



# User generated content

Techniek speelt een dusdanig grote rol in het dagelijkse leven, dat er een aantal interessante nieuwe ontwikkelingen ontstaat. Techniek is namelijk niet meer beperkt tot het faciliteren maar staat vaak, als initiator, aan de basis van nieuwe creatieve ideeën en stromingen. Zo ook bij User Generated Content (UGC). Binnenkort starten de regionale omroepen zelfs al met een UGC-pilot.

Omdat ook de consument tegenwoordig goed in staat is om beeld- en geluidsopnames te maken is User Generated Content één van die nieuwe, interessante fenomenen. Veel mensen hebben tegenwoordig een camera op zak of een opname apparaat, meestal verenigd in een GSM toestel. Daardoor komen er vaak, letterlijk en figuurlijk, schokkende beelden voorhanden, waarbij de kwaliteit ondergeschikt is aan de nieuwswaarde van het geboord beeld of geluidsfragment. Goed voorbeeld waren bijvoorbeeld de bomaanslagen in London. We hebben met z'n allen gefascineerd naar de beelden gekeken, opgenomen door reizigers met hun telefoon in de metro, direct na de aanslag. Het zag er niet uit, maar het gevoel getuige te zijn van de terreuraanslag was spectaculair. Binnenkort wordt ook de kwaliteitslag door het publiek gemaakt: een HD camcorder begint zo langzamerhand ook al binnen het bereik van de consument te komen. Daarmee kan een consument, beeldkwalitatief gezien, uitzendkwaliteit video maken. Uiteraard zal het geen opname zijn zoals een professionele cameraman dat kan maken, maar zoals gezegd de kwaliteit, ook de inhoudelijke, is onder-

geschikt geworden aan de nieuwswaarde. Daar zullen de professionals mee moeten leren leven.

## YouTube

Als het gaat om UGC dan is YouTube wel de meest bekende website. Op deze site kunnen mensen hun zelfgemaakte filmpjes publiceren, die vervolgens door een groot publiek kunnen worden bekeken. Het succes van YouTube en de enorme, naar mijn mening, ietwat overtrokken waarde die dit bedrijf bleek te hebben toen ze overgenomen werden door Google, spreekt boekdelen. Feit is dat het publiek van zich laat horen, liefst via een door veel mensen bezocht podium. Je zou het een vraag- en aanbodspel kunnen noemen, of een combinatie van exhibitionisme en voyeurisme. Multimedia bedrijven kunnen daar op inspelen door de sterke merknaam die veel van deze bedrijven hebben te gebruiken om dit publiek aan zich te binden en een podium te bieden voor deze nieuwe publicatievormen. De regionale omroepen beginnen binnenkort met een UGC-pilot, samen met het Amsterdamse bedrijf BreviDius dat hiervoor de software ontwikkelde ([www.video4all.nl](http://www.video4all.nl)).

Vlog – bloggen, maar dan met videobeelden - en andere vormen van UGC laten zien dat er ook nieuwswaarde kan zitten aan deze content. Is de rol van de redactie dan uitgespeeld? Nou, dat lijkt mij niet. Het is eerder een verrijking van het nieuwsaanbod en vergt, zeker omdat het van het anonieme publiek komt, uitgebreid checken op juistheid. Bovendien kan de redactie als geen ander de journalistieke basisprincipes als hoor en wederhoor, duiding en waarheidsvinding toepassen. Dat kun je niet verwachten van het grote, anonieme publiek.

## Civic journalism

Civic journalism is een term die gebruikt wordt als de professionele journalist het publiek betreft bij de nieuwsgaring. Vaak wordt dit, als initiërende journalistiek, gebruikt om, met behulp van het publiek, achter de waarheid te komen. Helaas is de journalistiek tegenwoordig vaak bezig met de waan van de dag en worden belangrijke onderwerpen niet altijd belicht. Hypes vergen namelijk constant aandacht, te meer omdat de houdbaarheid van een hype zeer beperkt is. Een voorbeeld van deze kortstondige houd-

baarheid zijn de reacties op een 500-pagina's tellend rapport, amper een half uur na publicatie. Reageer je niet als een verslaggever een microfoon onder je neus steekt, dan loop je de kans afgeschilderd te worden als iemand die geen mening heeft. Ga je eens rustig alles doorlezen om een goede, gefundeerde mening te geven, dan kun je die mening niet meer kwijt omdat het onderwerp al weer is ingehaald door de waan van de dag en je dus niet meer interessant bent voor de journalistiek. Die beperkte houdbaarheid komt natuurlijk voort uit een dwangmatige hang naar scoops en beperkt daarmee de onderzoeksjournalistiek in grote mate. Door gebruik te maken van het publiek bij het maken van nieuws worden ze een verlengstuk van de journalist en wordt er tevens direct inzicht verkregen in wat speelt bij het publiek.

## Civil journalism

Civil journalism, citizen journalism of public journalism, is de pure vorm van UGC. Het publiek maakt de beelden en publiceert deze vaak op internetsites, onafhankelijk van de gevestigde orde en dus zonder tussenkomst van de professionele journalist. Het is natuurlijk zaak om als gevestigde orde een voet tussen de deur te

krijgen en een podium te kunnen bieden voor deze content. Zo kunnen binnen een wijk een hoop mensen protesteren tegen de sloop van het gemeenschapshuis. Dit feit zou nooit de nieuwsrubrieken halen, zelfs niet van de regionale omroepen. Op een Blog of Vlog site komen deze onderwerpen wel aan de orde en gaan ze een eigen leven leiden door reacties uit te lokken van het publiek.

## Beeld & Geluid

Beeld & Geluid, het nationale omroeparchief, is met een User Generated Content project bezig, samen met Ilse media. Achterliggende gedachte is het verkrijgen van een completer beeld van de samenleving door professioneel gemaakt beeld- en geluidmateriaal aan te vullen met content gemaakt door het publiek. Het zou een enorme verrijking voor de kijk op het leven zijn door het leven van alledag, gezien door de bril van Jan met de pet, te bewaren voor het nageslacht.

## Skoeps op mobiel

Ook de commerciële wereld heeft UGC ontdekt. Zo biedt Vodafone sinds kort een mobiele versie van Skoeps. Skoeps.nl biedt mensen de mogelijkheid om zelf nieuwsreporter te worden. Zelfgemaakte berichten kun je delen met anderen op de Skoeps.nl

site en misschien wordt het bericht, foto of video wel via de gevestigde kanalen gepubliceerd. Skoeps biedt al het interessante materiaal namelijk ook aan de media aan. Wordt het gepubliceerd, dan deelt de maker in de opbrengst.

Via Vodafone kunnen foto's en video's naar een MMS nummer worden verstuurd. De Skoeps redactie beoordeelt de content en beslist wat gepubliceerd wordt via Vodafone-Live. Vodafone startte geruime tijd geleden al met UGC. Via kijkmijTV introduceerde ze al een dienst waarmee inzenders wellicht geld konden verdienen. Hoe meer het filmpje bekeken werd, hoe meer de zender verdiende.

## Zipline.TV

@Home heeft Zipline.TV. Het publiek kan wederom filmpjes insturen voor publicatie op het internet. Als de filmpjes heel goed zijn worden ze zelfs op TV uitgezonden. Zipline.TV gaat iets verder en biedt online training waarin je kunt leren hoe je het beste een filmpje kan maken.

## Mediamall

Mediamall is een nieuw initiatief waarbij de gebruiker een set top box krijgt waarmee hij het TV aanbod kan verrijken met internet content en video's kan delen met bijvoorbeeld familieleden of medeclubleden van de hockeyclub. Mediamall biedt een portal met een aantal standaard faciliteiten zoals de eigen mediabox en een lokaal kanaal. Hierdoor ontstaat een eigen on-demand videokanaal. Al het materiaal dat je in de mediabox stopt, zoals foto's en videobeelden kun je vervolgens weer ter beschikking stellen aan de community, bijvoorbeeld jouw eigen buurt, dorp of familie. In het Limburgse Sittard loopt momenteel een pilot bij duizend huishoudens. Die pilot wordt binnenkort uitgebreid naar vijfduizend huishoudens.

Wat nu de succesvolle business-case is, is moeilijk te voorspellen. Er zijn allerlei initiatieven, sommigen succesvol, anderen gedoemd tot mislukken. In ieder geval lijkt het internet van een passief kijk-medium een doe-medium te worden en zijn mensen erg gevoelig voor de bekende one-minute-of-fame. Degene die op een aansprekende manier orde kan scheppen in de chaos heeft de beste kansen.

Door Lucas Vroemen,  
Technisch Manager bij L1 Radio -TV