

Burgerjournalistiek

2005 was het jaar dat de burger als journalist doorbrak. Vlak voor het nieuwe jaar zich inluidde, schokten de honderden amateur videobeelden, foto's en verslagen van overlevenden van de Tsunami ramp, de wereld. Ruim een maand eerder publiceerde de Telegraaf foto's van het levenloze lichaam van Theo van Gogh. Aron Boskma was ter plekke met zijn cameratelefoon voordat de pers arriveerde en het lichaam met een doek werd afgedekt.

Op 7 juli, 2005 bliezen terroristen in Londen ondergrondse treinen en een dubbeldekker bus op met vele doden en gewonden als gevolg. Journalisten en fotografen die zich bij de ingangen van de ondergrondse verdrongen, interviewden, fotografeerden en filmde slachtoffers die uit de verwoeste ondergrondse te voorschijn kwamen. Maar het waren de donkere, korrelige foto's en video's van burgers die de aanslag overleefden zoals Adam Stacey en Ellis Leeper die met hun video- en cameratelefoons de chaos en paniek onder de mensen in de tunnels vastlegden en wereldwijd de pers haalden. Het zelfde gebeurde een maand later toen Hurricane Katrina over het zuiden van de Verenigde Staten raasde. De burger als bron van nieuwsvergaring speelde een grotere rol dan de reguliere pers. De media begon de burger als journalist serieus te nemen. Wellicht niet als pro maar wel volwaardig. Zo volwaardig dat het landschap van de professionele media in alle vormen van print, video, geluid, tekst tot en met beeld dramatisch aan verandering onderhevig is.

Amateurbeelden die in de krant of op televisie verschijnen zijn niet nieuw en het is ook niet nieuw deze verstrekkende gevolgen kunnen hebben. Denk maar aan de beruchte video opnames van de gewelddadige en racistische arrestatie van Rodney King wegens een snelheidsovertreding. De Los Angeles politie agenten braken zijn arm met knuppels en immobiliseerde King met schokken van een Taser gun omdat hij niet zou hebben geluisterd naar de agenten. De videobeelden geschoten door bijstander George Holliday haalden in 1991 wereldwijd de media, leidde tot een rechtszaak en waren uiteindelijk indirect de oorzaak van één van de grootste rellen in de geschiedenis van Los Angeles.

De Rodney King video maakte George Holliday echter niet tot een burger journalist. De media gebruikte immers vaker amateurbeelden bij gebrek aan 'professionele' beelden. Laat het echte werk maar over aan de pro, zo redeneerde de media. De media kon ook zo redeneren

omdat Holliday afhankelijk was van distributie netwerk van de media om zijn videobeelden te verspreiden. In tegenstelling tot de hedendaagse technologie kon Holliday niet met een druk van de knop zijn beelden uploaden naar YouTube, zijn ervaring op een weblog postten en zodoende zelf het wereldnieuws creëren.

De gemiddelde burger kan dat en nog veel meer vandaag wel. Wil je een wethouder aan de tand voelen dan stap je op hem af met een digitale videocamera of een iPod met een opname microfoon. Zijn uitspraken zet je in een handomdraai als video of podcast online voor een ieder die jouw zelfgemaakte nieuws maar wil horen of zien. Je leest in een tijdschrift of krant een artikel over een onderwerp waar je veel van weet. Je raadpleegt allerlei internetbronnen en ontdekt een reeks feitelijke onjuistheden en geeft die door aan de krant. Je bedrijft onderzoeksjournalistiek zonder journalistieke achtergrond.

De meeste mensen beschikken over een cameratelefoon die ze vrijwel altijd zoals Aron Boskma bij zich dragen. Hij was op de juiste plek op het juiste moment. De media kan daar niet tegen op concurreren en beginnen de kracht van de burger als journalist schoorvoetend in te zien. De van oorsprong traditionele media gigant BBC werd in de uren na de bomaanslagen in Londen met de neus op de feiten gedrukt. Binnen 6 uur ontving de BBC 1000 foto's, 20 amateur video's, 4000 smsjes en 20000 emails van burgers. Nog nooit eerder had de BBC een dergelijke burger participatie in de verslaggeving gezien en de BBC maakte hier dan ook dankbaar gebruik van. Het meest opmerkelijke was dat de BBC later terugblikkend meldde dat de kwantiteit en met name de kwaliteit de nieuwigheid en de buitengewone toevalligheden ver oversteeg. De BBC zag in dat verslaggeving niet langer alleen het domein van de professionele journalist is. Het verhaal is een samenwerking tussen burger en media gebaseerd op vertrouwen en met name het gevolg van consumenten technologie zoals camera telefoons. Grote media partijen zoals Time Magazine zagen ook in dat amateurbeelden niet perse slechte kwaliteit betekenen. Time Magazine koos Adam Stacey's cameratelefoon foto van de aanslagen in de Londense metro als één van de beste foto's van het jaar 2005.

Burgerjournalistiek beperkt zich echter niet tot de nieuwe nieuwsbron van de conventionele media. Burgerjournalistiek kent in het Engels vele namen zoals citizen-, open source-, grassroots-, distributed- of participatory journalism. Hoe dan ook de kern is participeren als burger in het brengen of onderzoeken van nieuws. Een hoofdredacteur van een krant geeft een journalist of een fotograaf een opdracht voor een verhaal of een foto die uiteindelijk langs de eindredactie gaat en

gepubliceerd wordt. De burger ziet echter vaak nieuws die de media ontgaat. Ze plaatsen een foto of een verhaal op hun weblog en het nieuws gaat een eigen leven leiden. Meer en meer burgers verdiepen zich in de zaak, ontdekken nieuwe feiten en de ontwikkelingen gaan als een lopend vuur via het web over de wereld zonder dat er ooit een professionele redactie aan te pas is gekomen. Uiteindelijk pakt de reguliere media het verhaal wel op. Lonelygirl 15 was een tiener die met haar korte video verhaaltjes over haar leven op YouTube uitgroeide tot een internet-ster en de obsessie van miljoenen trouwe volgelingen werd. Niemand wist wie zij was en waarom ze deed wat ze deed. Een groep mensen die online samenwerkte ontmaskerde Lonelygirl 15 als een Nieuw Zeelandse actrice die experimenteerde met videoverhalen. De ontmaskering door de burgers haalden de wereldpers. Zelfs al liggen de feiten onder hun neus dan nog faalt de pers soms het nieuws te ruiken. Een voormalig Lockheed Martin ingenieur trok aan de bel over veiligheidsfouten in ontwerpen van Amerikaanse kustwacht schepen en stapte naar de pers die zijn aantijgingen negeerde. Toen hij een video met zijn noodkreet op YouTube plaatsten pakte de media het verhaal wel op.

De kracht van de burger als journalist neemt dusdanige vormen aan dat vooruitstrevende mediapartijen inzien dat ze hier geld aan kunnen verdienen en daardoor bereid zijn de burgerjournalist ook financieel voor zijn of haar bijdrage te belonen. De OhMyNews site in Zuid Korea is één van de pioniers van de burgerjournalistiek. Deze site is een belangrijke nieuwsbron voor Zuid Koreanen en het nieuws is combinatie van bijdrages van pro's en burgers. OhMyNews belooft bijdrages met een kleine vergoeding. Scoopt.com en Spymedia.com bieden de fotograferende burger een platform om hun nieuwsfoto's te verkopen. Sinds vorig jaar kent Nederland ook dergelijke diensten zoals Mobilereporters.org en Skoeps. Skoeps is een initiatief van Talpa en PCM. Iedereen kan reporter worden met behulp van een mobieltje of camera. Wordt de nieuwsfoto door andere media geplaatst dan ontvangt de maker de helft van de opbrengsten. Het is de bedoeling dat Skoeps een netwerk van zo'n 500 Skoep journalisten opbouwt die goed moeten zijn voor 2 primeurs per week. De vaste kern wordt overigens bijgestaan door iedereen die maar foto's wil publiceren. Ook Ilse Media uitgever van Nu.nl zit niet stil. Nu.nl is Nederlands meest bekeken nieuwssite De redactie ontvangt honderden foto's per dag van het publiek waar de redactie slechts een fractie van gebruikt. De uitgever wil met hier.nl een aparte site opzetten voor de burgerjournalistiek. Hier.nl zal per regio specialiseren waar geregistreerde bezoekers zelf hun lokale nieuws kunnen publiceren.

De site moet in Amsterdam van start gaan en in de loop van het jaar uitbreiden naar de rest van het land.

De grootste kritiek op burgerjournalistiek is nog steeds de kwaliteit. Kwantiteit is er genoeg maar het vergt nogal altijd een redactie die het kaf van het koren moet scheiden. En dat valt niet altijd mee. Veel inzending zijn elders van het web gepikt of al lang niet meer actueel. Voor de redactie van Nu.nl is dat niets nieuws. Zij belonen kwaliteit met een maandelijks foto van de maand prijs en koopt persbureau ANP die toegang heeft tot de fotodatabase van Nu.nl een inzending, dan ontvangt de maker een deel van de vergoeding.

In het laat-bloeiende burgerjournalistieke Nederland zijn Talpa, PCM en Ilse wellicht de koplopers maar de tendens in de journalistiek is meestal sceptisch afwachten hoe het nieuwe terrein zich zal ontwikkelen. Toch komen er steeds meer initiatieven die aantonen dat burgerjournalistiek hier is om te blijven als essentieel onderdeel van het vak journalistiek. In november gingen 50 eerstejaars studenten van de School voor Journalistiek Utrecht het land in met hun camera telefoons. De eerste jaars publiceerden hun foto's en video's op Skoeps.nl. Een dergelijk project is een mooi experiment waarmee de nieuwe generatie journalisten vertrouwd raken met de nieuwe ontwikkelingen en de drempel tussen burger- en professionele journalistiek verkleint.