

VAN KNIPSELKRANT NAAR NIEUWSBRIEF

Het einde van de knipselkrant?

Kees Westerkamp

Knipselkranten houden de laatste tijd de gemoederen flink bezig. Dat wordt vooral ingegeven door de juridische ontwikkelingen. Een belangrijk aspect wordt daarmee uit het oog verloren, namelijk de vervaardiging en het uitgeven van de knipselkrant.

Sterker nog, de traditionele knipselkrant zou wel eens kunnen gaan verdwijnen binnen veel organisaties. Nieuwe softwaretoepassingen bieden nieuwe mogelijkheden.

Menig bibliotheek en documentatieafdeling denken na over de toekomst van de knipselkrant. Dat komt op de eerste plaats door het groeiende besef dat de productie en distributie van knipselkranten door het toenemende aanbod van digitale content veel sneller kunnen. Sneller wellicht dan met het oude vertrouwde knip-, plak- en kopieerwerk. De vraag is echter wel waar het omslagpunt ligt. Want digitale content is niet goedkoop. De contentmarkt voor digitale nieuwsvoorziening is volop in beweging. Gebruikers ervaren de prijzen als hoog, maar kunnen het gebruik van een digitale nieuwsvoorziening moeilijk in kaart brengen. Hierdoor is er weinig onderhandelingsruimte mogelijk met de leveranciers.

Op de tweede plaats spelen de juridische ontwikkelingen een belangrijke rol in het vormgeven van een nieuwsvoorziening. Nog los van de vraag of dit digitaal of traditioneel moet zijn. Wie bezig gaat met een (digitale) knipselkrant dient zich goed af te vragen hoe het product er precies uit moet komen te zien. Hoe moet de distributie verlopen? Wie zijn de doelgroepen? Alleen maar essentiële vragen om uiteindelijk ook iets te kunnen zeggen over de juridische consequenties. Dat de meningen daarover verschillen, is nu wel duidelijk. De verschillende partijen zoals uitgevers, contentbrokers, bibliothecarissen en ICT-bureaus, hebben allemaal hun eigen belang daarin en stellen zich ook als zodanig op. En geef ze eens ongelijk.

Zelf doen?

De hamvraag waarmee veel bibliothecarissen en documentalisten ongetwijfeld worstelen is die van 'zelf doen of uitbesteden'. Ofwel, blijf ik zelf kranten en tijdschriften lezen om vervolgens de gevonden relevante artikelen te verwerken tot een knipselkrant? Of koop ik die artikelen in digitale vorm in bij een contentbroker (hostorganisatie of andersoortige intermediair) of de contenteigenaar (in de meeste gevallen de uitgever)? Het antwoord op die vraag is in een aantal gevallen moeilijk te geven, maar één ding is wel duidelijk. Wie vooral op zoek is naar tijdschriftartikelen uit Nederlandstalige vakbladen heeft het moeilijk. Weinig aanbod en het aanbod dat er is, is versnipperd. Dat wordt dus 'los inkopen' of zaken doen met de leverancier van MarketingData, een databank die samenvattingen bevat van artikelen uit een keur aan Nederlandse vakbladen en dagbladen.

Het zelf vervaardigen van digitale knipselkranten lijkt dus voor veel bibliotheken en documentatieafdelingen een reële optie. De wereld draait voor veel instanties immers niet alleen



om dagbladartikelen waarvan de digitale versie wel redelijk gemakkelijk verkrijgbaar is (met aanbieders als bijvoorbeeld de NDC, Factiva, LexisNexis, de commerciële knipseldiensten zoals Euroclip, Antal Clipping en de Knipsel Info Service) tegen een financiële vergoeding.

Een belangrijke impuls voor het zelf produceren en distribueren van knipselkranten is de toename aan software en bureaus die dit mogelijk maken. Hierover verderop in dit artikel meer.

Langste tijd

Een interessant toekomstperspectief vormt de gedachte dat de traditionele knipselkrant bij veel bibliotheken en documentatieafdelingen zijn langste tijd heeft gehad. Het wordt steeds duidelijk dat de knipselkrant van de toekomst een interne nieuwsbrief gaat worden. Dit wordt vooral ingegeven door het feit dat steeds meer bibliotheken en documentatieafdelingen concrete invulling gaan geven aan kennismanagement en de ontwikkeling dat er meer samengewerkt gaat worden met communicatieafdelingen.

Er ligt voor bibliotheken een grote, en ook belangrijke, kans op het gebied van het attenderen en berichten over onder meer interne projecten en nieuws van de eigen organisatie. Heel concreet kan er dan gedacht worden aan:

- eigen nieuws- en persberichten;
- zelf gepubliceerde rapporten, brochures enzovoort;
- door medewerkers geschreven publicaties;
- projectinformatie;
- lessons learned;
- nieuwe medewerkers;
- nieuws over campagnes;
- onderzoek uitgevoerd door of in opdracht van de organisatie;
- recent gepleegde updates op het intranet of internet.

In combinatie met nieuws uit kranten (landelijk, regionaal, lokaal), artikelen uit vakbladen en publiekstijdschriften, recente updates van websites en nieuw verschenen aanwinsten (van boeken en rapporten) wordt de traditionele knipselkrant zo een nieuwsbrief of wellicht zelfs een intern 'tijdschrift'. De vorm van zo'n nieuwsbrief zal per organisatie verschillen. De een zal kiezen voor een variant waarbij de nadruk vooral ligt op de attendering en verwijzing. De ander zal juist kiezen voor een meer inhoudelijke nieuwsbrief. Daartussen liggen veel varianten.

Diverse mogelijkheden

Nieuwe softwaretoepassingen gaan een steeds belangrijke rol spelen in dat proces van informeren en communiceren. Nu veel organisaties de laatste jaren hebben kennism gemaakt met content management systemen (CMS) lijkt ook de knipselkrant, of misschien beter gezegd 'de nieuwsbrief', niet te ontkomen aan het automatiseringsproces.

Al een tijd is het mogelijk om artikelen en berichten te scannen, of te laten scannen. Het resultaat hiervan (in de meeste gevallen bestanden in de formaten PDF, TIF of JPG) kan gebruikt worden voor opname in een knipselkrant. In de praktijk komt het ongetwijfeld ook voor dat



deze bestanden op het intranet, of zelfs op internet, worden gezet (nog maar even los van de juridische haken en ogen van deze distributievorm).

In opkomst zijn nu softwaretools waarmee digitale nieuwsbrieven kunnen worden gemaakt. Het zijn tools waarmee vooral gepubliceerd kan worden. De nadruk ligt op het samenstellen en verspreiden van digitale nieuwsbrieven aan gerichte groepen gebruikers. Het is hierbij dan mogelijk zelf te bepalen welke berichten worden opgenomen. Dit kunnen externe berichten, interne berichten maar ook samenvattingen zijn van onder meer artikelen en aanwinstenlijsten. De mogelijkheden zijn divers. De maker bepaalt of de nieuwsbrief koppelingen bevat naar berichten (of knipsels) die in digitaal bestandsformaat zijn opgenomen of dat er alleen wordt gewerkt met zelf geschreven berichten en/of samenvattingen.

Gedrag gebruikers

De software maakt een integratie tussen de traditionele knipselkrant en de interne nieuwsbrief, van bijvoorbeeld een communicatieafdeling, heel goed mogelijk. Door gebruik te maken van geselecteerde groepen gebruikers kan op een eenvoudige en snelle wijze grote groepen mensen worden bereikt. Ook het produceren van themagerichte nieuwsbrieven en het distribueren hiervan aan specifieke doelgroepen, wordt een stuk gemakkelijker. Er bestaat zelfs een mogelijkheid om het gebruik van de berichten te meten zodat er betere gegevens kunnen worden verzameld over het aanklikgedrag door de gebruikers. Deze informatie komt uiteindelijk ten goede aan de onderhandelingen met content brokers en uitgevers over de vergoedingen die betaald moeten worden voor het gebruik van de informatie.

De geproduceerde nieuwsbrieven kunnen gekoppeld worden aan een intranet of internet. Hierdoor kunnen bezoekers altijd de laatste versie van de nieuwsbrief bekijken en zich er eventueel op abonneren.

Veranderende rol

Met het ontstaan van deze nieuwe toepassingen komt de veranderende rol van bibliothecaris naar redacteur steeds duidelijker naar voren. De bibliothecaris kent immers zijn gebruikers en kent hun informatiebehoefte. Door op te treden als redacteur wordt nieuws gefilterd en waar nodig van commentaar of extra informatie voorzien. Hiermee wordt de toegevoegde waarde van de bibliothecaris en documentalist vergroot wat uiteindelijk kan resulteren in een versterkte positie binnen de organisatie.

Kees Westerkamp is adviseur bij Reekx, adviseurs en dienstverleners in informatievoorziening.

Facto magazine - Nr 5 –Mei 2004, p.32-33

