

Hoofdredacties worstelen met digitale nieuwscultuur

10-06-2015 12:56

Ook kreeg ze inzage in beleidsdocumenten over crossmediaal werken. 'Voor audiovisuele nieuwsredacties zoals BNR en de NOS is die overgang wat kleiner omdat die veel meer deadlines op een dag hebben dan de kranten, maar voor allemaal geldt dat ze veel minder uit de mogelijkheden halen dan erin zit. Zo zijn de online redacties relatief klein, hebben ze weinig in te brengen, is het online platform nog erg op tekst gericht in plaats van op beeld en maken ze maar in beperkte mate gebruik van online statistieken.'

Verandering journalistieke cultuur nodig

Uit het onderzoek komt naar voren dat de crossmediale redactie een kloof creëert tussen journalisten van massamedia en online media. Volgens Tameling is het probleem dat leidinggevenden zelf onderdeel zijn van de traditionele (massamedia) cultuur waardoor ze niet in staat zijn om noodzakelijke samenwerking tussen redacteuren te bewerkstelligen. 'De crossmediale plannen waren te ambitieus en bovendien te vaag. Leidinggevenden hebben zelf eigenlijk onvoldoende verstand van een digitale nieuwscultuur, maar geven intussen weinig ruimte voor goede ideeën van onderaf. Ik merkte bij de leidinggevenden weinig echte betrokkenheid bij online. De internetredacteuren kampten hierdoor met een calimero complex en van een gemeenschappelijke crossmediale cultuur was geen sprake.'

De nadruk zou minder op de aanpassing van de organisatie moeten liggen en meer op een fundamentele verandering van de journalistieke cultuur. Wat is de rol van de journalist bij online media? Daar werd op de redacties nauwelijks over gepraat. Dit onderzoek laat zien dat de traditionele media hoofdredactionele leiders nodig hebben die een digitale nieuwscultuur begrijpen en die in staat zijn om hun visie te vertalen naar concrete veranderingen op nieuwsredacties.'

Klaske Tameling voltooide de master Journalistiek aan de RUG en werkte als redacteur voor radio en televisie. Tussen 2010 en 2014 deed zij promotieonderzoek binnen het Centre for Media & Journalism Studies aan de Rijksuniversiteit Groningen. De titel van haar proefschrift luidt En wat doen we online? Crossmediale dilemma's op de Nederlandse nieuwsredactie. Promotores zijn prof.dr. Marcel Broersma en prof.mr. Marc Chavannes. Het boek verschijnt in handelsuitgave bij Boom Lemma. Op 25 juni is er een boekpresentatie, inclusief debat, in Amsterdam.