



## UvA-DARE (Digital Academic Repository)

### Informatie in stad en streek: worstelen met het web

Huysmans, F.

**Publication date**

2015

**Document Version**

Final published version

**Published in**

IP : vakblad voor informatieprofessionals

[Link to publication](#)

**Citation for published version (APA):**

Huysmans, F. (2015). Informatie in stad en streek: worstelen met het web. *IP : vakblad voor informatieprofessionals*, 19(4), 20-24. <https://warekennis.nl/informatie-in-stad-en-streek-worstelen-met-het-web/>

**General rights**

It is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), other than for strictly personal, individual use, unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

**Disclaimer/Complaints regulations**

If you believe that digital publication of certain material infringes any of your rights or (privacy) interests, please let the Library know, stating your reasons. In case of a legitimate complaint, the Library will make the material inaccessible and/or remove it from the website. Please Ask the Library: <https://uba.uva.nl/en/contact>, or a letter to: Library of the University of Amsterdam, Secretariat, Singel 425, 1012 WP Amsterdam, The Netherlands. You will be contacted as soon as possible.

← *Home*

# INFORMATIE IN STAD EN STREEK: WORSTELLEN MET HET WEB

Posted by [Frank Huysmans](#) on 18 december 2015 | [Comment](#)

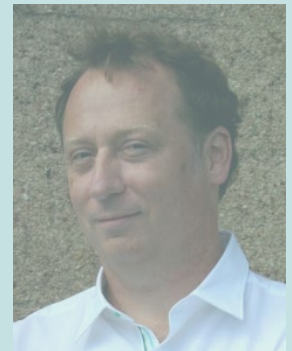
Commercialisering en digitalisering raken niet alleen bibliotheken en archieven, maar ook de lokale en regionale informatievoorziening. In een essay schets ik hoe deze informatievoorziening zich de afgelopen decennia heeft ontwikkeld. Aan het slot breng ik journalistiek, bibliotheken en archieven samen: één beleid op lokaal en regionaal niveau zou wel eens heel verfrissend kunnen zijn.



*Redactie regionaal dagblad (bron: [www.gahetna.nl](http://www.gahetna.nl))*

*Het is nooit aangenaam vertoeven in een kerk in de maand januari. Maar de hemel was wolkeloos, het centrum van Maarssen bleek een openluchtmuseum en de zon scheen warm door het glas in lood. De*

## WAREKENNIS



onderneming en blog van **Frank Huysmans**, hoogleraar bibliotheekwetenschap en beleidsadviseur in media, informatie en communicatie. Volg mij op [Twitter](#), [Linkedin](#), [Pinterest](#) of [Google+](#) .



*vader van een goede vriend, net gepensioneerd, was plotseling overleden. In de houten bank achter ons zaten oud-collega's van het Utrechts Nieuwsblad. Eigenlijk het AD Utrechts Nieuwsblad, maar vloeken mag niet in de kerk. Ze waren allemaal halverwege de vijftig of ouder. Hun omfloerste commentaar op de toespraken verried kameraadschap en nostalgie. Mannen, vooral mannen, die een groot deel van hun werkzame leven met elkaar waren opgetrokken, deadlines hadden getrotseerd en hun stress afgebouwd met potjes voetbal, anekdotes, bier en tabak.*

Nostalgie, want de professie van lokale en regionale journalisten is op de terugtocht. In 1980 hadden de Nederlandse dagbladen gezamenlijk een betaalde oplage van ruim 4,5 miljoen exemplaren. Zo'n 60 procent daarvan betrof regionale kranten. Tot 2000 bleef die oplage ongeveer gelijk en werd het aandeel landelijk op het totaal al wat groter. Daarna zette een stevige oplagedaling in, waarbij vooral de regionale kranten het zwaarder te verduren kregen.

De in het openbaar vervoer verspreide gratis kranten hebben daar ongetwijfeld aan bijgedragen. En de laatste jaren zijn het vooral de regiokranten die de klappen krijgen. Eind 2014 bedroeg de gezamenlijke betaalde oplage van de Nederlandse dagbladen nog maar zo'n 2,5 miljoen op papier, aangevuld met een dikke 250.000 digitale abonnementen. En het aandeel regiokranten? Dat is teruggelopen tot minder dan de helft.

Illustratief is ook de dekkingsgraad. In 1980 werden per 100 huishoudens 87 betaalde kranten verspreid. Nu zijn het er minder dan de helft daarvan. En dan is er nog het aantal daadwerkelijke lezers – want een verspreide krant is nog geen gelezen krant. Ook hier zit de klad in: het percentage mensen dat zegt (bijna) dagelijks een krant te lezen neemt al geruime tijd af. De trouwe lezers van weleer hoor je klagen dat hun regiokrant door reorganisaties en schaalvergroting inmiddels te ver van hun woonplaats afstaat en dat de kwaliteit van de berichtgeving achteruit is gegaan. En journalisten geven aan dat er minder ruimte is dan voorheen voor gedegen onderzoek.

Zijn we niet meer geïnteresseerd in wat er



## TAGS

altmetrics auteursrecht  
 bibliotheekbeleid  
 bibliotheken big data  
 bureaucrativering  
 businessmodellen Charlie  
 Hebdo contextualiseren Creative  
 Commons cultuurbeleid e-  
 books ethiek evaluatieonderzoek  
 free culture impact informatie  
 informatieprofessionals  
 informatiesamenleving  
 informatievrijheid  
 innovatie intellectueel  
 eigendomsrecht journal impact factor  
 kapitalisme kennis kennisplatform  
 kernfuncties leenrecht  
 liberalisme LIS lokaal  
 maatschappelijke meerwaarde  
 neoliberalisme nieuwsvoorziening  
 open access  
 openbare  
 bibliotheken open  
 data opleiding overheid piraterij  
 privacy regionaal reorganisatie  
 strategie trends

in de meest directe omgeving gebeurt? En is er nog wel een onafhankelijk, wakend oog op wat er politiek en bestuurlijk in de regio gebeurt?

Hoe komt dit? Zijn we niet meer geïnteresseerd in wat er in de meest directe omgeving gebeurt? En is er nog wel een onafhankelijk, wakend oog op wat er politiek en bestuurlijk in de regio gebeurt? In grove penseelstreken probeer ik te schetsen hoe de lokale en regionale informatievoorziening zich de afgelopen decennia heeft ontwikkeld met de komst van commercialisering en digitalisering. Tot slot betoog ik dat het wel eens verfrissend kan zijn na te denken over een beleid voor journalistiek, bibliotheken en archieven op lokaal en regionaal niveau.

## HOOGTIJ

Terugkijkend waren de jaren zeventig en tachtig van de vorige eeuw de hoogtijdagen van de lokale en regionale media. Naast de regionale dagbladen deden in de dunbevolkte delen van het land de nieuwsbladen het goed: betaalde kranten die een of enkele keren per week verschijnen.



*Foto: Sjakkeliers Vollebregt/Anefo; bron: [www.gahetna.nl](http://www.gahetna.nl) (CC-BY-SA 3.0 NL)*

## LAATSTE POSTS

- [Academische piraterij](#)  
10 maart 2016
- [VSNU-Wiley: Not such a big deal for open access](#) 1 maart 2016
- [Drie bibliotheekpromoties in acht weken](#) 5 februari 2016
- [Bealls mist 28 januari](#) 2016
- [Minen moet mogen](#) 21 december 2015

## TWITTER

In het genre ‘gratis verspreid’ de huis-aan-huisbladen, wijkkranten, parochie- en verenigingsbladen. Dan de regionale en lokale publieke omroepen op tv, radio en kabelkrant, de kerkradio en niet te vergeten de vele piratenzenders op radio en – mits de centrale antenne kon worden aangestraald – op televisie.

Veel van deze mediatypen bestaan nog altijd. De publieke lokale en regionale omroepen hebben gezelschap gekregen van commerciële tegenhangers. Een aanzienlijk deel van de voormalige piraten maakte gebruik van de wijzigingen in de Mediawet die commerciële omroepactiviteiten aanvankelijk verbood. Huis-aan-huisbladen zijn de kleine advertenties van particulieren kwijtgeraakt aan Marktplaats maar de middenstand bleef paginaruimte inkopen.

## GRASSROOTS MEDIA

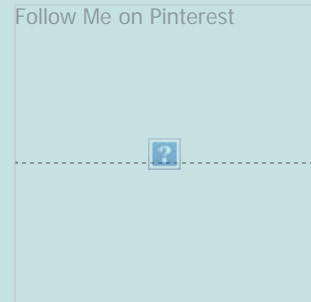
Een belangrijk verschil tussen toen en nu is wel dat er anders gedacht werd over de maatschappelijke betekenis van streek-, stad-, dorps- en buurtmedia. Met de openbare bibliotheek, het gemeentearchief (nog niet opgegaan in een regionaal historisch centrum) en het dorps huis of wijkcentrum werden ze vrij algemeen beschouwd als sociale voorzieningen. Voorzieningen die de betrokkenheid bij de eigen leefgemeenschap vergroten, en zodoende de basis voor democratische besluitvorming versterkend. Dit blijkt ook uit de termen die wetenschappers gebruikten om lokale media te beschrijven: community -, participatory -, emancipatory -, grassroots – en alternative media.

Naast de al genoemde mediumtypen maakten ook aanplakbiljetten en protestfolders hier deel van uit. Ze werden bestudeerd als onderdeel van de ‘lokale openbaarheid’: het gesprek over plaatselijke aangelegenheden. Tot dat debat behoorden de discussies in de gemeenteraad, gesprekken op de markt, in de buurtkroeg, de wijkvereniging en bij de uitgang van de kerk.

Lokale en regionale overheden stimuleerden de openheid, de toegang tot de media als ontvanger én als zender. Ter versterking van het democratisch proces achtte men het noodzakelijk dat burgers niet alleen van de standpunten van anderen kennis konden nemen, maar ook hun eigen mening aan anderen konden verkondigen. Als de meningen eerst maar eens flink konden schuren, kon vervolgens de balans worden opgemaakt en de besluitvorming plaatsvinden.

## MY RECENT PINS

Follow Me on Pinterest



Pin it



## POSTS

Posts

Maand selecteren

# GEBRUIKERSPROFIEL

Onderzoek naar het gebruik van lokale media gaf in de jaren negentig een duidelijk profiel van de gebruiker. Die behoorde relatief vaak tot de lagere sociale klasse, kwam uit een laagopgeleid milieu, was ouder en had een sterkere binding met de woonplaats (woonde er al langer en/of werkte in de woonplaats zelf).



Toen internet kort daarna in de huishoudens brede ingang begon te vinden, waren deze 'lokalisten' degenen die er het langst mee wachtten. Het profiel van de voorlopers op wat de digitale snelweg heette was tegengesteld: jong en hoogopgeleid. Toch ging deze digitale voorhoede opmerkelijk genoeg vooral lokaal aan de slag. Door in te bellen op bulletin board systems kon er worden gemaïld, gechat, gediscussieerd op fora en informatie uitgewisseld met de hele wereld, maar toch gebeurde dat voornamelijk lokaal. De kosten van het inbellen (lokaal tarief was een flink stuk goedkoper) waren daar niet vreemd aan. De Digitale Stad in Amsterdam (1994) probeerde de drempel voor deelname aan de digitale wereld te verlagen door de metafoor van de stad te hanteren. Om die reden waren ook in bibliotheekvestigingen terminals aanwezig.

# SAMENHANG EN PARTICIPATIE

De verwachtingen over de impuls die internet aan de lokale sociale samenhang en burgerparticipatie kon geven, waren hoog. Overal in het land ontstonden bottom-up lokale netwerken van internetters. De overheden stonden erbij, keken ernaar en vonden het eigenlijk wel mooi.

Er was de belofte van grotere betrokkenheid van burgers bij de politieke besluitvorming. Door het rechtstreekse contact met de burger/kiezer had de kritische journalist van de regiokrant het nakijken. En wie weet konden de inspraakavonden voortaan digitaal worden afgedaan. Of in beleidsjargon: gemeentelijke dienstverlening en beleidsontwikkeling zouden via de lokale digitale netwerken kunnen gaan verlopen. Een aantal gemeenten creëerde om die reden zelf stads-, dorps- en wijkwebsites waar ze niet spontaan waren ontstaan.



*Minister Gardeniers, 1981 (foto Rob Bogaers/Anefo; www.gahetna.nl/)*

Communicatiewetenschappers en politicologen keken met dezelfde hooggestemde verwachtingen naar deze nieuwe varianten op grassroots media. Maar net als alle anderen konden zij niet anders dan vaststellen dat de opbrengst behoorlijk tegenviel. Redelijke en gestructureerde discussies over lokale kwesties bleken lastiger te voeren dan verwacht in de virtuele gemeenschappen. Bovendien bleken de online en offline sociale netwerken elkaar sterk te overlappen. Mensen die al een groot sociaal netwerk hadden gebruikten het internet om dat nog eens te intensiveren en uit te breiden. Sociale isolatie en uitsluiting werden er niet mee voorkomen. Ze werden eerder bevestigd en wie weet nog versterkt.

## REVIVAL?

Met de opkomst van breedbandinternet in de beginjaren van de nieuwe eeuw verdween het lokale inbellen definitief. Daarmee raakten ook de bulletin boards op de achtergrond. Messengerdiensten (MSN, ICQ) en

daarna sociale media als Hyves en Facebook deden de rest. Het web verloor goeddeels zijn lokale basis, al bleven er lokale themasites en blogs komen en gaan.

Leidde dat tot een revival van de oude, vertrouwde print- en omroepmedia? Voor die verwachting viel zeker wat te zeggen. De behoefte aan informatie en binding met stad en streek nam toe, zo wees onderzoek uit, naarmate de globalisering door internet een stevige impuls kreeg. Toch zagen de regionale dagbladen met hun lokale katernen de oplage verder teruglopen. Daardoor begonnen ook adverteerders een deurtje verder te kijken. Een reeks overnames en fusies volgde. Het meest in het oog sprong die van het Algemeen Dagblad met een zevental regionale kranten in 2005.

Regionale en lokale publieke omroepen kregen net als de landelijke omroepen gezelschap van commerciële tegenhangers die een flink deel van de markt (kijk- en luistertijdaandeel) afsnoepten. Met name de lokale omroepen kwamen onder politieke druk te staan: was de subsidie nog wel gerechtvaardigd, gezien het dalende bereik? Ook de regionale omroepen bleef deze discussie niet bespaard. Vanaf 2000 is het gemiddeld dagbereik van de regionale radiozenders gedaald van 16 naar 10 procent onder de bevolking vanaf 10 jaar. Op televisie halveerde het dagbereik van bijna 24 procent (2003) naar 12 procent nu.

## CROSSMEDIAAL GAAN

Uiteraard hadden de kranten en omroepen in de tussentijd hun vleugels uitgeslagen op het web. Crossmediaal werken op zoveel mogelijk platforms (print, radio, tv en internet) werd het devies. Concreet: een klein team verslaggevers dat op pad gaat, maakt een item voor tv, is gedurende de dag beschikbaar om live in de radio-uitzending verslag te doen en maakt een stuk voor in de krant en op de website inclusief foto's. Ook het fenomeen 'camjo' deed zijn intrede: een journalist met handzame camera die verslaggeving, opname en eindafwerking helemaal in z'n eentje doet.

De





*Crossmedia (bron: www.sebastiaanvanderlubben.nl/)*

waterscheiding tussen de mediumtypen in de Mediawet – bedoeld om een te grote meningsmacht door monopolievorming te voorkomen – werd losgelaten om dit ‘crossmediaal gaan’ mogelijk te maken. Het betekende wel dat publieke omroepen en commerciële uitgeverijen meer en meer in elkaars vaarwater kwamen. De uitgevers, inmiddels gerestyled tot allround mediabedrijven, trokken bij de politiek aan de bel over wat zij als marktverstoring zagen. Publieke omroepen beginnen door de subsidies die zij ontvangen met een voorsprong. Zij kunnen de voor radio en tv geproduceerde content hergebruiken op het web, waar uitgevers het vanaf nul moeten opbouwen. Bovendien trekken zij advertentieinkomsten aan met hun programma’s en webcontent die aan de neus van ‘de markt’ voorbijgaan.

## HYPERLOCALS EN BURGERJOURNALISTEN

Op plaatselijk niveau giste het ondertussen ook behoorlijk. In meerdere plaatsen en buurten startten in de jaren 2000-2010 ondernemende types hun eigen lokale nieuwsplatforms. Bedoeld voor de hele stad of gemeente, of op nog kleinere schaal: hyperlokaal in wijk, buurt of dorp. Vaak uit onvrede met de lokale nieuwsvoorziening en opererend vanuit de overtuiging dat er genoeg advertentiegeden aangeboord kunnen worden om de tent draaiende te houden.

Het aanbod van zulke journalistieke startups is zeer heterogeen. Er zijn

sites gericht op een enkele plaats of gemeente die draaien op eenpitters met vrijwilligers. Er zijn ook min of meer landelijk dekkende, professioneel gerunde netwerken als Dichtbij.nl (onderdeel van de Telegraaf Media Groep en als zodanig verweven met de lokale kranten en huis-aan-huisbladen van dat bedrijf). Soms zijn er enkele journalisten in dienst die zelf content produceren.

Vaker blijft de journalistieke toevoeging beperkt tot het aggregeren (soms zelfs automatisch) van door anderen geproduceerde content, zoals de 112-berichten van de hulpdiensten. ‘Burgerjournalisten’ wordt gevraagd foto’s en video’s te maken van incidenten en deze in te sturen. Aan de bijdrage van deze sites aan de onafhankelijke, journalistieke informatievoorziening moet vooralsnog worden getwijfeld.

## OPSTARTEN EN CONSOLIDEREN

Onderzoekers [1] spreken van een ‘permanent en snel veranderend landschap’ waarin voortdurend nieuwe initiatieven opkomen en bestaande van gedaante veranderen of verdwijnen. Het is voor de pioniers nog altijd zoeken naar ‘wat werkt op het web’. Een vetpot is het sowieso niet. Na de opstartfase, waarin veel goodwill, positieve energie en geld vrijkomt, blijkt het consolideren en uitbouwen van de site-met-community een lastige opgave.

Ook de overheid speelt in dit proces van trial-and-error een actievere rol dan voorheen. Vroeger was het beleid erop gericht om persorganen die op omvallen stonden te helpen doorstarten. Inmiddels wordt er subsidie verstrekt aan initiatieven die de journalistiek kunnen vernieuwen. *Nomen est omen*: het voormalige Bedrijfsfonds voor de Pers heet inmiddels Stimuleringsfonds voor de Journalistiek. Niet het oude beschermen maar het nieuwe helpen ontstaan. Waarbij men op de koop toeneemt dat maar enkele van de vele gesteunde initiatieven op eigen benen zullen kunnen staan.

## KLEINERE TAART



Diverse kranten (bron: [www.gahetna.nl](http://www.gahetna.nl))

De conclusie is helder: de lokale en regionale nieuws- en informatievoorziening bevindt zich in een netelige positie. De belangstelling voor de langer bestaande mediavormen neemt gestaag af: oplages van kranten en nieuwsbladen dalen en bereikcijfers van omroepen lopen terug. En bij de nieuwe webgebaseerde vormen is het nog altijd naarstig zoeken naar verdienmodellen die een duurzame exploitatie mogelijk maken. Ondertussen worden redacties samengevoegd en verdwijnen er banen voor journalisten die maar zeer ten dele terugkeren als freelance opdrachten. Diverse beleidsadviseurs hebben deze conclusie verwoord en er hun zorg over uitgesproken. [2]

Er is een discussie gaande over wat er moet gebeuren en wat de overheid nog meer kan doen. Centraal daarin staat een constatering die niemand hardop wil uitspreken: de hoeveelheid geld die er met mediaproducten verdiend kan worden, uit lidmaatschappen, advertentieverkoop en sponsoring, loopt in de overgang naar 'digitaal' terug. De totale te verdelen taart wordt kleiner. Dat heeft ertoe geleid dat de (kwaliteit van de) publieke informatievoorziening in een neerwaartse spiraal is terechtgekomen. De commissie-Brinkman, door de minister ingesteld om advies uit te brengen over de toekomst van pers, nieuwsvoorziening en opinievorming, suggereerde in 2009 een wijziging van wet- en regelgeving om de vorming van regionale mediacentra, waarin publieke omroepen en commerciële mediabedrijven samenwerken, mogelijk te maken. De Raad voor Maatschappelijke Ontwikkeling betoonde zich recent bezorgd over deze ontwikkeling vanuit mogelijke gevaren voor de

pluriformiteit in de berichtgeving.

## NAAR EEN ANDER LANDSCHAP

Als verdergaande ‘rationalisering’ niet de weg is die we in moeten slaan, welke dan wel? Voorzichtig worden de laatste tijd stemmen luider die pleiten voor structurele publieke financiering van de journalistieke informatievoorziening. De overheid houdt immers ook bibliotheken en archieven in stand vanuit normatieve principes als openheid/transparantie, toegankelijkheid, diversiteit/pluriformiteit en kwaliteit. Waarom zou dat in de journalistiek niet kunnen? Vanuit journalistieke kringen zijn vooral afwerende geluiden te horen. De vrees voor politieke inmenging is begrijpelijk. Anderzijds doen bibliotheken en archieven het al jaren met overheidsgeld en is van politiek-bestuurlijke inmenging slechts zelden sprake. Is afhankelijk zijn van adverteerders eigenlijk niet veel funester voor de onafhankelijkheid, kun je je ook met recht en reden afvragen.



*Debat in Haagse bibliotheek ([www.jaarverslagbibliotheekdenhaag.nl/642](http://www.jaarverslagbibliotheekdenhaag.nl/642))*

Het zou wel eens verfrissend kunnen blijken het debat over de toekomst van de lokale en regionale nieuws- en informatievoorziening weg te halen uit de sfeer van de mediaplatforms (print, radio, tv, web) en de verdienmodellen. Het zou verplaatst moeten worden naar de context van bibliotheken, archieven en overheidsinformatie. Tegen die achtergrond is de vraag niet langer ‘hoe innoveren we om te overleven?’ maar ‘wat hebben de lokale en regionale gemeenschappen nodig aan informatie, en

hoe kunnen instituties als journalistiek, bibliotheek en archief elkaar daarin aanvullen?’ Een normatieve discussie zoals we die in de jaren zeventig en tachtig voerden, als opmaat naar een geïntegreerd informatiebeleid voor stad en streek. Door een overheid die zoals dat hoort niet stuurt – zeker niet op inhoud! – maar lokale (burger)initiatieven ruimte geeft en stimuleert. En die zich zo rekenschap geeft van het feit dat ook dorp, stad en regio deel zijn van, én deel hebben aan, de informatiesamenleving.

## NOTEN

1 Van het lectoraat Crossmediale Kwaliteitsjournalistiek, Hogeschool Utrecht.

2 Zoals de commissie-Brinkman in 2009, Inge Brakman in 2011, het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek sinds 2013, en de Raad voor Cultuur en de Raad voor Maatschappelijke Ontwikkeling in 2014.

*Dit essay verscheen in Vakblad IP, jaargang 19, nummer 4 (pp. 20-24) en op de site van het blad, 8 mei 2015; en op groepsblog De Nieuwe Reporter, 27 mei 2015.*



Informatie in stad en streek: worstelen met het web by Frank Huysmans is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.



### DELEN:



Posted in [beleid](#), [essay](#), [geen](#), [opinie](#), [vakpublicaties](#), [WareKennis](#) | Tagged [archief](#), [crossmediaal](#), [digitalisering](#), [hyperlokaal](#), [informatie](#), [informatiesamenleving](#), [internet](#), [lokaal](#), [lokale media](#), [nieuwsvoorziening](#), [openbaarheid](#), [openbare bibliotheken](#), [publieke sfeer](#), [regionaal](#), [regionale media](#) |

---

## GEEF EEN REACTIE

Naam (verplicht)

E-mail (wordt niet getoond) (verplicht)

Website

Confirm you are NOT a spammer

Stuur mij een e-mail als er nieuwe reacties zijn.

Stuur mij een e-mail als er nieuwe berichten zijn.

