

# VTM Nieuwsporaal

**Studiegebied**

Industriële Wetenschappen en  
Technologie

**Opleiding**

Elektronica

**Optie**

Multimedia en  
Informatietechnologie

**Academiejaar**

2004-2005

**Eindwerk**

**Jurgen Dedeckere**

# VOORWOORD

Met deze thesis wil ik bewijzen dat een nieuwsportaal een haalbare kaart is voor een commercieel multimediabedrijf als de Vlaamse Media Maatschappij. Ik heb deze stelling en het voorgaande onderzoek echter nooit kunnen bekrachtigen zonder de hulp van heel wat mensen.

Graag zou ik van mijn voorwoord gebruik willen maken om deze te bedanken. Eerst en vooral is er natuurlijk Hogeschool West-Vlaanderen, het departement PIH en zijn docenten in het bijzonder voor de uitstekende opleiding en ondersteuning tijdens het uitvoeren van mijn eindwerk.

Daarnaast zou ik ook Paratel, de dochter van de Vlaamse Media Maatschappij die dit eindwerk onder haar hoede nam, willen bedanken om dit eindwerk mogelijk te maken. Ook wil ik de werknemers bedanken voor hun samenwerking, hulp en ondersteuning.

Natuurlijk gaat mijn dank ook uit naar de Vlaamse Media Maatschappij zelf, met de nieuwsdienst in het bijzonder, voor hun medewerking en sturing. Het is door hun doorzettingsvermogen en geloof in dit project dat dit uiteindelijk heeft kunnen slagen.

Uiteraard wil ik ook de twee stagairs bedanken die aan dit project hebben meegewerkt, en de twee promotoren die te allen tijde achter het project zijn blijven staan. Zonder deze mensen was dit eindwerk zeker niet geworden wat het nu is.

# INHOUDSTAFEL

<b>1</b>	<b>INLEIDING .....</b>	<b>8</b>
	<b>1.1</b> <i>het idee .....</i>	<b>9</b>
	<b>1.2</b> <i>de problematiek.....</i>	<b>11</b>
	<b>1.3</b> <i>de definitie.....</i>	<b>12</b>
<b>2</b>	<b>SITUERING.....</b>	<b>14</b>
	<b>2.1</b> <i>de zender .....</i>	<b>15</b>
	2.1.1 Historiek.....	15
	2.1.2 Heden.....	16
	2.1.3 Tegenhangers.....	17
	<b>2.2</b> <i>de nieuwsdienst .....</i>	<b>18</b>
	2.2.1 Evolutie.....	18
	2.2.2 Het NIEUWS .....	20
	<b>2.3</b> <i>de dochter .....</i>	<b>21</b>
	2.3.1 Bedrijf in beweging.....	21
	2.3.2 Organigram .....	22
	2.3.3 Sales .....	22
	2.3.4 Office .....	23
	2.3.5 Interactive .....	24
	2.3.6 Content.....	25

---

3	EERSTE FASE .....	26
3.1	<i>de verkenning</i> .....	27
3.2	<i>de weg van het nieuws</i> .....	29
3.2.1	Teletekst .....	29
3.2.2	Televisie.....	30
3.3	<i>het commercieel belang</i> .....	32
3.4	<i>de redactionele onafhankelijkheid</i> .....	34
3.5	<i>het voorstel</i> .....	36
3.6	<i>het concept</i> .....	38
3.6.1	De website .....	38
3.6.2	De eerste paragraaf .....	40
3.6.3	Brekend nieuws .....	40
3.6.4	Tekstuele versie.....	41
3.6.5	Redactieadministratie.....	41
3.6.6	Detailscherm.....	42
3.7	<i>idtv</i> .....	44
3.8	<i>het ontwikkelmodel</i> .....	46
3.9	<i>het bezoekgedrag</i> .....	48
3.9.1	Totale hits per uur.....	48
3.9.2	Gescheiden hits per uur .....	49
3.9.3	Hits per uitzending .....	49
3.10	<i>de kosten</i> .....	50
3.10.1	Ontwikkelingskost .....	50

---

	3.10.2	Redactionele ondersteuning .....	50
	3.10.3	Technische ondersteuning .....	51
	3.10.4	Technologische voorziening.....	52
4		<b>TWEEDE FASE .....</b>	<b>54</b>
	4.1	<i>de voorbereidingen.....</i>	<i>55</i>
	4.1.1	Samenvattend verslag .....	55
	4.1.2	Zoeken van de bètatesters .....	55
	4.1.3	Werksite nieuwsporaal.info .....	56
	4.1.4	Functionele analyse .....	56
	4.1.5	Planning .....	57
	4.1.6	Taakopdeling .....	57
	4.2	<i>de methodiek .....</i>	<i>58</i>
	4.3	<i>de technologische keuzes .....</i>	<i>60</i>
	4.3.1	Streaming .....	60
	4.3.2	Redactieadministratie.....	60
	4.3.3	Content Storage en Management.....	61
	4.4	<i>de gebruiksvriendelijkheid .....</i>	<i>62</i>
	4.5	<i>de begeleiding .....</i>	<i>64</i>
	4.6	<i>het product.....</i>	<i>65</i>
	4.6.1	Redactieadministratie.....	65
	4.6.2	Website.....	70
	4.7	<i>de afronding .....</i>	<i>71</i>
5		<b>BESLUIT .....</b>	<b>72</b>

# FIGURENLIJST

Figuur 2-1: Organigram Paratel .....	22
Figuur 2-2: Gegevensstroomdiagram Paratel.....	23
Figuur 2-3: Bedrijfseenheid 'Interactive' Paratel .....	24
Figuur 3-1: Schets van suggestief ontwerp .....	36
Figuur 3-2: Voorontwerp van de website .....	39
Figuur 3-3: Voorontwerp van de website, brekend nieuws .....	40
Figuur 3-4: Redactieadministratie, hoofdscherm.....	41
Figuur 3-5: Redactieadministratie, detailscherm .....	42
Figuur 3-6: Ideaal werkmodel .....	46
Figuur 3-7: Aangepast werkmodel .....	47
Figuur 3-8: Totale hits per uur .....	48
Figuur 3-9: Gescheiden hits per uur .....	49
Figuur 3-10: Hits per uitzending .....	49
Figuur 4-1: Werksite nieuwsporaal.info.....	56
Figuur 4-2: Klassiek watervalmodel .....	58
Figuur 4-3: Iteratief ontwikkelingsmodel .....	59
Figuur 4-4: Voorbeeld van alfatest .....	62
Figuur 4-5: Nieuwsporaal - Inloggen.....	65
Figuur 4-6: Nieuwsporaal - Hoofscherm.....	66

---

Figuur 4-7: Nieuwsportal - Videobewerking.....	66
Figuur 4-8: Nieuwsportal - Detailscherm .....	67
Figuur 4-9: Nieuwsportal - Document Invoegen .....	68
Figuur 4-10: Nieuwsportal - Foto's Toevoegen.....	69
Figuur 4-11: Nieuwsportal - Exporteermodule.....	69
Figuur 4-12: Nieuwsportal - Website .....	70

# 1 INLEIDING



## 1.1 *het idee*

*"Waarom maak je niet eens een vrtnieuws.net voor VTM?"*

*Krijn Jonckheere, Content Manager Interactive van de Vlaamse Media Maatschappij*

Deze terloopse vraag van Krijn Jonckheere was het onhoorbare startschot van het eindwerk dat nu onder de vorm van een thesisverhandeling in uw handen ligt. Een schijnbaar luchtige opmerking, grappig in zijn vorm, maar toch erg typerend en gevoelig door vermelding van de nieuwssite van de openbare omroep.

De vraag van Krijn was de eerste aanduiding dat het concept een verborgen droom was van het bedrijf, een idee die al een tijdje rondspookte, maar nooit echt een uitvoering had gevonden. Yannic Beckers, algemeen directeur van Paratel NV, bevestigde dat vermoeden even later. Een nieuwsportaal is mooi, maar het kost ook enorm veel.

Er werden in elk geval niet veel doekjes omgewonden: De missie van commerciële bedrijven als de Vlaamse Media Maatschappij en Paratel, ligt net iets anders dan de missie van een openbare omroep. Een stelling die tegenwoordig in zijn effectiviteit kan betwist worden, maar toch een heel ander perspectief legt op de beginquote. Een exacte kopie van de VRT nieuwssite is niet alleen overbodig en oninteressant, het is ook simpelweg niet mogelijk omdat een commerciële omroep nu eenmaal niet de budgetten heeft waar de andere kan over beschikken.

Het voorstel van Krijn was dan, naast de eerste keer, direct ook de laatste keer dat een idealiserende vergelijking gemaakt werd met vrtnieuws.net. Vanaf dan werd deze website een voorbeeld hoe het net niet aangepakt moet worden, en werd er gezocht naar de manier waarop het wel kon. Vanaf dan werd er gezocht naar een manier om een meerwaarde te bieden, een concurrentieel voordeel te vinden ten opzichte van elke andere nieuwssite.

Een moeilijke taak, geen twijfel daarover, maar zeker niet onmogelijk. Toch werd al gauw duidelijk dat de klus niet alleen ging kunnen geklaard worden. Voor het eindwerk was één dag per week voorzien, en dat is lang niet voldoende om de praktische kant van de zaak te beschouwen door middel van een werkend prototype. In principe was een puur theoretisch eindwerk mogelijk, kon een prospectief onderzoek uitgevoerd worden naar de mogelijkheden van een nieuwsportal binnen de VMMA. De bruikbaarheid en toepassingsmogelijkheden van zo'n eindwerk zijn echter veel te beperkt om enige waarde te hebben. Daarom werd besloten om samen te werken met twee stagairs van de professionele bachelor 'Multimedia en Communicatietechnologie', zodat we op het einde van de rit daadwerkelijk een werkend voorbeeld konden afleveren. Naast het onderzoeksgedeelte kreeg het eindwerk dus ook een projectleidend aspect.

We kunnen de thesis opsplitsen in twee delen. In een eerste fase werden de mogelijkheden van een nieuwsportal afgetast. Er werd in kaart gebracht wat de stand van zaken is, en wat de noden zijn. Opportuniteiten en beperkingen kwamen hierbij aan het licht. Op basis hiervan werd een concept uitgedacht, die verder bijgestuurd en uitgebreid werd tot een realistisch project

In de tweede fase kwam het uitvoerende gedeelte aan bod. In samenwerking met Gunter en Jeroen, twee eindejaarsstudenten bachelor Multimedia en Communicatietechnologie, zorgden we voor een volledig werkend prototype. Hetgeen in de eerste fase uitgestippeld was op papier, kreeg door hun medewerking een tastbare vorm.

## 1.2 de problematiek

*“We spreken hier inderdaad over héél veel geld”*

*Yannic Beckers, Algemeen Directeur Paratel NV*

Men kan zich de vraag stellen waarom de Vlaamse Media Maatschappij niet eerder met een multimediale nieuwssite over de brug kwam. In november 1998 werd de website vtm.be gelanceerd. Hierop was toen al een nieuwsgedeelte aanwezig waar men, naast het lezen van korte nieuwsberichten, de mogelijkheid had om het nieuws integraal te bekijken. “VTM was de eerste Europese zender die zijn nieuws integraal de wereld rondstuurde via het Internet” (Krijn Jonckheere). Daarnaast waren er de tekstberichten, die eigenlijk duplicaten waren van het nieuws dat op teletekst verscheen. Deze berichten en de on demand webstream hadden echter geen enkele verbinding met elkaar. De behandelde onderwerpen konden zelfs totaal verschillend zijn.

De mogelijkheid om uitzendingen on line te herbekijken was erg populair. Ook door veel Belgen in het buitenland was dit een van de weinige mogelijkheden om op de hoogte te blijven van het reilen en zeilen in België. Aangezien de uitzendingen in hun geheel on line werden geplaatst, en dit meestal zelfs automatisch gebeurde, waren de kosten hiervoor erg beperkt.

Tegenwoordig, bijna zeven jaar later, wordt nog altijd hetzelfde systeem gebruikt. Nog steeds kunnen nieuwsuitzendingen herbekeken worden, en zijn er korte nieuwsberichten. De toenemende populariteit kreeg echter een terugval sinds 2002. Plots rezen de nieuwssites, voornamelijk gedreven door de schrijvende pers, als paddenstoelen uit de grond. Toen op 15 april 2003 de nieuwsportal van de openbare omroep gelanceerd werd onder de naam vrtnieuws.net, was het hek helemaal van de dam. De Vlaamse Media Maatschappij had hierop niet gereageerd, en gaf ook niet te kennen dat ze dat van plan was.

De voornaamste redenen waarom de VMMA niet op die kar was gesprongen of niet het voortouw had genomen zoals ze dat met vele andere technologieën deed, worden verder in deze thesisverhandeling behandeld. Vast staat dat het met meer dan louter de kostprijs te maken had. Het had ook te maken met een combinatie van tijd, werkkrachten en strategische beslissingen. Al hoeft het niet onder stoelen of banken geschoven te worden, dat de kostprijs een voorname rol heeft gespeeld.

## 1.3 *de definitie*

*“Een snelle en overzichtelijke toegang tot het nieuws van de dag, waarbij er meer informatie kan opgevraagd worden over een bepaald onderwerp.”*

Vooraleer we van start gaan met het maken van concepten en voorstellen, is het raadzaam om even stil te staan bij de betekenis achter de term nieuwsporaal. Het woord is nieuw, en komt ook niet voor in het Van Dale Woordenboek hedendaags Nederlands. Dit geeft ons de vrijheid om een eigen betekenis aan het woord te geven, en verplicht enigszins om tenminste te beduiden wat we met de term bedoelen in deze thesis.

Eerst en vooral kunnen we de term opsplitsen in twee woorden, die afzonderlijk wél voorkomen in het woordenboek: ‘*nieuws*’ en ‘*portaal*’. Het woord ‘*nieuws*’ spreekt voor zich. Volgens Van Dale is dit enerzijds “bericht of berichten over iets dat nog onbekend was”, anderzijds “radio- of tv-uitzending waarin actuele berichten worden verspreid”. Het woord ‘*portaal*’ heeft echter binnen de context van deze thesis een niet zo voor de hand liggende betekenis:

“*por-taal* *het ~, ~talen* 1 grote deurnis aan de ingang van een gebouw 2 overloop, brede gang op een verdieping 3 poortvormige constructie voor bovenleidingen, stoplichten.”  
*Van Dale Woordenboek hedendaags Nederlands*<sup>[01]</sup>.

Wanneer we echter de Engelse vertaling ‘*portal*’ opzoeken in The American Heritage Dictionary of the English Language<sup>[02]</sup>, ontdekken we een meer relevante betekenis: “A website considered as an entry point to other websites, often by being or providing access to a search engine.” Een website dus, die als een startpagina kan worden beschouwd en van waaruit een gebruiker vertrekt vooraleer hij naar andere websites gaat.

De woorden nieuwsporaal en newsportal werden in geen enkel woordenboek teruggevonden. De termen worden echter wel erg vaak gebruikt. Een zoekactie op de website Google.be gaf circa 22.000 resultaten terug voor ‘nieuwsporaal’, en vond zelfs meer dan 1.200.000 websites voor de engelse term ‘newsportal’. Na een uitgebreide evaluatie van een representatief deel van deze resultaten, waarbij werd nagegaan welke betekenis de term had op de betreffende website, pretenderen we de term nieuwsporaal als volgt te kunnen verklaren:

“Een website die mensen als startpagina instellen om snel en overzichtelijk toegang te krijgen tot het nieuws van de dag, en waarbij ze meer informatie kunnen opvragen over een onderwerp dat hen interesseert.”

Merk echter op dat deze omschrijving in de toekomst kan uitbreiden naar andere media zoals interactieve digitale televisie en mobiel internet, wanneer deze de gangbaarheid van het Internet zullen bijlopen. Dit is eerder een voorspelling dan een vaststelling, maar wel een waar rekening mee gehouden moet worden. Daarom werd dan ook, zoals we verder in deze verhandeling zullen lezen, besloten om binnen de thesisverhandeling een meer generieke betekenis aan de term ‘nieuwsportal’ te geven.

Bij het weglaten van de specifieke toepassing van de nieuwskorf op Internet krijgen we volgende omschrijving van de term:

*“Een snelle en overzichtelijke toegang tot het nieuws van de dag, waarbij er meer informatie kan opgevraagd worden over een bepaald onderwerp.”*

Het is ook deze omschrijving die we verder in deze thesisverhandeling zullen hanteren om na te gaan of een nieuwsportal al dan niet een haalbare kaart is voor de Vlaamse Media Maatschappij. Wanneer verder de term ‘nieuwsportal’ wordt gebruikt, zal doorgaans ook deze betekenis bedoeld worden.

## **2 SITUERING**

## 2.1 *de zender*

*“Mike en Guido hebben de auto gebouwd. Nu rijden er anderen mee.”*

*Dany Verstraeten, Presentator en nieuwsanker*

### 2.1.1 Historiek

Op 27 oktober 1987 wordt VTM, de Vlaamse Televisie Maatschappij, door Jan Merckx opgericht en samengesteld uit negen uitgevershuizen. De goedkeuring van de nationale wet op televisiereclame en het ‘Vlaams Kabeldecreet’ verleenden de VTM een zendvergunning van 18 jaar, een monopolie op de inkomsten uit reclame en sponsoring, en een verzekerde vertegenwoordiging van persuitgeverijen. VTM zou een volwaardig station worden met dagelijkse nieuwsberichtgeving, en met aandacht voor Vlaamse producties in het programma-aanbod.

De eerste uitzending van de Vlaamse commerciële zender VTM vond plaats op 1 februari 1989 als een grote openingsshow vanuit het Kursaal van Oostende. Ook was er die dag het eerste VTM-nieuws, gepresenteerd door Dany Verstraeten en Nadine Desloovere. De VTM nam al vanaf de eerste dag de marktleiderpositie van de openbare omroep over. De filosofie was om een zender van bij ons voor mensen van bij ons te zijn, wat zich vertaalde in de slogan “VTM kleurt je dag”.

Voorname­lijk door de slapende reus aan de overkant, kende VTM een onklopbaar succes in de vroege jaren negentig. Het werd al vlug duidelijk dat de formule van de Vlaamse Televisie Maatschappij aansloeg als een bom, en er werden die eerste jaren ook miljoenenwinsten geboekt. De VTM was jong, innovatief, en had een monopolie op de inkomsten uit reclame en sponsoring. Een situatie die uiteraard niet kon blijven duren: in 1995 kwam VT4 op de proppen. Deze nieuwe zender kon het reclamemonopolie omzeilen door uit te zenden vanuit het buitenland. Daarbij zorgde de plotse verhoging van het aantal beschikbare televisiekanalen op de kabel al vlug voor een grote hap in het marktaandeel van VTM.

Om de eerder verworven 40% van de televisiemarkt veilig te stellen, werd op 30 januari 1995 (twee dagen eerder dan VT4), Ka2 opgestart. Deze tweede zender van de Vlaamse Televisie Maatschappij die oorspronkelijk als highbrow nichezender bedoeld was, kreeg een aantal imago- en naamsveranderingen, zoekend naar een budgettaire interessante doelgroep. In 1996 werd Ka2 omgedoopt tot Kanaal2 waarbij het een jongere doelgroep moest aanspreken, in 2002 werd het tenslotte KANAALTWEE.

In 1999 werd de Vlaamse Media Maatschappij (VMMa) opgericht. Er waren ondertussen nog twee aandeelhouders overgebleven, De Persgroep en Roularta, die nog steeds elk 50% van de aandelen in bezit hebben. De zender begon na enkele jaren van ernstig boekhoudkundig verlies terug winsten te maken, waardoor er een marge voor investeringen ontstond. Dit uitte zich in een aantal belangrijke beslissingen.

Zo worden er bijvoorbeeld twee radioketens overgenomen (TOPradio en Radio Mango), haalt de VMMa het dure maar bijzonder succesvolle Big Brother binnen, en wordt samen met Studio100 het pretpark Plopsaland opgericht in Adinkerke.

Twee jaar later, in 2001, wordt JIMtv opgestart, een zender gericht op de leeftijdsgroep tussen 15 en 25 jaar, en ziet Q-music het levenslicht, het 'eigen' radiostation van de VMMa. Nog enkele jaren later worden TOPradio en Radio Mango terug afgestoten, waardoor Q-music meteen ook het enige VMMa radiostation wordt.

Ook de laatste tijd kent de VMMa een enorme evolutie. In het voorjaar van 2003 stapt de VMMa, samen met de VRT en SBS Belgium, in het project 'Vlaanderen Interactief'. Dit project wordt begeleid door Telenet en zal proberen om digitale televisie in de woonkamers te krijgen. Een jaar later, in 2004, verandert de VTM voor het eerst sinds zijn bestaan ingrijpend van logo, en werd de huisstijl aangepast. In 2005 tenslotte werden de aandelen van Plopsaland aan Studio100 verkocht.

### 2.1.2 Heden

Tegenwoordig ziet de VMMa er als volgt uit: Er zijn twee aandeelhouders, Roularta en de Persgroep, die elk 50 procent van de aandelen in handen hebben. Binnen de Vlaamse Media Maatschappij op zich onderscheiden we 3 business units, namelijk VMMtv, VMMradio, VMM Line Extensions, en dochter Paratel.

De regie van radio en televisie gebeurt gescheiden. Eerst zijn er de drie televisiezenders: VTM, KANAALTWEE en JIMtv. Deze zijn gebundeld onder de noemer VMMtv. Onder VMMradio verstaan we Q-music, het enige radiostation van de Vlaamse Media Maatschappij. Gescheiden van die twee is er 'Line Extensions', die zich bezighoudt met merkgebonden acties, events en merchandisingactiviteiten van de VMMa. Tenslotte hebben we Paratel. Deze laatste wordt verder in deze verhandeling nog toegelicht.



Zowel de radioafdeling als de televisieafdeling hebben elk een onafhankelijke nieuwsredactie. De nieuwsredactie voor televisie krijgt binnen deze verhandeling een eigen hoofdstuk, daar zij een belangrijke partner is binnen dit eindwerk.

De radioredactie werd opgericht in 1998, bij de overname van de radioketen TOPradio. In 2004 heeft ze de krachten gebundeld met de nieuwsredactie van het radiostation 4FM, en samen verzorgen zij vanuit het gebouw van nieuwsagentschap Belga het Belga Audio Nieuws. Concreet gezien is dit het nieuws voor Q-music, 4FM en een 300 lokale of regionale radiostations. Doordat de radioredactie andere bronnen heeft en een relatief gescheiden bestaan leeft, kunnen er soms nog wel eens inhoudelijke verschillen zijn. In grote lijnen werken beide redacties echter op dezelfde golflengte. Het is overigens ook deze redactie die tegenwoordig het nieuws op teletekst verzorgt, en als gevolg daarvan ook het nieuws op de vtm.be website

### 2.1.3 Tegenhangers

Het valt op dat de VMMA een groot deel van de Vlaamse televisiezenders in handen heeft. Enkele belangrijke tegenhangers zijn VT4 van SBS Belgium, en één en Canvas/Ketnet van de VRT. Daarnaast zijn nog enkele bijrollen gereserveerd voor nichezenders, maar deze kunnen wegens hun beperkte aandeel in de televisiemarkt niet als directe concurrenten beschouwd worden.

De VMMA is grotendeels afhankelijk van reclame-inkomsten en daardoor is het gedrag van de concurrenten uiterst belangrijk in de strategiebepalingen van de verschillende televisiezenders. De strijd om de kijkcijfers is zodoende geen obsessie, maar noodzakelijk om te overleven.

## 2.2 de nieuwsdienst

*“Onze grootste droom was om VTM te ontwikkelen tot een volwaardige nieuwsdrager.”*

*Piet Deslé, Hoofdredacteur VMMA radionieuws en één van de VTM-pioniers*

### 2.2.1 Evolutie

Professor Erik Dejonghe vertelde op 18 december 2004, tijdens een studiedag over digitale televisie, dat de nieuwsdienst altijd de grote drijvende motor achter de Vlaamse Media Maatschappij is geweest. Het is volgens hem zelfs de grootste bestaansreden van de commerciële zender. In de jaren tachtig ontstond het besef dat televisie als nieuwsmedium op dat moment totaal niet binnen zijn capaciteiten gebruikt werd. Door zijn monopoliepositie was de openbare omroep op het gebied van televisienieuws in een diepe slaap gevallen en was de innovatie ver te zoeken. Zelfs de objectiviteit werd op een gegeven moment in vraag getrokken.

Hierdoor kwam vanuit de politiek, voornamelijk van Paula D'Hondt en Wilfried Martens, een sterke impuls om het monopolie te doorbreken en een commerciële omroep op te richten. Ted Heath, ex-premier van Groot-Brittannië, zei ooit: *“Als je iets wil begrijpen van Groot-Brittannië moet je niet alleen naar de BBC kijken, maar ook naar de privé-zender ITV; die is zo mogelijk nog objectiever.”* Het oprichten van een privé zender in Vlaanderen, moest dus de objectiviteit van het algemene televisienieuws ten goede komen<sup>[03]</sup>.

Hetzelfde verhaal hoorde ik van Piet Deslé, hoofdredacteur van het VMMA radionieuws: Televisie was té traag en té elitair. *“TV-journalistiek hoeft intrinsiek niet anders te zijn dan radio- of krantenverslaggeving,”* vindt hij, en dat was ook de gemeenschappelijke drive voor de prille VTM-redactie. Vele redacteurs kwamen dan ook van bij de kranten en van de nationale en regionale radioredacties. Hierdoor hadden zij een grote voeling met primeurs, het belang om als eerste een bericht te brengen. Bij de openbare omroep was het meestal zo dat berichten eerst in de kranten stonden, en daarna pas behandeld werden op televisie. Dit had een zekere frustratie opgewekt bij vele van de overgestapte radioredacteurs.

*“De wetstraat is de enige straat in Vlaanderen niet”* en *“De kijker wil een dicht-bij-mijn-bed-show”* waren de twee uitgangspunten bij de start van het VTM-nieuws. Het zou de ‘leemtes’ van het BRT-journaal opvullen voor het grote publiek. In het begin was het echter nog zoeken wat die leemtes effectief waren, en hoe ze ingevuld konden worden.

Volgens Jan Schodts, de toenmalige hoofdredacteur, lagen de leemtes vooral bij lichte onderwerpen. Hierbij werd vaak de nieuwswaarde van de onderwerpen uit het oog verloren. Zo kwam het dat de eerste nieuwsuitzending opende met een uitsmijter over een tomatenveiling. Hierdoor kreeg het VTM-nieuws al direct een slechte reputatie, die ze jaren met zich heeft meegesleept.

Wanneer het VTM-nieuws echter van zijn oorspronkelijke uitgangspunten begon af te wijken, en ook het buitenlands nieuws als een belangrijke troef ging beschouwen, werd duidelijk dat de VTM op technologisch vlak durfde innoveren. Als een van de eerste Europese televisiezenders kocht de zender vier volledig uitgeruste Satellite News Gathering wagens. Voormalig hoofdredacteur BRT-televisie Kris Borms reageerde smalend op deze aankoop, maar al vlug bleek dat de VTM door de inschakeling van satellietverbindingen een grote stap voor was op de openbare omroep die nog met aards lijnennetwerk werkte.

Doordat de VTM een volledige satelliettransponder huurde, gaf dit de mogelijkheid om deze met andere stations te delen. Hierdoor werd een consortium opgezet met enkele belangrijke stations in de USA (CBS), Groot-Brittannië (Sky News), Duitsland (RTL+) en Japan (TBS). Dit maakte niet alleen commerciële contacten mogelijk, maar ook redactionele. Toen de volledige groep van RTL-stations mee in het consortium stapten, kreeg de vereniging de naam ENEX, European News Exchange.

Met de slogan “Nieuws als het er is” wakkerde de vtm-nieuwsredactie het gevoel voor primeurs sterker aan. Ze introduceerde het begrip ‘Breaking News’ op de Vlaamse televisiemarkt, en deinsde er niet voor terug om de programmering hiervoor te onderbreken. In 1991 introduceerde VTM het middagnieuws, een niet voor de hand liggende beslissing, daar de kijkcijfers hiervoor in de beginjaren erg tegenvielen. Ondertussen is het middagnieuws een gevestigde waarde geworden. De openbare omroep volgde in 1997.

Vanaf de beginjaren maakte de nieuwsredactie ook spraakmakende magazines. Zo is Telefacts uitgegroeid tot een eigentijds programma dat kort op de actualiteit inspeelt. Jambers was ver op zijn tijd voor bij het brengen van baanbrekende human interest reportages over eigentijdse problemen, en voor een zeer breed publiek.

De volledige evolutie van het vtm-nieuws heeft één rode draad, die we bij alle stappen terugvinden: Het nieuws proberen populair te maken.

### 2.2.2 Het NIEUWS

Op 1 september 2003 stapte Stef Wauters over van VRT naar VTM. Hij werd er hoofdredacteur van het VTM-nieuws, samen met Eric Goens. Eerder maakte Stef Wauters deel uit van een geïsoleerde cel die het Journaal van de openbare omroep een verjongingskuur moest geven. Nu deze taak voltooid was, voelde hij zich klaar voor een nieuwe uitdaging: Het VTM-nieuws een nieuw elan geven. Eric Goens was vroeger redacteur van het weekblad HUMO, en daarna naast Bart De Poot hoofdredacteur van het duidingsprogramma “Telefacts”.

Stef Wauters zou naast zijn taak als hoofdredacteur ook nieuwsanker worden. Dit was echter een van de minst ingrijpende veranderingen die ze voor het VTM-nieuws in petto hadden. De volledige stijl werd aangepast. De studio werd heringericht: er kwam onder andere een gigantische videowall en ook het decor kreeg een volledige restyling. “Weg met dat outerwetse blauwe nineties-decor”<sup>[04]</sup> vond Stef Wauters.

De naam veranderde van VTM-nieuws naar “Het NIEUWS”. Een merknaam die de nieuwe hoofdredactie wou uitspelen. Het NIEUWS werd minder hard, minder zuur. “Toen ik naar VTM overstapte, hebben we een week lang, met een hele ploeg heel nauwkeurig het VTM-nieuws geanalyseerd. Wel, we vonden dat zelf beangstigend! Het bloed droop bij wijze van spreken van het scherm.”<sup>[04]</sup> Aldus Stef Wauters.

“Daarom willen we tegengif bieden: ook positieve verhalen brengen, zodat onze kijkers een genuanceerd beeld krijgen van Vlaanderen.”<sup>[04]</sup> De omverwerping van de vormgeving, het stopzetten van de duo-presentatie, het nieuwe ritme van de uitzending, ... dat waren allemaal vormelijke aanpassingen. De inhoudelijke aanpassingen waren echter veel ingrijpender volgens de hoofdredactie, én de reden waarom de populariteit van Het NIEUWS zich in stijgende lijn voortzet.

## 2.3 de dochter

*“Volgende week kun je opnieuw beginnen, want Paratel is een bedrijf dat voortdurend in evolutie is.”*

*Sandra Snelders, Content Manager Paratel, over het organigram.*

### 2.3.1 Bedrijf in beweging

Paratel werd op 1 mei 1994 opgericht als een joint venture tussen de Vlaamse Media Maatschappij (51%), Belgacom (27%) en Tijd Electronic Services (22%). Op 4 september 2002 werd Paratel een 100% dochteronderneming van de Vlaamse Media Maatschappij, om op 1 januari 2004 samen te smelten met de afdeling ‘Nieuwe Media’ van datzelfde bedrijf. Paratel bleef hierbij een 100% dochteronderneming van de VMMA, maar het aantal manschappen bij Paratel heeft zich bij deze samensmelting bijna verdubbeld. Bij deze hervorming is er een volledig nieuwe bedrijfsstructuur ontstaan.

In de beginjaren was IVR, Interactive Voice Respons, de voornaamste activiteit van Paratel. Interactive Voice Respons is een telecommunicatiesysteem dat gebruik maakt van een database van tevoren ingesproken berichten, om een gebruiker verschillende opties aan te bieden. Meestal wordt hiervoor de telefoonlijn gebruikt. Interactie met de gebruiker gebeurt meestal door middel van de toetsen op het telefoontoestel. Door het drukken op de toetsen worden DTMF-tonen (Dual Tone Multi Frequency) gevormd die het systeem kan interpreteren en waardoor de keuze van de gebruiker achterhaald kan worden.

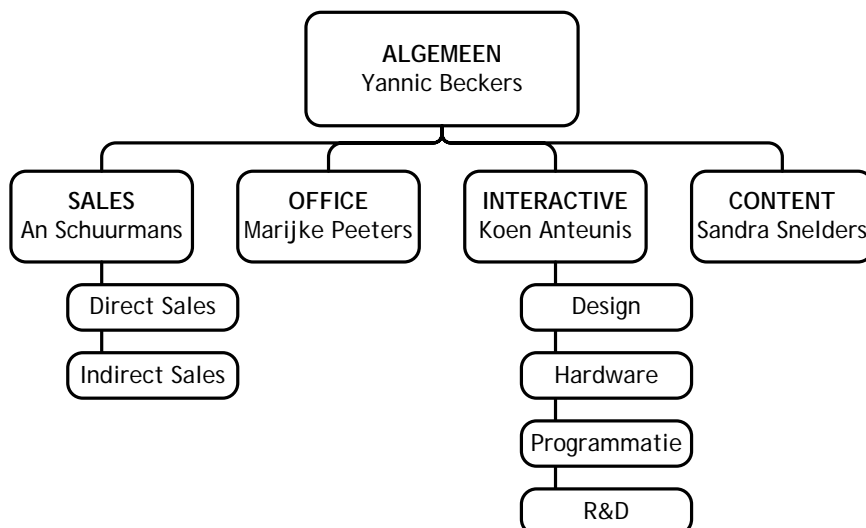
Later, bij de opkomst van mobiele telefonie, spitst Paratel zich ook toe op het ontwikkelen en exploiteren van SMS applicaties. In 2000 wil Paratel zich meer gaan toeleggen op zijn kernactiviteiten, dit door onder andere zijn callcenter te verkopen aan IP Globalnet. Naarmate Internet ruimer verspreid raakte, verkende Paratel ook de markt van het maken van webtoepassingen.

Paratel is een bedrijf dat kort op nieuwe technologieën inspeelt, en hiervan zelfs een handelsmerk maakt. Het is dan ook niet meer dan logisch dat ze in 2004, ondertussen al twee jaar volledige dochter van de VMMA, samensmelt met de afdeling “Nieuwe Media”. Hierdoor kwamen ook de websites en de teleteksten van de Vlaamse Media Maatschappij onder de bevoegdheid van Paratel.

### 2.3.2 Organigram

Aan het hoofd van Paratel staat Algemeen Directeur Yannic Beckers. Hij wordt bijgestaan door zijn Directieassistente Nancy Daelemans.

Paratel bestaat verder uit 4 bedrijfseenheden, zoals geschetst in onderstaand organigram. We willen er op wijzen dat het bedrijf voortdurend in beweging is, en dat de voorgestelde structuur hierdoor slechts een momentopname is.



*Figuur 2-1: Organigram Paratel*

### 2.3.3 Sales

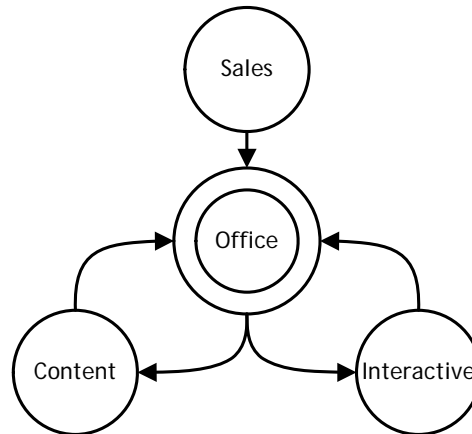
Alles begint bij 'Sales', de verkoopsafdeling van Paratel. Hier worden klanten benaderd en projecten verkocht. Onder Sales Manager An Schuurmans werken een 7-tal werknemers.

Er wordt een onderscheid gemaakt tussen Direct Sales en Indirect Sales. Deze scheiding is historisch gegroeid. Indirect Sales, ook wel 'regie', is immers in grote lijnen de portefeuille die vroeger in handen was van de afdeling 'Nieuwe Media' voor deze samensmolt met Paratel in 2004. Ze omvat de commercialisering van zowel alle websites als van alle teleteksten van de VMMA.

De Direct Sales, 'interactive' genoemd, is een grotere brok. Hierbij hoort de verkoop van interactieve applicaties voor zowel vaste telefonie (IVR), als voor mobiele telefonie. Bij deze laatste denken we aan SMS, MMS en LBS. Daarnaast behandelen zij ook het verkopen van nieuwe websites, en in de toekomst zal ook het commerciële aspect van iDTV bij de Direct Sales thuishoren.

### 2.3.4 Office

Marijke Peeters, Office & Account Manager, werpt een ander licht op de bedrijfsstructuur van Paratel. Dit doet ze aan de hand van onderstaande vloeddiagram. Het illustreert de weg die een project aflegt vanaf de verkoop tot de aflevering ervan.

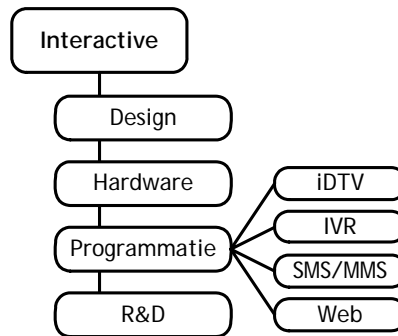


*Figuur 2-2: Gegevensstroomdiagram Paratel*

Nadat een binnengereven project door de verkopers is vastgelegd, wordt dit doorgegeven aan een van de 5 'accounts'. Zij zullen vervolgens dat project van A tot Z afhandelen. Concreet houdt dit in dat zij de planning strikt opvolgen, rapportages maken voor de klant (meestal in de vorm van statistieken), ze zorgen ervoor dat de factuur op tijd betaald wordt, houden de opbrengsten en kosten in de gaten,...

De eenheid 'Office' is een centraal punt binnen de onderneming. De projecten komen binnen vanuit de verkoopsafdeling en Office zorgt vervolgens voor de verdeling van de taken naar 'Content' en 'Interactive'.

### 2.3.5 Interactive



*Figuur 2-3: Bedrijfseenheid 'Interactive' Paratel*

De afdeling 'Interactive' is de grootste bedrijfseenheid van Paratel. Hier werken meer dan twintig medewerkers. Daarom is het ook niet meer dan logisch dat deze nogmaals onderverdeeld wordt in enkele deelgebieden.

Eerst is er 'Design'. Hieronder zitten een vijftal grafisch sterke designers die zich voornamelijk met webdesign bezig houden. De tak 'Hardware' zorgt, zoals de naam het zegt, voor de hardware waarop de interactieve applicaties draaien. De vier medewerkers van deze tak zijn verantwoordelijk voor onder andere de databaseservers als voor de servers die gebruikt worden voor de IVR en SMS toepassingen.

'Programmatie', de interne term voor de mensen die de applicaties programmeren, kan op zijn beurt gesplitst worden in iDTV, IVR, SMS/MMS en Web, daar ook deze verantwoordelijkheden verdeeld zijn. Per onderdeel vinden we gemiddeld een tweetal medewerkers terug, acht in totaal dus. Mark Minnoye is de iDTV ontwikkelaar in dienst, met hem werd nauw samengewerkt om het modulaire karakter van de gemaakte nieuwsportaal te benadrukken.



### 2.3.6 Content

De 'Content'-afdeling zorgt voor de invulling van zowel de websites als van de beheerde teleteksten. Hiervoor is er Content Manager Sandra Snelders en vijf redacteurs die optreden als zogenaamde 'content brokers' en ervoor zorgen dat alle informatie op de juiste plaats komt.

Nele, de sportverantwoordelijke, wordt geruggensteund door een 10-tal freelancers. Samen verzorgen zij de sportinhoud van de teleteksten van VTM en KANAALTWEE. Bij belangrijke sportevenementen zorgen zij ook voor sportverslaggeving op de VTM website. Uitslagen en brekend sportnieuws worden per SMS verstuurd naar de mensen die op deze diensten geabonneerd zijn.

Frieda beheert de 3 teleteksten van VMMA. Zij zorgt ervoor dat alle rubrieken, behalve de sportrubriek en de pagina's die door externe leveranciers worden verzorgd, ingevuld raken. Hierbij krijgt ze hulp van interim Kathy, die voornamelijk de tv-gidsen verzorgt op vtm.text en TEXTTWEE.

Johan is verantwoordelijk voor vtm.be, de website van VTM. Tom tenslotte is coördinator van de websites bij grote internetprojecten. Hierbij denken we aan de tijdelijke maar uiterst succesvolle websites van De Werf, Idool en Star Academy.

## **3 EERSTE FASE**

### 3.1 *de verkenning*

*“The beginning of knowledge is the discovery of something we do not understand.”*

*Frank Herbert<sup>†</sup>, schrijver*

Het is ontzettend moeilijk om zonder enig houvast, startpunt of achtergrond met een project van zekere omvang te beginnen. Zo werd ook het begin van dit eindwerk ervaren. Er was niets, enkel een idee en de medewerking van een (toen nog wildvreemd) bedrijf.

Om enige houvast te krijgen, werd er begonnen met het verkennen van Paratel. Er werd een luchtige doorlichting gedaan om enig inzicht te krijgen in de structuur van het bedrijf. Ook de banden met moedermaatschappij VMMA werden van dichtbij bekeken. Hierdoor werd een globaal zicht bekomen van hoe deze bedrijven onderling met elkaar communiceren en samenwerken.

Al vlug werd duidelijk dat Paratel niet als een onderdeel van de VMMA wordt beschouwd, maar als een losstaand bedrijf. Dit is een tendens die we in vele grote bedrijven terugvinden, en blijkt geeft van een gezonde competitieve houding ten opzichte van hun concurrenten als van hun partners. Interne uitbestedingen gebeuren hierdoor niet excessief en overbodig, maar worden evenzeer en gelijk gefactureerd aan het moeder- of dochterbedrijf. De relatie Paratel - VMMA bestaat uit onderlinge afspraken, wederzijds vertrouwen, en contractuele verbindingen.

De VMMA heeft een exclusiviteitcontract met Paratel. Dit geeft Paratel de mogelijkheid om met andere partners te werken, maar verbindt de Vlaamse Media Maatschappij ertoe om enkel met Paratel te werken. Dit is enerzijds een vreemde situatie, omdat Paratel hierdoor met directe concurrenten van de VMMA samenwerkt, maar het beperkt Paratel hierdoor niet in zijn activiteiten waardoor het zich kan ontplooiën tot de marktleider in hun segment.

De meeste conclusies uit de doorlichting laten we hier wegens hun irrelevantie en bedrijfsgevoeligheid achterwege. Er zijn echter wel een aantal zaken die erg interessant gebleken zijn binnen het kader van het eindwerk. Zo werd onder andere achterhaald welke voordelen Paratel kan hebben bij een nieuwsporaal en kon een algemene situatie geschetst worden hoe Het NIEUWS momenteel op de website verschijnt.

Op deze punten gaan we in de volgende hoofdstukken uitvoerig in. Eerst bespreken we de weg die Het NIEUWS aflegt tot het op de website verschijnt, daarna achterhalen wat het aandeel van Paratel bij deze website is. We zullen lezen dat dit haaks tegen de redactionele onafhankelijkheid van de nieuwsredactie staat, en we bespreken het voorstel en uiteindelijke concept die een consensus van dit alles maakt.

De resultaten van de doorlichting werden achterhaald door gesprekken met Paratel, de VTM nieuwsredactie, de IT-afdeling, en de Belga Audio Nieuws radioredactie.

## 3.2 *de weg van het nieuws*

*“Wij hebben waarschijnlijk het goedkoopste teletekstnieuws ter wereld.”*

*Piet Deslé, Hoofdredacteur VMMA radionieuws en één van de VTM-pioniers*

Al bijna zeven jaar lang kunnen alle uitzendingen van een week integraal on line herbekeken worden en verschijnen er op geregelde tijdstippen gedurende de dag korte tekstberichten op de website van VTM. Om een startpunt te krijgen, is het daarom erg interessant om eens de volledige weg van het nieuws te volgen, van de redacteurs tot het scherm. We zullen merken dat alles zodanig geautomatiseerd is dat er theoretisch gezien geen extra kost bijkomt.

### 3.2.1 Teletekst

De tekstberichten op de website zijn duplicaten van het nieuws dat op teletekst verschijnt. Wanneer nieuwsitems worden toegevoegd op teletekst, worden deze automatisch ook naar de website gestuurd. Het toevoegen van de nieuwsberichten gebeurt door de radioredactie, hiervoor ontvangen zij een compensatie van Paratel. Toen de Q-music radioredactie in 2004 samensmolt met de 4FM radioredactie en naar het gebouw van nieuwsagentschap Belga verhuisde, bleef deze nieuwe redactie de nieuwsberichten voor teletekst en de website verzorgen.

Volgens Piet Deslé (Belga Audio Nieuws) is dit een zeer logische en verstandige situatie. “De berichten die door onze redactie voor het radionieuws worden geschreven, hebben meestal de perfecte lengte om als teletekstberichten gebruikt te worden.” Meestal volstaat het veranderen van enkele woorden om de typische spreektaal naar schrijftaal om te vormen.

De redacteurs halen hun informatie van enkele nieuwsagentschappen. Vooreerst is er vanzelfsprekend moederonderneming Belga, maar daarnaast zijn zij ook aangesloten op AFP, DPA en ANP. Op basis van deze informatie schrijven zij korte nieuwsitems, gemiddeld een vijftal zinnen, die door de redacteur van dienst worden ingelezen. Net voor het uur wordt een selectie naar de aangesloten radiostations en –ketens gestuurd, waar ze automatisch van jingles worden voorzien en uitgezonden worden. 4FM en Q-music krijgen een aangepast radionieuws.

Wanneer de redacteurs het iets rustiger hebben, vlak na het uur bijvoorbeeld, worden de teksten gekopieerd vanuit de software om radionieuws samen te stellen, naar het programma dat Paratel ontwikkelde om het nieuws voor teletekst te beheren. Hierop zien de redacteurs hoe de tekst daadwerkelijk op teletekst zal verschijnen. Speciale tekens moeten verwijderd worden, zinnen ingekort of vervormd, en met een simpele druk op de knop wordt de tekst gepubliceerd.

Zo simpel is deze druk op de knop echter niet. Eerst wordt de tekst via een beveiligde lijn doorgestuurd naar Paratel. Vervolgens wordt ze enerzijds op de website geplaatst, en anderzijds omgezet naar een speciaal formaat dat Plasma3, het systeem om analoge teletekst te beheren, kan inlezen en publiceren.

We merken op dat de tekstberichten, voordat ze op de website verschijnen, eerst onnodig worden afgeslankt en aangepast zodat ze ook op het minder rijke medium teletekst zouden passen. Berichten op de website hebben hierdoor ook geen speciale tekens, zoals trema's en accenten, en vormen soms vreemde constructies, bijvoorbeeld een spatie waar een woordafbreking voor teletekst was voorzien.

Daarnaast wordt duidelijk dat het nieuws op teletekst en op de website eigenlijk een bijkomende taak is. Alhoewel de berichten zeer consistent en geregeld worden vernieuwd, is de prioriteit lager dan voor het radionieuws, en wordt het soms uit het oog verloren wanneer er zich breaking news aanbiedt. De redacteurs zullen dan onverwijld voorrang geven aan het radionieuws, dat is immers hun hoofdtaak.

Tenslotte zal de aandachtige lezer opgemerkt hebben dat het tekstuele nieuws op de website, helemaal niet van de hand van de "Het NIEUWS"-redactie is, maar van de quasi volledig losstaande radioredactie. Het logo en de merknaam van "Het NIEUWS" worden echter wel bij de berichten afgebeeld. We zullen verder lezen dat niet iedereen daar tevreden mee is.

### 3.2.2 Televisie

Voor een nieuwsbericht in een televisie-uitzending van Het NIEUWS wordt opgenomen, heeft het een heel lange weg afgelegd. Het begint allemaal bij de reporters. Zij zijn het die de reportages maken die uitgezonden worden. Op de VTM nieuwsredactie werken er een dertigtal. De eerste komen om zeven uur 's morgens al toe, lezen de kranten, bellen met andere reporters of mensen die misschien nieuws hebben. Zo brengen ze zichzelf op de hoogte van wat er reilt en zeilt in Vlaanderen en de wereld.

Om half tien is er een eerste vergadering. Op die vergadering wordt er al in grote lijnen beslist hoe het nieuws er 's middags en 's avonds zal uitzien. Vervolgens beginnen de reporters met het maken van hun reportages. Sommigen trekken het veld in, andere volgen het nieuws op vanuit de redactie. Het gebeurt echter niet zelden dat de planning van 's morgens volledig in de wind wordt geslagen wanneer gedurende de dag iets belangrijks gebeurt.

De reporters worden uitstekend bijgestaan door een hele horde technici en beeldmonteurs, en kunnen rekenen op mensen die het archief doorworstelen op zoek naar beduidende beelden.

Twee uur voor de uitzending maken de ankers zich al klaar om Het NIEUWS te presenteren. Er zijn nieuwsuitzendingen om één uur 's middags, om kwart voor zes (kort), om zeven uur en tenslotte is er nog een uitzending rond elf uur 's avonds. Alle uitzendingen, met uitzondering van de uitzending om 17h45, worden on line gezet. Het uitzendsysteem zendt een puls uit bij aanvang van de uitzending, waarop een server begint met het encoderen van het binnenkomend videosignaal naar Windows Media. Na afloop wordt het gecreëerde bestand via ftp naar de streaming server gezonden. Als dit gebeurd is, wordt de website geüpdate zodat de video kan bekeken worden door de bezoekers.

Het hele proces van encoding tot het on line zetten van Het NIEUWS gebeurt automatisch en wordt gecontroleerd vanuit de IT-dienst.

We merken op dat voor het plaatsen van Het NIEUWS op de website momenteel geen extra werknemers nodig zijn. Alles gebeurt automatisch en is geïntegreerd in de bestaande processen. Iedere eventuele werknemer die voor de nieuwsportaal in dienst zou worden genomen, kan dus als een volledig nieuwe kost beschouwd worden.

### 3.3 *het commercieel belang*

*“We commercialiseren niet het nieuws, maar wel de moederwebsite.”*

*Wencke Lorber, toenmalige Sales Paratel*

We kunnen ons de vraag stellen wat de belangen zijn van Paratel in het plaatsen en onderhouden van Het NIEUWS op de website. De kosten hiervan worden immers tegenwoordig volledig gedragen door Paratel. Om dit te begrijpen, beschouwen we de overeenkomsten tussen Paratel en de VMMA inzake de websites.

Eerst en vooral krijgt Paratel een vergoeding voor het maken van de websites. Ook ingrijpende veranderingen worden gefactureerd, net als het maken van deelsites voor grote projecten zoals De Werf en Idool. Daarnaast deelt Paratel echter ook in de inkomsten uit reclame op de websites. Paratel heeft de internetregie dan ook sinds kort volledig zelf in handen.

Metingen van het aantal bezoekers worden gedaan door het CIM, het Centrum voor Informatie over de Media, zowel voor het Internet als voor Teletekst. Het CIM is een onafhankelijke vzw met volgende missie:

*“Het CIM stelt zich tot doel zijn leden op permanente en regelmatige basis binnen de kortst mogelijke termijn nauwkeurige en betrouwbare gegevens te leveren die noodzakelijk zijn voor de objectieve weergave en de optimalisering van de reclamebestedingen in België.”*

Metriweb, de aparte tactische internetstudie van het CIM, identificeert een bezoeker door middel van een cookie die op de computer van de gebruiker wordt geïnstalleerd. Hierdoor wordt het surfgedrag van de bezoeker op de betreffende website geanalyseerd. Metingen van het bezoek op teletekst zit vervat in Audimetrie, het kijkcijferonderzoek van de CIM op 1500 gezinnen. Deze gezinnen gelden als representatief voor de Belgische bevolking.

Op basis van deze metingen worden de prijzen voor advertenties bepaald. Paratel heeft dus rechtstreeks belang bij meer bezoekers op de website. Hierdoor wordt er extra moeite geleverd om de inhoud van de websites aantrekkelijk te maken. Een belangrijk element hierin is het aanbieden van nieuws. Door het plaatsen en onderhouden van Het NIEUWS op de vtm.be website, stijgt het aantal bezoekers, waardoor ook de reclameinkomsten verhogen.



Een nieuwsportal geïntegreerd in de vtm.be website met een minimum aan kosten, kan dus een verhoging van de inkomsten betekenen. Paratel heeft het plan om de bezoekers op korte termijn drastisch te verhogen, en in dat oogpunt komt dit project natuurlijk als geroepen.

We merken echter op dat het voor Paratel van fundamenteel belang is dat de nieuwsportal een onderdeel van de bestaande vtm.be website blijft. Een losstaande nieuwsportal lokt immers geen extra bezoekers naar de hoofdwebsite, waardoor het commercieel belang verloren gaat. Integendeel zelfs, de bezoekers die nu voor het nieuws op de website belanden, zouden in dat geval zelfs wegblijven.

### 3.4 *de redactionele onafhankelijkheid*

*“We zijn hier Amerika niet hé.”*

*Eric Goens, hoofdredacteur Het NIEUWS*

Over het commercieel belang van Het NIEUWS heeft de nieuwsdienst uiteraard een heel andere visie. De redactionele onafhankelijkheid is erg belangrijk voor de dienst informatie, en dat lieten ze ook al merken vanaf de eerste toenadering.

Een zelfstandige nieuwssite kan enkel en alleen onder de vleugels van de nieuwsdienst. Het is voor de hoofdredactie ondenkbaar dat er een website zou komen onder het vaandel van Het NIEUWS, waarbij de inhoud door externen wordt verzorgd. Ook over het plaatsen van advertenties op een afgescheiden nieuwsportaal waren ze erg duidelijk, de nieuwsdienst wil een absolute redactionele onafhankelijkheid bewaren.

Om de geloofwaardigheid van Het NIEUWS en de duidingprogramma's te bewaren, draait de dienst informatie al sinds het ontstaan van VTM op budgetten die onafhankelijk zijn van reclame-inkomsten. De informatieve programma's worden ook niet onderbroken door advertentieblokken, de uitzendingen worden niet gesponsord.

De programma's worden uiteraard wel geëvalueerd aan de hand van hun kijkcijfers, maar dit enkel om het nut van continuïteit en de kwaliteit van de inhoud te toetsen. Stef Wauters in Humo: “Ik heb het nog nooit meegemaakt dat iemand van de commerciële dienst over het muurtje keek. Zo iemand zou trouwens een geweldige tik op zijn vingers krijgen”<sup>[04]</sup>.

De nieuwsdienst heeft al langer de ambitie om de invulling van het nieuws op de website en op teletekst naar de redactie te halen. Het benodigde personeel, budgetten en knowhow hiervoor werden echter nooit gevonden, waardoor dit plan telkens in de vergetelheid raakte.

Toch is dit volgens Stef Wauters, hoofdredacteur van Het NIEUWS, absoluut nodig. “Het kan niet dat nieuwsberichten onder de vlag van Het NIEUWS worden geschreven door een externe redactie. Dat is ridicul! Het NIEUWS wordt door ons gemaakt, en door niemand anders.”

Een andere droom van de hoofdredactie is het scheiden van de nieuwsporaal en de moederwebsite. Een afzonderlijke website zou de merknaam van Het NIEUWS versterken, kan een extra aantrekkingspool zijn en benadrukt de onafhankelijkheid van de nieuwsredactie. Een eigen domeinnaam was een absoluut minimum.

De hoofdredactie zou dus het liefst hebben dat dit eindwerk uiteindelijk bij hen terecht komt. Dit zou echter ook kunnen betekenen dat de extra kosten die de nieuwsporaal met zich zal meebrengen, niet kunnen gespijst worden door reclame-inkomsten. De financiering zal in dat geval dus uit een andere hoek moeten komen.

### 3.5 het voorstel

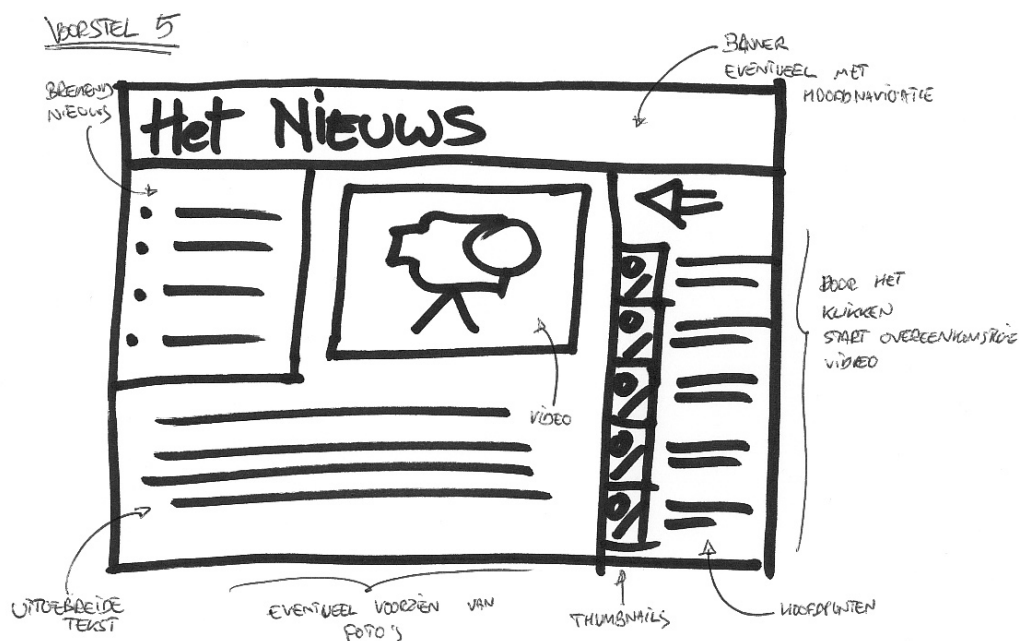
*“An idea is a feat of association.”*

*Robert Frost, poëet*

Op basis van de gesprekken met de hoofdredactie van Het NIEUWS en met Paratel, werd er een concept uitgedacht. Op 12 november 2004 werd het projectvoorstel voorgelegd aan Stef Wauters die zich ondertussen over het project ontfermd had.

Het besproken voorstel ging uit van het principe dat iedere uitzending van Het NIEUWS volledig wordt aangeboden en de structuur van de televisie-uitzending behouden blijft. Een van de redenen waarom in dit model niet gekozen werd voor de dossiergerichte aanpak zoals bij vrtnieuws.net, is omdat deze methode heel wat meer manschappen nodig heeft. De kosten hiervan wegen daardoor niet op tegen de meerwaarde.

Er werden schetsen getoond van suggestieve ontwerpen voor zowel de website als voor het achterliggend administratiepaneel. Zo kon een zicht verworven worden op de waaier van mogelijkheden en kon de voorkeur achterhaald worden van de hoofdredactie. De bedoeling van het overleg was immers vooral om te achterhalen welke richting de hoofdredactie wou opgaan.



Figuur 3-1: Schets van suggestief ontwerp

De reacties op het voorstel waren overwegend positief. De hoofdredactie onthaalde het idee om de uitzending in zijn volledigheid te behouden erg hartelijk. “We moeten de lineariteit van de uitzending bewaren, dit kan zelfs onze grootste troef worden ten opzichten van de concurrenten.” Het nieuws volledig aanbieden is altijd al een paradepaardje geweest van de Vlaamse Media Maatschappij. Dat gegeven overboord gooien zou geen verstandige keuze geweest zijn.

Een ander element dat benadrukt werd, was de mogelijkheid tot uitbreiding naar meerdere uitvoerkanalen. Stef Wauters dacht hierbij vooral aan interactieve Digitale Televisie (iDTV). Op de vooravond van de digitale stap mogen we ons niet meer enkel richten op internet, maar moeten we toepassingen zien te vinden die alle verschillende media overlappen.

De opdracht was dus om een extreme modulariteit in te bouwen, zodanig dat de nieuwsportal probleemloos op ieder ander medium past. Er werd uiteraard wel afgesproken dat het stageproject van de stagairs ging beperkt blijven tot de internetversie, maar dat een uitbreidbaarheid voorzien zou zijn.

## 3.6 *het concept*

*"A plan is just a tangent vector on the manifold of reality."*

*Skratch Garrison, poëtische parachutist*

Na iedere nieuwe versie van het conceptuele voorstel kreeg het project meer en meer vorm, tot het uiteindelijk op punt stond, en er een definitief projectvoorstel werd gedistilleerd. Aan het oorspronkelijke concept was niet veel gewijzigd, tijdens het ratificeerproces werden vooral accenten verlegd, functionaliteiten toegevoegd, en beperkingen afgesproken. Het idee om de uitzendingen van Het NIEUWS in hun volledigheid te bewaren, maar de gebruikers een mogelijkheid tot interactie te bieden, werd de kern van de zaak. Alles binnen het ontwerp zou hier bij aansluiten.

Daarnaast werd de structuur van het redactiesysteem uitgetekend. Het belangrijkste kenmerk hiervan werd de modulariteit. We moeten ervoor zorgen dat de invoer door de redacteuren op om het even welk medium kan aansluiten. Hierbij moet rekening gehouden worden met het feit dat tekst op televisie anders wordt weergegeven dan op computerscherm. De resolutie van een televisiescherm is immers een stuk kleiner, en het toestel wordt meestal vanuit de zetel bediend. Doordat de tekst dus een stuk groter wordt weergegeven, is het medium televisie niet geschikt voor grote hoeveelheden tekst.

Hieronder wordt het concept beschreven. De bijhorende afbeeldingen dienden enkel om de beschikbare functies te demonstreren en waren geen enkele binding of richtlijn qua lay-out.

### 3.6.1 De website

Wanneer de gebruiker op de website komt, start onmiddellijk een video waarop de laatste uitzending van Het NIEUWS te zien is. Na de intro wordt onmiddellijk naar het eerste onderwerp overgeschakeld. De video speelt af op de plaats waar in Figuur 3-2 John Kerry afgebeeld staat.

Bovenaan het scherm, op de afbeelding aangeduid met een balk met daarin “vtm nieuwsportaal”, staat een banner. Hierin komen niet alleen de naam van de portaal-site en het logo van Het NIEUWS, maar is er ook plaats voorzien voor de globale navigatie. Deze banner blijft altijd bovenaan de pagina staan, en kan eventueel ook blijven staan wanneer een externe link gevolgd werd. Mogelijke menu-items van de globale navigatie zijn links naar de tekstuele versie, een eventueel instellingenmenu (om videoformaat te wijzigen bijvoorbeeld), een contactpagina...



Figuur 3-2: Voorontwerp van de website

Aan de rechterkant, de grote verticale grijze balk op de schets, vinden we een opsomming van de hoofdpunten die behandeld worden in Het NIEUWS. Per item zien we een thumbnail en de titel. Door te klikken op een item wordt het betreffende fragment uit Het NIEUWS geladen en verschijnt de bijhorende tekst. In bovenstaande figuur is bijvoorbeeld geklikt geweest op het item “Verenigde staten...”.

De tekst bestaat uit drie delen: bovenaan uiteraard de titel, daaronder de eerste paragraaf die een beknopte samenvatting geeft van het artikel, en tenslotte daaronder het volledige artikel. Eventueel kunnen ook verder illustrerende foto's toegevoegd worden.

### 3.6.2 De eerste paragraaf

De eerste paragraaf is een belangrijk element binnen het besproken concept. Deze moet namelijk zodanig zijn opgebouwd dat ze op termijn kan gebruikt worden als verkorte tekst voor analoge of digitale teletekst. Dit is een van de maatregelen die voorzien zijn om mogelijkheid te voorzien om de nieuwsportaal op meerdere multimediatplatformen te gebruiken.

### 3.6.3 Brekend nieuws

Bovenaan links ontdekt u een menu “breaking news”. In dit menu komen de recentste onderwerpen: heet van de naald. Na het klikken op één van deze items krijgen we een puur tekstueel verslag indien er nog geen beeldmateriaal voorhanden is, eventueel aangevuld met enkele foto’s. Op onderstaand voorbeeld werd bijvoorbeeld “Artsen Zonder Grenzen...” aangeklikt.



Figuur 3-3: Voorontwerp van de website, brekend nieuws



### 3.6.4 Tekstuele versie

In het voorontwerp was ook een tekstuele versie voorzien. Met deze versie kan een beknopt overzicht bekomen worden, simpel en direct. Ook is deze versie uitermate geschikt voor mensen die een verouderde browser hebben, een tekstgebaseerde browser (unix-console) of een spraaksynthesizer (blinden of visueel gehandicapten).

Op de hoofdpagina van de tekstversie staan alle onderwerpen, inclusief het breaking news, met titel en eerste paragraaf. Bij het klikken op een bepaald onderwerp, wordt naar een pagina gegaan die het volledige tekstuele verslag geeft. Onderaan dit verslag komen eventueel links naar het beeldfragment, foto's en externe links.

### 3.6.5 Redactieadministratie

Het was de bedoeling om zoveel mogelijk processen in het toevoegen van de items te automatiseren. Daarvoor zou een programma ontwikkeld worden waarmee redacteurs snel en efficiënt gegevens kunnen toevoegen of bewerken. We willen er terug op wijzen dat het behandelde voorstel een voorontwerp was om de mogelijkheden aan te duiden. Bij het effectieve ontwikkelen zou snelheid en efficiëntie meermaals onder de loep genomen worden en zondig bijgestuurd worden.

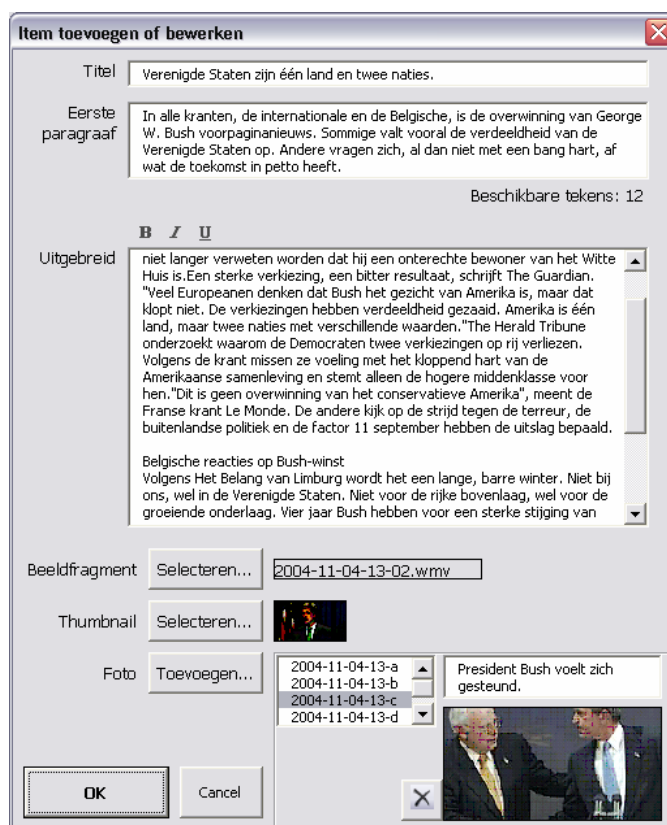


Figuur 3-4: Redactieadministratie, hoofdscherm

Wanneer er een item bijkomt als brekend nieuws, en datzelfde onderwerp later behandeld wordt in de uitzending van Het NIEUWS, dan spreekt het voor zich dat de uitgebreide tekst van dit artikel hergebruikt moet kunnen worden voor het Hoofdnieuws. Zoals bovenstaande interface suggereert, zou dit met één knop kunnen. Ook nieuwsitems uit een vorige nieuwsuitzending moeten beschikbaar blijven, en eventueel volledig overgenomen kunnen worden indien de verslaggeving dezelfde blijft.

### 3.6.6 Detailscherm

Tenslotte maken we kennis met het detailscherm, waar artikels kunnen toegevoegd of bewerkt worden. In onderstaande voorbeeldinterface ontdekken we ondermeer een tekstvak om de eerste paragraaf toe te voegen. Dit tekstvak kan eventueel verder beperkt worden indien de gegevens ook voor teletekst gebruikt dienen te worden. De uitgebreide tekst kan van basisopmaak voorzien worden. Het toevoegen van hyperlinks is ook een optie.



Figuur 3-5: Redactieadministratie, detailscherm

Een beeldfragment kan via een gemakkelijke interface geknipt worden uit de volledige nieuwsuitzending. Het is de bedoeling dat dit snel en eenvoudig kan gebeuren. Hierbij hoort de mogelijkheid tot het kiezen van een thumbnail, die op de website kan gebruikt worden om het videofragment aan te duiden.

Tenslotte is het volgens het voorontwerp mogelijk om meerdere foto's te selecteren, deze foto's van een korte samenvatting te voorzien en eerder toegevoegde foto's te wijzigen.

### 3.7 *idtv*

*“Stilstaan is achteruitgaan.”*

*Eddy Wally, Voice of Europe*

Televisie wordt binnenkort digitaal én interactief. De toekomst van de televisie staat voor de deur en ze luistert naar de naam iDTV: interactieve Digitale Televisie. Belgacom en Telenet zullen in eerste instantie de twee grote spelers zijn op deze ontluikende markt. In september 2005 plannen ze allebei te starten met het aanbieden van iDTV.

De gebruiker moet een zogenaamde set-top-box aankopen, een apparaat dat tussen de televisie en het binnenkomend signaal wordt geplaatst. Hierdoor krijgt men toegang tot een heel pakket interactief digitale diensten, en de optie tot talloze betalende diensten. Het aantal zenders wordt uitgebreid en komen in digitale kwaliteit de huiskamer binnen.

In eerste instantie is iDTV dus digitaal. Dit wil zeggen dat het televisiesignaal wordt omgezet naar MPEG2, een gestandaardiseerd formaat voor videocodering, vooraleer het wordt doorgestuurd. De set-top-box van de gebruiker maakt terug de conversie naar het analoog signaal dat door het televisietoestel wordt gehanteerd. Hierdoor zijn de beelden dus uitermate scherp en zo goed als ruisloos. Het verschil met gewone analoge kabeltelevisie (96% van televisiekijkend Vlaanderen heeft een kabelabonnement) is echter erg miniem. Volgens professor Erik Dejonghe zullen “enkel freaks” het verschil zien.

In tegenstelling met wat in Groot-Brittannië gebeurde, zal in Vlaanderen de strijd dus niet gestreden worden op het vlak van digitale beeldkwaliteit. Aangezien 70% van de kijktijd van de modale Vlaming naar de 5 belangrijkste netten (één, Ketnet/Canvas, VTM, Kanaal2 en VT4) gaat, zal ook de verruimde waaier aan nieuwe kanalen niet de hoofdreden zijn om als consument in de iDTV boot te springen.

En zo komen we bij de ‘i’ van interactief. Met behulp van een extra retourkanaal kan de gebruiker gebruik maken van interactieve diensten zoals intrageren met televisieprogramma’s, informatie opvragen, communiceren, spelen, programma’s herbekijken, ... Deze diensten zullen deels betalend zijn, andere zullen inbegrepen zijn in het pakket.

*Video On Demand* (VOD) is een systeem waarbij programma's kunnen bekeken worden wanneer de gebruiker maar wil. Het NIEUWS ter beschikking stellen om elk moment van de dag te kunnen bekijken is daar een uitstekende toepassing van.

We kunnen echter nog een stap verdergaan door Het NIEUWS als een portaal aan te bieden, waarbij de gebruiker zelf kan kiezen tussen de behandelde onderwerpen en eventueel meer informatie hierover kan bekomen.

Uiteraard merken we op dat dit net hetgeen is wat we binnen dit eindwerk beogen. Als dezelfde informatie ingevoerd wordt voor een nieuwsportaal op internet, zou het verloren werk zijn om dit nogmaals te moeten doen voor een nieuwsportaal op iDTV. Een systeem dat enkel bruikbaar is voor een website zou hierdoor volledig oninteressant zijn.

Hierdoor wordt de draagwijdte van dit eindwerk aanzienlijk uitgebreid. Zoals onze definitie van nieuwsportaal al suggereerde, moet het eindwerk in de toekomst uitgebreid kunnen worden naar bijkomende media. Onder de noemer "bijkomende media" denken we uiteraard dus in de eerste plaats aan iDTV, maar onder andere analoge en digitale teletekst, Windows Media Center en mobiele telefonie (hetzij beperkt) vallen hier ook onder.

We willen nogmaals herhalen dat er werd afgesproken dat de mogelijkheid tot uitbreidbaarheid wel zou voorzien zijn, maar dat deze uitbreiding niet effectief door de betrokken stagairs zou verwezenlijkt worden. Enkel de internetversie zou als prototype afgeleverd worden.

Voor de compatibiliteit met iDTV werd de hulp ingeroepen van Mark Minnoye, de iDTV ontwikkelaar van Paratel. Ook werd op 18 december deelgenomen aan een studiedag over iDTV aan de Vrije Universiteit Brussel om een meer academischere visie op het fenomeen te krijgen.

Verder werden de mogelijkheden bestudeerd om XML in te lezen in Plasma Magenta via Input Gateways. Plasma Magenta werd aangekocht door Paratel om de digitale teletekst te beheren.

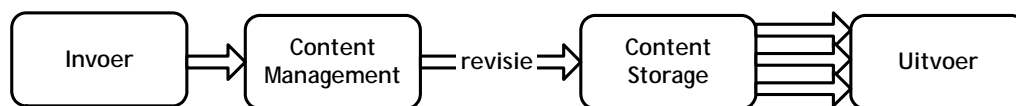
### 3.8 *het ontwikkelmodel*

*“Divide et impera.”*

*Julius Caesar<sup>†</sup>, keizer*

Een van de belangrijkste stappen van het eindwerk was het bepalen van het ontwikkelmodel. Hierin gaan we het volledige proces vanaf het invoeren van de gegevens tot de uitvoer naar de gebruikers opdelen in afgebakende modules. Deze onderdelen worden tijdens het ontwikkelen afzonderlijk van elkaar behandeld, en bepalen de basis van het volledige project.

We onderscheiden vier pijlers: invoer, content management, content storage en uitvoer. In het ideale model wordt elk van deze onderdelen door één gecentraliseerde component behandeld. Slechts in de laatste stap, bij de uitvoer, wordt de informatie gescheiden.



*Figuur 3-6: Ideaal werkmodel*

Onmiddellijk valt de onderscheiding tussen ‘content management’ en ‘content storage’ op. Content management is het databasesysteem dat alle data bevat. Dit is uiteraard meer dan wat de gebruiker te zien krijgt. Deze data wordt overigens ook bijgehouden. De content storage daarentegen is het systeem waarop de data staat die op dat moment gepubliceerd wordt naar de gebruiker, en onder die vorm.

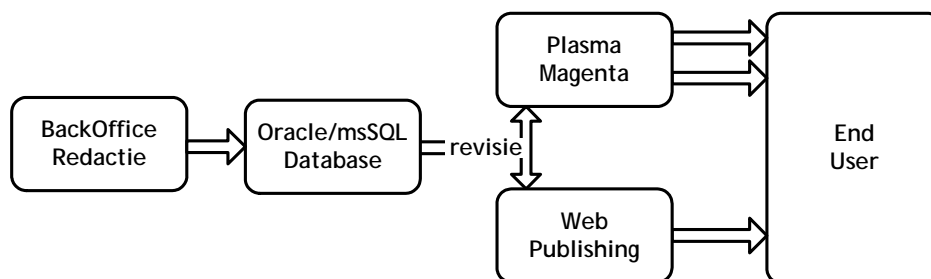
Er zijn diverse redenen om de splitsing te maken. Uit de definiëring merken we onmiddellijk al dat het content management systeem zwaar en omvangrijk is, en het content storage systeem snel en licht. Deze laatste bevat bijvoorbeeld enkel de drie laatste uitzendingen. En net dat verschil willen we benutten.

Hiermee kunnen we immers de primaire database ontlasten. De opslag van data heeft nu eenmaal andere prioriteiten aan de kant van de redactie dan aan de kant van de gebruiker. Terwijl de redacteur wil dat alle data in originele vorm beschikbaar is, zal de gebruiker tevredenheid stellen met een afgeslankte versie waarbij snelheid primeert.

Een andere reden is veiligheid. Door de primaire database af te scheiden van publieke toegang verlagen we de kans op onbevoegde toegang drastisch. Op het content storage paneel komt enkel de informatie die publiek toegankelijk mag zijn. Alle informatie wordt bijgehouden op het content management systeem. Het is dus van primordiaal belang dat deze voldoende kan beveiligd worden, en er in optimale omstandigheden back-ups kunnen gemaakt worden.

De content management en storage worden gescheiden door het luik 'revisie'. Hier wordt door een eindredacteur geverifieerd of de betreffende informatie mag vrijgegeven worden voordat ze naar het publieke content storage systeem wordt gepubliceerd. Het content storage systeem zorgt tenslotte voor de kanalisering naar de verschillende uitvoerplatformen.

In het aangepast werkmodel merken we echter op dat het content storage systeem niet voor alle uitvoerplatformen dezelfde kan zijn. In eerste instantie werd gepland om 'Plasma Magenta' als algemeen content storage systeem te gebruiken. Dit bleek bij nader inzien toch niet de aangewezen oplossing te zijn. Dit systeem en de reden waarom deze toch niet als een overkoepelende content storage zal gebruikt worden, wordt verder in deze verhandeling uitvoeriger besproken.



*Figuur 3-7: Aangepast werkmodel*

Een opsplitsing die al na de revisie plaatsvindt naar verschillende content storage systemen, is dus de praktische uitwerking van het ontwikkelmodel. Plasma Magenta kan gebruikt worden als leverancier van inhoud aan digitale en analoge teletekst. Een uitvoer naar html-bestanden zorgt voor de inhoudvoorziening op het web.

Plasma Magenta is een systeem dat vooral gebruikt wordt voor beheer van digitale teletekst. Dit is de teletekst die als carrousel op het digitale platform staat.

## 3.9 *het bezoekgedrag*

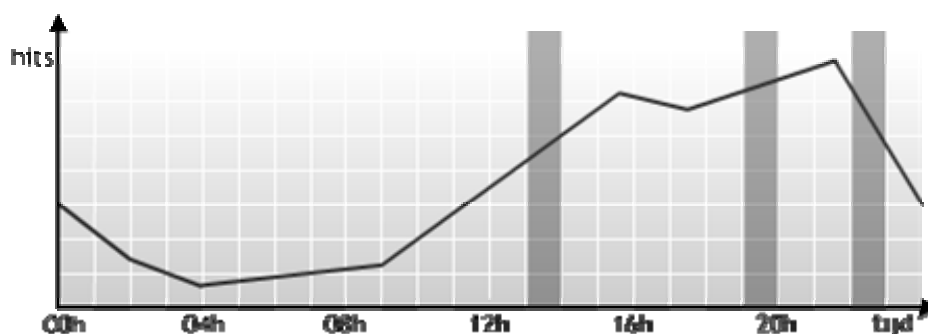
*“The afternoon knows what the morning never suspected.”*

*Cousin Woodman, vrijspreker*

Een zeer interessante studie was het in kaart brengen van het bezoekgedrag van de huidige nieuwsuitzendingen op Internet. Zoals we eerder al beschreven, zijn de nieuwsuitzendingen integraal te herbekijken op Internet. We vroegen de ruwe meetgegevens van de streamingserver op, brachten deze in kaart en bekwamen enkele opmerkelijke vaststellingen

### 3.9.1 Totale hits per uur

In onze eerste grafiek bekijken we de totale hits per uur van alle uitzendingen samen. We brengen in kaart wanneer er het meest naar Het NIEUWS op internet wordt gekeken. Op de verticale as zetten we het aantal hits weer. Omdat enkel de trend van het aantal hits hier van toepassing is, zijn de absolute cijfers hier niet echt relevant. Omdat er onduidelijkheid was ontstaan over de confidentialiteit van deze gegevens, hebben we ervoor gekozen om deze as niet te becijferen. De horizontale as is een tijdsas. Het tijdstip van de nieuwsuitzendingen worden met een donkergrijze balk aangeduid.



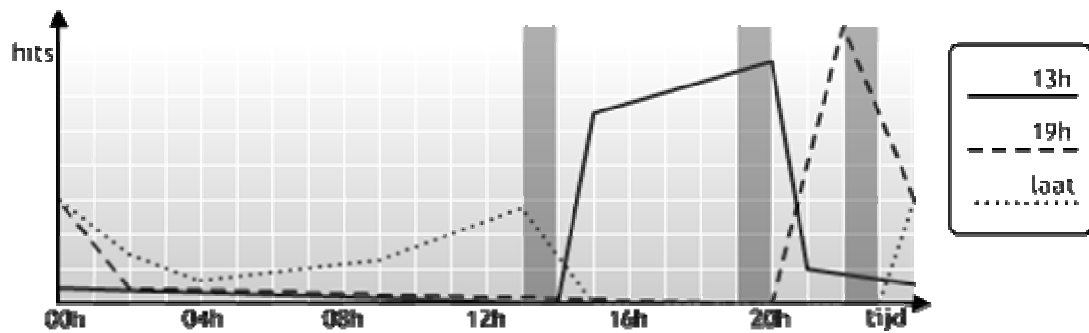
*Figuur 3-8: Totale hits per uur*

Vanaf 's morgens merken we een stijgende trend op. Rond de avondspits volgt er een klein dipje, net voor 22 uur is de grafiek op zijn hoogtepunt. Opvallend is dat er gedurende de middag erg veel hits op de nieuwsuitzendingen zijn. In de hierna besproken grafiek merken we dat dit nefaste gevolgen heeft voor de keuze van de bekeken uitzending.



### 3.9.2 Gescheiden hits per uur

Op de website is er een keuze tussen de middaguitzending, de uitzending van 19 uur en de laatavond uitzending. Ook kunnen de uitzendingen van de voorbije week herbekeken worden. Aangezien de oudere uitzendingen echter beduidend minder worden bekeken, hebben we deze niet opgenomen in de grafiek.

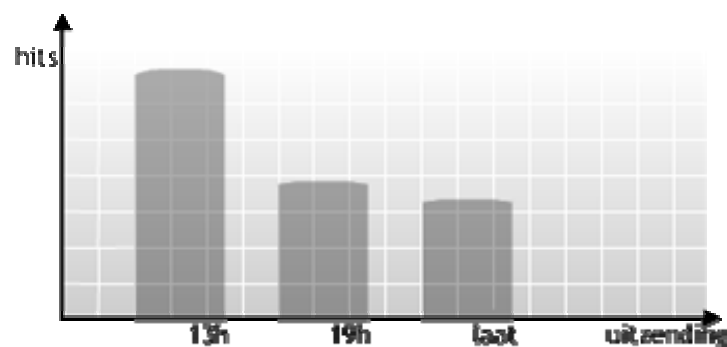


Figuur 3-9: Gescheiden hits per uur

In deze grafiek die een opsplitsing maakt per uitzending, ontdekken we onmiddellijk de consequentie van het grote kijkpercentage tijdens de middag. Het aandeel van de middaguitzending is ontzettend groot. We zien dat de kijker over het algemeen altijd de meest recente uitzending kiest. Het is hierdoor ook een stuk gemakkelijker om onderstaande grafiek te begrijpen.

### 3.9.3 Hits per uitzending

Wanneer we de totale hits per uitzending naast elkaar zetten, krijgt de middaguitzending zoals verwacht overduidelijk het grootste aandeel, met bijna dubbel zoveel hits als de uitzending van 19 uur.



Figuur 3-10: Hits per uitzending

## 3.10 de kosten

*“Het toevoegen van die uitgebreide teksten is huzarenwerk.”*

*Piet Deslé, Hoofdredacteur VMMA radionieuws en één van de VTM-pioniers*

Voor een commercieel bedrijf is het van uitermate groot belang om een getrouwe schatting te krijgen wat het project uiteindelijk zal kosten. Dit is namelijk één van de meest doorslaggevende parameters bij het nemen van de beslissing om het project al dan niet aan te vatten. Hiervoor werd rond de tafel gezeten met Koen Anteunis, Interactivity Manager van Paratel. Zijn deskundigheid en ervaring met soortgelijke projecten was een goede referentie bij het inschatten van de benodigde bronnen.

### 3.10.1 Ontwikkelingskost

Eerst en vooral werd de kostprijs van dit project besproken indien dit niet in het kader van een eindwerk zou ontwikkeld worden. Er moet opgemerkt worden dat het in dat geval niet om een prototype zou gaan, maar om een volledig afgewerkt product waarbij ook het volledige implementatieproces in de kostprijs zou opgenomen zijn.

Het prijskaartje van de ontwikkelingskosten zou zo'n 25.000 euro bedragen als project een basisuitvoering zou kennen, zonder implementatietoepassing. Wanneer we echter een volledig afgewerkt product beogen waarbij het implementatieproces is opgenomen, kan de prijs hiervan oplopen tot 50.000 euro.

### 3.10.2 Redactionele ondersteuning

De grootste kost voor dit eindwerk zal echter sowieso bij de ondersteuning liggen. De grootste kostendrijver hierbij is uiteraard de loonkost van de extra aan te werven redacteurs. Aangezien de hoofdredactie erop staat dat alle teksten door de nieuwsredactie worden aangemaakt, zal er een volledig nieuwe webredactie moeten opgezet worden. In de tweede fase, wanneer een prototype van het administratiesysteem werd opgezet, werd duidelijk dat een herschikking van het huidige redactiepersoneel geen optie bleek te zijn. Enerzijds ligt de werkdruk van de redacteurs tegenwoordig al erg hoog, anderzijds moet er een volledig nieuw profiel aangetrokken worden. De betreffende redacteurs zullen immers een afwijkend takenpakket hebben, waarbij andere competenties van toepassing zijn.

Koen Anteunis spreekt over een achttal extra fulltime equivalenten. Piet Deslé, hoofdredacteur van het VMMA radionieuws gaat zelfs nog een stuk verder. Volgens hem zijn hier tien extra werknemers én een eindredacteur van toepassing. Hij spreekt uit ervaring met de huidige bezetting van de radioredactie die ook het teletekst- en internetnieuws onder de vleugels nam. “Om zo’n reusachtige hoeveelheden tekst te schrijven op zo’n korte tijd moet je twee redacteurs hebben, elke dag van de week, en gedurende twee shiften.”

Dat is precies de bezetting waarop de radioredactie draait. Door het speciale statuut van redacteurs die in ploegensysteem werken, mogen zij echter slechts 4 dagen per week werken. Daarbij moeten we ook rekening houden met vakantiedagen, ziekte, en andere vormen van afwezigheid, waardoor we voor een constante aanwezigheid van twee redacteurs, tien fulltime equivalenten moeten in dienst nemen. Een indrukwekkende vaststelling inderdaad.

Per fulltime equivalent rekenen we 50.000 euro per jaar. Dit is de gangbare kostprijs die zowel bij Paratel als bij de VMMA gehanteerd wordt. De kostprijs van een werknemer is immers veel meer dan enkel het jaarlijks brutoloon. Hieruit volgt dus het voorlopig besluit dat we een jaarlijkse kost hebben van 500.000 euro, enkel en alleen al voor het geschat aantal extra redacteurs.

Hierbij houden we een extra eindredacteur buiten beschouwing omdat we, wegens de verschillende deadlines van het televisienieuws en van de nieuwsportaal, in principe kunnen beroepen op dezelfde persoon. De deadline van de nieuwsportaal valt immers nadat het televisienieuws al werd uitgezonden.

### 3.10.3 Technische ondersteuning

Er zal ook een technische ondersteuning nodig zijn. Wanneer iets verkeerd gaat moet er iemand kunnen ingrijpen. In de eerste plaats wordt hierbij aan ondersteuning uit de hoek van Paratel of de IT-dienst gekeken. Voor dit rekenvoorbeeld gaan we ervan uit dat er wordt besloten om de technische ondersteuning door Paratel te laten doen, waardoor ook intern zal gefactureerd worden.

Koen Anteunis rekent voor deze ondersteuning op maximaal een dag per week. Mogelijks kan dit nog een stuk minder zijn. Wanneer een bedrag van 680 euro per dag wordt gehanteerd, zou dit op maximum 35.000 euro per jaar komen. Een meer reële kost wordt geschat onder de 15.000 euro per jaar. In vergelijking met de kost voor redactionele ondersteuning kunnen we hier dus eerder over een marginale kost spreken.

### 3.10.4 Technologische voorziening

Met extra werknemers raakt Het NIEUWS helaas nog niet tot de huiskamer. Er zullen dus ook voorzieningen moeten getroffen worden om de portaal bij de gebruikers zelf te krijgen. Deze extra kosten zijn echter sterk afhankelijk van een aantal parameters.

Eerst en vooral hangt dit natuurlijk rechtstreeks af van de gekozen media waarop de nieuwsportaal verspreid zal worden. Ieder medium zal zijn eigen onafhankelijke kosten met zich meebrengen. Omdat de website op de eerste plaats komt binnen dit eindwerk, zullen we hier ter illustratie enkel deze kosten bespreken. Het medium iDTV laten we even terzijde.

Tijdens dit eindwerk viel op dat de kostprijs voor het aanbieden van een bepaald product via het Internet erg kan afhangen van onderlinge afspraken en exclusiviteitcontracten. Zonder hierbij in detail te treden kunnen we besluiten dat de theoretische kost die hier voornamelijk zal worden besproken, vaak totaal geen verband heeft met de eigenlijke kost.

Zoals we eerder al lazen wordt Het NIEUWS al sinds jaren integraal via het Internet verspreid. Dit zal ook met de eventuele ingebruikname van dit project niet veranderen. Hier kunnen we dus in principe niet over een bijkomende kost spreken. In de huidige manier van streaming (een manier om video via het Internet aan te bieden zonder het downloaden toe te staan), wordt immers geen rekening gehouden met de benodigde bandbreedte.

Op basis van de huidige cijfers en het verwachte bezoekersaantal wordt de totale bandbreedte voor de website op 7,5 terrabyte per maand geschat. Hierbij moet rekening gehouden worden met mogelijke piekbelastingen tot 520 megabit per seconde, bij uitzonderlijke gebeurtenissen. Een voorbeeld van zo'n piek kregen we bij de begrafenis van Paus Johannes Paulus II, toen er op 4 uur tijd meer dan 1 terrabyte aan videodata werd verstuurd.

Volgens Bart Van Kerckhove van 'IT – Solid Solutions' kan de kostprijs van de benodigde bandbreedte geschat worden op 25.000 euro per jaar. Hier is echter nog geen rekening gehouden met de bijkomende installatiekosten, onderhoudskosten en de kosten die bij het onderbrengen van de benodigde servers komen kijken.

Extra bijkomende kosten worden geschat op 1000 euro eenmalige installatiekosten en dan nog eens zo'n 1000 euro jaarlijkse kosten voor onderhoud en onderbrengen van servers. In dit voorbeeld wordt er vanuit gegaan dat het VMMA zelf de servers ter beschikking stelt.

## 4 TWEEDE FASE

## 4.1 *de voorbereidingen*

*Al vanaf januari werden voorbereidingen getroffen om de ontwikkelingsperiode zo vlot mogelijk te laten verlopen.*

Op maandag 7 maart begonnen de twee medewerkers, Gunter en Jeroen, aan hun twaalf weken durende stage. De tweede fase waarover we het in dit hoofdstuk zullen hebben, begon echter al twee maanden eerder. Al vanaf januari werden voorbereidingen getroffen om de ontwikkelingsperiode zo vlot mogelijk te laten verlopen.

### 4.1.1 **Samenvattend verslag**

Tijdens de eerste fase is een vloed aan informatie doorworsteld. Om de stagairs op de hoogte te brengen van het relevante gedeelte van deze informatie werd gezorgd voor een samenvattend verslag. Hierin stond alles wat ze moesten weten om aan de stage te kunnen beginnen.

### 4.1.2 **Zoeken van de bètatesters**

Al erg vroeg werd begonnen met het zoeken naar vrijwilligers die tijdens de tweede fase op geregelde basis testen konden uitvoeren. Zoals we in het hoofdstuk over de methodiek zullen lezen, waren de gebruikerstesten een belangrijk deel van het ontwikkelingsproces. De testpersonen werden gericht en persoonlijk aangesproken om enige vertrouwelijkheid te bewaren. Het project bevond zich immers nog in een prematuur stadium, waarbij er vanuit het bedrijf enige subtiliteit gewenst was.

Er werd gezocht naar een twintigtal vrijwilligers, het werden er tenslotte 29. Bij de selectie werd gezorgd dat de testpersonen een zo'n ruim mogelijk profiel omvatten. Vooreerst werd er gezorgd dat er testpersonen uit alle leeftijdsgroepen waren opgenomen, en dat er een verscheidenheid was tussen mensen die vertrouwd zijn met het werken op pc en volledige computerleken.

### 4.1.3 Werksite nieuwsportal.info

De communicatie met de bètatesters zou gebeuren via een beveiligde website. Deze werd geïnstalleerd op het domein 'nieuwsportal.info'. Hierop konden de testpersonen zich inschrijven en konden ze deelnemen aan de gebruikerstesten. De website werd ook door de stagairs gebruikt om hun weekverslagen op te plaatsen en om mails te versturen aan de testpersonen. De structuur van de website is gebaseerd op het dynamische web content management systeem 'XOOPS'. Ze werd vooral als een werkinstrument gebruikt en is een zeer goed hulpmiddel gebleken.



Figuur 4-1: Werksite nieuwsportal.info

### 4.1.4 Functionele analyse

Het is erg belangrijk dat er een duidelijke afbakening van de gewenste functies wordt neergeschreven. Dit gebeurt in een functionele analyse. Per onderdeel wordt hierin een omschrijving gemaakt van het gewenste eindproduct, de bijhorende functies, en de beperkingen. Dit document zorgde ervoor dat de stagairs wisten wat er van hen verwacht werd. Ze bevat ook de voorontwerpen die we eerder in deze thesisverhandeling al tegenkwamen, om als leidraad te dienen voor de uitwerking.



#### 4.1.5 Planning

De volledige twaalf weken werden volledig per week uitgezet in een gedetailleerde planning. Uiteraard was hierin ruimte voor speling voorzien. Deze planning zou een leidraad zijn voor de stagairs en een indicatie wanneer bepaalde taken te lang aanslepen.

#### 4.1.6 Taakopdeling

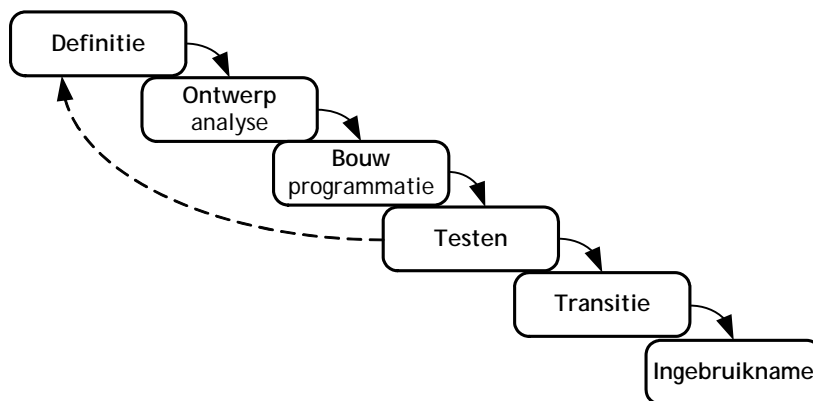
Tenslotte werd het project opgedeeld in tientallen taken. Deze taken werden afgedrukt op een reeks gekleurde fiches. Hierop stond naast een schematische situering ook het gewicht dat de betreffende taak heeft. De taken konden onderling verdeeld worden, zodanig dat beide medewerkers een gelijk totaal gewicht hadden. Ook was er ruimte voorzien om notities na te laten over problemen of opmerkingen die bij de betreffende taak ondervonden werden.

Deze methode sloot niet uit om alsnog samen te werken, maar gaf een zekere verantwoordelijkheid voor het voltooien van de betreffende taak aan één van de twee medewerkers. Het volledige overzicht van de taken werd aan deze thesisverhandeling toegevoegd als bijlage.

## 4.2 de methodiek

*Het iteratieve ontwikkelingsmodel zorgt voor een voortdurende terugkoppeling en zorgt voor verhoogde flexibiliteit.*

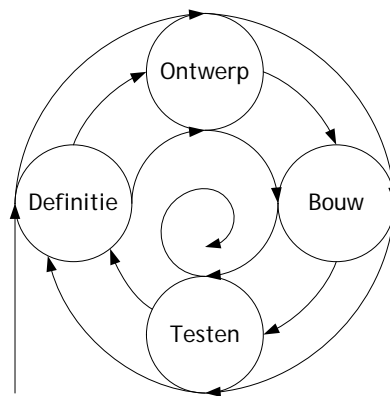
De klassieke manier van werken is de zogenaamde ‘waterval’-methode. Het ene stadium volgt hierbij uit het andere. Er wordt met zogenaamde mijlpalen gewerkt, en bij het voltooien van een bepaald proces is er geen teruggang meer mogelijk. Dit is een zeer gestructureerde manier van werken, maar erg log en onflexibel.



*Figuur 4-2: Klassiek watervalmodel*

Als er in een bepaald stadium iets verkeerd loopt, en er besloten wordt dat er eerder een verkeerde beslissing werd genomen, moet er meestal enkele stadia teruggekeerd worden, of opnieuw begonnen te worden. Dit wordt in bovenstaande figuur geïllustreerd door de gestreepte lijn.

Wanneer gewerkt wordt met het ‘iteratieve model’ dat tegenwoordig bij softwareontwikkeling meer en meer wordt toegepast, wordt het geschetste probleem vermeden. Het is een ontwikkelingsproces waarbij er een continue terugkoppeling is tussen beslissingen en ervaringen. Hierdoor is het veel gemakkelijker om verkeerde beslissingen te corrigeren.



*Figuur 4-3: Iteratief ontwikkelingsmodel*

Bij het ontdekken van een verkeerde beslissing is het nemen van een stap terug niet zo dramatisch als bij het watervalmodel. Het zal immers meestal maar beperkt zijn tot één winding in de spiraal. Doordat er een voortdurende terugkoppeling is doormiddel van testen en de definiëring telkens terug in vraag wordt gesteld kan dit model zeer flexibel reageren op wijzigingen. De feedback mechanismen en creativiteitsprocessen worden uitermate goed bevorderd.

Voor de ontwikkeling van dit eindwerk werd gekozen voor dit iteratiemodel. Een groep van zogenaamde bètatesters zou een continue feedback geven zodat onmiddellijk kon bijgestuurd worden indien gewenst. Iedere beslissing werd direct terug in vraag gesteld en eventueel terug aangepast.

Dit was een zeer ongekende manier van werken voor de stagairs, en in het begin werd dit ook als onnodig en tijdsrovend ervaren. Wanneer het project vorderde, ondervonden ze echter het nut dat de continue feedback met zich meebracht.

## 4.3 *de technologische keuzes*

*Tijdens het ontwikkelen van de nieuwsportaal moesten uiteraard een aantal technologische keuzes gemaakt worden. Een aantal van deze keuzes wordt hier toegelicht.*

### 4.3.1 Streaming

Streaming is de techniek om videocontent aan te bieden die op de computer van de gebruiker kan bekeken worden, zonder dat de gebruiker deze kan downloaden. Enkele overwogen formaten waren: Windows Media, MPEG-4, Real Media, Macromedia Flash Video.

De uiteindelijke keuze toont aan dat de door de jaren heen geadopteerde technologie binnen een bedrijf vaak een doorslaggevend argument is om deze technologie verder te zetten. Alhoewel Windows Media vaak niet de doorslaggevende argumenten had op technologisch vlak, werd wel uiteindelijk voor dit formaat gekozen omdat dit vanuit het bedrijf uitdrukkelijk aangeraden werd. Een ander formaat zou geen optie geweest zijn. Uiteraard werd wel gezorgd dat deze in de toekomst wel ondersteund kunnen worden.

### 4.3.2 Redactieadministratie

Voor het backoffice administratiesysteem werd besloten om een programma te schrijven in plaats van te werken met een webinterface. Het zou de bedoeling zijn om het systeem enkel ter plaatse te gebruiken, waardoor het portabiliteit argument van een webinterface verloren gaat. Daarbij zal het programma dag in dag uit gebruikt worden door de redacteurs, waardoor een uiterst snel, stabiel en intuïtieve gebruikersinterface gewenst is. Een programma is en blijft hiervoor nu eenmaal beter geschikt.

De keuze voor '.NET' werd genomen doordat de medewerkers hiermee erg vertrouwd bleken te zijn. Vooral Visual Basic bleek overduidelijk de voorkeur te dragen.

### 4.3.3 Content Storage en Management

Voor de management van de inhoud werd in eerste instantie en nog voor de tweede fase aan Plasma Magenta gedacht. Plasma Magenta is een multiplatform content productiesysteem voor interactieve TV zoals digitale en analoge teletekst. Er bestaat ook een mogelijkheid om te exporteren naar XML via een 'output gateway'.

Al vlug werd duidelijk dat Plasma Magenta slechts de data kon bevatten die op dat moment gepubliceerd werd. Het systeem heeft erg beperkte mogelijkheden en kan eigenlijk niet als database beschouwd worden. Hierdoor werd een opsplitsing tussen content storage en content management noodzakelijk. Het nut om Plasma Magenta als generator van XML te gebruiken vervalt hierdoor ook volledig. De informatie die vanuit de database naar het content storage systeem wordt getransporteerd bevindt zich immers sowieso in XML. Geautomatiseerde invoer van data in Plasma Magenta gebeurt immers via een XML Input Gateway.

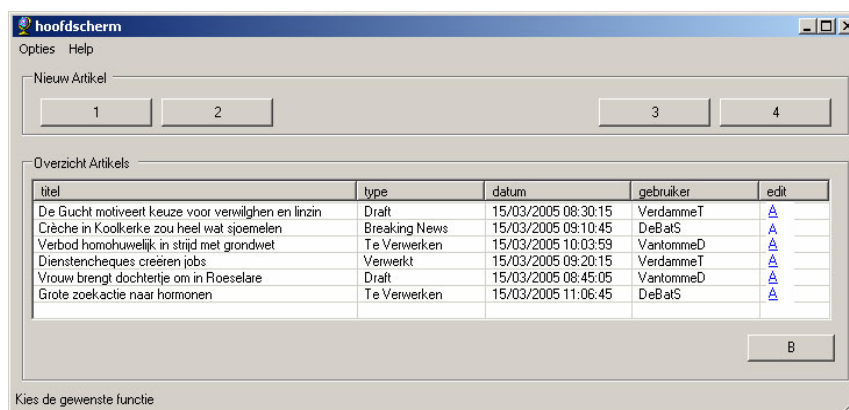
In het bedrijf worden voornamelijk twee soorten databases gebruikt, namelijk Oracle en MS-SQL server. Hierdoor werd dan ook beslist om het programma compatible te maken met beide soorten databases.

## 4.4 de gebruiksvriendelijkheid

*De testpersonen werden ingeschakeld om door middel van gebruikerstesten feedback te geven over de gebruiksvriendelijkheid.*

Bij het ontwikkelen van zowel het administratiepaneel als van de website werd uitermate veel aandacht gevestigd op de gebruiksvriendelijkheid hiervan. Zoals we eerder al lazen, werd een iteratief ontwikkelingsmodel gebruikt en werden 29 testpersonen ingeschakeld om op geregelde basis feedback over de ontwikkelingen te geven.

De testen werden via een uitbreiding op de werksite (nieuwsporaal.info) ingevoerd. Vervolgens werd het testpubliek via een email op de hoogte gebracht. De meeste testen waren zogenaamde alfatesten. Dit zijn testen waarbij voornamelijk de gebruiksvriendelijkheid van de applicatie wordt achterhaald. Vaak worden hiervoor gewoon screenshots gebruikt, waarbij alle knoppen gemaskeerd werden. Vervolgens wordt de testpersoon een situatie voorgelegd en gevraagd naar welke knop in deze situatie zijn voorkeur gaat.



*Figuur 4-4: Voorbeeld van alfatest*

Een andere manier van ondervragen is meerdere lay-outs naast elkaar te tonen, en de testpersoon hiertussen een keuze te laten maken. De meeste bruikbare informatie komt echter van de open vragen. Zo kan er gepolst worden naar de mening van de gebruiker over een bepaalde lay-out. Vaak komen hieruit interessante aanwijzingen en opmerkingen.

Daarnaast zijn er ook nog bètatesten, waar er verwacht wordt om een programma effectief uit te testen, en te polsen naar fouten en gebruiksvriendelijkheid.

Het onderzoek naar een optimale gebruiksvriendelijkheid werd als uiterst belangrijk beschouwd, aangezien het de bedoeling was om een eenvoudig, betrouwbaar en uitbreidbaar programma te maken waarmee men dag in dag uit kan werken. De lay-out en navigatie dienen logisch en intuïtief te werken.

Daarnaast is er echter ook nog de noodzaak aan uitbreidbaarheid. Het is immers zeer denkbaar dat in de toekomst het systeem zal uitgebreid worden naar nieuwe media en nieuwe functionaliteiten. Vaak merkt men echter dat bij zo'n aanpassingen het gebruiksgemak van het programma verloren gaat. Wat ooit een optimaal simpel en gemakkelijk programma was, wordt na verloop van tijd een vuilnisbelt van bijgekomen functies en deelprogramma's.

Om dit probleem uit de weg te gaan kan gewerkt worden met dynamische modules. Rekening houden met mogelijke uitbreiding is echter vaak complexer dan de effectieve uitbreiding zelf.

## 4.5 *de begeleiding*

*De aard van begeleiding paste zich aan doorheen het project.*

In twaalf weken werd ‘de nieuwsportaal op papier’ omgezet naar een werkend prototype. Dit werd voornamelijk gedaan door de twee eindejaarsstudenten Gunter Verbocht en Jeroen Vandekerckhove gedurende hun stage ter behalen van hun diploma als professionele bachelor Multimedia en Communicatietechnologie aan de Hogeschool West-Vlaanderen departement PIH.

Jeroen Vandekerckhove: “Alles was al van lang voor de start zeer goed gepland. De strakke begeleiding in de beginweken gaf een rustgevend gevoel voor een project waar we vooraf eigenlijk weinig over wisten.”

Tijdens de eerste weken werd het project van erg nabij opgevolgd. Dagelijks werden de ontwikkelingen overlopen, werden nieuwe aanwijzingen gegeven.

Wanneer het effectieve programmeren kon beginnen werd de strakke greep wat verslapt. Er werd meer ruimte gelaten voor eigen initiatief, de opvolging gebeurde meer sporadisch en minder gecontroleerd. Jeroen: “Na verloop van tijd werd de begeleiding wat lossier, er kwam minder controle. Dit was zeker geen nadeel, maar dit houdt natuurlijk ook in dat alles kan gaan vertragen.”

Naar het einde toe, wanneer de deadline naderde, werd af en toe ingesprongen bij het oplossen van kleine problemen. Gunter Verbocht: “Te vaak kwamen er dingetjes bij die op zich klein leken, maar toch een hoop werk veroorzaakten.”

De rol als begeleider had zich doorheen het project omgevormd van een taakverdelende naar adviserend en motiverend.



## 4.6 *het product*

### *Het resultaat van al het voorgaande...*

Wat velen zal interesseren, is hoe de nieuwsportal er tenslotte uitziet bij aflevering aan het bedrijf. Het eigenlijke eindproduct van de thesis dus, al kan van een eindproduct eigenlijk niet gesproken worden aangezien het hier om een prototype gaat. Het administratiepaneel zal uiteraard tijdens de implementatie nog volledig aangepast worden, en de lay-out van de website zal volledig worden hermaakt door de professionele designers van Paratel.

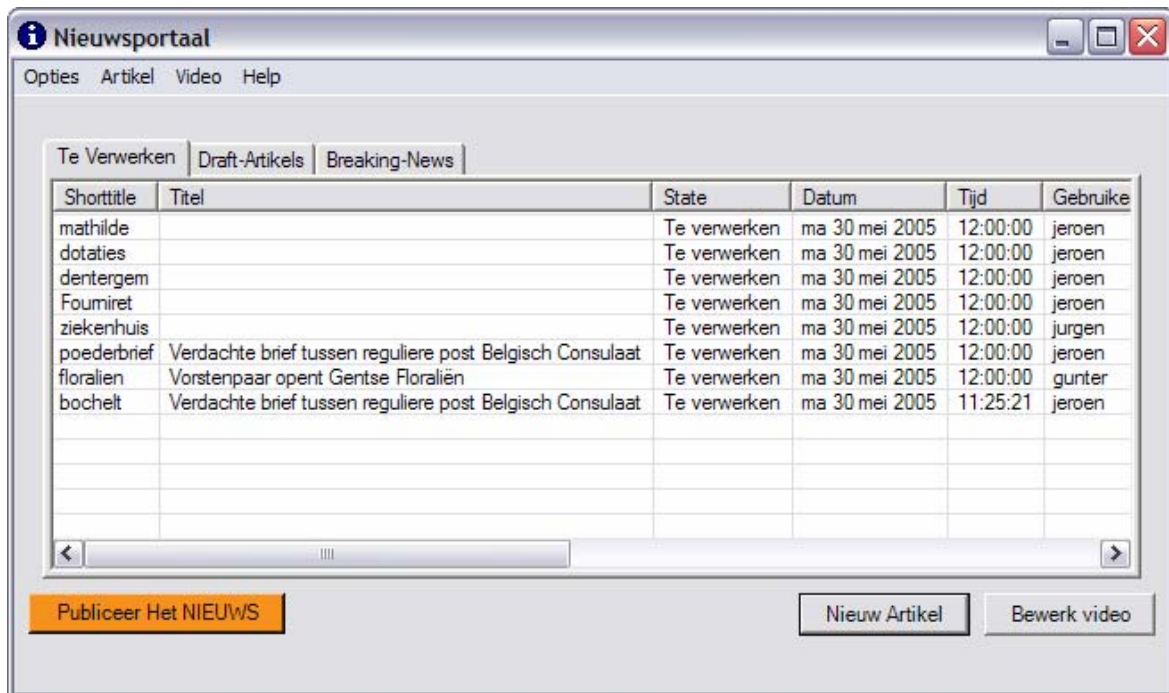
### 4.6.1 Redactieadministratie

Eerst en vooral dient er uiteraard ingelogd te worden. Dit eerste scherm bevat ook de mogelijkheid om een configuratiebestand te selecteren.



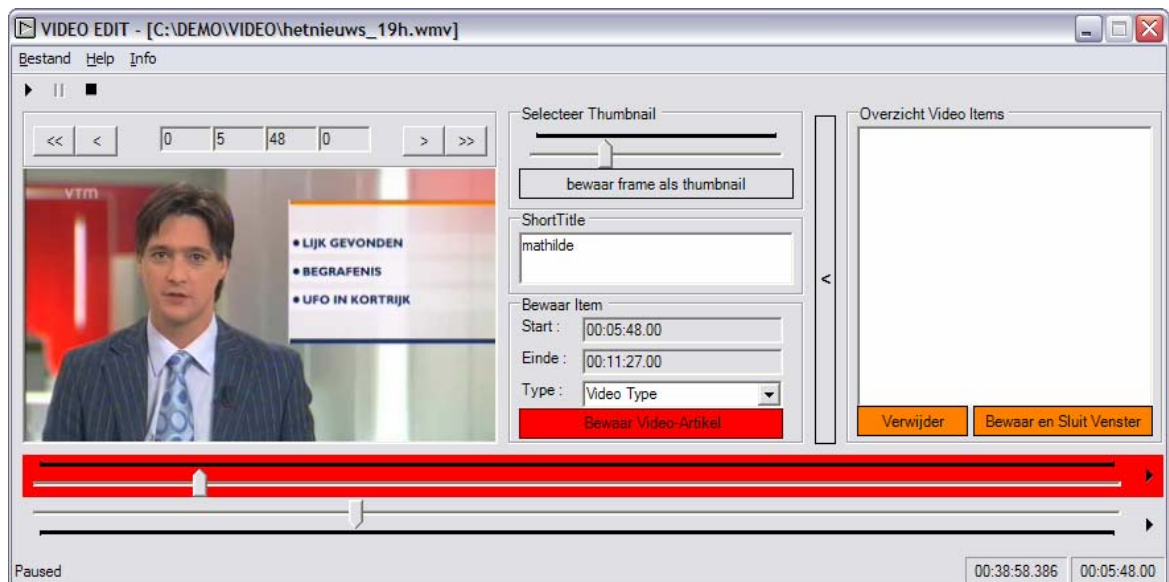
*Figuur 4-5: Nieuwsportal - Inloggen*

Na het inloggen komen we op het hoofdscherm (Figuur 4-6). In dit scherm vinden we een overzicht van alle items die in de laatste uitzending voorkomen. Wanneer deze items reeds zijn ingevoerd en gepubliceerd, krijgen ze de status 'Verwerkt'. Wanneer tussen twee uitzendingen een bericht binnenloopt, kan deze in het tabblad "Breaking-News" toegevoegd worden. Artikels kunnen ook reeds voorbereid worden in het tabblad "Draft-Artikels". Deze laatste artikels kunnen geschreven worden wanneer reeds informatie beschikbaar is, maar deze nog niet mag gepubliceerd worden. Zo kan de redacteur reeds op voorhand zijn artikels schrijven.



Figuur 4-6: Nieuwsportaal - Hoofscherf

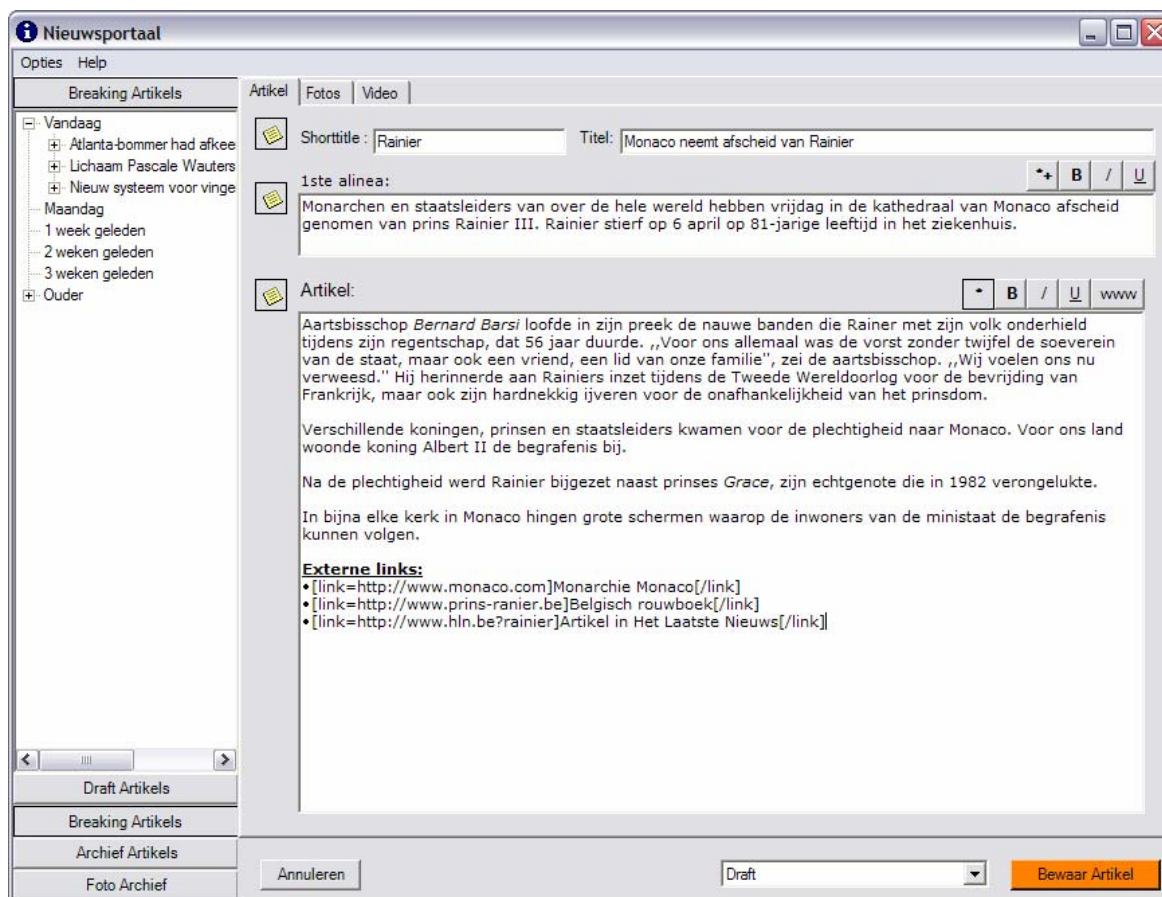
Wanneer een uitzending opgeknipt wordt, moet bij ieder item een shorttitle meegegeven worden. Dit is een werktitel die de redacteurs gebruiken om nieuwsonderwerpen te identificeren. Het spreekt voor zich dat de gebruiker deze korte termen niet te zien krijgt.



Figuur 4-7: Nieuwsportaal - Videobewerking

Het systeem is volledig uitzending georiënteerd. Na iedere uitzending wordt de volledige website vervangen. Een eerste stap hierin is het klikken op de “Bewerk video” knop. Hierdoor komt de redacteur op een uitgebreid ‘videobewerking’ scherm, zoals weergegeven in Figuur 4-7. Hier kan hij onderwerp per onderwerp selecteren door de begin- en eindbalk op de juiste plaats te zetten (een previewscherm helpt hierbij), een thumbnail uit het fragment te selecteren (‘Selecteer Thumbnail’), en tenslotte op ‘Bewaar Video-Artikel’ te klikken. Het onderwerp komt vervolgens in het overzicht aan de rechterzijde.

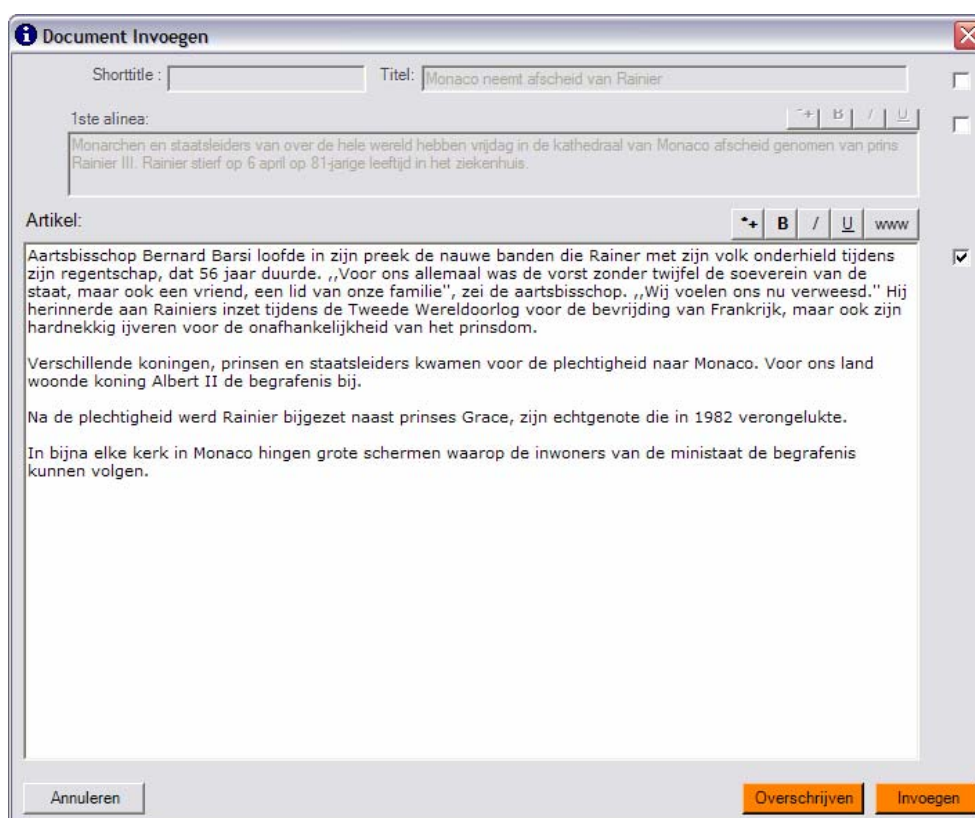
Wanneer de volledige uitzending is verwerkt, gaat de redacteur terug naar het hoofdscherm waar de oude items ondertussen zijn vervangen door de onderwerpen die hij net selecteerde via de videobewerking. Alle artikels staan hier als ‘Te Verwerken’ aangeduid. Nu kan de redacteur, eventueel tegelijk met andere redacteurs één voor één de artikels van inhoud voorzien. Bij het dubbelklikken op een item, wordt het detailscherm (Figuur 4-8) geopend.



Figuur 4-8: Nieuwsportaal - Detailscherm

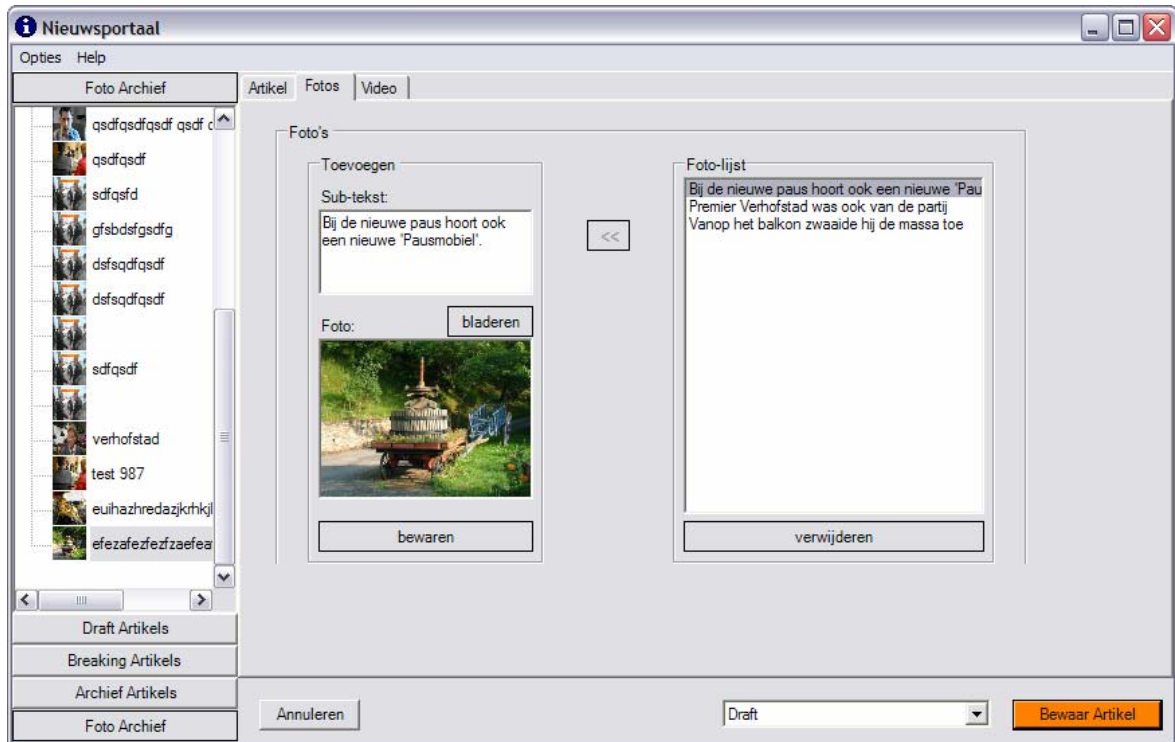
Op het eerste zicht zien we een plaats voor een titel, de befaamde 1<sup>ste</sup> alinea, en het eigenlijke artikel. De eerste alinea kan eventueel beperkt worden in aantal tekens, om compatibiliteit met andere media (zoals iDTV) te garanderen. Zowel de uitgebreide tekst als de eerste alinea kunnen van basisopmaak worden voorzien

Uitermate handig is het overzicht aan de linkerkant. Hier kunnen artikels die eerder al werden geschreven met klikken en slepen toegevoegd worden aan het huidige artikel. Door te dubbelklikken op zo'n item die ofwel uit het archief, ofwel uit de lijst van draft-artikels, ofwel uit de lijst van 'Breaking News'-artikels komt, wordt een simpel menu geopend waar de over te nemen delen kunnen geselecteerd worden, en eventuele aanpassingen kunnen gedaan worden (zie Figuur 4-9).



Figuur 4-9: Nieuwsportaal - Document Invoegen

Tenslotte merken we verder nog op dat er per artikel meerdere foto's kunnen toegevoegd worden (Figuur 4-10) en men bij "Breaking News" een videofragment kan selecteren. Van de foto's wordt ook een archief bijgehouden.



Figuur 4-10: Nieuwsportaal - Foto's Toevoegen

Wanneer alle artikels ingevuld zijn, kan de eindredacteur tenslotte op “Publiceer Het NIEUWS” klikken om de huidige uitzending te exporteren naar de gewenste kanalen.



Figuur 4-11: Nieuwsportaal - Exporteermodule



## 4.6.2 Website

De website is opgebouwd volgens het zogenaamde grootmoedermodel. Dit wil zeggen dat ook een complete computerleek Het NIEUWS on line kan bekijken. We gaan zelfs een stap verder door te zorgen dat de gebruiker helemaal niet hoeft te klikken om de volledige uitzending te bekijken. Wanneer de gebruiker op de website komt, begint onmiddellijk de video te spelen vanaf de openingsquote. Bij het aanvatten van het eerste item past de volledige website zich aan. De uitgebreide tekst verandert, de titel wordt vervangen, en in het rechtermenu verschijnt een oranje balk. Deze balk zal gedurende de volledige uitzending de onderwerpen meevolgen.



Figuur 4-12: Nieuwsportal - Website

Iedere keer een nieuw item wordt aangevat, past de volledige website zich aan, en dat allemaal zonder dat de gebruiker éénmaal moet klikken.

Natuurlijk is de mogelijkheid tot interactiviteit wel voorzien. Wanneer een bepaald item speciale interesse opwekt bij de gebruiker, kan deze door op het betreffende menu-item te klikken vlug naar het newsitem gaan. Ook dan verandert de volledige website zich, en wordt de video automatisch klaargezet op het betreffende item. Nadat het betreffende item is voltooid, gaat de website gewoon over naar het volgende item in de lijst. Tenzij de gebruiker op pauze heeft gedrukt tenminste.

## 4.7 *de afronding*

*De bal ligt nu in het kamp van de Vlaamse Media Maatschappij.*

Bij het afleveren van de conclusies die in het besluit van deze thesisverhandeling zijn opgenomen, werd de bal in het kamp van de Vlaamse Media Maatschappij geworpen. Het project werd met een uitgebreide demonstratie aan de nieuwsredactie voorgesteld, het prototype werd geïnstalleerd op een server op de nieuwsredactie, en na het afleveren van de broncode kon het nemen van beslissingen en eventuele opstellen van strategische plannen beginnen.

Op het moment van dit schrijven zijn de afspraken en plannen nog te vaag om in deze verhandeling op te nemen. Laten we het daarom bij de wijze woorden houden van Krijn Jonckheere, Interactivity Manager van VMMA.

“Dit eindwerk is een perfecte voorbode, het kan als een verdere basis dienen om te bepalen welke richting VMMA uitgaat.”

Voorlopig is het dus nog even afwachten. Hou alvast <http://www.hetnieuws.net> in de gaten!

## **5 BESLUIT**



*Met deze thesis wil ik bewijzen dat een nieuwsportaal een haalbare kaart is voor een commercieel multimedialbedrijf als de Vlaamse Media Maatschappij.*

Deze stelling werd in het voorwoord van deze thesisverhandeling geponeerd. In hetgeen op de stelling volgde, werd langzaam duidelijk dat een nieuwsportaal weldegelijk tot de mogelijkheden behoren van een commerciële zender.

Of het systeem daadwerkelijk zal gebruikt worden, staat nog niet vast. Zoals dat nu eenmaal hoort voor bedrijven als de Vlaamse Media Maatschappij, gaan zulke beslissingen niet over één nacht ijs. Mijn advies is in elk geval dat, middels een procesmatige aanpak en strategische inwerking, het invoeren van de gesuggereerde nieuwsportaal zeker de moeite kan zijn.

In elk geval is ondervonden dat er meerdere verzoeningen moeten gebeuren tussen het commerciële belang en de redactionele onafhankelijkheid. Waar geen van de beide partijen principieel wil inboeten, is matiging en het vinden van een consensus de enige mogelijkheid tot het slagen van dit project. De integratie van de website binnen vtm.be is hierbij de meest voor de hand liggende oplossing.

Het kostenplaatje mag zeker geen moment uit het oog verloren worden. Het technische gedeelte van de website met doorwegende factor: de bandbreedte, zinkt weg bij de aanblik van de tien benodigde redacteurs. Een afslanking van het project kan hierbij oplossing bieden, of een 'geleidelijke opbouw' zoals je wil. Het laten vallen van de uitgebreide teksten kan een forse beperking van de benodigde redacteurs betekenen, net zoals het verlagen van de frequentie van de gepubliceerde uitzendingen.

Een tweede mogelijkheid is net de tegenovergestelde richting uitgaan. Door het systeem ineens voor meerdere mediaplatformen te gebruiken, kunnen de kosten aardig verdeeld worden. Met dezelfde bezetting aan redacteurs kan immers én web, én iDTV, én om het even welk ander medium bediend worden.

Als besluit acht ik mijn stelling bewezen: Het kan! Kunnen alleen is meestal echter niet genoeg. Om effectief te slagen heb je immers vaak veel meer nodig. Een beetje realisme, een goed idee, een brok geluk, steun vanuit de leiding, ... maar vooral: véél doorzettingsvermogen.

Jurgen Dedeckere

# LITERATUURLIJST

- [01] Van Dale: Woordenboek hedendaags Nederlands, Van Dale Lexicografie, 2004
- [02] The American Heritage Dictionary of the English Language, vierde druk,  
Houghton Mifflin Company, 2000
- [03] Schaevers, M., De mémoires van Wilfried Martens, Humo,  
nr.3337 (17 augustus 2004)
- [04] Kempen, L., 'Het Nieuws' volgens Stef Wauters en Cathérine Moerkerke, Humo,  
nr.3374 (3 mei 2005)

# BIJLAGEN

In bijlage vindt u een overzicht van alle taken voor het uitvoerende gedeelte van de nieuwsportal, en de onderlinge verdeling naar de twee stagairs.

Per taak vindt u een administratief identificatienummer 'taakID', een korte werktitel 'taakShort' en een schematische omschrijving van de taak. Daarnaast ontdekt u ook het gegeven gewicht van de betreffende taak in de kolom 'Punten' (een hoger gewicht heeft een grotere belangrijkheid of is arbeidsintensiever), en de stagair die de taak op zich naam 'NaamPers'. Tenslotte ontdekt u ook het type. Dit is ofwel 'Adm' voor de algemene bovenliggende administratie (op een hoger niveau dan redactieadministratie dus), 'BO' staat voor BackOffice, de eigenlijke redactieadministratie, 'FO' is dan weer de FrontOffice, in ons geval enkel de website. 'CMS' staat voor het luik Content Management. Met 'Doc' wordt de documentatie bedoeld. Met 'Mon' wordt monitoring bedoeld, de interne controle of alles volgens plan verloopt. 'Publ' is de module die zich bezighoudt met het publiceren van de BackOffice naar de FrontOffice. Tenslotte hebben we 'Test', de taken die betrekking hebben tot de gebruikerstesten.

Taken					
taakID	taakShort	Omschrijving	Punten	Type	NaamPers
30	AdmCmsStruct	Admin - CMS - Structuur	1	Adm	Gunter
27	AdmBoStruct	Admin - BackOffice - Structuur	1	Adm	Gunter
29	AdmBoCod	Admin - BackOffice - Codering	2	Adm	Gunter
31	AdmCmsGui	Admin - CMS - GUI	2	Adm	Jeroen
32	AdmCmsCod	Admin - CMS - Codering	2	Adm	Gunter
33	AdmPublStruct	Admin - Publishing - Structuur	1	Adm	Gunter
34	AdmPublGui	Admin - Publishing - GUI	2	Adm	Jeroen
35	AdmPublCod	Admin - Publishing - Codering	2	Adm	Gunter
37	AdmHoofd	Algemene Administratie GUI	2	Adm	Jeroen
28	AdmBoGui	Admin - BackOffice - GUI	2	Adm	Jeroen
14	BoCVideo	BackOffice - Code - Videopaneel	3	BO	Jeroen
20	BoStruct	BackOffice - Structuur en Opbouw	1	BO	Gunter
19	BoCArch	BackOffice - Code - Archief	1	BO	Jeroen
18	BoCEind	BackOffice - Code - Eindredactie	1	BO	Jeroen
17	BoCThumb	BackOffice - Code - Thumbnailscherf	2	BO	Jeroen
22	BoMod	BackOffice - Modulaire acties BackOfficeCode	1	BO	Jeroen

Taken					
taakID	taakShort	Omschrijving	Punten	Type	NaamPers
		(BoC)			
15	BoCHoofd	BackOffice - Code - Hoofdscherm	1	BO	Jeroen
23	BoDebug	BackOffice - Debuggen	2	BO	Jeroen
13	BoIArch	BackOffice - Interface - Archief	1	BO	Jeroen
12	BoIEind	BackOffice - Interface - Eindredactie	1	BO	Jeroen
11	BoIThumb	BackOffice - Interface - Thumbnailscherm	1	BO	Jeroen
10	BoIDet	BackOffice - Interface - Detailscherm	1	BO	Jeroen
9	BoIHoofd	BackOffice - Interface - Hoofdscherm	1	BO	Jeroen
8	BoIVideo	BackOffice - Interface - Videopaneel	1	BO	Jeroen
16	BoCDet	BackOffice - Code - Detailscherm	2	BO	Jeroen
21	BoFlow	BackOffice - Vloei van informatie	1	BO	Gunter
7	CmsMake	Database CMS - aanmaak	1	Cms	Gunter
6	CmsStruct	Database CMS - structuur en opbouw	3	Cms	Gunter
36	DocAdm	Documentatie voor Administratie	2	Doc	Gunter
3	DocRed	Documentatie voor redacteurs	2	Doc	Jeroen
4	DocUsr	Documentatie voor eindgebruikers	2	Doc	Jeroen
5	DocEind	Documentatie voor eindredactie	2	Doc	Gunter
48	FoIWeb	Front Office - Interface - Web Multimedia Grafiek	2	FO	Jeroen
51	FoIXsl	Front Office - Interface - XSL	1	FO	Gunter
53	FoCPhp	Front Office - Codering - Php opbouw tekst	1	FO	Gunter
54	FoCXml	Front Office - Codering - XML	2	FO	Gunter
50	FoITekst	Front Office - Interface - Tekstbased	1	FO	Jeroen
52	FoIStruct	Front Office - Interface - Structuur	3	FO	Jeroen
55	Usr	Gebruikersgemak	1	Mon	Jeroen
1	MonMod	Onderhouden van modulariteit (verantwoordelijkheid)	1	Mon	Gunter
2	MonDoc	Onderhouden van documentatie (verantwoordelijkheid)	1	Mon	Gunter
47	PMInput	Plasma Magenta - Input (XIG)	3	Publ	Gunter
41	PubIStruct	Publishing - Structuur	1	Publ	Gunter
46	PMScript	Plasma Magenta - Scripting	2	Publ	Gunter
45	PMStructMake	Plasma Magenta - Structuur Opbouwen	2	Publ	Gunter
44	PMStructOntw	Plasma Magenta - Ontwerp Structuur	1	Publ	Gunter
42	PubICodXml	Publishing - Codering - XML	1	Publ	Gunter
43	PubICodPm	Publishing - Codering - Plasma Magenta	1	Publ	Gunter
59	Delta	Deltatesting	2	Test	Gunter
56	Alfa	Alfatesting	2	Test	Gunter
58	Gamma	Gammatesting	2	Test	Jeroen
57	Beta	Betatesting	2	Test	Jeroen