bereik van Teletekst en de mogelijkheden van internet. De combinatie is onverslaanbaar, maar volgens mij alleen als we de individuele media in hun behoeftes erkennen.’⁹⁴

Multimediaal werken aan de basis is noodzakelijk vinden alle geraadpleegde medewerkers, maar de eigenschappen en kwaliteiten van radio, televisie en het internet moeten goed benut blijven.

Getrokken Gras deel 2

Het rapport *Getrokken Gras* van Rene Went wordt twee maanden later beantwoord door de hoofdredacteur van NOS Nieuws Hans Laroës met *Getrokken Gras deel 2* dat bestaat uit 9 pagina’s. Laroës erkent hierin dat het plan van de reorganisatie in de praktijk anders uitpakt. Tegelijkertijd geeft hij ook aan dat dit behoorde tot de verwachtingen. De evaluatie van Went noemt Laroës ‘pittig, maar noodzakelijk’. De notitie *Getrokken Gras deel 2* bevat maatregelen die de hoofdredactie wil treffen.

Structuur

De functie van de Centrale Tafel moet opnieuw gedefinieerd worden, erkent Hans Laroës. De fysieke indeling moet veranderd worden evenals een duidelijkere scheiding tussen aansturende en uitvoerende collega’s.⁹⁵ De middagvergadering, waarover werd geklaagd in *Getrokken Gras*, krijgt een nieuwe aanpak die uitgewerkt gaat worden met eindredacteurs en chefs.⁹⁶ Ook is er aandacht voor ‘kleine dingen die het leven veraangenamen’ zoals hangplekken op de redactie en borrels op de vrijdagmiddag.⁹⁷ Er is vanuit de hoofdredactie begrip voor de strubbelingen met de techniek, maar ze benadrukken dat het uiteindelijk vooral winst oplevert voor de hele organisatie. Er komen onder andere nieuwe opleidingen voor medewerkers, ditmaal gericht op de inhoudelijke kant van montages.⁹⁸ Want uiteindelijk, zo geeft Laroës aan, moeten er vooral inhoudelijke resultaten geboekt worden. Er komt daarnaast meer aandacht voor de programmaformats voor radio en televisie. Ook voor internet komt zo snel mogelijk een visie en daadwerkelijke verandering.

Nieuwsgaring

De te grote afstand tussen redacteurs en de programma’s, volgens de hoofdredacteur één van de hoofdconclusies uit *Getrokken Gras*, moet verkleind worden. De beste manier van werken moet

⁹⁴ Ibidem, 33.

⁹⁵ *Getrokken Gras deel 2*. Discussienota NOS Nieuws 2006, pp. 4.

⁹⁶ Ibidem, 5.

⁹⁷ Ibidem, 5.

⁹⁸ Ibidem, 6.

volgens Laroes op de vloer worden uitgevonden, en wanneer blijkt dat de hoofdredactie beleid maakt dat niet goed functioneert in de praktijk, dan moet dat aangepast worden⁹⁹ Het antwoord van Hans Laroes resulteert dan ook in een lijst aan maatregelen met als uitgangspunt: ‘meer programmabinding per dag is belangrijker dan deelredactiebinding’.¹⁰⁰ Op veel punten lijkt de hoofdredacteur tegemoet te komen aan de wensen van de medewerkers op de vloer, zoals het eerder aanbrengen van het verschil tussen garing en verwerking, verslaggevers meer betrekken bij het voorbereiden van verhalen en een binnenlandredacteur op de internetredactie plaatsen voor een betere samenwerking.

Voor de hoofdredactie blijft de nota *Hooggeëerd Publiek* het uitgangspunt voor NOS Nieuws met als uiteindelijk doel dat het weer over programma’s moet gaan, over uitingen, media en journalistieke keuzes. Dat is de kerntaak van NOS Nieuws, aldus Laroes in *Getrokken Gras deel 2*. De meeste maatregelen die genoemd worden in deze notitie moeten op 1 september 2006 gerealiseerd zijn. Eind 2006 moet er opnieuw geëvalueerd worden, zo schrijft de hoofdredacteur.¹⁰¹

Getrokken Gras 3

In maart 2007 verschijnt een tweede evaluatie van de hand van Rene Went: het 39 pagina’s tellende rapport *Getrokken Gras 3*. Went schrijft dit rapport nu niet meer als adjunct-hoofdredacteur maar als eindredacteur van het NOS-Journaal. De hoofdvraag van *Getrokken Gras 3* is hoe de nieuwsvloer van NOS Nieuw na ruim een jaar draait. Tevens wordt er gekeken naar de maatregelen die de hoofdredactie nam naar aanleiding van *Getrokken Gras*, of dat goed gebeurd is en wat er nog moet gebeuren. De stand van zaken wordt hierin dus vastgesteld inclusief suggesties voor verbeteringen.¹⁰² Aan de gespreksrondes werkten zo’n 100 medewerkers mee. Zo’n twintig mensen reageerden per mail. Het rapport is geschreven voor de redactie, verklaart Rene Went, maar vooral voor de hoofdredactie en chefs omdat zij dagelijkse leiding geven aan het proces. Went schrijft dat de chefs op het moment van *Getrokken Gras 3* ook bezig zijn met nieuwe jaarplannen. Deze plannen gaan echter uit van de deelredacties. De evaluatie van Went gaat juist dwars door die deelredacties heen en richt zich op de programma’s. Met een combinatie van beiden hoopt de eindredacteur op verbeteringen op de nieuwsvloer.¹⁰³

⁹⁹ Ibidem, 1.

¹⁰⁰ Ibidem, 3.

¹⁰¹ Ibidem, 2.

¹⁰² *Getrokken Gras 3, NOS Nieuws 1 jaar oud*. Evaluatie NOS Nieuws 2007, pp. 4

¹⁰³ Idem.

De belangrijkste bevinding van Getrokken Gras 3 is dat door de multimediale werkwijze van NOS Nieuws alle media te kort lijken te komen, teveel ambities dus. Ondanks de bezuinigingen is NOS Nieuws meer programma's en uitingen gaan bedienen: Journaal op 3, radiobulletins op de halve uren, weekendprogrammering op de radio en het themakanaal Politiek24. Deze programma's komen nu tot stand met kleinere redacties dan gewenst. Hierdoor neemt de kwaliteit af, menen veel van de ondervraagden. Vooral de makers van het Radio 1 Journaal en de hoofdbulletins op tv van 18.00 en 20.00 uur geven dit aan. Went maakt hierbij wel de opmerking dat kwaliteitsverlies objectief lastig vast te stellen is.¹⁰⁴ Zelf is hij ook niet van mening dat het Radio 1 Journaal er op achteruit is gegaan. Over de Journaals laat hij zich niet uit.

Aan het verlies van de kwaliteit en de te ambitieuze multimediale werkwijze liggen verschillende oorzaken ten grondslag. Hieronder worden de belangrijkste opmerkingen op het gebied van nieuwsgaring en structuur uit *Getrokken Gras 3* uiteengezet.

Structuur

De structuur op de nieuwsvloer functioneert nog steeds niet optimaal. In *Getrokken Gras* werd er veel geschreven over de interne structuren die nog niet vlekkeloos verliepen. Ook in *Getrokken Gras 3*, worden er nog veel opmerkingen gemaakt over de structuur van de nieuwsvloer. Er zijn enkele verbeteringen, maar het verloopt nog steeds niet vlekkeloos. Uit het tweede rapport van Rene Went staan onderstaande punten nog ter discussie.¹⁰⁵

- De communicatie is nog niet optimaal. De **besluitvorming** verloopt nog steeds traag. Besluiten worden veel te makkelijk herroepen.
- Er is nog steeds behoefte aan een **journalistiek debat** op de nieuwsvloer.
- De **middagvergadering** wordt te slecht bezocht en er ligt nog teveel nadruk op televisie.
- De nieuwe **techniek** frustreert het werk van de verslaggevers en de medewerkers van de hoofdbulletins. Het kost veel tijd om zelf te monteren en archiefbeelden te zoeken. Bovendien blijft het systeem bewerkelijk en traag. Opgemerkt wordt dat alle aandacht die naar de techniek gaat, ten koste van inhoud gaat. Het beeldarchief functioneert gebrekkig en het zoekstelsel in iNews is niet praktisch.
- De opzet van de **Centrale Tafel** functioneert nog niet optimaal omdat het niet aansluit bij de praktijk van werken. De redacties zijn nog bijvoorbeeld steeds niet tevreden over de manier waarop de hoofdredactie op de vloer (die plaatsneemt aan de Centrale Tafel) deze functie inhoud (HRV) geeft. Het idee is dat een lid van de hoofdredactie leiding

¹⁰⁴ *Getrokken Gras 3, NOS Nieuws 1 jaar oud. Evaluatie NOS Nieuws 2007*, pp. 6.

¹⁰⁵ *Ibidem*, vanaf pagina 4 en verder.

geeft aan het nieuwsproces aan de Centrale Tafel. Deze centrale leiding te onzichtbaar vinden de ondervraagden. Er is nog niks terecht gekomen van eerdere initiatieven om dit te verbeteren.

- Er is een nieuwe **eerstelijnsdesk** (72424) in het leven geroepen met een Eerstelijns-coördinator (Elco) aan het hoofd. Op deze plek komt het nieuws als eerste binnen. Alle ondervraagden zijn erg tevreden over deze nieuwe desk. Dit heeft het 24-uurs bewustzijn binnen de organisatie vergroot en de druk op de binnenlandredactie afgenomen. De radioredactie van Headlines (3FM) mist wel een goede bezetting van deze redactie in het weekend.
- Eén van de ondervraagden merkt op dat er mensen van baan zijn veranderd zonder dat er zij echt geschoold zijn in hun nieuwe werk. Betty Lamers van de NOS faciliteert de **opleidingen** en heeft recentelijk weer mensen uitgenodigd om aan te geven welke cursus zij graag zouden willen volgen. Chefs moeten volgens Rene Went ook zelf nadenken wie binnen hun eigen afdeling extra scholing kan gebruiken. Eén van de NOS-medewerkers doet bijvoorbeeld de suggestie om internetredacteuren een Avid-cursus te laten volgen zodat zij zelf ook beeldmateriaal kunnen bewerken voor op de website.
- De visie op **internet** ontbreekt nog steeds. Wat voor nieuwssite willen we? Is het vooral een 24-uurs medium? Het zijn vragen waar nog geen antwoord op gekomen is. Het is nog niet duidelijk wat de NOS precies met internet wil. Sinds vorig april 2006 is er dus eigenlijk niks veranderd ten opzicht van de internetredactie verklaart Rene Went.¹⁰⁶ Ook in vergadering gaat het nog te weinig over internet. De redactie wil daarnaast ook graag in de avonden een eindredacteur en nauwere banden met de 24-uurs redactie.
- Het **Jeugdjournaal**, de video- en de radioredactie van **NOS Headlines** en het **Journaal op 3** voelen zich nog steeds het ‘stiefkindje’ van de redactie. De organisatie als geheel richt zich vooral op de grote programma’s op radio en tv. Bij grote nieuwsontwikkelingen houdt niemand zich bezig met deze twee redacties.
- **Radio 1 Journaal** heeft te weinig mensen tot haar beschikking, waardoor er te weinig en kwalitatief slechte onderwerpen zijn. Er moet meer aandacht zijn voor het programma. Wat willen we en willen we niet teveel? De redactie mist de redactiechef die na de reorganisatie is verdwenen.

¹⁰⁶ Ibidem, 7-8.

Nieuwsgaring

Er is volgens de betrokkenen nog steeds te weinig aandacht voor het ‘programmadenken’ binnen NOS Nieuws en teveel aandacht voor het garen en verwerken in onderwerpen. De maatregel uit *Getrokken Gras deel 2* om redacteuren meer aan programma’s te binden en minder aan de deelredacties blijkt niet goed doorgevoerd want de programmabinding is nog niet voldoende, zo blijkt uit *Getrokken Gras 3*. Het probleem is het grootst bij de binnenlandredactie, de grootste redactie van NOS Nieuws.

Volgens Rene Went moet de organisatie zo aangepast worden dat dezelfde mensen vaker en liefst achtereen voor hetzelfde programma werken. Hij geeft aan dat dit dus in feite om een koerswijziging gaat.¹⁰⁷ Uit *Hooggeëerd Publiek* bleek namelijk dat er niet meer voor een programma gewerkt ging worden, maar voor een deelredactie (zie paragraaf 3.1). Went geeft aan dat er op sommige afdelingen echt multimediaal gewerkt wordt, wat organisatorisch goed en soms ook handig is, maar programmatisch niet per se. Zo is de relatie tussen verslaggevers en redacteuren nog steeds niet voldoende. Ze kennen elkaar nog niet goed genoeg en er moet beter worden nagedacht over invalshoeken van de reportages. In deze voorbereiding gaat nog steeds het één en ander mis omdat de redacteur twee media moet bedienen.¹⁰⁸

Vooraf bij de binnenlandredactie, de grootste deelredactie, zijn de problemen het grootst. De eindredacteur stelt dan ook voor om het binnenlandwerk aan de Centrale Tafel te splitsen in radio en tv. De aansturing vanuit de coördinator blijft multimediaal, maar de verwerking van het nieuws dus niet. Dit werd ook al voorgesteld in *Getrokken Gras* ruim een jaar eerder: de garing is multimediaal, maar de verwerking niet. Deze manier van werken moet het ‘programmadenken’ stimuleren en het moet de individuele collega’s weer motiveren om zich op dat ene medium te richten.

Wat betreft het garen van nieuws voor de website zijn er volgens Went wel ideeën om redacteuren van verschillende deelredacties in te gaan zetten op de internetredactie. Zo kunnen zij de website gaan vullen met tekst, beeld en geluid vanuit hun eigen expertise. Hierover zijn echter nog geen concrete afspraken gemaakt. Van wie dit idee komt is ook niet duidelijk. Het haakt in op het voorstel van Hans Laroes in *Getrokken Gras deel 2* om binnenlandredacteuren op de internetredactie te plaatsen.

¹⁰⁷ Ibidem, 21.

¹⁰⁸ Ibidem, 9.

NOS 2.0 Internet vanaf nu

De nota *NOS 2.0 Internet vanaf nu* verschijnt drie maanden na *Getrokken Gras 3*. In zowel *Getrokken Gras* als in *Getrokken Gras 3* werd er door de geraadpleegde redacteurs gevraagd om een visie van de hoofdredactie op de plaats van internet binnen de NOS. De nota *NOS 2.0 Internet vanaf nu* geeft daar antwoord op. Hoofdredacteur Hans Laroës en het hoofd Nieuwe Media Roeland Stekelenburg formuleren in dit stuk de uitgangpunten van het internet binnen de NOS. De nota moet antwoord geven op vragen als: Wat doen we op internet? Hoe doen we dat? Hoe blijven we een grote, betrouwbare, maar ook zich veranderende nieuwsorganisatie in een convergerend medialandschap? ¹⁰⁹ De belangrijkste punten met betrekking tot de niveaus structuur en nieuwsgaring worden hieronder aangehaald.

Structuur

De nota beoogt volgens Stekelenburg en Laroës om het internet bij de NOS een nieuwe impuls te geven door het een veel centralere plaats te geven binnen de organisatie. Het hoofd Nieuwe Media en de hoofdredacteur wijzen op het feit dat internet een medium in zichzelf is en geen afgeleide van ander media of andere programma's: ¹¹⁰

‘Websites zijn dynamische, zelfstandige, interactieve en eigenzinnige plekken, zeker geen verlengde van krantenpagina's of leeggekieperde archieven met prachtige dossiers; geen tv-uitzendingen of radiatorubrieken. Ze integreren alle bestaande media en voegen toe, maar stellen vooral eigen eisen.’ ¹¹¹

Er moet volgens Stekelenburg en Laroës meer gewerkt worden vanuit de specifieke kenmerken van internet: geen lange teksten, maar multimediale producties waarin tekst, beeld, geluid en links gecombineerd worden. Bij groot nieuws en calamiteiten moet er een aparte pagina geopend worden met nieuws, uitgezonden items, doorlinken naar relevante sites, oproep tot contact en bovenal alles multimediaal: doorverwijzen naar radio, tv, Teletekst en de internetsite. De NOS wil experimenteren met weblogs van mensen van de NOS, deskundigen en correspondenten. Daarnaast wordt er nagedacht over downloadmogelijkheden op mobiele telefoons; dat vraagt om specifieke productie en formats. ¹¹²

Stekelenburg en Laroës geven bovendien aan dat het bereik van de site niet groot genoeg is en de inhoud niet sterk genoeg. Dit moet beter worden door de volgende elementen: snel nieuws, slow

¹⁰⁹ *NOS 2.0 Internet vanaf nu*. Discussienota NOS Nieuws 2007, pp. 2.

¹¹⁰ *Ibidem*, 1.

¹¹¹ *Ibidem*, 3.

¹¹² *Ibidem*, 5.

nieuws, meer nieuws, nieuws over de NOS zelf, uw nieuws, herhaald nieuws, ander nieuws. Wat uiteindelijk moet resulteren in: voortdurende updates, achtergronden, dossiers, lange interviews, meer beeld, meer geluid, specifieke producties voor op de site, berichten over de NOS zelf, meningen, vragen, suggesties, archieffunctie, experimenten en andere benaderingen van nieuws.

Eén van de conclusies in de nota *NOS 2.0, internet vanaf nu* is dat er teveel sites van de NOS zijn. Het gebruik van de programmanamen op internet blijkt niet effectief voor op het internet:

‘Het zijn tv-namen, en internet is een medium op zichzelf, dat niet gezien moet worden als een afgeleide van producties op andere media. Natuurlijk zullen we op internet ook de tv- en radioprogramma’s blijven ondersteunen en voorzien van interactieve elementen.(...) Er is echter geen enkele reden om op internet het nieuws te brengen onder de kop NOS-Journaal.’¹¹³

Internet staat los van de radio- en televisieprogramma’s en daarom moet de website ook deze benamingen loslaten. De site www.nos.nl moet volgens deze notitie opgedeeld worden in de volgende hoofdcategorieën: Nieuws, Sport, Evenementen, Radio, TV. NOS Jeugdjournaal blijft een aparte community en blijft bestaan zoals deze is. Er moet wel doorgelinkt kunnen worden vanaf nos.nl. Dit geldt ook voor de websites NOS Headlines en Journaal op 3. Het materiaal tussen deze sites moet onderling worden uitgewisseld. Op termijn moet men vaststellen of deze sites apart van elkaar blijven bestaan of dat ze geïntegreerd worden. Organisatorisch moeten deze nieuwe plannen bewerkstelligd worden in een nieuw te vormen DigiDesk. De internetredactie en de 24-uur redactie worden in deze desk samengevoegd.

Nieuwsgaring

Vanuit deze DigiDesk moet 24 uur per dag het actuele nieuws bijgehouden worden, de site geüpdatet, gecheckt en zoveel mogelijk producties worden digitaal gemaakt.¹¹⁴ Afgezien van de mensen die specifiek voor de DigiDesk worden aangenomen, benadrukken Laroes en Stekelenburg dat iedereen (ook) voor internet werkt:

‘Iedereen kan bijdragen via logs en andere productie. Dat is het algehele uitgangspunt: internet is niet slechts een activiteit van de internet(eind)redactie, maar van de NOS. Het is een snel medium en moet onmiddellijk bediend worden: beeld mag eerder op internet dan dat het op tv te zien is (...).’¹¹⁵

¹¹³ Ibidem, 4.

¹¹⁴ Ibidem, 8.

¹¹⁵ Ibidem, 5.

De nieuw te vormen DigiDesk geeft gehoor aan de klacht in *Getrokken gras 3* dat er in de avonden geen (eind)redacteuren werken voor internet, waardoor nieuws niet voldoende ge-update blijft op deze momenten. Door de samenvoeging van de internetredactie en de 24-uur redactie lijkt dit probleem verholpen.

De ambitie die voortvloeit uit de nota *NOS 2.0 Internet vanaf nu* is om de NOS-site over drie jaar tot de top drie te laten behoren. Over welke top drie van sites dit gaat wordt niet vernoemd. Stekelenburg en Laroes willen in ieder geval op internet dezelfde positie verkrijgen als de NOS heeft op radio, televisie en Teletekst.¹¹⁶

Anno 2008

Marcel Gelauff is als plaatsvervangend hoofdredacteur nauw betrokken bij het nieuwsproces en de ontwikkelingen op de nieuwsvloer. De functie van Roeland Stekelenburg, hoofd Nieuwe Media is in de zomer van 2006 in het leven geroepen. Als hoofd Nieuwe Media is Stekelenburg werkzaam voor de gehele NOS en dus niet specifiek voor de nieuwsvloer. Hij houdt zich dan ook niet bezig met de journalistieke inhoud. Omdat hij wel veel mensen binnen NOS Nieuws begeleidt met betrekking tot nieuwe multimediale concepten en producten, kan hij wel aangeven hoe dit proces in zijn werk gaat. Bovendien is hij verantwoordelijk voor een groot deel van de ontwikkeling van de website. Zo schreef Roeland Stekelenburg samen met hoofdredacteur Hans Laroes de hierboven beschreven nota: *NOS2.0, Internet vanaf nu*. Stekelenburg en Gelauff zijn dus deels verantwoordelijk voor het uitvoeren van het convergentiebeleid. Zij kunnen dus antwoord geven op de vraag wat anno 2008 het beleid is. Hieronder wordt dit beleid uiteengezet op het niveau van de structuur van de nieuwsvloer en de werkzaamheden voor de individuele journalist, het niveau van nieuwsgaring.

N.B. Voordat we daar naar kijken, moet er een opmerking gemaakt worden over de terminologie: in de behandelde nota's in de vorige paragraaf komt nergens de term convergentie voor. Marcel Gelauff benadrukt dat dit woord binnen de NOS inderdaad niet wordt gebruikt. Er wordt gesproken over multimedialiteit. Hiermee wordt bedoeld dat journalisten multimediaal – voor meerdere platformen – werken.

Structuur: coördinatie

Binnen de hoofdredactie is er niet één aangewezen persoon die de multimedialiteit 'bewaakt'. Marcel Gelauff geeft aan dat er wel een portefeuillevreiding binnen de hoofdredactie bestaat,

¹¹⁶ Ibidem, 9.

maar niet voor multimedialiteit. ‘Het hoort bij iedereen. Het is ook niet zo dat iemand apart televisie of radio in zijn portefeuille heeft.’¹¹⁷ Eén persoon aanstellen om de multimedialiteit te ‘bewaken’ spreekt Stekelenburg ook helemaal niet aan: ‘dan ga je het bijna als een doel op zichzelf benoemen en dat is het natuurlijk niet. Het is een middel om tot betere uitingen te komen. Een hoofd multimedia lijkt me helemaal geen goed idee.’¹¹⁸ Eindredacteuren moeten in de gaten houden of alle platformen wel goed bediend worden, als ze te kort komen moeten ze volgens Roeland Stekelenburg bij de hoofdredactie aankloppen.

Tijdens redactievergaderingen staan alle media centraal en wordt er gekeken welk verhaal geschikt is voor welk medium, zegt Marcel Gelauff. Alle deelredacties (binnenland, buitenland, 24uurs redactie, Den Haag, weer etc.) hebben een eigen chef die gaat over de nieuwsproductie binnen die redactie. Uiteindelijk beslissen de eindredacteuren (die aangesteld zijn voor een bepaald programma) wat er in de nieuwsbulletins komt. Zij stellen het programma samen en zijn verantwoordelijk voor de volgorde en de teksten. Daarnaast zijn er ook nog de coördinatoren per deelredactie. Zij vergaderen mee aan de Centrale Tafel waar het nieuws van de dag in de gaten wordt gehouden. Hier vindt de coördinatie plaats op grote lijnen, onder eindverantwoordelijkheid van een hoofdredacteur. Er worden inhoudelijke keuzes gemaakt: welke onderwerp komt in welk programma aan bod? De kracht van elk medium wordt in acht genomen. ‘Sommige onderwerpen zijn heel moeilijk qua beeld terwijl je er wel een goed gesprek voor op de radio van kan maken,’ aldus Marcel Gelauff.¹¹⁹

Structuur: samenwerking

Werken de redacteuren en verslaggevers van NOS Nieuws niet meer voor één programma maar voor een deelredactie, ook het nieuwsmateriaal (de content) is niet meer programmagebonden. Stekelenburg noemt dit ‘een keihard uitgangspunt: een hoofdredacteur van de sportvloer kan niet zeggen: dat materiaal is van mij, dat mag jij niet gebruiken want ik wil dat alleen exclusief op tv uitzenden.’ Er is dus geen sprake meer van onderlinge competitie wat betreft materiaal. Het onderling uitwisselen van content tussen redacties wordt bevorderd door het digitale systeem iNews. Hierdoor hebben alle redacties toegang tot alle digitale bronnen. Voor het internet wordt gewerkt met een apart Content Management System.

¹¹⁷ Zie bijlage 1: interview met Marcel Gelauff, plaatsvervangend hoofdredacteur NOS Nieuws, 20-02-08.

¹¹⁸ Zie bijlage 2: interview met Roeland Stekelenburg, hoofd Nieuwe Media NOS, 06-03-08.

¹¹⁹ Zie bijlage 1: interview met Marcel Gelauff, plaatsvervangend hoofdredacteur NOS Nieuws, 20-02-08.

Structuur: opleidingen & techniek

Er is veel aandacht besteed aan opleidingen en omscholingstrajecten. Medewerkers werden vanuit de hoofdredactie gestimuleerd om hieraan mee te werken. Stekelenburg bevestigt dat iedereen die trainingen wil volgen, deze kan volgen:

‘Een televisieverslaggever kan monteren, maar die kan niet altijd in een Content Management Systeem werken, want dat is hij niet gewend. Een internetredacteur kent zo’n systeem wel, maar kan niet in video monteren want die was altijd gewend om te schrijven. Want op internet schreef je tien jaar geleden. Dus oude internetredacteurs die zijn we video gaan bijscholen. Verslaggevers zijn we Content Management Systemen gaan bijscholen. Zo krijgt iedereen een opleidingsprogramma.’

De apparatuur waarmee wordt gewerkt bij NOS Nieuws is volgens Stekelenburg van het hoogste niveau. De digitale infrastructuur is volgens het hoofd nieuwe media te spreken, ‘state of the art’. ‘Wij krijgen delegatie, na delegatie uit het buitenland over die komen kijken hoe wij dat hier georganiseerd hebben. Dus wij lopen daar niet alleen in Nederland heel ver mee voorop maar ook internationaal’, aldus Stekelenburg.¹²⁰ Opmerkelijk is dat er juist vanuit de redactie wordt geklaagd over het functioneren van digitale systemen en technieken in de rapporten *Getrokken Gras* en *Getrokken Gras 3*.

Nieuwsgaring: multimediale visie

‘Toen de nieuwe NOS werd gevormd, hebben wij gezegd dat iedereen wordt geacht multimediaal te denken, maar niet iedereen hoeft multimediaal te werken’, aldus plaatsvervangend hoofdredacteur Marcel Gelauff.¹²¹ Of medewerkers daadwerkelijk voor verschillende media inzetbaar zijn, hangt af van persoonlijke voorkeur en aanleg. Sommige staan ervoor open, anderen niet. Het besef dat er wordt gewerkt voor NOS Nieuws en niet meer voor één programma in het bijzonder is volgens Gelauff ‘wel helemaal in de aderen van de redactie gekropen’.¹²² Stekelenburg bevestigt dit:

‘Je ziet nu ook dat niet alleen mensen op de internetredactie bezig zijn met het vullen van de website, maar dat ook juist op andere deelredacties mensen het heel leuk gaan vinden en zelf met dingen komen. Vroeger was het zo dat je zelf moest vragen om content. Nu wil de een na de andere verslaggever gaan bloggen of hij of zij komt zelf al aan met ruw materiaal van een

¹²⁰ Zie bijlage 2: interview met Roeland Stekelenburg, hoofd Nieuwe Media NOS, 06-03-08.

¹²¹ Zie bijlage 1: interview met Marcel Gelauff, plaatsvervangend hoofdredacteur NOS Nieuws, 20-02-08.

¹²² Idem.

interview en zegt: er zit één quote van in het Journaal, maar ik heb nog 10 minuten interview met Jantje of Pietje. Ja, je ziet nu echt die omslag.’¹²³

Deze omslag komt niet uit de lucht vallen. Sinds de aanstelling van Stekelenburg in de zomer van 2006 stimuleert hij medewerkers van de NOS om multimediaal te werken. ‘Zo langzamerhand went men aan het idee dat je niet meer werkt voor het Achtuur Journaal of voor de middageditie van het Radio 1 Journaal,’ verklaart Stekelenburg. ‘Zo’n grote reorganisatie heeft tijd nodig. Maar ik heb het gevoel dat de grote meerderheid de richting (van multimedialiteit, KT) onderschrijft en het in toenemende mate het ook leuk beginnen te vinden. Mensen beginnen zich nu ook pas te realiseren wat er allemaal kan. Podcasten, digitale themakanalen. Voor mensen die dit leuk vinden, biedt het veel uitdaging’, aldus het hoofd Nieuwe Media.¹²⁴

De vrijblijvendheid om zelf aan te geven of je wel of niet voor verschillende media werkt, daar gaat op den duur wel verandering in komen. Roeland Stekelenburg geeft aan dat de druk steeds verder wordt opgevoerd. Het heeft geen zin om mensen te dwingen, maar er wordt wel steeds meer nadruk op gelegd. Gelauff benadrukt ook dat mensen zich wel moeten realiseren dat ze voor een bedrijf werken die alle media bedient. Van nieuwe medewerkers wordt dan ook wel verwacht dat zij multimediaal werken. Onderstaande vacature is volgens Gelauff en Stekelenburg representatief voor de manier waarop nieuwe medewerkers worden binnengehaald.

De NOS verzorgt nieuws, achtergronden en analyses op televisie, radio, Teletekst en Internet. Ter versterking van de multimediale Binnenlandredactie zijn we op zoek naar ervaren:

Bureauredacteuren Binnenland (m/v)

die worden ingezet voor radio, televisie en online. Je komt zelf met ideeën, vergaart informatie en verzorgt voorbereiding, productie en het uitzendklaar maken van onderwerpen. Je houdt daarnaast nauw contact met de eindredacteur, verslaggevers en presentatoren.

Ervaren, energieke en multimediale journalist

We zoeken een enthousiaste en nieuwsgierige collega met een uitstekend ontwikkeld nieuwsgevoel die beschikt over aantoonbare ervaring in de journalistiek, audiovisuele ervaring is een pré. Je ziet de grote verbanden en samenhang in nieuwsontwikkelingen. Je beschikt over het vermogen zowel specialistisch als generalistisch te kunnen werken en denken en je bent zeer communicatief ingesteld. Je voelt je thuis in een team, bent stressbestendig en beheerst de moderne talen.

Figuur 6: Vacature NOS Nieuws (Bron: www.nosjobs.nl, 05-02-08)

¹²³ Zie bijlage 2: interview met Roeland Stekelenburg, hoofd Nieuwe Media NOS, 06-03-08.

¹²⁴ Idem.

Ook voor verslaggevers wordt geen uitzondering gemaakt:: ‘Iemand die hier nu solliciteert en zegt ik ben helemaal niet geïnteresseerd in dit of dat, ik wil alleen maar televisie maken. Ja jammer, zo werken we hier niet. Het uitgangspunt is dat je voor de NOS werkt, en niet voor televisie, radio of internet’, aldus Stekelenburg.¹²⁵

Nieuwsgaring: internet

Naast een aparte internetredactie zijn alle redacties en alle medewerkers verantwoordelijk voor het aanleveren van content voor de website. In de nota ‘NOS 2.0, internet vanaf nu’ staat zelfs letterlijk: ‘Iedereen werkt (ook) voor internet.’¹²⁶ ‘Dat is geen vrijblijvend stuk, dat is een beleidsstuk van de hoofdredactie en van mij,’ aldus Stekelenburg. Waar Laroes meer staat voor het beleid, is Stekelenburg meer de Haarlemmerolie. Hij begrijpt dat het vooral gaat om een bewustwordingsproces: hij praat met mensen, kan een beetje provoceren, laat zien wat er allemaal mogelijk is en probeert mensen zo te enthousiasmeren. Op die manier moeten medewerkers overtuigd worden:

‘Als je als verslaggever jarenlang altijd je reportage voor het achtuurjournaal hebt gemaakt, of je hebt gewerkt aan research projecten en dan komt er opeens iemand die je vertelt dat je wat voor internet moet gaan doen. Ja, eng! hoe moet dat dan? Wat moet ik dan doen? Dus ik ben ook heel erg bezig, bijna als een soort van evangelist, mensen uitleggen wat kan, mensen laten zien dat het leuk is, ze enthousiasmeren. En dan de voorwaarde scheppen waarbinnen mensen ook met relatief eenvoudige middelen op internet wat kunnen doen.’¹²⁷

Er worden wel onderwerpen geproduceerd die alleen op internet verschijnen. Maar het merendeel bestaat uit ruw materiaal dat voor radio of televisie is gebruikt en wordt aangepast voor de website. De ambitie is wel, volgens zowel Gelauff als Stekelenburg, om meer content te maken voor het internet. Dit moet uiteindelijk ook worden verzorgd door de lezers, kijkers en surfers: kortom door de burgers zelf. Dit wordt ook wel *user generated content* genoemd. Mensen kunnen dan zelf foto’s, video’s of verhalen insturen die een plek krijgen op de website. Er zijn wel enkele correspondenten, zoals Tim Overdiek (vanaf juni 2008 benoemd als adjunct hoofdredacteur), die op regelmatige basis een weblog bijhouden. Dat is dus wederom persoonsafhankelijk. Voor een deel is de website gekoppeld aan Teletekst pagina 101. Alle korte nieuwsberichten van Teletekst verschijnen tegelijkertijd op www.nos.nl.

¹²⁵ Zie bijlage 2: interview met Roeland Stekelenburg, hoofd Nieuwe Media NOS, 06-03-08.

¹²⁶ NOS 2.0 *Internet vanaf nu*. Discussienota NOS Nieuws 2007, pp.5.

¹²⁷ Zie bijlage 2: interview met Roeland Stekelenburg, hoofd Nieuwe Media NOS, 06-03-08.

Het streven van de NOS is om over drie jaar (gerekend vanaf januari 2008) tot de top drie van best bezochte nieuwssites in Nederland te horen:¹²⁸

‘Het moet vanzelfsprekend zijn dat als je op internet nieuws tot je wilt nemen dat je eerst naar de NOS gaat. Omdat je weet dat het goed is, betrouwbaar, kwalitatief hoogwaardig, met gebruiksvriendelijke interfaces met rijk aanbod van video, tekst, achtergronden en duiding. Dat is in het algemeen de ambitie.’¹²⁹

Stekelenburg verklaart dat de geformuleerde doelstelling in de nota van 2007 *NOS 2.0 Internet vanaf nu* al is gehaald. Momenteel staat de website op de tweede plaats van best bezochte Nederlandse nieuwssites (nu.nl staat op de eerste plaats). Het nieuwe doel is nu om nummer één worden.

Nieuwsgaring: Camjo's

Met camjo's wordt nog steeds gewerkt. ‘Niet zo vaak, niet elke dag. Sommige vinden dat heel leuk en zijn er heel bekwaam in. Andere vinden dat veel minder prettig en hebben het gevoel dat ze dat heel slecht aangaat,’ verklaart Marcel Gelauff. Een duidelijk beleid hiervoor is er niet:

‘Dat wordt een beetje gebruikt als er onderwerpen zijn die wat dichter bij de mensen zijn. Zo hebben we het ooit geformuleerd, dat het geschikt zou zijn voor die onderwerpen. Maar ik zie daar ook wel ander soort onderwerpen mee gemaakt worden. Het hangt een beetje van de verslaggever af van wat hij prettig vindt. Wij vinden het één van de vormen die we gebruiken. (...) Maar het is zeker niet zo dat merendeel van onze onderwerpen van een camjo is. Zeker niet. Dat is niet gebruikelijk.’¹³⁰

Door de reorganisatie heeft het camjo'en tijdens deze periode wat minder aandacht genoten, maar vanaf maart 2008 is het werken met camjo's binnen NOS Nieuws opnieuw geïntensiveerd. Een handjevol verslaggevers wordt per maand ingeroosterd om als camjo verhalen te maken. Van een vrijblijvend karakter krijgt deze manier van journalistiek bedrijven een meer planmatig karakter. De verslaggevers die hiervoor ingezet worden hebben zelf aangegeven hieraan mee te willen werken. Wanneer verslaggevers dat wensen kunnen ze trainingen krijgen op het gebied van camjo'en.

Na het verschijnen van deze internetnota lijkt er lange tijd weinig te veranderen aan de site van de NOS. In januari 2008 verschijnt er wel een vernieuwde site voor de weblogs Deze is toegevoegd

¹²⁸ *NOS 2.0 Internet vanaf nu*. Discussienota NOS Nieuws 2007, pp. 9.

¹²⁹ Zie bijlage 2: interview met Roeland Stekelenburg, hoofd Nieuwe Media NOS, 06-03-08.

¹³⁰ Zie bijlage 1: interview met Marcel Gelauff, plaatsvervangend hoofdredacteur NOS Nieuws, 20-02-08.

aan de andere NOS sites. Inmiddels zijn al verschillende respondenten, redacteuren en presentatoren druk aan het bloggen geslagen.

3.3 Fasering Convergentiebeleid NOS Nieuws

Als we de beleidsplannen en nota's van 2003 tot en met 2008 faseren krijgen we een duidelijk overzicht van de genomen stappen en plannen in het kader van mediaconvergentie binnen NOS Nieuws en kan er antwoord gegeven worden op de eerste hoofdvraag: *Wat is het beleid inzake mediaconvergentie bij NOS Nieuws in de periode 2003-2008?*

2003

Vanuit de voormalig hoofdredacteur van het NOS-Journaal Hans Laroës komen de eerste plannen met betrekking tot de nieuw te vormen NOS aan bod in de nota *Ten Aanval*. Laroës spreekt over de samenwerking van televisie en radio. Het internet wordt niet in deze samenwerking opgenomen, maar de hoofdredacteur geeft wel aan dat hier in de toekomst meer aandacht voor komt. Het NOS-Journaal (tv) gaat daarom al intensiever samenwerken met de online redactie. Laroës voorziet dat medewerkers niet op veranderingen zitten te wachten, hij roept op om assertief met nieuwe mogelijkheden om te gaan.

2004

In 2004 verschijnt de nota *De wereld van de Kijker*, wederom geschreven door de hoofdredactie van het NOS-Journaal. De vorming van de Nieuwe NOS wordt kort besproken in de context van bezuinigingen; er moet efficiënter gewerkt worden. Hierbij benadrukt Laroës wel dat het geen puur organisatorische operatie is, maar ook een inhoudelijke. Eenvormigheid moet door de samenwerking voorkomen worden, de formats van programma's zijn daarom van groot belang.

2005

In de nota *Hooggeëerd Publiek* staat de vorming van de nieuwe NOS centraal. In dit stuk worden de uitgangspunten van deze nieuwe organisatie uiteengezet. Deze nota komt weer van NOS-Journaal hoofdredacteur Hans Laroës, die in de nieuwe organisatie hoofdredacteur wordt van alle nieuwsmedia (radio, televisie en internet). Laroës benadrukt wederom dat de reorganisatie moet leiden tot betere journalistiek. Het beleid in *Hooggeëerd Publiek* krijgt volgens hem een verplichtend karakter.

REORGANISATIE 2006

Opmerkelijk is dat Hans Laroës in 2004 en 2005 aangaf dat de reorganisatie moest lijden tot betere journalistiek en dat de formats van programma's belangrijk zouden worden. Het moet dan ook hard aangekomen zijn dat juist de redacteuren in *Getrokken Gras* klagen over het verlies van kwaliteit en de afgenomen aandacht voor de formats van de programma's. Laroës voorzag in 2003 al dat niet iedereen blij zou zijn met de veranderingen en in *Hooggeëerd Publiek* zet hij zelf al de verwachte problemen uiteen. Ondanks dit inzicht heeft hij de problemen en de kritiek vanuit de redactie daarop niet kunnen wegnemen. *Getrokken Gras* is een rapport van bijna 40 pagina's kritiek op de nieuwe NOS. Laroës beantwoordt dit met de negen pagina's tellende nota *Getrokken Gras deel 2*. Hij erkent hierin de problemen die er zijn op de nieuwsvloer en hij schrijft dat hij enkele oplossingen zoals aangedragen in *Getrokken Gras* door gaat voeren.

In de zomer van 2006 komt er een hoofd Nieuwe Media binnen de NOS. Roeland Stekelenburg gaat deze nieuwe functie vervullen. Hij moet, met medewerking van Hans Laroës, nadenken over de plaats en de mogelijkheden van internet binnen de NOS.

2007

Een jaar na de reorganisatie wordt opnieuw de balans opgemaakt in *Getrokken Gras 3*. Veel van de maatregelen die Laroës verwoordde in *Getrokken Gras deel 2* zijn nog niet uitgevoerd. De schrijver van *Getrokken Gras 3* vraagt, met steun van de redacties, dan net als eerder in *Getrokken Gras* uit mei 2006 om een koerswijziging met betrekking tot multimediaal werken: het garen moet multimediaal, de verwerking door redacteuren mediaal. Laroës leek hierin mee te gaan, maar van deze koerswijziging is in 2007 nog geen sprake.

Het Hoofd Nieuwe Media Roeland Stekelenburg en hoofdredacteur Hans Laroës komen met de langverwachte visie op de plek van internet binnen de NOS. Vanaf dit moment wordt duidelijk dat er meer aandacht voor internet binnen de NOS en NOS Nieuws moet komen. Dit wordt onder andere bewerkstelligd door een nieuwe te vormen DigiDesk. Het is niet vreemd dat vóór het verschijnen van deze nota het internet weinig aandacht kreeg binnen NOS Nieuws. Het was simpelweg niet duidelijk wat de NOS beoogde met de website waardoor er geen nieuwe ontwikkelingen plaatsvonden.

Er wordt gewerkt aan een nieuwe site voor de weblogs van de NOS. In het voorjaar van 2008 verschijnen de eerste vacatures waarin wordt gezocht naar redacteuren voor de DigiDesk. Uit de interviews met plaatsvervangend hoofdredacteur Marcel Gelauff en het hoofd Nieuwe Media wordt duidelijk dat er geen koerswijziging heeft plaatsgevonden met betrekking tot het multimediaal werken. De medewerkers van NOS Nieuws werken nog steeds voor een deelredactie en niet voor een programma en garen nieuws voor zowel radio als televisie. Dit ondanks de klachten in de serie *Getrokken Gras* en de toezeggingen van Laroes om meer programmagebonden te gaan werken. Gelauff geeft zelfs aan dit multimediale werken inmiddels ‘helemaal in de aderen van de redactie is gekropen.’ Het beleid dat iedereen voor internet werkt, zoals geschreven in de nota *NOS 2.0, Internet vanaf nu*, is volgens Stekelenburg niet vrijblijvend maar heeft een verplichtend karakter.

In mei 2008 wordt Tim Overdiek, correspondent voor de NOS in Groot-Brittannië, aangesteld als een van de adjunct-hoofdredacteurs. Laroes noemt op zijn weblog Overdiek als een voortrekker op crossmediaal gebied en hij symboliseert wat de NOS voor zichzelf als richting ziet: de gewone betrouwbare journalistiek toegepast op de oude, maar met nieuwe energie ook op de nieuwe manieren, platforms, podia.¹³¹

Door de bovenstaande analyse van de beleidsplannen van NOS en de voorgaande paragrafen Nieuws is er antwoord gegeven op de eerste hoofdvraag: *Wat is het beleid inzake mediaconvergentie bij NOS Nieuws in de periode 2003-2008?* Als we specifiek kijken naar het beleid van NOS Nieuws anno 2008 kunnen we ook antwoord geven op de vragen die voortgekomen zijn uit het model van Bierhoff & Stone en geformuleerd in paragraaf 1.4:

- De nota *Hooggeëerd Publiek* uit 2005 van Hans Laroes geldt nog als **uitgangspunt** voor het convergentiebeleid voor NOS Nieuws in 2008. Uit deze nota blijkt dat radio, televisie en internet samenwerken op de nieuwsvloer van de NOS.
- Alle leden van de hoofdredactie houden zich met de multimediale koers van de NOS bezig. Er is niet één aangewezen persoon die het convergentiebeleid **coördineert**. Een hoofd Nieuwe Media zorgt ervoor dat internet een prominentere plek krijgt binnen de organisatie en probeert medewerkers hiervoor te enthousiasmeren.

¹³¹ Zie het weblog van Hans Laroes, hoofdredacteur NOS Nieuws: <http://weblogs.nos.nl/hoofdredactie/2008/04/29/nieuw/>, 20-05-08.

- Van alle medewerkers wordt een **multimediale visie** verwacht. Iedereen moet multimediaal *denken*, maar niet iedereen *werkt* multimediaal. Dit is afhankelijk van persoonlijke voorkeur. Al zijn er geen verplichtingen met betrekking tot multimediaal werken, langzaam wordt de druk wel opgevoerd.
- Alle redacteuren en verslaggevers die momenteel worden aangenomen moeten ook **multimediale vaardigheden** bezitten. Er worden geen mensen meer aangenomen die slechts voor één medium (willen) werken.
- Iedereen kan **cursussen en trainingen** volgen wanneer daar behoefte aan is. Dit kan onder werktijd.
- De **techniek** maakt het mogelijk om convergent te werken. NOS Nieuws werkt op basis van digitale techniek. Er wordt gewerkt met iNews waardoor informatie en content beschikbaar is voor de gehele nieuwsvloer.
- Er wordt niet meer gewerkt voor een programma, maar voor een **deelredactie**.
- NOS Nieuws werkt met **camjo's**.
- NOS Nieuws is een **24 uurs organisatie**. De hele dag wordt er nieuws geproduceerd en ge-update.

Uit bovenstaande punten kunnen we opmaken dat NOS Nieuws een beleid hanteert op basis van mediaconvergentie. Dit beleid is in 2005 gevormd door de hoofdredacteur van het NOS-Journaal en anno 2008 presenteert de NOS zich als multimediale nieuwsorganisatie. Medewerkers die momenteel worden aangenomen moeten ook voor meerdere media kunnen werken. De structuur op de nieuwsvloer is begin 2006 zodanig ingericht dat redacteuren en verslaggevers van radio, televisie en internet kunnen samenwerken en informatie en materiaal kunnen delen.

Uitgaande van de kenmerken die Bierhoff en Stone uiteenzetten om de mate van convergentie binnen een nieuwsorganisatie te bepalen, kan je constateren dat de NOS op basis van het beleid in grote mate een convergente organisatie hanteert (structuur) en medewerkers steeds meer stimuleert om multimediaal te werken (nieuwsgeving). Uit de behandelde evaluaties van *Getrokken Gras 1,2 en 3* kan wel worden opgemaakt dat de redacties van het Jeugdjournaal, Journaal op 3 en NOS Headlines niet volledig geïntegreerd zijn op deze nieuwsvloer. De redactie van NOS Headlines zit in een ander gebouw en de overige twee redacties zitten wel op de nieuwsvloer maar niet centraal ten opzichte van de overige redacties. Deze structuur zorgt ervoor dat zij ook vaker worden vergeten tijdens het nieuwsproces. Ook staat de redactie van Met het Oog op Morgen letterlijk en figuurlijk wat verder van de nieuwsvloer dan de overige deelredacties (binnenland, buitenland, economie, 24uur). Dit was echter ook de wens van deze redactie om

eenheidsvorming te voorkomen. Op het gebied van nieuwsgaring lijkt NOS Nieuws nog zoekende naar de daadwerkelijke invulling van het multimediaal werken. Wordt er slechts multimediaal gegaard of ook multimediaal verwerkt? Hier geeft de hoofdredactie geen eenduidig antwoord op.

Hoe ervaren de redacteurs en verslaggevers op de nieuwsvloer de multimediale structuur en de nieuwsgaring? Hoe convergentie daadwerkelijk plaatsvindt op de nieuwsvloer zelf en welke problemen daarbij ontstaan voor redacteurs en verslaggevers van de binnenlandredactie moet duidelijk worden uit de diepte-interviews die uitgewerkt zijn in hoofdstuk 4.

4. Mediaconvergentie bij NOS Nieuws in de praktijk

*Het is net alsof je eerst alleen de Albert Heijn deed, en nu doe je Albert Heijn, Super de Boer en de Aldi.*¹³²

4.1 Methode en operationalisering

Wat het beleid is ten opzichte van mediaconvergentie binnen NOS Nieuws, hebben we in het voorgaande hoofdstuk kunnen lezen. Wordt dit beleid ook in de praktijk uitgevoerd; wordt er convergent gewerkt door bureauredacteuren en verslaggevers? Aan de hand van tien diepte-interviews met medewerkers van de binnenlandredactie zal ik hier antwoord op geven.

Deze methode- het afnemen van diepte-interviews - is gebaseerd op een onderzoek van Michel Dupagne en Bruce Garrison: *The Meaning and Influence of Convergence. A qualitative case study of newsroom work at the Tampa News Center.* In maart 2000 werd in Florida (Verenigde Staten) het Tampa News Center geopend. In dit nieuwscentrum werden een krant (Tampa Tribune), een televisiezender (WFLA-TV) en een website (Tampa Bay Online, TBO.com) samengevoegd onder één dak. Om dit proces van mediaconvergentie in kaart te brengen werden er 12 diepte-interviews met medewerkers afgenomen. Deze manier van onderzoek wordt ook wel aangeduid met de term *qualitative case study*:

‘Case study refers to an empirical inquiry that investigates a contemporary phenomenon within its real-life context. As such, it is best used to understand complex social and organizational issues. (...) Methodologically, case study research is inherently qualitative because it is bounded to understanding a specific case rather than seeking generalization beyond that case. In addition, it often relies on multiple qualitative data sources, such as documentation, archival records, interviews and direct observations, to provide corroborating evidence on a phenomenon.’¹³³

In de case study van Dupagne en Garrison wordt er gebruik gemaakt van een analyse van documenten en diepte-interviews. Ook in dit onderzoek over mediaconvergentie binnen NOS Nieuws zijn interne nota's geanalyseerd en gesprekken gevoerd met medewerkers. Het afnemen van diepte-interviews is een effectieve methode binnen kwalitatief onderzoek:

‘In-depth or intensive interviews have been called one of the most powerful methods in qualitative research because they allow investigators to step into the mind of another person, to

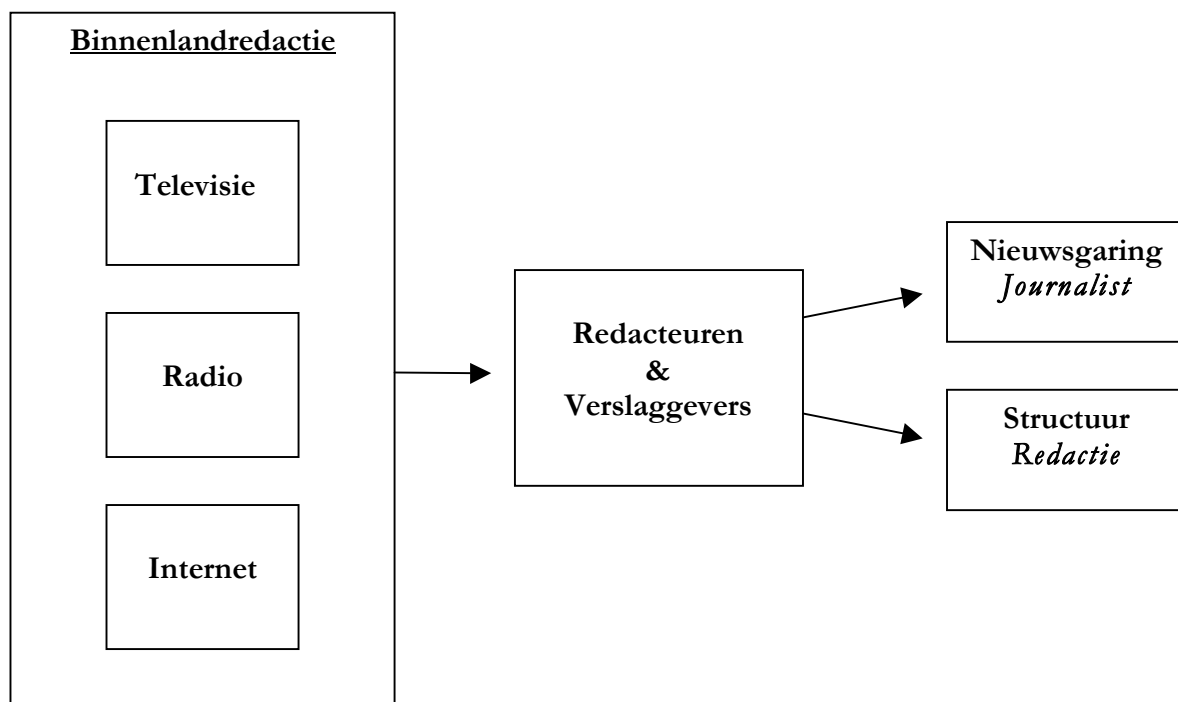
¹³² Zie bijlage 4: Protocol A, Redacteuren Nieuwsgaring.

¹³³ Michel Dupagne en Bruce Garrison, ‘The meaning and Influence of Convergence. A qualitative study of newsroom work at the Tampa News Center’ *Journalism Studies*, Vol. 7, No 2 (2006) pp. 243.

see and experience the world als they do themselves. Participants are able to tell their stories and discuss their involvement in detail.¹³⁴

Waar Dupagne en Garrison in dit onderzoek drie hoofdvragen centraal stellen (de betekenis van mediaconvergentie, de verandering in de newsroom cultuur en de benodigde vaardigheden om te functioneren binnen The Tampa Newscenter) staan in mijn onderzoek twee niveaus van convergentie centraal die uiteengezet zijn in hoofdstuk 2: het niveau van nieuwsgaring (de journalist) en het niveau van structuur (de redactie)

Het onderzoek wordt uitgevoerd door middel van diepte-interviews met vijf redacteuren en vijf verslaggevers van de Binnenlandredactie van NOS Nieuws. Waar Dupagne en Garrison kiezen voor respondenten die allemaal een verschillende functie hebben binnen het nieuwsproductieproces, vinden in dit onderzoek de gesprekken plaats met respondenten van twee verschillende functies binnen één redactie: de redacteur en de verslaggever. De redacteuren en verslaggevers werken binnen deze binnenlandredactie voor de platformen: radio, televisie en internet. Zie onderstaand schema.



Figuur 7: Schema operationalisering

¹³⁴ Idem.

Selectie van respondenten

Aangezien de verslaggevers van NOS Nieuws allemaal onder de binnenlandredactie vallen, staat deze redactie centraal binnen mijn onderzoek. Bovendien presenteert deze redactie zich als multimediale redactie zoals te lezen is in figuur 6 (vacature NOS Nieuws). Doel van de diepte-interviews is om te onderzoeken of dit in de praktijk ook werkelijk zo is.

Om in contact te komen met redacteuren en verslaggevers van deze redactie heb ik een dag meegelopen op de binnenlandredactie, onder leiding van coördinator Reinalda Start. Dit vond plaats op 11 maart 2008. Hier heb ik kort met diverse medewerkers gesproken om te inventariseren wie er in aanmerking zou komen voor mijn onderzoek. De uiteindelijke respondenten zijn uiteindelijk dus *random* geselecteerd. Dat wil zeggen dat ik alleen de mensen die op 11 maart aan het werk waren op de binnenlandredactie heb aangesproken. Uiteindelijk resulteerde dit in zeven geschikte respondenten. Per email heb ik nog enkele respondenten benaderd voor mijn onderzoek. Hierop reageerden nog drie kandidaten die in aanmerking kwamen zodat ik mijn respondenten compleet had. Uiteindelijk heb ik de respondenten geselecteerd op basis van:

- **Functie:** alleen redacteuren en verslaggevers die voor de binnenlandredactie werken komen in aanmerking. Ik selecteer binnen deze tien respondenten, journalisten met verschillende achtergronden vanuit de traditionele media (radio en tv) om zo een goede mix te krijgen.
- **Werkzame periode bij de NOS:** de redacteuren en verslaggevers moeten zowel de periode vóór als na de reorganisatie van NOS Nieuws hebben meegemaakt. Deze respondenten hebben meer zicht op de veranderingen die zijn doorgevoerd sinds januari 2006.
- **Beschikbaarheid:** mensen moeten kunnen én willen meewerken aan dit onderzoek.

Daarnaast heb ik gekeken naar de verdeling man/vrouw en naar de leeftijd. Dit resulteerde in vier vrouwelijke respondenten en zes mannelijke, variërend in de leeftijd van 31 tot 52 jaar, met een gemiddelde leeftijd van 37 jaar. De respondenten werkten vóór de reorganisatie voor radio of voor televisie. De tien geselecteerde respondenten zijn representatief voor de binnenlandredactie. De binnenlandredactie bestaat uit 84 medewerkers waarvan 48 % vrouw is en 52 % man. De gemiddelde leeftijd van deze redactie is 39 jaar.¹³⁵

¹³⁵ Informatie verkregen van Margriet Gersie, chef van de binnenlandredactie NOS Nieuws, 21 mei 2008.

De gesprekken duurden minimaal 45 minuten en maximaal 80 minuten. Acht van de tien interviews vonden plaats op het secretariaat van NOS Nieuws. Eén gesprek heeft plaatsgevonden in Den Bosch en één gesprek is telefonisch afgenomen. Alle gesprekken zijn uitgeschreven en als bijlage in protocollen te vinden op bijgevoegde cd.

Hieronder een overzicht van de tien respondenten, onderverdeeld in redacteuren en verslaggevers. Verslaggevers werken vaak nog mediaal, dat wil zeggen voor één specifiek medium. Om geen eenzijdig beeld te krijgen, heb ik ervoor gezorgd dat de verslaggevers van verschillende media aan het woord komen. In de uiteindelijke selectie van de respondenten zitten twee verslaggevers van de radio, twee van de televisie en één verslaggever die multimediaal (voor radio en televisie) werkt. Onder de redacteuren is er respondent die nog mediaal werkt, in dit geval voor de radio.

Redacteuren

Respondent 1: Rinke van den Brink

Leeftijd:	52 jaar
Functie:	(Senior) Redacteur (planning)
In dienst bij NOS sinds:	2004
Aantal journalistieke ervaringsjaren:	26 jaar
Eerdere functies:	Schrijvende pers / radio

Respondent 2: Anne Peetoom

Leeftijd:	36 jaar
Functie:	Redacteur (planning)
In dienst bij NOS sinds:	1998, 1999 / 2003
Aantal journalistieke ervaringsjaren:	20 jaar
Eerdere functies:	Schrijvende pers / radio

Respondent 3: Hanneke de Jonge

Leeftijd:	31 jaar
Functie:	Redacteur (Centrale tafel)
In dienst bij NOS sinds:	2003
Aantal journalistieke ervaringsjaren:	7 jaar
Eerdere functies:	Schrijvende pers / internet / Teletekst

Respondent 4: Daan van de Staaij

Leeftijd: 34 jaar
Functie: Redacteur (planning)
In dienst bij NOS sinds: 2003
Aantal journalistieke ervaringsjaren: 11 jaar
Eerdere functies: Schrijvende pers

Respondent 5: Aalt van 't Veen

Leeftijd: 51 jaar
Functie: Redacteur (radio)
In dienst bij NOS sinds: 2000
Aantal journalistieke ervaringsjaren: 18 jaar
Eerdere functies: Schrijvende pers

Verslaggevers**Respondent 6: Tanja Braun**

Leeftijd: 38 jaar
Functie: Verslaggever (tv)
In dienst bij NOS sinds: 1992
Aantal journalistieke ervaringsjaren: 16 jaar
Eerdere functies: Tv redacteur

Respondent 7: Martijn Bink

Leeftijd: 35 jaar
Functie: Verslaggever (tv)
In dienst bij NOS sinds: 1998
Aantal journalistieke ervaringsjaren: 10
Eerdere functies: Schrijvende pers

Respondent 8: Karin Alberts

Leeftijd: 35 jaar
Functie: Verslaggever (radio)
In dienst bij NOS sinds: 1998
Aantal journalistieke ervaringsjaren: 12 jaar
Eerdere functies: Schrijvende pers / radio

Respondent 9: Theo Verbruggen

Leeftijd:	50 jaar
Functie:	Verslaggever (radio/tv)
In dienst bij NOS sinds:	1996 (geen vast dienstverband / freelance)
Aantal journalistieke ervaringsjaren:	20 jaar
Eerdere functies:	Radio

Respondent 10: Joris van de Kerkhof

Leeftijd:	40 jaar
Functie:	Verslaggever (radio)
In dienst bij NOS sinds:	1995
Aantal journalistieke ervaringsjaren:	20 jaar
Eerdere functies:	Radio

4. 2 Gestandaardiseerde vragenlijst

Naar aanleiding van het convergentiebeleid van NOS Nieuws zal uit de interviews moeten blijken hoe de convergentie plaatsvindt op de nieuwsvloer zelf en welke problemen daarbij ontstaan. Onderstaande vragen staan centraal in de diepte-interviews en zijn opgenomen in een gestandaardiseerde vragenlijst (zie bijlage 3). Aan alle respondenten zijn dus dezelfde vragen voorgelegd.

Niveau 1: Nieuwsgaring – de journalist

- Is de **functie** van de redacteur/verslaggever veranderd na de reorganisatie?
- Heeft de redacteur/verslaggever interne **courses** moeten volgen?
- Wordt er gewerkt in **multimediale teams** en/of met **camjo's**?
- Heeft men tijdens de reorganisatie **hulp van collega's** gekregen?
- Werkt de redacteur/verslaggever voor een **programma of een deelredactie**?
- **Werkt en denkt** de redacteur/verslaggever **multimediaal**?
- Welke rol spelen **internet en interactiviteit** in dit multimediale denken?
- Is de **werkdruk** toegenomen door het multimediaal werken?
- Wat is de **meerwaarde** van multimediaal werken in journalistiek opzicht?

Niveau 2: Structuur – de redactie

- Hoe verliep de **aansturing** van leidinggevenden tijdens de reorganisatie?
- Wat was het **tempo** waarin de veranderingen werden doorgevoerd?
- Is de **indeling** van de nieuwsvloer duidelijk?
- Wordt er **informatie en content** op de nieuwsvloer **gedeeld** door alle redacties?
- Hoe verloopt de interne **communicatie**?
- Is er een **evenredige aandacht** voor alle media op de nieuwsvloer?
- Hoe verloopt het samengaan van verschillende **culturen**?
- Wat kan er **verbeterd** worden op de nieuwsvloer m.b.t. multimediaal werken?

4.3 Nieuwsgaring: redacteuren en verslaggevers

Functie

In aanloop van de reorganisatie hebben leidinggevenden met alle respondenten gesproken over hun functie en wat er voor hen zou gaan veranderen. Mensen konden hierin zelf aangeven wat hun ambities waren. Niet bij iedereen was dit één op één gesprek. Bij sommigen ging het om centrale gesprekken met meerdere collega's van een redactie. In deze gesprekken werd er vanuit de leiding aangegeven dat er voor meerdere media – radio, televisie en internet - gewerkt ging worden. Voor de NOS nieuwsvloer betekende dit concreet dat radio, televisie en internet samen gingen werken. Er bestond een aparte internetredactie en die is ook na de reorganisatie in stand gehouden.

Voor redacteuren waren de veranderingen groter dan voor de verslaggevers. De functies *Televisieredacteur NOS-journaal* of *redacteur Radio 1 Journaal* verdwenen en werden vervangen voor *redacteur NOS Nieuws*. De redacteuren moesten onderwerpen voor alle media gaan voorbereiden, in plaats van alléén voor radio of alléén voor tv. Redacteur Aalt van 't Veen is hierin een uitzondering. Van 't Veen mocht voor de radio blijven werken en er werden in eerste instantie geen werkzaamheden voor televisie of internet van deze redacteur verwacht. Wel werd aangegeven dat er op lange termijn wel multimediaal gewerkt moest gaan worden, maar daar is er na twee jaar nog niets van gekomen. Voor de overige respondent redacteuren betekende de reorganisatie in de praktijk dit dat men ging werken voor radio en televisie. Bijdragen leveren voor internet behoorde niet tot de werkzaamheden van de redacteuren. Een enkeling schrijft uit eigen beweging wel eens wat voor de website (hierover later meer).

Vier van de vijf verslaggevers hebben uiteindelijk dezelfde functie gehouden. Omdat zij dit zelf graag wilden en omdat er vanuit de NOS geen verplichtingen waren om voor meerdere media - of voor een ander medium - te gaan werken. Zij zijn dus grotendeels blijven werken voor hetzelfde medium als voor de reorganisatie. Slechts één verslaggever, Theo Verbruggen, is daadwerkelijk voor beide media (radio en tv) gaan werken. Hij was radioverslaggever en heeft nu ook televisieverslaggeving op zich genomen. Dit was vanuit eigen initiatief, een paar maanden na de reorganisatie:

‘Ik deed het koninklijk huis voor de radio en Marieke de Vries voor televisie. Wij werkten veel samen. Het was ook wel eens zo dat ik een staatsbezoek deed en zij niet, en andersom. Wij vonden het een leuk en uitdagend idee om elkaars vak te besnuffelen en toen hebben we de afspraak gemaakt: ik leer jou radio en jij leert mij tv.’¹³⁶

De overige verslaggevers moeten af en toe wel werkzaamheden doen voor een ander medium. Radioverslaggevers moeten inzetbaar zijn voor de wat kleinere televisiewerkzaamheden en andersom. In de praktijk gaat het dan om het zogenaamde quotjes halen voor de televisie als radioverslaggever. Joris van de Kerkhof, radioverslaggever, geeft aan dat dit heel goed kan werken. Wanneer hij voor het Radio 1 Journaal Het Filiaal (een vaste rubriek binnen het ochtendjournaal van radio 1) maakt, dan is er voldoende tijd om dit ook voor de televisie uit te werken:

‘Het Filiaal is in bepaalde blokken en soms zit je met die mensen te wachten tot het volgende blok. Dan kan je net zo goed iets anders doen. Dan ben je ook met hen bezig, dus dan leer je ook om het verhaal op een andere manier te vertellen. Dat is geen enkel probleem, dat gaat ook goed. De cameramensen weten dat ook wel, die zetten je dan in ieder geval zo neer, of op een andere plek, dat komt wel goed. Ik weet zelf wel dan hoe je vragen moet stellen waarbij het antwoord veel korter is dan in een radiogesprek. Voor de radio maak je een gesprek, voor tv in die korte bulletins moet je dan toch alleen een quote hebben. Dan is het op zoek naar zo’n quote.’¹³⁷

Volgens radioverslaggever Karin Alberts gebeurt dit quotjes halen voor de televisie zo’n drie á vier keer per maand, wanneer een radioverslaggever het snelste ter plekke is of wanneer televisieverslaggevers allemaal elders aan het werk zijn. Het gaat vaak om de wat kleinere

¹³⁶ Zie bijlage 6: Protocol C, Verslaggevers Nieuwsgaring.

¹³⁷ Idem.

onderwerpen, het zogenaamde kortje. ‘Het is dan leuk om daar even een quotje bij te hebben. De minder belangrijke onderwerpen zeg maar.’¹³⁸

Aan de andere kant kan van een televisieverslaggever gevraagd worden om een (live)bijdrage aan een uitzending van het Radio 1 Journaal. Dit kan zijn omdat hij of zij toevallig ter plaatse is en er geen radioverslaggevers zijn. Ook kan een quote uit een televisieverslag gebruikt worden op de radio. Eén van de verslaggevers, Martijn Bink, heeft onlangs van zijn televisiereportage een radioreportage gemaakt, maar dit komt dit niet vaak voor. Bink geeft aan dat het maken van een radioreportage of een televisiereportage - anders dan dus slechts het halen van een quote - twee verschillende ambachten zijn:

‘Radio maken, of een radioreportage maken, dat vind ik net als een televisiereportage, dat is een beetje een ambacht. Dat moet je vaak gedaan hebben, je moet alle valkuilen zijn tegengekomen en op een gegeven moment denk je, nou dat heb ik onder de knie. Ik vind het ook een belediging voor een radioverslaggever als ze tegen mij – als televisieverslaggever - zeggen, maak maar even een radioverslag. Ik vind het ook niet goed als je een radioverslaggever zomaar een tv-verhaal laat maken.’¹³⁹

Televisieverslaggever Tanja Braun heeft op een gegeven moment radiocursussen gevolgd, geheel uit eigen initiatief. Ze heeft geen druk van bovenaf gevoeld om dit te moeten gaan doen, maar omdat ze door de reorganisatie zo dichtbij dit andere medium stond, werd ze nieuwsgierig naar het radiovak. In de zomer maakte Braun een paar radioverslagen, maar de combinatie van radio én televisie beviel haar toch niet goed:

‘Dat radiomaken is echt alles zelf doen. Dus inderdaad bij de McDonalds eindigen, je laptop openklappen en maar hopen dat je verslag uiteindelijk op tijd in Hilversum komt. Dat heb ik gewoon niet in de vingers en dat duurt heel lang voordat ik dat in de vingers heb. Ik vond het inhoudelijk heel leuk om te maken, maar om het zelf te monteren en alle techniek, alles in je uppie doen, daar werd ik niet blij en gelukkig van.’¹⁴⁰

Desondanks is Tanja Braun blij met haar geringe radio ervaring die ze opdeed tijdens deze cursus. Mocht de nood aan de man komen, dat weet ze in ieder geval iets van het radio maken af:

‘Ik ben wel heel blij dat ik gewoon een fatsoenlijk radiogesprek op kan nemen. En eventueel kom ik wel uit die montage. Daarvoor wilde ik het ook gebruiken, stel je voor dat je voor televisiewerk

¹³⁸ Zie bijlage 6: Protocol C, Verslaggevers Nieuwsgaring.

¹³⁹ Idem.

¹⁴⁰ Idem.

in een achterstandsbuurt iets moet doen, dan ben ik ook heel blij dat ik ook zelf voor radio kan opnemen. En dan kom ik daar eventueel met een editor wel uit.’¹⁴¹

Van redacteuren werd veel verwacht dat zij radio én televisie moesten gaan bedienen. Dit ging - en gaat nog steeds - gepaard met enkele omschakelingen. Voor televisie ligt de drempel hoger wanneer iets een onderwerp is, de zendtijd voor televisie is immers minder. Bij radio is meer zendtijd en dus meer plek voor items, de drempel wanneer iets een onderwerp is, ligt lager. Voor de redacteuren moesten de selectiecriteria van beide media duidelijk worden. Daarnaast moesten de voormalige televisieredacteuren leren hoe je een goed gesprek opzet tussen een presentator en een gast. In vergelijking met de televisie – waarvan de bijdragen vaak bestaan uit enkele korte quotes - duren dit soort gesprekken een stuk langer. Redacteuren die vanuit vorige functies al ervaring met de radio hadden ging dit makkelijker af. Voormalig radioredacteuren moesten leren denken in beeldverhalen voor televisie:

‘Je moet in staat zijn, als je een onderwerp voorbereidt wat je een verslaggever laat maken, om van te voren na te denken over wat hij zou kunnen laten zien. Dat je archiefbeelden kunt kiezen, maar dat je je ook kan voorstellen wat hij kan tegenkomen op de plek waar je hem naartoe stuurt. Die ken je natuurlijk niet, dus daar moet je met mensen over praten en ook nadenken dat je suggesties kan doen.’¹⁴²

Ook voor radioverhalen gelden eigen wetten. Radioredacteur Aalt van ‘t Veen heeft nog steeds te maken met redacteuren die het moeilijk vinden om in geluid te kunnen denken:

‘Ik heb wel eens een collega die naar mij toekomt, en zegt: dit is een leuk onderwerp voor je. Bijvoorbeeld een openavond van een sterrenwacht, dat is hartstikke leuk. Daar kun je wel iemand naar toe sturen. Maar dan zeg ik: ik hoor niks! Dan zegt iemand: ‘je kan het toch laten uitleggen’. Maar ja, dat is geen radio! Radio moet je horen en sterren maken geen geluid, om het simpel te zeggen. Dat was echt een hele goede collega hoor die een hele goede staat van dienst had bij de tv, maar die zoiets niet kan bedenken.’¹⁴³

Deze strubbelingen worden ook door de verslaggevers ervaren, vooral door de televisieverslaggevers. Zij gingen werken met voormalig radioredacteuren die weinig ervaring hadden met het voorbereiden van televisieonderwerpen. Verslaggever Tanja Braun had hierdoor het eerste jaar vaak het gevoel dat ze half voorbereid op pad ging:

¹⁴¹ Idem.

¹⁴² Zie bijlage 4: Protocol A, Redacteuren Nieuwsgaring.

¹⁴³ Idem.

‘Er werden bijvoorbeeld wel twee interviews geregeld met twee sprekers die er toe doen, maar voor de rest niet gedacht aan het beeldverhaal dat ook gemaakt moest worden. Dat moesten de radiocollega’s heel erg leren. Wij moesten heel erg leren dat je daar niet meer zo vanuit ging dat daar aan gedacht was omdat het zou kunnen dat er een radiocollega was die je item voorbereidde. Of omdat ze zowel voor radio als televisie dingen aan het uitzetten waren waardoor er sowieso minder tijd was voor de redacteuren om het onderwerp voor te bereiden zoals ik dat gewend was in de oude situatie.’¹⁴⁴

Ook Martijn Bink merkte dat de redacteuren het drukker kregen en daardoor minder tijd hadden voor de voorbereiding van zijn items. ‘Er is minder tijd om over een goede insteek van een item na te denken. Dat gaat ten koste van mijn werk,’ aldus Bink.¹⁴⁵

Cursussen

Omdat er na de reorganisatie werd gewerkt met allemaal nieuwe systemen, ook voor bijvoorbeeld tekstverwerking, moesten alle medewerkers cursussen volgen om deze nieuwe systemen te leren kennen. Alle redacteuren hebben daarnaast een Avid-cursus (televisiemontage) en een Dalet-cursus (radiomontage) gehad. Sommige konden vanuit een vorige functie hier al mee omgaan. In de praktijk blijkt dat niet alle redacteuren dit daadwerkelijk nodig hebben. Redacteur Anne Peetoom:

‘Officieel werd in het begin heel erg van ons verwacht dat wij ook konden monteren en bijvoorbeeld ook archiefmateriaal konden (voor)monteren. Maar in de praktijk kom je daar niet aan toe omdat je het al zo ontzettend druk hebt met onderwerpen vinden, zoeken en voorbereiden.’¹⁴⁶

Voor de radioverslaggevers veranderde er niet zo heel veel. Zij moesten in hun functie al zelf kunnen monteren en hadden de digitalisering al een jaar eerder ondergaan. Ze hebben wel een cursus televisiemontage gekregen tijdens de reorganisatie. In de praktijk maken ze daar weinig gebruik van. Joris van de Kerkhof haalt soms bijvoorbeeld wel wat quotes voor televisie, maar laat de montage daarvan over aan een editor.

De televisieverslaggevers kregen daarentegen met meer technische veranderingen te maken. Zij moesten zelf leren monteren, terwijl dat voor de reorganisatie door een editor werd gedaan. Er zijn nog wel editors beschikbaar, maar een stuk minder. Omdat je zelf je materiaal in moet kunnen laden en voormontages moet kunnen maken, wordt wel van een televisieverslaggever

¹⁴⁴ Zie bijlage 6: Protocol C, Verslaggevers Nieuwsgaring.

¹⁴⁵ Idem.

¹⁴⁶ Zie bijlage 4: Protocol A, Redacteuren Nieuwsgaring.

verwacht dat hij of zij ook daadwerkelijk met Avid om kan gaan. Verslaggever Martijn Bink maakte al camjo verhalen voor de reorganisatie, het monteren was voor hem dus niet nieuw. Hij ziet het als een pré wanneer je als televisieverslaggever zelf kan monteren:

‘Ik vind het fijn om een item zelf op te bouwen, dat ik alle brokken zelf kan samensmelten en dat ik niet alles tegen iemand moet zeggen, doe dat maar, doe dat maar. Want dan zit er altijd iemand tussen.’¹⁴⁷

Al merkt Bink daarbij op dat niet alle collega’s dit zullen beamen. Verslaggever Tanja Braun bevestigt dit. Doordat zij nu zelf moet monteren kost het maken van een item haar meer tijd dan voor de reorganisatie:

‘Voor de samenvoeging kwam ik rustig om 16.00 uur binnen en wist ik dat het goed kwam. Maar zeker het eerste jaar na de samenvoeging wilde ik om 15.00 uur binnen zijn. Daar moest je zelf rekening mee houden. (...) Hoeveel tijd kost het me werkelijk om het in te laden en het op de juiste plek te zetten? En nu nog steeds kost het meer tijd om hetzelfde werk te verrichten.’¹⁴⁸

Camjo / Multimediale teams

Verslaggever Martijn Bink heeft in een functioneringsgesprek ook wel eens aangegeven dat hij wel radio wilde leren maken. Maar dat is er nooit van gekomen, hij heeft er ook niet heel erg op aangedrongen. Dit komt wellicht ook omdat hij zelf ook al als camjo werkt. De hoofdredactie is per 1 maart dit weer wat meer op de rails aan zetten omdat dit op de achtergrond is geraakt tijdens de reorganisatie. Bink begrijpt dat goed:

‘Omdat dat toch een soort kers op de pudding is. En als alles al niet zo lekker loopt en je moet aan elkaar wennen, dan zijn dat de dingen die het eerst ondergesneeuwd raken en achterblijven. Dat proberen we nu, nu het weer in een wat rustiger vaarwater is, weer op de kaart te zetten.’¹⁴⁹

Verslaggever Bink bedenkt zelf camjoverhalen of de redactie komt met ideeën. Dat is half om half.

Zowel bij de echte grote evenementen, zoals de Olympische Spelen en Koninginnedag, als wat kleinere nieuwsgebeurtenissen, bijvoorbeeld een belangrijke rechtzaak, wordt er gewerkt in multimediale teams. Verslaggevers van radio, tv én internet werken samen aan verschillende producties. Martijn Bink werkte in zo’n team tijdens de Olympische Spelen in Turijn. Hij zat daar

¹⁴⁷ Zie bijlage 6: Protocol C, Verslaggevers Nieuwsgaring.

¹⁴⁸ Idem.

¹⁴⁹ Idem.

met een radioverslaggever, twee televisieverslaggevers en een producer die voor internet schreef en foto's maakte. Drie weken lang functioneerden zij als een team waarin duidelijke keuzes werden gemaakt welk verhaal geschikt was voor welk medium. Ze maakten zowel individueel als samen reportages en bijdragen.¹⁵⁰ Radioverslaggever Joris van de Kerkhof werkte samen met vier of vijf anderen tijdens de rechtzaak van Holleeder. Samen met een redacteur, radio- én televisieverslaggevers verzorgden zij de berichtgeving rondom deze zaak.¹⁵¹

Hulp van collega's

Onderling hebben collega's elkaar redelijk geholpen met de veranderingen. Soms zochten mensen elkaar uit eigen initiatief op om elkaars medium beter te leren kennen. Zoals redacteur Rinke van den Brink, hij is samen met een collega van de radio intensief gaan samenwerken:

'In het zicht van de fusie, die intussen volop in bespreking was, heb ik op 6 september 2005 gezegd: 'oké, ik ga de gezondheidszorg doen, maar dan ga ik het ook nu doen als specialist en ook samen met de radio. Ik ga alvast nieuw-nossen'. (...) Dat kwam uit mij en mijn radio collega zelf. Dat was op eigen initiatief, wij hadden gezegd: 'zo gaan wij het doen'. Dat vond iedereen prima en juichte dat toe. Ze zaten natuurlijk erg te wachten op mensen die enthousiast hun schouders daaronder zette.'¹⁵²

Redacteur Anne Peetoom werkte eerder voor het tv-journaal en kreeg er na de reorganisatie radiowerkzaamheden bij. Eén van haar taken werd het voorbereiden van Het Filaal voor het Radio 1 Journaal. Voor deze vaste rubriek moet je goed weten wat de 'wetten' hiervan zijn. Daar had ze hulp van collega's bij nodig, maar door de drukte op de nieuwsvloer kwam het daar niet altijd van:

'Het nieuws gaat natuurlijk gewoon door. Dus in theorie is die bereidwilligheid er absoluut maar vrijwel niemand heeft even tijd om er gezellig bij te zitten en het echt eens even goed door te nemen. Maar je leert het toch in de praktijk.'¹⁵³

Ondanks de drukte werd er door anderen wel onderling meegelopen met collega's van het andere medium. Dit ging allemaal vrij onofficieel en uit eigen beweging. Zo liep verslaggever Theo Verbruggen enkele dagen mee met collega's van de televisie en Tanja Braun kreeg veel hulp van radiocollega's toen zij hoorde dat ze werkzaamheden voor de radio wilde gaan doen. Tussen de

¹⁵⁰ Zie bijlage 7: Protocol D, Verslaggevers Structuur.

¹⁵¹ Idem.

¹⁵² Zie bijlage 4: Protocol A, Redacteuren Nieuwsgaring.

¹⁵³ Idem.

bedrijven door is het nog altijd mogelijk om iets aan iemand te vragen, en dat gebeurt ook regelmatig.

De verslaggevers hebben onderling sowieso veel meer contact dan vroeger. Vroeger zaten radio en televisie, en dus ook de verslaggevers van beide media, niet alleen in een ander gebouw, ze waren ook wereldvreemd van elkaar. Op locatie kwamen ze elkaar wel tegen, maar er was nauwelijks contact:

‘Je kwam soms wel eens iemand tegen die dezelfde plopkap had als jij, en dan wist je die is van Radio 1. Maar er was totaal geen samenhorigheidsgevoel. Ik had soms meer aan mijn collega’s van RTL dan aan collega’s van radio 1 vroeger. Dan doe je hetzelfde, televisie, dus dan praat je ook makkelijker en je moet op dezelfde manier je onderwerp maken. Met radio was het lastig, want hij (je collega, KT) loopt de hele tijd in je shot en ik ben de hele tijd aan het zeuren dat hij weg moet gaan. Nu heb je overleg van te voren, wat is je insteek, wat ga jij daarmee doen, wat zijn je ideeën? Dat is enorm toegenomen.¹⁵⁴

Alle verslaggevers beamen dat dit onderlinge contact een vooruitgang is. Men weet nu van elkaar waar andere verslaggevers mee bezig zijn. Ze wisselen informatie uit en controleren bij elkaar of ze wel met hetzelfde verhaal naar buiten komen.

Programma of deelredactie

De meeste redacteurs hebben het idee dat ze voor een deelredactie werken. Voor de reorganisatie was dit anders, dan werkte men voor het Radio 1 Journaal of het tv-journaal. Rinke van den Brink omschrijft het niet zozeer als werken voor één deelredactie, maar als het werken voor meerdere programma’s en dat vindt hij een vooruitgang. Redacteur Hanneke de Jonge is minder stellig:

‘Dat is een gewetensvraag. Mijn hart ligt nog wel bij tv, dat zou het ook blijven. Maar ik werk voor de binnenlandredactie. Ik heb wel het gevoel dat ik meer voor televisie werk. Ook omdat ik daar de meeste feedback krijg.’¹⁵⁵

Redacteur Aalt van ‘t Veen werkt in feite alleen voor de radio. Dus daar bestaat nog wel het idee dat er gewerkt wordt voor een programma. Maar het is wel de NOS waarmee men zich verbonden voelt:

¹⁵⁴ Zie bijlage 6: Protocol C, Verslaggevers Nieuwsgaring.

¹⁵⁵ Zie bijlage 4: Protocol A, Redacteurs Nieuwsgaring.

‘Het is wel de NOS waar ik voor werk. (...) Als er ’s avonds bij het NOS-journaal iets misgaat zit ik ook met gekromde tenen zeg maar. Het is wel mijn programma. Het gevoel is er wel.’¹⁵⁶

Bijna alle verslaggevers geven aan het idee te hebben voor een programma te werken. Zij werken in principe ook bijna allemaal nog voor één medium en dus vaak voor een programma. Toch is het gevoel wel enigszins veranderd. Joris van de Kerkhof zegt nog steeds dat hij werkt voor het Radio 1 Journaal, ‘maar dat is meer omdat het er zo ingesleten is,’ aldus van de Kerkhof. ‘Je werkt nu wel voor de NOS, veel meer dan voor het Radio 1 Journaal. Dat is wel een groot verschil. Ik geloof dat ik de letters NOS er wel sneller in verwerk.’¹⁵⁷ Ook radioverslaggever Karin Alberts voelt zich wel ‘veel meer NOS dan voorheen.’¹⁵⁸ Theo Verbruggen, die voor beide media werkt, is de enige die heel stellig verklaart: ‘ik werk voor de NOS nu, voor radio en tv. Voor de reorganisatie werkte ik voor de radio, voor het Radio 1 Journaal. Ik werk nu voor de NOS.’¹⁵⁹

Tanja Braun geeft aan dat ze nog wel het idee heeft dat ze voor een programma werkt, maar dat het niet meer zo voelt. Ze mist de betrokkenheid van collega’s:

‘Peer, een collega van mij, die zei heel mooi, vroeger als je uit de montage kwam dan zat iedereen naar het resultaat te kijken om 18.00 en 20.00 uur. En nu zit iedereen wat anders te doen. De helft zit radio te luisteren of is met zijn internetdingetje bezig. Volstrekt logisch. Maar die samenhang is weg, dat mis ik ook wel.’¹⁶⁰

Braun begrijpt dat je niet meer van een redacteur kan verwachten dat hij of zij naar alle eigen voorbereide items kan kijken of luisteren. Dat zijn er gewoon te veel geworden. Dat betekent ook dat er minder feedback is van collega’s onderling. ‘Zo hield je elkaar veel scherper, en dat is weg,’ aldus Tanja Braun.¹⁶¹

Multimediaal denken en werken

Alle redacteurs denken multimediaal en proberen zoveel mogelijk multimediaal te produceren. Het medium waar vroeger voor gewerkt is, kan soms in alle haast nog wel eens voorrang krijgen, maar het multimediale besef is er zeker. De redacteurs geven aan dat ze vaak met televisie beginnen omdat dit medium bewerkelijker is. Voor radio is meer zendtijd, en dus meer ruimte voor items. Maar die items nemen qua voorbereiding minder tijd. Aalt van ’t Veen die in principe alleen voor de radio werkt, denkt bij het onderwerpen die langskomen zeker ook of het geschikt

¹⁵⁶ Zie bijlage 4: Protocol A, Redacteurs Nieuwsgaring.

¹⁵⁷ Zie bijlage 6: Protocol C, Verslaggevers Nieuwsgaring.

¹⁵⁸ Zie bijlage 7: Protocol D, Verslaggevers Structuur.

¹⁵⁹ Zie bijlage 6: Protocol C, Verslaggevers Nieuwsgaring.

¹⁶⁰ Idem.

¹⁶¹ Idem.

is voor tv. Wanneer dat het geval is, wordt het wel overgedragen aan een collega. Het daadwerkelijke produceren voor tv dat laat hij aan anderen over.

Er wordt aangegeven dat het multimediaal produceren wel veel en dus meer werk is. Dit heeft er ook mee te maken dat er zo min mogelijk dezelfde verhalen op radio als tv mogen komen. De sprekers die 's middags in het Radio 1 Journaal te horen zijn, mogen eigenlijk niet ook 's avonds in het 18.00 uur Journaal zitten. Volgens Anne Peetoom was dat nadrukkelijk de opzet na de reorganisatie, niet dubbelen op radio en tv. 'Maar dat kost tijd, en die tijd is er niet altijd.'¹⁶²

Verslaggevers denken minder multimediaal dan redacteuren. Zij zitten meestal in de waan van de dag en hebben weinig tijd om echt stil te staan bij andere media. Verslaggever Karin Alberts vermoedt wel dat het multimediale denken tijd nodig heeft. Zij merkt zelf dat het stukje bij beetje erin sluipt:

'Als ik inhoudelijk aan het werk ben, denk ik vooral voor de radio. En ik denk dat het wel steeds een beetje meer gaat worden dat je ook gaat denken voor internet en televisie. Dat merk ik nu al bij mezelf en dat kan alleen maar uitbreiden. Maar het zijn processen die tijd nodig hebben.'¹⁶³

Soms wordt er nog wel een idee voor zowel radio als tv geopperd richting eindredacteur of coördinator, maar zelf produceren komt er eigenlijk nooit van. Uitzonderingen zijn Theo Verbruggen en Martijn Bink. Verbruggen werkt daadwerkelijk voor zowel radio als tv, dus voor hem is dat een logisch gevolg. Het internet komt echter niet in dit multimediale rijtje voor. Bij Martijn Bink wel. Hij doet dit vooral uit eigen initiatief:

'Laatst heb ik een item gemaakt over Nederlandse muzikanten die in Japan heel erg hot zijn. Ik heb mijn eigen kleine camera meegegeven aan een bandje wat naar Japan ging. Vervolgens heb ik voor de radio geregeld dat ze twee interviews konden draaien en voor internet heb ik vervolgens een lange versie gemaakt van mijn televisie-item. Dus dat is wel aardig crossmediaal. Het enige wat ik dan niet doe is zelf dat radio onderwerp maken. Maar dat heeft vooral te maken met tijdsdruk. Anders had het wellicht gekund misschien.'¹⁶⁴

Internet valt nog niet bij iedereen onder dit multimediale denken. Zowel bij de verslaggevers als redacteuren draait het in de dagelijkse werkzaamheden vooral om radio en tv. Redacteur Rinke van den Brink wil, als er nog tijd over is, nog wel een stukje voor internet schrijven. Hij vraagt dan eerst aan de eindredacteur van internet of ze het willen hebben. Bij een positief antwoord,

¹⁶² Zie bijlage 4: Protocol A, Redacteuren Nieuwsgaring.

¹⁶³ Zie bijlage 7: Protocol D, Verslaggevers Structuur.

¹⁶⁴ Zie bijlage 6: Protocol C, Verslaggevers Nieuwsgaring.

schrijft Rinke dan zelf nog een stuk tekst. Ook redacteur Daan van de Staaïj vergeet internet en Teletekst niet:

Ik vergeet internet en Teletekst niet, tenzij het razend druk is dan kom je er niet altijd aan toe. Maar het heeft wel een belangrijke plek want Teletekst, daar kijken elke dag een miljoen mensen naar. Zeker als ik een goed verhaal heb, wil ik dat het daar ook gewoon goed op staat.¹⁶⁵

Voor Van de Staaïj is tijd dus ook wederom een belangrijke factor, maar het belang van het internet en Teletekst wordt wel degelijk erkend.

Internet en interactiviteit

Redacteur Hanneke de Jonge is zich niet bewust van het feit dat volgens het beleid van de NOS iedereen tegenwoordig voor het internet werkt. Maar ook respondenten die hier wel van op de hoogte zijn, werken niet altijd voor internet. De redacteurs die er zelf lol in hebben, schrijven zelf wel eens stukjes tekst voor de website:

‘Voor internet schrijf ik soms zelf nog een verhaal of ik bied ze een heel extra interview aan. Afgelopen vrijdag heb ik ze een heel extra interview (videomateriaal) met een Imam aangeboden en dat plaatsen ze dan ook. Ik denk wel veel aan internet, ik vind dat wel leuk... omdat ik ook zelf bij de krant heb gewerkt (...). Soms schrijf ik langere stukken of ik bel met ze om door te geven wat er aan beeld is en aan informatie.’¹⁶⁶

Anderen hebben er ook wel lol in, maar komen er door gebrek aan tijd niet aan toe. Zoals redacteur Anne Peetoom:

‘Ik heb er wel lol in, ik houd heel erg van schrijven en doe het er ook nog heel veel naast. Maar joh, ik ben allang blij als we voor radio en tv een fatsoenlijk ander soort verhaal heb kunnen samenstellen.’¹⁶⁷

Bij verslaggevers is het ook afhankelijk van persoonlijke voorkeur en tijdsdruk. Tanja Braun doet niks voor internet, haar realiteit is dat ze tot 20.00 uur bezig is met haar item en ze weet niet wanneer ze dan nog iets voor internet zou moeten doen. Verslaggever Karin Alberts geeft aan dat daar aparte internetredacteurs voor zijn. Wel heeft zij één keer een foto gemaakt op locatie, die vervolgens op de site werd geplaatst. Maar ook hier speelt het gebrek aan tijd een rol:

¹⁶⁵ Zie bijlage 4: Protocol A, Redacteurs Nieuwsgaring.

¹⁶⁶ Idem.

¹⁶⁷ Idem.

‘Over het algemeen heb je toch teveel tijdsdruk om eerst op je gemak die foto’s te doen en dan heb je nog je radiostukje. Of andersom, waardoor de foto’s veel te laat binnenkomen naar hun (de internetredactie, KI) smaak. Dat blijft een beetje lastig.’¹⁶⁸

Verslaggever Theo Verbruggen kan produceren voor internet er ook niet bij hebben. Hij stelt dat als laagste prioriteit. ‘Er zijn grenzen,’ vindt Verbruggen. Bovendien geeft hij aan een slechte schrijver te zijn en hij heeft dus ook weinig lol in schrijven.¹⁶⁹

Joris van de Kerkhof schrijft voor de website op het moment dat hij als verslaggever in het buitenland zit. Ook maakt hij dan foto’s. Hij vindt dat leuk om te doen en de NOS vraagt daar ook wel om. Martijn Bink wil nog wel eens een aparte montage maken voor internet als hij wat interessants te pakken heeft. Ook heeft hij wel eens een stukje geschreven. Maar de internetredactie is, aldus Bink, veel te passief. ‘Dat wordt nu wel aangepakt met de nieuw te vormen digidesk.’¹⁷⁰ De internetredactie vraagt soms aan redacteuren en verslaggevers of ze ergens een stuk over kunnen schrijven, maar volgens de meeste respondenten is het meestal andersom.

Een stuk tekst of een item plaatsen op de website, dat doet geen van de redacteuren en verslaggevers zelf. Dat is niet aan bod gekomen in trainingen, mensen weten dus niet hoe dat moet. Het uitgangspunt is dat de internetredactie hier zorg voor draagt.

Interactiviteit speelt bij geen van de redacteuren en verslaggevers momenteel een rol. Sommige redacteuren denken eraan om een weblog te beginnen. Binnen de NOS is men daar druk mee bezig en het wordt dan ook van harte toegejuicht. Sommige respondenten geven ook aan dat ze niet veel te *bloggen* hebben en dat er al teveel wordt geschreven op het internet. Andere respondenten, die met een bepaalde specialisatie, zien dat juist wel zitten. Door gebrek aan tijd, wordt dit nog even op lange termijn geschoven. In de radorubriek Het Filaal kunnen luisteraars wel reageren per sms of email. Volgens Van de Kerkhof reageren hier nauwelijks mensen op:

‘We hebben het erover gehad om daar mee te stoppen want er reageert niemand en je bent zo aan het bedelen in de uitzending. Stuur een sms of mail u een vraag. Maar de hoofdredactie zegt dan toch: ‘nee, we moeten die *user generated content* toch hebben’. We moeten de kijkers en luisteraars daarbij blijven betrekken.’¹⁷¹

¹⁶⁸ Zie bijlage 6: Protocol C, Verslaggevers Nieuwsgaring.

¹⁶⁹ Idem.

¹⁷⁰ Idem.

¹⁷¹ Idem.

Joris van de Kerkhof verbaast zich er als enige over dat er nauwelijks discussie is over het betalen of compenseren van de extra uren die journalisten maken wanneer zij ook voor internet gaan werken:

‘De hoofdredactie wil dat we ook voor internet werken, dus we doen het zoveel mogelijk. De hele discussie over uren en geld wordt niet gevoerd. Bij ons, ambtenaren in vaste dienst, daarvan zou je ook zeggen dat het over tijd gaat, maar daar is niet over gesproken. En dat is raar, want het is toch extra, wat je bovenop je werk doet.’¹⁷²

Geen van de overige respondenten is begonnen over extra betalingen voor het eventuele werk dat zij voor het internet doen.

Werkdruk

Alle vijf de redacteuren zijn het er over eens dat het drukker is geworden. Helemaal voor tv-redacteuren die radio zijn gaan doen. De drempel voor tv ligt hoger, waardoor deze redacteuren vóór de reorganisatie minder onderwerpen voorbereidden. Omdat zij nu ook voor de radio werken moeten ze meer items verzorgen. ‘Er liggen altijd nog wel tien onderwerpen op je te wachten’, verklaart Anne Peetoom. Daan van de Staaij denkt dat je door multimedialiteit ook meer tijd intern kwijt bent:

‘Er is minder tijd voor het goed maken van een verhaal en meer tijd wordt besteed aan intern overleg. Met coördinatoren meestal, soms met eindredacteuren. Voor de reorganisatie was dat minder, dan was je gebonden aan een medium en zorgde jij ervoor dat het verhaal voor dat medium tot in de puntjes goed was. Het is net alsof je eerst alleen de Albert Heijn deed, en nu doe je Albert Heijn, Super de Boer en de Aldi.’¹⁷³

Rinke van den Brink beaamt dat je veel meer productie moet leveren. Zijn grootste bezwaar is dat je hierdoor minder tijd krijgt om je te verdiepen. De werkdruk is volgens hem hoger geworden omdat je voor meerdere programma’s werkt.¹⁷⁴ De hogere werkdruk heeft volgens redacteur Van de Staaij ook te maken met het feit dat de reorganisatie gepaard ging met bezuinigingen waardoor er veel mensen verdwenen zijn. ‘Deze bezuinigingen hebben een grote impact gehad op de reorganisatie,’ aldus Daan van de Staaij:

¹⁷² Idem.

¹⁷³ Zie bijlage 4: Protocol A, Redacteuren Nieuwsgaring.

¹⁷⁴ Idem.

‘Dat heeft de reorganisatie wel in een heel ander licht gezet. Want het begon met: wij worden de allergrootste nieuwsredactie en de beste en vooraan en de snelste, maar daar kwam wel bij dat het met veel minder mensen moest.’¹⁷⁵

‘Er zijn concreet minder mensen, dus de mensen die overblijven moeten meer werk doen. Daar heb ik wel heel erg veel last van,’ geeft Aalt van ’t Veen aan.¹⁷⁶ Het zou volgens collega van de Staaïj dan ook goed zijn wanneer iemand die met een televisieverhaal bezig is waar veel tijd in gaat zitten, een collega het overneemt voor de radio. Maar die collega, die is er niet. Daar zijn volgens Van ’t Veen niet genoeg mensen voor.

Verslaggevers ervaren minder dan de redacteuren dat de werkdruk hoger is geworden door de reorganisatie. De werkdruk zit meer in kleinere dingen. Televisieverslaggever Braun geeft wel aan dat je de hele dag aan Hilversum moet laten weten wat de stand van zaken is qua nieuws, dat veroorzaakt wel enigszins meer druk. Volgens verslaggever Martijn Bink ligt de werkdruk zo hoog als je hem zelf maakt. Maar de kritiek van collega Braun, dat je als tv-verslaggever met halve verhalen op pad wordt gestuurd, beaamt hij. ‘Omdat een redacteur zijn aandacht echt over twee of drie dingen moet verdelen. Daardoor is er minder aandacht voor een specifieke insteek voor tv.’¹⁷⁷ Theo Verbruggen ervaart wel een hogere werkdruk omdat hij nu voor zowel radio als tv werkt.

‘Dat komt door de combinaties en de meerdere contacten die je daardoor hebt. (..) Als ik nu op een dag alleen radio doe, wat ook wel voorkomt, dan heb ik een rustige dag. Vroeger vond ik dat normaal, maar inmiddels is dat een rustige dag geworden.’¹⁷⁸

De radioverslaggevers ervaren die druk ook wel, maar minder. Bovendien vinden zij het moeilijk aan te geven waardoor dat precies komt. Volgens Karin Alberts heeft dat niet zozeer met de reorganisatie te maken als wel met verschillende wijzigingen van het radio 1 format:

‘Wanneer je vroeger één bijdrage leverde, was er nu het verzoek, vanaf januari om twee bijdragen te leveren. Het liefst twee heel verschillende als het kan, over hetzelfde onderwerp. Niet langer dan drie minuten per stuk. Dat kost ons gewoon veel meer tijd. Want dan moet je in je opname echt nadenken dat je twee verschillende vormen hebt. (...) We hebben een hogere productie om het zo te zeggen, maar dat is eigenlijk vooral radio.’¹⁷⁹

¹⁷⁵ Idem.

¹⁷⁶ Idem.

¹⁷⁷ Zie bijlage 6: Protocol C, Verslaggevers Nieuwsgaring.

¹⁷⁸ Idem.

¹⁷⁹ Idem.

Joris van de Kerkhof denkt ook zeker wel dat er meer werk is dan vijf jaar geleden. Maar dat staat dan inderdaad los van de reorganisatie. Ook al zou het meer zijn, van de Kerkhof vindt dat persoonlijk niet erg.

Meerwaarde van multimedialiteit

Er wordt tegenstrijdig gereageerd op de vraag of multimedialiteit een meerwaarde is vanuit journalistiek opzicht. Redacteuren en verslaggevers zien er absoluut de meerwaarde van in. Een argument dat vaak wordt genoemd om de meerwaarde aan te geven is de hoeveelheid uitingen die er zijn ontstaan. Doordat je nu voor meerdere media werkt, kan één verhaal meer mensen bereiken. Anne Peetoom ervaart dat als positief:

‘We zijn één NOS dus je moet het verhaal ook op zoveel mogelijk kanalen wegzetten en dat wil je ook als journalist, want als het goed is ben je trots op je verhaal en dan wil je dat mensen daar kennis van nemen.’¹⁸⁰

Voormalig tv-redacteur Rinke van den Brink geeft aan dat multimedialiteit voor hemzelf voor meer verdieping zorgt. Niet in de zin dat je als redacteur meer achtergrondverhalen kan lezen, of je inhoudelijk kan verdiepen op je eigen terrein, maar omdat hij voor het radiowerk dat hij nu doet langere verhalen kan voorbereiden. ‘Voor een gesprek op de radio heb je vaak een minuut of vier, op de televisie is het meestal twee keer 20 seconden. Dan breng je er toch voor jezelf meer diepgang in dan alleen het werk voor de televisie. En als ik dan ook nog een stukje op internet daarover kan schrijven....Je kan meer vertellen,’ aldus van den Brink.¹⁸¹

Ook radioredacteur Aalt van ‘t Veen ziet voordelen. ‘Het kan verrijkend zijn, omdat je met een nieuwe techniek te maken krijgt of met een medium dat je niet kent. De NOS is een mooi medium, met mooie uitingsvormen. Dat heeft niemand anders. Ik voel me ook trots om daaraan mee te kunnen werken.’¹⁸² Verslaggever Joris van de Kerkhof is van mening dat je door deze samenwerking goed gebruik kan maken van je eigen specialisten, zij kunnen goed werken voor zowel radio als tv. Je kan elkaar gebruiken, inhoudelijk. Ook als verslaggevers:

‘Als je alle twee een rechtzaak doet dan is het wel heel belachelijk als je elkaars informatie niet uitwisselt. Of dat als de één voor de tv net iets in de uitzending moet vertellen, en er komt net iemand naar buiten die nodig is bij een rechtzaak dat je die kan interviewen, ook voor televisie. Daar is iedereen zich denk ik wel van bewust dat dat goed is.’¹⁸³

¹⁸⁰ Zie bijlage 4: Protocol A, Redacteuren Nieuwsgaring.

¹⁸¹ Idem.

¹⁸² Idem.

¹⁸³ Zie bijlage 6: Protocol C, Verslaggevers Nieuwsgaring.

Maar in de voorbereiding zit volgens van de Kerkhof wel degelijk vervlakking: ‘redacteuren hebben minder tijd om dingen goed uit te zoeken.’¹⁸⁴ Verslaggever Theo Verbruggen ziet er ondanks de meerwaarde voor de organisatie - breder aanbod, je kan je mensen meer inzetten - toch ook nadelen in. ‘Als ik meer moet doen, heb ik minder aandacht om iets specifiek te maken of er langer over na te denken. Voor de kijker, luisteraar en lezer is het denk ik minder want uiteindelijk gaat het ten koste van de inhoud.’ Volgens redacteur Hanneke de Jonge heeft dat ook te maken met de grootschaligheid:

‘Je zit in zo’n grote organisatie. Dat je soms ook niet meer goed kan concentreren, dat je net niet de goede vraag weet te stellen. Het is hier gigantisch druk op de nieuwsvloer. Er gaan continue telefoons. (...) Boven was het een hele andere sfeer, misschien een betere omgeving, ik weet het niet. Ik vind het hier af en toe wel *too much*.’¹⁸⁵

Anne Peetoom is van mening dat de reorganisatie de creativiteit niet ten goede komt. Zij heeft het gevoel dat dit beter was toen ze alleen nog voor het tv-journaal werkte. Peetoom heeft het gevoel dat de NOS wat voorzichtiger is geworden:

‘We zijn nu echt heel erg van de abc’tjes geworden omdat dat ook heel veilig is. Misschien omdat in de nieuwe organisatie we toch heel veel dood vergaderen, verhalen worden plat vergaderd omdat het door verschillende lagen heen moet. Dat zijn alle lagen, iedereen. Redacteuren hebben een mening over een verhaal, dan heb je de coördinatoren die hebben een verhaal, dan heb je de eindredacteuren die hebben een mening over het verhaal. Iedereen wil er iets over zeggen en we zijn daardoor voorzichtiger geworden.’¹⁸⁶

Ook Daan van de Staaij vraagt zich af of het inhoudelijk een verrijking is. Het is leuk om als journalist een groter publiek te bereiken, maar tijd speelt een grote rol. ‘Je moet meer managen, dus dan heb je niet zoveel tijd voor de inhoud. Dus daar schuurt het een beetje.’ Van de Staaij wijst daarom op de grenzen van het multimediaal werken:

‘Ik heb bijvoorbeeld wel eens als eerste een alcoholrapport te pakken gekregen, dat was heel erg interessant. Daar stond in dat er veel alcoholvergiftigingen zijn onder jongeren, steeds meer. En wat ik toen zo lastig vond, want het was inhoudelijk heel interessant en we konden er heel veel mee, maar dat ik heel veel tijd kwijt was aan het goed uitzoeken van het verhaal en het maken van

¹⁸⁴ Zie bijlage 6: Protocol C, Verslaggevers Nieuwsgaring.

¹⁸⁵ Zie bijlage 4: Protocol A, Redacteuren Nieuwsgaring.

¹⁸⁶ Idem.

een follow-up. En dat ik ook voor al die verschillende media dat verhaal goed neer moest zetten.¹⁸⁷

Redacteur Van de Staaij heeft daardoor wel eens dagen waarop er wordt gedacht: ‘Oh god, wat is dat veel!’ Dat resulteert er in dat hij weinig toe komt aan het nadenken over wat het nou precies voor nieuws is en welke invalshoeken allemaal mogelijk zijn.¹⁸⁸

Voorlopige conclusie: nieuwsgaring

- Redacteuren moesten in plaats van één medium, gaan werken voor twee media, namelijk radio én tv. Een uitzondering is respondent Z, hij mocht voor de radio blijven werken. Weinig redacteuren werken ook daadwerkelijk voor internet, dit hangt af van persoonlijke voorkeur.
- Verslaggevers bleven in principe mediaal werken, dat wil zeggen voor één medium. Wel kan hen gevraagd worden voor kleine bijdragen aan een ander medium. Eén verslaggever is voor beide media gaan werken uit eigen initiatief.
- Iedereen heeft een Avid-cursus (tv montage) en een Dalet-cursus (radio-montage) gevolgd. Redacteuren maken hier in de praktijk amper gebruik van. Televisieverslaggevers moesten na de reorganisatie zelf gaan monteren. Radioverslaggevers deden dit al zelf.
- Vanaf 1 maart is het werken met camjo's weer geïntensiveerd. Dit lag door de reorganisatie even stil. Er wordt gewerkt met multimediale teams bij grote en kleine nieuwsevenementen.
- Collega's hebben elkaar onderling geholpen tijdens de reorganisatie. Dit gebeurde op informele basis en uit eigen initiatief. Verslaggevers van radio en tv hebben nu veel meer contact met elkaar op locatie.
- Redacteuren hebben het gevoel dat ze voor een deelredactie werken. Verslaggevers werken nog steeds meer voor een programma. Het 'NOS-gevoel' is wel toegenomen.
- Redacteuren denken en produceren zoveel mogelijk multimediaal. Verslaggevers minder, enkele uitzonderingen daar gelaten. Internet speelt in dit multimediale denken slechts bij een enkeling een rol.
- De werkdruk is bijna onder alle respondenten toegenomen. Redacteuren moeten meer items produceren. Verslaggevers merken dat redacteuren minder tijd hebben om onderwerpen voor te bereiden.

¹⁸⁷ Zie bijlage 4: Protocol A, Redacteuren Nieuwsgaring.

¹⁸⁸ Idem.

- Alle informatie en content wordt digitaal opgenomen in sheets. Dit is voor de hele nieuwsvloer beschikbaar en dat werkt efficiënt. Het voorkomt dubbel werk.
- Respondenten zien zowel de meerwaarde als minderwaarde van multimediaal werken. De meerwaarde is het kwijt kunnen van nieuws op meer kanalen. Wel lijdt de kwaliteit en de creativiteit onder multimediaal werken omdat er minder tijd beschikbaar is.

4.4 Structuur: redacteuren en verslaggevers

Aansturing door leidinggevenden

De algemene visie op multimedialiteit van de hoofdredactie was volgens het merendeel van de respondenten helder en duidelijk. Dat de NOS multimediaal ging werken, daar is voldoende over gecommuniceerd. Ook is er begrip voor de positie van de hoofdredactie tijdens dit proces. Er wordt door verslaggever Theo Verbruggen gewezen op het feit dat zij, net als de rest, ook in het diepe stappen en dat er tijdens dit soort veranderingen en vernieuwingen altijd wordt geklaagd:

‘Ik zie het toch als een soort oorlog die er even roeit als er verschillende organisaties bij elkaar komen en iedereen moet opnieuw zijn plek vinden en is bang dat er geen plek voor hem is of niet goed genoeg.’¹⁸⁹

Theo Verbruggen vindt dan ook dat er geen grote verwijten te maken zijn.¹⁹⁰ Karin Alberts denkt dat de hoofdredactie het naar vermogen goed gedaan hebben. ‘Het is natuurlijk altijd een heel lastig proces om zowel al die verschillende mensen bij elkaar te krijgen alsook een soort eenheidsgevoel te krijgen.’¹⁹¹ Radioredacteur Aalt van ‘t Veen heeft er ook wel respect voor hoe dat is gegaan: ‘Ik had er een hard hoofd in, ik had er ook eigenlijk helemaal geen zin in. Ik had echt zoiets: ‘waarom moet dit?’ Maar ik denk dat het uiteindelijk wel goed is gegaan.’¹⁹²

Toch werden de mensen van de hoofdredactie door enkele respondenten gemist op de nieuwsvloer zelf. Redacteur Daan van de Staaij:

‘Inhoudelijk is alles wel goed duidelijk gemaakt. Ik heb de hoofdredactie alleen op de werkvloer gemist. De lijnen hebben ze wel goed uitgezet en wel duidelijk gemaakt, daar willen we naar toe. Maar ik vind dat er te weinig in de praktijk gekeken is: is het wel zo als wij denken? Want dat is in de dagelijkse praktijk toch vaak anders dan het ideaalplaatje er uit moet gaan zien.’¹⁹³

¹⁸⁹ Zie bijlage 7: Protocol D, Verslaggevers Structuur.

¹⁹⁰ Idem.

¹⁹¹ Idem.

¹⁹² Zie bijlage 5: Protocol B, Redacteuren Structuur.

¹⁹³ Idem.

Joris van de Kerkhof verwoordt dat gemis van de hoofdredactie met de vraag: ‘de hoofdredactie, zitten die hier?’ Ook hij is van mening dat er naar vermogen is gehandeld, maar dat de mensen daar niet veel van hebben gemerkt. Zij zouden zich voornamelijk met vergaderingen en overleggen bezig gehouden hebben.¹⁹⁴ Dat beeld bevestigt verslaggever Karin Alberts: ‘volgens mij werd er te pas en te onpas een vergadering of een overleg georganiseerd.’¹⁹⁵

De hoofdredactie heeft het hele proces onderschat denken redacteur Rinke van den Brink, redacteur Aalt van ‘t Veen en verslaggever Martijn Bink:

‘Ik denk dat ze het onderschat hebben. En dat ze misschien teveel vanuit een journalistiek bril daarnaar gekeken hebben en te weinig vanuit managementoogpunt.’¹⁹⁶

Volgens Van ‘t Veen had men gedacht het ‘in een half jaartje wel gepiept te hebben.’¹⁹⁷ De onderschatting zit hem volgens Van den Brink vooral in wat het teweeg bracht bij mensen en hun gevoel over het werk:

‘Ik denk dat ze daar meer aandacht voor hadden moeten hebben want ze hebben daarvoor wel signalen gekregen. Ik denk dat daar beter op gereageerd had kunnen worden. Het was een soort trein in beweging en die was niet te stoppen. Des te belangrijker was het geweest om te investeren in het heel goed begeleiden van mensen. De moeilijkheid ervan is natuurlijk ook dat het proces liep terwijl alle uitzendingen ook door moesten gaan. En dan moet je ook nog mensen extra begeleiden.’¹⁹⁸

Redacteur Anne Peetoom kan zich nog herinneren dat er op de vloer veel onzekerheid was omdat de timing heel vervelend was. ‘Er was de samensmelting en de reorganisatie in de zin dat er mensen weg moesten. Ook al heeft de hoofdredactie gezegd dat staat los van elkaar, in de uitwerking is dat natuurlijk niet zo want je moet meer gaan doen met minder mensen.’¹⁹⁹

Voor de eindredacteurs was er tijdens dit proces geen rol weggelegd, althans niet in multimediale zin. Zij pasten vooral op hun eigen winkel: ervoor zorgen dat de uitzendingen van hun eigen programma goed liep. Dat is ook de belangrijkste rol van een eindredacteur, daarover zijn alle respondenten het eens.

¹⁹⁴ Zie bijlage 7: Protocol D, Verslaggevers Structuur.

¹⁹⁵ Idem.

¹⁹⁶ Idem.

¹⁹⁷ Zie bijlage 5: Protocol B, Redacteurs Structuur.

¹⁹⁸ Idem.

¹⁹⁹ Idem.

Over de rol van de ‘chef binnenland’ wordt door de redacteurs wisselend gedacht. Volgens redacteur Anne Peetoom was deze persoon heel goed zichtbaar en werd er vanuit de chef heel erg multimediaal gedacht.²⁰⁰ Ook Aalt van ‘t Veen is van mening dat de redactie goed is aangestuurd, dat er altijd goed naar de mensen op de vloer is geluisterd en dat dit ook werd vertaald naar de leiding toe.²⁰¹ Redacteurs Hanneke de Jonge en Daan van de Staaij geven juist aan dat de chef binnenland wel wat meer naast het personeel had kunnen staan om te inventariseren hoe het eraan toe ging en dat er nauwelijks een voortrekkersrol werd genomen.²⁰² De Jonge vindt dat dit inmiddels wel wat verbeterd is.

Ook de verslaggevers zijn verdeeld. Theo Verbruggen vindt dat de chef een leidende rol had en Karin Alberts noemt de chef een goed aanspreekpunt.²⁰³ Volgens Martijn Bink wisten chefs zelf niet goed wat ze moesten doen en is er daardoor weinig aangepakt: ‘Er ligt nergens een boek hoe te integreren met radio en televisie.’ Hij had een actievere rol verwacht.²⁰⁴ Tanja Braun meent dat de chef vooral heel erg bezig is geweest met het neerzetten van een nieuwe binnenlandredactie zodat mensen elkaar leerden kennen. Doordat daar vooral aandacht naar uitging werd er volgens haar de kwaliteit nogal eens uit het oog verloren.²⁰⁵ Er zijn door leidinggevenden – chefs en coördinatoren – van de binnenlandredactie ook feesten georganiseerd om elkaar beter te leren kennen. Redacteur Rinke van den Brink omschrijft dit als ‘pogingen’ waar je je collega’s van de radio kon leren kennen. Maar het was volgens hem juist de dagelijkse gang van zaken waar dingen wrongen en waar aandacht voor moest komen.²⁰⁶

Tempo

Van de één op de andere dag is de NOS multimediaal gaan werken. Het was al meerdere keren uitgesteld omdat de nieuwsvloer nog niet klaar was. Toen dit wel het geval was, is er snel gehandeld. Rinke van den Brink is van mening dat dit wel goed is voorbereid en dat je niet kan blijven oefenen met een tweede systeem. Anne Peetoom is het daarmee eens, zij vindt dat je zo’n verandering als deze ‘bam’ in één keer moet doen. Ook Aalt van ‘t Veen wilde op een gegeven moment knopen doorhakken:

²⁰⁰ Idem.

²⁰¹ Idem.

²⁰² Idem.

²⁰³ Zie bijlage 7: Protocol D, Verslaggevers Structuur.

²⁰⁴ Idem.

²⁰⁵ Idem.

²⁰⁶ Zie bijlage 5: Protocol B, Redacteurs Structuur.

‘Ik had op een gegeven moment wel zoiets van: ‘kom maar op’. Het werd de hele tijd uitgesteld, maar dat kwam omdat de vloer hier nog niet klaar was. Toen dacht ik: ‘laten we het nu maar gewoon doen’. We zaten er nu al zo lang tegenaan te hikken.’²⁰⁷

Van verslaggever Joris van de Kerkhof had het proces zelfs nog wel sneller mogen gaan: ‘Het heeft niet zoveel zin als je dat heel langzaam doet, dan is de kans groot dat je het altijd maar op dezelfde manier blijft doen. Er komt toch een moment dat je knopen moet doorhakken om dingen anders te gaan doen.’²⁰⁸ Redacteuren Daan van de Staaij en Aalt van ‘t Veen zijn het daar niet mee eens. Het was teveel in één keer: een technische omschakeling, de samenvoeging van alle media op de nieuwsvloer, bezuinigingen, een cultuurverandering. Dat had geleidelijker moeten gaan, aldus Van de Staaij.²⁰⁹ Dat onderstreept ook verslaggever Theo Verbruggen. Van ‘t Veen vindt dat er langer de tijd genomen had moeten worden om mensen goed te scholen en proefuitzendingen te maken:

‘Als je een opstelling maakt met een centrale tafel waarbij je multimediaal werkt, oefen dat maar eens een paar weken, gaat dat eigenlijk wel? Maak eens een schaduwuitzending. Dat kost ontzettend veel geld, maar doe het maar, want dan weet je wat er fout gaat. Dat is niet gebeurd. Omdat het onderschat is, omdat ik er echt vanuit ga dat de hoofdredactie teveel heeft gedacht:: ‘of je nou radio maakt of tv, dat maakt niet zoveel uit.’²¹⁰

Technische ondersteuning

De technische ondersteuning was tijdens dit proces goed geregeld, daar zijn alle respondenten het over eens. Er werd gewerkt met zogenaamde ‘super users’, collega’s die de nieuwe systemen door en door kenden. Er was altijd wel iemand aanwezig die hulp kon bieden wanneer dit nodig was. Deze manier van werken bleek erg effectief. Verslaggever Tanja Braun merkt daarbij wel op dat de omschakeling naar de nieuwe systemen wel zorgde voor zichtbare fouten in de uitzendingen van het televisiejournaal. ‘Dat had beter gemoeten.’²¹¹ Ook verslaggever Martijn Bink geeft aan dat het nieuwe systeem in het begin een groot probleem was en dat uitzendingen gevaar liepen. Hij geeft aan dat er nu nog steeds bij elke (televisie)uitzending een editor aanwezig is voor het geval dat de computer, die alles automatisch instart, het begeeft.²¹² Omdat de digitalisering bij de radio al eerder voltooid was, hadden de technische problemen vooral betrekking op televisie-uitzendingen.

²⁰⁷ Zie bijlage 5: Protocol B, Redacteuren Structuur.

²⁰⁸ Zie bijlage 7: Protocol D, Verslaggevers Structuur.

²⁰⁹ Zie bijlage 5: Protocol B, Redacteuren Structuur.

²¹⁰ Idem.

²¹¹ Zie bijlage 7: Protocol D, Verslaggevers Structuur.

²¹² Idem.

Indeling van de nieuwsvloer

De manier waarop de nieuwsvloer is gestructureerd is volgens alle redacteuren en verslaggevers duidelijk. Voor de buitenwereld moet het wellicht wat lastiger zijn, denkt Anne Peetoom, maar voor de mensen die hier werken is het helder. Volgens verslaggever Van de Kerkhof 'ligt de chaos wel snel op de loer, maar dat hoort bij zo'n organisatie' vindt hij.²¹³ Redacteur Hanneke de Jonge merkt wel op dat de radiostudio raar is gebouwd. 'Die zit om de hoek, los van alle deelredacties. Daar is niet goed over nagedacht. Hierdoor zit de uitzendredactie (die naast de radiostudio zit) niet in de kern waar het gebeurt. Dat is ook een veelgehoorde klacht van de radioredactie zelf,' aldus De Jonge.²¹⁴ Aalt van 't Veen, die zelf voor de radioredactie werkt, kan dit beamen: 'mensen bij de radio mopperen omdat de radio letterlijk en figuurlijk te ver weg zit.'²¹⁵

Niet alleen de uitzendredactie van de radio is niet in de kern van de nieuwsvloer opgenomen, dit geldt ook voor de 3fm-redactie van NOS Headlines en de redactie van het Jeugdjournaal. Hierdoor wordt er minder snel aan deze redacties gedacht, verklaart redacteur Peetoom:

'3fm zit fysiek natuurlijk ook heel ergens anders, en dat is niet een redactie waar ik nou als eerste aan denk bij het voorbereiden van onderwerpen. En ook jeugd, die zitten om de hoek. Dat is ook niet een redactie waar je meteen aan denkt. Die lijnen zouden idealiter veel strakker kunnen. Maar we doen ons best. Die lijn is al wel veel korter geworden.'²¹⁶

Verslaggever Theo Verbruggen vond de structuur van de vloer in het begin wel lastig. De binnenlandredactie werkt met een planningsredactie en de centrale tafel. De planning werkt vooruit, de centrale tafel gaat over het nieuws wat op de dag zelf binnenkomt. 'Dat is mij nu wel duidelijk, maar ik ben heel blij dat ik radio én tv ben gaan doen, daardoor heb ik de organisatie en de mensen leren kennen. Nu loop ik niet meer zo schichtig rond zoals ik in het begin deed,' aldus Verbruggen.²¹⁷ Hanneke de Jonge vraagt zich af of dat wel voor iedereen geldt:

'Omdat je toch met je eigen werk bezig bent en je toch achter je eigen desk gaat zitten. Dat mensen zich toch afvragen: 'wat doen de mensen van de planning bijvoorbeeld, mensen van Teletekst wie zijn dat eigenlijk?' Ik denk dat dat nog steeds wel leeft hier. Er zijn altijd mensen die zich een beetje onttrekken aan het grote deel.'²¹⁸

²¹³ Zie bijlage 7: Protocol D, Verslaggevers Structuur.

²¹⁴ Zie bijlage 5: Protocol B, Redacteuren Structuur.

²¹⁵ Idem.

²¹⁶ Idem.

²¹⁷ Zie bijlage 7: Protocol D, Verslaggevers Structuur.

²¹⁸ In Zie bijlage 5: Protocol B, Redacteuren Structuur.

De Jonge vindt dat ook wel de eigen verantwoordelijkheid van de medewerkers: ‘Als je geen zin hebt om je hele bedrijf te kennen, dan houdt het op.’²¹⁹

Uitwisselen van informatie

Alle informatie die redacteuren verzamelen wordt in zogenaamde sheets opgenomen. Deze sheets zijn beschikbaar voor de gehele nieuwsvloer. Iedereen is het erover eens dat dit handig en efficiënt is. Informatie hoeft niet mondeling te worden overgedragen en er hoeft hierdoor niet dubbel gebeld te worden. In de praktijk gaat er desondanks nog wel eens iets mis. Zo had Rinke Van den Brink een vervelende ervaring met een redacteur van de Haagse redactie. De informatie die Van den Brink in de sheet had opgenomen, werd niet overgenomen door zijn collega, die vervolgens in datzelfde sheet andere feiten en getallen verwerkte. Hierdoor ontstond er in de sheet een discussie, tot ergernis van Rinke van den Brink:

‘Het zijn gewoon hele vervelende dingen want dan heb ik het gevoel dat mijn werk niet vertrouwd wordt door collega’s. Dat vind ik nogal ver gaan. En dat zijn nare ervaringen. Dus ik probeer het nu zo te presenteren dat dat niet meer voorkomt.’²²⁰

Ook Anne Peetoom heeft af en toe vervelende ervaringen met het gebruik van de sheets. Soms wordt er op goede gronden besloten om een onderwerp niet te doen, maar dan verschijnt het de volgende dag toch op Teletekst:

‘Laatst heb ik dat meegemaakt met een onderzoek. Dat bleek gebaseerd op oude cijfers en alweer volledig door de actualiteit ingehaald. Dan kan ik er eigenlijk vergif op innemen dat het de volgende dag toch op Teletekst staat. Omdat het ANP het dan wel in de telex zet de volgende dag, en dan is het onderwerp bijvoorbeeld heel leuk, want het gaat over seks, of over gezinnen of over drinkende jongeren. Iets wat journalistiek gezien graag de aandacht trekt. Dan wordt het toch op Teletekst gezet. Er wordt dan dus eigenlijk niet gebruik gemaakt van de informatie die beschikbaar is. Ik denk dat het te maken heeft met snelheid en van ‘ha, leuk!’. Want de informatie staat gewoon in de daglijst, maar kennelijk is het dan toch ingewikkeld om dan even de gedachte te hebben: ‘laat ik even kijken of er niet al naar is gekeken door een collega.’²²¹

Over het algemeen functioneert het systeem naar tevredenheid, dat vinden ook de verslaggevers. Ook al zijn zij vooral buiten de deur en werken ze minder in sheets dan de redacteuren. Soms bellen ze wat door en dan verwerkt een redacteur dat vervolgens in het systeem. Ze maken zelf

²¹⁹ Idem.

²²⁰ Zie bijlage 4: Protocol A, Redacteuren Nieuwsgeving.

²²¹ Idem.

veel gebruik van de informatie die in de sheets te vinden is wanneer ze op pad gestuurd worden. In deze sheet staat belangrijke achtergrondinformatie en hierin wordt beschreven wat de aanpak is voor radio en voor televisie. Zodat verslaggevers ook weten wat collega's van het andere medium gaan maken. Verslaggever Tanja Braun maakt daarnaast ook gebruik van dossierkennis van collega's:

'Ik moest laatst naar de medaille-uitreiking van alle Uruzgangangers. Dan ga ik wel in het dossier van Peter ter Velde op internet zoeken naar informatie. Dan ben ik dus heel blij dat hij al die verslagen alsmat schrijft voor internet. Want dat acht ik dan betrouwbaar. Terwijl als ik het uit de krant zou halen...als ik Peter's verslagen lees is dat dan mijn informatie. (...) Dus ik gebruik onze eigen site ook vaak als informatiebronnen.'²²²

Op deze manier wordt de interne informatie nuttig gebruikt.

Interne communicatie

Waar redacteuren zich meer zorgen over maken is het feit dat er soms toch nog niet efficiënt gewerkt wordt omdat beslissingen van de een op de andere dag kunnen worden teruggedraaid. Op dag één werkt er een team die een aantal verhalen bedenkt, en op dag twee werkt er een team die deze verhalen niet leuk vindt. De gasten worden dan afgebeld. Dat komt omdat het allemaal in roosters gaat en mensen elkaars werk overnemen. Daan van de Staij stoort zich eraan dat er dan niet wordt gezegd: 'luister dit is door je collega's van de NOS zo besloten, we gaan het ook zo doen.'²²³ Volgens Van de Staij komt dit door de hoeveelheid coördinatie:

'Minimaal vier keer per dag wordt er vergaderd en tussendoor is er ook nog allerlei overleg. Voor de reorganisatie waren de lijnen korter, dan hoefde je alleen met een eindredacteur van tv te overleggen en met een chef. Is het nou wel of niet een verhaal? Was het ja, dan bleef het ook ja. Nu is het zo groot dat soms nog wel eens herzien wordt of dat er nieuwe eisen bij komen. Dat heeft met omvang te maken.'²²⁴

Verslaggever Theo Verbruggen denkt ook dat dit te maken heeft met de communicatie tussen de centrale tafel en de planningsredactie. Die overdrachten gaan niet altijd goed of ze zijn het niet met elkaar eens over een verhaal. 'Iedereen heeft zijn mening, dat vind ik nog wel eens lastig hoor. Dat vele overleg levert veel vertraging op', aldus Verbruggen.²²⁵

²²² Zie bijlage 7: Protocol D, Verslaggevers Structuur.

²²³ Zie bijlage 5: Protocol B, Redacteuren Structuur.

²²⁴ Idem.

²²⁵ Zie bijlage 7: Protocol D, Verslaggevers Structuur.

Verslaggever Karin Alberts merkt op dat het nieuws nog wel eens blijft hangen bij de bronnendesk. Als je op pad bent en je stuit op nieuws, dan kan je contact opnemen met de bronnendesk, zij zorgen dan in principe dat het nieuws binnen de organisatie wordt verspreid. Bij Alberts gaat dat niet altijd goed:

‘Wanneer ik dan later een eindredacteur aan de lijn hebt geeft hij aan dat hij mijn nieuws helemaal gemist heeft en nergens vanaf weet. Dus dan is het nog wel eens lastig, je kan moeilijk als verslaggever vijf, zes, zeven verschillende nummers gaan bellen om ze allemaal hetzelfde te vertellen. Het is handig als je juist één aanspreekpunt hebt.’²²⁶

Dat aanspreekpunt is er dus wel, maar het functioneert nog niet altijd naar wens.

Evenredige aandacht voor alle media

Geen van de respondenten heeft het gevoel dat er voor alle drie de media – televisie, radio en internet – evenveel aandacht is. Alleen verslaggever Tanja Braun geeft aan dat ze daar niet genoeg zicht op heeft om daar iets over te kunnen zeggen. De overigen zijn het erover eens dat televisie de meeste aandacht krijgt, dan radio en dan het internet. In de middagvergadering om 13.15 uur, de grote nieuwsvergadering, gaat het eigenlijk altijd vooral over televisie.

‘Dat is wel een tijdje geprobeerd, om het ook over radio te hebben, maar in de praktijk blijkt het dat het altijd over tv gaat. (...) Dat is van oudsher, ik weet niet beter dan dat wel altijd die vergadering, altijd de dag van gisteren bespreken van het 18.00 en 20.00 uur Journaal. En daar is altijd al genoeg over te vertellen dus dan ben je altijd al een best eind verder. En als je het dan ook nog over radio moet hebben kom je niet meer aan je werk toe.’²²⁷

Volgens Anne Peetoom is het zo dat als je dit aan televisie mensen vraagt, dat zij zullen zeggen dat tv te weinig aandacht krijgt. En de radiomensen vinden dat radio te weinig aandacht krijgt.²²⁸ Voor de televisieverslaggevers is het bijvoorbeeld zo dat zij voor de reorganisatie één op één met een redacteur werkten. Nu moeten redacteurs hun aandacht verdelen over radio én televisie. Vanuit die optiek krijgt televisie ook minder aandacht. Ook Daan van de Staaij denkt dat elk medium zich altijd onderbedeeld voelt wanneer je daar naar zou vragen. Maar volgens hem is het ook niet raar dat de meeste aandacht op de nieuwsvloer uitgaat naar televisie, het is de meest prominente aandachtsvorm.²²⁹ Aalt van ‘t Veen is het daarmee eens. ‘Ik vind dat er wel veel

²²⁶ Idem.

²²⁷ Zie bijlage 5: Protocol B, Redacteurs Structuur.

²²⁸ Idem.

²²⁹ Zie bijlage 5: Protocol B, Redacteurs Structuur.

nadruk op tv wordt gelegd, maar ik snap het ook wel. Je hebt een miljoen, tot anderhalf miljoen, tot twee miljoen kijkers. Bij radio blijf je steken bij 400.000 luisteraars.’²³⁰

Onder de mensen die voornamelijk voor de radio werken, ontstaat er hierdoor het zogenaamde calimero-effect. Tv is groot, en wij zijn klein. Verslaggever Joris van de Kerkhof wil ‘absoluut niet in die rol vallen, maar toch moet het wel gezegd worden’ vindt hij. Het komt volgens hem vooral omdat de hoofdredactie niet zo geïnteresseerd is in radio:

‘Er was gisteren een fout in het avondjournaal, in het Radio 1 Journaal. Om 16.00 uur werd er gezegd dat Onno Hoes de nieuwe voorzitter werd van de VVD. In datzelfde item werd dat verbeterd, dat dat toch Ivo Opstelten was. Vandaag in de vergadering, hier om half twee is dat geloof ik, kwam het aan de orde. (...) De adjunct-hoofdredacteur die de vergadering voorzat, die ik voor het eerst meemaakte, Marcel Gelauff, die wist van niks. Dat snap ik niet.’²³¹

Televisieverslaggever Martijn Bink herkent het calimero-gevoel bij zijn radiocollega’s: ‘We hadden vorige week een bijeenkomst van de verslaggevers en dan merk ik weer aan een collega dat er toch wel heel veel frustratie is.’ Bink vindt wel dat iedereen het idee moet krijgen dat ze gewaardeerd worden voor het werk dat ze doen.’²³²

Voor internet is weinig aandacht. Volgens Anne Peetoom komt dat omdat het minder zichtbaar is. ‘Internet heeft geen deadline met een uitzending over vijf minuten.’²³³ Toch is er binnen de NOS een toenemende interesse voor internet merken meerdere respondenten op.

‘We hebben die chats, we bloggen nu, nieuwsbrieven. Het begint meer te leven, we doen vaker dingen met internet. Maar het zit minder in ons systeem nog. Ik weet ook niet of dat gek is. Het medium is er als laatste bijgekomen. Dat vergt het meeste. In eerste instantie zijn we er terughoudend mee geweest omdat ze niet precies wisten wat we overhoop haalde geloof ik. Maar er wordt nu wel heel hard aan gewerkt, die site gaat het natuurlijk steeds beter doen. Dus het wordt ook steeds leuker om er wat voor te doen. Je merkt het ook meer.’²³⁴

Aalt van ‘t Veen merkt op dat internet voor Hans Laroës het medium van de toekomst is en dat daar ook veel in wordt geïnvesteerd. ‘Langzaam wordt duidelijk dat de website een steeds beter bekeken plek wordt,’ zegt Daan van de Staaij.²³⁵ ‘Er komt nu een internetdesk en intern

²³⁰ Idem.

²³¹ Zie bijlage 7: Protocol D, Verslaggevers Structuur.

²³² Idem.

²³³ Zie bijlage 5: Protocol B, Redacteuren Structuur.

²³⁴ Idem.

²³⁵ Zie bijlage 5: Protocol B, Redacteuren Structuur.

wordt dat wel breed verteld. Dus zo komt het wel tussen de oren,' denkt hij. 'Internet gaat een enorme boost krijgen,' denkt ook verslaggever Martijn Bink. 'Met die digidesk en met een nieuwe man die daar zit...die Roeland, die toch wel heel actief is.' Bink verklaart dat er ook veel veranderd is ten aanzien van de internetredactie zelf:

'De internetredactie zat eerst ergens in een kelder weggestopt, niet in dit gebouw. Zij hadden zich toegelegd op het schrijven van stukjes. Die waren helemaal niet crossmediaal, foto's vonden ze al multimediaal als ze die bij hun stukjes plaatsten. Ze zijn nu een hele grote omslag aan het maken.'²³⁶

Van de Staaij is ook enigszins sceptisch. De hoofdredactie zou mensen actiever moeten benaderen met betrekking tot de veranderingen voor het internet:

'Als de hoofdredactie ook daar niet wat meer op de werkvloer naast mensen komt staan om te horen of die aandacht voor internet er ook echt is, dreigt dat ook een beetje ondergeschoven kindje te worden. Als je daar echt brede, revolutionaire dingen wil doen moet je dat managen en niet alleen zeggen.'²³⁷

Als de hoofdredactie dit niet doet, is Daan van de Staaij bang dat collega's hun schouders ophalen en zeggen: 'tja, weer een verandering'. Dat zou niet goed zijn, vindt hij.

Verschillende culturen

Met het samengaan van televisie, radio en internet is de cultuur op de nieuwsvloer ook veranderd volgens redacteur Van de Staaij. 'Vroeger werkte je echt voor het Journaal of Radio 1. Er zijn mensen die nu het gevoel hebben, ik werk voor een groot NOS-kantoor.'²³⁸ Ook kent elk medium nog zijn eigen cultuur, dat is goed merkbaar op de nieuwsvloer, vinden verslaggever Theo Verbruggen en redacteur Hanneke de Jonge. De Jonge kreeg vanuit haar televisieachtergrond te maken met radiomensen met wie ze nu samen aan de centrale tafel werkt. Zij merkt een duidelijk verschil in type mens:

'Bij radio krijg ik nooit te horen: 'hee joh, dat is leuk gedaan'. Dat krijg ik bij tv wel. Dat is toch wel een beetje omdat ze daar weggestopt zijn en omdat de cultuur anders is. Het zijn niet mensen die elkaar snel becommentariëren, dan wel positief dan wel negatief. Daar hoor ik niet zoveel van. Bij tv is dat meer. (...) Er is heel duidelijk een verschil in type persoon. Ik vind dat het

²³⁶ Zie bijlage 7: Protocol D, Verslaggevers Structuur.

²³⁷ Zie bijlage 5: Protocol B, Redacteuren Structuur.

²³⁸ Idem.

onderscheid blijft. (...) Mensen van de tv kunnen gewoon meer hebben denk ik toch. Mensen van de radio zijn wat sneller op hun teentjes getrapt merk ik toch.²³⁹

Theo Verbruggen kreeg als radioverslaggever te maken met televisiemensen. Ook hij spreekt over een duidelijk cultuurverschil tussen beide media: 'Ik vind de mensen van de tv bralliger, hard roepen, meer lef hebben, dat is wel zo.'²⁴⁰ Met radiocollega's heeft hij betere ervaringen

'Ik vind dat radioredacteuren flexibeler zijn. Uiteindelijk moeten ze ook wel, televisie is veel aandachtvragender en veel arroganter. Die blazen hoger van de toren, daar moet je wat mee. Radiomensen gaan er eerder mee aan de slag. (...) Maar het verschil tussen radio en tv, dat voel je wel ja.'²⁴¹

Ook de redacteuren voor de internetredactie kennen hun eigen cultuur volgens verslaggever Verbruggen: 'Mensen van internet tikken en schrijven en zijn naar binnen gericht. Televisie is naar buiten gericht, die zijn van de grote bewegingen en radio zit daar wat tussenin.'²⁴²

Beide respondenten denken wel dat het verschil in cultuur op termijn minder wordt. Nieuwe mensen die worden aangenomen, weten op den duur niet beter. 'Dat is een kwestie van tijd,' aldus Verbruggen.²⁴³ Ook Hanneke de Jonge denkt dat het op termijn gaat mixen. Toch merkte een 'nieuwe' collega – die na de reorganisatie bij NOS nieuws kwam werken - nog wel iets op over de verschillende culturen:

'Het is wel grappig, pas geleden was er iemand die, die is hier nieuw, en die zei dat tegen mij dat er echt een wereld van verschil tussen die mensen zit. Het ligt dus niet alleen aan mij, het is ook echt zo.'²⁴⁴

Redacteur Anne Peetoom is in dat opzicht positiever: 'Voor mensen die hier nu nieuw binnenkomen is het denk ik niet zonneklaar: wie heeft televisiebloed en wie radiobloed? En dat is ook heel goed.'²⁴⁵

Vertrek van mensen

De veranderingen op de nieuwsvloer hebben ook slachtoffers geëist. Niet iedereen was én is tevreden met de nieuwe manier van werken. Afgezien van het feit dat men met andere 'type'

²³⁹ Zie bijlage 4: Protocol A, Redacteuren Nieuwsgaring.

²⁴⁰ Zie bijlage 7: Protocol D, Verslaggevers Structuur.

²⁴¹ Zie bijlage 6: Protocol C, Verslaggevers Nieuwsgaring.

²⁴² Idem.

²⁴³ Idem.

²⁴⁴ Zie bijlage 4: Protocol A, Redacteuren Nieuwsgaring.

²⁴⁵ Zie bijlage 5: Protocol B, Redacteuren Structuur.

mensen te maken krijgt, werkte je voor de reorganisatie in een klein team voor een duidelijk programma. ‘Nu is het meer business, en dat moet je maar net leuk vinden,’ verklaart redacteur Daan van de Staij. Dat zorgt er ook voor dat er mensen zijn vertrokken bij de NOS. ‘Er zijn mensen die deze cultuuromslag niet leuk vinden en die de tent verlaten.’²⁴⁶ Deze persoon maakt zich daar zorgen om aangezien er heel veel mensen zijn vertrokken en nog steeds vertrekken. Hij is niet de enige. Redacteur Rinke van den Brink is ook bezorgd:

‘Er zijn echt belangrijke mensen weggegaan en bezig weg te gaan. Veel, veel meer dan normaal gaan er mensen weg. En dat zou mij zwaar onrust baren, dat doet het mij ook, maar als ik leidinggevende was helemaal.’²⁴⁷

Een medewerker van NOS Nieuws die anoniem wil blijven (niet één van de respondenten), heeft zelf bijgehouden om hoeveel mensen het gaat. Vanaf januari 2008 zouden er tussen de 20 en 25 mensen zijn vertrokken of hebben aangegeven dat ze gaan vertrekken. Redacteur Anne Peetoom erkent dat het een hectische en onzekere periode was en dat dit kennelijk nog doorwerkt omdat er momenteel nog steeds veel mensen weggaan.²⁴⁸ Zowel Daan van de Staij als Rinke van den Brink vinden dan ook dat er meer aandacht moet zijn voor de vertrekkende collega’s. Van den Brink spreekt over een gebrek aan *people’s management*. Hij vindt dat voorkomen moet worden dat mensen weggaan en dat er door de hoofdredactie veel te laks over wordt gedacht:

‘Ik heb een beetje het gevoel dat het wordt gezien als: ach, er werken hier zoveel mensen, het is normaal als je een beetje verloop hebt. Dat is misschien wel zo, maar ik zou toch eens kijken naar wie er weg lopen en daar conclusies aan verbinden. Want het gaat vooral om zwaargewichten en dat is erger dan verloop onder mensen die een jaartje of twee, drie werken. Als er mensen zijn die hier na tien jaar weggaan, dan raak je ook veel kennis kwijt.’²⁴⁹

Ook Van de Staij denkt dat er te weinig met de vertrekkende mensen wordt gesproken en dat er te weinig aandacht is uitgegaan naar de veranderingen die de organisatie teweeg heeft gebracht:

‘Dat vertrek van mensen heeft er volgens mij mee te maken dat het niet altijd even goed is bedacht:: ‘landen al die mensen wel goed op hun plek?’ Het is vooral een technische operatie, of hoe zeg je dat, een visie van hogere hand, en die visie deugt wel, die wordt volgens mij wel onderschreven. Maar onderweg zijn er wel wat schaapjes verloren.’²⁵⁰

²⁴⁶ Idem.

²⁴⁷ Idem.

²⁴⁸ Idem.

²⁴⁹ Idem.

²⁵⁰ Idem.

Verslaggever Theo Verbruggen is het ermee eens dat de visie van multimediaal werken deugt en hij denkt ook wel dat deze werkwijze bij iedereen doorgedrongen is. ‘In het begin heb je nog mensen die de hak in het zand steken, maar dat kan je niet meer op een gegeven moment,’ aldus Verbruggen. Dat er desondanks nog mensen zijn die dit niet bevalt is jammer, maar hij is van mening dat je anders consequenties moet trekken: ‘Dat wordt ook wel gezegd door mensen, als het niet bevalt, dan moet je wat anders zoeken. Sommigen doen dat dus ook.’²⁵¹

Multimediale scheiding

Iedereen is het erover eens dat de nieuwe manier van samenwerken aan de basis goed is. Het neerzetten van een redactie waar alle informatie binnenkomt, dat je dat niet dubbel werk zit te doen en dat de ideevorming gezamenlijk gaat, dat werkt goed. Maar het tegelijk bedienen van radio en tv, vooral door redacteuren, lijkt niet voor iedereen een ideale situatie. Uit de gesprekken met de respondenten blijkt dat de redacteuren toch weer naar hun eigen medium toetrekken:

‘Wat niet altijd werkt is het even goed bedienen van radio en tv. Dus dan maken mensen op een dag hun eigen afweging. De één heeft een voorliefde voor radio en blijft daar harder voor rennen, de ander heeft meer hart voor tv en zou daar zijn best voor doen.’²⁵²

Deze visie wordt breed gedeeld door de respondenten. Wanneer je vraagt wat er momenteel nog zou moeten veranderen aan de multimedialiteit op de nieuwsvloer antwoorden redacteuren Daan van de Staaij, Aalt van ’t Veen en verslaggever Tanja Braun allemaal hetzelfde: redacteuren moeten zich weer op één medium of één programma richten. Van de Staaij verwoordt dat als weer vaker programma gebonden werken: ‘je moet het redacteuren toestaan om bij een groot verhaal te zeggen: jij gaat dat helemaal voor tv doen, en jij voor radio. Dan komt het allemaal mooi op zijn plek.’²⁵³ Aalt van ’t Veen zegt: ‘Het uitrollen naar radio en tv zal ik dus weer helemaal gescheiden doen.’²⁵⁴ Tanja Braun wil ook niets liever dan dat:

‘Wat ik het allerliefste wil is dat er gewoon weer redacteuren zich op de inhoud van televisieonderwerpen richten en andere op radio. (...) Dus toch die splitsing. Maar niet aan de basis, ik vind het onzin dat twee mensen een brand nabellen. Ik bedoel die basis van nieuwsgaring natuurlijk! Maar uiteindelijk heb je twee verschillende media met specifieke eisen.’²⁵⁵

Volgens Van ’t Veen is die splitsing van radio en tv op de vloer zelfs alweer een beetje ingetreden:

²⁵¹ Zie bijlage 7: Protocol D, Verslaggevers Structuur.

²⁵² Zie bijlage 5: Protocol B, Redacteuren Structuur.

²⁵³ Idem.

²⁵⁴ Idem.

²⁵⁵ Zie bijlage 7: Protocol D, Verslaggevers Structuur.

‘Waar het nu weer een beetje naar toe gaat is dat je een eigen radioredactie krijgt en een eigen tv redactie. Die verwerking is alweer gesplitst en ik denk dat die splitsing nog wel een eindje door zal gaan. Ik denk dat alleen het garen van het nieuws centraal gaat gebeuren en dat van daaruit heel snel een splitsing zal zijn. Dat gebeurt nu ook al. (...) Het feit is dat er op een gegeven moment toch twee redacteuren op één onderwerp worden gezet, weliswaar naast elkaar zodat je met elkaar kan samenwerken, maar wel jij doet radio, en ik doe tv. Als het wat ingewikkelder klussen zijn gebeurt dat al vrij snel. De hoofdredactie is daar niet heel erg blij mee nee, die hebben natuurlijk die multimedialiteit bedacht en die kunnen daar niet zomaar vanaf. Ik heb het idee dat af en toe de hoofdredactie er wel een beetje spijt van heeft, maar ik kan niet in hun hoofden kijken.’²⁵⁶

Daan van de Staij heeft diezelfde ervaring. Op de avond dat de film *Fitna* van Geert Wilders online werd gezet, is meteen besloten dat de uitzendingen voor radio en tv gescheiden gemaakt gingen worden. Weliswaar met een centrale aansturing en één plek waar de informatie binnenkomt - de centrale tafel – maar met redacteuren die of voor radio of voor televisie aan de slag gingen. Redacteur van de Staij droeg die avond zorg voor de televisieonderwerpen:

‘Het snel iemand op de radiozender zetten en radio onderwerpen nabellen heeft iemand anders gedaan, ik heb vooral de tv onderwerpen gedaan. Als we dat niet hadden gedaan was dat heel lastig geworden want je kan dan onmogelijk alles tegelijk bedienen, dat kan niet.. (...) Zodra uitzendingen gemaakt gaan worden moet je het splitsen want je wil voor radio heel andere soorten sprekers, gasten en reportages hebben dan voor tv. Rond zo’n groot event moet je zo’n vier of vijf verschillende verhalen uitzetten. Dat kan je niet voor twee media tegelijk doen.’²⁵⁷

Verslaggever Martijn Bink denkt niet dat dit komt omdat mensen te weinig kennis hebben van het andere medium, maar omdat ze het idee hebben dat ze hun aandacht niet kunnen verdelen over twee media. Ook hij ziet het momenteel weer polariseren op de nieuwsvloer: ‘Het is een feit dat radio en televisie nog steeds twee eilanden zijn. Mensen trekken juist weer langzaam naar hun eigen medium toe.’²⁵⁸

Volgens radioredacteur Aalt van ‘t Veen specialiseren mensen zich toch ook liever dan dat ze allround zijn, veel meer als de hoofdredactie verwacht zou hebben: ‘Je moet mensen ook op hun specialismen laten en je moet een aantal goede tv en een aantal goede radio mensen houden. Dat samengaan is wat dat betreft niet zaligmakend, je hebt gewoon die specialisten nodig.’²⁵⁹ Daan van de Staij noemt het scheiden van deze media ‘vloeken in de kerk’. Hij vermoedt dat de

²⁵⁶ Zie bijlage 4: Protocol A, Redacteuren Nieuwsgaring.

²⁵⁷ Zie bijlage 5: Protocol B, Redacteuren Structuur.

²⁵⁸ Zie bijlage 7: Protocol D, Verslaggevers Structuur.

²⁵⁹ Zie bijlage 5: Protocol B, Redacteuren Structuur.

hoofredactie hier helemaal niet op zit te wachten. Maar wat de daadwerkelijke visie van de hoofredactie hierop is, is een beetje onduidelijk,' aldus redacteur Van de Staaij. Wel denkt hij dat ze sneller had moeten erkennen dat dingen niet werken. 'De frictie bestaat dat mensen zich afvragen waar ze aan gebonden zijn.'²⁶⁰

Redacteur Anne Peetoom denkt wel dat de hoofredactie dit soort ontwikkelingen erg aantrekt en dat ze ook wel kijken hoe ze dingen kunnen verbeteren. Maar het scheiden van radio en televisie zal volgens haar niet weer zijn intrede doen:

'(...) Als je sommige mensen hun zin zou geven, dan zou het zo snel mogelijk weer moeten opdelen in apart radio en tv. En dat is een gepasseerd station, dat zal niet meer gebeuren. Dat moet je ook niet willen in deze multimediale tijd.'²⁶¹

Ook verslaggever Theo Verbruggen is daarin heel duidelijk: 'We zijn een multimediaal bedrijf en daar zullen we ook naar moeten handelen.' Verbruggen geeft aan dat 'als men van boven (de hoofredactie, KT) denkt dat dit het beste is, wat zij geacht worden te doen, dan moet je de organisatie volgen.'²⁶²

Voorlopige conclusie: structuur

- Er is zowel respect voor de aansturing van de hoofredactie tijdens de reorganisatie als ook kritiek. Enkele respondenten hebben de hoofredacteurs gemist op de werkvloer en ze vinden dat het hele proces onderschat is.
- Voor de één ging de reorganisatie te snel, voor de ander te langzaam. De bezuinigingen kwamen tegelijkertijd met de komst van NOS Nieuws, dit maakte het er niet makkelijker op.
- De technische ondersteuning was goed. Er werd gebruik gemaakt van zogenaamde 'super users', dit was efficiënt. Wel ging er in de uitzending nog wel eens iets mis.
- De indeling van de nieuwsvloer is voor iedereen duidelijk. Een nadeel is dat de uitzendredactie van de radio niet in de kern van de vloer is opgenomen.
- De samenwerking is niet altijd efficiënt. Er worden nogal eens beslissingen teruggenomen of veranderd. Dit zorgt voor traagheid binnen de organisatie.
- Televisie krijgt het meeste aandacht op de nieuwsvloer. Bij de radio speelt er een calimero-gevoel. Internet speelt geen prominente rol, maar hier wordt momenteel wel in geïnvesteerd.

²⁶⁰ Idem.

²⁶¹ Idem.

²⁶² Zie bijlage 7: Protocol D, Verslaggevers Structuur.

- De nieuwsvloer is erg groot geworden, dat zorgt voor een andere cultuur. Ook wordt er opgemerkt dat mensen van televisie, radio en internet alledrie een andere cultuur kennen. Dit wordt wel langzaamaan beter.
- Er zijn na de reorganisatie veel mensen bij de NOS vertrokken. Dat gebeurt nog steeds. Respondenten denken dat dit te maken heeft met de veranderingen op de nieuwsvloer. Er is nog steeds onvrede over de manier van werken. Volgens enkele respondenten doet de hoofdredactie er te weinig aan om de mensen binnen te houden.
- Langzamerhand lijken de traditionele media zich weer te scheiden op de nieuwsvloer. Mensen zoeken hun eigen medium – radio of tv - weer op. De respondenten vinden dit over het algemeen een goede ontwikkeling. Het is niet duidelijk wat de visie van de hoofdredactie hierop is.

Conclusie

De NOS is een grote organisatie. Tijdens dit onderzoek liep ik geregeld tegen de omvang en de complexiteit van de nieuwsvloer aan. De klacht van de respondenten en de opmerkingen in de nota's van *Getrokken Gras* dat de grootte van de organisatie het werken soms lastig maakt, kan ik dan ook goed begrijpen. De hoeveelheid aan functies, afdelingen en programma's maakt het lastig om precies de gang van zaken op de nieuwsvloer uiteen te zetten. Het is dan ook niet eenvoudig om in dit onderzoek van ruim honderd pagina's een organisatie als de NOS, en in dit geval NOS Nieuws in het bijzonder, in zijn geheel te duiden op het gebied van mediaconvergentie.

Desondanks hebben de gesprekken met de respondenten en de leidinggevenden en het bestuderen van interne nota's inzicht gegeven in het proces van convergent werken. Door dit onderzoek hebben we kennis kunnen nemen van een ingrijpende reorganisatie: van een organisatie die eind 2005 nog bestond uit verschillende media die nauwelijks samenwerkten naar een multimediale organisatie met samenwerkende platformen. We hebben gezien hoe het convergentiebeleid zich in de loop der jaren heeft gevormd, hoe een deel van de redacteurs en verslaggevers van de binnenlandredactie deze nieuwe multimediale ontwikkelingen hebben ervaren en welke problemen daarbij zijn ontstaan.

Op basis van de definitie van Pryor kunnen we in de eerste plaats vaststellen dat er sprake is van mediaconvergentie binnen NOS Nieuws:

'Convergence is what takes place in the newsroom as editorial staff members work together to produce multiple products for multiple platforms to reach a mass audience with interactive content, often on a 24/7 timescale.'²⁶³

Bij NOS Nieuws werken radio, televisie en internet 24/7 voor meerdere platformen en producties met als doel zoveel mogelijk mensen te bereiken (onder andere door interactieve content). Wat het beleid is inzake mediaconvergentie bij NOS Nieuws in de periode 2003-2008 is onderzocht aan de hand van interne nota's. In 2003 wordt er in de nota *Ten Aamval* van het NOS-Journaal al gesproken over een geplande samenwerking tussen radio en televisie en een intensievere samenwerking met de online redactie. Begin 2006 is de fusie van deze media een feit: radio, televisie en internet komen samen op één nieuwsvloer.

²⁶³ Quinn, *Journalism, an introduction, writing and producing across media*, 4.

De beleidsvorming met betrekking tot multimedialiteit (het woord mediaconvergentie wordt niet gebruikt binnen de NOS) komt van de hand van voormalig hoofdredacteur van het NOS-Journaal en tegenwoordig hoofdredacteur van NOS Nieuws, Hans Laroes. De hoofdredactie verwacht vanaf dat moment van de medewerkers dat zij zich een multimediale denkwijze eigen maken en dat zij niet meer gebonden zijn aan een programma maar aan een deelredactie. Deze eisen krijgen in de loop van de tijd een meer verplichtend karakter: nieuwe medewerkers moeten niet alleen multimediaal kunnen denken maar ook kunnen werken en ook de journalisten die al langer bij NOS Nieuws werken moeten meerdere media kunnen gaan bedienen.

Tot juni 2007 ontbreekt er echter een duidelijke visie op de rol van het internet binnen de NOS wat ervoor zorgt dat er ook nauwelijks aandacht is voor dit medium. De website is een doolhof van verschillende sites, programma's en producties waar zelfs de mensen van de NOS geen wijs meer uit kunnen maken. Daarom wordt er in de zomer van 2006 een hoofd Nieuwe Media aangesteld die zich gaat buigen over dit digitale doolhof wat uiteindelijk resulteert in de nota *NOS2.0 Internet vanaf nu*. Hierin schrijven het hoofd Nieuwe Media Roeland Stekelenburg en hoofdredacteur Hans Laroes dat internet een prominentere rol krijgt binnen de NOS. De site gaat op de schop en een nieuwe DigiDesk op de nieuwsvloer moet de werkzaamheden voor internet meer gaan stimuleren. Op het moment van schrijven is nog niet duidelijk of deze DigiDesk dat proces ook werkelijk in gang heeft gezet.

Hoe convergentie plaatsvindt op de nieuwsvloer blijkt uit de gesprekken met de tien respondenten. De multimediale visie van NOS Nieuws lijkt tot iedereen doorgedrongen. De **structuur** van de redactie ondersteunt deze visie: verschillende deelredacties werken samen op één nieuwsvloer en ze verzamelen nieuws voor radio, internet en televisie. De techniek maakt het mogelijk om materiaal en informatie met elkaar te delen en medewerkers kunnen cursussen volgen om zich om te laten scholen in een ander medium. Toch verloopt de communicatie in deze nieuwe setting niet altijd efficiënt; door de omvang van de nieuwsvloer is er een hiërarchische structuur ontstaan die ervoor zorgt dat de besluitvorming traag is en de organisatie centralistisch. Op de nieuwsvloer zelf is er niet altijd evenredig veel aandacht voor alle media. De aandacht voor televisie domineert tijdens vergaderingen, radiomedewerkers ervaren hierdoor een *calimero-gevoel* en het internet is ondanks de geformuleerde visie in 2007 nog steeds het ondergeschoven kindje.

In de praktijk komt de multimediale **nieuwsgaring** er op neer dat de redacteurs nieuws garen én verwerken voor radio en televisie. Dit zorgt voor een toenemende werkdruk en een

afnemende aandacht voor het inhoudelijk voorbereiden van reportages voor de verslaggevers. Hadden de verslaggevers vroeger nog één redacteur met wie zij een verhaal voorbereiden, de desbetreffende redacteur heeft nu meer aan zijn hoofd dan dat: is er geen ruimte meer voor onderwerpen in het NOS-Journaal, dan is er nog wel plek in het Radio 1 Journaal. Verslaggevers werken op hun beurt nog mediaal; of voor radio of voor televisie. Een enkeling is inzetbaar voor radio én televisie. Niet omdat hierop is aangestuurd door de hoofdredactie, maar omdat uit persoonlijke voorkeur hiervoor gekozen is. Af en toe wordt er wel van verslaggevers gevraagd om enkele kleine werkzaamheden te verrichten voor het andere medium dan waarvoor zij werken. Door de cursussen die zij hebben gevolgd, kunnen de verslaggevers daar wel mee uit de voeten. Ondanks het verplichtende karakter van de internetnota uit 2007 wordt er in de praktijk alleen voor internet gewerkt door de redacteurs en de verslaggevers die daar zelf initiatief toe tonen. Er zijn zelfs respondenten die niet eens op de hoogte zijn van het beleid dat iedereen (ook) voor internet werkt.

De reorganisatie verloopt dan ook niet zonder problemen. Een groot aantal medewerkers van NOS Nieuws heeft het minder naar hun zin. Bijna iedereen op de nieuwsvloer lijkt het erover eens te zijn dat de nieuwe samenwerking een pré is, maar over de uitvoering hiervan worden nog steeds de nodige discussies gevoerd. De werkdruk is hoger, het inhoudelijke debat op de nieuwsvloer is verdwenen en een groot deel van de mensen is van mening dat de kwaliteit van de programma's afneemt. Er ontstaat een slechte sfeer op de nieuwsvloer. De discussie hierover is onder andere verwoord in een serie evaluaties die de naam *Getrokken Gras* draagt. De eerste evaluatie, enkele maanden na de vorming van NOS Nieuws in mei 2006, resulteert in een waslijst van knelpunten die door de reorganisatie zijn ontstaan. Hans Laroes beantwoordt dit rapport in juli 2006 met *Getrokken Gras 2* waarin hij het grootste deel van de problemen erkent en aangeeft maatregelen te gaan nemen. Die maatregelen lijken een jaar later nog altijd niet van de grond te zijn gekomen. In *Getrokken Gras 3* van maart 2007 komen dezelfde opmerkingen en klachten terug als in *Getrokken Gras* van een jaar eerder. En ook tijdens de gesprekken met de tien respondenten van de binnenlandredactie die ik voerde in maart 2008 komen wederom dezelfde geluiden naar boven. De reorganisatie is inmiddels ruim twee jaar geleden voltooid en nog steeds is de rust op de werkvloer niet teruggekeerd.

Het belangrijkste probleem lijkt te zitten in de onduidelijke visie van de hoofdredactie op het multimediale werken. Deze nieuwe werkwijze op de nieuwsvloer roept vragen op als: wat valt er precies onder multimediaal werken en wie werkt er nu wel multimediaal en wie niet? In de praktijk is het zo dat de redacteurs zowel de onderwerpen multimediaal garen én verwerken als

items voor meerdere programma's. Hierdoor ligt er meer nadruk op de onderwerpen dan op de programma's zelf waardoor de medewerkers ook de binding met hun eigen programma verliezen. Het werken voor NOS Nieuws wordt door sommigen ervaren als het werken voor een groot NOS-kantoor. De hoofdredactie heeft te weinig oog voor deze problemen. Het wordt genoteerd in beleidsplannen en evaluaties, maar echte veranderingen worden niet doorgevoerd.

De medewerkers vinden daarnaast dat de producten en programma's van NOS Nieuws in kwalitatief opzicht onder de reorganisatie hebben geleden. Terwijl Hans Laroes meerdere malen nadrukkelijk verwoordde dat de reorganisatie moest leiden tot betere journalistiek en dat de formats van programma's belangrijk zou worden om eenheidsvorming te voorkomen, lijkt het erop dat juist deze twee speerpunten het onderspit hebben gedolven door de reorganisatie in 2006. Er is weinig aandacht voor programma's en het betreffende format. De redacteurs en verslaggevers met wie ik gesproken heb geven dan ook bijna allemaal aan dat ze ervoor pleiten om de garing multimediaal te houden, maar de verwerking niet. Uit de gesprekken met de respondenten blijkt dat deze scheiding eigenlijk alweer min of meer plaatsvindt. Redacteurs moeten weer onderwerpen voor gaan bereiden voor radio of voor televisie zodat zij meer aandacht hebben voor het verhaal, de verslaggever waarmee ze werken en voor het programma zelf. Hierdoor kan de kwaliteit van programma's weer verbeterd worden. Bovendien moeten de medewerkers op de vloer daardoor weer gemotiveerd worden en weer trots zijn dat ze voor de NOS werken.

Want die trots lijkt verdwenen. De klacht van de respondenten dat er veel mensen bij NOS Nieuws vertrekken komt niet uit de lucht vallen. Tijdens het schrijven van dit onderzoek verscheen er op 2 april 2008 wederom een bericht in *de Volkskrant* waaruit bleek dat de Ondernemingsraad van de NOS zich zorgen maakt over het grote aantal vertrekkende collega's. In het nieuwsbericht wordt geciteerd uit mails van mensen die vertrekken:

'Lieve collega's, ook ik ga het Journaal verlaten. Trend of niet. Ik had altijd gedacht dat de NOS en ik onlosmakelijk met elkaar verbonden waren, maar de afgelopen drie jaar ben ik erachter gekomen dat er te veel is veranderd. Ik heb het geprobeerd, maar het lukt me niet. Inderdaad de wereld draait door. Ook mijn wereld en die is anders dan waar de NOS voor staat.'²⁶⁴

De vraag die zich aandient is of dit grote verloop een gevolg is van de reorganisatie van 2006. Uit mijn gesprekken met de respondenten blijkt dat er absoluut een verband is met de fusie van ruim twee jaar geleden en de onvrede op de nieuwsvloer. Niet alleen door praktische veranderingen,

²⁶⁴ Wilco Dekker, 'Zorg over verloop bij de NOS', *de Volkskrant*, 02-04-2008.

maar ook door een gebrek aan *people* management. Verslaggever Martijn Bink zegt dat in het diepte-interview als volgt:

‘Ik denk dat ze het onderschat hebben. En dat ze misschien teveel vanuit een journalistiek bril daarnaar (naar de reorganisatie, KT) gekeken hebben en te weinig vanuit managementoogpunt.’²⁶⁵

De hoofdredactie van NOS Nieuws is meegegaan in een trend van mediaconvergentie en multimediaal werken. Zij hebben vanuit journalistiek oogpunt gekeken hoe multimediaal werken tot stand moet komen: op één nieuwsvloer werken voor meerdere platformen. Voor het presenteren van NOS Nieuws als multimediale nieuwsorganisatie naar de buitenwereld toe lijkt meer aandacht te gaan, dan voor de vraagstukken en problemen die de medewerkers op de werkvloer ervaren. Terwijl dit juist de mensen zijn die deze multimediale werkwijze moeten vormgeven en uitvoeren. Er is te weinig gesproken met de verslaggevers en redacteurs zelf over de nieuwe manier van werken en of dit wel of niet bevalt. De reorganisatie is vanuit dit oogpunt onderschat, de leiding heeft de onvrede op de nieuwsvloer niet weg kunnen nemen. Het hoofd Nieuwe Media, Roeland Stekelenburg, is tevens van mening dat de verwachtingen met betrekking tot deze reorganisatie onvoldoende gemanaged zijn:

‘In die zin dat er veel te hoge verwachtingen zijn gewekt. Niemand heeft gezegd we gaan deze verandering doen en ga er maar vanuit dat het de eerste twee jaar daarna of wat mij betreft drie jaar, hartstikke tegenvalt. Het omgekeerde is gezegd. We gaan veranderen, en daarna wordt het allemaal beter. Zo werkt het gewoon niet, nooit.’²⁶⁶

Opvallend is dan ook dat de Ondernemingsraad naar aanleiding van de vertrekkende collega's, in datzelfde artikel in *de Volkskrant* van 2 april 2008 pleit voor ‘exitgesprekken met vertrekkers en een tevredenheidonderzoek onder de werknemers, zodat het management weet wat er aan de hand is en in actie kan komen’ en dat plaatsvervangend hoofdredacteur Marcel Gelauff dit verzoek per direct verwerpt: ‘Op zulke hulpmiddelen zit de leiding van NOS Nieuws niet te wachten. We komen onze arboverplichtingen na, maar er is gewoon niets aan de hand.’ Ook in deze situatie lijkt weinig sprake van *people* management. Er wordt te weinig gesproken met de mensen op de vloer, ze weten niet wat er echt speelt. Daardoor blijven problemen liggen en worden de medewerkers niet gemotiveerd. Wat in een periode van een reorganisatie juist extra belangrijk is.

²⁶⁵ Zie bijlage 7: Protocol D, Verslaggevers Structuur.

²⁶⁶ Zie bijlage 2: Interview met Roeland Stekelenburg, hoofd Nieuwe Media NOS, 06-03-08.

Het is duidelijk dat de beslissing van de NOS om multimediaal te gaan werken veel voeten in de aarde heeft gehad en nog steeds heeft. Of de hoofdredactie vast blijft houden aan het multimediale garen en verwerken van redacteurs, ondanks de wens van veel NOS-medewerkers om de uiteindelijke verwerking van onderwerpen weer te scheiden in radio- of televisieredacteurs, is op het moment van schrijven niet duidelijk. Wellicht dat multimediaal journalist Tim Overdiek bij zijn aanstelling als adjunct-hoofdredacteur van NOS Nieuws hier een antwoord op gaat formuleren.

De betekenis van deze reorganisatie bij de NOS is complex en brengt veel veranderingen met zich mee. Daarom zijn onderzoeken zoals deze van groot belang. Hierdoor kunnen we het proces van mediaconvergentie binnen een nieuwsorganisatie beter begrijpen. Nieuwsorganisaties die op het punt staan om multimediaal te gaan werken kunnen zich goed voorbereiden op het proces dat ze te wachten staat. In een onderzoek kan je stilstaan bij de veranderingen en de problemen die multimedialiteit op een redactie met zich meebrengt in kaart brengen. Niet minder belangrijk is ook de vraag wat deze veranderingen uiteindelijk betekenen voor de kwaliteit van de programma's en uitingen van een nieuwsorganisatie.

Naar het laatstgenoemde aspect, de kwaliteit van de programma's van NOS Nieuws, moet echter meer onderzoek komen. Is de kwaliteit van deze programma's daadwerkelijk afgenomen door de nieuwe multimediale werkwijze zoals veel medewerkers opmerken? Eindredacteur van het NOS-Journaal Rene Went geeft in *Getrokken Gras 3* al aan dat kwaliteitsverlies objectief lastig vast te stellen is.²⁶⁷ Deze vaststelling moeten we dan ook niet overlaten aan de NOS zelf, maar aan wetenschappers die hierin gespecialiseerd zijn. Aan de hand van wetenschappelijke standaarden zou onderzocht kunnen worden of de programma's voor én na de reorganisatie in kwalitatief opzicht van elkaar verschillen. Zijn de professionele waarden van de NOS in stand gehouden? Is de berichtgeving oppervlakkiger geworden? Komen er verschillende invalshoeken aan de orde? Het zal gaan om een omvangrijk, maar interessant onderzoek dat ons antwoord moet geven op de vraag of multimediaal werken niet alleen efficiënter is, maar ook inhoudelijke veranderingen met zich meebrengt.

²⁶⁷ *Getrokken Gras. Een evaluatie van drie maanden nieuwe NOS*. Evaluatie NOS Nieuws 2006, pp. 6.

Nawoord

Een scriptie schrijven blijft hoe dan ook een zware klus, dus dan kan je er maar beter voor zorgen dat die zware klus een beetje interessant is. Van de gesprekken die ik heb gevoerd voor dit onderzoek heb ik enorm veel geleerd. Deze 118 pagina's hadden dan ook niet tot stand kunnen komen zonder medewerking van de NOS. In eerste instantie was er vanuit de leiding wat aarzeling ('interviews afnemen, met tien mensen? Is dat niet wat veel? Getrokken Gras is niet voor buitenstaanders!'). Maar toen duidelijk werd dat ik er serieus werk van wilde maken en een gedegen onderzoek wilde afleveren, hebben alle mensen die ik hiervoor benaderd heb positief en meewerkend gereageerd.

Ik wil de tien respondenten - redacteuren en verslaggevers - dan ook bedanken voor de tijd die ze vrij hebben gemaakt om mij te woord te staan. Een uur vrij maken is in een hectisch bedrijf als de NOS niet altijd even makkelijk. Desondanks waren zij meer dan bereid mij een uitgebreid beeld te geven van de huidige situatie op de nieuwsvloer en hun eigen werkzaamheden bij NOS Nieuws. Ook wil ik Marcel Gelauff en Roeland Stekelenburg bedanken voor de gesprekken die ik met ze voerde over het multimediableid van de NOS. Al deze interviews kwamen mede tot stand door de hulp van Marianne Engel, management assistente van de hoofdredactie van NOS Nieuws. Zij liet mij binnen wanneer ik weer eens beneden bij de receptie stond te wachten en ze regelde geschikte ruimtes voor de interviews. Daarnaast wil ik van de NOS bedanken: Reinalda Start, Heidi Wulfesen, Margriet Gersie en Rene Went; voor het beantwoorden van vragen en het inwilligen van verzoeken van mijn kant.

Naast de mensen van de NOS wil ik mijn begeleider Huub Wijfjes bedanken voor de goede adviezen en de interessante gesprekken. Een docent die je motiveert en betrokken is bij je onderzoek maakt het schrijven van een scriptie een stuk aangenamer.

Bedankt, ook mijn collega's van BNN Today voor het feit dat ze er heilig van overtuigd waren dat ik eerder zou afstuderen dan collega Pieter. Dat ik dit uiteindelijk niet waar heb kunnen maken, laten we maar even buiten beschouwing.

Dat ik ook mijn familie, vrienden en vriendje wil bedanken voor hun steun en support spreekt voor zich.

Klaske Tameling

Literatuurlijst

Aerts, Remieg en Tity de Vries (red.). 'Vijftig jaar TV-Journaal'. *Tijdschrift voor Mediageschiedenis* 8/2005-2. Amsterdam: Boom Tijdschriften, 2005.

Beddingfield, Sid. 'Convergence and the Beat Reporter.' *Convergence newsletter* (2006): Vol II No. 12.

Brooks, Brian. *Telling the Story: the convergence of print, broadcast and online media*. Boston: Bedford/St. Martin's, 2004.

Covington, Randy. 'Myths and Realities of Convergence.' *Convergence Newsletter* (2007): Vol. IV No. 9.

De wereld van de kijker. Discussienota NOS-Journaal, 2004.

Deuze, Mark. 'What is multimedia journalism?' *Journalism Studies* (2004): Vol 5 No. 2.

Dijck, José van. 'Nieuws in het internettijdperk. Een genre tussen technologie en culturele vorm.' In *Journalistieke Cultuur in Nederland*. Jo Bardoel, Chris Vos, Frank van Vree & Huub Wijfjes (red.). Amsterdam, University Press 2002.

Dupagne, Michel en Bruce Garrison. 'The meaning and Influence of Convergence. A qualitative study of newsroom work at the Tampa News Center.' *Journalism Studies* (2006): Vol. 7 No. 2.

Getrokken Gras. Een evaluatie van drie maanden nieuwe NOS. Evaluatie NOS Nieuws, 2006.

Getrokken Gras deel 2. Discussienota NOS Nieuws, 2006.

Getrokken Gras 3, NOS Nieuws 1 jaar oud. Evaluatie NOS Nieuws, 2007.

Gordon, Rich. 'The Meanings and Implications of Convergence.' In *Digital Journalism. Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism*. Kevin Kawamoto. Oxford: Rowman & Littlefield Publishers, 2003.

Haasbroek, Nico. *Journaaljaren*. Amsterdam: Vassallucci, 2004.

Hooggeëerd Publiek. Discussienota NOS-Journaal, 2005.

Jager, Rita en Pieter van Twisk (red.). *Internetjournalistiek*. Amsterdam: Uitgeverij Boom, 2001.

Killebrew, Kenneth C. *Managing Media Convergence. Pathways to Journalistic Cooperation*. Iowa: Blackwell Publishing, 2005.

Kolodzy, Janet. *Convergence Journalism. Writing and reporting across the News Media*. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers Inc, 2006.

Lawson-Borders, Gracie. *Media Organizations and Convergence. Case Studies of Media Convergence Pioneers*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc, 2006.

Liempt, Ad van. *Het Journaal. Achter de schermen van vijftig jaar televisiegeschiedenis*. Amsterdam: Uitgeverij Balans, 2005.

NOS2.0 Internet vanaf nu. Discussienota NOS, 2007.

Pavlik, v. John. *Journalism and new media*. New York: Columbia University Press, 2001.

Quinn, Stephen. *Convergent Journalism, an introduction, writing and producing across media*. Burlington: Elsevier, 2005.

Quinn, Stephen. 'Convergence's Fundamental Questions.' *Journalism Studies* (2006): Vol. 6 No. 1.

Stone, Martha en Jan Bierhoff. 'The State of Multimedia Newsrooms in Europe.' MUDIA Rapport 2002-2003.

Ten Aanval. All the news that's fit to broadcast... Discussienota NOS-Journaal, 2003.

Wijfjes, Huub. 'De journalistiek van het Journaal. Vijftig jaar televisienieuws in Nederland.' In *Tijdschrift voor Mediageschiedenis* 8/2005-2. *Vijftig jaar TV-Journaal*. Remieg Aerts en Tity de Vries (red.). Amsterdam: Boom Tijdschriften, 2005.

Websites:

NOS Headlines: <http://headlines.nos.nl/>, 05-02-08.

NOS.nl: <http://www.nos.nl/nos/voorpagina/index.html>, 05-02-08.

NOS Jeugdjournaal: <http://www.nos.nl/jeugdjournaal/voorpagina/index.html>, 05-02-08.

NOS Journaal: <http://www.nos.nl/nosjournaal/voorpagina/index.html>, 15-05-08.

NOS Journaal op 3: <http://www.nos.nl/journaalop3/>, 05-02-08.

NOS Journaal 24: <http://www.nos.nl/journaal24/>, 05-02-08.

NOS Politiek 24: <http://www.nos.nl/politiek24/>, 05-02-08.

NOS Studio Sport: <http://www.nos.nl/nosstudiosport/voorpagina/index.html>, 05-02-08.

NOS Teletekst: <http://Teletekst.nos.nl/>, 05-02-08.

NOS Weblogs: <http://weblogs.nos.nl/>, 20-05-08.

NPO: <http://portal.omroep.nl/>, 05-02-08.

Poynter Online: <http://www.poynter.org/>, 20-05-08.