



Persinnovatie 2014, eerste ronde, Stimuleringsfonds voor de Pers

STIMULERINGSFONDS VOOR DE JOURNALISTIEK

Subsidies Tijdelijke subsidieregeling Persinnovatie 2014, eerste ronde

Het bestuur van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek heeft op 9 juli 2014 besloten een bedrag van in totaal € 392.871,- beschikbaar te stellen aan 8 projecten in de eerste ronde van de Tijdelijke subsidieregeling persinnovatie 2014.

Deze subsidieregeling staat open voor projecten die gericht zijn op journalistieke producten, diensten of werkwijzen verband houdend met nieuwsgaring, nieuwsduiding en opinievorming over de maatschappelijke actualiteit, mede in het belang van politieke meningsvorming. Daarnaast moet aangetoond worden dat de projecten haalbaar zijn en een innovatief karakter hebben, dat wil zeggen dat de te subsidiëren activiteiten vernieuwingen tot stand brengen in journalistieke functies zodat de persverscheidenheid wordt vergroot en daarmee een vernieuwende bijdrage wordt geleverd aan de journalistieke informatievoorziening. Voor de regeling is in 2014 een bedrag gereserveerd van in totaal € 800.000, te verdelen in twee subsidierondes. Aanvragen voor de eerste ronde konden tot 12 mei 2014 worden ingediend.

Het bestuur heeft besloten de volgende 8 projecten in de eerste ronde van deze subsidieregeling in aanmerking te laten komen voor een uitkering.

1. Journalistiek en technologie: een inhaalslag - Fontys Hogeschool (€ 45.000)

Dit onderzoek vormt bestaande en bewezen technieken uit niet-journalistieke onderzoeksdomeinen om naar journalistieke tools. Hierbij valt te denken aan tools die teksten versimpelen, tools die grote hoeveelheden data analyseren of automatisch verhalen maken (robot journalistiek). Het onderzoeksteam van het Lectoraat Media, Interactie en Narratie van Fontys Hogescholen koppelt aan iedere techniek een mediapartner (ANP, De Correspondent, TMG). Deze mediapartner kan als eerste gebruikmaken van de running demo en hierna besluiten de tool wel of niet intern uit te rollen. Alle tools worden ontwikkeld door middel van open source applicaties. Daarnaast werpt het onderzoek een blik op de toekomst. Wat betekenen deze innovaties voor de rol van de journalist en de nieuwsconsumptie?

2. Nieuwswaarde van datavisualisaties - Hogeschool Utrecht (€ 47.500)

Het project Nieuwswaarde van Datavisualisaties gaat onderzoeken hoe en wanneer beeld iets toevoegt (of overbodig maakt) in een journalistieke context. Welke presentatievormen kun je het best gebruiken? Welke platformen zijn geschikt? Wanneer maak je iets interactief? En snappen gebruikers hoe zij een visualisatie moet lezen? Kortom: wat werkt wel en wat werkt niet als het gaat om het gebruik van datavisualisaties in het nieuws? Het onderzoek zal zich richten op zowel de productie- als de gebruikerskant van datavisualisaties. De kernvraag luidt: Aan welke voorwaarden moet een datavisualisatie voldoen om door gebruikers te worden ervaren als een passende en zinvolle bijdrage aan hun kennis van het nieuws? Met het antwoord op die vraag willen de aanvragers praktische richtlijnen formuleren voor het maken van datavisualisaties die snel en adequaat informeren over nieuwswaardige zaken.

3. Fosfor Longreads 2.0 - Uitgeverij Fosfor (€ 47.505)

Het bestaande Fosfor Longreads gaat zich omvormen tot een platform dat open staat voor alle uitgevers en auteurs van lange journalistieke verhalen. Kwaliteitsmedia en topauteurs kunnen straks via het platform hun longreads verkrijgen en distribueren. Daarnaast willen de aanvragers klassiekers uit het longread genre, van de auteurs zelf, van kranten, opinietijdschriften en boekenuitgeverijen, een nieuw leven geven en op een manier ontsluiten die past bij de behoefte van de lezer van nu. Het platform zal fungeren als toegangspoort tot zoveel mogelijk longreads, zoals bijvoorbeeld Blendle dat is voor krantenartikelen. Daarnaast wordt het huidige Fosfor-platform doorontwikkeld om ervoor te zorgen dat de longreads op elk apparaat te lezen zijn en wordt er een universeel en gebruiksvriendelijk betalingssysteem ontwikkeld dat een kruising is tussen het all-you-can-read en het pay-per-read-model.



4. Graphix Box - Robert Stiphout (€ 37.396)

Via de infographicsdatabase Graphix Box kunnen media infographics op hun eigen voorwaarden verkopen aan andere media. Bladen, websites en kranten krijgen er een verdienmodel bij en kunnen meer infographics laten maken, omdat ze er ook aan kunnen verdienen. Bovendien kunnen ze er op hun beurt weer goedkoop visualisaties vinden. Doordat beeldtaal universeel is en ontwerpen makkelijk aan te passen zijn, kunnen media uit de hele wereld meedoen. Graphix Box vertaalt zo nodig. Infographics worden op deze manier betaalbaar en komen zo ook voor kleinere media als tabletuitgaven en vaktijdschriften binnen bereik.

5. Data World - NCDO (€ 59.000)

Data- en buitenlandjournalistiek zijn tot nu toe twee genres in de (Nederlandse) journalistiek die strikt gescheiden worden gehouden, maar elkaar juist heel goed aan kunnen vullen. Data World is een tool voor Nederlandse journalisten om digital storytelling over mondiale onderwerpen mogelijk te maken. Volgens de aanvragers is er een schat aan data beschikbaar die het mogelijk maakt andere verhalen te vertellen, mondiale verschuivingen zichtbaar te maken en interactie met de lezer te stimuleren. DataWorld wil deze data ontsluiten op een interactieve en visuele wijze, met interactieve kaarten en grafieken, maar ook downloadbare brondata ter beschikking te stellen. De content zal via het eigen platform verspreid worden, maar ook andere media kunnen er gebruik van maken. Ook zal er gekeken worden naar samenwerkingen met redacties.

6. Het Windnetwerk - AtelierVA (€ 19.825)

Het Windnetwerk wil een nieuwe vorm van journalistiek introduceren, passend bij de zogenaamde participatiemaatschappij. Het Windnetwerk wil via een breed toegankelijk, maar door journalisten gemodereerd platform, voorzien in de informatiebehoefte van hybride samenwerkingen. Het netwerk verzamelt nieuws, managet de discussie, en voegt onderzoeksjournalistiek toe waar dat volgens hun eigen doelstelling nodig is. Daarmee wordt de journalist die vanuit het netwerk bij de discussie betrokken is, uitgedaagd om een nieuwe verhouding aan te gaan met andere actoren die van invloed zijn op de publieke opinie.

7. Digified by Sirimedia - Sirimedia BV (€ 61.650)

Het bereik van de uitgever reikt niet veel verder dan haar eigen lezers. Digified wil uitgevers samenvoegen in één applicatie die een all-you-can-read-model aanbiedt. Daarbij wordt samengewerkt met telecom- en kabelmaatschappijen die als marketingapparaat dienen en hun eigen klanten aanspreken, door bijvoorbeeld een all-you-can-read-abonnement aan een telefoonabonnement te koppelen. Hiermee kan de uitgever een nieuwe doelgroep aanspreken en haar content op een vernieuwende wijze aanbieden. Omdat de haalbaarheid van dit project afhankelijk is van de samenwerking met telecom- en kabelmaatschappijen, is als voorwaarde gesteld dat de bereidheid van partners om aan dit project mee te werken via bijvoorbeeld een samenwerkingsovereenkomst aangetoond moet worden, alvorens subsidie uitgekeerd zal worden.

8. NUprofiel - Sanoma (€ 74.995)

NU.nl en TNO gaan met Nuprofiel een visualisatie van het nieuws creëren waarbij nieuwscontent meer 'engaging' en relevant wordt voor gebruikers. Daarbij worden meerdere variabelen gebruikt om te bepalen welke nieuwscontent belangrijk is voor een gebruiker. Er wordt gekeken naar de mogelijkheden van redactionele selectie; is iets breaking, live of populaire nieuws? Het leesgedrag van de gebruiker wordt onderzocht en de persoonlijke context – tijdstip, locatie en device – worden meegewogen. Op basis van deze variabelen wordt onderzocht hoe het nieuwsaanbod dynamisch aangepast kan worden in presentatie, prioritering, lay-out en notificaties. Het op deze schaal en deze manier visueel presenteren van nieuws is nog niet eerder gedaan. Bovendien zijn de meeste bestaande visuele presentaties bedoeld voor desktops, terwijl dit project zich richt op kleine schermen, die in de toekomst steeds vaker gebruikt zullen worden (bij bijvoorbeeld smartwatches en Google Glass).

Aan elke subsidieverlening is de voorwaarde gekoppeld dat de aanvrager tenminste de helft van de projectkosten meefinanciert en meewerkt aan presentatie en publicatie van de resultaten van de uitvoering van de gesubsidieerde activiteiten met als doel innovatieve projecten onder de aandacht te brengen waardoor deze ten gunste kunnen komen van andere partijen uit de sector.

(Mededeling ingevolge artikel 8.19 Mediawet 2008)