

Abstract – Online multimedianeuews in Nederland – Stefan van der Kamp (2009)

Nederlandse nieuwsorganisaties distribueren via websites multimediapresentaties. In *Online multimedianeuews in Nederland (van der Kamp, 2009)* staan de industriële karakteristieken en de totstandkoming van de multimediale nieuwsproducties beschreven. De multimediapresentaties zijn afkomstig van de NOS, NU.NL, VRIJ NEDERLAND en de VOLKSKRANT.

Eerder onderzoek (van der Wurff & Lauff, 2005) toonde aan dat nieuws op het internet geen hoger multimediaal gehalte kent dan in kranten. In 2008 blijkt uit cijfers van het Centraal Bureau voor de Statistiek dat het internetverkeer in Nederland sterk is toegenomen door de sterke stijging van het aantal huishoudens met breedband internet en het toegenomen gebruik van online multimedia. In dit onderzoek zijn van drie typen online multimediapresentaties de industriële karakteristieken en totstandkoming beschreven: **online multimedianeuews**, **online multimediaal achtergrondnieuws** en een **online multimediaal magazine**.

Het **online multimedianeuews** van NU.NL en NOS.NL kenmerkte zich door een vast sjabloon voor de verschijningsvormen van het nieuwsbericht. Foto's en video's werden geplaatst volgens vaste formaten en ook de tekstlengte kende restricties. Er stonden gemiddeld gezien meerdere foto's in een online multimediaal nieuwsbericht tegenover twee á driehonderd woorden, een video en een geluidsfragment. Het aantal foto's dat door de nieuwsorganisaties werd afgenomen van persbureaus voor online multimedianeuews steeg sterk in de periode 2007-2009. Persbureaus leverden naast foto's ook video's en teksten aan. Ook amateurfotografen leverden een groot deel van de foto's aan. Bij Nu.nl was dit bijvoorbeeld 1/3 van de foto's voor het online multimedianeuews. Redacteuren creëerden teksten, video's en geluidsfragmenten voor het online multimedianeuews. Opvallend was dat fotoseries in online multimedianeuews gemiddeld gezien beter bekeken werden dan video's.

Online multimediaal achtergrondnieuws van VRIJNEDERLAND.NL kende geen vast sjabloon en de productie is arbeidsintensiever dan die van online multimedianeuews. Er was bij VRIJ NEDERLAND geen budget voor de online multimediapresentaties, maar enkele voor content voor in het papieren magazine. De aangekochte content voor het magazine werd dan ook online gebruikt. Het formaat van de foto's in het online multimediale achtergrondnieuws was groter dan bij online multimedianeuews en de verhoudingen en grootte van het beeld stonden niet vast. Er stonden gemiddeld gezien tientallen foto's in online multimediaal achtergrondnieuws met meer dan duizend woorden en enkele geluidsfragmenten. De creatie en productie werd gedaan door een freelancer of een redacteur. De populariteit van de multimediapresentatie was sterk afhankelijk van het onderwerp.

Het **online multimediale magazine** van de VOLKSKRANT bevatte weinig tekst ten opzichte van het aantal foto's, video's en geluidsfragmenten dat er in stond. Gemiddeld stonden er meer dan honderd foto's, ongeveer 1500 woorden, bijna 13 video's en meer dan 17 geluidsfragmenten in een online multimediaal magazine. Er was in het online multimediale magazine geen sjabloon die de grootte en de verhouding van de tekst, foto's en video's bepaalde. Dit zorgde voor een creatievere opmaak en voor een arbeidsintensievere productie. *User generated content* werd gescheiden geplaatst van professioneel gecreëerde content in het online multimediale magazine.