



BLOGHELDEN

FRANK MEEUWSEN

Bloghelden

© 2010 A.W. Bruna Uitgevers B.V.
© 2010 Frank Meeuwsen

Eerste druk 2010

Ontwerp omslag: buro RuSt — Ruben Steeman
Ontwerp binnenwerk: buro RuSt — Martine de Jong

ISBN: 978 90 229 9699 7
NUR: 810, Communicatiekunde algemeen

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet van 1912 gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden veeleenvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever. Voor zover het maken van reprografische veeleenvoudingen uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16 h Auteurswet 1912 dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht (Postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.reprorecht.nl). Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16 Auteurswet 1912) kan men zich wenden tot de Stichting PRO (Stichting Publicatie en Reproductierechten Organisatie, Postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.cedar.nl/pro).

Ondanks alle aan de samenstelling van de tekst bestede zorg, kan noch de redactie, noch de auteur, noch de uitgever aansprakelijkheid aanvaarden voor eventuele schade, die zou kunnen voortvloeien uit enige fout, die in deze uitgave zou kunnen voorkomen. In dit boek komen namen voor van gedeponeerde handelsmerken. Deze namen zijn in de tekst niet voorzien van een handelsmerksymbool, omdat ze slechts fungeren als aanduiding van de besproken producten. Hierbij wordt op geen enkele wijze getracht inbreuk te maken op de rechten van de handelsmerkhouder.

Ga voor eventuele updates van dit boek naar www.awbruna.nl.
Voor meer informatie over A.W. Bruna Uitgevers B.V. kijkt u ook op www.awbruna.nl.

Blijft u graag op de hoogte van de nieuwste boeken van A.W. Bruna?
Kijk dan op www.awbruna.nl/aanmelden en geef u op voor de digitale nieuwsbrief.
Op deze manier krijgt u steeds als eerste alle informatie over nieuwe boeken en kunt u gebruikmaken van aantrekkelijke kortingen en andere lezersacties.



→ Voorwoord

Frank Meeuwsen heeft met *Bloghelden* een fantastische prestatie geleverd. Het geeft een compleet overzicht van tien jaar bloggen en het leest als een trein. Mooi geschreven, goed gedocumenteerd. En welk een schitterende illustraties! Het is verreweg het beste boek ooit geschreven over bloggen in Nederland. *Bloghelden* is het boek dat alle andere boeken over de geschiedenis van internettend Nederland overbodig maakt. Een instant klassieker. En daar is geen woord aan gelogen: niet alleen is dit het beste boek over bloggen, het is ook het enige boek.

Waarmee dit voorwoord in ieder geval enigszins wervend is begonnen. Dat citeert lekker. Maar ook met droge ogen is al die loftuiting niet zomaar bij elkaar gelogen. Die veren, dat werven, dat applaus: terecht. Om tot deze publicatie te hebben kunnen komen moet er een schrikbarende hoeveelheid werk zijn verricht, moeten er bergen zijn verzet. Internetarcheologie, dat graaft niet lekker weg, dat doe je niet door zomaar een beetje naar vroeger te surfen. Linkrot maakt dat alles is verdwenen, tenzij gespiegeld bij archive.org, internetarchief voor al uw oude internetpagina's, vers vanaf 1995.

Frank Meeuwsen heeft zich naast het doen van nijver bronnenonderzoek verdiept in de geschiedenis van internettend Nederland middels talloze interviews, via de mail en in het echt. Hij heeft de periode 1995-2005 belicht en bepoteld, aan het verschiep onttrokken. Inclusief bijpassende truttigheid en onnozelaarij, de Dutch Bloggies, weerkerend non-event van het jaar, de uitrol van de business blogosfeer, van Marketingfacts tot marketingblabber. *Bloghelden* is uiterst volledig.

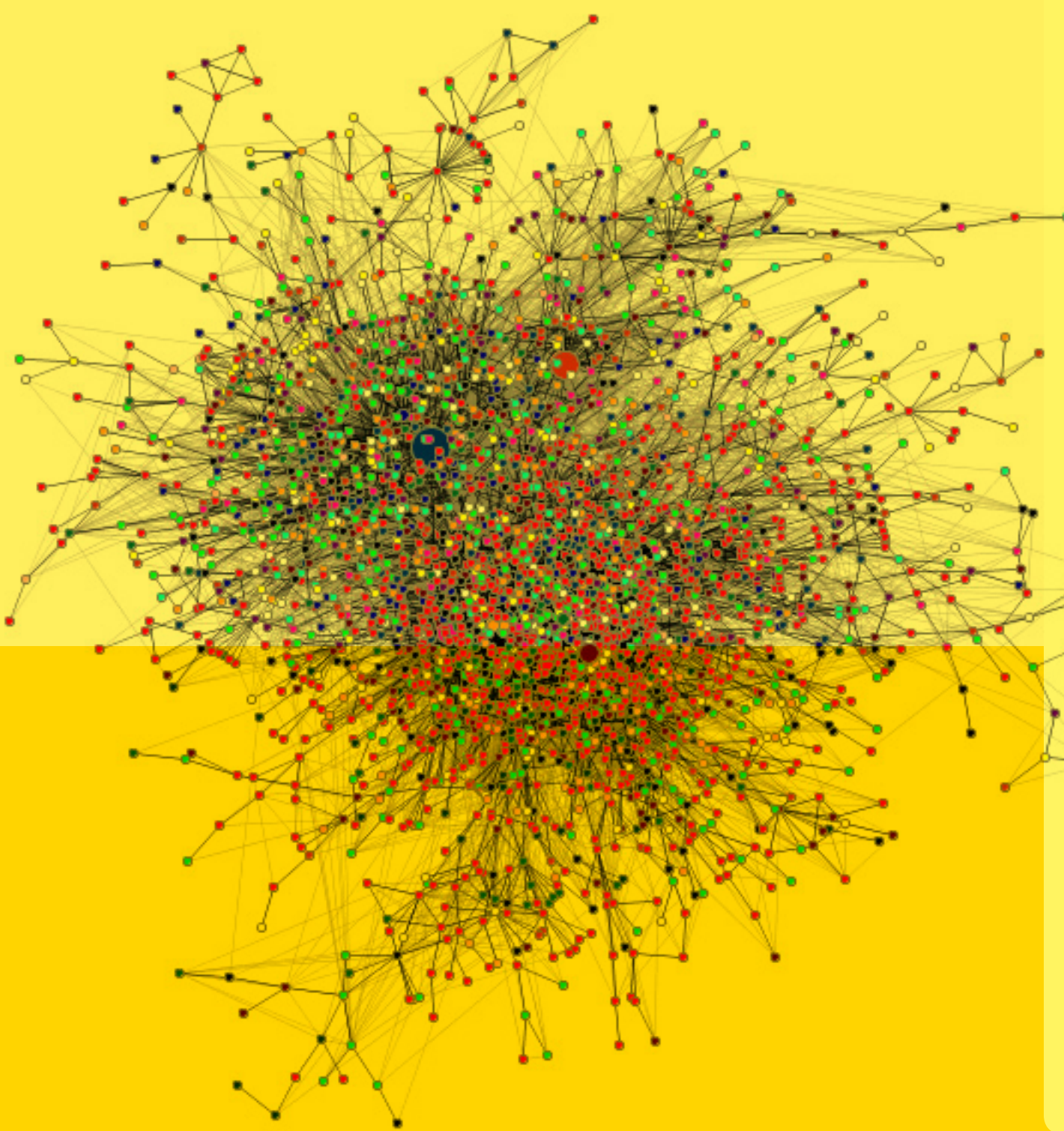
Het boek lezen is een feest der herkenning. Wat vergeten was of weggedrukt komt boven. De glans, de pracht, de kracht. De rans, de bagger, de zut... De experimenten, de groei, de bloei. Perk, Eendvogel, Oei. Wie is Jan de Vries? Zegt het u niets, dan was u er waarschijnlijk niet bij.

Ik stond er middenin - althans in de beginperiode. Eerst als De Kolonel in *Het Dageelijkse Nieuws*, (1997-1999) en als JB in *Alt0169* (1999-2001). Nu schrijf ik als Jeroen Bosch in het onvolprezen *Trendbeheer*, internettijdschrift over kunst en beeldcultuur. (2004-...) *Trendbeheer* is eerder een internettijdschrift dan een kunstlog, een weblog over beeldende kunst. Wie logt er nog, anno 2010? Wordt het woord bloggen nog gebruikt over tien jaar? Met *Bloghelden* is een periode geboekstaafd. Als breed uitwaaiend geschiedenisboek staat *Bloghelden* als een huis.

(Wist u dat de eerste letters van de postjes van berichten in *Alt0169* onder elkaar geplaatst zinnen vormden? Een een-tweetje van Ralph Oei en ondergetekende: in het geheim boodschappen. Subliminaal zeg maar. Niet lang als zodanig volgehouden, maar de eerste boodschap luidde: 'Wie dit leest is gek.'* Toe maar. Niemand die dat gelezen heeft.)

Jeroen Bosch — [Trendbeheer.com](http://trendbeheer.com) en voorheen [Alt0169.com](http://alt0169.com)

* <http://alt0169.com/0124.shtml>



→ Inleiding

Een titel, link en tekst. Meer zou je niet nodig hebben om je verhaal te delen met anderen. Weblogs zijn dat in hun meest rudimentaire vorm. Soms kon je zelfs de titel en de link weglaten. Maar die drie elementen zijn de basiselementen die aan de voet hebben gestaan van een van de grootste communicatierevoluties die we hebben gekend. Natuurlijk bestaan weblogs bij de gratie van een nog grotere revolutie, het internet. Maar zonder weblogs hadden de ontwikkelingen wellicht een stuk langer geduurd. Uiteindelijk zou het web datgene worden waar Tim Berners-Lee van droomde:

'[...] the idea of the Web as interaction between people is really what the Web is. That was what it was designed to be as a collaborative space where people can interact.'

In 2008 was ik de medeorganisator van de Dutch Bloggies. Na de uitreiking stonden we met bloggers van toen en nu wat te drinken en te praten over de evolutie van dit medium. Blogs zijn nog steeds een belangrijk verschijnsel in het online uitgeven, maar hoe is dat zover gekomen? Hoe hebben we dat voor elkaar gekregen? Was er een vooropgezet plan of deden we maar wat? Waarom zijn blogs zo populair geworden en zijn ze niet meer weg te denken in het huidige medialandschap?

Jesse James Garrett, maker van een van de eerste weblogportals, noemt weblogs *'Pirate radio stations of the web'*. Een mooie benaming van het fenomeen. Het zijn persoonlijke platformen waar je als individu je mening kunt geven. Commentaar kunt geven op recente gebeurtenissen. Waar je je eigen stem kunt laten horen, ongecensureerd en ongefilterd.

Een mooiere vergelijking vind ik die met de Wunderkammer, de voorloper van het museum. Door ontdekkingsreizen in de 16e en 17e eeuw ontstonden nieuwe wetenschappelijke inzichten. Nog niet geordend, maar ons wereldbeeld werd steeds groter. We zagen nieuwe landen, nieuwe volkeren, nieuwe planten en dieren. De ontdekkingsreizigers, vaak een excentrieke heer van stand, legden in hun huizen enorme collecties aan van ogenschijnlijk willekeurige, vervreemde en bizarre objecten. De Wunderkammers toonden struisvogelveren, fossielen, botjes van een dodo en een gemummificeerde zeemeermin. De verzamelingen wisten feit en fictie goed met elkaar te mengen om zo een persoonlijke blik op de wereld te presenteren. Niet als wetenschap, maar als entertainment en om grip op de wereld te krijgen. Om een alomvattend wereldbeeld te scheppen. Het zou nog jaren duren voor de rareitienkabinetten evolueerden in de gecurateerde musea die we nu kennen.

De eerste bloggers probeerden eveneens grip te krijgen op die nieuwe online wereld die ze verkenden. Weblogs zijn de logboeken van het web, het artefact van een ontdekkingsreis naar het nieuwe en onbekende. De verzameling die de blogger presenteert aan zijn lezers geeft een kijkje in het hoofd van de blogger en het geeft richting: hier is het leuk, daar moet je kijken, dit is een boeiende website. Het formaat van een weblog en het technische chassis waar de weblog in hangt maakt het voor de eigenaar een vrijwel frictieloze exercitie om van gedachte naar publicatie te gaan. Zoals de ontdekkingsreizigers zonder tussenkomst van wetenschappers en 'experts' hun ontdekkin-



gen tentoonspreidden, zo publiceren bloggers hun schrijfsels zonder tussenkomst van een hoofdredacteur of redactiestatuten.

Dit boek tracht de sfeer van de eerste jaren over te brengen. Inderdaad, we 'deden maar wat' maar daar kwamen wel de weblogs uit voort. Waarom deden we dat dan? En hoe? De geschiedenis van een online fenomeen laat zich moeilijk vertellen zonder de originele verhalen en quotes. Online fenomenen moet je eigenlijk zo veel mogelijk online laten en niet proberen in een boek te vangen. Daarom is er Bloghelden.nl, de website. Waar meer materiaal is te vinden, waar ik probeer de geschiedenis van de Nederlandse weblogcultuur te vangen, te behouden en te benoemen. Waar iedereen is uitgenodigd om tijdens het lezen van dit boek zijn reacties en aanvullingen achter te laten. Er is een wiki, een website waar iedereen aanvullingen kan doen op het boek. Want dit boek is niet volledig. Het is een incomplete geschiedenis van de Nederlandse blogosfeer gebaseerd op interviews, online onderzoek en mijn eigen herinneringen. Volledigheid kun je betrachten maar is een utopie. De blogosfeer heeft zowel online als offline zijn effecten gehad op vriendschappen, maatschappelijke gebeurtenissen, de zakenwereld en de reguliere media. Dat moet je niet willen vangen in één boek. Dit boek legt niet in detail uit hoe je een weblog maakt of hoe je een succesvol weblog kunt maken. Tussen de regels door lees je wel welke successen de pioniers en ontdekkingsreizigers kregen en welke misstappen.

Bloghelden eindigt rond 2005, 2006. De hoogtijdagen van weblogs in Nederland en de start van een nieuw tijdperk op internet. Er ontstaan nieuwe diensten die ons als consument faciliteren in de verschuiving naar producent. Door te lenen uit de mogelijkheden van weblogs en wat daar succesvol is, komen nieuwe successen. Web 2.0 is de verzamelnaam van deze ontwikkelingen. Ik bespreek die ontwikkelingen niet, die zijn nog altijd gaande. Na 2006 is er geen logisch en natuurlijk einde aan te wijzen voor een boek over dit onderwerp. Ik ga dan ook niet proberen om het toch te doen. Dit boek ademt misschien nostalgie. Het 'vroeger was alles beter'-syndroom. Dat we dat syndroom na vijftien jaar internet al hebben is verwonderlijk maar daarom niet minder leuk om mee te maken. Ik maak voor het eerst mee dat ik onderdeel ben van geschiedenis, dat is een vreemde gewaarwording. Ik kan mijn dochter later vertellen 'dat ik erbij was' en haar de artefacten laten zien van deze tijd.

Dit boek is het voorlopige eindproduct van een proces wat we online co-creatie zouden noemen. Wat je gaat lezen is het resultaat van vele uren, dagen en weken lezen, praten, e-mailen en schrijven. Ik mag me gelukkig prijzen dat ik de hulp heb gekregen van zoveel mensen om mij heen die hun verhaal vertelden. Ik heb veel bloggers geïnterviewd in persoon, via e-mail, telefoon en Google Wave. Dank aan allen die hun waardevolle tijd en aandacht hebben opgeofferd om mee te werken aan dit boek. Dank aan iedereen die een bijdrage heeft geleverd aan de tijdlijn van de Nederlandse blogosfeer en de Bloghelden-wiki. Dank aan iedereen die mij op Twitter of een ander sociaal netwerk volgt en me zo nu en dan een hart onder de riem steekt of waardevolle aanvullingen geeft.

Er zijn een aantal mensen die ik in het bijzonder wil bedanken voor hun hulp, steun en inzichten. In volstrekt willekeurige volgorde zijn dat:

Henk-Jan Winkeldermaat, voor onze eerste ideeën en jouw enthousiasme over de video-interviews (die helaas niet doorgingen).

Indira Reynaert, voor je wijze raad tijdens het schrijven en samenstellen.

Timo Boezeman, voor je visie op de boekenwereld, je vertrouwen in mij en het geloof in een goede uitkomst.

Ruben Steeman ♥ **Martine de Jong**, voor jullie enthousiaste JA op mijn eis dat jullie het boek gingen vormgeven.

Erwin Blom, voor de aanmoedigen en steun via Twitter en in de mail.

Marjolijn Kamphuis, voor je hulp bij de eerste hoofdstukken.

Kirstin van den Berg, omdat jij OOK zo precies bent in het meelezen en corrigeren van mijn teksten :-).

Helie Schmetz en **Tess Moana Meeuwssen**, mijn twee prinsessen die maandenlang opgescheept hebben gezeten met een schrijvende huisgenoot. Ik hou van jullie!

Ik sta op de schouders van de reuzen die vóór mij al delen van de webloggeschiedenis wereldwijd hebben verzameld en gepubliceerd. Wil je meer over dit onderwerp lezen, dan kan ik je van harte de volgende boeken aanbevelen:

Scott Rosenberg	<i>Say Everything</i>	(http://www.sayeverything.com)
Rebecca Blood e.a.	<i>We've got blog</i>	(http://bit.ly/gotblog)
Michael Banks	<i>Blogging Heroes</i>	(http://www.michaelabanks.com/)

Ik wens jullie veel leesplezier. Alle op- en aanmerkingen zijn meer dan welkom op Bloghelden.nl. Want zoals James Lilek al eens zei:

'Newspapers are lectures, the web is a conversation.'

Op Bloghelden.nl kun je links, voetnoten en verdieping vinden per hoofdstuk.

→ Push Button Publishing for the people

Dat stond er toch echt. Push Button Publishing? Wat? Wat is dat nu weer? Ik was al een paar jaar online en had wel het een en ander gezien. Maar de mogelijkheid om direct iets te publiceren op het web? Dat had ik nog niet eerder gezien. Ja, die dure en grote Content Management Systemen die wij maakten bij ons internetbureau. Maar dat waren bedrijfssystemen en niet zomaar voor elke gebruiker. En nu is daar een site genaamd **Blogger.com** die claimt dat je met een druk op de knop je eigen site kon updaten?

Ik had het al weleens gezien. Een site met een groene achtergrond en een witte balk. In die balk korte teksten. Geen titel, geen plaatjes. Gewoon een tekst en een link. Wie dat schreef? Ene Tonie. Hij deed dus schijnbaar zoiets, want ik zag elke dag, een paar keer per dag, wat nieuwe stukjes op zijn site verschijnen. En die links, die gingen over het hele internet. Van handige nieuwe software tot hilarische websites. Zo nu en dan zag ik wat andere namen staan. Lars, Remco, Ramon, Laurens. En wat vage schuilnamen als De Kolonel en Pjoe. Ik vond het intrigerend en begreep het niet helemaal. Maar ik ging wel elke dag terug om te kijken wat Tonie (volgens mij een grote Italiaan) nu weer had geschreven.

Op een regenachtige zondagmiddag zat ik op mijn (oud-)studeerkamer en kwam ik weer op die site van Blogger. Ik besloot het maar eens te proberen en maakte een account aan. Ik gebruikte mijn nickname Punkey, die ik al sinds 1996 her en der gebruikte op het web. In IRC-chats, soms in nieuwsgroepen op Usenet. En het is mijn inlognaam bij **Casema.net**. Na het inloggen bij Blogger kon ik een site aanmaken, maar hoe dan? Ik moest de FTP-gegevens van mijn homepage bij Casema invullen. Ik koos een van de templates bij Blogger en ik was klaar. Nu kon ik gaan schrijven. Ik begreep er niks van. Hoe kon dat nou? Ik werkte bij een online bureau en daar zaten we met HTML-editors allerlei pagina's te coderen met de hand. Ik had daarvoor bij WestBrabantNet in Breda een nieuwsbrief gemaakt die ik elke week met de hand in een HTML-editor moest updaten. Nieuwe links, nieuwe stukjes. En dan weer via FTP op een server zetten voordat hij te zien was op het web. Maar nu zou ik dus door wat bij elkaar te klikken mijn eigen site hebben? Ik had in het verleden weleens wat gestoeid met persoonlijke homepages op Geocities, maar dit zag er wel wat gelikter uit.

Ik zag een scherm voor me met een groot tekstveld en de knop Publish. Dat was alles. Geen titel, geen opmaak, geen categorie. Een plaatje toevoegen, dat kon niet. Ik schreef een kort stukje over een site die ik net had gezien: een overzicht van belangrijke funkmuzikanten in de vorm van het periodiek stelsel van de elementen. Ik typte het in, drukte op Publish en keek op mijn homepage. Daar stond het. Ik hoefde niets via FTP te plaatsen. Geen HTML geschreven anders dan de link. En daar stond het toch echt. Met de datum en tijd erbij. Automatisch. Geweldig!

Ik heb de rest van die zondag zitten spelen met de templates, met de HTML-code en ik ben op zoek gegaan naar andere bloggers, zoals ze zichzelf noemden. Die zoektocht is nooit gestopt. Vanaf mijn eerste pagina op Punkey's Online Experience tot mijn recente linkdumps op Inspiration Overload, ik ben altijd blijven bloggen. Het heeft de

afgelopen tien jaar mijn leven beheerst. Niet alleen het bloggen, maar alles wat met digitale communicatie te maken had. Snel na de eerste blogposts ontdekte ik het boek *Cluetrain Manifesto* en begreep ik dat de wereld nooit meer hetzelfde zou zijn als iedereen zijn verhalen kon delen met elkaar via het web. Op een van de makkelijkste manieren, door te typen en op een knop Publish te drukken.

Blogger had met geen woord gelogen.

Sindsdien is voor mij een wereld opengegaan die bloggen heette. Ik vond het geweldig. Eindelijk had ik een middel gevonden om snel en eenvoudig een verhaal online te zetten. Om leuke sites met anderen te delen en nieuwe werelden te ontdekken. Om eigen ideeën een platform te geven en met anderen daarover in discussie te gaan.



blogger™

Registered Users
Please log in.

Username

Password

remember me

New Users
Please choose a username and password.

Username

Password

Verify Password

Create a New Blog >>

What is it?
Blogger is an automated weblog publishing tool.

What does it do?
You make posts to your weblog (or your What's New page or any other web page you want to update frequently with chronologically sorted posts) by submitting a form on this web site, and the results immediately show up on *your* site, with *your* design.

How does it work?
Magic! Well, actually, you provide Blogger a template of your page (or use the default) that indicates where you want your posts to appear. When you make a new post, you'll get a "Save to Server" button that will automatically FTP your new page to your web server. No muss. No fuss. Total control.

Wow, where do I enter my credit card number?
Blogger is free. Try it out.



**'Het principe achter
weblogging is dat
men zonder winst-
bejag zijn ideeën
uit op het internet.'**

**Remco Sikkema
Sikkema.net 24.08.1999**

→ De begindagen van blogs op het web

Met de snelheid waarmee veranderingen nu online plaatsvinden is het soms goed om eens stil te staan bij het verleden. Bij de plaatsen, de mensen en de momenten die een kickstart voor de veranderingen zijn geweest. Wat we zeker weten is dat de geschiedenis van weblogs in Nederland nauw verbonden is met die van de eerste internetpioniers in Nederland en de initiatieven die ze ontplooiden. Terugkijkend lopen de ontwikkelingen in Nederland en de Verenigde Staten, toen al pionierend op het gebied van digitale media, behoorlijk gelijk. En ik vermoed dat het voor andere westerse landen hetzelfde zal zijn. In Nederland waren vanaf de eerste dag al mensen die zelf pagina's maakten op het web. Die hun eigen schrijfsels toevertrouwden aan de digitale snelweg, zoals we het internet liefdevol noemden. Maar juist het netwerkeffect van diezelfde snelweg zou ervoor zorgen dat we er op tijd achter kwamen dat we al aan het bloggen waren. Het had alleen die naam nog niet.

Internet kwam in Nederland echt van de grond in 1993-1994 met de komst van De Digitale Stad in Amsterdam en internetprovider XS4ALL. Zij begonnen in 1994 met het commercieel aanbieden van internettoegang voor consumenten. DDS was een virtuele gemeenschap (een sociaal netwerk zouden we nu zeggen) waar je direct op kon inbellen, zonder abonnement. Wat je nodig had was een computer, modem en een telefoon. Door te bellen naar een speciaal nummer via de computer zat je ineens op het internet, het web.

Ik beschrijf hier niet de volledige geschiedenis van internet in Nederland. Daarvoor zijn andere publicaties zoals *Internetpioniers* van Monique Doppert en de Wikipedia-pagina veel beter geschikt. De geschiedenis van internetprovider XS4ALL is uiteraard meer dan de moeite waard om eens door te nemen.

In 1993 besloot het tijdschrift *Hack-Tic* te starten met XS4ALL, de eerste publieke internetprovider van Nederland. Hiermee zouden ze de eerste provider zijn die diensten voor particulieren aanbood. Een van de oprichters van XS4ALL, Rop Gonggrijp, organiseerde in hetzelfde jaar het evenement 'Hacking at the End of the Universe' waar de eerste plannen werden gemaakt voor een nieuwe provider, de Digitale Stad Amsterdam (DDS). Het fraaie aan DDS was dat het geheel gratis was en je een eigen e-mailadres kreeg. DDS was bekend om zijn startpagina, wat als een plein fungeerde en vanaf waar je diverse kanten van het internet kon bezoeken. Na XS4ALL en DDS volgden al snel meer internetproviders die al dan niet gratis of op commerciële basis internettoegang aanboden.

In de tijd van XS4ALL waren vooral nieuwsgroepen en e-mail actieve middelen om te communiceren met elkaar. De nieuwsgroepen waren kleine sociale netwerken over allerlei onderwerpen. Zoals we nu Facebook, Hyves en Twitter hebben, zo waren nieuwsgroepen in de begindagen het middel om op de hoogte te blijven van de groep om je heen. Nieuwsgroepen waren er in alle soorten en maten. In Nederland waren er een flink aantal interessante en drukbezochte nieuwsgroepen zoals [nl.misc](#), [nl.eeuwig](#), [september](#) en [nl.internet.algemeen](#). Op de laatste nieuwsgroep kon je onder andere lezen welke nieuwe websites erbij waren gekomen op het web. Het was 1995-1996,

dus het was allemaal nog behoorlijk overzichtelijk. Je kon dagelijks wel een nieuwe site bezoeken, die misschien een week later weer weg was. De nieuwsgroepen waren een rudimentaire vorm van de sociale netwerken zoals we ze nu kennen en zijn nog steeds actief. Op Google Groups kun je nog berichten vinden van toen en nu in de verschillende nieuwsgroepen.

Planet Internet startte in 1995. Niet alleen als internetprovider die toegang bood, maar ook met een eigen redactie en nieuwsdienst. Het idee van de provider kwam van Michiel Frackers en Frans Straver die in 1993 afstudeerden op het onderwerp 'Succes- en faalfactoren van interactieve media op de consumentenmarkt'. Samen met een aantal partners, onder andere met ondernemer Maarten van den Biggelaar, startten ze de provider onder de vlag van KPN. Planet had vanaf de eerste dag een eigen nieuwsredactie. Dat was voor Nederlandse begrippen een unicum, want tot die tijd waren er alleen nog maar providers die toegang boden.

Een van de eerste journalisten die Van den Biggelaar interviewde was Francisco van Jole. Hij schreef voor de *Volkskrant* al veel over de nieuwe ontwikkelingen op het web en was zelf actief op nieuwsgroepen. Van Jole: *'Een week na publicatie van het artikel vroeg hij me om daar te komen werken. Ik schreef al over internet, maar nu ook echt op internet werken, dat leek me wel wat. Het was in die tijd al heel erg omstreden, zowel in de internetwereld als bij de Volkskrant. Ik ging toch voor de aartsvijand werken (KPN). Ik herinner me dat ik flinke sessies met Felipe Rodriguez en Rop Gonggrijp (oprichters XS4ALL) heb gehad of ik dat nou wel of niet moest doen.'*

De begindagen van elke nieuwe ontwikkeling lijken zich te kenmerken door anarchie en chaos. Van Jole: *'Het was een merkwaardige tijd. Krap drie weken eerder was ik bij Planet Internet in dienst getreden zonder maar een flauw idee te hebben wat ik daar zou gaan doen. Nooit zal ik mijn eerste werkdag vergeten. Weliswaar was afgesproken dat ik thuis zou werken, maar ik vond dat ik op die gedenkwaardige dag toch wel even mijn gezicht in – toen nog – Diemen-Zuid moest laten zien. 'Wat kom jij hier nou doen?' was de reactie. In allerijl werd naar een stoel gezocht waar ik op kon zitten. Buiten een kleine club mensen wist niemand nog precies wat Planet Internet van plan was en vrijwel dagelijks moest ik uitleggen wat ik toch in hemelsnaam als journalist deed 'bij de PTT', het bedrijf dat – in ieder geval op dat moment – de 'natuurlijke vijand' was van iedere internetgebruiker.'*

Wat ze bij Planet wel wisten was dat er elke week tienduizenden nieuwe internetgebruikers zouden komen. Er werd een enorm reclameoffensief ingezet om het internet voor de gewone Nederlander bereikbaar te maken. Van Jole: *'Maar wat zouden die moeten doen? Waar moesten ze heen? We wilden dat ondervangen met de journalistiek. Je leert de wereld door de krant te lezen, dus dachten we, dan beginnen we een krantje op internet en we noemen dat de Daily Planet. We zouden het elke dag rondsturen naar onze abonnees. Met wat links en korte stukjes wat er vandaag op het internet gebeurde. Zo kon je langzaam maar zeker het internet leren kennen en wist je zo je weg te vinden.'*

Op 1 mei 1995 verscheen het eerste proefexemplaar dat in een kleine oplage werd rondgestuurd. Op 19 juni 1995 verscheen de eerste echte editie van de Daily Planet en daarmee was de professionele internetjournalistiek in Nederland een feit.

De Daily Planet is voor een aantal bloggers van het eerste uur een startpunt geweest. Tonie van Ringelestijn ([Tonie.net](http://tonie.net)): *'De Daily Planet las ik als een van de eerste nieuwsbrieven. Ik had thuis geen internet, wel op school. Zo gauw ik daar was ging ik online om de Daily Planet te lezen. Het was misschien geen echt weblog, maar het kwam wel gevaarlijk dicht in de buurt als je de archieven ziet.'*

Van Jole: *'Het is niet meer voor te stellen nu, maar we hadden toen discussies over de nieuwsbrief of we er wel URL's in moesten zetten. Want die lange adressen, die zagen er zo lelijk uit en wat had je daar nu helemaal aan?' Niet onbelangrijk was dat het in 1995 niet mogelijk was om te klikken op URL's in een e-mail. Alle e-mails werden nog als tekstbestand verstuurd en de programma's in die tijd konden van de internetadressen niet direct klikbare URL's maken. Je moest de adressen dus knippen en plakken in je browser.*

Van Jole: *'Iedereen was zijn eerste stappen aan het zetten. Ik was in mijn nieuwsvoorziening aangewezen op nieuwsgroepen. Er was niets anders. Die gebruikte je zoals je nu weblogs gebruikt om nieuws te vergaren. In de Daily Planet vond je dus ook verwijzingen naar de nieuwsgroepen. Ik werd uitgelachen omdat ik het als een nieuwe vorm van communicatie zag. Eigenlijk waren de nieuwsgroepen sociale netwerken avant la lettre.'*

Vlak voor de Daily Planet begon was er nog een ander initiatief, de e-Wave. Gestart door Erwin van der Zande als extra nieuwsbrief naast het legendarische tijdschrift Wave. Dit was de tegenhanger van het pas gestartte *Wired* in de Verenigde Staten. Zoals ze zichzelf noemden: *a cyberpunk 'techno-gigazine'*. Het blad was iets wat we nog niet eerder in Nederland hadden gezien. Een wilde vormgeving (gemaakt door de legendarische graffiti artist Niels 'Shoe' Meulman) met artikelen variërend van technosex tot reviews van internetcafés en de hackerscultuur. Het blad is van oorsprong en juridisch Belgisch, maar had een zwaar Nederlandse invloed met redactieleden als Erwin van der Zande, Francisco van Jole, Adam Eeuwens en Robert van Weperen. Erwin startte de e-Wave als een geintje: *'Ik was amper een maand redacteur van het Nederlands-Vlaamse magazine Wave toen Jan Jacobs, verantwoordelijk voor de server waar de website van Wave op stond, met het idee kwam aanzetten om een mailinglijst te starten. Iets extra's voor de abonnees, was de gedachte. Het was oktober 1994 en de e-Wave was geboren: de eerste elektronische nieuwsbrief in de Benelux gewijd aan internetnieuws. De e-Wave was voor mij een openbaring van wat ik maar voor het gemak "desktop journalism" noem. Niks geen drukproeven nakijken. Schrijven, corrigeren en klik, weg was ie. Om enkele minuten later al in de mailboxen van de lezers te arriveren.'*

e-wave

‘De weblog is het eerste journalistieke format specifiek voor het web.’

Erwin van der Zande

<http://www.Bright.nl>

Ik studeerde Communicatiewetenschappen aan de Universiteit van Amsterdam en ik schreef daar voor het faculteitsblad. Wat ik daar vooral leerde is hoe media werkt. Na mijn afstuderen maakte ik eerst wat losse artikelen voor diverse bladen, waaronder een artikel over Beavis en Buttthead voor het blad *BLVD*. In 1994 begon ik te freelancen bij Wave maar na 2 artikelen kreeg ik een vaste aanstelling bij het blad.

In Nederland bestond nog niet zoiets als een internetcultuur. Tenminste, die was zich aan het vormen in die tijd. Er waren nog geen internetpublicaties die een brede basis hadden. De Digitale Stad was er, XS4ALL en de VPRO waren al bezig op het web. Maar een publicatie over internet op internet zelf, dat was er nog niet. Daarom zijn we de e-Wave begonnen. Ik maakte dat in mijn eentje op vrijdagmiddag.

De focus van e-Wave lag niet op de technologie an sich, maar meer op de cultuur, de verschijnselen, de fenomenen en de impact die het kan hebben op ons leven. Het was de tijd van de dromen en de verwachtingen van de nieuwe media. Ik begon maar over dingen te schrijven die ik tegenkwam. Zoals de eerste commerciële website die opende in Nederland, maar tevens over ontwikkelingen in de Verenigde Staten zoals de Communications Decency Act, de eerste wetgeving om inhoud op het web te reguleren.

Toen de eerste e-Wave verzonden was ging er een wereld voor me open. De sensatie dat iets na een klik direct bij zoveel honderden, duizenden mensen is. We maakten bij Wave een maandblad, als het uitkwam waren wij alweer twee nummers verder aan het werken, dus je genoot daar niet echt van. De e-Wave was iets anders, dat gaf een direct effect als we het op vrijdag verzonden.

De aanwas van abonnees groeide. Er ontstond *word of mouth*, of zoals ik het doopte *Word of Mouse*. We eindigden uiteindelijk met 6.000 abonnees die voornamelijk elkaar vertelden over de nieuwsbrief. We hebben weleens een advertentie in het blad gezet, maar de meeste abonnees kwamen van het doorstureffect.

De e-Wave maakte ik volgens een vast stramien. Ik had altijd drie tot vier nieuwsitems, waarna ik eindigde met 'Ontdek je Plekje', een lijst met twee links. Dat vaste format was prettig en herkenbaar voor de lezers, zo werd het echt een wekelijks krantje op het internet. Ik benaderde de e-Wave als journalistiek product, waarmee ik een paar primeurs heb gemaakt. Zo schreef ik over de NS met hun operatie Schone Backbones. Wave ontdekte dat de NS hun snelle glasvezelverbindingen illegaal openstelde voor commerciële exploitatie door de eerste internetproviders in Nederland. Verder had ik nauw contact met de hackersscene. Zo gebeurde het dat na een politie-inval bij het hackerszine Klaphek ik vrijwel direct met ze aan de telefoon hing en weer een kwartier later een speciale editie van de e-Wave verstuurde.

Het is al die tijd echt te gek geweest, ook toen e-Wave groeide en ik meer hulp kreeg van Ben de Dood en Adam Eeuwens, maar op een gegeven moment ben ik daar in 1996 weggegaan door onvrede over de richting van het blad. Ik was intussen goed bevriend met Francisco van Jole, die bij Planet Internet zat. Hij seinde Michiel Frackers in met wie ik al snel om de tafel zat. Michiel gaf me carte blanche en ik kreeg de mogelijkheid om iets compleet nieuws op te zetten. Bij Planet Internet was de Daily Planet de dagelijkse krant, Peter Olsthoorn had met zijn *Planet Multimedia* een fraaie uitgave over automatisering en IT, maar er was nog geen echt internetmagazine. Met mijn liefde voor tijdschriften ben ik daar toen mee begonnen. Dat is uiteindelijk *Shift* geworden.

De term Shift komt van *paradigm shift*, een term die je in 1996 en daarna steeds vaker hoorde als het ging om de disruptie die internet veroorzaakte in de maatschappij en het bedrijfsleven.

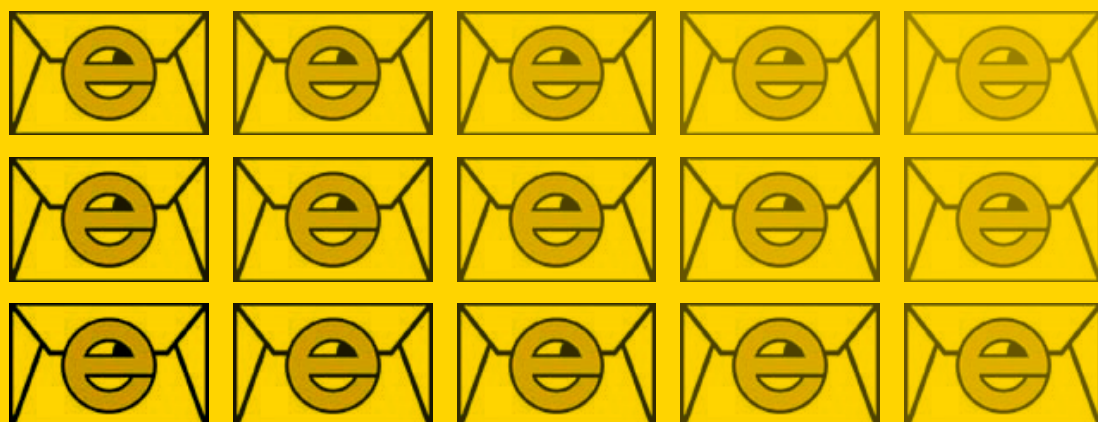
De opzet van Shift was redelijk eenvoudig. Ik had een site en een nieuwsbrief. Op de site kwamen gastcolumns, een serie 'de bookmarks van', een hoofdartikel waar je een paar dagen aan werkte, muziek via de serie 'Hitbits' en het meest populaire onderdeel 'Window Dressing'. Ik maakte elke week een serie van desktopachtergronden, iconen, systeemgeluiden en screensavers. Die waren volop te vinden op internet, maar ik keek er op een tijdschriftjournalistieke manier naar, zodat het een geacurateerde serie werd.

Ik deed alles zelf voor Shift. Het bouwen van de site, updaten van de artikelen, versturen van de nieuwsbrief. Dat deed ik dus naast het maken van de artikelen, research doen en zoeken naar links.

Na Shift heb ik nog een tijdje bij BitMagic gezeten, waar we dagelijkse cartoonshows publiceerden via speciale software. Dat is niet heel lang goed gegaan, waarna ik Spunk ben gestart met Frank Bierens. Bij Bright kwamen allerlei momenten uit het verleden weer bij elkaar. Ik nam een deel internetjournalistiek mee het blad in,

een persoonlijke *tone of voice* waardoor de journalistiek wat columnesker is geworden. Andersom heb ik de tijdschriftjournalistiek meegenomen naar het web. Een voorbeeld is de hiërarchie op de site. Op een weblog staat standaard het nieuwste item bovenaan. Maar voor ons werkt dat niet goed als het om nieuws gaat. Gedurende een dag kan er wat gebeuren waardoor een item langer of prominenter bovenaan moet staan.

Er is wel een weblogcultuur ontstaan in Nederland, dat zie je terug in de weblogmeetings. Maar het is gevaarlijk om het echt een cultuur te noemen, want dan zouden er veel mensen aan mee moeten doen. Nu zijn er wel veel weblogs maar dat zijn toch de veredelde dagboeken. Dat versta ik niet onder een weblogcultuur. Wat ik wel zie zijn mensen die elkaar online beïnvloeden online en er ontstaat een spanningsveld tussen de kampen zoals GeenStijl en Sargasso. Ondanks dat spanningsveld leert men van elkaar. We hebben het over Nederland, het taalgebied is klein dus de weblogcultuur is per definitie niet groot. Maar ik ben wel blij dat hij er is en dat hij in leven blijft. Met Bright hebben we het weblogformat in de site ingebouwd. Het weblogformat is ideaal voor internet, het is het eerste journalistieke format wat specifiek voor het web is gemaakt.



De e-zines kregen snel bekendheid, en niet alleen om hun inhoud. We hebben het hier over begin jaren '90 en toegang tot het internet was nog geen gemeengoed. De Nederlanders die online waren, wisten elkaar mondjesmaat te vinden. Dat betekende dat het e-mailgebruik in Nederland niet enorm groot was. Wat deden de vele nieuwe abonnees van de commerciële internetproviders? Ze namen (gratis!) abonnementen op de nieuwsbrieven zodat ze elke dag mail kregen en daarbij dagelijks een wegwijzer kregen voor het internet. Beginnend op internet vraagt menig een zich af waar te beginnen, waar kan ik leuke sites vinden? De e-zines vervulden deze rol in de begin dagen. Na de nieuwsgroepen waren zij de gidsen op het web.

In 1996 begonnen Maarten Reijnders en Koen Vrancken de maandelijkse e-zine Smallzine. Een maandelijks e-zine met internetnieuws, tips voor het bouwen van homepages en besprekingen van andere e-zines. Deze e-mailnieuwsbrief, begonnen met tachtig abonnees bij de eerste editie, zou in haar bestaan ongeveer 30.000 abonnees krijgen en was bij het afscheid in 2004 een van de populairste e-zines in Nederland. De reden voor de populariteit ligt in het feit dat ze zowel op het web als via e-mail bereikbaar waren. Waar de Daily Planet alleen via e-mail werd verstuurd, en online een verstopt archief had, was Smallzine een goede mix tussen e-mail en web.

Daarnaast was Smallzine een portal voor andere nieuwsbrieven, ze hielden een lijst bij van de e-zines in Nederland, inclusief uitgebreide informatie en de mogelijkheid om je direct te abonneren op andere e-zines. De e-zines die ze bijhielden waren zeker niet alleen ICT- en internetgerelateerd, maar gingen over allerlei onderwerpen, waardoor ze als startpunt voor een breed publiek interessant waren. Nieuwe e-zines die verschenen kregen in de e-mailnieuwsbrief uitgebreid aandacht in een vaste rubriek. Smallzine deed meer dan alleen een nieuwsbrief maken met online nieuwtjes. Ze deden in 1998 en 1999 zelf onderzoek naar online winkels, deden verslag van hackersbijeenkomsten en waren erg actief in het ontmaskeren van de domeinkaper Martijn Bevelander. Deze internetondernemer registreerde zeer veel domeinen van merken en bekende Nederlanders om deze later voor een hoog bedrag weer vrij te geven. Smallzine hield de handel en wandel van Bevelander nauwlettend in de gaten en berichtte er veelvuldig over in het Martijn Bevelander-dossier.

Smallzine gaf zeer uitgebreide tips en links om een eigen site te bouwen, bedacht de tellertest om te zien welke bezoekersteler het beste is en legde veel nieuwe internetontwikkelingen duidelijk uit. Smallzine had als e-mailnieuwsbrief een forum, een unicum in die tijd. Hierdoor konden ze tussen de edities door in contact blijven met de lezers en andere belangstellenden.

Opvallend aan Smallzine was dat deze altijd in twee delen werd verstuurd per e-mail. Maarten Reijnders: *'Dat in twee delen versturen had vooral een praktische reden. Veel mailprogramma's konden in die tijd geen grote mails aan. En aangezien Smallzine nogal "groot" was (in tegenstelling tot wat de naam deed vermoeden) verstuurd we de boel meestal in twee delen.'* Smallzine was een 'dikke' nieuwsbrief. Dik staat hier begrijpelijk tussen aanhalingstekens, want door het digitale formaat kun je niet over dik of dun spreken. Maar Smallzine stond altijd bomvol artikelen, interessante links en fraaie handleidingen. Je las hem in elk geval niet even in een paar minuten uit, maar je nam er echt de tijd voor. De makers onderstreepten dat nog eens in de laatste Smallzine op

5 december 2004: *'E-mail speelt bij de internetpublicaties van die dagen een belangrijke rol. Internetters moeten de PTT nog per minuut betalen en blijven daarom bij voorkeur zo kort mogelijk online. Urenlang op een site blijven hangen om allerlei artikelen te lezen, is niet echt goed voor de gemoedsrust van de gemiddelde internetgebruiker uit 1996. Artikelen per e-mail ontvangen om ze vervolgens offline te lezen, is een stuk prettiger. E-mailnieuwsbrieven zijn in die dagen wat weblogs nu zijn: de meest voor de hand liggende publicatiemethode op internet.'*

In 1997 kreeg de Daily Planet een parodienieuwsbrief, de Daily Wacko. Oprichter en enig redacteur Laurens Lammers: *'Ik heb mezelf geïntroduceerd als de Broer van Francisco (van Jole) ergens in december 1997. Mijn eerste "blog" was de Daily Wacko. Al heette het toen nog een e-zine. De Daily Wacko was een parodie op Van Joles Daily Planet, inclusief exact dezelfde stalinistische opmaak en hetzelfde soort logo (gemaakt door een lezer/fan, want zelf had ik geen kaas gegeten van dat soort dingen). De Daily Wacko stuurde ik elke maandagochtend naar een groep abonnees en stond daarna online.'*

E-zines waren populair omdat ze zinspeelden op het nieuwe en spannende van het web. Met de start van het internet in Nederland was er een behoefte aan sturing en duiding. Wat is er mogelijk? Waar moet ik heen voor mijn informatie en nieuws? Hoe werkt het internet? De eerste nieuwsbrieven vervulden die behoeften. Later werden ze specifiek en thematischer. Er kwamen nieuwsbrieven voor voetbalclubs, moppen en uitgaan. De e-zines in Nederland zijn nodig geweest voor de volgende stap die de schrijvers konden maken, zelfstandig publiceren op het web.

De eerste golf weblogs

In de periode dat de e-zines floreerden in Nederland, ontstond er in de Verenigde Staten een nieuw fenomeen. Jorn Barger was al actief op andere online netwerken zoals Usenet, de nieuwsgroepen op het web. In februari 1995 begon Jorn met zijn Robot Wisdom-website, waar hij essays en artikelen plaatste over onder andere James Joyce, kunstmatige intelligentie en de internetcultuur. Op 17 december 1997 noemde hij voor het eerst de term weblog op zijn website Robotwisdom.com. Geschreven als WebLog, omdat 'de lettergreep blog verschrikkelijk klinkt.' Hiermee beschreef hij zijn zoektochten op het internet, het 'loggen' van het web, zoals meerdere bloggers nu nog zullen zeggen. Jorn en Robot Wisdom worden over het algemeen als de grondleggers van de weblog genoemd. Echter, Tim Berners-Lee bedacht bij CERN in 1989 het principe van gelinkte documenten op computers en daarmee het World Wide Web. De eerste webpagina die werd gemaakt is een weblog. In Netscape, de browser van weleer, zat de knop What's New. Daarmee bezocht je deze website. Een constant geüpdatet overzicht van nieuwe websites die begin jaren '90 wereldwijd online kwamen. In 1994 was Justin Hall bezig op een persoonlijk weblog. Een lifelog zouden we het nu noemen. Zijn persoonlijke beslommeringen, romances, maar ook de zelfmoord van zijn vader, alles kwam online. Webdesigner Jeffrey Zeldman claimt dat hij sinds 1995 een blog bijhoudt. In de Verenigde Staten is er dus eveneens onduidelijkheid over de begindagen van de blogosfeer. De term 'blog' is in 1999 geïntroduceerd door Peter Merholz. Hij brak het woord weblog op in 'we blog' en om onduidelijke reden is de term 'blog' blijven bestaan.

Op Hypertext2009 presenteert Rudolf Ammann een paper over de begindagen van de blogosfeer in de Verenigde Staten. Hierin haalt hij wederom Jorn Barger aan en de moeizame relatie die Jorn had met softwareontwikkelaar Dave Winer. Hij zet in januari 1997 een nieuwe versie van zijn webplatform Frontier online. Deze had een nieuwe functionaliteit, de NewsPage. Hiermee was het voor het eerst mogelijk om zonder kennis van HTML een homepage te maken die de artikelen gesorteerd op datum zou laten zien in omgekeerd chronologische volgorde. Dave begint in februari 1997 de publicatie Scripting News, maar hij claimt niet de term weblog te hebben uitgevonden. Dave is daarentegen wel een belangrijke voorvechter geweest van het online publiceren. Hij heeft met zijn weblogsoftware Radio Userland aan de wieg gestaan van RSS, de technologie om digitale content snel en eenvoudig online te verspreiden, en samen met Adam Curry kan Dave de godfather van podcasting worden genoemd. Dave Winer 'bootstrapped the blogging revolution', veel latere bloggers zijn eerder door Dave geïnspireerd dan door Robot Wisdom.

Ammann vertelt in zijn essay dat Jorn grote moeite had met de verschillende soorten blogs die er ontstonden. Niet alleen de linklogs zoals Robot Wisdom, maar ook andere blogvormen: *'You can certainly include links to your original thoughts, posted elsewhere ... but if you have more original posts than links, you probably need to learn some humility.'*

Ondertussen is elders in de Verenigde Staten de onbekende internetjournalist Jim Romenesko aan het werk bij een lokale krant. Elke dag voor hij aan het werk gaat, surft Romenesko langs de sites van de lokale kranten, zoekt het bizarre en opvallende nieuws en plaatst het op zijn weblog The Obscure Store and Reading Room. Daarnaast geeft Romenesko nieuws en inside informatie over journalistiek en media, wat hem populair maakt bij de redacties van de grote landelijke kranten.

Jorn Barger zal na het claimen van de term weblog nog lange tijd een voorvechter blijven van het vrij geschreven online woord. Hij komt wel meer en meer met Dave Winer in de clinch over de richting die weblogs op moeten, om uiteindelijk in 2007 nogmaals een behoorlijk stringente lijst van regels voor weblogs uit te brengen: *'A true weblog is a log of all the URL's you want to save or share. (So del.icio.us is actually better for blogging than blogger.com.)'*

Naast Robot Wisdom en Obscure Store zijn er nog twee andere Amerikaanse websites die van invloed zijn geweest op de Nederlandse bloggers van het eerste uur. De eerste is Memepool. Deze groepsblog is in 1998 opgericht door onder andere Joshua Schachter. Hij zou later de bookmarkdienst Delicious oprichten. Memepool kenmerkte zich als een typische linkdump in de geest van Robot Wisdom. Links naar het vreemde, obscure, grappige en interessante op het net, vergezeld van een korte beschrijving. De blog had geen reactiemogelijkheden en de auteurs waren alleen bekend onder pseudoniemen. Op Memepool waren dagelijks nieuwe links te vinden, maar op 22 april 2008 was het afgelopen met de site. Sinds die datum zijn er geen nieuwe posts meer geplaatst.

Cameron Barrett startte op 11 juni 1997 Camworld, een site die hij gebruikte om links te posten naar artikelen over webdesign. Deze gebruikte hij als leraar op het Northwestern Michigan College. Maar na zijn lessen ging hij door met het verzamelen en

publiceren van links, om uiteindelijk in 1999 het essay *The anatomy of a weblog* te publiceren waarin hij een eerste aanzet doet om de Amerikaanse tijdlijn van de webloghistorie samen te stellen. Cameron is de eerste blogger die in 1997 wordt ontslagen vanwege zijn blogpraktijken. Uiteraard doet hij hier uitgebreid verslag van op zijn weblog: *'[...] if you've read my fiction, you might or might not agree with my co-workers and my boss. I freely admit that my fiction is of the experimental kind.'*

De geschiedenis van de Amerikaanse weblogs is al minstens zo diffuus als de Nederlandse. Maar het neemt niet weg dat de grote start van weblogs duidelijk in de Verenigde Staten plaatsvond. Jorn Barger, Dave Winer, Cameron Barrett en Jim Rome-sko zijn de pioniers in de Amerikaanse blogosfeer en zetten de standaard voor wat er wereldwijd zou gebeuren. Maar waar in de VS de blogosfeer is geschapen door een geflipte hippie, een softwareprogrammeur, een journalist en een leraar, zou in Nederland de zegetocht van weblogs beginnen bij een stagiair Journalistiek, een salesmedewerker bij een internetprovider en een kunstzinnige schrijver. Niet gehinderd door enige kennis waren ze onafhankelijk van elkaar aan het ontdekken hoe de ultieme publicatievorm voor het web vorm zou krijgen op Nederlands grondgebied.

'Als je naar Italië op vakantie gaat, neem dan eerst deze tarieven door, misschien is het aanschaffen van een prepaidkaart in Italië goedkoper dan in Nederland. (Planet Multimedia)'
'Het verslag van Torhout Werchter '99.'
'Hoe mol ik mijn computer, deze guide vertelt hoe. (Camworld)'

Drie losse posts, linkdumps, van een van de eerste weblogs in Nederland. Compleet niet-gerelateerd aan elkaar, het zijn verschillende onderwerpen die wel door één persoon werden geschreven. We waren gewend dat een e-zine of een website duidelijk over één onderwerp of thema ging. De eerste persoonlijke homepages die werden gemaakt, hadden vaak een overkoepelend thema die alle informatie bij elkaar hield. Of je nu een homepage maakte over je familie, je favoriete voetbalclub of je kat, je zorgde dat je op je homepage het zo strikt mogelijk over dat onderwerp hield.

E-zines konden wel wat vrijer over onderwerpen schrijven. Smallzine behandelde zowel de nieuwe bezoekerstellers als de laatste ontwikkelingen op het gebied van HTML, maar kon ook uitwijken over privacy op het net. Shift en voorheen e-Wave waren vooral gericht op de cybercultuur, vanuit een sociaal, maatschappelijk en artistiek perspectief. Daily Planet was als dagelijkse krant nog het meest te vergelijken met de eerste weblogs in Nederland. Francisco schreef wat hij tegenkwam en dat ging vaak over de netcultuur. Maar vaak kwam daar zijn eigen mening in naar voren. Ik zal Francisco niet snel betrappen op het linken naar een verslag van Torhout Werchter, maar wellicht wel naar de webcams bij dat festival, mochten ze er zijn geweest.

De eerste bloggers in Nederland zijn duidelijk beïnvloed door de vaderlandse e-zines en de links die ze vonden naar de eerste blogs in de Verenigde Staten. Remco Sikkema (Sikkema.net): 'Voordat ik begon met Sikkema.net waren er al wat andere weblogs zoals Camworld en Robot Wisdom. Vermoedelijk dat ik die via nieuwsbrieven als Shift of een andere nieuwsbrief ben tegengekomen. Maar ik ben die sites wel gaan volgen en het viel me op dat ik iets vergelijkbaars in Nederland nog niet had gezien.' Voor Remco, een werknemer bij internetprovider GX Networks, was het normaal om

vrijwel de hele dag online te zijn. Hij kwam veel sites tegen en merkte dat er meer van die sites waren, zoals hij zag bij Robot Wisdom. Remco: *'Ik zat zelf wat met HTML te experimenteren eerste versies nog in HTML. Ik moest nieuwe posts steeds netjes boven de vorige zetten. Pas later kwam er weblogsoftware bij kijken.'*

Sikkema.net is met zijn homepage een van de eersten die een weblog maakt. Hij is de eerste die de term op zijn site gebruikt. De eerste blogpost van Remco stamt van 6 juli 1999, wat hem niet direct de oudste blogger van Nederland maakt, maar wel een van de eersten. Remco is met zijn site van belang voor veel startende bloggers. Op dezelfde manier zoals nieuwsgroepen en e-zines de weg wijzen voor de nog onwetende groep internetters die net online komen via de publieke providers, zo wijst Remco ons de weg door het groeiende woud van nieuwe websites en nieuwe weblogs. Want als er een nieuwe weblog bijkwam in Nederland, dan was Remco er vaak als eerste bij om er melding van te maken. Je wist dan direct dat je meer bezoekers zou krijgen, wat voor elke beginnende blogger natuurlijk een heerlijk gevoel is. Remco schreef in de begintijd van zijn blog een column op zijn site. Daar schrijft hij al waarom hij is gaan bloggen: *'Hoewel er tig e-zines zijn in het Nederlands, zijn er amper weblogs te vinden in het Nederlands. Dit is dus de tweede reden dat ik deze site in het Nederlands maak, het weblogging moet ook hier opkomen en misschien is mijn weblog wel een aanzet tot meerderen.'* Door zijn werk en zijn lange dagen online heeft hij vaak de nieuwste links als eerste en zet ze direct op zijn weblog. Nog geen twintig dagen na de start van zijn weblog maakt hij zich al zorgen over de komst van Pitas, de weblogsoftware om direct online je posts te schrijven: *'Maak je eigen Weblog via deze webbased pagina, dus zonder het elke keer aanpassen van HTML en het uploaden via FTP. Als deze WeblogFabriek gaat lopen kan ik beter inpakken en wat nieuws gaan zoeken.'* Op 24 augustus maakt Remco voor het eerst melding van een Nederlandse weblogcollega, Alt0169. Door het verwoede schrijven van Remco valt hij op in het buitenland, want zowel Sikkema als Alt0169 zullen al snel worden genoemd in de webloglijst van Jesse James Garrett als een van de weinige buitenlandse weblogs. In november 1999 publiceren Dave Winer en Rebecca Blood gezamenlijk de eerste negen Nederlandse weblogs met links op hun eigen blogs: Alt0169, Sikkema, Tonie, Morewherethat, Esc, MisterEdBlog, Joglog, Aanvang.net & Linked.

Remco had de lijst met weblogs doorgestuurd naar Rebecca die ze doorplaatste op haar eigen weblog. Een fraai stukje pr voor de Nederlandse blogosfeer in de begindagen. Maar niet alle blogs waren al even actief. Weblogs als Linked, Joglog en MisterEdBlog waren maar een relatief korte periode echt actief, waarna ze langzaam doodbloedden. Achteraf gezien is Aanvang.net meer een startpagina dan een weblog, aangezien er weinig extra tekst en persoonlijke observaties bij de links waren te vinden. Het domein van Aanvang.net zou later worden doorgestuurd naar dedigitalerevolutie.nl, wat daarna weer door Fan.tv is omgezet naar een online tv-kanaal.

Opvallend is dat de lijst van zowel Rebecca als Dave Winer één Nederlandse weblog niet noemen. Het is in de begindagen de enige weblog die zich niet exclusief op het Nederlandse publiek richt en duidelijk een Engelstalige focus heeft. De schrijfster heeft al enige tijd nauwe connecties met de internetpioniers uit die tijd.

Prolific

**'Bloggen is een
subjectieve blik
op de wereld.'**

Caroline van Oosten de Boer
<http://www.prolific.org>

Ik was al sinds 1993 online, maar ik vond het Nederlandse deel van het internet weinig interessant. Ik ben altijd al geïnteresseerd geweest in de Engelstalige wereld, dus was het logisch dat ik me meer op het buitenland richtte. Sinds 1998 had ik een eigen homepage op een ander domein dan Prolific.org. Die was gemodelleerd naar aanleiding van de site van Jeffrey Zeldman, een webdesigner die in de begindagen van het visuele web veel opzien baarde met zijn projecten en experimenten. Eén van de dingen die hij deed was bijhouden wat hij op het web had gevonden. Linkjes met een korte tekst plaatsen. Ik begon dus links op mijn site te zetten. Alles met de hand, want er was toen nog geen weblogsoftware. Maar naast Zeldman waren er ook andere pioniers die ik in de gaten hield, zoals Derek Powazek, Evan Williams en Meg Hourihan. De laatste twee zouden met hun bedrijf Pyra de weblogsoftware Blogger maken. Tonie was de eerste Nederlander die op de lijst stond met nieuwe weblogs bij Blogger. Ik de tweede. Ik zette de posts die ik al had gepubliceerd om naar Blogger en ik begon met bloggen op 27 oktober 1999. Op die datum ben ik echt begonnen met het posten van links naar andere sites. Later ben ik overgestapt op diverse andere weblogsoftware als Movable Type en heel even Pivot. Nu schrijf ik alles in WordPress.

Ik had wel wat moeite met het bloggen in de begindagen. Want er waren wel wat eerste dagboekjes online te vinden, vooral bij *Livejournal*, maar ik vroeg me af wat de bedoeling van het bloggen eigenlijk was? Moet je nou over jezelf schrijven of juist gaan linken? Bloggen is voor mij het posten van interessante links naar andere sites met een kort commentaar van jezelf erbij. Dat was voor mij het echte bloggen. Toen het in 2000 in Nederland begon op te komen werd het al heel snel lifeloggen, dat

is dagboekschrijven. Terwijl ik het meer een curatorfunctie vind. Bloggen is een subjectieve blik op de wereld. Het bloggen was voor mij een heel logische stap. Eind jaren '80 ging ik op school al maandelijks naar de kopieermachine om een underground roddelblaadje in elkaar te zetten en te verspreiden. Ik heb voor fanzines geschreven. Toen ik studeerde kwam ik in aanraking met U2 en kwam ik met dat fandom in aanraking. Ik schreef toen met mensen over de hele wereld en ik kreeg pakketjes met tapes van concerten. Het hele idee van zelf publiceren zat er altijd al in. Dus toen internet kwam was het logisch dat ik online zou gaan publiceren.

Alles wat goed geschreven is en ergens over gaat heeft bestaansrecht. Dan maakt het niet uit of het een schetsboek, blog of iets anders is. Maar het hangt ervan af wat je kunt, je moet wel je eigen mening kunnen opschrijven. Waar ik minder blij van word, zijn de weblogs die duidelijk als uitgangspunt hebben dat er geld moet worden verdiend. Ik vind dat het uitgangspunt altijd datgene moet zijn wat je hebt meegemaakt en dat met iedereen deelt. Ik zeg niet dat alle commerciële weblogs slecht zijn. Er zijn genoeg blogs die geld verdienen en waar je de liefde voor het onderwerp echt wel ziet. Met mijn eigen *U2Log* en *Whedonesque* verdien ik wat geld, maar dat is puur om de kosten terug te verdienen in plaats van in mijn levensonderhoud te voorzien.

In de beginperiode was het echt een heel kleine groep mensen die een blog had. Wereldwijd waren er misschien maar driehonderd bloggers en we kenden elkaar wel. Dat was vooral via een mailinglist genaamd 'Weblogs'. Die mailinglist was privé en alleen op uitnodiging kreeg je toegang. De mailinglist was gestart door Jesse James Garrett, die de eerste lijst met weblogs van over de hele wereld maakte. De lijst was behoorlijk serieus en er werd flink gediscussieerd over de opkomst van

weblogs en wat het zou betekenen voor de internetjournalistiek. Ik was daar zelf niet zo actief op, maar las wel alles wat voorbijkwam. Uiteindelijk kwamen er in Nederland meer weblogs en kwamen de eerste bijeenkomsten waar we elkaar leerden kennen. Ik vond het wel leuk dat er meer weblogs kwamen en ging dus naar de eerste meeting in Rotterdam, de Virtuele Instuif, georganiseerd door Alt0169. Maar al heel snel kwam er een soort clash tussen Alt0169 en het groepje mensen waar ik bij zat (Lars Pasveer, Wilco Noordermeer, Martijn van Es, Merel Roze en Walter van den Berg). Als reactie daarop namen we de geuzennaam Geitenfokkersvereniging. De lui van Alt vonden ons geitenfokkers, we waren net iets te gezellig en te lief. Een beetje kinderachtig allemaal, we hebben een week een site gehad met die naam maar dat bloedde al snel dood.

Ik was dat niet gewend vanuit de Engelstalige wereld, waar iedereen in de beginnende jaren vriendelijk voor elkaar was, elkaar hielp en je samen iets opbouwde. In Nederland was er toch meteen een vijandige sfeer waar je elkaar afzeikt en neerhaalt. Ik had geen idee waar die persoonlijke aanvallen vandaan kwamen, ik had mensen als Jeroen Bosch nog nooit gesproken. Dus je had vijftien bloggers in Nederland die al meteen in groepjes uiteenvielen. Pas later is de Nederlandse blogwereld weer wat gezelliger geworden met bijvoorbeeld de Vondelpark-meetings. Maar ik was er toen alweer klaar mee en besloot weer in het Engels te gaan loggen en me niet met de Nederlandse blogosfeer bezig te houden.

Bloggen is nooit doorgebroken in Nederland, het is al opgehouden voor het door kon breken. Nu is het Hyves, Facebook en vooral Twitter. De komst van de weblognetwerken zorgde ervoor dat het nooit is geworden wat ik vind dat bloggen is. Op de weblognetwerken ging het vooral over je

hond of kat en na drie weken houden ze ermee op. Er zijn maar weinig mensen die al vijftien jaar menen dat ze iets te vertellen hebben.

Wat ik wel interessant vind en waar ik blij mee ben, is dat er in Nederland wat meer commerciële weblogs zijn. Maar zoals al eerder gezegd, wel als je ziet dat ze passie voor het onderwerp hebben en de drang hebben om online te publiceren. Ik ben dus wel blij dat er hier wat meer gebeurt dan alleen het shockloggen. Dat shockloggen is iets typisch Nederlands. We zijn al wat grover in de mond dan Amerikanen, we zijn daar wat meer rechtdoorzee in. Ik kan het langzaam maar zeker wel waarderen. Wat ik vooral interessant vind, is de invloed van GeenStijl op de Nederlandse taal, hoe zij Engelse uitdrukkingen verneerlandensen.

Wat mij drijft om door te gaan is het idee dat ik kennis kan doorschuiven en mensen kennis kan laten maken met alles wat nieuw is en wat nog niet bekend is. Daarnaast de drive om te documenteren en te publiceren. Ik vind dat bepaalde ideeën en momenten bewaard moeten blijven. Daar is een weblog ideaal voor. Wat ik prettig vind aan het bloggen is de mogelijkheid om mensen bij elkaar te brengen. Met name op de andere blogs die ik beheer, U2Log en Whedonesque, zie je dat mensen echt bij elkaar komen omdat ze fan zijn van U2 dan wel Josh Whedon. Ik hoef er zelf niet constant deel van uit te maken, maar ik vind het geweldig als anderen samen veel lol hebben en ik daar aan heb bijgedragen. Ik hou het al iets van tien jaar vol om een blog bij te houden. Dat is voor een kleine groep mensen, maar ik doe het graag. Ik ben er niet rijk van geworden en ik wil niet zeggen dat ik heel goed ben. Maar het blijft de drive om iets te vertellen, om te publiceren. Om mijn mening te delen met anderen.

Het is opvallend dat Caroline en haar Prolific relatief lang onopgemerkt zijn gebleven in de Nederlandse blogosfeer. In de begindagen waren de eerste bloggers als Remco en Tonie er als de kippen bij als er weer een nieuwe weblog bij was gekomen. Het was makkelijk bij te houden via de statistieken van Nedstat wie er op je website was gekomen en vanaf welke site.

Nedstat is opgericht door Michiel Berger, die begin 1996 de behoefte kreeg om het bezoek van websites te meten die niet op zijn eigen server stonden. Hij deed dit door een plaatje op de homepage te laten downloaden vanaf zijn eigen server. Nadat hij ondernemer Hans Veldhuizen heeft ontmoet in een Amsterdams café wordt het bedrijf Nedstat opgericht. De tellers zijn direct een hit bij de makers van homepages en weblogs. Waar je voorheen maar zat te gokken hoeveel bezoekers je website had, kon je daar nu in elk geval iets van terugzien. Nedstat had met hun statistiekenpagina's nog een slimmigheid ingebouwd. Iedereen die een website aanmeldde moest opgeven in welke categorie deze thuishoorde. Al snel kwam er een categorie Weblogs. Hierdoor kon je als blogger direct twee trends volgen: welke nieuwe weblogs zijn er vandaag bijgekomen en op welke plaats staat mijn eigen weblog? Tevens kon je in de statistieken terugzien waar je bezoek vandaan kwam. Zo kon je snel zien wie er naar je had gelinkt en of dat een nieuwe weblog was.

De Nedstat-tellers waren een belangrijke aandrijver van bezoek naar nieuwe weblogs in de eerste jaren. Maar naarmate het web steeds drukker werd, kwamen er meer commerciële sites. In 1999 en 2000 begon de online temperatuur langzaam maar zeker naar grote hoogte te stijgen door de enorme goudkoorts die er heerste rondom het internet. Zo kwamen er ook steeds meer sites online die gebruikmaakten van de gratis Nedstat-tellers. Helaas zouden ze dat niet allemaal even netjes doen. Een collectief van schrijvers, bestaande uit Rotterdamse kunstenaars en een Utrechter met schrijversdrang, zouden dat met de Nationale Nedstat Tellerdag genadeloos laten zien:

'We zaten midden in de hype die de eerste golf van de Nieuwe Economie heet, de internet bubble: elke gek maakte een internetplek die naar eigen zeggen overliep van bezoekers/succes. Bedrijven gebruikten zo'n teller anders dan de weblogs, ze liepen niet te koop met hun bezoekersaantallen. Veel bedrijven maakten de teller onzichtbaar. In een verborgen framesetje, of door het verplicht te plaatsen plaatje een formaat van 1 bij 1 pixels mee te geven. Al is de leugen nog zo snel, Alt0169 achterhaalt de teller wel. Dat was de Nedstat Teller Dag' – Jeroen Bosch, Alt0169

Bloggen met één doel: het internet opkopen en sluiten

Het Dagelijks Nieuws – 7 mei 1997

Gelezen op pagina 2 (economie): *'Dankzij het internet maakt Levi's tegenwoordig spijkerbroeken op maat, iets wat vroeger ondenkbaar was.'*

Het Dagelijks Nieuws – 8 mei 1997

'Ook deze week is de landelijke creativiteit weer schrikbarend gedaald. De vorige week ingezette trend lijkt zich te continueren. Ten opzichte van dezelfde week vorig jaar daalde de landelijke creativiteit met maar liefst 45%. Analisten voorspellen dat het einde voorlopig nog niet in zicht is. Ons advies: verkopen.'

'Alt0169 is als weblog vrij gemodelleerd naar aanleiding van Robot Wisdom en Meme-pool. Het was een logisch vervolg op (voorheen) Het Dagelijks Nieuws op de Jeroen Bosch-homepage, geschreven door mijzelf en Hugo Spruijt. Het Dagelijks Nieuws bestond uit een aaneenschakeling van associaties en invallen vrij geïnspireerd op het nieuws, licht absurdistisch van karakter, dagelijks een of meer berichten, tekeningen, animaties of links. Een weblog avant la lettre, al bestond dat woord toen nog niet. De site was actief van 6 mei 1997 tot en met 18 mei 1999 en is nog in archief online.'

Jeroen Bosch kende via Het Dagelijks Nieuws een aantal lezers persoonlijk. Gezamenlijk besloten ze na het stoppen van Het Dagelijks Nieuws om een nieuwe site te beginnen.

Joep Vermaat was een van de lezers van Het Dagelijks Nieuws. Joep was al een tijd op het web actief onder zijn pseudoniem Pjoe en op de gelijknamige site had hij een klein blog over zijn belevenissen bij concerten en voor zijn werk in het buitenland. Joep was duidelijk aan het experimenteren met de mogelijkheden van het schrijven op het web en de design- en programmeermogelijkheden.

'So here we are, halfway through the design phase. Had some input on my first try. It made me doubt, but I still quite like the vertical index below. Did discover some great things using the background color of table cells. Skipped the borders, added a picture. It's looking nicer already.'

Joep hield op zijn site bij wat hij veranderde in het design om na een periode van stilte te melden dat er meer activiteit van hem op een andere site zou zijn.

Jeroen: *'Samen met Joep hebben we gebrainstormd over een naam en een domeinnaam. We ontdekten dat c.com nog vrij was. c.com: supercool! Alleen bleek na enkele dagen dat c.com niet werd vrijgegeven om ons verder onbekende redenen. Als alternatief is toen gekozen voor Alt0169, de ascii-code voor het copyrightteken. De opzet was een klassiek weblog, een linkdump: wat we elkaar doorgaven middels mail en ICQ, wat we konden gaan delen in het openbaar en in principe met de hele wereld – een chronologisch opgezette nieuwswebsite, laatste bericht bovenaan, al het nieuws op de voorpagina.'*

Een van de lezers van Het Dagelijks Nieuws was Robert van Eijden alias Oxysept: *'In de tijd van HDN ('97/'98) begonnen Jeroen en ik te mailen en vanaf de zomer van 1999 ontmoetten we elkaar in het echt. Op een barbecue die zomer in de tuin van de opnamestudio van de Rotterdamse blindenbibliotheek waar eveneens Hubert van later Retecool aanwezig was, vroeg Jeroen of ik mee wilde doen met zijn nog op te richten weblog Alt0169.com, samen met Joep. Dat leek me wel wat, ik was zelf al actief op mijn eigen website Maarwathishet.com. Dat was niet echt een weblog te noemen. Zo zou ik verschillende platforms hebben voor verschillende behoeften.'*

Robert is met zijn website Maarwathishet.com een verademing in de Nederlandse internetwereld en een bron van linkinspiratie voor veel bloggers. Oxysept, zijn nickname is afgeleid van de contactlensvloeistof, was echter kraakhelder met zijn mening over het web: *'Het hele internet is wat mij betreft een duivelse plaats waar iedereen zo ver mogelijk bij vandaan dient te blijven.'*

Met zijn eigen, ietwat verwrongen beeld van de wereld schrijft hij pagina na pagina vol met zijn belevenissen. *'Ik ben ooit met Maarwathishet.com begonnen omdat mijn e-mails aan vrienden, bekenden en zelfs onbekenden steeds vreemder en wijldopiger van aard werden. Het leek mij daarom handiger om de verslagen van mijn belevenissen (en vooral het gebrek daaraan) op een website te zetten. Omdat ik zelf ook niet precies wist wat voor site het was, noemde ik het geheel 'Maar wat is het?'. Dat was in november 1998. In mei 1999 kocht ik het domein Maarwathishet.com en daar zit ik nu nog steeds.'*

Een weblog konden en mochten we het niet noemen. Oxysept in zijn eigen woorden: *'In de begindagen van mijn site was het misschien wel een weblog, toen postte ik soms drie stukjes per dag. Helaas zijn de archieven van de eerste maanden verloren gegaan bij een grote brand. Een enorm drama was dat. (O nee, dat klopt niet, ik heb ze gewoon verwijderd toen ik overging naar mijn eigen domein.) Nu post ik nog maar ongeveer drie updates per jaar, al zijn die stukken meestal wel veel langer dan de oprispingen uit mijn begintijd. Qua updatefrequentie voldoe ik dus niet aan de term blogger, en wat inhoud betreft ook niet echt. Zelf heb ik mijn site bij de lancering "e-zine" gedoopt, dat is Engels voor "elektronisch tijdschrift". (E-zine was een hippe term in 1998, net als "push-technologie" en "printing on demand".) Wat mijn site nog minder weblog maakt, is dat ik nooit een reactiepaneel heb gehad – in het begin niet omdat zulks nog niet bestond, en later niet omdat ik te autistisch ben om de HTML van mijn site aan te passen (die is daarom al sinds 1999 onveranderd gebleven). Uit mijn parttime-autisme zijn overigens de meeste verhalen op Maarwathishet.com voortgekomen, dus wat dat betreft zijn vorm en inhoud één.'*

Robert begon samen met Jeroen Bosch en Joep Vermaat Alt0169.com. De site zag op 16 augustus 1999 het levenslicht en het was direct een hit. Omdat het zo anders was, zo vernieuwend voor het Nederlandse web. De schrijvers op Alt0169 noemden zich Newswatchers: *'We maakten geen nieuws, we lazen nieuws. Een handvol human agents die als intensieve lezers dagelijks een stuk of wat maal het ganse internet aflazen en zo heel veel dingen tegenkwamen. Design, techniek, nieuws, internet: heel breed.'*

Francisco van Jole: *'Alt0169 was de eerste die ertoe deed. Zij hadden alles wat weblogs hebben gemaakt tot wat het nu is. Ze hadden een eigen taaltje, gebruikten pseudoniemen en maakten zichzelf wat groter door af te geven op anderen. Veel termen die nu nog worden gebruikt komen rechtstreeks van Alt0169 vandaan. De invloed van die blog is nu nog merkbaar in de Nederlandse blogosfeer.'* Het is Francisco die in 1999 voor het eerst een kort stukje schrijft over Alt0169 en Jeroen Bosch: *'Opvallend is ook dat hij mensen niet bij naam noemt maar bij hun URL of e-mailnaam.'*

De schrijvers van Alt0169 waren op de site vaak alleen te herkennen aan hun initialen of hun pseudoniemen. De schrijversgroep zou een aantal wisselingen kennen, maar de volledige groep schrijvers bestaat uit:

Jeroen Bosch a.k.a. de Kolonel
Joep Vermaat a.k.a. Pjoe
Robert van Eijden a.k.a. Oxysept
Ralph Oei a.k.a. Eendvogel
Frank Scheelen a.k.a. Perk

Alt0169 valt op. Ze schrijven meerdere malen per dag een update op de weblog, maar ze zijn ook een expert in het vinden van nieuws, interessante sites en de opvallende nieuwe ontwikkelingen op dat nieuwe wereldwijde web. De pseudoniemen die ze gebruiken zijn geen probleem, sterker nog, het versterkt de ietwat mystieke sfeer die hangt om het collectief. Ze bedenken eigen termen en het vernederlandsen van Engelse termen wordt een sport bij de schrijvers. Beruchte voorbeelden van het spelen met taal zijn: 'wat ik je brom', 'internot', 'stromende media' en 'Geile Neukseks'. Het gebruik van de term 'Het Utrechtse stadje U' en 'Het Amsterdamse stadje A' komt van Alt0169 en is nog een vaak gebruikte term op diverse websites en sociale netwerken. De bekendste term die Alt0169 heeft geïntroduceerd is het 'potsje'. Inderdaad, een post, een postje, een weblogartikel. De term wordt tot op de dag van vandaag nog gebruikt door bloggers die meewarig kijken naar de corrigerende reacties als de term weer in een artikel wordt gebruikt.

Jeroen: 'Een term als "hardcore" vernederlandsen we naar "hardcore". Nog niet plat genoeg werd dat "open hardcore". En omdat in die tijd alles mega was werd dat "mega open hardcore". En dat werd weer getransponeerd naar Rotterdam: "Rotterdam mega open hardcore"-webring.'

Frank Scheelen was al actief met een eigen weblog, MoreWhereThat. Een spartaans uiterlijk, knalgroene achtergrond, maar erg opvallend omdat het zowel de korte linkdumps combineerde met langere en inzichtelijke artikelen. MoreWhereThat was een van de eersten die een indeling had met een inleidende tekst en een link naar de complete artikelpagina, een normale manier voor de hedendaagse blogs, maar toen erg vernieuwend. In de begintijd van de blogs was het normaal om je complete blogpost op de voorpagina te plaatsen, omdat de weblogsoftware dat nu eenmaal zo dicteerde. 500 links en 254 artikelen later was het alweer klaar voor MoreWhereThat, op 24 juli 2000 stopte Frank om bij Alt0169 verder te gaan: *'Jeroen heeft me op zeker moment gevraagd om mee te schrijven aan Alt0169. Dat streelde mijn ego, want Alt was op dat moment de grootste en hipste particuliere webpublicatie in Nederland. Ik heb toen een paar maanden meegedaan, maar het tempo lag me uiteindelijk te hoog. Alt was toch voornamelijk een linkdump: de lekkerste, meest verse links verpakt in korte, puntige stukjes in een volstrekt idiosyncratisch idioom. MWT was in vergelijking met Alt een stuk rustiger en saaier: de hoofdmoot bestond uit wat langere posts waarin soms geen link voorkwam. We streefden naar een wat journalistieke, opiniërende toon.'*

alt0169.com

alt0169.com

alt0169.com

alt0169.com

alt0169.com

alt0169.com

alt0169.com

alt0169.com

alt0169.com

alt0169.com

alt0169.com

alt0169.com

mwt

**'We vonden het wat gortig worden,
met een stuk of zeventig weblogs
in Nederland.'**

Frank Scheelen

<http://www.perk.nl/morewherethat/>

Eind jaren '90 begon het web te exploreren in omvang. Tot die tijd heerste het gevoel hebben dat je alles van belang wel gelezen kon hebben. Bij Alt0169 zeiden we dat ook: 'ik heb vandaag het internet weer uitgelezen.' Een van de mensen die dat ook scheen te doen was Jorn Barger van robotwisdom.org. Wat mij aan dat logboek fascineerde, was dat ik na verloop van tijd het gevoel kreeg dat ik Barger daadwerkelijk kende, ondanks het feit dat hij zich (in zijn weblog) beperkte tot het posten van linkjes. In zijn selectie tekende zich een persoonlijkheid af.

Ik stuurde toentertijd in de signature van mijn mailtjes vaak een link naar een interessante website of pagina mee. Ik zag dat Robotwisdom een soort linkdump was en ik wilde iets met PHP gaan doen. Wat ik toen deed was met Robotwisdom als voorbeeld mijn eigen site maken. Zo is MoreWhereThat (MWT) ontstaan, ik wilde mijn eigen plek om links op te plaatsen. Maar MWT kreeg daarnaast een afdeling met noeste handgeschreven artikelen over dingen die me persoonlijk bezighielden. Die namen veelal de vorm aan van recensies. Daarin leek het al veel meer op de blogs zoals we die nu kennen.

Ik heb mijn studievrienden Frank Hartgers en Michiel Leenaars gevraagd mee te schrijven. Samen maakten we al een website over nieuwe media en literatuur: Perk.nl. Verder waren er nog wat gastauteurs, veelal vrienden van mij. We hadden serieuze plannen met Perk, dat weblog deden we er eigenlijk maar een beetje bij. Maar we waren en zijn nog steeds nieuwsgierige mannetjes. Multidisciplinaire types met een diepgaande interesse voor cultuur in de breedste zin van het woord. Daar horen muziek en literatuur bij, maar ook de ontwikkeling van de nieuwste processors en de games die ze mogelijk maken. Een weblog is bij uitstek een podium

waarop je al deze passies kunt uitleven, de spreekwoordelijke zeepkist.

Ik had zelf met PHP een webinterface op een MySQL-database in elkaar geknutseld, een soort mini-CMS'je. Dat klinkt tegenwoordig als een no-brainer, maar toen was dat best opmerkelijk. Jeroen en Joep deden Alt0169 helemaal met Kladblok en FTP en ze keken met enige jaloezie naar dat hightech systeem van ons. Dat was een paar jaar voordat Blogger groot werd. Ik heb mezelf later weleens voor de kop geslagen. Als ik dat systeempje van mij toen te gelde had gemaakt was ik nu binnen geweest. Het internet is een festival van gemiste kansen.

Na een jaar zijn we weer gestopt met MWT. Het leek ons een mooie symbolische periode. We vonden het wat gortig worden, met een stuk of zeventig weblogs in Nederland. Al die zelfbevelekkerij! We hebben geprobeerd het goede voorbeeld te geven door er een punt achter te zetten. Het heeft niet geholpen.

Het zou een interessante ervaring zijn geweest als we met MWT een van de eerste grote blogs waren. In die tijd waren blogs een randverschijnsel waar door de professionele journalistiek op werd neergekeken. Ik kan me een sneer herinneren van journaliste Marie-José Klaver die weblogs terzijde veegde als een medium voor amateurs. Daarin had ze natuurlijk gelijk, maar ze miste het belangrijkste punt. Een weblog (of een website in het algemeen) stelt je in staat om als individu je stem te verheffen in het publieke debat, en wel op een schaal die voorheen onmogelijk was. Tot de komst van het internet was je als niet-professioneel schrijver aangewezen op de ingezondenbrievenrubrieken. Wilde je serieus aan de slag dan moest je toetreden tot een redactie of zelf een tijdschrift oprichten, met alle kop- en geldzorgen van dien. Het fenomeen weblog heeft dat voorgoed veranderd.

De bomen rezen tot de hemel aan het begin van de 21e eeuw. Niets was te gek, internet was het beloofde land en iedereen met een vaag businessplan op een viltje kon zo zakken geld ophalen om zijn online winkel of dienstverlening tot een succes te maken. We weten intussen dat het allemaal anders is gelopen. De dotcom-hype ligt al lang achter ons, de slachtoffers van toen zijn weer opgekrabbeld en met wat meer realiteitszin weer verdergegaan. Het Nederlandse vlaggenschip van deze periode was Newconomy, het investeringsbedrijf van onder andere Maurice de Hond en Roel Pieper. Zij wilden alleen in Nederlandse bedrijven investeren om zo het hoofd te bieden aan de verwachte invasie van Amerikaanse bedrijven. Maar gelukkig was niet iedereen in een jubelstemming over alle nieuwe mogelijkheden die het web ons bracht. De bloggers van het eerste uur, veelal zelf werkzaam in de internetindustrie, waren sceptisch over alle wilde plannen, ronkende persberichten en de twee omhooggestoken duimen van World Onlines Nina Brink. Alt0169 was de voorloper in het scepticisme. Jeroen Bosch: *'Ralph Oei en ik deden lustig mee tijdens een open chat van Newconomy. Wij vroegen ze het hemd van het lijf met door ons verzonden begrippen en kregen daar duidelijk antwoord op dat ze daar zeker mee bezig waren. "Fanbased Marketing" kan ik me nog herinneren, was een van de gebruikte begrippen.'*

De mannen van Alt0169 lieten het echter niet bij één chatsessie. Al snel verschenen [Fewconomy.nl](#) (We Rule Openhaardcore) en [Worldoffline.nl](#), twee parodiesites op de iconen van de nieuwe Nederlandse netwerkeconomie. Het doel van Fewconomy? 'Het internet op te kopen en te sluiten.' Niets meer en niets minder.

Op 25 januari 2001 zou Fewconomy te koop staan op eBay. De reden is wederom logisch: *'Om het internet op te kopen en te sluiten is geld nodig, veel geld. Om de financiële positie van Fewconomy te versterken, is ervoor gekozen om [fewconomy.com](#) zelf als eerste exit te laten gaan. Met de verwachte revenuen zullen Yahoo! en Geocities worden opgekocht en gesloten.'*

Diverse bloggers bieden hevig op de dan waardeloze onderneming, maar de domeinnaam gaat uiteindelijk naar Jan de Vries. De vraag blijft echter bestaan, is het wel de echte Jan de Vries? Deze naam staat bekend in de begindagen van het web als een veelgebruikt pseudoniem door de redactie en lezers van Alt0169 in reactiepanelen, om anoniem startpagina's aan te kunnen maken en in te loggen op gekraakte CMS'en.

De Fewconomy-avonturen zijn tekenend voor de wilde groep kunstenaars die Alt0169 dagelijks vullen met links van over het hele web. Maar tegelijkertijd mijden ze het landelijke nieuws niet. Jeroen en kornuiten zien dat het web groeit, dat de kinderjaren voorbij zijn en dat 'het grote publiek' zich online laat zien. Dat publiek kwam vooral online via een van de eerste commerciële internetproviders in Nederland, Planet Internet.



Het kladblok is geopend

Planet Internet was de eerste provider in Nederland met een eigen redactie. Die keuze is cruciaal gebleken voor de opkomst en groei van internetjournalistiek in Nederland, temeer omdat de eerste bloggers van Nederland onder andere uit de geleerden van Planet Internet komen. Als *cybrarians*, de verschrikkelijke (toen) trendy naam voor de redactieleden, struinden ze het web af op zoek naar interessante links en websites voor de duizenden Nederlanders die hun eerste stappen online zetten. Een van die cybrarians was een kleine, schuchtere student uit Dedemsvaart. Hij zou met zijn online kladblok en een onnavolgbare schrijf- en linkdrift de Nederlandse weblogs meer populariteit geven. Tonie van Ringelestijn stapt in 1999 bij Planet Internet binnen, op zoek naar een plek om op internet te schrijven.

'Ik was in 1999 eerstejaarsstudent aan de Hogeschool Windesheim in Zwolle en ik schreef voor twee regionale dagbladen. Maar ik was in mijn vrije tijd al veel bezig met het internet en ik wilde graag voor een nieuwssite schrijven. Ik solliciteerde bij [Nu.nl](#) die net waren begonnen. Zij hadden het probleem zoals zoveel sites dat ze in het weekend hun site niet vernieuwde met nieuwe artikelen. Ik stuurde ze een bericht met de vraag of ik dat niet zou kunnen doen. Maar ik werd daar niet aangenomen. [Nu.nl](#) had de insteek dat er niet te veel zelf geschreven moest worden en dat was nu juist wat ik wilde. Met andere woorden, ik zou te duur zijn voor de startende nieuwssite. Ik geloofde heilig in het gegeven dat internetjournalistiek mogelijk was. Ook in de weekenden.' Tonie besluit daarom zijn geluk bij Planet Internet te zoeken en daar wordt hij aangenomen. Al snel heeft hij een aantal specifieke themakanalen van de beginnende provider onder zijn hoede. De site van Planet Internet gold voor veel mensen die net op internet kwamen als de startpagina van hun surftochten. Zoals de Daily Planet een e-mailkrant was die richting bood op het internet, zo gaf de voorpagina van Planet Internet dat als je met je browser online ging. De site was opgedeeld in een aantal onderdelen zoals de News Planet, Music Planet, Computer Planet en de Sex Planet. Tonie schreef voor diverse Planets, maar hield ondertussen goed in de gaten wat er bij zijn collega's gebeurde.

'Twee van mijn collega's, Lars Pasveer en Diederik Meijer, waren echte nerds. Zij waren altijd aan het rommelen met nieuwe software die uitkwam, altijd nieuwe sites aan het bekijken. Op een gegeven moment kwamen ze terecht bij [Blogger.com](#) en dat moest worden getest. We hebben het hier over 1999 en wij waren constant gefrustreerd over de manier waarop de site van Planet Internet geüpdatet moest worden. Onder Unix, in de command-line editor VI, moesten we heel nauwkeurig onze updates doorvoeren. En dat deden we op de pagina die live als startpagina voor Planet Internet diende. Er was nog geen beheer of een content management systeem. Dus elk stukje code en elk woord moest goed staan. Als je te vroeg iets wilde opslaan en afsloot en je maakte een fout, dan lag de startpagina eruit. Met als gevolg dat vrijwel direct de telefoon van de helpdesk roodgloeiend stond, want "het internet was stuk". Toen we [Blogger.com](#) zagen, leek het ons ineens een stuk gemakkelijker om dit soort klusjes te doen. Een ander groot voordeel van Blogger waren de archieven die automatisch werden aangemaakt. Bij Planet Internet moesten we alles handmatig linken met een dagarchief en een weekarchief. Een tijdrovende klus. Een ander groot voordeel was de template-structuur van Blogger. De opmaak en de stijl van de site stond vast. Het enige wat je hoefde te doen was in een tekstvak je verhaal schrijven en op de knop Publiceren te drukken.'

Maar om het hele redactiesysteem van Planet Internet in een ander format te gieten, dat was in die tijd nog een brug te ver. Tonie besluit om diezelfde avond thuis Blogger te gaan testen. *'Niet om er meteen zelf iets mee te doen, maar omdat het me wel makkelijk leek om sites mee te maken. Ik maakte in die tijd weleens sites voor anderen. Dus ik moest Blogger ergens mee gaan testen. Ik bedacht me dat we op de redactie een mailinglist hadden waar ik de redactie altijd op spamde. Dat was een vrij drukke mailinglist met tientallen berichten per dag. Elke leuke site die we tegenkwamen plaatsten we op de mailinglist van de redactie. Dus ik dacht, ik zet die links en sites op mijn eigen site, met Blogger. Tijdens mijn research op het web voor andere artikelen kwam ik veel interessants tegen. Dat bewaarde ik op die site. Daar komt de naam Kladblok vandaan, het was letterlijk mijn kladblok waar ik allerlei links en aantekeningen op zette. Alles wat ik tegenkwam wat niet op Planet gepubliceerd zou worden, dat zette ik op Kladblok. Zo is het allemaal begonnen. Bij Blogger was ik de twintigste abonnee op hun dienst. Ze hadden een tijdlang een chronologisch overzicht dus dat kon ik mooi terugzien.'*

Tonie blijkt op zijn Kladblok een ongenadige schrijf- en linkdrift te hebben. Hij is onvermoeibaar in het vinden van en schrijven over het nieuws. Omdat hij thuis toegang heeft tot de ANP-nieuwsdienst en omdat hij als privépersoon de nieuwsberichten niet hoeft te checken voor ze worden gepubliceerd, kan hij vaak het laatste nieuws als eerste op zijn weblog zetten. Tonie houdt naast een weblog een Slaap-o-meter bij. Hij registreert elke dag hoe lang hij slaapt. Hij slaapt gemiddeld zeven tot acht uur, maar er zijn dagen dat hij maar vier tot vijf uur per nacht slaapt. De uren dat hij wakker is zit hij achter zijn pc, te werken en te bloggen. Opvallend in de Slaap-O-Meter is dat Tonie ten tijde van de aanslag op de Twin Towers gemiddeld vijf uur slaapt. De grootste nieuwsgebeurtenis van de 21e eeuw heeft zijn weerslag op de jonge blogger en zijn drang om erover te schrijven.

Gelijktijdig met Tonie besloot Laurens Lammers om naast zijn Daily Wacko een weblog te beginnen: *'Toen blogs "in" raakten ben ik gaan bloggen op :)=Esc. Dat was ergens in oktober of november 1999. Er waren al wel wat meer weblogs. Mijn grootste inspiratie in die tijd waren onder andere Alt0169.com, Sikkema, Tonie, Stronk, L-rs, Eendvogel en Rick Mulder. Ik maakte de Daily Wacko al, maar die verscheen één keer per week. Toen deed ik dus beide en schreef Tonie dat een van de twee overbodig was. Ik heb de Daily Wacko niet lang daarna gedumpt.'*

De Daily Wacko was net als Tonies Kladblok en Alt0169 een typische linkdump, maar het grote verschil was dat Laurens in de zijlijnen van zijn artikelen een enorme hoeveelheid links naar andere weblogs had staan: een citaat van de dag, een boek wat hij aanbeveelt en links naar cartoons en spelletjes. De Daily Wacko was bijna een portaalpagina waar de weblog in het middelpunt stond.

Laurens werkt als journalist, hij zou in november 1999 een artikel schrijven over bloggen in Nederland in de nieuwsbrief van InterNLNet. Dit is vlak nadat de Planet-cybrarian Lars Pasveer in de Planet Weekly melding maakt van Alt0169 en weblogs als nieuwe trend op internet. Laurens is echter de eerste die in een langer artikel uitlegt wat weblogs precies zijn en waar ze toe kunnen dienen.

Lars Pasveer, de redacteur bij Planet Internet die samen met Diederik Meijer voor het eerst Blogger testte, begon een paar maanden na Tonie met zijn weblog l-rs.org: *'Het domein l-rs.org had ik al sinds mei 1999, maar een combinatie van trage HTML-vaardigheden en intensief schrijfwerk voor Computer Planet bij Planet Internet gaf me wat vertraging om er iets mee te doen. In de kerstvakantie heb ik met hulp de boel zo'n beetje klaargestoomd en begon ik op 9 januari 2000.'*

Februari 2000



L-rs öing

**‘Buitenlandse logs
gunnen elkaar het licht meer in de
ogen dan hier.’**

Lars Pasveer
<http://www.l-rs.org>

Zoals de meesten in die tijd had ik geen echt vooropgezet plan, maar er was een mooie aanleiding om te beginnen toen een of andere docent het fenomeen internet-journalistiek als derderangs wegzette.

Het werd een combinatie van je meninkje willen spuien, incidenteel m'n eigen deuntjes promoten maar zeker alle opmerkelijke vondsten en ander leuks op internet delen. Afgezien van een verhuizing, ruzietjes met makelaars of bedrijven en incidentele katers heb ik weinig over m'n leven gelogd in die jaren. Een lifelogger was ik niet echt, links voorzag ik meestal van commentaar dus een pure linklogger was ik ook al niet. Meer een klassieke logger dus, die van dingen die hij tegenkwam een stukje tikte.

Een voorbeeld hoe de Nederlandse pers omging met bronvermelding via internet in de begindagen: bij de cafébrand in Vondelam in 2001 achterhaalde ik door wat technische trucs foto's van het café vlak vóór de brand, shopte balkjes over de gezichten van bezoekers omdat ik niet wist wie mogelijk was omgekomen... en zag letterlijk een uurtje of drie later dezelfde foto's bij het toenmalige nieuwsprogramma *TweeVandaag*, mét balkjes, zónder bronvermelding. De foto's doken nog op in het achtuurjournaal (Hennie Stoel sprak de bron 'een site van een internetaanbieder' met memorabele walging uit) — maar er volgde een voor insiders interessante discussie over bronvermelding voor internetuitgaven op.

Het Nederlandse weblogwereldje kreeg in de eerste helft van het decennium al snel een vervelend, zuur sfeertje — mensen die zich blijkbaar per se wilden afzetten tegen het prettige we-doen-dit-voor-de-lol. Ik heb er bewust voor gekozen daar geen deel van te willen zijn. De bloggers uit het

begin zie en spreek ik nog geregeld, maar door de exponentiële groei was het simpelweg allemaal niet meer te volgen. Die zure lucht is nu enigszins weg, maar het gekke is dat buitenlandse logs elkaar het licht meer in de ogen lijken te gunnen dan hier. Dat zal wel door de grootte van Nederland komen. De blogs van nu zijn professioneler van opzet en worden meestal met een duidelijk doel gestart in plaats van 'leuke linkjes becommentariëren'.

De contacten die ik heb opgedaan gedurende die jaren, waaronder verbazend veel blijvertjes, die zijn me het dierbaarst. Dat, en de mogelijkheid om leuke online zaken te delen, maken het bijhouden van een weblog erg leuk. En de Bush-jaren hebben toch acht jaar het decennium gekleurd. Dan is het prettig om zo nu en dan even stoom te kunnen afblazen over het gemarchandeerd van politieke partijen of de waanzin van de Irak-oorlog.

Zo teruglezend, met soms jaren afstand, vind ik sommige dingen nog best scherp (als in: venijnig) opgeschreven. Ik heb nog het voordeel van de redelijke obscuriteit van het fenomeen gehad, maar weblogs zijn nu zo gemeengoed, dat werkgevers (en potentiële werkgevers) er ongetwijfeld eens op zullen kijken. Wees je daarvan bewust.

Mits Twitter het niet allemaal opvreet, zullen er nog jarenlang veel liefdevol geschreven blogjes in obscuriteit worden gevuld. Soms komt er op kwaliteit eentje bovendrijven, maar het gros zal compleet met businessplan worden gelanceerd. De spontaniteit is wel een beetje voorbij. Het was een interessante tijd, het ontstaan van iets nieuws — iets wat niet meer is weg te denken uit het dagelijkse aanbod op internet. Om daar een klein beetje in te hebben meegedraaid was bijzonder. Ik ben benieuwd wat er nog meer op stapel staat, maar zo hard als tussen 2000-2010 zal het fenomeen niet meer gaan, vermoed ik.

De cybrarians bij Planet Internet waren het prototype bloggers. Ze zaten hele dagen online, speurend naar nieuws, nieuwe sites en mooie links om te delen met de lezers van Planet Internet. Terugkijkend op de pagina's van Planet Weekly en de verschillende themapagina's, valt vooral op dat het anoniemer is, onpersoonlijker. Je merkt dat het tijdschrift- en krantenidee nog werd overgenomen. Er zijn vrijwel geen namen van de cybrarians te ontdekken en alle themasites worden door 'de redactie' bijgehouden. Diezelfde redactieleden hadden intussen op de eigen weblogs een nieuwe uitlaatklep. Op persoonlijke titel konden ze het nieuws becommentariëren en aanvullen. De bezoekersaantallen van [Tonie.net](http://tonie.net) gingen al snel omhoog omdat Tonie altijd een eigen mening wist te geven aan het nieuws. Net als Alt0169 was hij een *news watcher*, maar wel één met een journalistieke inslag. Veel bezoekers die het reguliere nieuws op de site van Planet en andere nieuwsdiensten lazen gingen daarna nog bij de weblogs van de redactieleden kijken, misschien niet eens wetend dat het dezelfde personen waren die de berichten schreven.

Tonie van Ringelestijn zat op Hogeschool Windesheim in Zwolle. Daar begon in februari 1998 het studentenmagazine *Smoel*. Een standaardstudentenblad dat door de journalisten in spe werd geschreven, opgemaakt en uitgegeven. Het idee voor het blad kwam van toenmalig Communicatie & Journalistiek-student Ramon Stoppelenburg, de naam 'Smoel' werd verzonden door Bas van Dishoeck. De naam is een afkorting voor 'Studenten Moeten Over Elkaar Lullen'. Ramon besloot op een gegeven moment om naast het papieren blad *Smoel* een site te maken. *'In dit eerste nummer noemden we al de toenmalig redirect <http://dit.is/smoel> en dit linkte naar <http://fjcnm.sgm.nl>. FJCNN was het Faculteit Journalistiek & Communicatie Nieuws Netwerk dat ik toen voor de lol had opgezet om onder die vlag schoolfeestjes te organiseren in Zwolle. SGM stond voor Steen Goed Materiaal, een clubje uit het noorden van het land dat mijn sites leuk vond en een subdomein sponsorde. Die site van Smoel was toen een soort digitale stad voor Zwolle met allerlei info over studeren in die stad (genaamd Smoel-web), plus info over adverteren in het blad met een plaatje van de cover. De papieren content ben ik later dat jaar over gaan zetten op het web. Wel verscheen het laatste lokale studentennieuws dan weblogsgewijs bovenaan. Niet wetend dat dat bloggen was. Dat ontdekte ik een jaar later pas, eind 1999, toen ik Sikkema en Tonie ontdekte. Vervolgens ging ik als CyberRamon bloggen. Smoel verhuisde naar <http://www.egoweb.nl/smoel>. Egoweb was een vof die ik met drie vrienden had opgezet. In 2000 ging Smoel verder op het eigen domein [Smoel.nl](http://smoel.nl), waar ik mijn geblog op voortzette.'*

Zo begon Ramon met *Smoel* en al snel bleek dat hij de hele site in zijn eentje kon runnen. Elke maand kwam de papieren versie van het studentenblad uit, maar tussendoor updatete Ramon de site met nieuwtjes en links vanaf het web, als een weblog. *'Als het papieren blad uitkwam, dan kwamen ze weer naar mij want op de site moest dan een Word-bestand van exact hetzelfde artikel uit het blad online komen. Onzin natuurlijk, maar we deden het toch maar. De redactie van Smoel vroeg zich wel af wie er nou toch die artikelen zou lezen. Want waarom zouden mensen elke dag naar de site [Smoel.nl](http://smoel.nl) komen? Ik heb ze toen nogmaals uitgelegd dat juist het dagelijks plaatsen van stukjes en links ervoor zorgt dat mensen terugkomen en je daarmee dus je andere artikelen onder de aandacht brengt.'*

Na een paar maanden kwam er hulp van medestudenten die mee gingen bloggen. Voor velen was het een openbaring wat er mogelijk was op het internet. Ze zagen ineens de interactiemogelijkheden van een weblog, [Smoel.nl](http://smoel.nl) had toen net de reactiescripts van Haloscan geïnstalleerd. *'Het nut van die reactiepanelen heb ik nooit echt begrepen in de begintijden. Ik kreeg verwijten dat ik geen echte blogger was omdat je niet kon reageren op Smoel. Maar toen we de reactiemogelijkheden erin zette, liep het echt niet meteen storm met reacties. We waren vooral allemaal op elkaar aan het reageren als schrijvers van de stukjes.'*

Ramon gaat in 2001 op wereldreis met de actie Let Me Stay for a Day. Hij gaat zonder een cent op zak en zonder duidelijk reisplan op pad en laat zich elke dag ergens uitnodigen voor een slaapplek. Uiteraard houdt hij een weblog bij van zijn tocht en de eerste slaapplekken in Nederland en België zijn bij bevriende bloggers. Zijn langdurige afwezigheid had wel invloed op de weblog [Smoel.nl](http://smoel.nl). *'De redactie van de weblog werd overgedragen aan een aantal studenten die eigenlijk niet zoveel met bloggen hadden. Van programmeren en HTML hadden ze niet veel kaas gegeten. Wat er gebeurde was dat de site een complete chaos werd en één lange stroom van berichten met enorm veel foutmeldingen in de broncode. Dus toen ik een pauze nam van mijn wereldreis en weer even in Zwolle was, zorgde ik dat de boel weer werd rechtgetrokken. Ik plaatste mijn columns van de wereldreis uit de Sp!ts door op de site, aangezien de redactie het bloggen zelf nog niet echt onder de knie had en er dus weinig werd gepost.'* Ramon kwam in 2003 terug van zijn wereldreis en heeft daarna tot het einde van [Smoel.nl](http://smoel.nl) in 2006 nog aan de site gewerkt. De eerste bloggers zijn mensen die in de internetjournalistiek werken, online actief zijn in binnen- en buitenland of bij een internetprovider werken. Na deze eerste golf en met de komst van weblogsoftware die volledig online werkte, zouden de hobbyisten en geïnteresseerden in de techniek achter het web online komen en gaan experimenteren met weblogs. Er zijn twee weblogs die opvielen. Eén door de bijzondere kleurcombinatie (knaloranje achtergrond met zwarte balken) en een originele domeinnaam: <http://zo.nu/&.dan>, de ander door een constant veranderende vormgeving en een ijzersterk logo.

zo. nu/& .dan

Fokke Zandbergen

<http://fokkehannah.nl/websites/weblog/>

Ik was al sinds 1996 actief op het internet en bouwde al snel websites voor mijzelf en anderen. Een 'homepage' zoals je die destijds al wel tegenkwam met allerlei knipperende animated gifs, felle kleuren en informatie over de hobby's van mensen vond ik maar lelijk en doelloos. Ik had bijvoorbeeld wel de website 'Killer Serials', met registratiecodes voor allerlei software en de lijsten van series met illegale software zoals Crazy Bytes. Toen ik begin 2000 Tonies website tegenkwam, had ik inmiddels veel interesse gekregen in dynamische websites op basis van een database. Het idee om als een soort digitale strandjutter verslag te doen van je omzwervingen sprak mij aan. Binnen een paar dagen bouwde ik zo.nu/&.dan en kon ik aan de slag.

De site is nog terug te vinden op

<http://fokkehannah.nl/websites/weblog/>.

Mijn eerste bezoekers en bekendheid kreeg ik met de actie 'Help Fokke de winter door'. Een lollige actie om wat geld los te peuteren en de winter door te komen. Ik mailde het internetadres anoniem naar diverse bloggers. Toen ik een paar dagen later met zo.nu/&.dan kwam en bekendmaakte dat ik achter de actie zat, kreeg ik direct de nodige aandacht. Het zette de weblog in korte tijd op de — toen nog beperkte — kaart van bloggend Nederland.

Ik dwaalde langs allerlei blogs, zoekmachines, startpagina's, e-zines en dergelijke. Ik had geen vaste bronnen, omdat je dan snel mensen na gaat schrijven en dat wilde ik niet. Net als met mijn vormgeving wilde ik wel zo origineel mogelijk blijven.

Stronk

Koen Smeets

<http://www.stronk.net>

Ik stuurde af en toe mailtjes met wat ik aan gave dingen op het web tegenkwam naar familie, vrienden en collega's. Maar omdat die zelf nog nauwelijks online waren was dat niet een enorm dankbaar publiek. Ik fröbelde toen al met enige regelmaat een 'nieuwe' homepage in elkaar op mijn hoekje bij internetprovider bArt.nl en na het ontdekken van Esc en Alt0169 maakte ik mijn eerste blogpagina. Behalve verslag doen van mijn online ontdekkingen vond ik het erg leuk om steeds aan nieuwe layouts te knutselen.

Met het eenvoudige template-systeem van Blogger kon je veel makkelijker switchen naar een nieuwe vormgeving zonder alle 'potsjes' opnieuw te hoeven bewerken, dus dat was erg handig. Blogger.com was een prima site waar altijd wel een leuk beginnetje voor een nieuwe surftocht was. Blogger-gebruikers waren een ogenschijnlijk klein en hecht clubje, al kwamen ze van over de hele wereld, en het was leuk om het idee te hebben daarbij te horen. Ik wilde niet onder mijn eigen naam schrijven en ging op zoek naar een pseudoniem. Op DDS was ik toen al actief onder de naam Telleropnul, maar omdat je toen als particulier nog geen .nl-domeinnaam kon registreren, verzon ik een andere naam die wel Nederlands was maar eveneens bij een internationale domeinnaam kon passen. Dat werd stronk.net. Stronk is de Nederlandse vertaling van het Engelse log, dus stronk.net was een soort variatie op de lettergrepen van het woord 'weblog'. Het logo met de rondjes was bedoeld als een gestileerd plakje van een boomstam, maar zouden ook de kringen in een plas water kunnen zijn of radiogolven.

Vroeger was het een soort erezaak om een mooi of opvallend ogend blog te hebben. Behalve stukjes schrijven en andere blogs lezen vond ik dat eigenlijk nog het leukste van mijn blog: aan het ontwerp scha-

ven. Op het laatst was er zelfs bijna om de paar postjes wel een meer of minder grote 'omkat'. Behalve de buitenkant legde ik er veel eer in de code van mijn pagina strak op orde te hebben. Toen dat andere bloggers begon op te vallen plaatste ik af en toe verborgen postjes als HTML- en CSS-comments, die je dus alleen maar kon lezen als je de source bekeek.

Nederlandstalige bloggers waren in de begintijd een gezellig klikje. Hoewel ik het nou juist zo leuk vond om iedereen niet IRL te kennen ben ik naar de Virtuele Instuif geweest in het 'Rotterdamse stadje R'. Later zijn we nog een keer met 'Benelog' begonnen. Dat zou een groepsblog moeten worden met bloggers uit België en Nederland, maar is ondanks alle enthousiaste plannen nooit echt van de grond gekomen. Ik werkte indertijd bij een reclamestudio die vooral veel print produceerde, en enthousiast door de vriendelijke reacties op de vormgeving van Stronk had ik me voorgenomen mezelf om te scholen tot webdesigner. Stronk was de zandbak waar ik me lekker uit kon leven, en op mijn werk mocht ik af en toe een site voor klanten maken. Toen in mei 2001 mijn oudste dochter geboren werd, heb ik mijn baan opgezegd zodat ik thuis kon zijn om voor haar te zorgen. Het plan was dat ik in de avonden voor mezelf zou beginnen als webdesigner met Webwerkplaats Zwerk. Al snel had ik het daar zo druk mee dat door tijdgebrek de klad een beetje in Stronk kwam en ik steeds onregelmatiger ging posten.

Sindsdien begin ik nog steeds elk halfjaar met een halfbakken poging om Stronk of een ander blog (nieuw) leven in te blazen, maar de drive van die eerste jaren heb ik nooit meer teruggevonden. Wel heb ik van omkatten m'n broodwinning gemaakt. Na tien jaar eigen baas te zijn geweest werk ik tegenwoordig bij NRC Media waar ik de weblog van nrc.next heb ontworpen en nu designlead ben voor een — inderdaad *long overdue* — nieuwe versie van nrc.nl.

De eerste weblog in Nederland

Sinds de eerste blogposts is er al een strijd gaande wie nu de eerste weblog heeft in Nederland. Om deze vraag te beantwoorden zullen we toch eerst goed moeten definiëren wat een weblog is en welke randvoorwaarden we stellen voor een weblog om als zodanig bestempeld te worden. Die criteria zullen er altijd voor zorgen dat er voor- en tegenstanders van de uitkomst zijn. Een volledig objectieve lijst van de eerste blogs in Nederland is niet te geven, anders dan op basis van de startdatum en de wijze waarop ze hun website vulden met posts.

Tijd

Degenen die over het algemeen als eerste bloggers worden beschouwd hebben vrijwel unaniem een online achtergrond. De meesten waren vóór de komst van het internet al actief als schrijver van eigen dagboeken, krantjes of publicaties. Ze waren dus bekend met de tijd die het kost om eigen publicaties te maken. Toen het internet zijn intrede deed in Nederland was het een logisch gevolg om die hobby of interesse op het web voort te zetten. In de begindagen werd dat gedaan door zelfstandig HTML te leren en daarmee constant je site te updaten. Een aantal bloggers van het eerste uur werkte bij een internetgerelateerd bedrijf of had in elk geval interesse in het nieuwe medium.

Vorm

De weblog is in haar verschijning uniek. Vóór de komst van weblogsoftware moest je of een eigen systeem bouwen of zelfstandig in HTML een pagina updaten door de tekst aan te passen, code toe te voegen en weer opnieuw online te zetten. Een lastig en veelal foutgevoelig werkje, wat ervoor zorgde dat veel homepages van weleer niet al te vaak werden geüpdatet. De komst van HTML-software liet wel een opleving zien in de homepages van internetgebruikers, maar pas bij de komst van online weblogdiensten werd de vorm van de weblog duidelijk. Je hoefde niet meer per se kennis van HTML te hebben. Je weblog zette je met een paar klikken in elkaar op basis van een vooraf vastgestelde template. Posts werden op datum in omgekeerd chronologische volgorde onder elkaar gezet op de startpagina van je site. Hierbij heeft de datumweergave veelal de rol als hoofdstukindeling, zodat je per dag een overzicht van blogposts kunt zien. Een ander vormelement van blogs is het korte, krachtige commentaar bij links naar andere sites.

Stijl

De stijl van weblogs is duidelijk anders dan wat er in de begindagen online werd gepubliceerd. Waar e-zines, zeker de grotere, toch een wat meer journalistieke achtergrond hadden en op neutrale wijze verslag deden, zijn weblogs altijd persoonlijk van aard geweest. De keuze van de schrijver in de links die hij plaatst, lieten veel zien van de schrijver zelf. Bloggers laten na verloop van tijd weten dat ze door hun eigen keuzes vaak verrast worden en zo hun eigen interesse ontdekken. De schrijfstijl van weblogs is vaak uniek. Waar Alt0169 een geheel eigen taaltje ontwikkelde was **Mijncompu-**

tertje.net het toonbeeld van dyslexie. Joost van Velthoven, een schuchtere 14-jarige scholier uit Rijswijk had een compleet eigen schrijfstijl en verhaspelde ongeveer 80% van zijn geschreven zinnen. Een zin als 'via tempulate kun je alles veranderen aan de ley bergijp je' was normaal voor Joost. De rest van bloggend Nederland heeft zich tot de weblogmeeting van 2001 afgevraagd of Joost wel echt bestond of een hersenspinsel van een andere blogger of journalist was. Maar Joost was echt en hij zou zich geregeld op verschillende weblogmeetings laten zien en als gastblogger op andere blogs verschijnen.

Invloed

Een laatste criterium om te bepalen wat de eerste weblog van Nederland is, is het bekijken van de invloed op de Nederlandse blogosfeer. Hiermee geef je namelijk aan in welke richting de blogosfeer zich heeft bewogen en hoe de invloed zich heeft uitgebreid.

De volgende namen kunnen worden gezien als de grondleggers van het bloggen in Nederland.

Naam	Startdatum	Einddatum
e-Wave	oktober 1994	augustus 1996
Daily Planet	1 mei 1995	11 september 1998
Het Dagelijkse Nieuws	6 mei 1997	19 mei 1999
Prolific	21 juni 1998	nog online
Smoel.nl	juli 1998	april 2006
Pjoe.net	31 maart 1999	onbekend
Sikkema.net	6 juli 1999	7 januari 2004
MoreWhereThat	24 juli 1999	24 juli 2000
Alt0169	16 augustus 1999	1 augustus 2001
Joglog	21 september 1999	21 maart 2000
Tonie.net	1 oktober 1999	1 januari 2003
:)=Esc	16 oktober 1999	1 januari 2008
MisterEdBlog	1 november 1999	30 april 2002
VanTienen.com	1 november 1999	juni 2004
Weblogger.nl	7 november 1999	9 september 2003
ISDIB	8 november 1999	5 november 2003
Hagenaars.net	12 november 1999	september 2003
Linked	18 november 1999	18 februari 2000
TheWolf	26 november	december 2004
Stronk	2 december 1999	mei 2001
Cyberramon	december 1999	mei 2001
L-rs.org	9 januari 2000	nog online
Zo.nu/&.dan	7 februari 2000	5 oktober 2000
Planeet Eendvogel	12 februari 2000	11 mei 2002

Waar laat ons deze opsomming? We weten dat zowel de e-Wave als de Daily Planet hun invloed hebben op de bloggers van de eerste periode. Maar de e-Wave bestond al niet meer voor de eerste blogs begonnen. Erwin van der Zande is daarna wel met Shift doorgedaan bij Planet Internet. Dezelfde provider waar de Daily Planet vandaan kwam en waar in de cybrarian-redactie veel bloggers van het eerste uur zaten (Tonie, Lars, Diederik en later Ambroos van GeenStijl).

Prolific heeft sinds 1998 een eigen homepage gehad waar ze verhalen postte, pas in oktober 1999 is ze links gaan posten zoals de Amerikaanse weblogs deden. Remco, MoreWhereThat en Alt0169 waren toen al actief. De invloed van Alt0169 is echter onmiskenbaar op de Nederlandse blogosfeer. Het Dagelijks Nieuws van Jeroen Bosch was langs alle kanten een aanloop naar Alt0169, zowel in taalgebruik als vorm. Maar door een aantal bloggers samen te brengen in Alt0169 werd pas echt de kracht van de delen duidelijk. Alle bloggers van Alt0169 hebben individueel hun steentje bijgedragen aan de popularisering van de persoonlijke publicaties op het web. Frank Scheelen met MoreWhereThat, Ralph Oei met Planeet Eendvogel, Robert van Eijden met **Maarwatis-het.com** en Jeroen Bosch met Het Dagelijks Nieuws. Bij het team van Alt0169 zat Joep Vermaat als programmeur, die als Pjoe al vroeg een weblogachtige pagina had. Veel van de geïnterviewde bloggers vinden dat Alt0169 het meeste invloed heeft gehad. Ze bouwden zelf een weblogstelsel met reactiemogelijkheid in plaats van te wachten tot een ander dat deed. Alt0169 was een minimalistisch eilandje in de wilde zee van nieuwe websites die het Nederlandse internet bevolkten. Korte posts met soms een venijnig pennetje geschreven. Scherpe kritiek op alles wat online commercieel en zakelijk was. Spelen met de nieuwe digitale mogelijkheden en dat delen met de rest van Nederland. Daarom hoeft Alt0169 zich vanaf nu niet meer 'soort van' de eerste weblog te noemen. Ik denk dat we met bovenstaande opsomming en redenering definitief kunnen zeggen dat Alt0169 zich met recht kan beschouwen als de eerste weblog van Nederland.

Voor iedereen die online kwam waren de eerste bloggers de curators van het web. Zij waren degenen die je de juiste weg op stuurde, de juiste links hadden en wisten waar de coole content stond. Zo gek was dat niet. De meeste bloggers uit de begintijd waren jonge programmeurs en webdesigners die dag in dag uit achter het scherm zaten. Blogs gaven de richting aan op het wereldwijde web. Zoveel websites waren er (terugkijkend) nog niet, maar mensen wisten niet waar ze moesten kijken en moesten zoeken. Bloggers wisten dat wel en zij hielpen dus dagelijks de nieuwe internetbezoekers de juiste kant op.

**Voor iedereen
die online kwam
waren de eerste
bloggers
de curators
van het web.**

**'Goodbye,
cyberspace!
Hello, blogiverse!
Blogosphere?
Blogmos?'**
Paul Graham
10.09.1999

→ De techniek zorgt voor de groei

Met de groei van het aantal weblogs wereldwijd en de groei van het aantal Nederlanders op internet, zit er geen stop meer op de technologische ontwikkelingen. Op webloggebied staat de vooruitgang niet stil en is het mogelijk dat er in een heel korte tijd veel nieuwe ontwikkelingen bijkomen.

Voor een individuele blogger waren deze ontwikkelingen niet altijd bij te houden om in zijn eigengemaakte software te implementeren. Daardoor werd de gecentraliseerde weblogsoftware populairder. Blogger, Movable Type en WordPress gingen allemaal op een of andere manier mee met de ontwikkelingen die in individuele uithoeken van de blogosfeer werden gedaan. Maar kunnen we wel spreken over dé blogosfeer? En wat is de blogosfeer eigenlijk? Hoe is die in Nederland vertegenwoordigd?

Op 1 januari 2002 schrijft William Quick op zijn weblog Daily Pundit : *'I propose a name for the intellectual cyberspace we bloggers occupy: the Blogosphere. Simple enough; the root word is logos, from the Greek meaning, variously: In pre-Socratic philosophy, the principle governing the cosmos, the source of this principle, or human reasoning about the cosmos; Among the Sophists, the topics of rational argument or the arguments themselves.'*

Zoals we ondertussen gewend zijn in de blogosfeer, ontstaat hier wat strubbeling over. Want Quick noemt zich al snel de bedenker van deze term, terwijl het op 10 september 1999 Paul Graham is die in een grappig artikel de term laat vallen in een opsomming van woorden om het groeiende ecosysteem van geüpdate persoonlijke homepages te beschrijven: *'Despite its whimsical provenance, it's an awkward, homely little word. Goodbye, cyberspace! Hello, blogiverse! Blogosphere? Blogmos?'*

De term cyberspace heeft altijd een relatie gehad met het hippietijdperk van de eerste online jaren. Waar we niet meer spraken over het versturen van datapakketjes tussen militaire of academische complexen, maar waar het door de komst van de publieke toegang ook een cultureel en maatschappelijk fenomeen werd. Cyberspace, Electronic en Virtual Highway. Het zijn antieke termen waarbij je denkt aan films als *The Lawnmower Man* en *Hackers*, waarin online gaan met een modem wordt geromantiseerd op grote schermen met aan-elkaar-verbonden computers, overvliegende datapakketjes en kolommen vol codes die over het scherm schieten. Het liefst gereflecteerd op het bebrilde gezicht van de nerd die de computer bedient.

Met de term blogosfeer komt er een andere gedachte naar boven. De gedachte van een ecosysteem, een biosfeer. In 2002 beschrijft John Hiller in een uitgebreid artikel de rol van weblogs en journalisten in de blogosfeer. Hij gebruikt biologische metaforen om uit te leggen hoe de blogosfeer en de traditionele journalistiek met elkaar verbonden zijn, maar ook hoe weblogs met elkaar verbonden zijn. Dat maakt de blogosfeer. Je kunt het regenwoud niet bestuderen door naar één individuele boom te kijken. De blogosfeer is gelijk aan het regenwoud. Alleen door naar het geheel te kijken en door de relaties in tijd en ruimte te zien, kun je iets zeggen over het complete ecosysteem van de persoonlijke publicaties.

De Nederlandse blogosfeer is niet uit het niets ontstaan. Al in de vroege dagen van de Nederlandse weblogs zien we dat er groepen ontstaan van weblogs die naar elkaar linken en elkaar goed in de gaten houden. Remco Sikkema heette in de begindagen nog elke weblog welkom op zijn Sikkema.net, ongeacht wat voor weblog het was. Maar langzaam maar zeker zie je dat er voorkeuren gingen ontstaan. Zeker met de groeispurt in 2000 en 2001 kon je niet meer exact bijhouden welke nieuwe blogs er in jouw interessegebied bijkwamen. Hiller noemt in zijn artikel vooral de wisselwerking tussen journalistiek en weblogs, waarbij hij de metafoer van roofdier en prooi gebruikt. Een interessante metafoer, maar net als in de natuur is niet elk roofdier hetzelfde. Er zijn verschillende soorten roofdieren die een pikorde kennen. Hier komt het idee van de A-List bloggers uit voort. In 2000 schrijft Rebecca Mead in *The New Yorker* een artikel over de opkomst van weblogs in de US. Het artikel is geschreven vanuit het oogpunt van twee van de eerste bloggers van die tijd: webdesigner Jason Kottke en medeoprichter van Blogger, Meg Hourihan. Zij krijgen een romance en als superblogger laten ze zien hoe interessant weblogs kunnen zijn. De Canadese blogger Joe Clark schrijft naar aanleiding van het artikel een kritische blogpost over de stijl en de teneur van het artikel, waarin voor het eerst de term 'A-List Blogger' valt. De term verwijst naar een opmerking in het artikel dat het krijgen van een link van Kottke of Hourihan op hun weblog het blogequivalent is van een boekpromotie bij Oprah Winfrey.

Ook in Nederland zien we dit gedrag bij bloggers. Genoemd worden door Alt0169, Tonie.net of Sikkema is een garantie voor een dag lang extra bezoekers. Juist dan is het dus belangrijk om nieuwe blogposts te plaatsen, of een link terug of een dankwoord, wat dan ook veel gebeurde.

Hiller doet in zijn artikel voorkomen alsof er één blogosfeer is, maar zeker in Nederland is dat niet zo. Dat zou namelijk impliceren dat er slechts één begin is van de blogosfeer en dat is er niet. Net als in ons eigen heelal met meerdere melkwegen, zijn er meerdere blogosferen met ieder zijn eigen verbindingen, gewoonten en taalgebruik. Er zijn altijd wel cross-overs te noemen tussen de verschillende blogosferen, maar het is niet reëel om te spreken van dé Nederlandse blogosfeer.

Clo (Bnox.be) en Chantall (Maanisch.com) vertellen in een interview dat ze blij zijn met het weblogformaat. In print waren ze nog erg begrensd in het aantal woorden dat ze konden gebruiken en de vorm waarin het artikel werd geschreven. Bij weblogs zijn die regels niet meer van toepassing. Je bepaalt zelf wat je schrijft, hoe lang je het verhaal maakt en in welke stijl je schrijft. De opmaak, leesbaarheid en doorloop van je verhaal heb je in eigen handen. Zo kon het dus gebeuren dat een tijdelijk groepslog als Dode Zielen makkelijk kon bestaan met de vier-in-één-weblog waar vier vrienden naast elkaar hun eigen blog bijhielden.

Met de komst van de permalink werd de weblog bevrijd van tijd en ruimte. De permalink heeft een Nederlands tintje. Caroline van Oosten de Boer (Prolific.org) zat rond 2000 in de groep bètatesters van Blogger.com. Ze werkte bij de VARA waar ze met een eigen CMS werkten. Dit CMS had een specifiek onderdeel, de Persistent References; blijvende verwijzingen naar één onderdeel op de site, zodat je er altijd naar kunt linken. Caroline vroeg zich af of zo iets ook met blogposts mogelijk was. Het team bij Blogger bleek dat al op een toedolijst te hebben, maar mede door de vraag van Caroline

is het versneld ingevoerd en op 27 maart 2000 werden permalinks geïntroduceerd bij Blogger.

De permalink maakte het ineens mogelijk om heel specifiek te verwijzen naar een blogpost op een ander weblog of op je eigen site. Vóór de komst van de permalink kon je alleen verwijzen naar de homepage van de medeblogger als je een link wilde maken. Het nadeel was dat na een paar dagen de blogpost waar je naar refereerde, van de homepage was gedrukt door nieuwere posts, waardoor de originele referentie aan waarde verloor. De komst van de eerste archieven maakte het al iets makkelijker om te linken, maar nog steeds moest je door pagina's artikelen scrollen om de juiste referentie te vinden. De permalink bracht een nieuw concept in het bloggen. In combinatie met de komst van reactiemogelijkheden veranderden weblogs in een conversatieplatform. Onder elke blogpost met een unieke URL kon je nu de reacties lezen bij die blogpost. Een collega-weblog kon op zijn eigen weblog weer refereren naar die conversatie, wat ook daar weer kon resulteren in een conversatie. Zo ontstond in een heel korte tijd een kakofonie aan conversaties.

Deze conversaties hadden een zekere inhoudelijke waarde, die de nog relatief nieuwe zoekmachine Google goed had gezien. Immers, een conversatie waar veel naar wordt gelinkt zal belangrijker zijn dan een minder gelinkte conversatie. Google zou hier onder andere zijn algoritme van Pageranks op baseren. Weblogs profiteerden hier enorm van omdat ze als platform alle mogelijkheden in zich hebben om de conversatie aan te zwengelen en gaande te houden. Combineer dat met het impliciete gegeven dat weblogs geregeld nieuwe content hebben en het is duidelijk dat Google smult van weblogs.

Het gevolg van al deze extra weblogs met conversatiemogelijkheden en links naar elkaar was dat de hoeveelheid mogelijk interessant leesvoer exponentieel toenam. Dat brengt ons op een andere ontwikkeling in de blogosfeer die in Nederland lang heeft geduurd om aan te slaan bij bloggers. Door de komst van al die extra weblogs vonden een aantal softwareontwikkelaars, waaronder Dave Winer, het nodig om een andere manier te vinden om deze losse artikelen makkelijk te aggregeren en te distribueren. Dit resulteerde in de komst van RSS.

RSS is het beste te omschrijven als een leesmap voor het web. Je kunt je anoniem abonneren op een website via een apart programma of een speciale website die de individuele blogposts kan ophalen en als een stroom van nieuwsberichten kan laten zien. Je gaat dus niet meer van de ene site naar de andere om te kijken of er iets nieuws is geschreven, maar je kunt via je RSS-lezer direct zien welke weblogs iets nieuws hebben geplaatst. Het voordeel is dat je tijd wint, je hoeft nog maar naar één website of programma te gaan om het nieuws te lezen. Het nadeel van RSS is dat je een deel van de persoonlijkheid en conversatie mist omdat de blogpost niet meer in de context van de eigen site en design staat. In de RSS-feeds worden de reacties vaak niet meegenomen, wat je buiten de conversatie plaatst. Alsof je door een straat met cafés loopt waar je elk café van naam kent, weet wat voor soort café het is en wie de uitbater is, maar je gaat nergens naar binnen om wat te drinken en met de andere bezoekers van gedachten te wisselen. Er zijn nu wel technische mogelijkheden om het aantal reacties op een blogpost te integreren in de RSS-feed, maar ideaal is het nog steeds niet.

RSS is een ongelukkige technische term die te lang is blijven hangen in de blogosfeer en er mede schuldig aan is dat het nooit goed is aangeslagen bij het grote publiek. Het voert te ver voor de scope van dit boek om de complete geschiedenis van RSS te beschrijven, temeer omdat deze bezaaid is met semantische landmijnen, afsplitsingen in andere formaten (RDF, Atom en diverse versienummers van RSS zelf) en een ego-clash tussen de diverse ontwikkelaars in de Verenigde Staten. Zelfs de afkorting RSS heeft verschillende betekenissen gekregen, van Real Simple Syndication tot Rich Site Summary en RDF Site Summary.

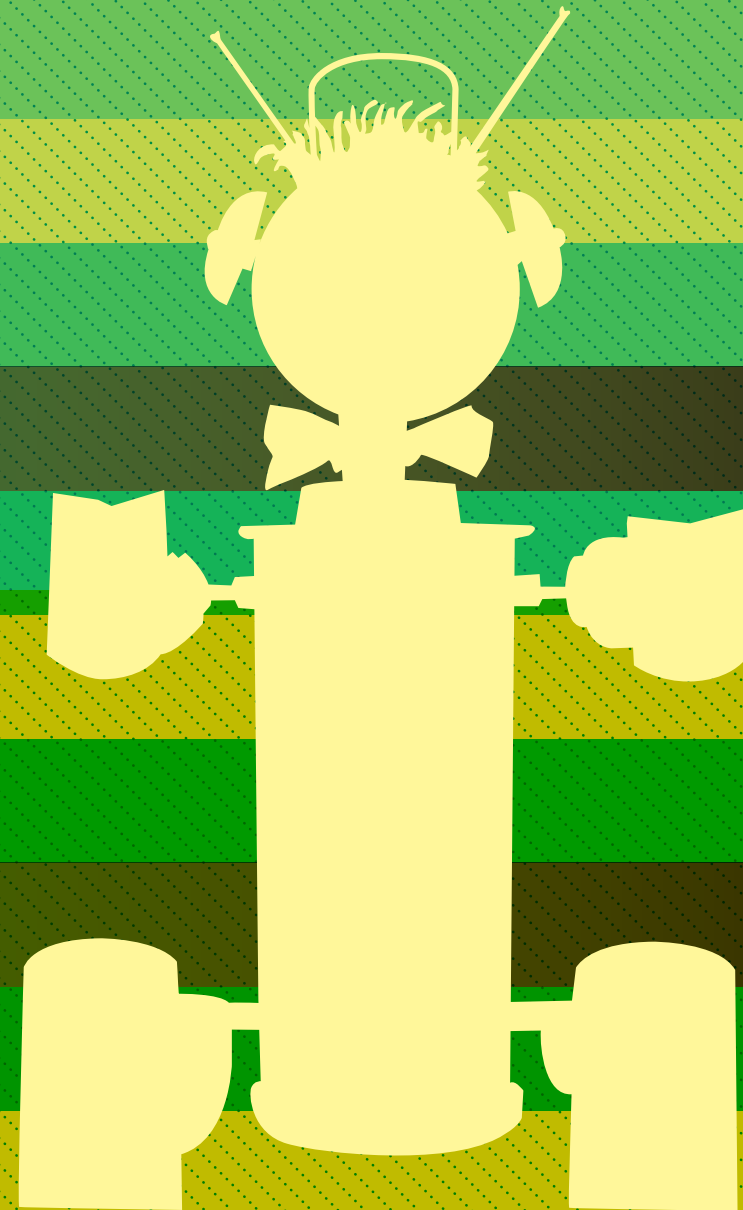
De grafische pagina's die via de blauwe hyperlinks aan elkaar zijn verbonden noemen we World Wide Web in plaats van het lezen van pagina's 'via HTTP' wat de correcte technische omschrijving zou zijn. Helaas heeft RSS nooit een tot de verbeelding sprekende omschrijving gekregen die breed gedragen is door bloggers, de media en het publiek. RSS zou wel het onderliggende protocol worden voor veel nieuwe online initiatieven en er is nu vrijwel geen online applicatie die niet zonder RSS werkt. Het technische protocol is al wat verder naar de achtergrond verdreven, maar nog steeds gebruiken we de term.

'Van het alternatief voor RSS, Atom, was ik een voorstander, omdat dat eigenlijk netter is dan RSS. Meer consistent vooral. Zodra Atom uit de eerste ontwikkeling was, heb ik dat naast RSS geïmplementeerd. Atom is echter nooit echt aangeslagen, helaas. Volgens mij was dat voornamelijk omdat RSS al 'goed genoeg' was, en daarom de meeste mensen niet het nut inzagen van overstappen op een ander systeem.' – Bob den Otter (Pivot)

Met het bouwen van het RSS-protocol maakte Dave Winer een zogenaamde *ping server*, weblogs.com. Als een nieuw artikel was gepubliceerd, kon via de software (eerst vooral Radio UserLand) naar deze server een 'ping' sturen, een kattebelletje, om te laten weten dat de weblog was geüpdatet. Op deze manier ontstond een lijst van constant geüpdate weblogs, een soort metalog van weblogs. In het begin van de ping server was dit nog een interessante dienst om bij te houden, je kon direct zien welke weblogs geüpdatet waren zonder je op een RSS-feed te hoeven abonneren. Maar met de komst van meer en meer weblogs werd het bijhouden van de lijst op weblogs.com een menselijk onmogelijke taak. Dit zorgde wederom voor een nieuwe ontdekking in de wereld van weblogs. Omdat weblogs nu waren opgesplitst in individuele blogposts via de permalink, en omdat de aggregatie en distributie van deze individuele posts via RSS en pings liep, waren blogposts in wezen tot datapakketjes getransformeerd. Datapakketjes die constant en vrijwel frictieloos over het web stroomde. Dat gaf programmeurs het nieuwe idee dat je deze datapakketjes kunt oppakken, indexeren en ordenen. Het indexeren van de datapakketjes gebeurde met de inhoud. Al snel ontstonden diensten als Blogdex en Daypop, sites waar op elk moment een overzicht van de meest gelinkte weblogs was te vinden. Synchron aan deze ontwikkeling ontstond Blogrolling.com, een dienst om je favoriete weblogs bij te houden. Je kon deze met een script op je eigen weblog zetten. Blogrolling hield voor je bij welke blogs geüpdatet waren. Zo kreeg je een dynamische lijst van favorieten met de meest recent geüpdate weblog bovenaan.

In Nederland ontstond synchron aan de ontwikkeling van RSS en de ping server de Loglijst. Deze werd in 2001 ontwikkeld door Jan-Willem Hiddink (JeeWee) en Robert-Reinder Nederhoed. De Loglijst was een lijst van geüpdate Nederlandse weblogs. Hij

werd niet door middel van RSS bijgehouden, maar op basis van het 'scrapen' van websites. Dit betekent dat de makers geautomatiseerd de website ophaalden, de broncode uit elkaar haalden en vergeleken met een eerdere versie. Was de nieuwe versie anders, dan was er een nieuwe blogpost. Zo ontstond een primitievere versie van de wereldwijde lijst op weblogs.com, maar wel één die goed genoeg was voor de Nederlandse markt.



Log lijst

'Ik weet nog dat ik op een
weblogmeeting niet lang
zonder bier stond.'

Jan-Willem Hiddink & Robert-Reinder Nederhoed
<http://weblog.lijst.nl>

Robert-Reinder 'Jan-Willem heeft vaak goede ideeën en de Loglijst was er zo een. Hij heeft er een flinke tijd aan gewerkt en al snel draaide de lijst op de server op het illustere adres <http://nederhoed.com/~jeewee/>. Begin 2003 hebben we het domein lijst.nl van iemand overgenomen en het adres veranderd in weblog.lijst.nl.'

Jan-Willem 'Ik was student Kunstmatige Intelligentie aan de Rijksuniversiteit Groningen. Zoals wel vaker met extracurriculaire activiteiten liep dit uit de hand, vooral nadat ik het via ICQ aan Joost van Velthoven (mijncomputertje.net) liet zien. Zoiets lekt snel uit, elke blogger zat op zijn Nedstat naar referers te loeren. Binnen een week had ik meer dan driehonderd bezoekers per dag.'

RR 'Wat ik mij kan herinneren is dat we af en toe afspraken om op hetzelfde moment (altijd 's avonds) aan de loglijst te werken. Jan-Willem zat dan thuis aan de crawler te werken, terwijl ik werkte aan de frontend. We waren dan via MSN Messenger online om te overleggen. Support was niet echt nodig. We kregen wel vragen van bloggers wanneer hun nieuwe weblogtekst niet was geïndexeerd. Dat was "een ramp", want de loglijst zorgde voor veel verkeer bij weblogs toen.'

JW 'Ja haha, het bleek eigenlijk dat de Loglijst echt een catalyst was voor de blogwereld. 80 tot 90% van de kliks kwam van de Loglijst af. Hits tellen is erg belangrijk voor een blogger. Ik weet nog dat ik op een weblogmeeting niet lang zonder bier stond.'

RR 'Als ik de oude database er bij pak met de geïndexeerde weblogs: 2.768 users met samen 17.278 favoriete weblogs in hun lijstje / Er waren 2.751 weblogs aangemeld. Dat was toen best een groot aantal, omdat weblogs nog niet zo bekend waren.

/ In januari 2004 checkten onze crawlers 183.514 keer een weblog op updates en hadden we ongeveer 1.000 unieke bezoekers per dag.

JW 'De blog die er echt uitsprong was [Tonie.net](http://tonie.net) met zijn griezelig hoge updatefrequentie. We hebben er nog over nagedacht om de Tonie-factor als grootheid te gaan gebruiken in de spamdetector. Een updatefrequentie hoger dan Tonie was simpelweg niet menselijk.'

RR 'Initiatieven als [Blogrolling.com](http://blogrolling.com) waren onder andere de reden dat we stopten, want onze motivatie werd zo wel minder. De techniek die we gebruikten, zorgde voor veel dataverkeer en serverbelasting. Een spider die elk uur alle weblogs in Nederland bezoekt, is niet schaalbaar. Als we het goed wilden doen, moesten we pings gaan ontvangen via complexere technieken en RSS gaan ondersteunen in onze crawler. En het dataverkeer werd een probleem. Onze crawler slurpte gigabytes per maand, dat was toen duur.'

JW 'We hadden een vernuftig gedistribueerd systeem bedacht. Uiteindelijk zou het mogelijk worden voor mensen thuis om "mee te helpen" de site te indexerend. Qua techniek konden we Blogrolling naar mijn idee makkelijk aan. We kijken nog weleens terug naar waarom het geen succes is geworden. Ik denk dat het te maken heeft met gebrek aan (commerciële) ervaring, karakter (we zijn gewoon meer opstarters dan afmakers) en tijdgebrek (ik wilde op een gegeven moment toch echt afstuderen). Op 21 februari 2004 besloten we dan ook te stoppen met de Loglijst. Het laatste bericht op de site: "Voorlopig gaat de Loglijst uit. Voornaamste reden is dataverkeer, gecombineerd met onvrede over onze implementatie. De huidige manier van controleren is achterhaald. Pingen heeft de toekomst. En wij hebben het nog niet. Voorlopig zul je geen Loglijst-spider in je statistieken vinden. Sorry.'"



De Loglijst is een mooi voorbeeld van de creativiteit die op een klein geografisch gebied als Nederland plaatsvond. In plaats van te wachten en te kijken wat er aan de andere kant van de oceaan gebeurde, zijn studenten zelf aan de slag gegaan en hebben een eigen systeem ontwikkeld. Dit gebeurde veel in de avonden naast een studenten- of professioneel leven. Als de ontwikkelingen op webloggebied elkaar echter in een hoog tempo op gaan volgen, dan is het logisch dat je dat als soloprogrammeur of klein team niet bij kunt houden. De Loglijst heeft in 2003 nog de mogelijkheid geïmplementeerd om RSS toe te voegen en om te zoeken naar weblogs. Daarnaast kon je je favoriete weblogs in een eigen lijst plaatsen. Deze was met wat omwegen weer op je eigen weblog te plaatsen, waardoor Loglijst in feite een Blogrolling-functionaliteit kreeg.

Naast de ontwikkeling van RSS en ping servers op het web, kwam in Nederland het mobiele dataverkeer langzaam op gang. De mobiele telefoon zag zijn entree in Nederland en met de mobiele telefoon kwamen nieuwe innovaties. Een van die innovaties was dat je met je mobiele telefoon foto's kunt maken. Dat was de perfecte oplossing voor een Nederlandse blogger die al een tijdje met een fotocamera zijn eigen leven vastlegde, vooral als hij in de kroeg of op een feest was. Een Groningse blogger ontdekt eigenhandig het mobloggen.

**Met de mobiele telefoon
kwamen nieuwe
innovaties.**





camarados

Gert-Jan Bos

<http://www.camarados.com>

Ik ben in september 2001 begonnen met Camarados. Ik wilde een website maken met foto's van vrienden, vandaar de naam Camarados.

Ik wilde het wel leuk en makkelijk publiceren en kwam zo bij weblogs terecht. Ik wilde dat op een gebruiksvriendelijke manier publiceren, dus je moest makkelijk van de ene naar de andere foto kunnen doorklikken. Ik begon foto's te publiceren en merkte al snel dat foto's van leuke vrouwen in de kroeg voor meer bezoek zorgde en meer reacties. Maar ook de foto's die ik maakte als ik een boswandeling maakte. Dat werden de basiselementen van Camarados: kroegen, vrouwen en de natuur.

Ik was geen echte fotologger, die vaak alleen foto's plaatste. Ik wilde altijd een kort verhaaltje bij de foto's hebben. Daarom maakte ik een regel voor mezelf: maximaal vijf regels met links naar vijf foto's. Ik wilde de teksten zo kort mogelijk houden, ik wilde daar niet te veel tijd mee kwijt zijn.

Ik leerde de eerste andere bloggers in Nederland kennen op de weblogmeetings. Ik was voor het eerst op de weblogmeeting in Breda in 2002. Het zorgde voor meer bezoek naar mijn blog, dus vanaf dat moment zou ik geen weblogmeeting meer missen. Ik organiseerde zelf een weblogmeeting in 2003 in Utrecht, samen met [Rolandow.com](http://rolandow.com). Camarados liep toen al heel erg goed en ik had dagelijks honderden bezoekers. Ik heb eigenlijk geen idee hoe het precies is begonnen met Camarados. Ik maakte zelf niet eens zoveel foto's in het begin, maar toen ik in 2001 een nieuwe digitale camera kocht, zag ik er de mogelijkheden van en begon ik het leuk te vinden. Ik had vanaf toen altijd een camera bij me. Mensen om me heen werden er soms wel een beetje moe van. Ik maakte overal en altijd

foto's. Het was een samenvatting van de dag, een soort lifestream. Dat zorgde dat ik op een gegeven moment elke dag iets moest publiceren. Ik vond dat er elke dag iets nieuws op mijn weblog moest staan. Dus, of ik nu echt zin had of niet, ik ging weer de kroeg in om foto's te maken. Ik had een aantal vriendinnen die ik vaak op de foto zette en zij werden het meest populaire onderdeel van de site. Met name Floortje was erg populair bij de bezoekers. Ik had haar heel vaak op de foto staan, niet alleen in de kroeg. We gingen vaak samen wandelen of zeilen. Alle meisjes op Camarados, inclusief Floortje waren gewoon heel goede vriendinnen. Ik heb nooit met een van die meiden een relatie gehad. Ze wisten zelf dat ze in trek waren bij de bezoekers en ze vonden het wel leuk, al die aandacht.

Je begrijpt dat het op een gegeven moment uit de hand liep. Ik was vrijwel constant bezig met Camarados en uitgaan. Het werd eigenlijk alleen maar erger toen de eerste telefoons met camera's kwamen. Ik had in 2003 een Nokia 7650, waarmee je foto's kon maken. Het eerste wat ik dacht was dat ik die foto's direct online wilde hebben. Je had toen nog geen e-mailaccounts op je telefoon of de mogelijkheid om een MMS naar een server te sturen, je kon er eigenlijk heel weinig mee. Je kon ze alleen via Bluetooth op je eigen computer zetten. Ik heb toen een mobiel FTP-programma gekocht waarmee ik direct na het maken van een foto deze kon uploaden naar mijn server. Dat moest allemaal met de hand, niets was geautomatiseerd. Ik had toen naast de reguliere foto's op Camarados een kleine strip met de mobiele foto's. Die waren in zo'n lage resolutie dat je die niet groot kon tonen. Maar ik zag dat het mogelijk was. Samen met een vriend van me zijn we toen aan de slag gegaan om het nog makkelijker te maken. Want we kwamen erachter dat het versturen van foto's via e-mail op je mobiel zeker mogelijk moest zijn. Na wat programmeren en testen lukte het ons in

2003 om via je mobiel direct foto's online te zetten. Mobloggen.nl was geboren. We begonnen een website waarop iedereen een account kon aanmaken om zelf zijn foto's naar te e-mailen. Wij zorgden voor de techniek van de site en het mobloggen, het enige wat je als gebruiker hoefde te doen was je foto naar een e-mailadres sturen.

De reacties waren toen wel gemengd. Ik deed toen hetzelfde wat Hyves en Moby-picture nu doen. Mensen vonden het wel leuk, maar begrepen niet altijd dat ik zoveel online wilde delen en dat er zoveel anderen waren die dat ook wilden. Ik ging op zoek naar een zakelijke toepassing. Ik had telefoonrekeningen van ongeveer 2.000 euro per maand, die moest ik toch betalen. Mijn compagnon had het ontwikkeld in de baas zijn tijd, maar ik gebruikte het, dus het was lastig om een constructie te vinden wat we er nou mee konden doen. We hebben wel een keer op de AutoRAI wat gedaan, Giel Beelen heeft het een keer gebruikt in zijn show en wat artiesten gebruikten het. Maar daar bleef het wel bij. We kregen niet echt een goed business-model rond. Het duurde allemaal best wel lang. Je kreeg toen al andere diensten. Zelfs via Pivot kon je gaan mobloggen en ook Moby-picture begon in die tijd.

Ik ben toen in gesprek geweest met FC Groningen om de spelers dagelijks wat foto's te laten maken gedurende de dag. Maar zover is het nooit gekomen omdat

het bestuur bang was dat de spelers foto's gingen maken in de kroeg. Die samenwerking is dus helaas nooit doorgegaan.

In 2003 ben ik door Emerce geïnterviewd over het mobloggen en ik zei toen al dat ik zou stoppen als ik een vriendin had. In 2005 was dat het geval en stopte ik met Camarados. Ik was tegen het einde iets van twee tot drie uur bezig met een update. Ik maakte op een avond in de kroeg zo'n honderd foto's. Daar moest ik eerst een keuze uit maken, er bleven er dan ongeveer vijftien over. Die ging ik aanpassen in Photoshop om ze wat toonbaarder te maken, tot ik er uiteindelijk nog maar iets van zeven over had. Als laatste moest ik dan bij die foto's nog een verhaaltje maken. Ondanks die paar regels tekst en foto's werd het dus wel steeds meer werk voor me. Dat begon me echt tegen te staan. Ik werd wel een beetje ziek van mezelf. Als ik de camera vergeten was dan moest ik terug om die te halen. Het begon echt een soort verslaving te worden. Aan de andere kant, omdat ik alles fotografeerde en online zette, werd ik weleens voor wat leuke feesten uitgenodigd. Dat was natuurlijk gratis publiciteit voor ze.

Het hele Camarados-tijdperk heeft wel een stempel op mijn leven gedrukt en best een impact gehad van 2001 tot 2005. Dat is ongelooflijk. Dat komt nooit meer terug en dat hoef ik niet te proberen. Het is geweest, gebeurd en klaar ermee.



'Heden live brand in Enschede: vuurzee bij vuurwerkopslag.'

Alt0169 13.05.2000

<http://www.Alt0169.com/0051.shtml#2226>

→ De voorzichtige groei van de blogosfeer

13 mei 2000, een rustige voorjaarszaterdag die al snel een rampdag wordt in Enschede. Een brand in de wijk Roombeek in het noorden van Enschede slaat over naar een vuurwerkopslagplaats van S.E. Fireworks die midden in een woonwijk ligt. Een enorme explosie is het gevolg, waarbij een complete woonwijk wordt weggevaagd. De ramp zorgt voor 22 doden en 950 gewonden. Tonie: *'De ramp in de vuurwerkfabriek vond plaats in het weekend. Toen werden de nieuwssites nog niet geüpdatet in het weekend. Heel veel redacties werkten volgens het oude mediaprincipe. Daar waar op zaterdag nog een krant uitkwam en op zondag al aan de krant voor maandag werd gewerkt, gingen de meeste online redacties op vrijdag dicht om maandag weer te starten. Een vreemde situatie natuurlijk. Ik werkte toen net bij Planet Internet en ben daar als eerste weekenddiensten gaan draaien. Ten tijde van de vuurwerkrampp kon ik zowel op Planet als op Tonie.net de berichtgeving bijhouden.'*

Jeroen Bosch (Alt0169): *'De kranten waren op zaterdag al dicht en hadden niet of nauwelijks een internetredactie. Wat wij toen deden was niet nieuws vanuit Enschede verslaan, maar bijhouden wie wat over de ramp versloeg. Waar kwam welk nieuws op welk moment online en waar vandaan. Echt newswatches dus.'*

'Hoe verslaat online Nederland een on-Nederlandse ramp? Het is immers weekend en de barbecue roept om aandacht. Een kort, niet-volledig onderzoek naar internetverslaggeving in Nederland. Het kan zijn dat de inhoud van de hier gepresenteerde links de komende tijd nog verandert, voor zover een nijvere verslaggever ergens in het land zich moe maakt met overwerk. Dit bronnenonderzoekje vond plaats om 21.30 uur.'

De hele dag zijn zowel Tonie, Esc als Alt0169 bezig om het web af te speuren naar links en meer informatie over de vuurwerkrampp. Dit is een manier van online nieuwsvergaring die in het begin van de 21e eeuw nog weinig gemeengoed was. Zoals Tonie al zei, de nieuwsredacties die bestonden op internet namen de traditionele nieuwsredacties als voorbeeld. Artikelen die online verschenen werden zelden tot nooit aangepast aan de zich nog ontwikkelende situatie en bleven als statische verslagen staan. Bij een ramp zoals Enschede volgden de gebeurtenissen zich snel op en was het noodzakelijk om aan de hand van veel, vaak tegenstrijdige, informatie een beeld van de situatie te schetsen. Francisco van Jole komt met een extra nieuwseditie van zijn 2525 Nieuwsgids met links naar andere sites, ooggetuigenverslagen en berichten die via nieuwsgroepen binnenkomen: 'De ramp in Enschede heeft tot — voor Nederland — ongekende journalistieke activiteit op internet geleid. Zowel professionele media als particulieren zetten razendsnel het net in om verslag te doen van de gebeurtenissen.'

Blogger Laurens Lammers is duidelijk in zijn berichtgeving op Esc:

Belabberde Nederlandse berichtgeving

'In Nederland wordt het nieuws over de explosie in Enschede gemaakt door een amateur met een videocamera, maar de reguliere pers bakt er niks van. Op elke zender is die burgemeester Mans te zien, die helemaal niets te melden heeft en doet alsof hij gister pas

burgemeester van de stad is geworden. De Duitse WDR heeft een aparte cameraploeg gestuurd en heeft beelden van de getroffen wijk, die wel platgebombardeerd lijkt. Enige lof is er voor het Twentse dagblad Tubantia, dat op internet accuraat verslag doet. De Duitse televisie meldt overigens dat er afgelopen dagen een pyromaan in de omgeving van Enschede actief is geweest. Ook (nog) geen woord over gehoord op de Nederlandse televisie.'

De vuurwerkcramp laat voor het eerst in Nederland zien hoe een relatief ongestructureerde groep mensen zonder gemeenschappelijke deler voor een vrij volledig nieuws-overzicht kan zorgen. In 2001 zijn andere online platformen als VPRO's 3voor12 actief, maar deze zijn specifiek op een thema of gezamenlijk doel gericht. Het gebeurt al wel sporadisch dat een groep mensen uit deze community's gezamenlijk verslag doet van een festival of een andere gebeurtenis. Maar met de vuurwerkcramp is duidelijk te zien hoe een blogger niet alleen als curator van coole links en bizarre websites kan optreden, maar ook van het nieuws. Het nieuws dat wordt gelinkt is niet zelden ongecontroleerd, een gewoonte die in de journalistiek wel wordt nageleefd. Opvallend in de berichtgeving op Alt0169 is, dat ze schrijven dat de links naar andere ooggetuigenverslagen via IRC binnenkomen, het toen populaire chatsysteem. Reactiemogelijkheden op de blog waren er namelijk nog niet. Er is een blogpost met de titel 'Niet nader geverifieerde beelden via media.live.nu, maar de dir /enschede spreekt boekdelen'. De bloggers treden in hun eigen domein niet op als journalist maar als verzamelaar van de berichten elders, om zo voor het eigen publiek een zo compleet mogelijk beeld te geven van de gebeurtenissen. De blogs geven door hun linkdrift anderen een kans om hun eigen kijk op het nieuws online te laten horen. Voor het eerst is te zien hoe aggregatie online goed kan werken. Maak of vind het nieuws en deel dat snel en ongewijzigd met je eigen lezersgroep. Het newswatchen, zoals Jeroen Bosch het noemt, was voor de komst van het internet niet makkelijk te realiseren. Pas met de komst van weblogs werd deze wijze van aggregatie makkelijker toepasbaar. Wat vaak gebeurde was dat er in één browservenster naar het nieuws werd gezocht en in een tweede browservenster de links en een korte tekst in de gereedstaande weblogsoftware gekopieerd en geplakt werden. Weblogs kennen geen hiërarchie van journalist naar eindredacteur naar hoofdredacteur, en met de aanwezige weblogsoftware was het niet meer nodig om bestanden op te maken en via FTP naar een server te sturen. De knop Publish zorgt ervoor dat je bericht direct online staat en bezoekers het direct kunnen lezen. Zowel de creatie, distributie als de consumptie van het nieuws is wezenlijk veranderd met de komst van internet en specifiek de weblogs. Later zou de aggregatie van de berichten veranderen door verzamelblogs, tags en RSS. Bezoekers van de weblogs droegen hun eigen steentje bij door via chat, e-mail of op de eigen site bijdragen te leveren aan het newswatchen. Consumenten van het nieuws worden ook producenten van het nieuws. Het is deze samenwerking die lezers doet besluiten om zelf een weblog te beginnen. Ze zien dat ze worden gelezen of gehoord met de berichten die ze zelf versturen. Het vinden van goede sites voor de linklogs is een taak die de lezers op zich nemen. Ze mailen de leukste links door naar de schrijvers, die de lezer weer publiekelijk bedankt voor zijn bijdrage. Zo krijgen meer lezers het idee om zelf een weblog te beginnen. Maar deze lezers zijn niet allemaal even technisch onderlegd om zelf met HTML en FTP aan de slag te gaan. Daarvoor zou eerst een nieuw weblogstelsel nodig zijn. In het voorjaar van 2000 komt weblogsoftware Blogger in beeld. Blogger zou mede zorgen voor de opmars van de tweede golf bloggers in Nederland.

Het internet is nog steeds een gebied waar veel nieuwe en spannende ontwikkelingen plaatsvinden. In de Verenigde Staten vindt elk jaar het South by Southwest-congres (SXSW) plaats in Austin, Texas. Dit congres vindt plaats naast een muziek- en filmfestival en toont het nieuwste en meest inspirerende op interactief gebied, met bezoekers uit de hele wereld.

Het Pyra-team was al bezig met de ontwikkeling van Blogger sinds de zomer van 1999. Sinds het najaar van 1999 was het mogelijk om op Blogger.com een eigen account aan te maken en je eigen weblog te starten. Pyra bestaat dan uit Evan Williams (later de oprichter van Twitter) en Meg Hourihan, twee jonge ondernemers die op het web een bedrijf probeerden te starten rondom intranetsoftware. Het zijproduct Blogger wat ze hadden gemaakt bleek een grotere hit te zijn en al snel verschuift hun aandacht naar de weblogsoftware.

In maart 2000 bezoeken Evan en Meg SXSW met hun product Blogger. De twee zijn dan al bekend in de online kringen vanwege hun eigen weblogs evhead.com en megnut.com. De bezoekers van SXSW vallen direct voor de twee ondernemers en hun onbevenging kijk op de online wereld. Evan wordt een soort woordvoerder voor de dan nog jonge blogosfeer. De presentatie van Blogger op SXSW is cruciaal geweest voor de opkomst van het bloggen. Omdat daar de voorlopers van de online wereld rondlopen, de digitale voorhoede, was het belangrijk om juist daar onder de aandacht te komen. Vlak voor het bezoek aan SXSW komen weblogs en Blogger.com onder de aandacht in Wired, het magazine voor de digitale ontwikkelingen wereldwijd. Ze spreken in februari 2000 over een enorme groei in het aantal weblogs wereldwijd. Begin 2000 had Blogger 2.300 geregistreeerde gebruikers. Maar niet alle gebruikers waren actieve gebruikers van de dienst. In april 2000, na SXSW, zou op de frontpage van Blogger.com de duizendste blogger worden verwelkomd op de publieke lijst van actieve weblogs. Dat lijkt een triviaal moment, maar in een tijd waarin de bloggers nog handmatig met HTML hun eigen persoonlijke pagina's moesten updaten, is 1.000 een enorm getal. Het gaf de twee eigenaren genoeg vertrouwen om in de daaropvolgende maanden investeerders te zoeken voor hun product en extra mensen aan te nemen zoals Derek Powazek van Powazek.com. Derek is onder andere verantwoordelijk voor het huidige logo van Blogger, de dikke witte B op een roodoranje achtergrond.

Ondertussen worden weblogs in Nederland ook bekender. Planet Internet had al over Blogger.com geschreven en andere bloggers begonnen te zien dat hier iets speciaals gaande was. Langzaam maar zeker komen er elke week nieuwe bloggers bij. De aanwas ging in zo'n rap tempo dat het voor de oudgedienden niet meer was bij te houden welke nieuwe blogs er bijkwamen. Ze stopten met het constant vermelden van en linken naar nieuwe blogs. Soms werden nieuwe blogs en bloggers nog wel verwelkomd in de eigen artikelen, maar het zal niet meer zo punctueel gebeuren als in 1999.

Door de groei van het aantal weblogs in Nederland zagen de bloggers dat ze een andere manier moesten hebben om hun dagelijkse leeslijst bij te houden. Omdat ze veelal dagelijks online zitten wilden ze een plek waar ze direct kunnen klikken naar hun favoriete websites. Browsers hebben dan al een bookmarkfunctie, maar deze is alleen lokaal te gebruiken. Als je zowel thuis als op je werk een pc hebt (laptops waren

nog erg duur in die tijd) was het lastig om op twee plaatsen je favorieten bij te houden. Bloggers kregen al snel door dat je zo'n lijst beter online kon bijhouden. Ik vermoed dat de opkomende populariteit van Startpagina heeft bijgedragen aan de opkomst van de *blogrolls*. Dit is een lijst met links op je eigen weblog naar andere bloggers die je graag leest. Je eigen favorietenlijstje, waarmee je indirect laat zien in welke hoek van de blogosfeer jij je bevindt. De blogroll is niet alleen een favorietenlijst voor bloggers geweest, maar ook een belangrijke verkeersaanjager voor veel blogs. Als je namelijk in een blogroll van een grote blog werd genoemd, dan wist je zeker dat je extra bezoek kreeg. In 2000 beginnen blogs langzaam maar zeker meer lezers te krijgen buiten de eigen blogwereld. Deze lezers waren vaak blij verrast door de frisse inhoud en blik van de bloggers en zochten dus naar meer blogs. De blogroll op de weblog is dan een logisch startpunt voor de verdere zoektochten naar Nederlandse weblogs. In 2000 begonnen diverse bloggers eigen startpagina's te maken. Waarschijnlijk geïnspireerd door Startpagina.nl (in 1998 begonnen en in april 2000 verkocht aan VNU) komen diverse bloggers met een eigen pagina op de weblog waar een linklijst is te vinden met interessante startpunten. Dit konden zowel weblogs zijn als nieuwspagina's, krantsites, omroepen en websites met interessante content voor bloggers (video's, animaties, virale acties).

Op de laatste dag van 1999 maakt Tonie zijn startpagina makkelijker toegankelijk voor het publiek. Op tonie.net/metastart maakt hij een metastartpagina. Deze pagina was niets meer dan een lijst met links naar de verschillende Startpagina.nl-klonen. Daarnaast maakte hij een eigen startpagina met de dan actieve weblogs in Nederland en een aantal uit het buitenland. Een week later zou hij de naam veranderen naar tonie.net/start. Vanaf dat moment is het een populaire startpagina voor veel bloggers. Tonie is niet iemand van het halve werk. Door zijn onverzadigbare drang om alles te vinden en te duiden, is zijn startpagina meer dan een gecureerde lijst met links die voor Tonie van belang zijn. Het wordt een vrij compleet beeld van het weblogecosysteem dat dan in Nederland bestaat. Daarnaast heeft Tonie veel links naar nieuwspagina's, zoekmachines, teletekstpagina's en overige naslagwerken. We krijgen als bloggers een kijkje in de keuken van de journalist Tonie van Ringelestijn. Door zijn werk bij Planet Internet heeft hij snel toegang nodig tot nieuws en naslagwerken. Wat is makkelijker dan dit allemaal te verzamelen op je eigen site waardoor je direct kunt doorklikken? Een voordeel van de openbaarheid was dat de lijst nu niet meer alleen door Tonie zelf hoefde te worden bijgehouden. Een favorietenlijst in je browser zul je constant zelf moeten onderhouden, maar door deze online te zetten kunnen bezoekers je wijzen op nieuwe sites, geüpdate links of juist niet meer bestaande links. Zo kon Tonie met de hulp van zijn lezers een constant geüpdate startpagina bijhouden.

Startpagina.nl is net een jaar bezig met hun simpele maar populaire website. Startpagina werkt met dochterpagina's. Dit zijn themagerelateerde startpagina's over elk denkbaar onderwerp. Reizen, auto's, voetbal en elke denkbare hobby en nicheonderwerp krijgen een eigen startpagina. In 2000 start weblog.startpagina.nl, maar deze is minder populair dan de pagina van Tonie. De reden is volgens mij te vinden in de rol die Tonie heeft voor de overige bloggers in Nederland. Hij is zijn weblog begonnen als journalist van Planet Internet en hij was een van de eersten die een journalistieke weblog begon die hij ook onophoudelijk blijft updaten. Dat geeft Tonie een expertstatus in de dan nog jonge blogosfeer. Startpagina is in april 2000 voor vermoedelijk 13,5

miljoen euro verkocht. En dat geeft al aan hoe groot de verschillen zijn. Startpagina is een commercieel bedrijf. Als die een startpagina voor weblogs en bloggers beginnen, dan moet daar vast iets achter zitten. Elke blogger was in het begin van 2000 wars van alle online vormen van commercie. Niet in de laatste plaats door de dotcom-hype die toen wereldwijd heerste. Bedrijven en jonge ondernemers gingen als ware goudzoekers online op zoek naar de heilige graal om in een zo kort mogelijke periode zo veel mogelijk geld te verdienen aan het nieuwe medium. De eerste bloggers waren vaak werkzaam in de creatieve of ICT-industrie en zagen veel van de wantoestanden van dichtbij of konden ze in elk geval op waarde schatten. Het is dan ook niet zo vreemd dat ze vooral afwijzend stonden tegenover elk commercieel initiatief, zeker op webloggebied. Een andere reden voor het mindere succes van deze weblogstartpagina heeft met de manier van updaten te maken. Een blogger als Tonie of Remco kende je door de blogposts vrij goed. Je wist wat meer over de persoon dan alleen een naam op een pagina. Bij de Startpagina-dochters staat de naam van de beheerder, wat al een hiërarchisch aandoende naam is, onder aan de pagina. Maar je weet verder niets van die persoon of het bedrijf. Het is een vrij anonieme lijst. Om een update door te geven was je verplicht om een formulier in te vullen op de site, waarna je maar moest afwachten wat er mee zou gebeuren. Tonie kon je op een weblogmeeting aanspreken en was via e-mail bereikbaar. Dit geeft het geheel een meer persoonlijke tint. Een van de oudbeheerders van een dochterpagina, Wilbert Pot: *'Ik begon in 2001 met de weblog-dochterpagina en ik kreeg zoveel mail van mensen die hun weblog erop wilden, maar ik wilde niet alles erop zetten. Het onderscheid dat ik maakte was niet zozeer de postfrequentie van de weblog, maar of het echt iets toevoegde aan het webloglandschap. Dat was steeds een erg subjectieve keuze.'*

Voor Wilbert is het bijhouden van de dochterpagina in het begin nog wel te doen, maar met de komst van weblognetwerken als web-log werd het steeds meer werk. Er is voor de dochterpagina's geen fatsoenlijk beheer voorhanden, dus Wilbert moet alles zelf in Javascript- en later in XML-bestanden aanpassen. Hij maakte zelf een klein beheer om de standaardmails die binnenkwamen met de aanmeldingen om te zetten naar het XML-formaat. Dat maakte het updaten van de dochterpagina minder omslachtig. De bloggers waren vaak meer thuis op het web dan de commerciële Nederlandse partijen en ze wisten beter en sneller de juiste middelen te vinden voor hun behoeften. Zo ontstonden naast de startpagina van Tonie al snel meer startpagina's bij andere bloggers, een uitbreiding op de blogroll die te lang werd.

Elke blogger was in het begin wars van alle commercie.

tuulk met

'Geef mij maar de klassieke blogger die als gids boven op het nieuws zit en kritische vangsten deelt.'

Emile Urban
www.tuulk.net (voorheen Weblogger.nl)

Op 7 november 1999 ben ik begonnen met bloggen. Eigenlijk aangestoken door mijn ex-collega Tonie van Ringelestijn op de internetredactie van Planet Internet, waar ik toen werkte. We zaten bovenop de ontwikkelingen en waren dus als een van de eerste op de hoogte van het fenomeen weblogs, dat in Amerika al groeiende was. Het was dus niet verwonderlijk dat bij de eerste lichting bloggers een opvallend hoog percentage uit het kamp van Planet Internet kwam.

Het was eigenlijk pure noodzaak om een eigen weblog te beginnen en je vangsten te delen. Je kwam overdag tijdens het werk zoveel leuke dingen en opmerkelijke zaken tegen op internet, dat je het lang niet allemaal kwijt kon in je werk. Dat was natuurlijk niet zo vreemd als je twaalf tot veertien uur per dag online zat.

De eerste weken blogde ik als een linklogger op een persoonlijke homepage bij m'n internetprovider. In november '99 registreerde ik het internetdomein Weblogger.nl via een kennis van een vriend met een bedrijf. Het was toen nog niet mogelijk om als particulier een .nl-domein vast te leggen, dus dat moest toen wel op die manier. Saillant detail is dat domeinnamen als weblog.nl en weblogs.nl toen nog vrij waren. Ik koos toen voor Weblogger.nl. Achteraf toen bloggen populair werd, had ik wel spijt dat ik de andere namen niet had.

Na een tijdje een weblog te hebben bijgehouden wilde ik het domein op een gegeven moment ten goede laten komen aan de community die groeiende was. Daarom maakte ik de keuze om te gaan bloggen op een ander adres. Van Weblogger.nl maakte ik vervolgens een startpunt voor weblogs. De site groeide uit tot een portal en de plek waarop je te vinden moest zijn als je een weblog had. In het begin moest ik zelf nog

op zoek naar sites, later namen nieuwe weblogs zelf contact op als zij een vermelding wilde. Zo had ik dagelijks nieuwe lijstjes met de nieuwste weblogs. Je zou kunnen zeggen dat Weblogger.nl ten onder is gegaan aan zijn eigen succes. Er kwamen zoveel weblogs dat het bijhouden niet meer te doen was. Weblogs kwamen en gingen, waardoor linkjes op de site snel verouderden. Er ging zoveel tijd in zitten, dat het op een gegeven moment 'moeten' werd. De lol ging er toen wel vanaf.

In de *Dikke Van Dale* wordt een weblog omschreven als een dagboek op internet. Aan die omschrijving valt niets af te dingen. Zelf heb ik weinig met lifeloggers, mensen die lange verhalen opschrijven over bijvoorbeeld hun kat die naar de dierenarts moet. Geef mij maar de klassieke blogger, die als gids boven op het nieuws zit en kritische vangsten deelt en bij zijn vondsten zijn ongezoeten mening geeft. Het is het type blogger dat het dichtste bij me staat. Het doet me vaak terugdenken aan vroeger. Je probeerde eigen nieuwtjes te scoren of zelfs een scoop te halen. In die tijd lukte dat soms ook. Veel bedrijven hadden hun zaakjes op internet nog niet voor elkaar en zo kwam je weleens misstanden tegen, zoals openstaande CMS'en of adressenlijsten die op een server stonden. En die misstanden vond je echt niet door moeilijke trucs uit te halen, maar bijvoorbeeld door het internetadres in te korten. Met Google kreeg je ook veel verborgen informatie boven water. Zo vond ik ooit Word-templates op een server bij ABN AMRO. De bank was niet blij met een verwijzing op m'n blog hiernaar en stuurde een juridische brief met de eis om de linkjes te verwijderen. De reactie zorgde voor een storm in een glas water. Een bank die een bloggertje aanpakt, omdat hij een linkje plaatst, dat was wat. Radio Online heeft destijds nog aandacht besteed aan de kwestie die eigenlijk nergens over ging.

Begin januari 2000 begint Emile de mailinglist Dutch-weblogs voor de dan actieve bloggers in Nederland. De link naar de mailinglist op eGroups vond snel zijn weg bij alle bloggers. Al op de eerste dag van het bestaan van de mailinglist is de verzuchting te vinden: 'Is webloggen een tijdelijke trend?' Omdat in 2000 al meer blogs startten dan men kon vermoeden en de eerste berichten in de pers verschijnen, zijn de eerste bloggers alweer wat terughoudend over hun ontdekking. Door de dotcom-hype die er heerste kon het zomaar gebeuren dat een commerciële partij er met het idee van de weblogs vandoor zou gaan. De angst van veel bloggers van het eerste uur. Zij waren de curators, de ontdekkingsreizigers op het web. Een status die ze wellicht niet graag met een te grote groep deelden. Helaas is de uitkomst van de poll verloren gegaan in het digitale archief, dus we zullen nooit weten wat de bloggers van het eerste uur echt vonden van de opkomst van weblogs in Nederland.

Door de komst van de mailinglist was er ineens een mogelijkheid voor de bloggers om met elkaar in contact te blijven. De eerste weblogsoftware had standaard nog geen reactiemogelijkheden. Er waren wel wat externe scripts zoals Haloscan, die je op je site kon zetten om reacties mogelijk te maken, maar echt handig was het allemaal niet. De mailinglist Dutch-weblogs was in de eerste weken van 2000 een actieve en drukke community van de Nederlandse bloggers. Een groot voordeel van Nederland ten opzichte van andere landen waar bloggen opkwam, was dat je over het algemeen niet heel ver hoefde te rijden om elkaar te ontmoeten. Al snel werden op de mailinglist afspraken gemaakt om bij elkaar te komen. Het was logisch dat de eerste weblogmeeting in Zwolle zou plaatsvinden. Zowel Tonie als Ramon zaten in Zwolle op school en Remco Sikkema woonde er vlakbij. De keuze voor de plaats was al snel gemaakt en op 25 februari 2000 was in café de Vier Jaargetijden de eerste weblogmeeting van Nederland.

Omdat de blogosfeer in Nederland nog zo pril en klein was, valt de meeting amper op. Vijftien mannen en vrouwen zaten bij elkaar in een kroeg en dronken wat. Niets bijzonders, maar de gesprekken waren voor de andere kroegbezoekers wel wat vreemd. Er werd constant gepraat over internet, URL's en technische zaken als het inbellen via modems en het maken van websites. De meeting was voor de aanwezigen hun eerste ontmoeting met gelijkgestemden en dat voelde goed voor ze. Nadat ze elkaar al een tijd online volgden zagen ze nu de persoon achter de posts en het vaak vreemde taalgebruik.

Op de eerste weblogmeeting waren de aanwezigen nog het archetype blogger: de *linkdumpers*. Hun weblog gebruikten ze vooral voor het bijhouden van hun surftochten op het web en het beschrijven van de sites die ze tegenkwamen. Zelden tot nooit kwam er een heel persoonlijke boodschap langs. Vaak gaven de bloggers wel hun mening, maar deze werd altijd vergezeld met links naar andere plaatsen op het web.

In 2000 kwam er langzaam meer pers aandacht voor weblogs. In april 2000 verscheen in *Elsevier* een kort item over de 'Dorpsomroepers' in Nederland. In dit stuk wordt de teneur van de blogosfeer in 2000 direct duidelijk. Het is niet de bedoeling dat we geld gaan verdienen met weblogs, het moet wel leuk blijven. Schrijver van het stuk, Arjan Dasselaar, noemt bloggers de dorpsomroepers van het internet, die het laatste nieuws verspreiden over interessante, rare en weerzinwekkende websites. Daarbij is

de commerciële inmenging van bedrijven niet gewenst, want daarmee komt de onafhankelijkheid in het geding.

Freeler was een van de gratis internetaanbieders die toen het web overspoelden. Er ontstonden samenwerkingsverbanden tussen Nederlandse bedrijven en telecoaanbieders om de consument gratis online te krijgen. Het businessmodel achter die samenwerking was niet altijd even solide. Om enigszins op te vallen en in te springen op de groeiende bekendheid van weblogs besloten ze als eerste een betaalde blogger in de redactie op te nemen. Meike Huber ging betaald een weblog bij Freeler bijhouden en iedereen die lid was van de provider kon gratis een eigen weblog starten. Meike hield een tijdje voor Freeler een linkdump bij, waar ze de taak van webcurator op zich nam. Nieuwe, interessante en weerzinwekkende sites werden besproken en van links voorzien. Maar Meike voegde er nog iets anders aan toe. Ze vertelde zo nu en dan wat persoonlijke besommeringen, dingen die ze meemaakte in de supermarkt en gebeurtenissen in de familie. Maar ze linkte het allemaal aan de pareltjes die ze online vond. Meike wist het linkloggen aan het lifeloggen te knopen en dat was begin 2000 wel speciaal. Maar Meike was niet de enige die haar besommeringen online zette.

In 1999 zagen we in Nederland een nieuw fenomeen op tv wat wereldwijd de gemoederen flink zou bezighouden. Twaalf personen worden honderd dagen in een huis opgesloten en dag en nacht gevolgd door camera's. Het zou een van de eerste multimediale concepten worden waar tv en internet elkaar aanvullen. *Big Brother* is een genrebrekend concept uit de koker van John de Mol en het is een instant kijkcijferhit. Dagelijks zitten miljoenen Nederlanders aan de buis gekluisterd om te zien wie er in de afvalrace overblijft en kans maakt op de prijs van 250.000 gulden (ongeveer 115.000 euro). Het was fascinerend om dag in dag uit te zien hoe de bewoners zich verveelden in het huis waar verder weinig te beleven was. De dagelijkse uitzending op tv was een compilatie van de (non-)gebeurtenissen die dag, maar het productiebedrijf was baanbrekend met hun internetstreams. Het principe van webstreams is in 1999 al langer bekend in de porno-industrie, maar met *Big Brother* is het voor het eerst naar de mainstream gebracht. De webstreams maken het mogelijk om 24 uur per dag te volgen wat er in het Big Brother-huis gebeurt. De website FOK! is dan net gestart en besluit vol in te zetten op het tv-programma. Ze gaven dagelijks meerdere updates van wat er gaande was in het huis en Nico Dijkshoorn, nu bekend als huisdichter van het tv-programma *De Wereld Draait Door*, gaf in het FOK!-forum commentaar bij de afleveringen. Het betekende de groei van FOK! en Nico Dijkshoorn zou vanuit deze site meer en meer gaan schrijven voor andere omroepen en bladen.

Al voor *Big Brother* op tv kwam, was er een andere Nederlander die je elke dag een kijkje in haar leven gunde via de webcam. Corrie Gerritsma bracht de voyeur in elke websurfer boven, elke dag gingen we even kijken wat er nu weer gaande was in dat appartement tweehoog in Amsterdam.



Camthuis

Corrie Gerritsma

<http://www.camathome.com>

Ik was met mijn vriend Rickert op stage in Amerika voor onze studie. We woonden daar van februari tot november 1997 en werkten op het lab van de universiteit. We zagen al direct dat er al veel meer kon via internet zoals boeken bestellen. We ontdekten het chatten en kregen contact met medestudenten via e-mail. Rickert ontdekte daar een meisje met een webcam en dat vonden we wel fascinerend.

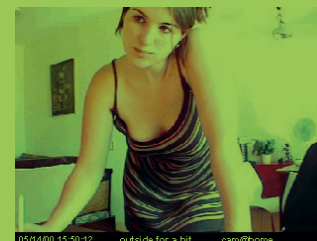
Toen we terug in Nederland waren, zagen we dat we via A2000 kabel konden krijgen. Rickert was op de universiteit altijd bezig met computers en internet, dus toen A2000 kwam hebben we dat meteen gedaan zodat we flat fee internet hadden. Al heel snel vroegen we ons af of we ook beelden konden uitzenden.

We zaten toen in een chatroom met een Belg en ler die een beetje onze vrienden werden. Zij vroegen of we ons huis konden laten zien via de webcam. Zij hadden net als wij een webcam aan staan, het stelde allemaal niet zo heel veel voor. Wat zwaaien en briefjes voor de camera houden. Tot we beseften dat we de camera ook aan konden zetten als je niet aan het chatten was. Toen heeft Rickert een site gemaakt die we eerst bij UPC hadden staan, later zijn we op een eigen domein wat gaan bouwen.

En op onze site, daar kwamen ineens bezoekers. Dat konden we goed zien omdat we een Nedstat-teller hadden geplaatst. Die gratis teller zagen we op andere sites dus besloten we hem ook bij ons te plaat-

sen. Maar het mooie van Nedstat is dat ze zelf bijhielden welke nieuwe sites een teller plaatste. Via die lijsten kwamen we erachter welke nieuwe sites er waren en kwamen andere sites dus achter ons bestaan. Zo kregen we de bezoekers en zagen we de eerste weblogs opkomen. We hadden via IRC veel contact met mensen die op onze site kwamen, maar de echte doorbraak kwam toen Francisco van Jole in *de Volkskrant* een groot artikel over ons schreef. Dat was op 6 juni 1998 in het artikel 'Gokkast in een negligé'.

Lang bleef het bij de webcam en de chatroom voor Corrie. 'We gingen een tijdje mee op de hype rondom privacy en jezelf laten zien. Het was de tijd van *Big Brother*. Ze kwamen altijd makkelijk bij ons terecht voor een mening. Maar in 2004 switchte ik naar weblogsoftware, daarvoor was er nog niets en had Rickert zelf iets gemaakt. Maar na die switch naar Movable Type is de webcam wat in de vergetelheid geraakt. Ik had wel heel veel contact met mensen. Ik kreeg veel e-mail en we hadden veel contact via ICQ en chat. Maar alles was heel vergankelijk in chatrooms, wat meningsloos. Ik had de behoefte om dingen over mezelf te vertellen. Via een blog kon ik echt wat vertellen. De webcam werd steeds minder belangrijk. Ik heb weleens gezegd dat ik ervan overtuigd was dat ik tot mijn zestigste zou doorgaan met de webcam, maar toen ik een keer van werkplek verhuisde en de cam het niet deed heb ik hem maar laten liggen. En werd hij dus minder belangrijk. Ik wilde er geen moeite in stoppen om die camera weer werkend te krijgen.'



'Ze kwamen altijd makkelijk bij ons terecht voor een mening.'



De komst van deze vorm van reality-tv in 1999 was wellicht een teken aan de wand van wat nog komen zou. In de blogosfeer zagen we een lichte kentering in de vormen weblog-ontstaan. In 2000 zouden niet alleen de linkdumps de dienst uitmaken. Andere vormen van bloggen ontstaan en krijgen ook een plek in de Nederlandse blogosfeer. Martine de Jong begint in 1999 met haar eigen online dagboek, [10e.nl](#). *'Door mijn werk zat ik al best veel op het internet en ik kwam op een gegeven moment op een website van een Amerikaans meisje met een dagboek op haar website. Omdat ik mijn hele leven al een dagboek schreef, leek het me een leuk idee om dat online te doen. Niet eens het feit dat andere mensen het konden lezen, maar meer dat je direct je eigen teksten kunt publiceren op een zelfgebouwde website. Dat vond ik heel bijzonder.'* Martines eerste versie van haar weblog was een zelfgebouwde website, zonder een systeem er achter. Alles was in statische pagina's gemaakt en werd met de hand geüpdatet. Maar het verschil met andere bloggers was dat Martine niet zozeer beschreef wat ze online tegenkwam, ze beschreef haar leven. Ze beschreef haar belevenissen, wat er op het werk gebeurde, gedachten die rondgingen. Zoals ze in haar privédagboek zou doen, maar dan minder privé. Martine komt er al snel achter dat ze niet de enige is die op deze manier haar leven op het web zet en ze gaat meer bloggers volgen die net als zij hun leven deels online zetten en deelden met anderen. Maar Martine deelt niet alles met iedereen. *'Ik probeerde het altijd gezellig te houden. Ik hield mij verre van politieke opinie, want dat interesseert me in mijn privéleven eerlijk gezegd niet heel veel, dus dat vind ik dan een beetje geforceerd. Plus, als je maar iets zegt wat maar lijkt op politieke opinie dan krijg je altijd meteen mensen over je heen, dat is verschrikkelijk vermoeiend. Ik doe dat gewoon niet.'*

Martine deelde niet alles met haar lezers, maar er waren bloggers die dat wel explicieter deden. Een van hen is Chantall van den Heuvel, ofwel Luna.

'Mijn blog is het enige constante in mijn leven de afgelopen jaren en wat echt van mij is.'

'Ik liep stage bij een uitgever en ik vertelde daar dat ik vaak uitging met mannen die ik via ICQ had leren kennen. ICQ is de voorloper van MSN en was in die tijd behoorlijk populair. De uitgever zag de spanning wel in die verhalen en hij vroeg me of ik daar een artikel over wilde schrijven voor een nieuw blad wat toen uitkwam, Reload.' Het onderwerp sloeg aan bij zowel lezers als de uitgever. Die vroeg haar om mee te werken aan de website die net live was gegaan. *'Op [Reload.nl](#) moest dagelijks een nieuw stukje komen te staan en hij vroeg of ik dat wilde doen. De jongen die de site had gemaakt kwam bij me en zei dat ik het in een weblog moest doen. Ik had nog nooit van die term gehoord maar ik vond het prima.'*

Chantall krijgt het pseudoniem Electric Luna en begint met haar weblog op [Reload.nl](#). Ze is dan de eerste betaalde blogger in Nederland, maar ze moet wennen aan zowel het tempo van het schrijven als de lengte van de blogposts. *'Het online schrijven was wel nieuw voor me, het moest kort zijn en er moest een linkje bij staan. Dus je had een snel intro, een midden en een slot. Ik schreef bij Reload gemiddeld 200 tot 250 woorden, nu is het maximaal 400 woorden voor me.'* De reden voor Luna om kort te blijven schrijven zit in haar aard. Ze heeft zelf ook nooit zo'n zin om lange stukken op het web te lezen, dus zullen er vast meer mensen zijn die daar geen behoefte aan hebben. Verder vindt ze dat ze een verwachting moet waarmaken bij de bezoekers. Ze blijft korte stukjes schrijven omdat de bezoekers daarop rekenen.

De onderwerpen voor Luna zijn duidelijk afgebakend: het hedonistische leven in de grote stad. Sex, drank en drugs. En veel uitgaan. Voor Chantall is dat niets nieuws, ze beschrijft voor een groot deel haar echte leven. De bezoekers smullen ervan en komen dagelijks op de site terug. De uitgever van *Reload* wil het succes van Luna verder uitmelken met merchandise en sms-diensten. Maar Chantall is daar niet echt van gediend. Ze krijgt het gevoel dat haar leven wordt uitgebaat door anderen. *'Ik moest steeds maar schrijven over sex, drugs en drank maar natuurlijk had ik ook weleens normale dagen dat ik gewoon 's avonds op de bank tv zat te kijken. Maar die verhalen kwamen niet online.'*

Al snel besluit Chantall te stoppen bij *Reload*. Het bloggen is ze wel blijven doen. Waar ze voorheen onder de naam Luna blogde (Spaans voor maan), en ze toch wel licht chaotisch is in haar leven, kiest ze voor de naam [Maanisch.com](#). De nieuwe weblog wordt opgezet en Chantall gaat door met schrijven. Elke dag beschrijft ze weer haar belevenissen, soms erg expliciet. Waar Martine op haar blog soms zijdelings wat vriendjes opmerkte, neemt Chantall je op haar weblog praktisch mee de slaapkamer in en beschrijft ze uitgebreid wat er gebeurt. Natuurlijk is Chantall wel bedachtzaam over de mate van openheid. *'Ik hou van provoceren en neem geen blad voor de mond, maar er zijn nog wel een hoop dingen die ik voor me hou. Maar wat ik schrijf is de waarheid. Al acht jaar lang minstens twee keer per week.'*

Omdat Chantall door het betaalde bloggen nu niet meer is gedwongen om alleen over sex, drugs en drank te schrijven, komen er steeds meer alledaagse besommeringen op haar weblog over het leven in Amsterdam. Chantall gaat naast haar weblog meer activiteiten ondernemen, waaronder het maken van stoffen poezen: de Ploesiepoesies. Op haar website kun je een door Chantall gemaakte stoffen poes kopen die ze op bestelling maakt. Door haar succes met de weblog worden ook de Ploesiepoesies snel een succes. Mede door haar weblog weet ze de aandacht op haar betaalde werk te vestigen. *'Ik hou de zaken wel gescheiden. Op de site van Ploesiepoesie zul je niet zien dat ik blog op [Maanisch.com](#). De poezen zijn voor kinderen en om die nu in aanraking te brengen met mijn soms wat expliciete artikelen, dat gaat wat ver.'*

Martine en Chantall, beiden in Amsterdam wonend, hebben elkaar ondertussen in het echte leven leren kennen en het klikt tussen de twee. Ze gaan geregeld samen wat drinken waarbij allerlei plannen worden besproken. In 2004 krijgt Martine een Ansichtkaart van Chantall met de tekst 'Weblogqueen' en tientallen kleine screenshots van de webcam van Martine. Martine krijgt de kaart omdat ze dan vijf jaar aan het bloggen is. Het brengt de twee op een idee. Chantall had al eens een nachtje doorgeschreven op haar weblog, om te kijken hoe dat bevalt. Martine en Chantall gaan plannen maken voor een 24-uurs actie op internet. De weblogqueens zijn geboren. Bij het ingaan van de wintertijd op 31 oktober 2004, gaan de twee dames 24 + 1 uur bloggen. Het bericht verspreidt zich snel in de blogosfeer en in de reguliere media.

Op 30 oktober nemen de dames ieder in hun eigen huis plaats achter de webcam en begint de 24-uurs marathon. Beide dames wonen in Amsterdam en al na een paar uur komen er wat lokale hulp troepen opdagen. De bloggers van [Openhaard.net](#), Jelle en David, zijn geen onverdienstelijke koks. Ze staan midden in de nacht voor de deur bij

Martine met zelfgemaakt Italiaans eten. Ondertussen is het bij Luna in huis groot feest, waar ze zelf zo nu en dan aan meedoet: *'Ik geloof niet dat ik de hele 24 uur nuchter ben geweest'*. De twee dames houden het 25 uur vol, samen met de bezoekers. Gedurende de marathonblogsessie kon je met de twee weblogqueens via MSN contact houden. De marathon was echter op een zaterdagavond. Wat inhield dat na de sluitingstijden van de kroegen de chatsessies wel wat onsamenvattend werden voor met name de nuchtere Martine.

De speciale weblogqueen-shirts die de dames aanhadden mogen niet onvermeld blijven. Martine droeg een shirt met de tekst '10e Loves Francisco' (een verwijzing naar Francisco van Jole) en Luna droeg met trots: 'Maanisch Loves GeenStijl', naar de dan zeer populaire weblog.

De marathonsessie is een succes voor de dames en geeft ze veel aandacht voor hun weblogs. Een halfjaar later gaat de zomertijd in en besluiten de dames wederom een marathonsessie te houden. Deze keer dus 24-1 uur. Omdat de queens nu tijdens Pasen de 23-uurs weblogsessie zullen doen, zijn op verschillende weblogs paaseieren verstoppt. Daarbij was de pers aandacht voor de tweede weblogmarathon vele malen groter. Luna en 10e verschijnen op tv bij VARA Live: *'En die ene vraag; "Waarom heb je eigenlijk een weblog", die had ik dus verwacht. Ik zat er heel hard op te wachten. En die vraag stelde Dolf Jansen nou net niet. En wat hij wel vroeg ben ik alweer vergeten.'* In de Viva en in Het Parool stond een paginagroot artikel over de twee dames en hun weblogs. De weblogqueens zijn weer een succes. Een nachtelijke feestsessie bij Luna inclusief masseuse wordt via de webcam uitgezonden terwijl 10e tegen de slaap vecht.

Om nu de weblogqueens met *Big Brother* te vergelijken is wel erg ver gezocht, maar het is wel interessant om te zien waar de interesses van het algemene publiek liggen en hoe dat verschuift in de tijd. Toen *Big Brother* startte was de kritiek niet van de lucht en waarschuwde men voor de schadelijke gevolgen bij de deelnemers die 24 uur per dag bloot zouden staan aan de camera's. Dit zou voor psychische problemen kunnen zorgen, riep menig deskundige. Met de komst van de weblogs waren de waarschuwingen wederom niet van de lucht: je gaat toch niet alles wat je doet openbaar maken? Waar komt dat plotselinge exhibitionisme vandaan? Waarom zou je al je seksuele escapades online zetten inclusief de mogelijkheid voor je bezoekers om erop te reageren? In 2004 is er onderzoek gedaan naar de redenen voor bloggers om online te publiceren. De onderzoekers kwamen met de volgende motieven:

- het documenteren van je eigen leven;
- meningen en commentaar geven op gebeurtenissen;
- zelfexpressie;
- 'Thinking by writing';
- het promoten van de dialoog en groepsvorming.

Daar zou je nog aan toe kunnen voegen: het zoeken en delen van informatie. Tevens kun je opmerken dat veel blogs niet exclusief een van de genoemde redenen aantrekkelijk zijn. Vaak is het een mix.

Er zijn bloggers die van hun dagboek op het web naar schrijver zijn geëvolueerd. Twee van de bekendste zijn Merel Roze en Walter van den Berg.





van den B

Walter van den Berg
<http://www.vandenb.com>

Ik sjoemel af en toe, ik ben in 2009 al gaan zeggen dat ik tien jaar blog, maar ik geloof dat ik in april 2000 ben begonnen. Dat bloggen was voornamelijk uit verveling. Ik zat op kantoor en had niets te doen, dus ik klikte rond op internet. Ik kwam een blog tegen van een Amerikaan die schreef over whisky, golf en films. Maar in plaats van een homepage met linkjes naar losse pagina's verschenen die stukjes steeds op de voorpagina. Ik vond het concept briljant, dus ik heb het nagebouwd. Ik wist niet dat het een weblog was: ik dacht dat het een idee was van de maker van die website om nieuwe stukjes boven de oude te zetten.

Toen ik mijn weblog bouwde, wist ik niet dat er meer van dat soort sites bestonden, en toen ik begreep wat ik aan het doen was, ontdekte ik dat er al een stuk of dertig anderen zo bezig waren. Toen ik die ontdekte, of zij mij, was het heel vreemd om online zo welkom te worden geheten. 'Hee, een nieuw Nederlands weblog erbij, leuk!' Ik ontdekte die nieuwe weblogs vooral via de statistieken van Nedstat. Mijn eerste echt goed gelukte schrijffpostje ging over het feit dat er op het saaie kantoor blikjes fris in de koelkast stonden, maar dat er geen Fanta was. Alt0169 linkte naar dat stukje omdat ze het goed vonden. Alt was heel belangrijk toen, dus mijn ego werd heel erg gestreeld, en het toonde dat ik op de goeie weg was, met de toon in mijn stukjes.

Ik heb mijn blog vooral gebruikt om te leren schrijven. Ik zou me vroeger misschien wel een lifelogger hebben genoemd, maar nu ben ik toch meer een schrijfflogger. Het gaat er niet om dat ik wat opschrijf, maar de manier waarop ik het schrijf.

Bloggen heeft me geleerd om snel te schrijven, dat in ieder geval: ik schreef stukjes op mijn werk, en ik heb niet zo

heel lang meer op dat kantoor gezeten waar niks gebeurde, dus ik had vaak maar een kwartiertje. Ik heb er beter van leren kijken, want ik schreef vaak stukjes over iets wat ik onderweg naar mijn werk had gezien en kijken is heel belangrijk bij schrijven: hoe praten mensen, hoe lopen ze, hoe laten ze hun schouders hangen? Hoe staan de auto's in hun files? Ik heb op dat blog wel leren schrijven. Als ik nu de stukjes van toen teruglees, verschrikkelijk. Ik vond het toen verschrikkelijk dat blogs als Retecool me persifleerden. Maar nu kan ik er wel erg om lachen, het is zelfs een beetje een eer.

Vóór ik met mijn weblog begon heb ik al een paar boeken geschreven. Belabberde boeken die gelukkig nooit het daglicht hebben gezien, maar toch. Het webloglandje heeft me wel geholpen bij het vinden van een uitgever. Ik kwam op controllerboy.com, toen de weblog van Niels 't Hooft. Hij introduceerde me bij zijn literair agent en zo ben ik bij de Bezige Bij gekomen. In literatuurlandje wist overigens nog helemaal niemand wat een weblog was.

Ik was bij de eerste weblogmeetings in Utrecht. Ik leerde daar steeds meer bloggers kennen en we zagen elkaar vaker buiten de weblogmeetings om. Daar schreven we dan weer over. Er was een clubje rond de Kolonel, van Alt0169. Mensen als Zidouta en VoordeWind. Die vonden ons maar een stel halfzachte eieren, leden van een geitenfokvereniging die elkaar hun mooiste geiten lieten zien, en niemand die er iets van zei als er eens een lelijk exemplaar tussen zat. Zidouta heeft dat gezegd, geloof ik. Wij hebben dat toen als geuzennaam genomen, Caroline had een website gebouwd, en die leefde een week en daarna deed niemand er iets meer mee.

Die onaardige mensen, die wij de minigolfers noemden omdat we foto's hadden gezien waarop zij met z'n allen minigolfden, die bleken dat later wel te kunnen:

zij maakten dodezielen.blogspot.com en ik denk dat dat nog altijd het briljantste is dat ooit op internet heeft gestaan. Niks meer van te zien, helaas. Ik zie de hele Geitenfokkersvereniging zoals Nederland-België: wij vinden Belgen schattig, zij vinden ons arrogant. Zie de geitenfokkers dan als België en de minigolfers als Holland.

Maar bedenk ook dat er periodes waren: er was eerst die tijd zonder die polarisatie, waar Alt0169 vrolijk naar mijn 'fantaman'-stukjes linkte. Daarna zijn de tegenstellingen ontstaan. We komen als oud-leden van de Geitenfokkersvereniging nog weleens bij elkaar. Voor de vorm praten we dan een uurtje over weblogs maar daarna gaat het over allerlei andere onderwerpen.

Ik ben ondertussen al zo'n tien jaar aan het bloggen. Eerst deed ik het heel erg voor het publiek en de reacties, nu schrijf ik nog stukjes omdat ik de vorm ideaal vind: het kan zo kort of zo lang als je het zelf wilt, het mag overal gaan, en als iemand het er niet mee eens is, dan kom je toch gewoon niet terug? Het is mijn weblog en ik bepaal wat ik erop zet. Bij

de meer commerciële blogs kan dat toch een stuk minder, die moeten een richting hebben. Die blogs zullen wel de toekomst in handen hebben: een weblog met een duidelijke insteek, met heel veel nieuwe content iedere dag. Zelf pas ik helemaal niet in dat model. Ik schrijf alleen maar als ik er zin in heb, en dan nog over wat dan ook. Geen goed businessmodel, maar ach...

Ik ben eerlijk gezegd niet echt te spreken over de Nederlandse blogosfeer. De succesvolste weblogs zijn negatief van toon, en voor tegengeluiden moet er iets georganiseerd worden — er is nooit spontaan een weblog ontstaan dat door meerdere mensen geschreven werd en als een tegengeluid voor het GeenStijl-geweld én tegelijkertijd een beetje entertainend was. Sargasso heb ik nooit gelezen. De te lange teksten vind ik niet interessant om te lezen, de recent gestarte Joop.nl is een leuk initiatief maar wel vanuit een organisatie en niet omdat een paar gelijkgezinden elkaar op internet tegenkwamen. Joop.nl was meteen groot, waardoor de beginnersfouten heel erg in het oog sprongen.

'In literatuurland wist niemand wat een weblog was.'

'Linklogs hebben
absoluut de voorkeur
boven lifelogs omdat
ik dat gezever over
het dagelijks leven
de hele dag
al moet aanhoren.'



→ Lijfloggers en linkdumpers

Een typisch Nederlands verschijnsel in de weblogwereld is de zeer scherpe scheiding tussen twee groepen bloggers. Bloggen is in Nederland begonnen als het plaatsen van links naar andere sites op het web. Ramon Stoppelenburg: *'Het heet web-loggen. Het loggen van het web, het neerpennen waar je bent geweest en wat leuk is voor anderen om te bezoeken.'* De eerste blogs in Nederland zijn allemaal gebaseerd op het principe van het linkdumpen. Al snel zouden andere vormen van bloggen ontstaan. De lifelogs, vernederlandst naar lijfloggers, hadden niet zoveel op met het maken van links naar andere sites, maar gebruikten hun weblog vooral als dagboek voor hun beslommeringen en eigen verhalen. Dit werd niet door iedereen in dank afgenomen.

Met name door de komst van weblogsoftware en diverse gratis weblogdiensten kon ineens iedereen een weblog beginnen. Dat gebeurde in groten getale, waarmee de bloggers van het eerste uur wat ondergesneeuwd werden. Diverse weblognetwerken begonnen flink de vleugels uit te slaan, de eerste meer zakelijke blogs kwamen online en daarmee kreeg je een duidelijke scheiding in de blogosfeer. Zij die er al vanaf de eerste dagen (lees: sinds 2000) bij betrokken zijn versus de rest.

'Linklogs hebben absoluut de voorkeur boven lifelogs omdat ik dat gezever over het dagelijks leven de hele dag al moet aanhoren.'

De linkdumpers hadden het nooit zo op de lijfloggers en vice versa. Het zou nooit op heel vervelende situaties uitlopen, er werden altijd speels en onschuldig verwijten en speldenprikken naar elkaar uitgedeeld. Maar in juni 2003 zou op Spinhoven.com een pagina verschijnen van het Linkdumpers Afscheidings Front: 'Het illustere genootschap tegen de "lekker weertje vandaag" lifelogs!'. 24 weblogs organiseren zich tegen de lijfloggers en gaan vol in de aanval met blogposts om de lijfloggers belachelijk te maken. Over en weer gaan de reacties, maar er zijn bloggers die zich er niet zoveel van aantrekken. Zo schrijft Demos op Sneeuwblind in 2003: *'Bijna een jaar geleden ben ik met dit log begonnen om over een aantal jaar terug te kunnen vinden wat ik ook alweer had gedaan. Een soort veredelde agenda- en herinneringencombinatie dus. Kortom, een lifelog. In die korte tijd ben ik erachter gekomen dat ik het veel leuker vind om af en toe ook de vreemde dingen die je op het net tegenkomt te delen met anderen en zelf nog eens op te kunnen zoeken. Dus meer het linkdumpgevoel. Maar niet alleen maar links, want in mijn leven gebeuren ook leuke dingen die ik af en toe kwijt wil. Dus doe ik het nu allebei. Wat ben je dan? Een Lifedumper? Een LinkLifeLogger? Ik weet het niet en ben er nog niet uit.'*

Het schisma tussen linkdumpers en lijfloggers bleef echter altijd speels van aard. Ondanks de vaak keiharde verwensingen die over en weer werden gestuurd via blogposts, is het nooit tot excessen gekomen binnen de Nederlandse blogosfeer.

Het verschil tussen de twee is vooral te merken in de oudere weblogs, de blogs die al jaren meedraaien en vooral doen of deden waar ze goed in waren. Het Linkdump Afscheidings Front was vooral een onschuldige speldenprik zonder bijbedoelingen en zonder vervolg. Na een paar dagen was iedereen het weer vergeten en gingen de bloggers weer door met de normale gang van zaken.



merel roze

‘Meestal bedacht ik het stukje in de snoozetijd van de wekker.’

Merel Roze

<http://www.merelroze.com>

Ik kreeg mijn blog cadeau van Walter van den Berg. We hadden een tijdje gemaald en hij zag dat ik veel plezier had in schrijven. Op 27 april 2001 zei hij: 'Dit is een cadeau voor jou' en dat was zowel de domeinnaam als mijn blog. Ik typte meteen een stukje en dat deed ik vervolgens jarenlang elke dag. Het bleek verslavend, en blijkbaar ook voor bezoekers. Kortom: het mooiste cadeau van mijn leven.

Een weblog is voor mij een plek waar ik kan oefenen met het schrijven, en nog voor een publiek ook. Veel schrijven zorgt ervoor dat je fit blijft, daarom baal ik er zo van dat ik nu niet meer zo vaak schrijf. Schrijven is niet alleen leuk, het is een manier om de wereld om je heen te vangen. Iets inspirerenders dan dat is er wat mij betreft niet. Je ogen openhouden, openstaan voor invallen, heerlijk. Heb ik nu veel te weinig tijd voor.

Ik had een behoorlijk strak schrijfschema van wekelijks twee stukjes, maar dat haal ik niet altijd meer. Ik vind wel dat je bezoekers iets moet geven als ze komen. Vroeger schreef ik mijn stukjes altijd voor ik naar mijn werk ging. Ik werkte nog niet als schrijver en het was een perfect begin van de dag. Meestal bedacht ik het stukje in de snoozetijd van de wekker. Een soort geoliede machine was ik.

Maar zodra je geen schema meer hebt, denk je: het komt morgen wel. En morgen is het weer druk, heb je al de hele dag teksten geschreven en wil je 's avonds iets leuks gaan doen. Dan is er nog dat vreselijke Twitter waar alle weblogstukjes in de dop sneuvelen. Want als ik dan een leuke lead heb voor een weblogstukje, tweet ik het, en groeit het niet meer. Dan is het weg. Geen stukje meer. Eigenlijk zou ik moeten stoppen met Twitter.

Ik denk dat het schrijven me een betere blogger heeft gemaakt, want beide platformen hebben invloed op elkaar. Een roman schrijven is iets heel anders dan een blogje schrijven, dat heb ik wel gemerkt. In bloggen ben ik meer ervaren – ik zou willen dat ik die ervaring al had als romanschrijver. Maar op beide podia ben ik nog lang niet uitgeleerd.

Een boek uitbrengen was altijd mijn droom. Maar die kans krijg je niet zomaar. Ik kreeg die kans omdat ik op mijn site al een publiek had opgebouwd en omdat ik het log als visitekaartje kon laten zien. De uitgeverijen benaderden mij in plaats van ik hen. Dat scheelt een halve wereld. Zelf zou ik denk ik niet snel zo dapper zijn geweest om een uitgeverij te benaderen. Kortom: de weblog (het cadeau van Walter) is van essentiële invloed geweest op het uitkomen van mijn eerste roman.

Over de toekomst van de weblogs; ik heb het idee dat na een aantal jaren fikse wildgroei in van alles en nog wat, het niveau weer een beetje stabiliseert. Mensen beginnen een weblog omdat ze daar een doel mee hebben en niet meer omdat het hip is. Dat betekent denk ik dat de grootste rotzooi wel zo'n beetje weg is. En anders is het rotzooi waar de schrijvers in ieder geval een doel mee hebben. Vernieuwend is het helaas niet echt. Dat vind ik heel jammer – we missen het baandoorbekende. Sowieso: GeenStijl is het enige weblog dat dingen voor elkaar heeft gekregen – in de VS heb je meer sites die dat bewerkstelligen. Er mag dus zeker wel wat ruimte komen voor een nieuw, ander geluid.

Dus volgens mij is er geen gouden toekomst voor blogs beschoren. Als die er was, zou die toekomst al lang geleden zijn aangebroken. Een weblog hoort erbij, we doen er niet meer belangrijk over.

Naast de lifelogs en de schrijversblogs die ontstaan, zien we in de eerste jaren van de 21e eeuw meer soorten weblogs ontstaan. Er komt langzaam maar zeker meer media-aandacht voor weblogs. Deze begint uiteraard online. Francisco van Jole schrijft in april 2000 een eerste stuk over de weblogs in Nederland. Hij benadrukt hier weer de manier waarop de eerste bloggers gebruikmaakten van het medium. Het delen van links en obscure plaatsen op het web. Bij Planet Internet, waar de redactie voor een groot deel uit bloggers bestaat, verschijnt in oktober 2000 een XL Special over bloggen. In een uitgebreid overzicht beschrijft Lars Pasveer (l-rs.org) wat blogs zijn, welke blogs er in Nederland zijn en hoe je er zelf een kunt beginnen. De vuurwerkcramp in Enschede draagt bij aan de groeiende bekendheid van weblogs, omdat de media ze weten te vinden voor een overzicht van de gebeurtenissen tijdens een ramp en omdat ze, in tegenstelling tot reguliere nieuwssites, niet constant offline gaan door de enorme stroom bezoekers.

Naast de bestaande weblogsoftware die vaak uit de Verenigde Staten komt, beginnen programmeurs en hobbyisten eigen software te maken, vaak om de tekortkomingen van Blogger.com op te lossen. Het was tot 2001 niet mogelijk een reactie achter te laten bij weblogs die in Blogger waren gemaakt. Zo gebruikte Walter van den Berg een extern script om reacties toch mogelijk te maken. Maar dat hield ineens op te bestaan. Een van de lezers van de weblog bood Walter aan om een reactiescript voor hem te maken. Dat was de Haagse webdeveloper Bob den Otter. Het script bleek aan te slaan en Bob wilde zelf gaan bloggen. Zijn reactiescript werd uitgebreid naar een compleet blogplatform en in maart 2001 zag de eerste versie van Pivot het levenslicht, gelijktijdig met Bobs eigen weblog Mijnkopthee.nl. *'Het was voor mij al vrij snel duidelijk dat ik geen begenadigd schrijver ben, dus mijn weblog veranderde al snel in een linkdump-weblog: links naar leuke of interessante dingen, begeleid met een klein stukje tekst. Een van de belangrijkste dingen daarbij was altijd de mogelijkheid om te reageren. Zonder de reacties van de lezers, heeft het mijns inziens geen zin, om het online te gooien, zonder reacties geen weblog. Ik vind de websites van pak-'m-beet Wim de Bie of Seth Godin dus eigenlijk geen echte weblogs. Dat zijn eerder "online columns".'*

Mijnkopthee.nl is een interessante weblog omdat Bob constant bezig is om nieuwe ontwikkelingen uit te proberen bij en met zijn publiek. Hij is met zijn weblog het live testlaboratorium voor Pivot. Tegelijkertijd was Bob de wandelende vraagbaak voor alles over PHP en Pivot. Bob werkte als programmeur maar had intussen een dagtaak aan de vragen en discussies die op het Pivot-forum rondwaarden. Op weblogmeetings was Bob een graag geziene gast. Niet alleen vanwege zijn gezellige aanwezigheid maar ook omdat hij altijd openstond voor nieuwe ideeën, kritiek en opmerkingen over Pivot.

De ontwikkelingen in Pivot staan intussen niet stil, maar Bob doet dat niet meer alleen. Hij heeft nog wel de meeste code geschreven, maar inmiddels zijn er twee Nederlanders in Noorwegen en Canada die respectievelijk de doorontwikkeling doen en het online forum beheren. Pivot is en blijft gratis te downloaden onder een GPL-licentie. Dat betekent dat je met de software mag doen wat je wilt (inclusief aanpassen en verkopen), mits je dat recht doorgeeft aan anderen en de auteur(s) van de software vermeldt.

Bob probeert Pivot zo laagdrempelig en makkelijk mogelijk te houden voor zijn gebruikers: *'Mensen die willen beginnen zou ik wel de wijze raad mee willen geven: begin gewoon! Vaak kom ik mensen tegen die willen gaan bloggen, en die dan veel te lang en hard nadenken over wat ze willen. Als ze dan uiteindelijk beginnen, hebben ze een weblog die helemaal is ingericht met veel te veel toeters en bellen, maar vervolgens verschijnt er nooit content. Ik raad daarom altijd aan om gewoon te beginnen, en die extra dingen eromheen, die komen later wel, als blijkt dat die echt nodig, nuttig of leuk zijn.'*



Mijnkopthee



Bob & Gryts
weblogmeeting Vondelpark 2003
foto: Jelle Dijkstra

bloodyhell

Gryts Klijnstra en Lotte Dewaide
<http://Bloodyhell.nl>

Lotte 'Ik was in januari 2002 begonnen, ik was toen net zeventien. Ik heb altijd al een dagboek gehad. Ik kwam een keer op Mijnkopthee.nl terecht en ik vond het wel leuk om zelf zo iets te doen. Dus ik maakte op Geocities een pagina waar ik steeds bovenaan een stukje toevoegde. In maart van dat jaar ging ik naar de weblogmeeting in Breda en ontmoette ik al die andere bloggers. Er ging een wereld voor me open. Ik kreeg een domeinnaam en begon wat te experimenteren met weblogs en webcams. Dat heb ik minder dan een jaar gedaan toen ik Gryts leerde kennen.'

Gryts 'Ik had net sites leren bouwen en wilde wel wat oefenen. Lotte wilde een blog, dus toen besloten we maar samen wat te gaan doen. Ik had de site in elkaar gezet en ik dacht dat ik daarna Pivot er nog in moest zetten. Dat had ik dus verkeerd begrepen. Bob legde me toen uit hoe je een site in Pivot maakt in plaats van andersom. Maar ja, ik had de site thuis op mijn kamertje in elkaar gezet. Daar had ik geen internetverbinding dus ik kon niet heel makkelijk even hulp zoeken toen. Uiteindelijk is het wel gelukt en zijn we in januari 2003 live gegaan met Bloodyhell.nl.'

Lotte 'We hebben toen oud en nieuw gevierd met Mark Heijblok en Charis. Daardoor kwamen wat beelden van ons online en dat maakte mensen nieuwsgierig. Zo kwamen we aan onze eerste bezoekers.'

Gryts 'De naam Bloody Hell... We waren op zoek naar een naam en we wilden natuurlijk een eigen domeinnaam. We waren al uren aan het bellen en aan het bedenken wat we wilden als naam. Dus we liepen allebei wat door de huiskamer en slaapkamer met de telefoon. Ik was op zoek naar een briefje met allemaal namen voor het blog. Dat briefje lag onder mijn bed. Dus ik kroop onder mijn bed, met de telefoon, om

dat briefje te pakken. Ik stootte mijn hoofd en riep: "Bloody Hell". Lotte zei: ".nl". En het was geregeld.'

Gryts 'We hadden nooit een schema om te bloggen. Ik vond het wel moeilijk om af te tasten wat ik nu wel en niet leuk vond om te bloggen. Wat ik eigenlijk altijd al verschrikkelijk vond, maar wel deed, was een blogpost afsluiten met een vraag. Een columnist sluit toch ook niet af met een vraag? Ik wilde een mooi verhaaltje maken met een lijn en een statement. Als ik dan afsluit met een vraag maak ik toch geen statement? Het is toch geen babbelbox? Voor mij is een weblog het totaalbeeld van je eigen ontwerp, je eigen domein, je eigen publiek, je eigen stukjes. Het gaat niet alleen om het schrijven, maar ook om het zelf maken.'

Het is uiteindelijk wel een verzameling eigen columns geworden. Ik zat op mijn eigen kamer stukjes te schrijven op internet. Ik woonde bij mijn ouders op de boerderij, kilometers van de bewoonde wereld. Dus de weblog was mijn buitenwereld.'

Lotte 'Ik tilde er nooit zo zwaar aan. Niet dat ik alles opschreef, maar ik hoefde niet per se iets intelligents te schrijven of via een soort schema. Voor mij was het gewoon leuk. We hadden ook helemaal geen regels of zo, we deden maar wat.'

Gryts 'Wat ons heel erg hielp, was dat we webcams hadden. Ik kwam wat later maar Lotte had vanaf het begin een cam. Dus je krijgt heel veel mensen die zitten te kijken en blijven hangen. Het is niet heel bewust gedaan, het leek ons gewoon leuk. Charis, 10e, Luna, Corrie, ze hebben allemaal een webcam gehad dus wij wilden dat ook wel.'

Gryts 'Het publiek bestond in het begin nog uit onbekenden. Ik ben uiteindelijk gestopt toen ik erachter kwam dat steeds meer mensen in mijn omgeving de stukjes lazen. Van ouders, schoonouders, vrien-

den tot klasgenoten. Iedereen las het. Het was zelfs zo dat stukjes die ik over Leeuwarden schreef werden doorgeplaatst naar een grotere site over Leeuwarden. Van dat soort bekendheid schrok ik wel. In het begin lijkt het internet zo groot, met zo verschrikkelijk veel websites, hoe zouden ze dan op die van ons terechtkomen? Dat bleek dus wel zo te zijn, uiteindelijk wist iedereen dat we op Bloodyhell.nl schreven. Op Lowlands 2003 werden we nageroepen en begonnen mensen vragen te stellen. Dat was heel raar om mee te maken, eigenlijk niet zo leuk.'

Lotte 'In 2004 zat Gryts in Helsinki, ik heb toen een zijproject gehad, Chocolate Chip Orgasm. Toen was de fut bij Bloody Hell er even uit. We hebben de boel op slot gezet. Mijn eigen site was vooral een webcam-site, maar had ook een weblog. Ik heb dat maar een halfjaar gedaan, kijken hoe dat uitpakt. Toen Gryts weer terugkwam, zijn we nog wel een tijd doorgegaan met Bloody Hell, maar we merkten dat de lol er wel wat uit was. We schreven steeds minder tot we in 2008 stopten met het weblog.'

Gryts 'Het contract voor het domein is niet verlengd, dus hij zal over een tijdje niet meer bereikbaar zijn. Alle content gaat weg en we zijn er klaar mee. Het gaat me soms wat in de weg staan, mensen blijven maar reageren over iets wat je jaren geleden hebt geschreven. We zijn in al die jaren wel veranderd. We waren wat onbezonnen, onbezorgd, we namen geen blad voor de mond. Dat is misschien ook deel van ons succes geweest, maar nu hoeft dat niet meer tot in de eeuwigheid bewaard te blijven. Bij ons draaide de weblog om de persoonlijkheden van toen. Die bestaan nu niet meer. We lieten ook maar bepaalde kanten zien van ons leven.'

Lotte 'Een weblog was voor ons echt geen dagboek. Het was maar een klein deel van ons leven, soms was het wat Gonzo, het had waar kunnen zijn.'

'Het was maar een klein deel van ons leven, soms was het wat Gonzo, het had waar kunnen zijn.'



Meer beroepsgroepen en hobbyisten ontdekten het internet als interessant communicatiemedium en de weblog blijkt een nuttig instrument te zijn om de eigen gedachten te delen met velen. De groeiende populariteit van weblogs zit onder andere in de verdere ontwikkeling van de gratis software. Blogger komt in 2001 met een betaalde Pro-versie van hun blogsoftware, maar er blijft altijd een gratis versie bestaan. Bob den Otter streeft dat ook na met zijn eigen software en zo ontstaan er meer gratis leveranciers van weblogsoftware. Om een weblog bij te houden hoeft je geen webprogrammeur meer te zijn. Met de standaardinstellingen van de software kun je al uitstekend uit de voeten. Dat zorgt voor een hausse aan nieuwe soorten weblogs.

Een van de eerste bekende Nederlanders die aan het bloggen sloeg was Adam Curry. Zo vreemd was dat niet. De oud-diskjockey was al vanaf de begindagen van het web actief. In 1993 registreert hij het domein mtv.com om MTV's *unofficial voice on the Internet* te worden. In 1994 was hij de directeur van webdesign- en hostingbedrijf OnRamp. Curry zou later nog een flink aantal bedrijven op het gebied van online entertainmentproducties starten.



Adam komt in 2000 met bloggen in aanraking via Dave Winer, een van de grootvaders van het bloggen en bedenker van weblogsoftware Radio UserLand. Adam duikt diep in Radio UserLand en vanaf 2000 zou hij samen met Dave zoeken naar een manier om audiobestanden te kunnen transporteren over het web via weblogsoftware. In 2004 schrijft Adam een klein script om de audiobestanden van Dave Winer automatisch op zijn iPod te zetten. Dat was het laatste zetje in een serie van ontwikkelingen bij Dave Winer wat de geboorte van podcasting zou zijn. Dat maakt Adam Curry een van de bekende Nederlanders die samen met de pionier van bloggen, Dave Winer, een bijdrage heeft geleverd aan de ontwikkeling van nieuwe distributiemechanismen online.

'Wanneer stel jij als een ware blogger je weblog open voor commentaar?'
(Jan Marijnissen stelt op zijn weblog Gerrit Zalm een open vraag)

Tijdens de verkiezingen in 2002 wordt internet voor het eerst ingezet als serieus communicatiekanaal. De politici in Den Haag hebben weblogs nog niet direct in het vizier. Maar politiek wordt niet alleen in Den Haag bedreven. Op lokaal niveau ontstaan interessante online initiatieven. David Rietveld is al sinds 2000 op zijn persoonlijke weblog actief. Hij schrijft veel over de politieke situatie in zijn woonplaats Den Haag. In columnachtige teksten schrijft de student politicologie over de jongste senator van Nederland, het koningshuis en diverse politieke partijen. Dit doet hij veelal samen met Arno Bonte. Beiden zijn lid van Groen Links en actief in de jongerenorganisatie van de partij. David valt op met zijn weblog omdat hij zowel stevig politieke stukken schrijft als persoonlijke artikelen zoals een reisverslag van zijn vakantie. *'In het begin keek en deed ik vooral wat anderen deden: linkjes plaatsen, verhaaltje vertellen. Dat paste niet helemaal bij me. Uiteindelijk werd het daarom vooral een politiek weblog, met gaandeweg een focus op de lokale Haagse gemeentepolitiek. Het doel van mijn weblog is altijd geweest om enerzijds mijn eigen opvattingen in de etalage te zetten, en anderzijds te proberen andermans meningen te beïnvloeden.'*

Wat bij David vooral opvalt is dat hij met zijn blog constant acties opstart om met name de lokale politiek in Den Haag wakker te schudden. Zijn eerste actie was de Balkenende-praatgenerator, een klein script wat bij een druk op de knop een random quote genereert die van de minister-president Jan Peter Balkenende zou kunnen komen. Deze 'snelle' manier van teksten genereren is in diverse vormen al jaren populair op het web. David zou het nog eens herhalen in 2004 met de 10puntenplan generator. Deze is gebaseerd op het 10-puntenplan van Geert Wilders, wat in 2004 voor een scheuring in de VVD en het vertrek van Wilders uit de partijfractie zorgde. Op de website kon je met een klik een links, rechts, of 'exotische mix' van partijpunten genereren. Wederom een kleine steek naar de politiek en de manier waarop deze in Den Haag wordt bedreven.

In hetzelfde jaar begon David een campagne om de eerste gekozen burgemeester van Den Haag te worden. Op Rietveld2006.nl kon je, uiteraard in weblogvorm, de campagne volgen. We boden ook t-shirts, mokken en ander campagnemateriaal te koop aan. Het begon als een grap, maar werd op een gegeven moment toch wel serieus. David startte de campagne omdat hij het mogelijk wilde gaan maken om burgemeesters via een verkiezing te kiezen in plaats van aanstelling via de Kroon. De wetswijziging werd door de Eerste Kamer verworpen, waarmee de campagne van David eindigde. Maar hij had opnieuw de aandacht op zich gevestigd.

David: *'Een groot succes was wat mij betreft "Nederland tegen Slecht Weer", een parodie op "Nederland tegen Terrorisme". Duizenden bezoekers, en een goede relativisering van de bangmakerij vanuit de rijksoverheid.'* Voor David zijn het eigenlijk oefeningen en leergeld voor zijn eigen campagnes als hij uiteindelijk voor Groen Links in de Haagse gemeenteraad belandt: *'Vooral mijn ervaring op internet, en de kennis over wat wel en niet leuk wordt gevonden, heeft geholpen. Iets wordt pas echt een succes als anderen het doorvertellen, dus daar moet je rekening mee houden. Zorg dat je verhaal goed en makkelijk is door te vertellen. Weblogs en de bijbehorende diensten zijn daar een perfect middel voor. Daarnaast helpt het bij de verspreiding van je boodschap als je eigen weblog goed wordt gelezen.'*

Rietveld is hoopvol over de politieke blogs in Nederland: *'Politieke blogs zijn af en toe al relevant. Het blog van Jan Marijnissen was een mooi voorbeeld, en lokaal zijn er genoeg voorbeelden aan te wijzen waar politieke weblogs — juist door het feit dat direct betrokken politici, bestuurders, ambtenaren en media ze lezen — een impact kunnen hebben. Wie of wat er agendabepalend is, blijft lastig. Dat is niet de weblog zelf natuurlijk, maar degene die erachter zit. Als je als blogger je doelgroep goed kiest en je geografisch of inhoudelijk focust, dan kun je snel aan relevantie winnen.'*

'Ik denk dat je de directe electorale impact niet moet overdrijven. Het stemming maken moet je relativiseren. Geloof het of niet, er zijn nog steeds vele miljoenen mensen in Nederland die nooit op GeenStijl kijken, en dat zal altijd zo blijven.'

Jan Marijnissen was intussen ook met zijn weblog gestart. De toenmalige SP-voorman werd door Adam Curry uitgedaagd om te gaan bloggen. Op 20 januari 2004 maakt Curry met de woorden 'we got him' bekend dat Jan is gestart. In ruil is Adam lid geworden van de SP. Het fraaie aan de weblog van Marijnissen was dat hij alles zelf deed en het een weblog was in de ware zin van het woord. Inclusief RSS en reactiemogelijkheden. Marijnissen

zou hiermee een voorbeeld stellen voor andere politici die in de opvolgende jaren een weblog trachtten te starten. Maar de weblog van Marijnissen blijft een lichtend voorbeeld als het gaat om Haagse bloggende politici, samen met de humorvolle weblog van Klaas de Vries. Deze PvdAer is in 2002 gestart met een campagneweblog en hij blijkt een goede en humoristische schrijfstijl te hebben. Jan Marijnissen stelt scherpe weblogachtige vragen aan zijn bloggende collega-politicus Gerrit Zalm. Die heeft sinds november 2002 een eigen weblog, maar deze wordt voornamelijk gevuld door zijn medewerkers en ontbeert alle mogelijkheden om te reageren en om de weblog op andere manieren te lezen, bijvoorbeeld via RSS. Gerrit Zalm begon echt actief met zijn weblog in 2003 toen hij onder meer schreef over de almaar groeiende inhoud van zijn weekendtassen die hij meenam vanaf het ministerie, reacties op de actualiteit, maar ook over zijn voorliefde voor flipperkasten.

'Een van de twee Zwitsers die naast mij zat, bleek een liefhebber van flipperen en van computerspellen. Hij gaf me nog een tip voor een aan te schaffen spel.'

In 2007 stopt Zalm met zijn weblog waarna deze is te downloaden als pdf vanaf de site. Jan Marijnissen blijft na zijn vertrek als actief leider van de SP gewoon doorgaan met zijn weblog en er zijn nog geregeld artikelen, interviews en persoonlijke inzichten te vinden.

In december 2009 verschijnt in de pers het bericht dat de eerste Nederlandse politica stopt met bloggen. Marije van den Berg was in maart 2002 de eerste Nederlandse politica met een weblog, en ze heeft acht jaar lang bijna elke dag een post op haar blog gezet. Op 4 maart 2010 stopte ze ermee: met het raadswerk en het weblog. Marije van den Berg: *'En tegen nieuwe raadsleden zou ik willen zeggen, begin er niet aan. De explosieve groei van weblogs van raadsleden hebben voor een versnippering gezorgd, voor de kiezer is het er niet helderder op geworden. Zij moeten van hot naar her om standpunten van politieke partijen bij elkaar te surfen. Ik hoop dat nieuwe raadsleden nieuwe vormen van persoonlijke verantwoording uitvinden, en dat mag natuurlijk online, maar wel in één gezamenlijke politieke huiskamer van hun eigen partij.'*

'Maart 2002 was een roerige tijd voor de PvdA, het was de tijd van Pim Fortuyn en dat bracht zo nu en dan wel wat in het nieuws. Ik wist dat weblogs bestonden, maar terwijl ik ermee begon ben ik me er meer in gaan verdiepen. Ik was altijd wel betrokken bij de website van PvdA Leiden. We hadden sinds 1997 wel een wekelijkse e-mailnieuwsbrief. In de aanloop naar de verkiezingen hebben we gekeken hoe we de site beter konden inzetten. We hebben dat eerst geprobeerd met een verkiezingsblog, maar dat werkte niet echt.'

Matthias Snoei was destijds de webmaster van onze site. Hij had het idee om eens naar een weblog te kijken. We bekeken wat weblogs en het beviel me wel om de site op die manier op te bouwen. Het idee was om mensen door de bril te laten kijken van iemand die vrij argeloos in de gemeenteraad terechtkwam. Hoe ervaart iemand zijn introductie in de politiek? Maar tegelijkertijd zou ik op het blog verantwoording moeten geven over wat ik met de stem van de mensen ging doen.'

Voor Marije was het bij nader inzien een logische stap dat de site in een weblog zou veranderen. Er was al een populaire e-mailnieuwsbrief, maar juist de website wilde ze beter benutten. De opkomst van weblogs gaf haar het idee dat dit weleens voor

herhaalbezoek naar de site zou kunnen zorgen en dat het persoonlijke tintje van Marije ervoor zou zorgen dat de politiek een wat menselijker gezicht krijgt. Juist door de dagelijkse beslommeringen die Marije op de weblog plaatste werd het een totaalbeeld wat je van de politica kreeg.

'In de beginfase moesten we echt alles uitzoeken. Weblogs waren nog behoorlijk nieuw, dus we kwamen allerlei zaken tegen waarvan we niet goed wisten hoe we ermee om moesten gaan. Maar in al die jaren is het wel enorm gegroeid en geëvolueerd naar een persoonlijk getint politiek weblog. Een weblog is volgens mij altijd iets persoonlijks. Je weet wie de afzender is en die leer je kennen. En je mag erop reageren, je kunt meepraten. De meest prettige blogs zijn die met een duidelijke invalshoek. Het leukste vind ik wel dat ik nu nog steeds alles terug kan lezen en mijn eigen ontwikkeling kan terugzien, wat ik vond van allerlei thema's. Dat is vrij uniek in de politiek. Toen ik fractievoorzitter was kreeg ik het enorm druk. Ik vond het lastig om persoonlijk en politiek te combineren. Het fractievoorzitterschap heb ik geen vier jaar volgehouden. Ik kreeg vaak commentaar over wat ik dan online zette. Men verwachtte toch iets anders van de fractievoorzitter. Dat was heel lastig. Ik vond dat ik op de grote vragen een antwoord moest geven. Maar dat kostte me zoveel tijd en die had ik weer niet.'

Na haar afscheid als fractievoorzitter werd Marije weer raadslid en dat bevat haar nu een stuk beter in combinatie met haar weblog. Ze wordt minder aangesproken op haar posts en de politieke rol die ze speelt. Haar weblog wordt steeds meer haar huiskamer, zoals ze het zelf noemt. En in die huiskamer heeft zij de leiding.

'Ik heb weinig regels voor mijn weblog, mijn huiskamer. Ik heb in elk geval geen stijlregels of een schema om iets te posten. De enige regel die ik heb is dat ik zelf altijd meedoe in de reacties. We hebben altijd heel intensieve discussies over bijvoorbeeld cameratoezicht gevoerd. Maar ook over de islam. Die discussies gingen dan echt wel verder dan het bashen van de islam en uiteindelijk bij de Tweede Wereldoorlog uit te komen, het had echt wel een hoger niveau. Ik heb via de discussies op mijn weblog nieuwe inzichten gekregen die mijn eigen mening nuanceren. Het leuke van zo'n weblog is dat discussies soms na een jaar weer gaan leven. Meelezers kunnen ineens mee gaan praten, je mening wordt zichtbaar en je komt uiteindelijk nader tot elkaar. Op mijn weblog kon ik zo nu en dan eens wat proefballoonnetjes oplaten. Het kostte wel wat tijd maar ik zag het nooit als belastend.'

Marije stopte op 4 maart 2010 met haar weblog. Maar ze vindt nog wel dat weblogs bestaansrecht hebben: *'Misschien als e-readers gemeengoed worden, dat weblogs weer meer relevantie krijgen. Je krijgt dan meer digitale magazines.'*

'Zichtbaarheid vind ik belangrijk. Ik vind dat je online zo open mogelijk moet zijn in wie je bent, wat je doet en waar je achtergrond ligt. Maar tegelijkertijd moeten we niet te hysterisch doen over pseudoniemen. Schrijvers doen dat ook en dat is helemaal niet erg. Maar maak er dan een persona van, met hobby's en alles. Maak de anonieme persoon dan echt een persoon.' — Marije van den Berg

Zo komen in het begin van de 21e eeuw verschillende politici online en met hen de politieke commentatoren. Een van de meest invloedrijke weblogs op dat gebied begint eind 2001. Maar pas in 2005, met het referendum rondom de Europese Grondwet, zou deze weblog echt doorbreken.

Sargasso

‘Zonder blogs had een krant als nrc.next nooit bestaan.’

Carl König en Stephan Okhuijsen

<http://www.sargasso.nl>

Carl 'Ik las al ruim twee jaar met plezier weblogs als Alt0169.com en Tonie.net en had het idee dat ik zelf wel een interessant blog zou kunnen neerzetten. Een goede vriend liep met eenzelfde idee rond en hij kon gelukkig websites bouwen. Er was geen vastomlijnd plan voor Sargasso, de vorm van een nieuwsblog kwam later deels door interactie met lezers en reaguurders die ons meer en meer als nieuwskanaal gingen zien. Op 20 december 2001 zijn we echt begonnen met de blog.

We zien ons vooral als een nieuwsblog, waarbij we vanuit onze expertise schrijven over het nieuws en hard ons best doen het nieuws zelf boven tafel te halen.'

Steeph 'We hebben veel onderwerpen, want er is veel engagement bij de auteurs. De hoofdlijnen zijn toch wel politiek, klimaat/milieu, media, wetenschap en buitenland. Maar met een redactie van twintig mensen krijg je vanzelf variatie. En dat willen we graag zo houden, want dat houdt het levendig. Anders word je zo'n single issue blog. Dat gaat snel vervelen.'

Carl 'We krijgen wel vaker de vraag of de naam Sargasso een link heeft met de Sargassozees. Maar eigenlijk weten we het exacte antwoord niet meer. We zaten in een brainstorm over de naam en op een gegeven moment komen er wat nautische termen bovendrijven. Sargasso werd geopperd en is als tijdelijke oplossing gebleven, de symboliek — in positieve dan wel negatieve zin — is er later door derden aan gehangen. Op een gegeven moment heet je voor iedereen gewoon Sargasso.'

Steeph 'Op dit moment zijn er zeventien vaste bloggers (met een minimale blogfrequentie van tweemaal per maand) en vijftien associated bloggers (zij sturen stukken per mail). De groei en het verloop gebeurt deels organisch omdat mensen

zich aanmelden. Voor een ander deel is het gestuurd, we zoeken met enige regelmaat nieuwe namen. Dat kan gebeuren omdat bloggers stoppen of omdat we nieuwe talenten willen proberen. Dat gebeurt toch ieder jaar wel een keer.'

Steeph 'De serie rondom de Europese Grondwet was oorspronkelijk een project dat ik op mijn eigen blog in het Engels was gestart, omdat ik de zoektocht en het lezen wilde delen. Maar ik merkte al snel dat het heel veel werk was. En met 25 lezers is dat minder bevredigend. Dus ging ik op zoek naar een blog dat erover schreef en welke een beetje in mijn richting zat. Zo kwam ik bij Sargasso uit. Carl benaderde mij met de vraag om de serie van de Grondwet op Sargasso te doen, maar dan wel in het Nederlands. En zo werd het project nog wat zwaarder.

Twee weken voor het referendum pikte Webwereld het op. Een halve dag later Nu.nl. En toen was het hek van de dam en crashte de server enorm (60.000 bezoekers in één uur). Het heeft veel publiciteit opgeleverd voor Sargasso.

De serie zelf was eigenlijk niet heel doordacht of bedoeld om die publiciteit te genereren. Wel als experiment of je een blog kon gebruiken voor diepgaande, langdurige analyses van droog spul. Dat heeft gewerkt, kennelijk. Veel mensen hebben hun waardering erover uitgesproken.'

Carl 'Ik zie de komst van Steeph wel als kantelpunt voor Sargasso. Niet alleen omdat we doorbraken in de "oude" media met het Grondwetverhaal, maar zeker omdat zijn artikelen Sargasso naar een hoger niveau tilden. Met zijn onaflatende stroom artikelen en initiatieven (Kamerpraat, Kamerstukken bespreken, Democratie 2.0 en Blog Battle) werd Sargasso regelmatig in de spotlights gezet.'

Steeph 'De trend van commercialisering heeft wel doorgezet. De amateurs vallen langzaam stil (op een paar uitzonderingen

na). De blogs waar geld achter zit krijgen steeds meer overwicht. Maar het afhaken van de bezoekers is nog niet gebeurd. Hoewel ik nog steeds denk dat die omslag gaat komen. Op een gegeven moment is het "nieuwe" bij weblogs eraf. Als dan blijkt dat een blog niet veel meer is dan een platform voor advertenties of verkapte advertorials, dan gaan mensen weblogs gelijktrekken met andere commerciële media. Uiteraard blijft daar ruimte voor, maar een terugval lijkt me onvermijdelijk.'

Carl 'Het fenomeen weblog kennen de meeste Nederlanders inmiddels wel, helaas heeft het nog steeds een negatieve connotatie door het nieuws over GeenStijl. Ik vrees dat het nooit mainstream zal worden omdat veel mensen het te ingewikkeld vinden en ze zich voor hun nieuwsvoorziening beperken tot journaals en kranten. Maar hier ligt dus een schone taak voor de bloggers om deze mensen in de toekomst wel te binden. Misschien gaat het Joop.nl lukken?

Ik heb in de afgelopen tien jaar de kranten internet- en blogwise zien worden: een vlottere manier van schrijven, meer gebruik van foto- en videomateriaal, directe interactie met de lezers, slim gebruik maken van de informatie op het internet, daarin hebben de bloggers gepioneerd en de kranten hebben dit later overgenomen. Zonder blogs had een krant als nrc.next nooit bestaan.'

Carl 'De tijden zijn wel veranderd, de omstandigheden waren anders, de blogosfeer in de beginjaren was veel kleinschaliger, alternatiever en kunstzinniger. Taalvaardigheid, humor en absurdisme werden veel meer dan nu gewaardeerd. Het ging niet primair om de inhoud, maar veel meer om de vorm. Wat nu telt is inhoud, snelheid en continuïteit. In deze twee verschillende werelden gedijen verschillende mensen.'

Carl 'Er is wel degelijk nog een stevige groep bloggers die elkaar kent en die veel informatie uitwisselt. Een actie als "Terug naar je Maker" van begin 2009 is een typisch voorbeeld van hoe de bloggers snel iets kunnen opzetten. Ik zie wel toekomst voor weblogs. Goede blogs en zeker gespecialiseerde blogs, zullen een vaste plek veroveren in het medialandschap. Vooral online onderzoeksblogostiek zal aandacht vasthouden. En naarmate meer informatie makkelijk online beschikbaar is, zullen bloggers het alleen maar makkelijker krijgen.'

Carl 'Er is voor progressieve blogs in Nederland nog een wereld te winnen, de tweede helft van de jaren'00 werd gedomineerd door GeenStijl, voortgestuwd door de bewegingen van Verdonk en Wilders die op hun beurt weer konden wortel schieten door de gevolgen van de Amerikaanse War on Terror. In de VS is de kentering met de komst van de Huffington Post en Obama al ingezet. Nederland zal zoals gewoonlijk een paar jaar later volgen.'

Carl 'Maar verder staat het eigenlijk een beetje stil. Je ziet wel de commercie slim gebruikmaken van het fenomeen weblogs. En je ziet wel dat de slechte weblogs verdwijnen en alleen de blogs overblijven die iets toevoegen. Maar ik mis (en zoek zelf ook) een beetje de vernieuwing.'

Carl 'Het staat inderdaad een beetje stil, dat ligt ten dele aan de techniek, de vernieuwing die blogs brachten werd gedragen door de 2.0-mogelijkheden, zodra de techniek weer een sprong maakt, zullen de blogs dat ook doen. Verder zie ik op het Nederlandse vlak nu een periode van consolidatie van talenten. Een paar grote blogs die werkelijk iets te bieden hebben zullen overblijven.'

Bieslog

'Ik was in een euforische stemming toen ik besepte wat er allemaal kon met een weblog.'

Wim de Bie
<http://www.bieslog.nl>

Na het stoppen van *Keek op de Week* met Kees van Kooten vond ik het prettig om door te gaan met wat ik het liefste deed, uitzenden. Ik wilde altijd al dingen vertellen tegen een publiek en ik vond dat ik dat moest blijven doen. Uitzenden in de media is de motor van al mijn doen. Ik zag de eerste stappen van Alt0169 op het web en ik vond dat direct erg fascinerend. Corrie Gerritsma en haar initiatieven met de webcam zijn voor mij de reden geweest om dat begrip uitzenden via internet te gaan ontwikkelen. We hebben toen al meteen live experimenten gedaan. Zij liet mij zien wat er mogelijk is online. Ik heb haar later voor Bieslog geïnterviewd.

Ik heb op Blogspot een eigen account aangemaakt in juli 2001 en ben zelf gaan experimenteren met het medium weblog. Ik noemde het mijn eigen krantje, zo heb ik het altijd genoemd. Door mijn historie met tv en radio voelde ik me zowel de hoofdredacteur van mijn krantje en een programmamaker. Dus ondanks dat eigen krantje op het internet had ik wel het gevoel dat ik hier meer van kon maken. In de zomer van 2001 heb ik bij de VPRO een plan weggelegd voor een eigen programma op internet. Gebaseerd op een weblog inclusief beeld en geluid. De VPRO zag dat plan zeker zitten en we gingen aan de slag om het waar te maken. Op 20 februari 2002 startte ik met Bieslog.

Bij de start van Bieslog hield ik vast aan dezelfde twee uitgangspunten die ik voor mijn eigen krantje had:

1. Het moet persoonlijk zijn, dan kun je namelijk alles behandelen.
2. Het moet dagelijks, ook in het weekend. Als het kan twee à drie keer per dag

Ik heb me daar zo veel mogelijk aan gehouden. Aan de andere kant, ik zou ze zo

bijstellen als daar de behoefte aan was, maar in de praktijk bleek dat niet nodig. Deze uitgangspunten werkten goed voor mij.

Ik had wel een deadline voor mezelf. Elke ochtend om negen uur moest er iets staan. Want als je programmamaker bent dan hou je aan dit soort regels vast. Dit was de enige regel die ik overnam uit het klassieke programmamaken. Voor de rest vond ik het een openbaring dat ik me aan geen enkele regel hoefde te houden. In de tijd van *Keek op de Week* hadden we altijd 25 minuten uitzendtijd op de zondagavond. Als we zo'n programma gingen maken dan moesten we uitgebreid en ver van tevoren al doorspreken wat we gingen doen. Maar met Bieslog had ik ineens alle vrijheid of ik iets in tekst, beeld of geluid wilde doen. Mijn stukjes konden elke lengte hebben, ze konden over elk onderwerp gaan, zolang het maar persoonlijk was. Als ik met Kees dit medium eerder hadden gekend, dan waren we er zeker samen mee aan de slag gegaan.

Ik had een dagtaak aan het blog. Het was voor mij een betaalde baan, daarom voelde ik me een vreemde eend in de bijt. Dat verwijs kreeg ik weleens van anderen, dat ik betaald werd voor het bloggen. Ik heb me nooit een blogger genoemd, ik vond dat ik niet in die cirkel thuishoorde. Dat is geen dedain of arrogantie, maar omdat ik als betaalde programmamaker bezig was, met een technische staf achter me die me konden helpen. Ik gebruikte wel het format en de technieken van een weblog, maar ik ben me programmamaker blijven noemen. Daarom ben ik nooit de Dutch Bloggies komen ophalen, ondanks dat ik wel in de buurt was. De prijzen staan vol trots in de vitrine. Maar ik vond dat ik niet op die uitreiking thuishoorde, omdat ik toch op een andere manier bezig was met het medium dan de andere bloggers. Ik volgde het allemaal wel. De Dutch Bloggies, de weblogmeetings die werden georganiseerd. Maar ik was altijd meer een programmamaker dan een blogger.

Alle artikelen worden bij elkaar gehouden omdat het mijn keuze is. Op den duur ga je wel mijn smaak of invalshoek herkennen en dat vind je leuk of niet. In mijn geval was de persoonlijke inval belangrijk, maar je zag wel nog mijn verleden met de Bescheurkalender en wat typetjes. Maar ik hoefde niet meer strikt satirisch te zijn. Ik was het wel graag, maar ik kon het nog eens over een boek of een film hebben. Ik merkte dat die artikelen op prijs werden gesteld. Die opmerkingen kwamen inderdaad niet via de reacties binnen, want die stonden uit. Ik heb de reacties nooit aangezet. Dat is me niet altijd in dank afgenomen, want het was niet 'des internets' om de reacties uit te zetten op je weblog. Maar ik zag het niet zo zitten om de reacties open te zetten. Ik dacht daarbij toch aan de veelvoud van wat ik al per e-mail binnenkreeg en al dat geschreeuw in de reacties. Ik had daar geen zin in en ik zou het zeker gaan modereren, wat me weer tijd zou kosten.

Maar ik heb altijd gedacht: "Ik maak iets en ben benieuwd naar het commentaar. Dus stuur me dat per e-mail." Ik heb alle e-mails altijd gelezen en ik doe dat nog steeds. Alles wat ik binnenkrijg lees ik, maar ik beantwoord niet alles.

Bieslog is al sinds november 2008 niet meer actief maar met name de artikelen in dossiers en archieven worden nog steeds dagelijks bekeken. Ik kijk inderdaad elke dag even op de statistieken en ik vind het dan zo leuk om te zien dat er nog steeds mensen zijn die de oude artikelen of filmpjes komen bekijken. Op tv is alles enorm vluchtig, op internet ook, maar desondanks kun je veel nog altijd weer terugvinden, dat is prettig.

Ik vind bloggen een vorm van snelcolumnisme. Ik lees 's ochtends iets in de krant en ik wil er dan direct iets over schrijven. Dat hoeft niet, maar je wilt zo snel mogelijk iets delen met anderen. Dat is het rare van het medium, dat het direct wordt gepubliceerd. Ik heb wel overdag artikelen zitten verbeteren. Beetje scherper maken, wat woorden aanpassen, maar ik heb er nooit iets afgehaald.

In Nederland hebben blogs niet echt een rol in de publieke opinie. Het zou mooi zijn als we zo iets in Nederland zouden krijgen. Een echt nieuw geluid wat online klinkt. Een nieuwe visie. Daar is internet en daar zijn weblogs het medium voor.

Maar de weblog heeft nu zoveel verschillende betekenissen gekregen. Je ziet nog steeds dat het moeilijk is. Een blog een week bijhouden is niet moeilijk, maar maand in maand uit, dan begint het op werk te lijken. En uiteindelijk krijg je de groep volhouders die steeds kleiner wordt en die richten zich op het maken van echt unieke content.

Ik vind het geen punt dat er juist door het democratische karakter van het medium internet zoveel bagger online komt. Het is waar je zelf voor kiest, wat je het liefste doet. En daar vind je publiek voor of niet, dat is het.

Bieslog is nu wel echt klaar. Ik zou door kunnen gaan. Maar ik wilde het zelf stoppen. Ik was er klaar mee.

Politici die bloggen, bekende Nederlanders die hun verhalen online zetten en een groeiende groep 'gewone' Nederlanders die hun verhalen via weblogs online publiceren. Het eens zo kleine Blogger was inmiddels voor een onbekend bedrag aan Google verkocht, waardoor weblogs nog meer in de spotlight kwamen te staan. TypePad en Movable Type, twee concurrerende weblogdiensten, groeiden eveneens en het was overduidelijk dat bloggen aan de vooravond stond van iets groots. We hadden nu het commerciële internet met e-commerce, meer providers en meer mogelijkheden om online geld te verdienen. Daarnaast waren er genoeg mogelijkheden voor elke Nederlander om een eigen website wat beter bij te houden dan zo nu en dan een plaatje te wijzigen. Er waren intussen voldoende voorbeelden van weblogs die lieten zien dat je met een minimale inspanning fraaie resultaten kon behalen.

Maar toch bleef het grote publiek weg van weblogs. Ze werden wel gelezen, maar de gemiddelde Nederlander hield het toch liever bij consumeren in plaats van zelf produceren. Nederlandse weblogs worden wel meer gelezen als het om grote nieuwsgebeurtenissen gaat.

De weblogs die in de begintijd werden bijgehouden waren onophoudelijke stromen van links naar andere websites. Om dat vol te kunnen houden was het bijna noodzakelijk om in de internetbranche of bij de pers werkzaam te zijn en zo dagelijks online te kunnen zijn. Een andere bijkomstigheid was de kennis van het web. Weten waar je de links en de leukste nieuwtjes kunt vinden. Dat werd wel steeds makkelijker omdat er meer weblogs kwamen, maar het grote publiek bleef zich er verre van houden, ondanks de vele nieuwe weblogdiensten die er ontstonden.

Al op 1 augustus 2001 houdt Alt0169 het voor gezien op het internet. De eerste, soort van, weblog van Nederland stopt er na krap twee jaar mee. Misschien wel vlak voor het hoogtepunt van hun populariteit?

'Alt0169 is geschiedenis. Met de vriendelijke groeten van JB en Oei, het was ons een waar genoegen.'

En daarmee stopte de inspiratiebron voor veel weblogs die in de beginjaren van het publieke internet online kwamen. Van Sikkema, LekkerBelangrijk, ZinloosGeweldig tot **Tonie.net**, allen zijn schatplichtig aan de schrijvers die vanuit de Maasstad drie keer per dag *'ExtraGratis het internet uitlezen'*.

Op 1 januari 2003 stopt Tonie van Ringelestijn met zijn weblog. Het Kladblok wordt dichtgeslagen.

'Redenen genoeg om te stoppen. Sommigen daarvan zijn persoonlijk en gaan u niets aan. Maar de belangrijkste is dat ik behoefte heb aan rust, na ongeveer 1.200 dagen tekstjes en hyperlinks op deze pagina te hebben gezet.'

In drie jaar tijd heeft Tonie Nederland kennis laten maken met een nieuw fenomeen. Naast zijn werk bij Planet Internet heeft hij vrijwel onophoudelijk blogposts, linkdumps, onderzoeken en primeurs gehad. Van de slecht beveiligde beheersystemen bij diverse commerciële websites tot het publiek maken van de perslijst van Microsoft,

die in zijn totaliteit online was te vinden. Tonie vond het allemaal. Zoals hij zelf zei: *'Alles wat niet meer bij Planet in een editie past, dat zette ik op mijn Kladblok.'*

Maar de opvolgers van Alt0169 en Tonie stonden al te wachten in de coulissen. Als een van de trouwe lezers en vriend van de redactie van Alt0169 een eigen weblog begint, boort hij een nieuw genre aan wat in Nederland een synoniem zou worden voor weblogs: shocklogs.

**'Alt0169 is geschiedenis.
Met de vriendelijke
groeten van JB en Oei,
het was ons een
waar genoegen.'
01.08.2001**



**'Maar dat applausgevoel
kan ik zelfs na al die tijd
niet meer vergeten.'**

→ Belgische blogosfeer

Klein, beetje gezet, brilletje op zijn neus en een wat vettig uiterlijk. Maar achter die façade ging een slimme, lieve en inventieve man schuil die de Nederlandse blogosfeer zeer zou beïnvloeden met zijn onnavolgbare wijze van schrijven en zijn schijnbaar onvermoeibare schrijflust. Elke dag zagen we tien tot twaalf nieuwe posts op zijn *Le Temps Perdu*, *De Verloren Tijd*. Op de homepage van zijn provider, nooit een eigen domein, zagen we dagelijks op die bruinige, beige achtergrond de ene na de andere waanzinnige link voorbijkomen. Het gerucht ging al een tijdje dat Ludo niet lang meer zou bloggen. Dat er een en ander gaande was in zijn familie waardoor hij de keuze moest maken.

Van 1999 tot 2002 schreef Ludo over alles wat hij online tegenkwam, sommige woorden waren typisch Vlaams, maar je begreep wel wat hij bedoelde. Nederlandse bloggers lazen LTP elke dag. Want Ludo hield nauwgezet bij wat er in de Nederlandse blogosfeer gebeurde en je wist dat een linkje van LTP gegarandeerd weer wat extra bezoek zou opleveren. Had je iets speciaals met je blog gedaan, bijvoorbeeld een nieuw design of een fraaie post, dan kwam je zeker aan het einde van elke blogdag terug in zijn 'opgefrist'-lijstje. Ludo was de Belgische oerblogger.

Le Temps Perdu was een linkdump zoals we die in Nederland nog nooit hadden gezien. En hij kwam nog wel uit België! Ludo was vaak te vinden in Nederland. Zo was hij aanwezig op de eerste weblogmeeting in Zwolle, bij de meeting in Utrecht, in Den Haag, Breda en uiteindelijk ook bij de eerste weblogmeeting in België waar ik samen met Luuk Koelman aanwezig was als enige Nederlanders.

Ludo was met zijn weblog niet alleen op het Belgische grondgebied gericht, hij deed altijd erg zijn best om aansluiting te vinden bij de Nederlandse bloggers. Na de start van de Dutch-weblogs mailinglijst was het Ludo die vrijwel direct een post maakte op de lijst. De zesde post op de lijst, op 24 januari 2000:

'Wel, ik ben er dan ook bij, ziet er leuk uit. Weer iets meer om aan "mijn bakske" te doen. Nog effe en ik zet er m'n bed bij.

Groeten aan alle weblogslaven!

Ludo/Le Temps Perdu

<http://users.pandora.be/ludo.van.hove/ltp/ltp.htm>

Vanaf dat moment was Ludo een bekende naam in de Nederlandse blogosfeer. De ingenieur van een chemische fabriek bij Antwerpen was in niets zoals de Nederlandse bloggers waren. Ludo was getrouwd, had twee zonen van toen negen en twaalf jaar oud en zijn weblog was een hobbyproject wat hij in de avonden erbij deed. Hij startte in februari 1999 omdat hij alle e-mails met moppen, flauwe illustraties en links van zijn collega's wilde verzamelen op één site. Hij plaatste ze op zijn eigen site en voilà, Ludo was aan het bloggen.

Dat Ludo een unicum was in de begindagen van bloggend België weet ook Paul Kersmaekers alias Polskaya: *'Kijk maar eens naar de linklijstjes op de Vlaamse blogs in de*

Wayback Machine: bijna allemaal links naar Nederlandse bloggers. Bloggen is in België vrij lang een randfenomeen geweest, tot Maarten Schenk, die toen voor Skynet werkte, in 2002 het blogsysteem bij provider Skynet ontwikkelde: <http://blogs.skynet.be/>, de Vlaamse versie van Blogspot.' In de beginperiode, tussen 1999 en 2000, kende België ongeveer vijftig bloggers, waar Ludo duidelijk uitsprong met zijn kenmerkende stijl van elke blogdag: 'Mijn weblog is fastfood, elke dag vijf à zeven interessante tot bizarre links. Ik publiceer iedere dag rond ongeveer hetzelfde tijdstip — middernacht — een blokje tekst met links', legt Van Hove uit. Hij was er al vroeg bij met zijn horizontale blogprogrammering, want elke dag kon je hetzelfde verwachten op Le Temps Perdu: 'De Daglink is iets nuttigs. Dan volgen enkele links die ik aan elkaar praat. Het laatste stukje tekst is meestal een uitsmijter. Afsluiten doe ik met Opgefrist: links naar verhalen en columns op het net.'

Zowel Paul als Clo Willaerts (Bnox.be) hebben het over sleutelfiguren in de Belgische blogosfeer. Ludo was zeker een sleutelfiguur. Hij was zowat de enige Belg die in de begindagen naar Nederland kwam. Bij de weblogmeeting in Den Haag waren Polskaya en Karel Maes met Ludo op komen dagen. Het is in Den Haag dat Karel de naam voor zijn weblog dederdebelg.be krijgt: 'Ha Ludo, Polskaya en die derde Belg zijn er eindelijk!' In Breda zullen Polskaya en Karel binnen komen vallen, samen met Jacques van Belopia.be en Dave van Chez Lubacov, een Nederlander in België met een uitstekend muzieklog.

Clo Willaerts: 'Belangrijke brugfiguren, of sleutelfiguren, in de Belgische blogosfeer waren toch zeker Luc van Braekel van LVB.net en Michel Velsteken van [Gentblogt.](http://Gentblogt.be)' Polskaya vult aan: 'Daarnaast zijn er mensen als Kapingamarangi (<http://kapingamarangi.be/>) die al jaren bezig is, Buffie (<http://www.buffie.be/>) eveneens.' Maar beiden zijn het eens dat Maarten Schenk een van de belangrijkste sleutelfiguren in België is. Maarten zou de weblogs naar het grote publiek brengen via Skynet, een van de grootste providers in België.

Skynet was oorspronkelijk een internetprovider. In 1998 nam Belgacom 100% van de aandelen over, waarna Skynet.be een van de belangrijkste Belgische portalen werd na 2000. Omdat Skynet een provider was, had het eigen ontwikkelaars in dienst. Evenals Planet Internet in Nederland was Skynet een portal met nieuws en een forum. Maarten Schenk was een van de ontwikkelaars bij Skynet. Hij had weleens wat gehoord over bloggen en hij was benieuwd naar de verschillende softwareplatformen en online weblogservices. In de avonduren bouwt hij een blogplatform en legt het op een bepaald moment bij de directie van Skynet voor.

Bart Becks was op dat moment de CEO van Skynet. Hij zag wat Maarten had gemaakt en het beviel hem wel. In december 2004 zou het weblogplatform starten onder de naam Skynetblogs.be en zo begon de opmars van de Belgische bloggers.

België is een interessant land voor bloggers, met name door de tweetaligheid. Bij Skynet hadden ze dat al snel door. Het weblogplatform was van meet af aan in twee talen beschikbaar, wat zeker bijdroeg aan de populariteit en de groei van de weblogs.

De Skynet-blogs zijn in Nederland het beste te vergelijken met Web-log van Sanoma, voorheen Ilse Media. Het zijn niet de echte geeks die hier bloggen, maar eerder de dagelijkse beslommeringen van huisvrouwen, fansites bijgehouden door puberende schoolmeisjes, of amateurfotografen die hun werk presenteren aan de wereld. Bij Skynet begrepen ze wel dat de bloggers een interessante groep mensen is die meningsvormend kunnen zijn. Clo Willaerts was in die tijd in dienst bij Skynet en onder andere verantwoordelijk voor de contacten met de bloggers. 'Ik was op de zomerfestivals aanwezig in België. Ik wist dat een aantal Skynet-bloggers die over muziek schreven aanwezig waren op de festivals, dus ging ik er ook heen en ik zocht ze op. Ze kregen een biertje van me en een rugzakje van Skynet met een soort survivalpakket voor de blogger die niet online kan op zo'n festival. In 2005 was WiFi nog niet zo bekend natuurlijk.' Clo zou uiteindelijk meer bloggers ontmoeten en veel van de blogbijeenkomsten bezoeken om contact te houden namens Skynet met de toen al groeiende Belgische blogosfeer. Het zou voor het eerst sinds 2002 zijn dat Skynet met de bloggers contact had en dat heeft zijn vruchten afgeworpen. Zo is er nu in het Franstalige deel van de blogosfeer een ware revival gaande. Ze zijn heel kritisch naar de pr-bureaus die bloggers inzetten voor productintroducties en reageren veel sneller op ontwikkelingen in de mondiale blogwereld.

De Belgische blogosfeer kende ik zelf vooral via Polskaya en Ludo. Waar Ludo me zo nu en dan een blik gunde bij de zuiderburen via zijn dagelijkse links en nieuws, was Polskaya vooral de McGyver van de beginnende blogosfeer. Ik ben een aantal keer op bezoek geweest bij hem in zijn Antwerpse appartement. De eerste keer was in 2002. Terwijl we wat Belgische biertjes dronken legde Polskaya uit hoe hij een eigen systeem had gemaakt om een verzamelplaats van links te maken waar iedereen op zou kunnen posten. We kennen tegenwoordig Del.icio.us of groepsblogs als Tumblr.com en Posterous.com waar iedereen zijn links kan plaatsen, maar in 2002 bestonden die sites nog niet. Dus maakte Polskaya het zelf. Linkdump.be bestaat nog steeds, het is een van de eerste linkverzamelites in België. Een mailtje naar Polskaya en je kreeg toegang tot het beheer zodat je je eigen links kon plaatsen.

Een jaar later zou Polskaya als eerste Belg gaan mobloggen: 'Toen er voor het eerst gsm's op de markt kwamen waarmee je foto's kon maken, wist ik al snel wat ik wilde. Ik kocht een Nokia 6750, schreef een script dat mms'jes kon lezen, de foto's en de tekst eruit haalde en in een database postte. Mijn eerste echte moblogpost is van 4 mei 2003.'

Polskaya heeft geprobeerd het mobloggen wat verder te trekken in België, maar dat is helaas nooit echt goed van de grond gekomen. Hij is kritisch over de Belgische blogosfeer: 'Er zijn te veel bloggers in Vlaanderen. Er zijn heel veel kleine kringetjes. Het zijn er ondertussen zoveel dat ik het eigenlijk allemaal niet meer volg. Er zijn hier af en toe wel kleine bijeenkomsten tussen bloggers, maar dat zijn vaak dezelfde gezichten. Het huiskamergevoel is weg, het gezellige is weg. Verder heb ik de indruk dat het bloggen een groot stuk terrein heeft moeten prijsgeven aan Facebook, MySpace en Twitter, of dat het ermee verweven is geraakt. Ik heb bijvoorbeeld geen Facebook-profiel waardoor ik uitgesloten ben van heel die gemeenschap. Op die manier mis ik een groot deel van het bloggebeuren. Maar de Belgische blogosfeer anno nu kun je langs geen kant vergelijken met het bloggen van pakweg vijf jaar geleden.'

‘Nou hebben wij van GeenStijl regelmatig de intentie iemand dood te slaan, maar in de praktijk hebben wij dit nog nooit ten uitvoer gebracht.’

→ Shocklogs in Nederland

In 1999 start Michiel Frackers met een aantal oud-Planet-medewerkers de online contentprovider Bitmagic. Een speciaal ontworpen Bitmagic Player haalt elke dag nieuwe afleveringen binnen met doorklikverhalen, kleine spelletjes en animaties. Michiel staat aan het roer van de onderneming, samen met Francisco van Jole en Erwin van der Zande. Een van de animatoren die geregeld content levert voor Bitmagic is Hubert Roth, een jonge Rotterdammer die een paar jaar eerder al online furore maakte met het online magazine Project A. Hubert blijft echter niet lang bij Bitmagic en besluit al snel zijn eigen bedrijf te starten, [Extratainment.com](http://extratainment.com). Het lijkt in alle opzichten sterk op Bitmagic, maar er is één groot verschil, bij Extratainment kun je direct online een filmpje bekijken. Je hoeft niet eerst software te downloaden zoals bij Bitmagic. Op extragratis.com, de website van zijn bedrijf, kun je elke dag online animaties vinden van onder andere een poepend hondje en een levensgrote letter F die elke dag nieuwe avonturen beleeft. Het verschil tussen Bitmagic en Extratainment zat hem zeker in de stijl en de groep mensen die ze aanspraken. Waar bij Bitmagic duidelijk de commercie aanwezig was in de vorm van banners en advertorials ('een servicerubriek' zou Francisco van Jole het in een interview noemen) is bij de animaties van Hubert het cultgehalte hoog, de passie voor het medium spat van het scherm. De filmpjes van Extratainment zijn populair onder de jonge webservers die voor het eerst sites ontdekken en maken zoals The Fridge, What's Up en Blammo. Online magazines die net als de weblogs later de krochten van het internet ontdekken en blootleggen en daarnaast hun eigen content maken. What's Up is het geesteskind van onder andere Niels 'Shoe' Meulman, oudgediende uit de graffitiwereld en designer van het blad *Wave* begin jaren '90. The Fridge wordt gemaakt door Joost 'Icepick' van der Hoeven. Hij presenteert wekelijks de coolste, meest vooruitstrevende en wildste sites die er op het web zijn te vinden. Blammo wordt door een groep Amsterdammers gemaakt en bestaat uit puberale lol, aankondigingen en recensies van de laatste hiphopfeesten en flauwe foto-strips die later in het blad *Reload* zouden verschijnen.

Hubert Roth is ook actief met online magazines: *'Eind 1996 heb ik met Tom Mes en Paul Posse Project A opgestart. Project A richtte zich op Aziatische cinema, mode, gadgets, muziek, architectuur en andere zaken die het leven veraangenaamden. In eerste instantie draaide Project A bij De Digitale Stad, maar we kregen al vlot een sponsor die een domeinnaam en een server regelde. <http://www.projecta.net> was een feit. Die site heeft lang bestaan, tot 2001, en was behoorlijk populair. Onder andere door onze survivalguide voor het Rotterdams Filmfestival.'*

In 1997 verschijnt op Project A een interview met Jeroen Bosch, toen net begonnen met zijn weblog avant la lettre Het Dagelijks Nieuws: *'Volgens mij denken veel van onze lezers dat we goedbetaalde journalisten zijn in een experiment van een grote uitgever, terwijl het toch echt in onze achterkamertjes ontstaat.'*

Die vertekening komt ook omdat er in die hele internetbusiness met geld gesmeten wordt. Soms zucht ik als ik hoor dat een simpele sportsite voor 200.000 gulden een jaar in de lucht wordt gehouden. Dat vind ik nogal wat.'

Hubert en Jeroen blijven contact houden als laatstgenoemde met Alt0169 begint. *'Alt0169.com en Tonie.net waren sites waar ik dagelijks kwam. Dat was voor mij inderdaad reden om een weblog te beginnen. Maar aangezien ik niet over het schrijftalent beschik om voor Alt0169 te schrijven en geen journalistieke achtergrond heb zoals Tonie, besloot ik om er een site van te maken waar ik met een gestrekt been over andere sites schreef. Als het niet subtiel kan, dan maar hard. Dat bleek de juiste snaar te zijn, want Retecool werd snel opgepikt door weblogs en online media zoals de Daily Planet van Francisco van Jole.'*

Hubert schrijft in de begindagen van Retecool vooral over graffitisites, hotrods en collega-weblogs. Maar hij heeft snel door wat werkt op het web. Dat was al bij zijn allereerste post over de Midnight Star Huwelijksshow op 23 mei 2000:

*'::: midnight star huwelijksshows
[23-05-00] Midnight Star, voor al uw megahard zuigende huwelijksshows, daarna wil je waarschijnlijk dood en als jij de bruid of de bruidegom bent geweest die midnight star heeft ingehuurd, maken je gasten jou waarschijnlijk af. Dit zuigt vet hard.'*

Net als zijn collega's van Alt0169 pakt Hubert het zelfverzonnen internettaaltje uit Rotterdam snel op. Alles is mega. Of het is megazuigend of megarulend. De overtreffende trap is het megaopenhaardcore roelerende. Het rechtsreeks vertalen van Engelse termen naar het Nederlands is een sport voor de bloggers. Mooie sites trappen kont, goede muziek roeleert, maar de meeste sites die op Retecool verschenen 'zuigen hard'. Opvallend is dat Retecool in de beginjaren geen gebruikmaakt van de dan al bestaande weblogsoftware zoals Blogger of Greymatter, maar alles nog met de hand update. Op 1 april 2001 wordt de site vernieuwd en kan Hubert via een beheer de site updaten en komt er een reactiemogelijkheid.

Als Alt0169 in augustus 2001 stopt, betekent dat geenszins het einde van de Rotterdamse invloed op het web. De fakkel wordt waardig overgenomen door Retecool, die met zijn groeiende lezersaanhang steeds bekender wordt binnen en buiten de weblogwereld van Nederland.

Hubert zou in 2005 op de ANMI Summerschool proberen te verklaren waar die populariteit vandaan kwam. Op deze tweedaagse zomeravondconferentie in een zinderend heet WTC-gebouw stond Hubert relaxed tussen de ondernemers en de marketeers die zich constant op het hoofd krabden wat ze toch aan moesten met die weblogs. Hubert legde uit dat weblogs net zo kunnen opereren als tv-programma's. Als je vaste elementen op een vast moment publiceert, voed je de verwachtingen van je lezers en zullen ze vaker terugkomen. Een andere succesfactor voor de eerste blogs die met name Tonie, Sikkema en Alt0169 tot in de finesse beheersten: *Post Early. Post Often.* Waar veel blogs het met moeite voor elkaar krijgen om elke dag een kort stukje te schrijven, hoe marginaal ook, lijken de pioniers zonder moeite de klok rond te posten, zodat er steeds verse content op de site was te vinden. Niets is als blogger dodelijker voor je bezoekersaantallen dan een eerste pagina die dagen, soms wekenlang, onveranderd is. De bezoekers van de linkblogs komen vooral voor de nieuwste en meest originele links naar andere plaatsen op het web. Als schrijver van een blog is er niets verslavender dan te zien dat je door meer te posten meer bezoekers krijgt, die soms wat reacties achterlaten, maar zeker weer een keer terugkomen.

Deze verschuiving naar meer content vaker per dag zag je wereldwijd ontstaan. Het was een vliegwieleffect wat zichzelf aanjoeg. De eerste weblogs waren de curators van het internet. Ze wisten de juiste plekken te vinden voor originele verhalen, comics, filmpjes of spelletjes. Ondertussen kwamen er steeds meer mensen online die op zoek waren naar leuke plekken op het web. De weblogs beantwoordden aan die behoefte. Maar er waren twee factoren die ervoor zorgden dat het een spiraal was die steeds sneller ging: er kwamen steeds meer mensen online die leuke content wilden op het web en veel van die mensen zagen de successen van weblogs en wilden dat zelf ook meemaken.

Tussen 2001 en 2002 komen steeds meer afgeleiden van weblogs als Retecool. Blogs die meerdere malen per dag, niet gehinderd door enig journalistiek besef, linken naar de uithoeken van het web. Zoals Retecool het zelf beschrijft: *'We hebben altijd naar de uitersten gekeken, of intens slecht, of geniaal goed. Er is al genoeg middelmaat.'*

Een serie foto's die Hubert doorlinkt van de Haagse blogger Mr Green zou het moment worden waarmee weblogs in één klap bekend worden in Nederland. Met dank aan een zeventienjarige scholier uit Harderwijk die wat onhandig is met webcams.

Ammer, de jongen in kwestie, sluit op 17 juni 2001 zijn pasgekochte webcam aan op zijn computer en zet de eerste beelden van de cam op zijn homepage. Helaas voor hem had hij de homepage niet helemaal zelfgemaakt, maar de complete lay-out geript (gestolen) van Charis, een blogster die net was begonnen met haar site en al enige bekendheid genoot vanwege de webcam op haar site.

Bob den Otter, vriend van Charis, maakt melding van Ammers diefstal op zijn eigen weblog [Mijnkopthee.nl](#). Een andere Haagse blogger, Mr Green, ziet het bericht bij Bob en gaat op de site van Ammer kijken. Helaas voor Ammer was hij net op dat moment vergeten zijn webcam uit te zetten. Hij ligt net op bed te vrijen met zijn eveneens zeventienjarige vriendin. Voor Mr Green is de keuze snel gemaakt: *'Dan neem ik wat screenshots natuurlijk.'*

Mr Green zet de beelden online, waarna Hubert ze vrijwel direct ziet en doorplaatst op Retecool. De 'webcam lessons' zoals ze worden genoemd, gaan als een lopend vuurtje over de weblogs in Nederland en het duurt niet lang of de reguliere media krijgt lucht van de zaak. Met name Retecool is al bekend bij een aantal radio-dj's en ineens wordt op Radio 538 de site van Retecool genoemd in combinatie met de foto's. *De Volkskrant*, *Webwereld* en andere media volgen al snel. Internationaal haalde Retecool eveneens het nieuws met de 'webcam lessons', onder andere bij *The Register*. De bezoekers van de blogs gingen daarna gretig aan de slag om privé-informatie van Ammer en zijn vriendin te achterhalen en te publiceren. Ondanks het feit dat de gewraakte beelden al van de originele site waren verwijderd, bleek het internet meedogenloos. Overal verschenen kopieën van de foto's. Ineens wist Nederland wat een weblog was. Maar bloggers wisten vanaf dat moment waar ze mee konden scoren.

Ondertussen had Mr Green de links en de website met foto's verwijderd en zocht de vader van Ammer contact met zowel Mr Green als Retecool. Ammer had intussen zijn eigen homepage al van het web gehaald. De vader overwoog juridische stappen om

de foto's van het internet verwijderd te krijgen, maar hij beseftte dat het kwaad al was geschied. Zowel Retecool als Mr Green besloten de links te verwijderen en het erbij te laten. Maar binnen twaalf uur waren de beelden van de Ammer-cam de oceaan overgegaan en wist Nederland wat weblogs waren. Met dank aan Ammer.

Voor Hubert waren de 'webcam lessons' een doorbraak voor het bezoekersaantal van zijn blog, maar een ander initiatief zou voor nog meer blijvend bezoek zorgen: *'Ammer heeft veel buitenlandse bezoekers gebracht, waar je uiteindelijk niets aan hebt, want die blijven niet hangen. Maar het zorgde wel voor een boost in bezoekersaantallen. FotoFuck-Vrijdag heeft op de langere termijn gezorgd voor bezoekers en het gegeven dat er elke dag iets te vinden is op Retecool.'*

De Foto Fuck Vrijdag (FFV) is een wekelijks terugkerend thema op Retecool. Het concept is simpel: een nieuwsbericht of ander actueel thema wordt door Reet gekozen. Hierna mogen de bezoekers zich met fotobewerkingssoftware of andere grafische pakketten uitleven op het onderwerp en de foto. Op de speciale FotoFuck-pagina kan iedereen zijn beelden uploaden en kunnen bezoekers een 'reeting' (stemmen) achterlaten. De beste FotoFucks winnen eeuwige roem en wat fraaie prijzen van sponsors. De eerste FFV op Retecool vond plaats op 16 augustus 2002. De herkomst van de FFV is echter van Lekkerbelangrijk.com. Jan van der Knaap, blogger op LekkerBelangrijk.com: *'Ik ben begonnen met "fotofucken" op Something Awful en toen een van mijn creaties daar de frontpage haalde ("Breaking News") hebben we het idee overgenomen. Aanvankelijk stond Foto Fuck Vrijdag op zowel Lekkerbelangrijk.com als Retecool. Na het verscheiden van de eerste is FFV op Retecool doorgedaan als "Reet en LB's Foto Fuck Vrijdag".'*

De FFV zorgde altijd wel voor een lach op de vrijdag en niets was heilig. Saddam Hussein, Bassie en Adriaan, vuurwerkcampagnes, Victoria Beckham of blogger Ramon Stoppelenburg, ze kwamen allemaal aan bod in de FotoFuck. Veel van de inzendingen waren grappig, soms schokkend, maar zo nu en dan zorgden ze voor wat commotie. Eind 2002 zou Dick Bruna de site gelasten om de FFV offline te halen. Vanwege het gebruik van Nijntje in de editie van die week waren de advocaten van Dick Bruna niet zo blij met die vorm van aandacht en de manier waarop Nijntje werd gebruikt in de creatieve inzendingen van de bezoekers. De FFV van die week is uiteindelijk offline gehaald.

In 2005 zorgde de juridische afdeling van Talpa ervoor dat de FFV nogmaals op zwart ging, nadat de tv-zender onderwerp is in de wekelijkse verkiezing. Zoals de juridische afdeling van de tv-zender in een brief stelt: *'Met name de uitingen waarin wordt verwezen naar terrorisme, pornografie, incest, homoseksualiteit en de Holocaust, kunnen wij niet erg waarderen en zijn schadelijk voor Talpa.'* Alle inzendingen en overige uitingen van de FFV moeten worden verwijderd van de website. Retecool koos eieren voor zijn geld en haalde de FFV van die week offline. Niet veel later zou Talpa echter het concept van de FFV overnemen voor de eigen zender, tot groot ongenoegen van Retecool en haar bezoekers. De tv-zender schreef een wedstrijd uit waarbij iedereen 'iets verrassends kon doen met het Talpa-logo' om een prijs van 10.000 euro te verdienen. Uiteraard was deze actie voer voor een nieuwe FotoFuck op Retecool en de originele editie van de Talpa-FotoFuck werd weer online gezet.

Retecool was een duidelijk voorbeeld van een linkdump. Op deze weblog zul je nooit een blogpost zien over de gebeurtenissen in het dagelijks leven zoals de lifeloggers die beschreven. De schrijvers houden er wel van om de lifeloggers zo nu en dan wat te pesten en uit te dagen, al dan niet met de eigen bezoekers die worden opgeroepen om en masse de reactiepanelen of het gastenboek van een lifelogger te bezoeken. Retecool houdt een jarenlange haat-liefdeverhouding met de eerdergenoemde lifelogger Charis Rooda, een jonge webdesigner uit Den Haag. In navolging van haar vrienden begint ze met een weblog. Ze woont in hetzelfde studentenhuis als de linklogger Mark Heijblok (heijblok.com) en is bevriend met Bob den Otter, de ontwikkelaar van weblogsoftware Pivot en weblog Mijnkopthee.nl. Ze start haar weblog in 2000 en al snel komt er een webcam bij. De reden voor de webcam is niet helemaal duidelijk: 'Ik denk dat ik het gewoon eens ergens anders op een site heb gezien en het leek me wel wat.' Omdat de al wat bekendere bloggers Bob en Mark naar haar gaan linken, valt Charis al snel op in de weblogcommunity.

Hubert: *'Charis schreef vooral over zichzelf en gebruikte veelvuldig het woord "ik" met vervolgens een foto van Charis erbij. Reden natuurlijk om daarover te schrijven, want als je iets publiceert, moet je er vervolgens geen probleem van maken dat mensen daar een mening over hebben.'*

'10/31/2001 Entry: charis.nl

Charis (a.k.a. 'Charik') ikt: *'... Ik ben... Ik weet... als ik... ik ben... Ik leer... Ik zit... heb ik... ik moet... Ik ben... Ik kan... ik ben... zie ik... Ik sport... als ik... Ik zie...'. En dat in twee postjes. 91 reacties'*

Op Retecool heeft de komst van de reactiepanelen ervoor gezorgd dat er een gemeenschap van bezoekers ontstond. Veel reguliere bezoekers gingen op de links van Reet en consorten reageren en hielpen zo nu en dan mee met het geven van extra informatie. De komst van reactiemogelijkheden zou voor veel weblogs een zegen betekenen, omdat het je publiek zichtbaar maakt en het een discussieplatform kan zijn voor je eigen ideeën, de links en de verhalen die je online zet. Bij Retecool, en later bij andere shocklogs, verworden de reaguurders tot een klein leger van tijdelijk gelijkgestemden die met of namens de eigenaar van de weblog een kruistocht beginnen tegen alles en iedereen waarnaar wordt gelinkt. De massale bezoeken van de reaguurders op de veelal kleine weblogs van einzelgängers betekenden meer dan eens een server die onder het bezoek bezweek en op zwart ging, of een tijdelijke crisis bij de schrijver van het bezochte weblog. Het gastenboek, de reactiepanelen of een ander interactiemiddel op de weblog zou in een mum van tijd worden bezoedeld met alle vormen van commentaar. Variërend van snedige en spitse opmerkingen tot valse beschuldigingen, dreigementen en de voor Nederlandse termen onvermijdelijke Nekschoten.

'De term Nekschot komt van de shocklogger IJsqueen. In haar eigen weblogwoordenboek staat de definitie voor het woord als: "Afstraffing, ontslag, op mogen sodemieteren. Wordt verkeerd begrepen en in diskrediet gebracht, tevergeefs. ©IJsqueen"'

Charis was bij Retecool vaak aan de beurt om door het slijk te worden gehaald: *'Tja, ik was met de webcam een heel makkelijk mikpunt toen. Iemand als Luna (Maanisch.com) was veel stoerder en daar gingen ze toch niet zo snel op af. Ik denk dat ik zo nou eenmaal*

ben. Aan de andere kant, mijn blogpersonage was/is een prettig personage om je achter te verstoppen, omdat mensen heel weinig van je verwachten, en je zo makkelijk verrast.'

De vete tussen de twee lijkt tot een hoogtepunt te komen als een van de bezoekers op het Retecool-forum een scan plaatst van naar eigen zeggen, ondergoed van Charis. Gestolen tijdens een feestje in het studentenhuis waar de anonieme forumbezoeker aanwezig was. De gemoederen lopen hoog op bij Charis en haar bevriende bloggers, maar Retecool trekt zich nergens iets van aan. Charis stopt tijdelijk met bloggen, ze heeft even helemaal genoeg van de manier waarop de Nederlandse bloggers met elkaar omgaan.

Na de Dutch Bloggies-uitreiking van 2004 zitten Hubert en Charis rustig met elkaar te praten op een terras in Den Haag, waaruit blijkt dat de online vetes niet altijd even serieus moeten worden genomen. Zeker niet als het tussen bloggers onderling is. Door de jaren heen zouden de acties van een aantal weblogs wel steeds ludieker worden, maar met name steeds vervelender voor de reguliere offline media.

Je zou een vergelijk kunnen maken met de opkomst van de tv. In de beginjaren van de tv waren de programma's van een uitgesproken netheid en terughoudendheid. Met weblogs was dat in retrospectief in de begintijd ook zo. Natuurlijk waren er voor Retecool al meer blogs aan het schrijven onder een pseudoniem en werden andere sites en personen zo nu en dan al voor gek gezet. Maar Retecool was voor de weblogs wat in Nederland *De Fred Haché Show* was op tv. Het tv-programma uit de jaren '70 deed alles wat voor die tijd nog niet eerder was vertoond. Een soort antishow die brak met alle wetten die toen voor tv golden. Retecool is zeker na de 'webcam lessons' een vergelijkbaar pad opgegaan. Met de Foto Fuck Vrijdag en de horizontale blogprogrammering die Hubert erop nahield (vaste onderdelen op vaste dagen), was hij een van de eersten die bloggen naar een hoger niveau bracht op een moment dat Nederland massaal online kwam. Alt0169 en [Tonie.net](#) waren in 2000 de online newswatchers tijdens de vuurwerkcramp in Enschede. Ze hielden nauwgezet bij wat er waar en door wie werd geschreven en linkten er onvermoeibaar naar op hun eigen blogs. Retecool deed hetzelfde na de aanslag op de Twin Towers op 11 september 2001. Een aantal dagen vind je vrijwel niets anders dan links naar nieuws van overal op het web over deze wereldschokkende gebeurtenis. Hubert: *'Terwijl de meeste nieuwssites onbereikbaar waren, kreeg ik via Retecool enorm veel informatie en nieuwsupdates toegestuurd, die ik vervolgens online plaatste.'*

Hubert heeft door de jaren heen bewezen als geen ander te snappen hoe je online entertainment succesvol kunt maken en distribueren. Op 1 januari 2002 is Hubert het even beu: *'Er zijn meer weblogs dan inwoners in Nederland en dus stopt Reet ermee', maar in juni van hetzelfde jaar is hij weer terug: 'Just when I thought I was out, they pull me back in!'*

Robert van Eijden (Oxysept) heeft in januari 2002 een interview met zowel Retecool als Jan van der Knaap, de gestopte blogger van [LekkerBelangrijk.com](#): *'Van der Knaap stelde onder het motto "opkopen en sluiten" op zijn weblog voornamelijk de praktijken van in de marge rommelende webdesignbedrijven aan de kaak. Veel effect heeft dat niet gehad, zegt hij nu. "Slechts een klein aantal van de onder handen genomen*

sites werd gesloten." Toch hebben Retecool en LekkerBelangrijk niet voor niets geleefd, denkt Roth. "Weblogs hebben wellicht aangetoond dat je geen sloten vol geld nodig hebt om iets leuks en actueels op het net te brengen." Van der Knaap: "We hebben gelachen, en daar ging het mij om."

Als Retecool in juni weer terug is, zal Jan onder het pseudoniem LB in de gelederen van de site te vinden zijn. Samen met andere schrijvers zijn ze wederom de luis in de pels van vele online ondernemers, met name de charlatans en de oplichters. De Braatolizer is een van de meest succesvolle acties die we online hebben gehad in de strijd tegen spammers.

Uit de Retewiki: *'De Braatolizer was oorspronkelijk bedoeld om databases van spammers te vervuilen met nepklanten, die er niet uit te filteren zijn, omdat de Braatolizer zichzelf niet herhaalt. De Braatolizer vult bestelformulieren in duizelingwekkend tempo in. Voor iedere entry verzint ie een nieuwe set NAW-gegevens, uitgebreid met een greep uit de schier oneindige lijst scheldwoorden. Maar de victory is natuurlijk als de server van de spammer rokend ten onder gaat.'*

Hubert: *'De strijd die Retecool tegen spammers heeft gevoerd is wat mij betreft echt iets om trots op te zijn. Samen met stichting Spamvrij en af en toe met GeenStijl hebben we uiteindelijk een aantal grote spammers een behoorlijke klap toegediend met de Braatolizer. Zodra we wisten wie er achter de spamruns zat, lieten we er samen met onze bezoekers de Braatolizer op los, die vervolgens het netwerk van de spammer in kwestie platlegde. Later hebben we Akin Franks ontmaskerd (hoewel, "we", het was meer een verjaardagscadeau van Spamvrij voor Retecool, omdat we vier jaar bestonden). Akin Franks stuurde nogal eens spamruns uit mijn naam, wat uiteraard geweldige reacties opleverde. Een kleine bloemlezing is nog steeds online te lezen.'*

Er verschijnen snel meer weblogs die dezelfde stijlform kiezen als Retecool. Die het op zijn beurt weer heeft geleend van Alt0169. Schrijven onder pseudoniemen, dagelijks verse links naar alle uithoeken van het web, maar vooral dagelijks snel verversende, entertainende content.

**'Maar de victory is
natuurlijk als de server
van de spammer rokend
ten onder gaat.'**

flab

ber

'We hadden een server met glasvezelverbinding onder het bed van een vriend liggen.'

Gert-Jan Lasterie
<http://www.flabber.nl>

Ik werkte destijds bij een internetbedrijf en in mijn vrije tijd ben ik gaan oefenen in het opzetten van een website. Ik kreeg van veel mensen mailtjes met filmpjes en links en ik besloot die te gaan publiceren. Zie daar de geboorte van het weblog. Ik had wel een ambitie met Flabber: de grootste worden.

Na plusminus een jaar lieten de eerste vaste bezoekers zich regelmatig in de reactiepanelen zien. Hier kwamen ook de eerste medebloggers uit voort zoals Ruud en Paulo (Paul Opgenhaffen). Paulo is inmiddels mijn compagnon in Flabber. Daarna zijn er nog vele mensen bijgekomen, van vrijwillige crewleden tot freelancers en fulltime collega's.

We plaatsten grappige video's tot de meest bizarre links van Japanse sites. Het liep al vrij snel storm omdat we de filmpjes zelf hosten. Het was heel normaal dat een site uit de lucht ging als we naar het filmpje linkten: Ze werden flabberized. Alhoewel het leuk was om te gokken hoe lang een site het uit zou houden, was het natuurlijk erg vervelend en besloot ik zoveel mogelijk filmpjes zelf te hosten. We hadden een server, Silenzio genaamd, met glasvezelverbinding onder het bed van een vriend liggen. Op drukke zomerdagen moest het bed permanent opengekapt zijn omdat anders de server oververhit raakte.

De bezoekers zorgden zelf voor de verspreiding van onze links. Ik zorgde dat alle content makkelijk te linken was, om vervolgens de nieuwe bezoekers op die pagina's zoveel mogelijk door te laten klikken naar andere pagina's binnen Flabber. Daar heb ik erg veel mee geëxperimenteerd: hoe zorg je dat nieuwe bezoekers vaste bezoekers worden? Doordat we veel populaire content hadden die op andere sites vrij snel verdwenen door het teveel

aan traffic, hadden we al snel een troef in handen met het zelf hosten van content. Dat zorgde voor het virale effect.

Een bepalend moment voor Flabber was mei 2003. De server onder het bed trok het bezoek toen niet meer en we zorgden voor een overbelasting van het universiteitsnetwerk. We moesten op zoek naar een alternatief en vonden een sponsor voor de hosting. We waren één van de eerste weblogs die het taboe op banners verbrak, waardoor we met een scheef oog werden aangekeken door de groep bloggers van het eerste uur. Maar we wilden zoveel mogelijk leuke content aan een zo groot mogelijk publiek laten zien. Dat kost geld en vereist dus een vorm van exploitatie.

Ik heb het altijd vreemd gevonden dat we een shocklog zijn voor de media. De term linkdump was voor ons beter geweest. We zijn een aggregator, de dagelijkse selectie van het beste van het web, dat is waar onze bezoekers voor terugkomen. Maar die rol is gedeeltelijk wel uitgespeeld. Sinds de opkomst van social media is die rol voor weblogs minder belangrijk; mensen halen hun nieuws uit hun vriendenkring. Dat zagen we al een paar jaar geleden gebeuren, eigenlijk sinds de opkomst van YouTube. Daarom zijn we begonnen met het produceren van eigen, unieke content. De mix van 'best of the web' en eigen content werkt erg goed, maar we hebben een tijd nodig gehad om onze draai daarin te vinden."

In de beginperiode (2001-2003) kon je als weblog nog je plaats claimen. Er waren nog weinig andere blogs en het internet was nog grotendeels onontgonnen gebied. Blogs die er later bij kwamen moesten vaak concurreren met blogs die al op hetzelfde gebied bezig waren, en dan moet je creatiever zijn om je te kunnen onderscheiden. Die creativiteit was niet altijd aanwezig, waarna er vaak het bijltje bij werd neergegooid. Toch komen er nog regelmatig pareltjes bij, ook nu nog.

neukia

'Het was de kunst om als eerste de toffe filmpjes uit Amerika te kunnen jatten.'

Dolledingo a.k.a. @svetg
www.neukia.nl (nu offline maar nog wel te zien op www.meukia.nl)

De domeinnaam Neukia had ik in oktober 2002 geregistreerd en in de zomer van 2003 kwam ik met de eerste weblogs in aanraking. Met de weblogsoftware Pivot was het makkelijk om een weblog op te zetten. Ik verzamelde wat mensen om me heen en op 23 oktober 2003 schreef ik mijn eerste post. We hadden geen concept, geen richtlijnen, geen redactie. De weblog Neukia was een speelplaats met onbeperkte vrijheden. Het was een weblog vol bagger, alles kon, niks moest. De geboden variatie bleek goed aan te slaan, en met behulp van diverse linkjes van Jaggles en Volkomenkut groeide het aantal bezoekers dagelijks.

We hebben drie groeistuipen gehad. De eerste was de DDoS-aanval op de website van Brein. Ik maakte een simpele webpagina waarop elke vijf seconden zestien keer de site van Brein werd ingeladen. De webpagina verspreidde zich razendsnel via de hogescholen door heel het land. Ik heb het puur ingezet om Neukia wat meer bekendheid te geven, en dat is aardig gelukt. Sinds die actie hadden we 2.000 bezoekers per dag.

In 2004 waren we de eerste Nederlandstalige site die de onthoofding van de Amerikaanse soldaat Nick Berg liet zien. Vele weblogs namen het over, maar namen direct afstand van de inhoud, dus verwezen ze door naar Neukia. Volkomenkut werd in het RTL Nieuws genoemd, maar verwees ook door naar ons. Al met al hadden we die dag meer dan 50.000 bezoekers. Sindsdien noemen we ons met recht een shocklog en stegen we naar 12.000 bezoekers per dag. De Tonino-zaak heeft ons echt op de kaart gezet. Op een zondagavond ontvingen wij een mail van met het verhaal dat hij de Zonnet-mail van Tonino had gekraakt. Hij stuurde ons de screenshots en wij hebben

het direct online geplaatst. De dag erna begon de hectiek, alle nieuwssites hadden het er over. Inmiddels hadden we contact met een advocaat die ons vrijblijvend wilde adviseren. We hoefden ons volgens hem totaal geen zorgen te maken, de heer Tonino had teveel steken laten vallen. Dit advies bleek achteraf te kloppen. Diezelfde week ben ik door de KLPD als getuige gehoord en niet als verdachte, en daarmee was de kous af.

We kregen wel vaker unieke content. Zo plaatsten we als eersten de Housewitz-animatie (<http://nl.wikipedia.org/wiki/Housewitz>), getipt door de maker zelf. Bijna een maand later plaatste GeenStijl de animatie en toen werd het pas hot news. Voor Neukia-begrippen was het alweer oud nieuws. Het MDI verzocht GeenStijl om de animatie te verwijderen. Wij hebben nooit wat van ze gehoord.

Neukia is eigenlijk altijd een klein irritant weblogje geweest. We hadden gewoon schijt aan alles (dat kon toen nog). Vooral bij het linkloggen was het destijds de kunst om als eerste de toffe filmpjes uit Amerika te kunnen jatten. Was je te laat, dan werd er geheid in de reacties geroepen dat je content jatte van weblog x, y of z. Het was leuk, Neukia was een zootje ongeregeld. Ik studeerde nog in die tijd en dan is het prima uit te houden. Toen mijn leven wat meer structuur kreeg was het lastiger om vol te houden en besloot ik er mee te stoppen.

Voor zover ik dat kan zien is het weblogland niet echt verrijkt, wel fors uitgebreid. Als je heden ten dage nog succesvol wilt zijn, moet je een vakinhoudelijk weblog beginnen. Je praat dan niet meer over de duizenden bezoekers van vroeger, maar je bindt wel een oprecht geïnteresseerde groep mensen aan je. Vakinhoudelijke blogs zijn de enige weblogs die ik nog echt volg.

'Maar de grootste grap was eigenlijk dat we nooit de complete fotosessie in ons bezit hebben gehad.'

Waar Flabber en Neukia vooral zijn geboren uit hobbyisme met voorbeelden als Retecool, zijn er ook shocklogs die vanuit een andere optiek startten.

De blog Jaggle begint in juni 2003, maar de originele oprichters hadden eigenlijk andere plannen met de site. Sander Duivesteyn (pseudoniem: Zwelgje): *'De domeinnaam Jaggle had ik in 2000 geregistreerd omdat ik er samen met Marco Remmerde en Jurgen Ollande een alternatief voor Startpagina.nl voor wilde maken. Die site was net verkocht voor ettelijke miljoenen en wij dachten: als zo'n site verkocht kan worden, kunnen wij dat minstens beter doen!'*

Dezelfde avond bedenken Sander, Marco en Jurgen onder het genot van pizza's wat functionaliteiten voor de startpagina, maken een eerste versie en zetten hem online. Maar de dagen erna roept het werk weer en verliezen ze alle drie het plan uit het oog.

Sander: *'Ik zag in 2003 dat blogs steeds populairder werden. Ik kende Flabber al en ik bedacht dat ik hetzelfde kon doen. Ik installeerde Pivot, ik pakte het oude logo van de startpagina die we hadden bedacht en samen met Marco zijn we begonnen met de weblog Jaggle. De onderwerpen waren toen al vrijwel hetzelfde: humor, entertainment, mooie vrouwen en zo nu en dan wat schokkends.'*

Al in de eerste maand van hun bestaan springt Jaggle letterlijk in het oog als ze een eerste *flashmob* in Amsterdam organiseren. Een flashmob is dan nog een redelijk nieuw fenomeen. Via weblogs en fora worden mensen opgeroepen om op een openbare plek samen te komen, een onverwachte actie uit te voeren en als groep direct weer uiteen te vallen. Dit kan variëren van het vereren van een namaakdinosaurus in een speelgoedwinkel tot het gelijktijdig uitvoeren van een dans. Het laatste gebeurde in de zomer van 2009 bij het overlijden van Michael Jackson, waarbij de King of Pop werd geëerd door een flashmob in het Amsterdamse Vondelpark.

Sander en Marco roepen de lezers van Jaggle op om naar de Dam in Amsterdam te komen en daar op een afgesproken tijdstip te gaan kikkeren: op handen en voeten over de Dam springen als een kikker. Sander: *'Het werd door de media enorm opgeblazen, terwijl het eigenlijk een stupide idee was. Op het moment dat de flashmob zou plaatsvinden was het bezoek aan de site enorm. Ik zat op mijn werk en ik zag via de webcam die op de Dam stond gericht een paar mensen kikkeren.'* De flashmob was dan misschien niet zo'n succes, maar het zette Jaggle wel direct op de kaart. Sander had goed gekeken naar andere blogs, want hij begreep dat deze bezoekers weleens terug konden komen en dan wilden ze weer nieuwe content. Post First. Post Often. De schrijvers op Jaggle gaan in een sneltreinvaart aan de slag en posten de ene link na de andere, constant op zoek naar nieuwe primeurs die ze bekender en meer bezocht zouden maken. De tweede groei in bezoek zou Jaggle krijgen van Paris Hilton die haar seksuele escapades op een videotape had gezet die uiteraard op het web belandde. Jaggle is wereldwijd een van de eerste sites die de video op het net plaatste en dat had gevolgen voor het bezoek. De dagen die daarop volgden kon de server het bezoek maar net aan en Jaggle werd in de reguliere media genoemd als bron van de videotape.

Het is niet alleen seks en flauwe grappen waarmee Jaggle scoort. Ze tonen eveneens aan dat je door het invullen van een creditcardnummer in Google op ranges van

creditcards kunt zoeken en zo online spullen kunt bestellen. Het zorgt wederom voor een nieuwsmomentje bij de dan nog jonge weblog.

Jaggle heeft daarna nog twee enorme klappers die enerzijds zorgen voor landelijke media-aandacht, maar anderzijds laten zien dat de sfeer in de blogosfeer en daarbuiten aan het verharderen is.

Sander: 'Ik krijg op een avond een aantal foto's doorgestuurd vanaf een Braziliaans Yahoo-account. Dat was een maand voor de Playboy met Bridget Maasland uit zou komen. De foto's die ik kreeg waren duidelijk uit deze Playboy-sessie. We hebben toen één foto online gezet maar Playboy ontkende dat het Bridget Maasland was. Toen hebben we een tweede foto online gezet en werden de advocaten van Playboy wakker. Want het is natuurlijk wel vaker gebeurd dat er foto's van Playboy uitlekten, maar niet al een aantal weken voor het nummer in de winkel zou liggen. Dat was nu dus wel het geval. Die advocaten zaten aardig bij ons te pushen om ermee te stoppen, maar dat zagen we niet zo zitten. Na overleg besloten we om een actie te beginnen waarbij we de foto's zouden weggeven via e-mail. Dat mag namelijk gewoon. Vanaf het moment dat we de actie op de site zetten, was het hek van de dam. We kregen ongeveer honderd mails per minuut, onder andere van Adam Curry en Charles Groenhuijsen die om de foto's vroegen. Playboy kneep hem behoorlijk omdat ze wel doorhadden dat wat we deden niet strikt verboden is. Zolang we de foto's niet op het web publiceerden hadden ze geen poot om op te staan.'

Maar de grootste grap was eigenlijk dat we nooit de complete fotosessie in ons bezit hebben gehad. De twee foto's die we hadden gepubliceerd waren de enige foto's die ik had gekregen via die Braziliaanse e-mail. Het was eigenlijk één grote grap. We hebben toen wel publiekelijk bekendgemaakt dat we de foto's niet zouden weggeven, ook niet via e-mail. We hebben voor elke mail die binnen was gekomen, 19.152 om precies te zijn, tien eurocent gedoneerd aan Dutchpuppy, het goede doel van Bridget Maasland. Dat was voor ons weer een leuk momentje, eigenlijk gratis reclame.'

Wat Sander en consorten deden is een kenmerkende actie van shocklogs. Ze zien de kans schoon om een rel te veroorzaken, een primeur te hebben om de reguliere media af te troeven en ze laten geen middel onbenut om te kijken hoe ver ze kunnen gaan. Met name de *Playboy*-fotoshoots zijn gewild materiaal voor vele bloggers om zeker te zijn van een gestage stroom bezoekers die ze daarna, in fraaie marketingtermen, weten te converteren naar vaste bezoekers door onophoudelijk te blijven posten en controverse te veroorzaken.

Jaggle had succes met de onthulling van twee publieke figuren: Paris Hilton en Bridget Maasland. Maar het gaat één keer bijna mis. Heel erg mis. Zonder dat er bekende Nederlanders aan te pas komen. Juist de gewone Nederlander laat zich niet meer zomaar in de zeik nemen door weblogs.

Een ander shocklog, Zeikerdje.com, had een filmpje online gezet van een meisje dat op de kamer van een Marokkaanse jongen komt. Zij gaat met de jongen naar bed terwijl een verborgen webcam op de kamer alles op film zet. Als hij klaar is, komen zijn vrienden ineens tevoorschijn met wie hij het meisje compleet vernedert en verrot scheld. Dat filmpje wordt door veel weblogs overgenomen, inclusief Jaggle. Bij het filmpje

komt het leger van de reaguurders weer in actie en al heel snel worden de adresgegevens van die jongen achterhaald en online gezet. Voor de auteurs op Jaggle is dat niet eens zo'n probleem: *'Hij wordt aan de digitale schandpaal genageld, maar dat vond ik voor hem niet zo'n probleem.'* Toen ook de adresgegevens van het meisje online werden gezet, ging het heel snel heel erg mis. Sander: *'Ze was al slachtoffer en dat gebeurde toen weer. We werden flink bedreigd door die jongen die de video had gemaakt en door de vader van dat meisje. Bij Zeikerdje.com werd een fles door de ruiten gegooid, op onze voicemail stonden doodsb bedreigingen. We hebben nog contact gehad met de vader van dat meisje en heel snel alles er afgehaald en geen aandacht meer aan besteed. Na het incident met die webcam doen we niets meer met privégegevens en -gebeurtenissen van 'gewone Nederlanders'.'*

Jaggle en Flabber zijn voorbeelden van de tweede golf van weblogs die we in Nederland zagen. De eerste golf begon in 1999 met de pioniers zoals Alt0169, Sikkema en Tonie. Zij baanden de weg voor de lezers die allemaal net online kwamen, het internet ontdekten en probeerden uit te vinden wat er nu allemaal mogelijk was met dat medium. Er gebeurde veel in de eerste jaren, maar de pioniers waren vooral aan het uitzoeken wat nu exact de rol van weblogs was op het web. Weblogsoftware was nog relatief nieuw en je kon alleen zien of je favoriete weblog iets nieuws had gepost door hem daadwerkelijk te bezoeken. Tevens kende deze eerste groep elkaar nog niet en was het web nog een wonderlijke plek waar je steeds vol enthousiasme ging kijken wat er nu weer nieuw was. Als er een nieuw weblog ontdekt werd, dan meette je dat breed uit op je eigen weblog. Het netwerkeffect was bij de eerste weblogs al aanwezig, maar moest nog worden ontdekt.

De tweede golf die Retecool inluide, en waar Flabber, Jaggle en Neukia onderdeel van waren, hield zich al minder bezig met de techniek van weblogs, maar juist met de rol van weblogs in het medialandschap. Voor hen is het format van de weblog de ultieme manier om snel en eenvoudig berichten online te zetten. Sander: *'Retecool en VK Mag waren meer aan het experimenteren met content en het zoeken van de grenzen, wij keken daar goed naar en plukten daar de vruchten van.'*

Dat weblogs door de shocklogs als Retecool, VK Mag en Jaggle werden gepopulariseerd was niet onopgemerkt gebleven bij de printmedia en krantenredacties. Het aantal artikelen wat in de periode tussen 2002 en 2004 wordt geschreven over weblogs, en met name shocklogs, is bijna het dubbele van de periode tussen 2000 en 2002. Natuurlijk is dat niet alleen te danken aan de acties van de genoemde blogs. Veel van de artikelen worden geschreven door journalisten die hun sporen al hebben verdiend op eigen blogs of de online equivalenten van de printpublicatie. De shockloggers begrijpen de kracht van de media echter beter dan de eerdere groep en ze zien maar al te goed dat ze elkaar nodig hebben. Als de kranten veelvuldig schrijven over de shockloggers, is dat goed voor het bezoek aan de site. Die bezoekers zijn weer interessant voor adverteerders op de site. Iets wat tot 2003 not done was in de Nederlandse blogosfeer. Maar als Flabber in juli 2004 als eerste banners plaatst op het blog, volgt de rest al snel. De extra inkomsten voor de bloggers betekende voor sommigen dat ze het schrijven niet meer naast een betaalde baan hoefden te doen, maar dat ze konden leven van hun weblog. Zowel Flabber als VK Mag hebben al snel een betaalde redactie en ze kunnen uitbreiden met extra publicatiemogelijkheden. Ze gaan beiden

eigen videoshows maken, unieke content die ze op een eigen server publiceren. Daarmee zijn ze als weblog zelf weer een bron geworden voor andere weblogs. Waar ze in de beginjaren linkten naar video's elders op het web, hebben ze nu zelf deze plek in het weblogecosysteem. Andere blogs gaan linken naar de video's, wat uiteraard weer nieuwe advertentiemodellen creëert. Voor de schrijvers op Jaggle blijft het echter een hobby: *'We hebben vrijwel allemaal een vrouw en kinderen, dus je moet zeker weten dat er brood op de plank komt. We hebben een paar keer de kans gehad om die stap te zetten en verder te commercialiseren, maar hebben dat uiteindelijk niet gedaan. Voor ons moet het een hobby blijven.'*

'GeenStijl is behalve een weblog natuurlijk ook een gevoel, een illusie: we doen ons graag voor alsof we in roze Hummers rijden en met lekkere vrouwen op mooie stranden liggen.'

In april 2003 start een nieuw weblog. Schijnbaar weer een zolderkamerproduct met veel links en entertainment. De knalroze vormgeving valt op. Maar wat nog meer opvalt is de schrijfstijl en de ongenadige hardheid van de posts. GeenStijl is geboren. Dominique Weesie werkt nog bij *De Telegraaf*, samen met Romke Spierdijk. Weesie heeft de naam GeenStijl bedacht, maar heeft nog geen idee wat hij ermee moet doen. Als hij samen met Spierdijk gaat brainstormen, zien ze sites als Retecool en Volkomenkut (later VK Mag). Spierdijk: *'We hadden het idee dat het beter kon. Ze hadden best leuke dingen, maar slecht opgeschreven en slecht gemarket. En zo zijn we begonnen. We hadden elkaar dag en nacht aan de telefoon. Dominique vond het toen vooral leuk om te schrijven. Hij wilde gewoon gave stukjes tikken.'*

Waar Retecool met een gestrekt been de blogosfeer intrapt, laat GeenStijl een nucleaire bom vallen. Ze zeiken alles en iedereen af en ze kennen geen medelijden, met niemand. Ze nemen net als hun voorgangers in de shocklogs een pseudoniem aan en weten deze lange tijd vol te houden. Dominique Weesie noemt zich Fleischbaum, Romke Spierdijk is Rombo. Al snel wordt een derde auteur erbij gehaald in de persoon van Ambroos Wieggers, alias Prof. Hoxha. Ambroos heeft een verleden bij Planet Multimedia, onderdeel van Planet Internet waar Tonie, Lars en andere bloggers vandaan kwamen. Tonie herinnert zich nog dat Ambroos vaak op sites als Retecool zat te kijken en zich afvroeg waarom sites met zulke content zoveel bezoekers kregen. De drie beginnen aan GeenStijl en gebruiken daarbij hun journalistieke achtergrond. De schrijfstijl, de toon, het venijn, het is duidelijk geen werk van amateurs. Maar het zou nog even duren voor Nederland achter de ware identiteit van deze online relschoppers kwam.

Het doel van GeenStijl is om in Nederland de genadeloze benadering van de Britse tabloids te introduceren: afrekenen, man en paard noemen en campagnes voeren. In interviews refereren de makers vaak aan de Britse tabloids, die niet bang zijn om stelling te nemen, een kant te kiezen en zo nu en dan een flinke knauw uit te delen naar de media. Als de reguliere media zich vasthoudt aan het noemen van de initialen van een dader, dan zal GeenStijl de eerste zijn om de volledige naam van de crimineel of verdachte online te zetten. Bevolkingsgroepen worden in de artikelen genoemd en alle politieke partijen krijgen ervan langs. Ook de politieke partijen waar de makers zelf een voorkeur voor hebben worden niet gespaard in de online tirades van zowel de redactie als de reaguurders. GeenStijl wordt veelal als een rechts-populistische

publicatie weggezet, maar dat wuiven de makers weg. Ze sparen niemand, de VVD of Geert Wilders krijgen het onderste uit de kan op het moment dat ze hun kans schoon zien. Evengoed als de SP. Al kan Jan Marijnissen wel de goedkeuring van Weesie wegdragen volgens oud-columnist Bert Brussen: *'Een beetje een anarchist, een selfmade man met duidelijke standpunten.'*

Als er één element van de blogosfeer is wat GeenStijl goed heeft begrepen, dan is het de macht van de grote getallen. GeenStijl slaat een andere toon aan dan de overige online publicaties, weblogs en kranten en dat raakt een snaar bij een groot deel van de internetbezoekers. En masse komen ze op de scherpe stukken af en laten ze, grotendeels anoniem, hun eigen ongezouten mening achter. Niet eerder werd het zo duidelijk wat er leefde bij de gemiddelde Nederlander, dan in de reacties van GeenStijl. Wellicht dat hier de theorie van tekenaar John Gabriels van toepassing is. In zijn Greater Internet Fuckwad Theory introduceert hij de volgende formule:

Normaal Persoon + Anonimiteit + Publiek = Complete Debiel

Er lijkt een omgekeerde relatie te zijn tussen de hoeveelheid anonimiteit in een online publicatie en de kwaliteit van de discussie op die plaats. De blogosfeer was en is een plaats waar je je redelijk anoniem in kunt bewegen, wat zeker zijn voordelen heeft. Maar als je deze anonimiteit te ver doorvoert, gaat bovenstaande theorie van Gabriels in werking treden. Op GeenStijl lijkt deze theorie een praktische invulling te krijgen. De scheldkanonnades, doodsb bedreigingen en ronduit racistische opmerkingen die in de reactiepanelen verschijnen, hebben veelal de overhand op de discussies die er plaatsvinden.

Maar de manier van reageren is niet nieuw. Anoniem reageren, je ongezouten mening geven en daarmee weggelaten is een exponent van het internet sinds de begindagen. Op de ouderwetse nieuwsgroepen was en is het mogelijk om als anonieme reaguurder je mening te geven. Maar de eerste bloggers waren niet vies van een fraai staaltje polemiek zo nu en dan. Op het moment dat het mogelijk wordt om anoniem een reactie te geven, zul je onherroepelijk negatieve en schreeuwerige reacties krijgen.

Hebben Nederlanders dan zo'n behoefte om anoniem hun gal te spuien over buitenlanders, homo's, milieuactivisten en de overheid? Blijkbaar wel. Met name de genuanceerde artikelen die op weblogs verschijnen lijken weinig tot geen reacties te geven. Pas als het echt radicaal wordt krijg je de reacties. GeenStijl heeft heel goed begrepen dat de burger kan terugpraten op het internet. De makers van de site komen uit de online cultuur en zij begrepen en begrijpen het medium. De andere media begrijpen dat niet. Die snappen niet dat het internet een medium is waar in beginsel iedereen gelijk is en je zonder dure drukpers en journalisten je mening online kunt zetten. GeenStijl heeft dat tot in de finesse begrepen. Andere media hebben niets anders geleerd dan het zenden van informatie vanuit het perspectief dat zij weten wat goed is en dat zij de waarheid in pacht hebben.

De meningen over GeenStijl verdelen de blogosfeer. Het leeuwendeel van de bloggers in Nederland zien liever de kleine, gezellige community die er al jaren was en waarin het goed gedijen was. Met de komst van GeenStijl werd duidelijk dat weblogs

de kinderfase voorbij zijn en de puberteit ingaan. Niet iedereen is er even van gediend en met name rondom de jaarlijkse Dutch Bloggies is het de eerste jaren raak met GeenStijl. Met hun enorme aanhang weten ze de publieksverkiezingen jaar op jaar te manipuleren, waardoor ze er met vrijwel alle prijzen vandoor gaan.

Al in de eerste maanden hebben Weesie en Spierdijk een eerste publicitair succes met het 'kraken' van de Airmiles-kaart van radio-dj Patrick Kicken. Weesie: *'Dan zie je op eens hoeveel aandacht zo iets krijgt en hoe het balletje gaat rollen. Als je anders probeert te doen dan wat er nu gebeurt in de media, dan kun je de media halen.'*

Patrick Kicken is een radio-dj bij de TROS die in 2003 net een eigen weblog heeft. In zijn radioprogramma refereert hij geregeld aan zijn weblog en dagelijks zijn er wat besomeringen van Patrick te vinden. Op 4 juni 2003, als Patrick bijna een jaar blogt, zet hij een kassabon op zijn weblog waar zijn Airmiles-nummer op staat. Onder de scan schrijft Patrick: 'Er is een reden dat ik dit hier neerzet. Alleen ben ik die even kwijt. O ja, ik vroeg me af of je met iemands Airmiles-nummer het privéadres van diegene kunt achterhalen.' Maar hij vraagt zich ook af hoe het toch kan dat je voor de 63 euro waarmee je vroeger een volle kar boodschappen had, nu nog maar anderhalve tas met magnetronmaaltijden krijgt. De eerste reacties op de blogpost gaan vooral daar op in. Patrick wordt verweten dat het zijn eigen schuld is, moet hij maar niet van die luxe producten kopen. De prijs van meloenen en magnetronfrites wordt besproken en Patrick krijgt tips over de Lidl en de Dirk van den Broek. Na een twintig reacties verstomt de discussie en is Patrick weer vrolijk over andere onderwerpen aan het schrijven. Tot 16 juni, wanneer op GeenStijl de post verschijnt met de titel: 'Kicken Gekraakt'. De redactie van GeenStijl had de post gezien en ging de uitdaging van Kicken graag aan. Met het Airmiles-nummer van de kassabon, de geboortedatum van de diskjockey en de optie 'wachtwoord vergeten' kon je in een oogwenk toegang krijgen tot de gegevens van de Airmiles-pas. Zo konden de redacteurs de gegevens van Kicken wijzigen en de gespaarde Airmiles uitgeven. Uiteindelijk doen ze dat niet, ze mailen de dj zijn nieuwe wachtwoord en gaan weer over tot de orde van de dag. Patrick Kicken neemt het sportief op en schrijft er weer over op zijn weblog. Het lijkt een futiele actie, maar hij laat zien hoe de mannen van GeenStijl doorhadden hoe je journalistieke principes online kunt gebruiken en er een eigen draai aan kunt geven. GeenStijl had de Airmiles-pas al in het weekend gekraakt. Ze hebben echter gewacht met het publiceren tot maandag omdat een bericht in het weekend nauwelijks opvalt. Tevens zorgden ze ervoor dat het nieuws op Nu.nl kwam, op dat moment een van de grootste online nieuwssites van Nederland. Het artikel op GeenStijl is meer dan bluf, want ze laten met grote screenshots zien dat ze het daadwerkelijk voor elkaar hebben om de Airmiles-pas te kraken. Ze zijn er niet op uit om Patrick Kicken een loer te draaien, maar ze laten wel op subtiele wijze zien hoe het met de beveiliging van sommige websites is gesteld. De beveiliging van persoonlijke gegevens online, privacy issues en digitale burgerrechten zijn een onderwerp van discussie sinds de start van het particuliere internet, wat zo nu en dan weer aangezwengeld wordt met acties zoals deze. Het verschil is nu echter dat de manier waarop het nieuws zich kan verspreiden vele malen sneller gaat dan voorheen. Bij beveiligingslekken in computers en webapplicaties is het een ongeschreven regel om bij de ontdekking van een lek eerst contact op te nemen met de maker van de applicatie. Zij krijgen dan de kans om het gat te dichten voordat er een publicatie komt waardoor anderen vaak de truc gaan proberen. Waar traditionele journalisten wellicht

eerst contact hadden opgenomen met Airmiles om het beveiligingsgat te melden, gaat GeenStijl er vol in en publiceren ze de fout voordat Airmiles de kans heeft om hem te herstellen. Patrick Kicken legde de bal voor het doel met zijn opmerking over de pas en GeenStijl trapt hem hard in de kruising.

In het eerste jaar van GeenStijl komen er meer van deze acties, waarbij onder andere de site van de AEL, de Arabisch-Europese Liga wordt gehackt en ze de stemfraude bij het Nationaal Songfestival onder de aandacht brengen. De TROS ontkent alle aantijgingen, maar er verschijnen op de weblog anonieme beschuldigingen van betrokken partijen en entertainmentadviseurs die pijnlijk duidelijk maken dat er wel degelijk wordt gefraudeerd. Deze fraude komt slechts een maand nadat GeenStijl duidelijk maakt dat de stichting Stivoro het niet al te nauw neemt met de cijfers.

De stichting Stivoro streeft het stoppen van roken na. Ze ontvangen hiervoor jaarlijks subsidie van de overheid en kunnen met deze gelden onder andere grootschalige campagnes en websites opzetten. Voor Stivoro is het einde van het jaar altijd een interessante periode om aanwezig te zijn in de media, omdat rond 1 januari veel Nederlanders het voornemen maken om te stoppen met roken. Stivoro heeft rond de jaarwisseling van 2003-2004 een website online gezet ter ondersteuning van de campagne 'Nederland start met stoppen'. Op de site kunnen Nederlanders hun goede voornemen kracht bijzetten door hier op te geven dat ze stoppen met roken. Vanuit de gedachte dat gezamenlijk stoppen wellicht makkelijker is, wil Stivoro zo veel mogelijk Nederlanders aanzetten om te stoppen met roken. Begin 2004 stuurt Stivoro persberichten uit waarin ze vol trots melden dat er 950.000 Nederlanders zijn gestopt met roken. Een fors aantal dat vraagtekens zet bij GeenStijl. De redactie gaat op onderzoek uit en komt al snel tot heel andere conclusies. Zo zijn de statistieken van de website openbaar, iets wat in die tijd nog vrij normaal is. Statistische pakketten voor websites zijn net in opkomst en nog vrij prijzig. Diverse online aanbieders als Nedstat en Hotstat bieden dan redelijk rudimentaire versies aan van analyse-instrumenten waarmee unieke bezoekers, aantal bezochte pagina's en de duur van het bezoek zijn te meten. GeenStijl ontdekt de statistieken van de site en publiceert op 2 januari 2004 de eerste getallen. In het artikel plaatsen ze screenshots van de statistieken, waarop is te zien dat in oktober en november een totaal van 32.081 bezoekers op de site is geweest. Terwijl Stivoro in december een persbericht verstuurt waarin wordt gezegd dat er al ruim 400.000 Nederlanders zich hebben voorgenomen om te stoppen met roken. Dat voornemen hebben ze volgens het persbericht op de site laten weten. Dat statistische pakketten altijd een foutmarge hebben is algemeen bekend, maar een marge van 90% is wel erg gortig. In december zijn er op de site 107.149 bezoekers, waardoor het vrijwel onmogelijk wordt dat er in januari 950.000 Nederlanders het voornemen hebben om via de site te stoppen met roken. GeenStijl bijt zich in de zaak vast en publiceert alle bevindingen online. Een dag later zijn de cijfers op de site bijgesteld naar 800.000, waarbij Stivoro aan de media meldt dat ze gehackt zijn. GeenStijl vermoedt dat hier wordt gerefereerd aan het maken van de screenshots van de statistiekenpagina's in hun artikel op 3 januari. Ze vragen zich af hoe het mogelijk is dat er slechts 9.849 profielpagina's zijn op de site, terwijl Stivoro claimt dat er 100.000 aanmeldingen zijn. Kijkend naar de eerste statistieken van de 107.149 bezoekers, is een aantal van 9.849 aanmeldingen een conversie van 10% en nog best goed te noemen. Het is vreemd dat Stivoro zo met de cijfers goochelt en GeenStijl gaat door met zoeken en publiceren.

De vasthoudendheid van GeenStijl begint op te vallen in de media en de vragen om duidelijkheid groeien. Stivoro maakt dan in allerijl bekend dat het cijfer van 953.753 is gebaseerd op een onderzoek van de NIPO, maar dit wordt vrijwel direct onderuit gehaald omdat de NIPO zelden tot nooit zulke gedetailleerde cijfers bekendmaakt. Maar Stivoro blijft liegen want: *'... het was Stivoro dat bij monde van directeur Trudy Prins, herhaalde malen heeft verklaard dat "meer dan 100.000 mensen" zich via de website hebben geregistreerd.'*

Ondertussen beginnen de bezoekers van de site zich te roeren in de zaak, maar uiteraard wel op hun geheel eigen, anonieme en nietsontziende wijze. De openbare persberichten waar GeenStijl naar linkt bevatten onder andere het telefoonnummer van de directeur van de stichting, Trudy Prins. De reaguurders zijn niet al te zachtzinnig met de directeur en ze krijgt allerlei verwensingen naar haar hoofd geslingerd in de reacties op GeenStijl. Dit zorgt voor een rel die Stivoro niet gewend is. Persberichten werden in de analoge wereld altijd naar persagentschappen en diverse redacties gestuurd of gefaxt en het is vrij gewoon om onder het persbericht een naam en telefoonnummer te plaatsen om meer informatie op te vragen. Deze informatie staat altijd onder het kopje 'Niet voor publicatie' en dit wordt door alle media gerespecteerd. Als het ANP besluit om de persberichten online te publiceren, zijn ze daarbij wel vergeten om die onderdelen uit de berichten te verwijderen. De persberichten zijn online vrij opvraagbaar en door iedereen in te zien. Het linken naar een pagina is een van de grootste krachten op het internet en als oude mediabedrijven nog steeds denken dat ze weggelaten met de gedachte dat 'de burger' deze informatie niet snel zal vinden, dan heeft GeenStijl begin 2004 laten zien dat de wereld is veranderd. Als we daarbij de anonieme reactiemogelijkheden op GeenStijl meetellen, dan is de kans erg groot dat Trudy Prins op haar mobiele nummer de meest verschrikkelijke verwensingen zou krijgen. Dat gebeurt en mevrouw Prins overweegt aangifte te doen omdat ze met de dood wordt bedreigd. In de reacties wordt de discussie op de persoon Trudy Prins gespeeld in plaats van de feiten die GeenStijl aanbrengt in haar eigen stukken. In het nieuwsbericht over de aangifte maakt mevrouw Prins nog een denigrerende opmerking naar de lezers van persberichten. Ze zegt dat het voor Stivoro vanzelfsprekend is dat NIPO de bron is van het onderzoek omdat ze al jaren met ze samenwerken. *'Blijkbaar is dat voor de lezer van persberichten minder het geval.'* Een typisch geval van hooghartig gedrag waar de internettende, hyperlinkende en anoniem reagerende Nederlander meer en meer een hekel aan krijgt, waarna mevrouw Prins er wederom van langs krijgt in de reactiepanelen.

Planet Multimedia publiceert eveneens over de situatie, maar vraagt om opheldering over de cijfers. Stivoro meldt dat ze het NIPO-onderzoek online zullen publiceren, maar dit laat nog een paar dagen op zich wachten. Bij GeenStijl heeft de hele situatie wel gevolgen. Was het tot op dat moment nog mogelijk om te reageren op de posts die over Stivoro gaan, vanaf 7 januari 2004 gaan die posts op slot en is het niet meer mogelijk om erop te reageren. Omdat volgens de redactie alle comments verzonden in gescheld op *'Pinokkio Prins'* en *'GeenStijl maakt namelijk graag ruzie, maar dan wel op basis van redelijke argumenten en bewijzen'*.

Op 8 januari staat het onderzoek van NIPO online en GeenStijl duikt direct in de cijfers. Wat gelijk opvalt is dat de laatste bewerkingsdatum van het document een dag eerder

ligt. *'Dat riekt naar een haastklus.'* In de conclusies van het onderzoek is te lezen dat *'950.000 Nederlanders de intentie hebben om te stoppen met roken'*. Het is het woord 'intentie' wat de zaak weer op scherp zet bij GeenStijl. Zoals ze zelf zeggen: *'Nou hebben wij van GeenStijl regelmatig de intentie iemand dood te slaan, maar in de praktijk hebben wij dit nog nooit ten uitvoer gebracht.'*

De onderzoeksuitkomst heeft een flinke foutmarge, waardoor het vermoeden weer verder rijst dat het bij Stivoro vooral om de subsidies gaat. Al eerder heeft een briefschrijver duidelijk gemaakt dat Stivoro jaarlijks een flinke subsidie krijgt voor de campagnes. Omdat Stivoro een voorstel heeft gedaan om afgerekend te worden per stoppende Nederlander, is het gebaat bij zo veel mogelijk stoppende Nederlanders. Om dan erg ondoorzichtig met cijfers en persberichten om te gaan is niet al te slim van de stichting. Zeker als je niet al te veel thuis bent in de mogelijkheden van het internet om aan cijfers, broncodes en scripts te komen die het tegendeel kunnen bewijzen van wat je zelf claimt.

Naar aanleiding van de hetze rondom Trudy Prins en Stivoro komen andere media in beweging en zendt *Netwerk* op 22 oktober 2004 een reportage uit over GeenStijl. Deze reportage laat voor het eerst GeenStijl op tv zien en wat ze met Stivoro hebben gedaan. Een van de geïnterviewden is Francisco van Jole en hij uit zich met name over het feit dat de redactie van GeenStijl zich blijft hullen in geheimzinnige pseudoniemen en het openbare debat niet aan durft te gaan. Zoals hij zelf zegt: *'Ze willen zich nooit verantwoorden. Dus ze willen wel deelnemen aan het maatschappelijk verkeer, ze willen wel voortdurend meningen verkondigen, ze willen wel heftige dingen losmaken, maar als je ze erop aanspreekt, zijn ze bijna nooit thuis.'* GeenStijl pakt de handschoen op en 27 oktober 2004 is er een live uitzending van *B&W* waarbij Hanneke Groenteman een discussie leidt tussen Francisco van Jole en Ambroos Wieggers (Prof. Hoxha). In het publiek zijn onder andere aanwezig Jaap Stalenburg alias StarF*cker op GeenStijl, Hubert Roth van Retecool en Dave van Volkomenkut. Trudy Prins is aanwezig bij de uitzending en zij zal geregeld GeenStijl aanvallen met beschuldigingen over de doodsbrengingen en de verwensingen. De discussie onttaardt al snel in een ordinaire scheldpartij waarbij met name Francisco steeds harder gaat schreeuwen en niemand uit laat praten. Dat valt Dave op en hij meldt dat terloops aan Francisco. Dat doet hij vergezeld met een handbeweging die vanaf dat moment het 'Vingertje van Francisco' zou heten.

Het is jammer dat die uitzending op die manier is verlopen. Want met het onderzoek van GeenStijl is niets mis. Sterker nog, het is een onderzoek wat de reguliere media uit hadden kunnen voeren als ze zich hadden afgevraagd wat er gaande was met de cijfers die Stivoro naar buiten bracht. In de uitzending van *B&W* wordt beweerd dat wat GeenStijl doet niets met journalistiek te maken heeft omdat ze een aantal principes van de journalistiek met voeten treden, met als belangrijkste argument het hoor- en wederhoorprincipe. Planet Multimedia noemt dit terloops in hun artikel. Maar je kunt je afvragen of GeenStijl, of elke weblog voor dat geval, zich wel een journalistieke publicatie wil noemen. Volgens het colofon wisselen op GeenStijl nieuwsfeiten, schandelijke onthullingen en journalistiek onderzoek elkaar af met luchtige onderwerpen en prettig gestoorde onzin. Goed, dus wel een journalistiek medium, maar volgens welke principes? Want de vraag of bloggen wel journalistiek is, wordt vooral door de journalistiek zelf gesteld. De bloggers maken zich er niet zo druk meer over. Je zou

kunnen zeggen dat de argumenten vooral over de principes van de journalistiek gaan. Maar zou het kunnen dat het meningsverschil onderhuids eigenlijk gaat over de status die de journalist heeft in Nederland? Journalistiek is een professie die de afgelopen eeuwen een vrijwel zelfde traject meemaakte als bloggers doen. Met de uitvinding van de drukpers in de vijftiende eeuw ontstond de situatie dat het maken van documenten voor meer mensen voorbehouden was dan alleen de monniken die nauwkeurig kopieën maakten van met name heilige geschriften. Er ontstond in Nederland een cultuur van pamfletten en manifesten waarbij eenieder met toegang tot een drukpers zijn mening kon verkondigen.

Met de komst van het web en nog specifiek de weblogs, was er een kanaal ontstaan waarmee iedereen zijn eigen digitale pamflet kon maken. Niet alleen om je eigen mening te verkondigen, maar ook om ongebreideld te reageren op de mening van anderen. Een reactie op papier bij een krantenartikel of een tv-programma was voor veel mensen een stap te ver. Een goede brief samenstellen, die uitwerken, op de bus doen en dan maar hopen dat de brief werd gepubliceerd in de krant of werd voorgelezen op tv. Omdat deze media maar een beperkte ruimte hadden in tijd en ruimte, konden nu eenmaal niet alle reacties worden behandeld of onder het voetlicht worden gebracht. Het internet gooide dat model overhoop waarmee het leek alsof alle niet-gepubliceerde brieven aan de redacties nu online kwamen. Verder was de drempel om te reageren nog makkelijker geworden, omdat een reactie uit één woord of een halve, grammaticaal uitdagende, zin kon bestaan. Je reactie werd niet meer gewikt of gewogen door een redactie, of deze wel kon worden uitgezonden of geplaatst. Alle reacties, wel of niet onderbouwd, denigrerend of ronduit kwetsend, kregen met de komst van weblogs een gelijke waarde. De rol van de journalist is duidelijk veranderd en wellicht vragen journalisten zich af of ze nog wel nodig zijn? Of ze niet vervangbaar zijn door bloggers? Die vraag is vaak gesteld, maar is niet relevant. Bloggers kunnen de journalistiek niet vervangen. Maar wellicht dat deze vraag een innerlijke angst van de journalisten uitspreekt dat de wereld is veranderd. Bloggers zijn er grosso modo niet op uit om de journalistiek te ondermijnen en uiteindelijk overbodig te maken. Maar bloggers zullen ook geen moeite doen om de journalistiek te redden. Waarom zouden ze? Al die jaren heeft de journalistiek hautain en soms ronduit denigrerend en vijandig gedaan over weblogs. Is het dan nu aan deze groep om de journalistiek uit het slop te redden?

Een ander uitgangspunt wat GeenStijl en andere blogs uitermate goed hebben begrepen, en wat de traditionele media hebben laten liggen, is het verschil tussen publiek en toehoorders. Kranten, magazines, tv en radio hebben met name te maken met toehoorders. Het is een relatief passieve bezigheid om deze media te consumeren. Je kunt je mening geven maar deze bleef voor de komst van het internet vooral binnenskamers of in een relatief kleine groep in de kroeg of buurthuis. De oude media waren en zijn gewend om te zenden. Om datgene wat zij als curator van al het aangeboden te selecteren en over de massa uit te storten. Het internet heeft die relatie voorgoed veranderd. Ineens waren wij niet meer louter mediaconsumenten, maar was er interactie mogelijk. Zoals de oude theatermakers hun publiek vaak betrokken bij de voorstelling, zo maken weblogs het mogelijk om lezers te betrekken bij de verhalen die online staan. Door de reactiepanelen open te zetten geeft een weblog de mogelijkheid om de verhalen uit te breiden, van andere kanten te belichten en er een vervolg aan te geven. Dat vervolg gebeurt vaak in de dagen erna, maar hier geldt weer een ander

principe wat de traditionele media niet gewend waren. Bij de traditionele nieuwsredacties heerst nog vaak het gegeven dat een nieuwswaardig bericht maar een beperkte houdbaarheid heeft. Het is aan de redacteur om op een bepaald moment te stoppen met de berichtgeving en door te gaan met de volgende nieuwswaardige momenten. Dat is logisch, een redactie heeft maar een beperkte tijd en mogelijkheden. Een krant heeft altijd exact voldoende pagina's voor het nieuws van die dag, er moeten altijd keuzes worden gemaakt. Online is dat anders. Daar zijn geen grenzen aan de hoeveelheid nieuws die kan worden geplaatst en er zijn geen tijdsgrenzen wanneer een bericht niet meer nieuwswaardig is. Bloggers hoeven zich geen moment aan de tijdschema's van de redactie te houden om zo een nieuwswaardig bericht te laten vallen ten faveure van een ander. Als blogger, op je digitale zeepkist, kun je zelf bepalen wat je nieuws vindt en hoe lang jij en je lezers ermee doorgaan om erover te schrijven.

Het debat over journalistiek versus bloggers loopt al sinds het moment dat Matt Drudge in zijn Drudge Report een bericht schreef over de vermeende seksuele escapades van Bill Clinton in het Witte Huis. Het is een debat zonder een einde, die met name door de journalisten wordt gevoerd en waar iets te vaak eenzijdig wordt gekeken naar de journalistieke argumenten. Het kan echter geen kwaad om goed te kijken naar de andere kant van het spectrum in dit debat. Naar de blogs als Sargasso, GeenCommentaar en GeenStijl, die op een nieuwe, non-traditionele manier onderzoeken, schrijven en linken en daar een eigen mening over geven. Als je dat doet zul je merken dat het debat al snel over is. Er is geen versus in dit debat, maar journalisten en bloggers staan naast elkaar in een culturele en maatschappelijke arena waar dagelijks veranderingen zijn. Er is niet één waarheid meer die de kranten zo lang wilden brengen. Er is alleen een drukke, rumoerige samenleving die open is voor iedereen en waar zowel oude als nieuwe ideeën hun weg vinden.

Na de aanvaring met Stivoro en de opvolgende tv-uitzendingen bij *Netwerk* en *B&W* rijst de ster van GeenStijl. Ze nemen met het legioen van reaguurders meerdere internetverkiezingen over, waaronder die van de Dutch Bloggies en van chipsfabrikant Smiths. Niet veel later liggen de Dorito's – GeenStijl in de handel. Maar er gebeurt meer. Zo nu en dan laten GeenStijl en andere shocklogs zich ook van een andere kant zien. Als in januari 2004 de docent Hans van Wierden wordt vermoord door een leerling, gaan de grote weblogs een dag lang op zwart om medeleven te betuigen met de nabestaanden. Zoals GeenStijl zelf zegt in hun bericht: *'Ruzie los je op door met elkaar in discussie te gaan, niet door geweld.'* In het voorjaar van 2004 besluit GeenStijl een kleine pauze in te laten. Met een nepbericht over de mishandeling van een van de redacteurs sluiten de deuren, maar een paar maanden later is GeenStijl weer terug. Harder en meedogenlozer dan de anderhalf jaar daarvoor. Maar bij de moord op Theo van Gogh laten ze samen met Retecool zien dat ze ook het newswatchen in de vingers hebben zoals Alt0169 en Tonie deden. In 2006 geeft Weesie in een interview de reden voor de tijdelijke stop. De confrontatie met Stivoro en de houding van de reaguurders is ze niet in de koude kleren gaan zitten: *'Dit soort dingen heb je niet in de hand. Als een paar bezoekers de boel gaan verzieken, is het niet leuk meer. Bovendien ging er verschrikkelijk veel tijd in de website zitten terwijl het niets opleverde, behalve applaus. In een dronken bui, om drie uur 's nachts, hebben we toen besloten ermee op te houden.'* Een halfjaar later gaat het bij Weesie en consorten weer knagen en ze missen het schrijven voor GeenStijl. Deze keer pakken ze het wel volwassener aan. Er komt een redactie,

de reacties worden gemodereerd en GeenStijl gaat in zee met het dan net gestarte online salesbureau AdFactor voor de advertentieverkoop. Ondanks de advertenties en het meer volwassen imago gaan de zes redactieleden onvermoeibaar door met het leggen van bommetjes bij politiek, overheid, entertainment en eigenlijk iedereen 'die erom vraagt'. In maart 2005 kondigden ze aan dat ze het kabinet zouden laten vallen. Er zouden zes bussen met leden naar een D66-stemming gaan, genoeg om de stemming over een gekozen burgemeester doorslaggevend te beïnvloeden. Het gevolg zou een kabinetscrisis zijn. GeenStijl geeft toe dat het een 1 aprilgrap was, maar wel één waarmee ze wederom het journaal haalden.

Het succes van GeenStijl is bij grote uitgevers niet onopgemerkt gebleven en na onderhandelingen besluit Weesie met zijn oude werkgever *De Telegraaf* in zee te gaan. Voor een officieel onbekend bedrag neemt de uitgever in 2006 een belang van 40% in de site. In 2008 koopt Telegraaf Media Groep het volledige aandelenpakket van Nieuwsmedia, de uitgever van GeenStijl en de succesvolle filmpjessite Dumpert. Op diverse blogs wordt druk gespeculeerd over de bedragen, die variëren van 2,6 miljoen tot maximaal 5 miljoen. Volgens Michiel Frackers geeft dat bedrag duidelijk de verhoudingen aan in Nederland in de waarde van e-commerce sites en content sites:

'Het is geen eBay/Marktplaats-deal. Dat was 225 miljoen euro, oftewel pakweg zeventig GeenStijls en vijftig 925's. Een betere weergave van de verhouding voor de waarde van ruim een miljoen e-commerceklikkers, zoals Markplaats, versus ruim een miljoen contentkijkers, zoals GeenStijl, is er in Nederland nog niet geweest.'

GeenStijl heeft vrijwel eigenhandig weblogs in Nederland bekendgemaakt. Ze hebben dat op hun eigen manier en in hun eigen stijl gedaan. Daarmee hebben weblogs in Nederland misschien blijvend een nasmaak gekregen van het hebben van een vervelende, prikkelende, racistische en populistische toon. Aan de andere kant heeft GeenStijl door de professionele houding menig nieuwsscoop op hun conto staan. Waar de traditionele media op een steeds grotere afstand zijn komen te staan van het publiek, pakte GeenStijl in navolging van sites als Alt0169 en Retecool de handschoen op om weer gezamenlijk met het publiek één stem te zijn in de massamedia die online begonnen te komen. Dat daar nu journalistieke principes bij komen kijken, zoals een redactie en de bijbehorende vergaderingen, neemt Weesie op de koop toe. GeenStijl is een gevestigde naam in het medialandschap en de tv-ambities zullen de komende jaren waargemaakt worden.

'Ik geloof absoluut niet in de theorie dat de journalistiek langzaam uitsterft. Op GeenStijl brengen we het nieuws anders en worden de klassieke journalistieke regels dagelijks met voeten getreden, maar het wordt wel gemaakt door mensen met een journalistieke achtergrond. Ik zie op dit moment veel mensen die zonder enig journalistiek besef alles maar op het internet kwakken en daarmee vaak ook strafbaar bezig zijn – in dat opzicht is er voor journalisten nog een schone taak weggelegd. Er zal altijd behoefte zijn aan journalisten die weten wat nieuws is, die goed kunnen selecteren, weten hoe ver je kunt gaan en wat je zeker niet kunt doen. Zonder die journalisten bij kranten en omroepen zou GeenStijl ook niet kunnen bestaan.'



'Ik geloof absoluut niet in de theorie dat de journalistiek langzaam uitsterft.'

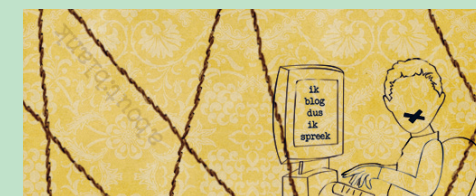


→ About:blank en de Dutch Bloggies

In 2002 zitten Remco Sikkema en Raoul Dovermann (voorheen elrado.nl) wat naar elkaar te mailen over het weblogwereldje in Nederland. Ze komen al snel tot de conclusie dat er nog niet zoiets is als een weblog over weblogs. Met de groei van de weblogs in Nederland zou het toch interessant kunnen zijn om bij te houden hoe Nederland met het nieuwe medium omgaat en wat de nieuwe ontwikkelingen zijn uit binnen- en buitenland. Niet met de intentie om er een grote en professionele uitgave van te maken, meer het gevoel van een clubblaadje. Ze werken wat avonden door en in juni is daar About:blank. Genoemd naar de lege startpagina in elke browser en gevuld door een aantal bloggers van verschillend allooi. Opvallend is dat de site in eerste instantie niet als weblog is opgezet. De site doet eerder aan als een online magazine door de verschillende blokken en de categorisering. Het was het idee van Ramon en Raoul om er een maandelijks terugkerend magazine van te maken, in plaats van een continue stroom van blogberichten. De eerste editie komt uit op het moment dat het WK voetbal bezig is. Logischerwijs is deze eerste editie in oranje kleuren. About:blank heeft typische magazine-onderdelen zoals een interview met een blogger, een column over het WK voetbal en de onvermijdelijke wist-u-datjes. Door het ontbreken van weblogsoftware was het niet mogelijk om op artikelen te reageren. Vanaf editie 6 was er een forum geïnstalleerd. Per editie verwezen de artikelen naar een specifiek forumonderwerp waar je vervolgens kon reageren. Pas later zou de e-mailnieuwsbrief komen waarmee elke maand de complete editie kon worden verzonden naar de abonnees. Terugkijkend was het forum niet heel populair, er werd sporadisch gereageerd op de artikelen. Wellicht door de kleine groep abonnees. Het precieze aantal lezers is verloren gegaan in de tijd, maar een magazine over bloggen trekt tussen 2002 en 2003 nog niet direct grote groepen lezers aan.

De eerste schrijvers en lezers voor het magazine vinden Remco en Raoul in hun eigen vriendenkring. Ze kennen de meeste bloggers in Nederland persoonlijk en via e-mail nodigen ze een aantal bloggers uit om een bijdrage te leveren. De eerste redactie van About:blank bestaat uit:

- Aliëtte Jonkers (snotverjeppie.nl)
- David Moltzer (zinloosgeweldig.net)
- Eduard van Breugel (ctrl-x.nl)
- Emile Urban (weblogger.nl)
- Low (jimmyhat.nl/low)
- Luuk (geenheld.nl)
- Michiel Heijmans (badlog.nl)
- Raoul Dovermann (elrado.nl)
- Remco Sikkema (sikkema.net)
- Walter van den Berg (vandenb.com)
- Wilco Noordermeer (northernlake.com)



Het nieuws over About:blank verspreidt zich snel via de weblogs. De eerste editie verschijnt op 1 juni 2002, twee weken voor de grote weblogmeeting in het Vondelpark. Op die bijeenkomst wordt er ook over het online magazine gesproken. Nu is het zaak voor Remco en zijn redactie om dit maandelijks vol te gaan houden.

In december 2002 schrijf ik een gastartikel over de groeiende belangstelling voor de blogosfeer en in maart 2003 kom ik definitief bij de redactie. Ik schrijf vooral over de technische ontwikkelingen op webloggebied, zoals RSS, de opkomst van een weblogindustrie en nieuwe weblogtools. Maar About:blank schrijft over meer. Nieuwe cd's, de laatste roddels in weblogland (dat kon toen nog redelijk) en elke maand kwamen nieuwe Nederlandse weblogs aan bod. Dat was toen nog bij te houden. Zo werd About:blank een aardige mix tussen interviews met bloggers, nieuwtjes en roddels en wat inzichten over het medium.

Elke maand was het weer stressen om de deadline te halen, want hoofdredacteur Remco Sikkema was onverbiddelijk. Op de eerste van de maand moest de nieuwe editie live staan. Samen met Raoul maakten ze elke maand weer een nieuw nummer. Dat betekende nieuwe kopjes maken voor de titels, nieuwe kleuren en een nieuwe header op elke pagina. Daarnaast moesten alle ontvangen artikelen in HTML worden omgezet (sommigen leverden het wel netjes in HTML aan) en alles moest online. Daarna de links naar de individuele forumdiscussies aanmaken en laten weten dat er een nieuwe editie was. Dat gebeurde vaak via de weblogs van de schrijvers.

In oktober 2003 komt er een nieuw redactielid bij die zich al een tijdje profileert. In februari 2003 schrijft Ton Zijp (Zijperspace.nl) over de gang van zaken bij de Dutch Bloggies en hij heeft ideeën hoe het anders zou kunnen. Remco en Ton komen met elkaar in contact en langzaam maar zeker gaat Ton aan de slag bij About:blank. Hij begint in oktober aan zijn fameuze Lijflog-cursus. Op geheel eigen wijze zal Ton uitleggen hoe je kunt leren lijfloggen inclusief huiswerk en praktijkvoorbeelden.

'Men dient de noemenswaardigheid zelf te creëren. Al of niet op waarheid gebaseerd. Momenteel gaat het vrij goed met mijn lichaam. Geen centje pijn nergens. Behalve aan mijn middelvinger. Er is altijd een "behalve", altijd een "maar". Als je maar leert voelen wat er met je lijf aan de hand is. Daar heb je geen fysiotherapeut, masseur of mensendieck voor nodig. Inspiratie haal je desnoods uit je kleine linkerteen.'

Het huiswerk van die maand:

'Doe verslag van de belevenissen van je kleine rechterteen op de dag dat je dit eerste deel van de cursus lijfloggen hebt gelezen.'

Ton wordt vanaf dat moment een vaste schrijver voor About:blank en hij zou langzaam maar zeker de drijvende kracht worden van de complete edities. Remco krijgt steeds minder tijd voor bloggen en aanverwante zaken en de sleur komt er wat in. Na de editie van december 2003 komt de redactie voor het eerst bij elkaar in een Utrechtse kroeg. Niet iedereen kende elkaar al van weblogmeetings, dus het begon met wat kennismakingen. Al snel ging het over het vervolg van About:blank. We zagen groeiende bezoekersaantallen en we kregen het idee dat we als weblogmagazine nu in weblogvorm moesten gaan opereren. Samen met Reinier Ladan en Peter Boorsma maakte ik de nieuwe lay-out van About:blank in Pivot. Want als we een weblog werden, dan moest dat wel in Nederlandse weblogsoftware. De nieuwe site werd meer dan alleen een maandelijks magazine. We besloten dat we naast de maandelijks uitgave zo veel mogelijk nieuws uit de blogosfeer gingen bijhouden. Dat ging zeker de eerste maanden erg goed. Met name Ton bleek verschrikkelijk actief in het vinden van veel web-

loggerelateerd nieuws. Dat werd steeds makkelijker, omdat in 2004 weblogs meer gemeengoed werden en de manier van nieuwsvergaring door RSS en zoekmachines sneller kon plaatsvinden.

About:blank verscheen vanaf 2004 op het web en via e-mail. De complete editie werd als tekst-e-mail verzonden op hetzelfde moment dat de nieuwe artikelen live kwamen. Omdat alles handwerk was, hadden we niet veel tijd, budget en zin om een geautomatiseerd systeem te maken dat na het live zetten van de artikelen direct een mailing zou versturen en daarnaast ook nog eens het klikgedrag van de bezoekers zou kunnen meten. About:blank bleef altijd het idee van het clubblaadje houden wat Remco en Raoul voor ogen hadden toen ze ermee begonnen. Naast het blad besloten we wat meer te gaan organiseren. Zo namen we in 2004 de jaarlijkse Omkatdag van Emile Urban (Weblogger.nl) over. Hij hield sinds 2001 een jaarlijkse Omkatdag, het opnieuw designen van je weblog. Wie het woord voor het eerst heeft geïntroduceerd is onduidelijk. Voor zover bekend en terug te vinden, werd het voor het eerst in bovengenoemde context op internet gebruikt door Jeroen Bosch op 12 oktober 1999 op Alt0169. De Omkatdag wordt elk jaar op 1 juni gehouden. Prijzen waren er niet te winnen, slechts eeuwige roem. Maar bij de overname van de Omkatdag door About:blank probeerden we er elk jaar een prijs aan te verbinden. In 2004 werd een jaar lang hosting weggegeven en in 2005 en 2006 kreeg de winnaar webbouwsoftware. In 2006 vond de Omkatdag voorlopig voor het laatst plaats.

Remco neemt in 2008 afscheid van About:blank en Ton Zijp neemt de rol van hoofdredacteur over. Onder zijn toezicht groeit About:blank verder uit en met een wisselende redactie verschijnt nog elke maand een nieuwe editie van het e-zine en wordt dagelijks het weblognieuws uit de hele wereld bijgehouden. Intussen zijn andere social media-kanalen als Twitter en Friendfeed toegevoegd aan het arsenaal onderwerpen en zijn de artikelen in de maandeditie wat breder van opzet. De redactie van About:blank is in 2007 opgegaan in de stichting Dutch Bloggies. Deze is opgezet door de drie toenmalige organisatoren van de weblogverkiezing, een jaarlijks terugkerend fenomeen wat geregeld tot veel rumoer in de Nederlandse blogosfeer heeft geleid.

Dutch Bloggies

De Dutch Bloggies is de jaarlijkse verkiezing voor de beste weblogs in Nederland. In een overdaad aan categorieën wordt elk jaar door publiek en een vakjury het beste van bloggend Nederland geëerd tijdens een feestelijke uitreiking. Hoe zijn de Dutch Bloggies begonnen en wat gebeurde er achter de schermen?

De eerste Dutch Bloggies in 2001

Het allereerste begin van de Dutch Bloggies kunnen we vinden bij Ramon Stoppenburg, blogger op Cyberramon en Smoel.nl. Ramon is onder andere bekend geworden door zijn wereldreis, toen hij van adres naar adres reisde en daar verslag van deed op Letmestayforaday.com. Vlak voor hij op reis ging in mei 2001 kreeg hij het idee om wat weblogs in het zonnetje te zetten. Waarom? *'Eigenlijk gewoon zomaar, er zat niet*

echt een diepere gedachte achter,' aldus Ramon. 'Het gebeurde allemaal razendsnel. Ik maakte op Geocities een pagina met een formuliertje en men kon gaan stemmen. Na drie weken, vlak voor ik op mijn wereldreis vertrok, maakte ik een pagina met de winnaars. Geen uitreiking, geen prijzen, alleen een virtueel schouderklopje.'

De categorieën bij de eerste editie liegen er niet om. Van de Meest Gehate Weblog tot de Beste Nieuwkomer en de Stomste Benaming voor een Weblog. De formulieren waren in een avond gemaakt en met wat linkjes naar andere blogs kon het stemmen beginnen.

Al in 2001 was er direct de vraag: *'Is Nederland rijp voor weblogawards?'* Remco Sikkema vraagt dit in een interview aan Milov, een andere blogger van het eerste uur. Milov: *'Rijp misschien wel, maar of het de moeite waard zou zijn weet ik niet. Awards zijn vaak zo onpersoonlijk. Ik heb ooit een paar awards gehad voor [i.am/bald](#) en ben een paar keer genoemd in kranten en tijdschriften, maar daar hecht ik toch minder waarde aan dan aan al de leuke reacties die ik ontvang van bezoekers zelf. Gelinkt worden door andermans site of weblog met persoonlijk, positief commentaar erbij — da's veel leuker dan een award.'*

Interessant is het om te zien dat er toen al een zakelijke categorie was. De beste weblog van een ondernemer ging naar [Rikmulder.nl](#), de website van fotograaf Rik Mulder. Andere prijzen gingen naar de beste omkat van een weblog (het opnieuw designen van een weblog) en de beste weblogstad. Dat die laatste prijs naar Zwolle ging was geen verrassing. Zowel Ramon als Tonie van Ringelestijn zaten in Zwolle op de Hogeschool Windesheim en ook de eerste weblogmeeting vond plaats in Zwolle. Na deze Dutch Bloggies ging Ramon op reis en leek het een eenmalige verkiezing. Maar in 2002 besloten Remco ([Sikkema.net](#)) en Raoul (Elrado) de traditie voort te zetten en, wederom anoniem, de Dutch Bloggies te organiseren. Het stemmen ging ook nu weer volledig online en het publiek kon uit verschillende categorieën kiezen.

2002 — De eerste prijzen worden uitgereikt

Bij de tweede editie in januari 2002 was [Tonie.net](#) de grote winnaar met drie prijzen voor Beste Logger, Beste Scooper en Beste Weblog van 2001. De categorieën waren hier weer creatief gekozen. Retecool (toen net gestart) werd beste Linkdumper, Wim de Bie (net gestart) werd Rookie of the Year en Zidouta was het Meest Vernieuwend. Net als bij de vorige editie waren in deze editie weer de komische categorieën zoals de Selfkick Award die Bob den Otter van [Mijnkopthee.nl](#) won. Bob ging ervandoor met de prijs voor Mooiste Sourcecode.

Webwereld maakte melding van de uitreiking, waardoor de Dutch Bloggies ineens ook buiten het vertrouwde weblogwereldje meer aandacht kreeg. Het stemmen was echter al zo populair dat Geocities op de dag van de bekendmaking de stekker uit de site trok vanwege het enorme dataverkeer. Gelukkig kon alles snel verhuisd worden naar een andere provider, zodat alle winnaars netjes hun prijswinnende badge/banner konden ophalen om op hun eigen site te plaatsen. Dat niet iedereen daar op zat te wachten bleek al uit de column van Nico Dijkshoorn over de *'ongezonde hang naar geborgenheid'*

in de weblogwereld. Gelukkig zou hij een paar jaar later wel meewerken aan de Dutch Bloggies met zijn audio-aankondigingen bij de uitreiking.

2003 — Anonieme concurrentie

In juni 2002 gaat het weblogmagazine About:blank onder leiding van Remco Sikkema van start. Aangezien hij de laatste editie van de Dutch Bloggies had georganiseerd, lag het voor de hand dat About:blank de organisatie zou overnemen. Remco geeft in de redactie toe dat hij samen met Raoul achter de laatste uitreiking zat en de plannen krijgen weer meer vorm. De organisatie neemt direct wat serieuzere vormen aan. Voor het eerst kon het publiek zijn favoriete blogs nomineren. Uit deze nominaties kwam een stemlijst waar iedereen vervolgens op kon stemmen. Uit de nominatiepagina is al op te maken dat de regels wat strenger werden. Zo kon je maar één keer nomineren. Deed je dat vaker, dan gold alleen je eerste opgave. Er moesten minimaal twee nominaties in één categorie zijn, anders zou deze categorie vervallen. Dat laatste was niet een heel groot probleem. Door de inventieve truc van VK Mag (voorheen Volkomenkut) werden de nominatielijsten overspoeld met slechts twee weblogs: Volkomenkut en Retecool. Ze hadden de nominatiepagina nagemaakt en vooraf ingevuld met eigen URL's. Je hoefde alleen maar je naam en e-mailadres in te vullen en op versturen te klikken. De organisatie greep echter tijdig in. Alle nominaties die van deze pagina kwamen werden verwijderd, zodat de werkelijke nominatielijsten konden worden opgesteld. Van deze lijsten kon worden gestemd. De regels rondom het stemmen waren heel simpel: de meeste stemmen gelden. Mocht het zo zijn dat meerdere blogs een gelijk aantal hoogste stemmen heeft, dan geldt het aantal nominaties. Leidde dat tot niets, dan was het kop of munt. Een simpele oplossing die gelukkig nergens hoefde te worden toegepast. De uitslag werd op 9 februari 2003 bekendgemaakt en was deze keer zeer omstreven. Niet in de minste plaats door de actie van VK Mag, waardoor met name Retecool met het gros van prijzen aan de haal ging (vijf van de tien prijzen). Op het forum van About:blank werd druk gediscussieerd over het vervolg van de Dutch Bloggies. Moest het wel op deze manier doorgaan? Kun je weblogs überhaupt met elkaar vergelijken? Op het forum laat Ton Zijp voor het eerst van zich horen, die opmerkt: *'En ja, volgend jaar moet 't anders. Of anders niet. Ik heb wel ideeën, maar daar mag men mij tien maanden verder over contacteren.'* Met de editie van 2004 is Ton een van de drijvende krachten achter de Dutch Bloggies. Ondertussen besloot Arnoud de Boer van [Verbaljam.nl](#) een eigen alternatieve weblogprijs in het leven te roepen. Arnoud vond de editie van 2003 een regelrechte farce doordat Retecool en Volkomenkut de verkiezing volledig controleerden. In een blogpost maakt hij zijn eigen winnaars bekend, iets wat navolging vindt bij vele anderen. Tegelijkertijd ontstaan de Loggies der Lage Landen. Een anoniem initiatief, wat al snel een open einde bleek te hebben. Er is een stempagina online gekomen in april 2003, maar na het stoppen van de stemmen in mei 2003 werd het stil. De Loggies der Lage Landen zijn nooit uitgereikt. Later zou Remco Sikkema tijdens een redactievergadering van About:blank bekendmaken dat hij de anonieme initiatiefnemer was van deze verkiezing: *'Door al dat gezeik over de uitslag, wilde ik gewoon eens kijken of een andere insteek een ander effect had. Dat bleek uiteindelijk weinig uit te maken, dus heb ik het initiatief uiteindelijk dood laten bloeden.'*

2004 — De eerste live-uitreiking

Na de editie van 2003 begon het ineens allemaal wat serieuzer te worden. Eind 2003 ontstaat bij de redactie van About:blank het idee om van de Dutch Bloggies een jaarlijks terugkerende uitreiking te maken. De redactie van About:blank bestaat op dat moment uit zes tot acht personen, de een wat vaster betrokken dan de ander. Al snel blijkt dat het werken aan een verkiezing met zo'n grote groep mensen niet handig is. Bij een tweede bijeenkomst begin 2004 in Amsterdam nemen drie redactieleden de verantwoordelijkheid voor de organisatie op zich: Remco Sikkema, Ton Zijp en ikzelf. Meerdere redactieleden speelden een rol bij de verkiezing, maar de algehele coördinatie lag in handen van deze drie. Naast de gebruikelijke discussies over de categorieën, speelde nu tevens de vraag: waar gaan we de prijs uitreiken? Er was geen idee wat er bij een echte uitreiking te verwachten was, hoeveel mensen er zouden komen en sterker nog, hoe je zoiets doet. Geen van drieën had ervaring in het organiseren van een dergelijk evenement, maar we dachten: zo moeilijk kan het toch niet zijn? We hadden immers About:blank met de e-mailnieuwsbrief waarin opgeroepen kon worden om naar de uitreiking te komen. En er waren natuurlijk al die blogs die zelf de oproep konden plaatsen. Zo zou de uitreiking vanzelf bekend worden en zouden we wat inzicht krijgen in de hoeveelheid bezoekers.

Een van de redactieleden uit die periode is de politiek blogger David Rietveld. Hij woont en werkt in Den Haag en ziet mogelijkheden om de uitreiking in zijn stad te doen. Hij heeft contacten bij het Museum voor Communicatie en er volgde snel een gesprek om te kijken of de Dutch Bloggies daar uitgereikt konden worden. Om prijzen voor een nieuw medium als weblogs juist uit te reiken in dit museum leek ons een perfecte combinatie. Het bestuur van het museum dacht er hetzelfde over en al snel was het geregeld. Omdat er totaal geen idee was wat de bezoekersaantallen zouden kunnen zijn, werd afgesproken dat de uitreiking op een rustige plek in het museum zou plaatsvinden. De uitreiking was op een zaterdagmiddag, dat leek ons wel zo handig voor de studerende en werkende bloggers. En zo konden we na de uitreiking met z'n allen de kroeg in voor een overwinningsdrankje.

De nominaties van de editie 2004 verlopen wederom rumoerig. Vanaf 28 maart 2004 kon er worden gestemd, wat weer in groten getale werd gedaan. Op de speciale stempagina kon je heel simpel je keuze maken in de diverse categorieën. Maar we hadden het onszelf weer een stukje moeilijker gemaakt. Naast de publieksprijzen riepen we de incrowdprijzen in het leven. Deze stemronde liep gelijktijdig met de publieksverkiezing, maar hier kon je alleen aan meedoen als je lid was van de e-mailnieuwsbrief van About:blank. De uitslagen van deze twee verkiezingen verschilden als dag en nacht, ondanks de gelijke nominatielijsten.

Maar dat was nog niet alles. Er waren voor het eerst juryprijzen. De juryleden zijn Lodewijk Asscher (IViR), Marie-Claire van der Berg (onder andere Radio Online), Marie-Jose Klaver (onder andere NRC Handelsblad), Peter Olsthoorn (onder andere Planet Multimedia), Eric Steuten (De Lijst), Robert-Jan Verkade (Naar Voren) en Erwin van der Zande (toen Spunk, nu Bright).

Op zaterdag 24 april 2004 vond de uitreiking plaats in het Museum voor Communicatie. Terugkijkend zou je kunnen zeggen dat het allemaal behoorlijk amateuristisch was. Maar het was in elk geval erg leuk en gezellig. De plek in het museum was geen aparte zaal, maar een gang tussen twee zalen. Daar stonden een twintigtal klapstoeltjes, een eigen meegenomen beamer en een laptop. Ik had in PowerPoint wat screenshots van de winnaars gemaakt, zodat we die konden laten zien als ware het een echte uitreiking. Vlak voor de uitreiking begon, bleek dat de catering van het museum niet echt mee wilde werken. Er was geen drank te krijgen, behalve wat koffie en thee. Op het laatste moment besloten we dan ook om nog even langs een supermarkt te rijden om bier, chips en frisdrank in te slaan. Staand naast een krat bier opende ik de uitreiking van de Dutch Bloggies, editie 2004. Voor het eerst in de geschiedenis van de Dutch Bloggies was er een fysieke uitreiking en konden de winnaars meer mee naar huis nemen dan een digitale banner of een schouderklopje. Dankzij een aantal sponsors konden we dvd's, goodie bags, T-shirts, boeken en een Palm Zire (een PDA) weggeven. Grote winnaar GeenStijl was niet aanwezig. Dit zorgde ervoor dat de helft van de prijzen niet werd uitgereikt. Gelukkig was dit een incident, de overige prijswinnaars waren wel aanwezig.

De jury mocht in drie categorieën een stem uitbrengen. Unaniem was de uitslag geenszins, maar ze wisten toch drie winnaars te kiezen: CreativePost.nl wint Beste Vormgeving, Schafstlokaal.nl heeft de Best Geschreven Content en GeenStijl gaat voor het eerst aan de haal met de prijs voor Beste Weblog. Na de wat rumoerige en chaotische uitreiking werd er nog wat nageborreld op de Markt in Den Haag.

Opvallend aan de uitreiking was de enorme hoeveelheid foto's die er werd gemaakt. Bloggers zijn toch meestal schrijvers, maar het bleek dat er een flink aantal bloggers niet onverdienstelijk foto's maakte. Bij elke uitreiking zou het aantal fotografen toenemen, met de bijbehorende fotoalbums en online slideshows.

2005 — GeenStijl domineert

Ondanks het wegblijven van een aantal winnaars werd de uitreiking in 2004 als succesvol gezien en al snel besloten we de verkiezing door te zetten in het volgende jaar. Gedurende 2004 bleven de drie organisatoren op de achtergrond bezig met de Dutch Bloggies, bijgestaan door Helie Schmetz en Roswitha Kamps. Maar net als in het voorgaande jaar werd pas in januari 2005 weer echt gestart met de voorbereidingen voor de nieuwe editie. Na de editie van 2004 besloot het bestuur van het museum al direct om voor 2005 de grote zaal ter beschikking te stellen. Dus in plaats van twintig klapstoeltjes in de gang met een beamer en een krat bier, was er nu een heuse zaal waar we een bar in konden zetten. Direct ontstonden er plannen voor catering, muziek en een podium. Hoe dit geregeld zou worden? Geen idee. Maar moeilijk kon het toch niet zijn?

Voorafgaand aan de uitreiking waren natuurlijk weer de nominatie- en stemrondes. We stapten wel van het idee af dat er zowel een publieksprijs, juryprijs als een incrowdprijs moest zijn. Na wat discussie werd besloten de incrowdprijs te laten vervallen en alleen nog met publieksstemmen en een juryprijs verder te gaan.

Maar er werd wel weer iets anders nieuws bedacht, wat een gewoonte is die tot op de dag van vandaag nog bij de organisatie aanwezig is. Bij de editie 2005 was er een Open en een Gesloten Nominatieronde. In de Open Nominatieronde kon iedereen in elke categorie drie weblogs nomineren. Met het nomineren kon je je gelijktijdig opgeven voor een plek in de jury. Uit deze aanmeldingen en uit de abonneelijst van About:blank werden willekeurig honderd personen getrokken. Zij kregen toegang tot een afgeschermd deel waar ze nogmaals drie weblogs konden kiezen uit de top 10-nominaties van elke categorie. Toen dat was gedaan, kon de finale stemronde beginnen en kon iedereen stemmen in elke categorie.

Naast deze publieksronde was er een vakjury. Zij kon zich buigen over de winnaars in de categorieën Beste Vormgeving, Best Geschreven en Beste Weblog. In 2005 had de organisatie wel door dat de Dutch Bloggies altijd onderwerp van discussie zou zijn. Op de site van 2005 is dan ook te lezen: *'Het is natuurlijk wel een vereiste dat de Dutch Bloggies de gemoederen bezig blijft houden.'* Met name de manier van nomineren en stemmen zorgde voor veel verwarring.

We zouden voor het eerst de kracht meemaken van GeenStijl. De lezers van het blog nomineerden en stemden massaal op dit weblog, waardoor het met alle publieksprijzen aan de haal ging. Terugkijkend in de maildiscussies die we hadden rondom de verkiezing en de uitslag, is het opvallend dat we er slechts zijdelings over spraken dat GeenStijl wel erg veel prijzen had gewonnen. We zagen het als een gegeven, het publiek had gesproken. Het was natuurlijk overduidelijk dat de manier waarop we de verkiezing hadden ingestoken niet goed werkte. Zoals elke internetverkiezing te manipuleren is, waren nu ook de Dutch Bloggies hier het slachtoffer van.

De uitreiking van de Dutch Bloggies op 26 februari 2005 was goed bezocht. Een kleine tachtig man was in de grote zaal van het Museum voor Communicatie aanwezig voor de prijsuitreiking. GeenStijl was ook nu weer niet aanwezig bij de uitreiking, dus bleven er negen prijzen staan. De sponsoring was dat jaar ook wat beter geregeld, zodat we de drank en hapjes gratis konden aanbieden naast wat sponsorprijzen voor specifieke categorieën. De hoofdsponsors in 2005 waren internetbureau Lost Boys en Ilse Media's Web-log.

Dat jaar bleek dat het winnen van een publieksprijs vooral door goed campagne voeren kon worden gerealiseerd. De overige publieks- en vakjuryprijzen kregen daardoor een wat wrang randje en we zouden ons als organisatie wederom buigen over de vraag hoe we de verkiezing op een meer evenwichtige manier konden laten verlopen. We wilden niet volledig overstappen op juryprijzen, juist omdat we de Dutch Bloggies en weblogs nog steeds als een prijs van en voor de bloggers wilden houden. Maar door de groei van weblogs en het effect van grote weblogs op de uitslag, moesten we wel nadenken wat we dan gingen doen.

2006 — De eerste professionele stappen

De Dutch Bloggies 2006 konden dankzij de grote opkomst in het jaar ervoor opnieuw in het Museum voor Communicatie plaatsvinden. Samen met de communicatieafdeling

van het museum gingen we de uitreiking in de steigers zetten. We kregen een begroting van ze aangereikt waarmee we een volledige en professionele uitreiking konden wegzetten. Maar het bedrag van ruim 17.000 euro deed ons wat terugdeinzen. Professionaliteit oké, maar het moet wel leuk blijven. We kwamen tot de conclusie dat er wederom sponsors nodig waren. Niet alleen voor de prijzen, maar vooral om het evenement mogelijk te maken. Ik was inmiddels betrokken bij meerdere initiatieven in de zakelijke blogosfeer, waardoor we al snel de eerste gesprekken met mogelijke sponsors konden voeren. Ilse Media was wederom bereid om als hoofdsponsor op te treden. Daarnaast kwamen er nog meer sponsors als HCC Net en internetbureau eFocus.

Zoals we inmiddels gewend waren, probeerden we opnieuw de verkiezing zo eerlijk en open mogelijk te laten verlopen. Helaas hebben we na lang overleg toch moeten besluiten om voor het eerst meer juryprijzen en minder publieksprijzen in het leven te roepen. De jury zou over maar liefst vijftien categorieën een winnaar kiezen, het publiek kon dat over drie categorieën doen: Beste Vormgeving, Best Geschreven en Beste Weblog. De jury beraadde zich over de vele thematische blogs. De keuze is achteraf gezien te verklaren. Na 2005 is duidelijk te zien dat thematische blogs in opkomst zijn en steeds groter worden. Ton Zijp verwoordt het in de aankondiging op About:blank als volgt:

'Voor ons is het belangrijk dat bij deze editie van de Dutch Bloggies er kenbaar gemaakt wordt dat bloggen niet meer iets is van alleen maar een stelletje computertechnenuten, dat het geen tijdelijke internethype is, maar men wel degelijk binnen de zeer verschillende lagen van de Nederlandse bevolking er dagelijks mee bezig is. Dat er diversiteit bestaat, dat het een communicatiemiddel kan zijn voor iedereen en het de mogelijkheid biedt op diverse terreinen te berichten over al dan niet belangwekkend nieuws. Dat is de reden waarom we besloten hebben dat de diversiteit binnen de groep van uiteindelijke winnaars groter moet zijn dan voorgaande jaren, en ook minder gemakkelijk voorspelbaar.'

De jury was een bont gezelschap van internetdeskundigen, waarmee we meteen een nieuw probleem kregen: een aantal juryleden had belangen bij genomineerde weblogs, zodat de indruk van belangenverstremgeling weleens heel sterk kon worden. Aan de andere kant, we wilden een jury van deskundigen, omdat we die in staat achtten een weloverwogen keuze te maken. We besloten de juryleden zo te verdelen over de categorieën, dat deze verstremgeling minimaal zou zijn. Tevens bouwden we een stembestelsysteem in waarbij juryleden wel in andere categorieën konden stemmen, maar deze minder zwaar zouden meetellen dan het jurylid wat 'hoofd' was van die categorie. Een ingewikkelde procedure, die we zo nu en dan ook weer aan onszelf moesten uitleggen. Want de Dutch Bloggies bleef een hobbyproject, iets wat we in de avonden en in de weekenden deden naast ons werk. Zo konden we bijvoorbeeld niet voorzien dat we meer dan 10.000 nominaties zouden krijgen, die met de hand moesten categoriseren, nakijken en tellen. Een hels karwei wat het hele traject uiteindelijk een week vertraagde.

In februari 2006 maakten we de nominaties voor de publieksprijzen bekend en in de maand erna kon je per week op één categorie je stem uitbrengen. Na drie weken gingen we alles verzamelen en tellen. Ondertussen ging de jury in beraad om de overige

categorieën van een winnaar te voorzien. Op 11 maart 2006 was de uitreiking in het Museum voor Communicatie. Deze keer was de uitreiking wederom groter en feestelijker dan de voorgaande jaren. Voor het eerst hadden we het dj-duo Hotlips & Jane die de uitreiking een muzikaal randje gaven en er was een bar met gratis drank en hapjes. De presentatie van deze editie was in handen van Ramon Stoppelenburg en voor het eerst was de uitreiking iets meer dan een PowerPoint met de winnaars. Om de categorieën aan te kondigen had videoblogger Gabe McIntyre korte video's gemaakt. Het leek er zelfs op dat de omslag naar juryprijzen zijn gewenste effect zou hebben. Voor het eerst was de uitslag een goede afspiegeling van de kwaliteit en veelzijdigheid aan weblogs die er op dat moment waren. Sargasso ging er met twee prijzen vandoor als Beste Weblog en Beste Collectieve Weblog. De uitreiking was toch een fraai hoogtepunt van een wat rommelige en onduidelijke editie. Achteraf gezien kan ik wel zeggen dat deze editie de beste was die we hebben gehad. We werkten voor het eerst met een jury, wat voor ons nieuw was en wat onduidelijkheid met zich meebracht voor de buitenwereld. De onduidelijke reglementen en de lange nominatie- en stemprocedure zorgden voor verwarring en kritiek. Maar op de uitreiking was dat volgens mij alweer vergeven en vergeten. De prijzen waren voor elk weblog dik verdiend en het was voor het eerst dat de Dutch Bloggies een serieuze stap richting professionaliteit had gemaakt. Dat wilden we in 2007 verder doorzetten, maar dan nog groter.

2007 — Verkiezingen als actieplatform

Gedurende 2006 kwam ik in contact met het bureau DutchBlend. Zij organiseerden onder andere de Spin Awards en de Crossmediaweek, twee goede evenementen in de online mediabranche. Omdat we met deze editie van de Dutch Bloggies een grote stap wilden maken wat betreft professionaliteit, besloten we met DutchBlend in zee te gaan. Zij zouden het jurytraject en de uitreiking regelen, waarbij wij nog wel de touwtjes in handen zouden houden, maar het operationele werk aan hen konden uitbesteden. Samen met DutchBlend begonnen we met de verkiezing, we zochten de juryleden uit en we stelden opnieuw de categorieën vast. DutchBlend trad op als intermediair voor de sponsors, maar kwamen ook met een alternatief. Waarom moesten de Dutch Bloggies in Den Haag plaatsvinden? We waren het met elkaar eens dat het geen noodzaak was dat ze daar werden uitgereikt, maar dat het altijd wel makkelijk uitkwam. Kitty en Kirian, de drijvende krachten achter DutchBlend, stelden voor om naar alternatieve locaties op zoek te gaan in Utrecht of Amsterdam. We stemden ermee in, we hadden het al druk genoeg met de verkiezing zelf. We maakten aan de redactie van About:blank bekend dat we op zoek gingen naar een andere locatie met meer mogelijkheden. David Rietveld zat nog in de redactie en las de e-mail. Hij is dan al raadslid in Den Haag en hij liet het er niet bij zitten. Hij nam contact op met de verantwoordelijke wethouder en zijn afdeling om vragen te stellen over dit besluit. Hoe kan het dat Den Haag, die zich als ICT-stad van Nederland wil profileren, deze verkiezing aan zijn neus voorbij laat gaan? Bij de gemeente Den Haag is men gevoelig voor de argumenten van David en in januari 2007 gingen we naar het stadhuis om te praten met de adviseur ICT en Mediazaken. Al snel werd duidelijk dat de gemeente Den Haag de Dutch Bloggies wilde sponsoren. Niet voor één jaar, maar direct voor drie jaar. We konden gratis gebruikmaken van het Atrium, de grote hal in het stadhuis van Den Haag, en met een sponsorbedrag van 20.000 euro per jaar konden we aan de slag om er een mooie uitreiking van te maken.

Kitty, Kirian en ik waren stomverbaasd toen we weer buiten stonden. Waren we eerst nog op zoek naar een nieuwe locatie en sponsors om weer iets voor elkaar te krijgen, nu konden we redelijk rustig aan de slag gaan omdat locatie en hoofdsponsor al rond waren. Door de komst van de gemeente Den Haag als sponsor konden we makkelijker bij andere potentiële sponsors binnenkomen. De volgende sponsor die zich redelijk snel bij ons aansloot was T-Mobile. Met een hoofdkantoor in Den Haag was het een logische keuze om hen te vragen.

Met de komst van Den Haag als sponsor en een grotere uitreiking werd het onhoudbaar om als particulieren de uitreiking op orde te krijgen. In de voorgaande jaren werd een en ander nog uit eigen zak betaald, toen er sponsors kwamen stond mijn toenmalige werkgever Rhinofly garant als partij in de sponsorcontracten. Maar nu moesten we het toch echt professioneler aan gaan pakken. We besloten begin 2007 om de Stichting Dutch Bloggies op te richten. Vanuit die stichting zouden we een juridische partij voor sponsors zijn, maar het gaf ons ook een paraplu voor mogelijke andere activiteiten die we wilden ontplooien in de toekomst. Het eerste bestuur van de Dutch Bloggies bestaat uit mijzelf (voorzitter), Ton Zijp (secretaris) en Kitty Leering (penningmeester).

Deze editie werd helaas weer geplaagd door een schandaal in de nominaties. Deze keer zou het groter uitpakken dan we hadden kunnen denken, omdat één van de juryleden een omstreden weblog nomineert en deze bij de organisatie door de controle glipt. We waren nog steeds tevreden over het jurytraject wat we in 2006 hadden opgezet, dus we besloten het op dezelfde wijze voort te zetten. Het publiek kiest de nominaties, waarna een geselecteerde jury de winnaars zou kiezen. Daarnaast kon het publiek in de drie grote categorieën (Best Geschreven, Beste Vormgeving en Beste Weblog) haar stem uitbrengen. Daarbij mochten de juryleden zelf een nominatie in elke categorie aandragen. Wim Noordhoek, het jurylid voor Best Geschreven weblog, nomineert de weblog Superkuiken als Beste Weblog. Dit is een slecht bijgehouden weblog van een anorexiapatiënte. Wim nomineert deze weblog om aandacht te vragen voor het probleem van anorexia. We zagen de nominatie pas te laat, namelijk toen deze al in de pers naar buiten was gebracht. Ergens in het proces van het nakijken en publiceren van de nominaties was een fout geslopen. We kregen na de publicatie een enorme berg negatieve publiciteit over ons heen. Iedereen vond, begrijpelijk, de nominatie van dit weblog buiten alle proporties. Niet alleen omdat op deze wijze het onderwerp anorexia in een verkeerd daglicht kwam, we zouden het met een nominatie voor Beste Weblog promoten, maar ook omdat de weblog al tijden niet meer was bijgewerkt. In de dagen die volgden waren we als organisatie druk aan het overleggen wat we zouden doen. We wilden als organisatie niet te zeer ingrijpen in het juryproces, omdat hiermee weer de indruk van belangenverstrengeling zou kunnen ontstaan. Na twee dagen verscheen op de weblog van Wim Noordhoek zijn verantwoording: *'Ik ben het met de strekking van haar site oneens. Maar hij is goed geschreven en vormgegeven.'*

Hierna barstte de bom op de site van de Dutch Bloggies en binnen de organisatie ontstond onenigheid over de nominatie en de achterliggende doelen van de Dutch Bloggies. Langzaam maar zeker leek de verkiezing een persoonlijk platform te worden om je mening te spuien via nominaties, in plaats van een jaarprijs voor de beste weblogs. De sponsors begonnen vragen te stellen en dreigden met terugtrekking. Het laatste wat we wilden was de nominaties aanpassen onder druk van sponsors. Daarmee zou-

den we ons overgeven aan de nukken van de partij met het geld. Daar pasten we voor. Na een lang weekend van overleg plaatsten we op 20 februari 2007 een verklaring op de website waarin we als organisatie afstand namen van de nominatie, maar gezien de reglementen die we hadden opgesteld, deze niet konden negeren. Het was de keuze die we maakten uit twee kwaden. We kozen ervoor om de nominatie te laten staan en zo de onafhankelijkheid van de jury duidelijk te stellen. Als we de nominatie hadden verwijderd, zou de discussie onherroepelijk de kant opgaan dat we waren gezwicht voor de sponsors en de jury dus niet meer onafhankelijk kon zijn. Het was een keuze die we toen maakten, maar waar ik nog steeds achter sta. Tegelijkertijd kenmerkte dit incident de groeistuipen van de Dutch Bloggies. We moesten de reglementen scherper maken, duidelijker aangeven waar de grenzen van een categorie zouden liggen en binnen welk speelveld de jury kon opereren. We konden niet meer volstaan met het geven van een paar categorieën en daarmee de jury het bos in te sturen. De hele situatie loopt goed af en we kunnen ons gaan concentreren op de uitreiking.

De uitreiking van de Dutch Bloggies 2007 zijn op 14 maart, voor het eerst op een grote locatie, het stadhuis van Den Haag. Een week voor de uitreiking ontdek ik een nieuw online instrument: Twitter. Ik volgde Erwin Blom al een tijdje, die dat jaar bij SXSW in Austin aanwezig was. Daar is de microblogdienst Twitter een grote hit en hij introduceert het in Nederland. Ik besluit, na eerst een eigen Twitter-account te hebben aangemaakt, een Twitter-account voor de Dutch Bloggies aan te maken. Zo zouden we via Twitter de buitenwacht op de hoogte kunnen houden van de winnaars op de avond van de uitreiking. Het zou de eerste keer zijn dat Twitter wordt ingezet om verslag te doen van de Dutch Bloggies. De prijsuitreiking gaat helaas niet helemaal zoals we wilden. Door de aanwezigheid van twee Erwins in de jury en een halfslachtige generale repetitie, worden de voor te lezen juryrapporten per ongeluk omgewisseld. Tevens ontstond er beroering als Meüs van der Poel bekendmaakt dat er geen prijs is voor de categorie Beste Politieke Weblog, omdat ze in 2006 jammerlijk in handen gevallen zijn van de campagnestrategen.' Het publiek is het hier duidelijk niet mee eens en een van de aanwezigen gaat in discussie met Meüs over de uitslag. Later zou David Rietveld een vernietigend stuk over 'de eigen agenda' van Meüs van der Poel publiceren onder de titel *'Meüs van der Poel moet deud'*.

Maar niet alles was kommer en kwel dat jaar. Het was namelijk de eerste editie waar we bij het tv-programma *De Wereld Draait Door* een Dutch Bloggie mochten uitreiken aan Spunk. We zorgden ervoor dat er in het Atrium een gratis WiFi-netwerk kwam, wat er tot op de dag van vandaag nog ligt, en de hele uitreiking van de Dutch Bloggies was online live te volgen via een speciale pagina die we in samenwerking met Two Kings en T-Mobile hadden gemaakt. Iedereen kon hierop zijn foto's uploaden en die werden automatisch getoond op de pagina. Marketingfacts keek bewonderend naar de inspanningen en vroeg zich af hoe interactief de Spin Awards zouden zijn een paar dagen later.



2008 — Opnieuw concurrentie?

De samenwerking met DutchBlend zou bij de editie 2008 helaas tot een einde komen. In goed overleg gingen we uit elkaar. Het ambitieniveau van ons en van DutchBlend bleek te ver uit elkaar te liggen. Door onze samenwerking met de gemeente Den Haag waren we in 2008 weer zeker van een locatie in het stadhuis van Den Haag. We begonnen eind 2007 weer vol goede moed aan de nieuwe editie van de Dutch Bloggies, maar we moesten wel eerst op zoek naar een goede partner die ons zou kunnen helpen met de uitreiking. Deze vonden we al snel bij Effect Groep en de directeur Simon Renes. Simon was een verwoed blogger en hij bleek onze plannen goed aan te voelen. We gingen weer stevig aan de slag. Ik hield me met Simon voornamelijk bezig met de uitreiking, terwijl Ton en Remco zich concentreerden op de nominaties, de verkiezing en het jurytraject. Ook deze editie zou niet compleet zijn zonder wat rumoer. Er waren dit jaar twee situaties die om onze aandacht vroegen naast de organisatie van het evenement. We sloten weblogs uit als een van de schrijvers in de vakjury zou zitten en er zou een alternatieve prijsuitreiking komen: de Salon Bloggies.

Het uitsluiten van weblogs van de juryleden was voortgekomen uit de eerdere edities, waarbij er kritiek kwam op mogelijke belangenverstrengeling in het jurytraject. Door de weblogs niet mee te laten doen, konden we dat probleem ondervangen. Maar zoals Erwin van der Zande het verwoordde in zijn commentaar op [Bright.nl](#): *'In vergelijkbare competities, zoals de SpinAwards of de ADCN Jaarprijzen, moeten juryleden die betrokkenheid vertonen bij een genomineerde zich simpelweg onthouden van juring. Dat werkt prima. Waarom dan roomser dan de paus doen?'*

Erwin interviewde me voor dit artikel en we hebben het over deze mogelijkheden gehad. De reden om toch voor uitsluiting te kiezen, was om elke vorm van verdenking buiten te sluiten. Dat daarmee een aantal uitstekende weblogs buiten de boot zou vallen, was inderdaad jammer, maar na alle jaren van verdachtmakingen en commentaar wilden we een duidelijke stelling innemen.

Bij deze editie van de Dutch Bloggies kan ik achteraf wel zeggen dat we wat liepen te slapen. We wilden wederom een verandering doorvoeren in het proces van nomineren en stemmen. Met de groei van de blogosfeer kon het nomineren van weblogs wederom makkelijk worden beïnvloed door blogs met een grote aanhang. Deze zouden bij het samenstellen van de long- en shortlist altijd bovenaan komen staan, wat de kleinere blogs weer in de hoek drukte. Dat vonden we jammer en we zochten naar een manier om de kleinere blogs een eerlijke kans te geven. We bedachten dat weblogs zichzelf moesten opgeven. In een verklaring die ik destijds gaf: *'De belangrijkste reden om van de nominaties af te stappen is om ook de weblogs met een kleinere fanschare de kans te geven mee te dingen naar een prijs. Veel nominaties wil niet direct kwaliteit garanderen. Door het plaatsen van een kleine code in een eigen blogpost kan men zich opgeven voor de Dutch Bloggies. Elke weblog maakt dit jaar dus evenveel kans.'*

Als je je weblog nomineert krijg je een code die je op je blog kunt zetten. Wij pikten die code er dan weer uit met een technisch handigheidje en daarmee was je nominatie compleet. Op papier niet eens een slecht idee, maar in werkelijkheid bleken we het verhaal niet goed uit te kunnen leggen. We noemden het geen nominatie maar een

kandidering en het was niet meer mogelijk om op die manier op je favoriete blog te stemmen. Dat laatste was nu juist iets wat de Dutch Bloggies altijd had gedaan en wat kenmerkend was. In 2005 maakten we ons nog druk over het feit dat de lezers van de blogs altijd moesten kunnen stemmen en dat er niet enkel juryprijzen konden komen. Nu waren we zelf in die val getrapt. Dat werd ons niet in dank afgenomen en al snel kwam er een tegenverkiezing. Een aantal grote weblogs maakte bekend dat ze met de Salon Bloggies startten. Sargasso, Retecool, PanzerFaust en GeenCommentaar bundelden de krachten onder de titel 'Blogging is coming home'. De organisatie van de Salon Bloggies verweet ons dat de participatie van het publiek tot een minimum was beperkt en het aan de kwaliteit van de jury schortte.

'De laatste Dutch Bloggies-uitreikingen werden gekenmerkt door ongefundeerde juryrapporten en een rommelige organisatie.'

We waren onaangenaam verrast door de commotie die ontstond bij de bekendmaking van de Salon Bloggies. De pers zette het weg als ruzie in weblogland, alsof er een enorme vete was tussen de twee kampen. Zo zagen wij het niet en, naar later bleek, de Salon Bloggies ook niet. Zij wilden ons wakker schudden met hun actie en dat is ze gelukt. Wij zagen intussen in dat we een verkeerd besluit hadden genomen met de introductie van de code voor een nominatie, sorry, kandidering. In een e-mail die ik op 20 december 2007 naar alle juryleden stuurde, schreef ik:

'Er zijn nu 200 aanmeldingen. We willen er toch wat meer krijgen en helaas lukt dat met de minimale mediamiddelen die we nu hebben niet voldoende. Ook de kritiek op de procedure zorgt ervoor dat we hand in eigen boezem moeten steken en toegeven dat we fout hebben gezeten. Zoals vaker is gezegd, we moeten de procedure niet elk jaar veranderen, maar bijschaven [...] Is dit een knieval voor de Salon Bloggies? Dat zal waarschijnlijk zo worden opgevat maar zo zien we het niet. De komst van de Salon Bloggies heeft ons wel wakker geschud en doen beseffen dat we het te moeilijk maken.'

In januari heb ik met Steeph van Sargasso.nl, een van de initiatiefnemers, gepraat over de Salon Bloggies en hun plannen. Daaruit bleek al snel dat de Salon Bloggies inderdaad een geintje was, een eenmalige actie. Ze schrokken zelf wat er op ze afkwam. Nominaties, hoe de uitreiking zou gaan plaatsvinden en meer van de problemen die wij al vijf jaar lang voor onze kiezers kregen. De organisatoren van de Salon Bloggies hadden naast deze verkiezing ook een baan en goedlopende weblogs die tijd en aandacht vroegen. Daarom waren ze ook niet van plan de Salon Bloggies nog verder te organiseren. Op 19 maart, de dag van de uitreiking, trokken ze de stekker uit de verkiezing: *'De Salon Bloggies zijn The Next Passing Event That Will Be Forgotten.'* Een knipoog naar het afscheid van oerblogger Tonie van Ringelestijn vijf jaar eerder.

We konden ons weer concentreren op de verkiezing en de uitreiking. De jury was compleet en voor het eerst was er een jurydag waar vrijwel alle juryleden aanwezig waren om de winnaars te bepalen. Er kwam een camerateam van Dutch Cowboys langs om verslag te doen van de jurydag, wat voor ons weer fraaie publiciteit was. Na een lange dag vergaderen, websites bekijken en discussiëren kwamen we tot de winnaars. Nu was het zaak om de uitreiking op orde te krijgen.

Effect Groep was intussen druk in de weer met de uitreiking, die met deze editie weer een primeur zou hebben. In samenwerking met NOS Digitaal en het Haagse Residentienet konden we de uitreiking live online uitzenden via onze eigen website en zou de stream ook op andere sites kunnen worden geplaatst. Verder besloten we de uitreiking wat minder zakelijk te maken en wat meer 'underground', zoals Simon Renes het wist te verwoorden. De dagen naar de uitreiking toe waren slopend. We werkten vrijwel dag en nacht om de laatste sponsors rond te krijgen, een Twitter-backchannel in te richten, dj-duo Hotlipzz & Jane weer van de partij te laten zijn en presentator Pieter Jouke te brieven over de uitreiking. Op 19 maart 2008 werden de Dutch Bloggies weer uitgereikt. Voor het eerst hadden we een vol Atrium, er waren plusminus driehonderd bezoekers op het festijn afgekomen. De avond verliep redelijk vlekkeloos, op wat problemen met de awards die uit twee delen bestaan na. Dat was niet altijd even duidelijk voor de winnaars, waardoor de award na overhandiging standaard op de grond viel. Door een fout in het juryrapport ging een Dutch Bloggie naar de verkeerde weblog, maar dat was een paar dagen later alweer rechtgezet. Verder was er deze keer vrijwel geen wanklank te horen, wat ons als organisatie goeddeed. We waren tevreden over de winnaars, het evenement en de bekendheid die de Dutch Bloggies in de afgelopen jaren had gekregen. Deze editie kende weer een paar mooie winnaars, waaronder Moois Magazine voor Beste Weblog.

'Moois Magazine bestond al een tijd als website, maar is pas een blog geworden in 2008, het jaar waarin we ook de Dutch Bloggies wonnen. Voor de site had ik jaren daarvoor allerlei mensen gevraagd iets te schrijven over het thema "logeren". Daar kreeg ik prachtige verhalen over, maar vervolgens bleef het na publicatie daarbij; een platte site waar verder niets mee gebeurde. Nieuwe items verzamelen was erg veel werk. Door allemaal mensen toegang te geven tot Moois Magazine als blog, begonnen de items vanzelf binnen te komen. Ik ben erg trots op het winnen van de Dutch Bloggies met een hobbyproject. En dan vooral een positief hobbyproject. Hoe grappig ik Nico Dijkshoorn ook vond, hij liep wel altijd te zeiken en dat is makkelijk, want dan ben je niet kwetsbaar. Moois Magazine is positief, open en daardoor staat het haaks op een boel dingen die gebeuren in onze omgeving. Daarom ben ik dubbeltrots dat we er de Dutch Bloggies mee wonnen.' — Rutger Middendorp

Met deze editie van de Dutch Bloggies werd ook de grootste prijs ooit weggegeven. Met dank aan de hoofdsponsor konden we een volledig verzorgde reis naar Zuid-Afrika weggeven aan de winnaar van de Beste Weblog. Voor Remco Sikkema en mij zou het ook de laatste Dutch Bloggies zijn die we zouden organiseren. Tijdsgebrek en andere prioriteiten zorgden ervoor dat we niet meer vol voor de Dutch Bloggies konden gaan. Eind 2008 namen we afscheid, wetende dat het bij Ton Zijp in goede handen zou zijn. Na wat omzwervingen met andere organisatoren, krijgen Ton en Roswitha met behulp van DutchBlends Kitty Leering in december 2009 het Paard van Troje vol voor de uitreiking van de Dutch Bloggies.

Een laatste terugblik

Terugkijkend op de geschiedenis van de Dutch Bloggies is het bijzonder om alle edities weer eens de revue te laten passeren en in je mailbox alle discussies en herinneringen weer te zien. Van de klapstoeltjes in de gang bij het Museum voor Communicatie tot



Jurering Dutch Bloggies 2009
foto: Zijperspace

een bomvol Atrium, we hebben het toch maar voor elkaar gekregen. Als ik na al die jaren kijk naar de nominatie- en jurytrajecten, bekruipt me het gevoel dat je als organisatie niet meer objectief naar de verkiezing kunt kijken. Ik kan me nog heel goed herinneren dat ik niet begreep waar alle heisa nu om was bij de laatste verkiezing met het zelf nomineren. Nu begrijp ik dat een stuk beter en is het bizar om te zien hoe goed sommige edities toch nog uit de verf zijn gekomen. Ten tijde van de situatie rondom Superkuiken hebben we er serieus aan gedacht om met de verkiezing te stoppen en het te laten rusten. We werden soms wel erg moe van alle negativiteit en gezochte kritiek op de organisatie en het verloop van de verkiezing. Aan de andere kant wist ik me toch ook altijd weer gesterkt door de positieve mails die we kregen, de blije gezichten van de winnaars die op het podium stonden en als er weer een e-mail van een winnaar binnenkwam, die daags na zijn victorie met een krakende server zat omdat die het bezoek niet aankon. De Dutch Bloggies zijn gestart als een geintje van één blogger en is in een paar jaar tijd een instituut geworden voor de Nederlandse blogosfeer.

De Dutch Bloggies zijn meegegroeid met de blogosfeer. Kon je in 2001 nog rustig een stad tot weblogstad uitroepen, op dit moment kun je dat alleen nog doen als je een nieuwe verkiezing begint, want bij de Dutch Bloggies zou het waarschijnlijk niet meer passen. Met de laatste editie is de kritiek wel weer wat aangezwollen over de categorieën (*what else is new*), maar vooral over de selectiecriteria. Die zijn altijd een ondergeschoven kindje geweest bij de verkiezing. Ik kan me herinneren dat veel juryleden vaak niet verder keken dan de startpagina van een weblog. Terwijl het om een jaarprijs gaat. Dan dien je te kijken naar het totaalbeeld van een blog. Je kunt je er dan niet van afmaken met de gedachte *'you're as good as your last post'*.

En wat dachten we wel niet, om weblogs met elkaar te vergelijken? De geijkte kritiek die we elk jaar kregen, was dat weblogs van personen zijn en je die niet in een wedstrijd met elkaar kunt vergelijken. Dat is inderdaad een lastige taak voor zowel jury als publiek. Daar kunnen criteria verandering in brengen. Niet om weblogs aan banden te leggen in Nederland (als je je niet aan de criteria houdt, dan...), maar om voor iedereen duidelijk te maken waar je op kunt letten als je mee wilt doen aan de verkiezing. Want we dwongen niemand. Niemand kwam bij ons met zijn arm op zijn rug gedraaid de prijs ophalen. De dunne draad waar de Dutch Bloggies op loopt is aan de ene kant het geven van waardering aan weblogs die verschrikkelijk hard hun best doen om vernieuwend, anders, spannend, humoristisch, confronterend of toonaangevend te zijn en aan de andere kant wil je met de verkiezing een kwaliteitskeurmerk wegzetten die de winnaars met trots kunnen dragen. Zonder daarmee de overige genomineerden als verliezers weg te zetten. Dat is lastig, maar niet onoplosbaar lijkt me. De Dutch Bloggies is de laatste jaren een toonaangevende prijs geworden in de blogosfeer. De pioniers van weleer doen er nog wat meewarig over. Maar dat is prima. Een aantal van de geïnterviewde bloggers zijn duidelijk in hun kritiek op de Dutch Bloggies.

Carl (Sargasso) *'Uiteraard wonnen wij in 2006 terecht. Maar het was pijnlijk om te zien dat het jaar daarop de prijs verkwanseld werd, dan devalueert je eigen prijs toch een beetje...'*

Hubert (Retecool) *'Leuk initiatief, maar erg inteeltgevoelig. Retecool is op een gegeven moment gestopt met meedoen, omdat we al een paar keer hadden gewonnen en het een kwestie was van zo veel mogelijk stemmen verzamelen.'*

Bob (Pivot) *'Initiatieven als de Dutch Bloggies zijn prima, en je merkt dat het steeds professioneler en serieuzer wordt. Hartstikke goed natuurlijk, maar af en toe mis ik het wel, om met twintig nerds in een donker halletje te staan en fletse biertjes te drinken.'*

Sander (Jaggle) *'De Dutch Bloggies heb ik altijd maar een zootje gevonden, een raar stem- en nominatieproces waar geen touw aan vast te knopen is.'*

Lars (L-rs.org) *'Ik vind de Dutch Bloggies een goed initiatief, maar het blijft een raar fenomeen, welke vorm van jurering je ook kiest. Er zijn zo verschrikkelijk veel blogs, zo verschrikkelijk veel meuk ook, dat bij publiekskeuzes de usual suspects komen bovendrijven en bij een professionele jury keuzes worden gemaakt waar je "huh" of "hmm" bij denkt.'*

Merel Roze (Merelroze.nl) *'Er wordt te veel gezeken over de Dutch Bloggies. Het is gewoon een leuke prijs als waardering voor mensen die vaak voor niks heel fanatiek zitten te hobbyen. Hartstikke leuk dus! En goed dat de prijzen er zijn. Ik ben een heel gelukkig winnaar van een aantal, en trots.'*

De meningen over de Dutch Bloggies zullen altijd verdeeld blijven. Misschien is dat maar goed ook. Anders blijft er zo weinig om over te discussiëren voor, tijdens en na de verkiezing, met een biertje aan de bar.

Alle prijswinnaars op een rij

Wie zijn de winnaars van de alle edities van de Dutch Bloggies sinds 2001? Hier vind je het volledige overzicht.

2001 (online), datum: mei 2001

Meest Gehate Weblog	watnou
Beste Nieuwkomer	zidouta
Beste Ondernemerslog	Rik Mulder
Best Geslaagde Omkat	Mr green
Weblogstad	Zwolle
Webloghype	Jandevries
Beste Script	Milov
Beste Weblog Tool	Blogger
Stomste Benaming	Webzine
Langste Laadtijd	Elrado
Fijnste Sourcecode	mijncomputertje.net
Beste Weblog uit Amsterdam	vandenb
Beste Weblog uit Utrecht	bonga
Beste Weblog uit Vlaanderen	Karma universe
Beste Planet Log	Tonie
Beste Uitgelogde Log	zo.nu/&dan
Beste Weblog	Alt0169
Beste Engelstalige Weblog	prolific

2002 (online), datum: 2 februari 2002

Beste Linkdump	Retecool
Beste Lifelog	Electric Luna
Rookie of the Year	Wim de Bie
Mooiste Lay-out	Suds & Soda
Beste Logger	Tonie
Beste Logster	Merel Roze
Lifetime Award	Jeroen Bosch
Beste Initiatief	Letmestayforaday
Beste Scooper	Tonie
Meest Vernieuwende Weblog	Zidouta
Best Geschreven Log	Vandenb
Beste Blogtool	Blogger
Mooiste Sourcecode	Mijnkopthee
Beste Weblog Overall	Tonie
The Selfkick Award	Mijnkopthee

2003 (online), datum: 22 februari 2003

Beste Lifelog	Merel Roze
Beste Linkdump	Retecool
Beste Nieuwkomer	Volkomenkut.com
Mooiste Lay-out	Retecool
Beste Mannelijke Logger	Retecool
Beste Vrouwelijke Logster	Merel Roze
Lifetime Award	Tonie
Best Geschreven Log	Merel Roze
Beste Initiatief	Foto Fuck Vrijdag
Beste Weblog Overall	Retecool

2004 (gang MusCom), datum: 24 april 2004

Beste Mannelijke Weblogger	Retecool	Publiek
Beste Vrouwelijke Weblogger	IJsqueen	Publiek
Beste Linkdump	GeenStijl	Publiek
Beste Lifelog	Merel Roze	Publiek
Beste Collectieve Weblog	GeenStijl	Publiek
Beste Vormgeving	Retecool	Publiek
Best Geschreven Content	GeenStijl	Publiek
Meest Originele Content	GeenStijl	Publiek
Lifetime Award	Retecool	Publiek
Beste Weblog	GeenStijl	Publiek
Weblogbullie	GeenStijl	Publiek
Beste Mannelijke Weblogger	Mijnkopthee	Incrowd
Beste Vrouwelijke Weblogger	Merel Roze	Incrowd
Beste Linkdump	Mijnkopthee	Incrowd
Beste Lifelog	Merel Roze	Incrowd
Beste Collectieve Weblog	About:blank	Incrowd
Beste Vormgeving	Mijnkopthee	Incrowd

Best Geschreven Content	VanDenB	Incrowd
Meest Originele Content	GeenStijl	Incrowd
Lifetime Award	Sikkema	Incrowd
Beste Weblog	Mijnkopthee	Incrowd
Weblogbullie	GeenStijl	Incrowd

2005 (grote zaal MusCom), datum: 26 februari 2005

Beste Weblog	GeenStijl	Publiek
Best Company Weblog	QuoteNet	Publiek
Best Geschreven Weblog	GeenStijl	Publiek
Best Vormgegeven Weblog	GeenStijl	Publiek
Beste Collectieve Weblog	GeenStijl	Publiek
Beste Fotolog/Moblog	MobLog.nl	Publiek
Beste Kunst & cultuur Weblog	zeekomkommer.nl	Publiek
Beste Muziek Weblog	Retecool.com/luister.php	Publiek
Beste Nieuws Weblog	GeenStijl	Publiek
Beste Politieke Weblog	GeenStijl	Publiek
Beste Techblog	DutchCowboys.nl	Publiek
Beste Web-log	DeSteenenAugurk.web-log.nl	Publiek
Lifetime Award	Mijnkopthee.nl	Publiek
Meest Humoristische Weblog	GeenStijl	Publiek
Meest Originele Weblog	GeenStijl	Publiek
Nieuwkomer van het Jaar	Hersenscheet.com	Publiek
Weblogbullie 2005	GeenStijl	Publiek
Best Geschreven Weblog	Vandenb.com	Vakjury
Best Vormgegeven Weblog	Maanisch.com	Vakjury
Beste Weblog	GeenStijl	Vakjury

2006 (grote zaal MusCom), datum: 11 maart 2006

Muscom Beste Weblog	Sargasso	Onno de Wit
Best Geschreven	Merel Roze	Erik Keegstra
Beste Vormgeving	Nonka.nl	Erik van Heeswijk
Linklog	The Amazing Retecool	
Lifelog	Maanisch	Femke Wolting
Collectieve Log	Sargasso	Joop Ridder
Post	Verbal Jam /Kinderboekenweek	Willem van Walderveen
Nieuwkomer	Bright	Wim Brands
Muziekweblog	My Own Music Industry	Michiel Frackers
Politieke Weblog	Jan Marijnissen	Peter Olsthoorn
BN Blog	Bieslog	Stephan Fellingner
Fotolog	Thomas Schlijper	Martijn de Waal
Themaweblog	Marketingfacts	Erwin van der Zande
Corporate Weblog	Frank-ly	Michiel Houben
Muscom Beste Weblog	Nieuwszicht	Publiek
Best Geschreven	Geen Stijl	Publiek
Beste Vormgeving	VK Mag	Publiek

2007 (Atrium), datum: 21 maart 2007

Beste Weblog	GeenStijl	Peter Olsthoorn
Geschreven	Wiskundemeisjes	Wim Noordhoek
Vormgeving	-	Bert Hagendoorn
Fotolog	Gnispen	Edie Peters
Politiek	-	Meus van der Poel
Themaweblog	Wiskundemeisjes	Bert Kommerij
Corporate	Nextlog	Erwin Blom
Persoonlijk	Zeekomkommer	Erwin van der Zande
Collectief	Wij blijven hier	Stephan Fellingier
Muziekweblog	Marco Raaphorst	Timur Perlin
Videolog	As the world spunks	Brian Oosterbrink
Aanmoedigingsprijs	Nuit Blanche	Redactie
Beste Weblog	Wij blijven hier	Publiek
Best Geschreven	Wiskundemeisjes	Publiek
Beste Vormgeving	Kladblog	Publiek

2008 (Atrium), datum: 19 maart 2008

Beste Weblog	Moois Magazine	
Best Geschreven	Bijzinnen	
Beste Vormgeving	buro RuSt	
Meest Toegankelijke Weblog (i.s.m. Stichting Accessibility)	Dakzoekje.nl	
Beste Toepassing van Beeld (foto of video)	Buuv.nl	
Beste Zakelijke Weblog	Bizz.nl	
Persoonlijk	Irritaal	
Nieuws	Amsterdam Centraal	
Politiek	Zaplog	
Gezondheid	Foodlog	
Kunst/cultuur	Moois Magazine	
Muziek	Fine Fine Music	
Literatuur	Contrabas	
Internet/ICT	Checklist	
Techniek/wetenschap	Sync	
Entertainment/fun/sport	Spunk	
Marketing	Spotlight Effect	
Onderwijs	ZBDigitaal	
Alles wat verder nog mogelijk zou zijn als eigen categorie	Vinama	
Beste Weblog	Viva	Publiek

2009 (Paard van Troje), datum: 1 december 2009

Beste Microblog	Dijkshoorn
Beste Corporate weblog	Independer.nl
Beste Beeldblog	Coertcom9

Beste Lifestyle	Nalden.net
Beste Marketingblog	Frankwatching
Beste Onderwijsblog	Elke's
Beste Techniek en Wetenschap	Science Palooza
Beste Literatuur	De Papieren Man
Beste Muziekblog	EHPO
Beste Kunst, Cultuur & Entertainment	Mick!
Beste Gezondheid & Sport	Marijn Fietst
Beste Politiek	Weblog Washington
Beste Persoonlijke weblog	Koekjesfabriek
Beste Nieuws & Opinie	NRC.next
Meest Populaire Weblog (Publieksprijs)	iPhoneclub
Best Geschreven	Lief dagboek
Beste Vormgeving	Nalden.net
Beste Weblog	NRC.next





prijswinnaars Dutch Bloggies 2009
foto: Happy Hotelier



weblogmeeting Vondelpark 2004
foto: Jelle Dijkstra





'You can just sit there forever. Looking. Looking. And maybe not finding anything. Seeing a lot of goofy stuff.'

→ **Weblogs worden zakelijker**

In 1996 interviewt Scott Rosenberg de sciencefictionschrijver William Gibson over zijn eerste schreden op het internet. Gibson is dan nog zelden online geweest, maar heeft net zijn eerste echte ervaring gehad met het grafische web. Gibson is euforisch over de mogelijkheden.

'Pretty soon I think there'll be people who make a living pre-surfing it for you. There's a real need for that — otherwise it becomes this monster time-sink. You can just sit there forever. Looking. Looking. And maybe not finding anything. Seeing a lot of goofy stuff.'

De auteur fantaseert evenals vele programmeurs over robots die de juiste informatie voor je zoeken en aan je presenteren. In de begindagen van het web was er een programma om discussies op nieuwsgroepen te volgen met de naam Free Agent. Het logo van het programma, dat nog steeds bestaat, is van een Sherlock Holmes-achtig type dat pretendeert het werk voor je te doen. Jij kon achteroverleunen en het nieuws en de informatie zou op je afkomen. De natte droom van elke informatiejunk. Snel werd duidelijk dat geprogrammeerde software niet altijd de beste keuzes kon maken en dat mensen dat veel beter konden. De eerste weblogs waren daar het voorbeeld van. Juist door de menselijke touch in de artikelen, de schrijfwijze, de keuze van de links en de hoeveelheid updates, kreeg het web ineens een menselijk gezicht. Alle portals en gezichtsloze anonieme corporate sites in de begindagen van het web waren niet veel meer dan gedigitaliseerde productbrochures. Zelden was er een werkelijk persoon te vinden op de websites van bedrijven. Het waren toen logische stappen die werden gezet en achteraf is het makkelijk oordelen. Er was op dat moment nog geen referentiekader, er was geen idee wat er nu met dit nieuwe medium mogelijk zou zijn, dus keek men naar het verleden en kopieerden we wat er al in print of op tv werd gedaan. De eerste bloggers experimenteerden er lustig op los met de nieuwe manieren van publiceren en delen van informatie. Ik heb al eerder betoogd dat de eerste bloggers zijn voortgekomen uit de nieuwe beroepsgroepen die het internet met zich meebracht. Programmeurs, webdesigners, systeembeheerders, zij konden door de aard van hun werk vaak lange uren op het internet doorbrengen. Dat gaf ze een voorsprong op de rest van internettend Nederland, voor wie het een echte ontdekkingsstocht zou zijn.

Ik werk sinds 1996 in de internetwereld en zag vanaf 2000 de opkomst van de weblogs. Op mijn werk bij Rhinofly, een internetcommunicatiebureau uit Utrecht, zag ik dat weblogs steeds interessanter werden. Er kwam meer en sneller interessant nieuws voor ons op het scherm, omdat we het via weblogs lazen in plaats van de vakbladen of de corporate sites van de technologiebedrijven. Het nieuws wat me bezighield was vooral technologisch van aard. Softwareontwikkelaars hielden zelf weblogs bij over de voortgang van hun producten, maar ook grote softwarebedrijven als Microsoft en Macromedia gaven programmeurs en productevangelisten de kans om via een weblog nieuws en updates te geven over de producten en diensten.

Bij Rhinofly groeiden we na 2000 flink, we kregen steeds meer personeel. Dat resulteerde in een groei van het interne mailverkeer over projecten en klanten. Maar er was meer. Veel van de medewerkers bij Rhinofly waren goed bekend met de mogelijkheden



op internet en wisten de weg te vinden naar de leukste sites, interessante filmpjes en nieuwe ontwikkelingen. Bij Rhinofly gebeurde wat in elk kantoor gebeurt, de links werden per e-mail naar elkaar doorgestuurd. Dit resulteerde in een groeiend aantal e-mails, met zo nu en dan interessante links en informatie. Ik besloot een experiment te doen. Ik was zelf al een weblogstelsel aan het bouwen voor een hobbyproject en ik koos ervoor om dat stelsel ook voor Rhinofly in te zetten. In een weekend zette ik alles op een server, bouwde een simpele voorkant en begon met de weblog voor Rhinofly. Het had op dat moment nog geen naam en was nog niet direct bereikbaar voor de buitenwereld. Op maandag liet ik het aan mijn collega's zien en iedereen was direct enthousiast. De designers hebben in een halve dag het ontwerp gemaakt en de naam verzonden: Frank-ly. Want ja, ik zou er vooral op gaan bloggen, het -ly gaf het nog wat van Rhinofly en de Engelse term *frankly* betekent eerlijkheid, iets wat ik zeker wilde laten zien met dit weblog. Het idee van de weblog was vooral om alle medewerkers een plaats te geven om hun links te posten en zo met elkaar te delen. Het eerste bericht verscheen op vrijdag 17 mei 2002 aan het einde van de dag online met de titel 'Frank-ly is nu echt los'. Vlak voor de vrijdagmiddagborrel hadden we de eerste vijf posts online staan. Frank-ly was identiek met wat ik op [Punkey.com](#) deed, een traditionele linkdump. In de eerste periode maakten we Frank-ly nog niet direct bekend aan de buitenwereld, we hielden het voor onszelf. We linkten niet veel naar andere marketingblogs in Nederland, simpelweg omdat ze er nog niet waren. Wel schreven we over zaken als de nieuwe spamwetgeving, de introductie van RSS Autodiscovery (waarmee browsers en RSS-readers automatisch de feed van een site kunnen ontdekken) en projecten die we hadden opgeleverd.

Frank-ly was een compleet zelfgebouwd systeem en had niet alle functionaliteiten die toen mogelijk waren. Ik ben geen hardcore programmeur, dus zaken als een RSS-feed en het mogelijk maken om illustraties bij een blogpost te plaatsen waren er nog niet. We wilden zo veel mogelijk zelf in de hand houden wat er met de blog zou gebeuren, daarom hielden we Frank-ly bij in een eigengemaakt systeem. Omdat [Blogger.com](#) in die tijd vaak storingen had, vond ik dat we onze weblog beter zelf konden bouwen en hosten. Dan zou de kans op storingen een stuk kleiner zijn. Op 6 juni 2002 postte ik het artikel 'Internettijd' met de technische ontwikkelingen rondom RSS en Autodiscovery, die ervoor konden zorgen dat de content van weblogs sneller door machines/servers kon worden opgepikt en gedistribueerd kon worden. In dat artikel beschreef ik de kracht van weblogs. Want het experiment van één blogger had direct gevolgen voor de complete blogosfeer en de manier waarop ze met elkaar communiceerden: *"Wat wel duidelijk is, is dat weblogs een volwaardig medium naast de journalistiek zijn. Ze versterken en voeden elkaar en houden elkaar in evenwicht. [...] Wat wel wonderbaarlijk is, vandaar de titel van dit stuk, is de snelheid waarmee alles is gelopen. In zes dagen tijd is datgene ontstaan wat ik hierboven beschrijf. Werd er nog weleens lacherig gedaan over "internettijd", dit is toch wel de kracht van internet in optima forma!"*

De posts in de eerste maanden zijn voornamelijk technisch van aard, de ontwikkelingen op het gebied van Flash en Cold Fusion (de programmeertaal die Rhinofly gebruikt) komen voorbij en zo nu en dan volgen er wat persoonlijke besommeringen, reacties en meningen op het nieuws van dat moment. Frank-ly was in het begin een logisch gevolg van de linkdumps die er al waren op het persoonlijke domein. In het eerste jaar werd er met een kleine dip in de wintermaanden vrijwel dagelijks meermalen een blogpost geplaatst op Frank-ly.

Ongemerkt was ik met Frank-ly al bezig met de theorieën die ik twee jaar eerder in het boek *The Cluetrain Manifesto* had gelezen. In 2000 verscheen dit baanbrekende boek van vier auteurs. Het is het vervolg op een online pamflet dat de makers al eerder hadden gepubliceerd. *'Markets are conversations'* is de eerste van 95 stellingen die op de deur van het bedrijfsleven werden gespijkerd via [Cluetrain.com](#). De overige 94 maken duidelijk dat met het internet het zakelijke leven wezenlijk en indringend zou veranderen. De ondertitel van het boek *'The end of business as usual'* spoorde marketeers en directieleden die comfortabel in hun stoel zaten aan om eens op te staan en te zien wat er gaande was. Want met het internet zou de menselijke stem weer gehoord worden. Sterker nog, het zou een vereiste zijn voor succesvol zakendoen in de nabije toekomst.

'Markets consist of human beings, not demographic sectors.' — *The Cluetrain Manifesto*

In het complete boek komt het woord weblog niet voor, maar alles in de zeven hoofdstukken is perfect gesynchroniseerd met de opkomst van de weblogs in die tijd. *The Cluetrain Manifesto* is de verwoording van de bloggers die op dat moment hun persoonlijke stem online laten horen.

'Hyperlinks subvert hierarchies.' — *The Cluetrain Manifesto*

Een corporate site is vaak opgebouwd uit zorgvuldig gekozen termen en een navigatiestructuur die de hiërarchie van het bedrijf weerspiegelt. Wie herkent niet het welkomwoord van de CEO inclusief foto en ingescande handtekening op de vroegere startpagina's van bedrijvensites? Maar hulp bij een reservering, softwareproblemen of het vinden van contactinformatie was vaak lastiger. Bloggers kregen het voor elkaar om dwars door die structuren heen te linken. De eerste bloggers lieten zien dat veel bedrijven het niet altijd even slim aanpakken met hun eigen websites. Niet gehinderd door enige vorm van corporate etiquette lieten ze dat ook aan de buitenwereld weten.

Een kartonnen doos te koop

Veel corporate websites bestonden nog uit statische pagina's die aan elkaar gelinkt werden door menustructuren of lineaire doorlinks ('Volgende pagina'...). Maar er waren ook al websites die door databases werden gevoed. Daarmee ontstond een nieuwe manier van programmeren. Waar voorheen vaste statische pagina's werden getoond met een eigen URL, was het nu ineens mogelijk om met specifieke variabelen een pagina te tonen die in de basis hetzelfde was (de template), maar qua inhoud kon verschillen. Nieuwspagina's, vacaturebanken en makelaars maakten hier grif gebruik van. De Amersfoortse makelaar Kamerbeek was er één van. Hij was het slachtoffer van een grap door blogger Lars Pasveer die de zogenaamde Lowtech Hack ontdekte. De benaming verwijst naar het hacken van pagina's en websites. Bij deze activiteit is vaak een grote kennis van servers, internetverkeer en wat social engineering vereist: de sociale vaardigheden om bijvoorbeeld aan inlognamen, wachtwoorden of andere belangrijke informatie te komen om toegang te krijgen tot de systemen. De Lowtech Hack is echter veel simpeler van opzet. Als voorbeeld nemen we de hack die Lars bij makelaar Kamerbeek uitvoerde. De site van de makelaar was te vinden op

www.kamerbeek.nl (niet meer actief). De site was zo opgebouwd dat in het internet-adres de specifieke pagina's voor de subpagina's waren ingebouwd. Lars: *'In september 2000 was ik op zoek naar een huis en iets als Funda bestond nog niet. Ik moest dus naar de websites van makelaars, voor zover die al bestonden. Ik was onder andere op de site van Kamerbeek aan het kijken en het viel me toen op dat in hun webadres de eigen subpagina's werden hergebruikt. Een simpel testje bevestigde dat ze via de URL subpagina's plaatsten, zonder te controleren van welk domein die afkomstig waren.'*

Lars ging aan de slag en had binnen een paar minuten een subpagina nagemaakt en de URL op zijn weblog gezet. Verder maakte hij er geen woorden aan vuil, maar de link werd opgepikt door de andere bloggers en iedereen ging aan de slag met de Lowtech Hack van Kamerbeek. Even later was de NVM aan de beurt, waar Lars ook een aparte subpagina voor maakte. Hierdoor kreeg je via de speciale URL, die vooralsnog alleen op L-rs.org was te vinden, een mooie kartonnen doos te koop aangeboden voor slechts 1.469.138,53 gulden (!!) of 666.666 euro.

Op 21 september 2000 tuint reclamevakblad *Adformatie* in de hack van Lars bij Kamerbeek en publiceren ze over de hack als 'monument van zelfspot'. Ze zien de pagina als een serieuze actie van Kamerbeek en pas een paar dagen later wordt duidelijk dat het om een grap van een blogger gaat. Kamerbeek en het bijbehorende advocatenkantoor zijn echter wel wakker geworden en sturen een dreigende e-mail naar Lars. De e-mail komt uiteraard gewoon online te staan, inclusief het antwoord van Lars, waarin hij duidelijk maakt dat het hier niet om inbreuk op logo's of beeldmateriaal gaat. Het zou een van de eerste Lowtech Hacks worden in een lange rij, aangevoerd door onder andere Alt0169 die de link naar Lars voor een groter publiek bekendmaakte en een fraaie lijst met de hacks bijhield die andere bloggers maakten voor Kamerbeek.

Na de publicatie in *Adformatie* over de hack van Lars zou het nog twee jaar duren voor op hun eigen Adfoweb het eerste artikel over bloggen verschijnt. Ze maken al direct duidelijk dat weblogs interessant kunnen zijn voor reclamemakers en adverteerders. In oktober 2002 doen we op Frank-ly voor het eerst verslag van de Macromedia Dev-Con in Orlando. Blogs zijn dan al behoorlijk gemeengoed in de VS, dus er zijn meerdere bloggers aanwezig, maar Rhinofly is de enige Nederlandstalige weblog die van dit congres verslag doet. Frank-ly groeit verder, iedereen die bij Rhinofly werkt heeft de kans om op Frank-ly te schrijven maar slechts weinigen doen dat daadwerkelijk. Ik schreef het grootste deel van de artikelen die over de ontwikkelingen op internetgebied gingen, maar uit elke specialisatie van Rhinofly kwamen eigen artikelen op hun eigen vakgebied. Zo werd Frank-ly steeds duidelijker een afspiegeling van het bureau Rhinofly. Frank-ly haalde de bedrijfsmuren weg en gaf je zo veel mogelijk een blik in de keuken van het bureau. Zonder redactie en met als enige blogrichtlijn 'gebruik je gezond verstand'. In alle jaren dat Frank-ly bestaat heb ik nooit een blogpost hoeven te verwijderen of aanpassen omdat er schadelijke, kwetsende of bedrijfsgevoelige informatie in stond. Onbewust heeft *The Cluetrain Manifesto* zijn effect gehad op de manier waarop we de weblog startten, uitbouwden en meer importantie gaven.

Bij de zakelijke weblogs is er eveneens onduidelijkheid wie als eerste in Nederland is begonnen. Wederom is het belangrijk hoe je een zakelijk weblog precies definieert. Volgens het onderzoek van Marco Derksen in zijn Dossier Businessblogs, zou Frank-ly

de eerste Nederlandstalige marketingweblog zijn. Maar de archieven van Hyped lopen terug tot oktober 2001, meer dan een halfjaar voor Frank-ly zou beginnen. Is Hyped dan de eerste zakelijke weblog? Jeroen Bertrams, de oprichter van Hyped, hield al het nieuws rondom dotcom-bedrijven nauwlettend in de gaten. *'Er werd nauwelijks over geschreven, dus dacht ik: dat ga ik doen. Een weblog was een makkelijke vorm om nieuws te publiceren.'*

Hyped zou je kunnen zien als de eerste marketingweblog van Nederland, terwijl Frank-ly later als eerste zou beginnen als een bedrijfsblog, een businessblog. Frank-ly was dan ook niet bedoeld om al het marketingnieuws in de gaten te houden en door te plaatsen. Dat deden Hyped en Marketingfacts, die beide het Nederlandse online marketingnieuws nauwlettend in de gaten hielden. Jeroen richtte zich met zijn blog specifiek op marketing en internetprofessionals en zijn onderwerpen waren er dan ook naar: *'Nieuws over bekende internetondernemers scoort goed. Op hyped.nl verschijnen regelmatig interviews met Nederlandse internetondernemers, en die worden heel goed gelezen. Datzelfde geldt voor scoops over internetbedrijven en startups. Maar marketingonderzoeken scoren goed, bijvoorbeeld over social media. Op hyped.nl verschijnen regelmatig interviews met Nederlandse internetondernemers.'*

Hyped haalt geregeld het nieuws met zijn Weblog Top 30, waarin de waarde van de grote weblogs wordt berekend. In 2009 was GeenStijl 9,7 miljoen euro waard, Flabber 1,4 miljoen en Autoblog 1,3 miljoen.

'Ik had er nooit zo over nagedacht om er een community van te maken.'

Op 18 maart 2003 maakten we op Frank-ly voor het eerst melding van Mediafacts, die dan net een halfjaar oud is. Marco Derksen begon op 17 november 2002 met Mediafacts, wat later Marketingfacts zou worden: *'Ik werkte net bij Share of Mind en ik moest mij gaan inlezen in een nieuw vakgebied, internetmarketing. Om dat allemaal bij te houden besloot ik om er een online platform van te maken. Dan zou ik het makkelijk kunnen opslaan en was het altijd en overal bereikbaar. Ik ben dus eerst op zoek gegaan naar een manier om dat te doen en zo kwam ik bij De Lijst terecht. Deze website had een overzicht met links naar allerlei onderwerpen die te maken hadden met internet. Van het bouwen van websites tot designideeën en interessante nieuwe ontwikkelingen. Maar ze hadden nog geen lijst over internetmarketing. Ik stuurde wat mails met de vraag of ik dat op kon zetten, maar ik kreeg niets te horen. Ondertussen had ik al gezien dat ze gebruikmaakten van een pakket genaamd pMachine, waarmee je je eigen website en weblog kon onderhouden. Ik besloot toen al snel om het zelf op te gaan zetten. Ik downloadde pMachine, registreerde het domein Mediafacts.nl en ben aan de slag gegaan.'*

Het grote verschil met sites als Hyped en Frank-ly, is dat Mediafacts echt een platform werd met cijfermateriaal, feiten en cases op het gebied van internetmarketing. Waar Hyped een nieuwssite was en nog steeds is, en Frank-ly een blog vanuit een bedrijf, was Mediafacts echt bedoeld om cijfermateriaal en cases te verzamelen. Het idee om rond Mediafacts een community te maken kreeg Marco pas veel later.

Wat Marco deed, was constant de site aan zijn collega's en klanten laten zien. Met een onbegrensd enthousiasme liet hij bij elke presentatie de kennisbank zien en de moge-

lijkheden die het zou bieden voor zowel Share of Mind als de klanten van het bureau. Al snel waren een paar collega's over de brug om mee te helpen op de weblog. Zo groeide Mediafacts gestaag en kreeg de blog meer bezoek buiten de eigen kring bekenden en marketingbloggers.

Marco besluit in oktober 2004 een overzicht te maken van wie er op zakelijk gebied met weblogs bezig zijn. Hiertoe start hij het Dossier Businessblogs waarin hij een aantal bureaus en zelfstandigen ondervraagt over de weblog. Tegelijkertijd worden ongeveer twintig bestaande businessblogs ondervraagd over de doelstelling van de weblog (positionering in de markt), waarom men is begonnen met bloggen (contact met de markt), maar ook de nadelen van een businessblog (kost tijd, is er relevantie?). In 2004 was de belangrijkste investering voor een businessblog al de tijd die het kostte, gevolgd door verankering in de organisatie. Alle ondervraagden zagen de grote belofte van weblogs. 74% van de ondervraagden zag een grote toekomst voor weblogs in de zakelijke sfeer.

Marco: *'In juli 2004 ben ik gevraagd door Emerce om een column te schrijven voor de Emerce-site. Om een klein stukje te schrijven over bloggen. Ik was daar toen enorm zenuwachtig voor, achteraf was dat natuurlijk belachelijk. Ik heb er misschien wel een week over gedaan om dat stukje te schrijven, want dit was het ultieme. Emerce was zowel een blad als de site en dat ik daar een stuk voor mocht schrijven, geweldig! De column was voor mij wel een breekpunt, want niet snel daarna werd ik op veel plekken uitgenodigd om toch eens te komen vertellen hoe dat nu zat met die weblogs. In oktober 2004 kwam Reclameweek met een interview. Dit was een mooie versie van co-creatie. We hebben de ruwe versie van het artikel online gezet en iedereen op Mediafacts kon daarop reageren wat ook mee is gepubliceerd.'*

Tot die tijd heette Marketingfacts nog Mediafacts. Marco was zich van geen kwaad bewust dat er nog een andere titel was met de naam Mediafacts. De uitgever van dat blad nam echter contact op met Marco en na een goed gesprek besloot Marco de naam te wijzigen in Marketingfacts. *'Die domeinnaam was nog vrij en paste beter bij wat ik aan het doen was.'*

De eerste Business Blogmeeting

Op de weblogconferentie in Glimmen (zomer 2004) geef ik een presentatie over de zakelijke mogelijkheden van blogs. Mijn verhaal wordt met enige scepsis aangehoord door het publiek in Glimmen, wat overwegend bestaat uit individuen die voor de lol een weblog hebben en zo nu en dan bij elkaar komen om een biertje te drinken en bij te praten. Ze hebben geen commerciële bijbedoelingen. Maar het doel van de organisator, Gert-Jan 'Camarados' Bos, is om te laten zien dat er meer is dan de weblogs die er nu zijn. Met zijn eigen Camarados en moblog is hij al een tijd op zoek naar een goede manier om er geld mee te verdienen. Gert-Jan en ik waren niet de enige. Het was ondertussen al langer duidelijk dat er meer mogelijk was met weblogs dan alleen het verwijzen naar leuke sites op het web en het beschrijven van je dag. *De Volkskrant* doet verslag van de conferentie en noemt het verhaal over de commerciële mogelijkheden 'het verkondigen van de blijde boodschap'.

Na de weblogconferentie in Glimmen begon ik op Frank-ly meer te schrijven over de zakelijke mogelijkheden van weblogs. Iedereen die iets met weblogs deed op zakelijk gebied zag dat het aantal zakelijke blogs groeiende was en dat er veel vernieuwing en verandering plaatsvond. Ik besloot om in de goede weblogtraditie een Business Blogmeeting te organiseren. De reden hiervoor was hetzelfde als bij elke weblogmeeting, je ontmoet elkaar in het echt, je praat wat bij en je drinkt een biertje. Omdat ik nog niet echt een idee had wie eropaf zouden komen, besloot ik de eerste editie enigszins kleinschalig te houden. Via e-mail nodigde ik een tiental bloggers uit die ik via-via al had leren kennen of van wie ik een e-mailadres kon achterhalen op hun site. Op 10 november 2004 vond in restaurant Lofen in Utrecht de eerste Business Blogmeeting plaats. Aanwezig waren: Bob den Otter van Pivot, Henk de Hooge en Paul Aelen van Dutchcowboys.nl, Vincent van Twillert van Zesser.com, Christ Coolen van Adverto.nl, Jeroen van de Wiel van Jeroen.com, Steef de Winter van NuMarketing, Frank Janssen van Frankwatching.com, Rob Potgiesser van <http://webmarketing.web-log.nl/>, Eduard de Wilde van Brickmeetsbyte.com, Richard Osinga van Oberon Mediablog, Frank Meeuwse van Frank-ly en Marco Derksen van Marketingfacts.nl.

De avond bij Lofen was kleinschalig maar zeker erg geslaagd. Zoals Frank Janssen in een interview zegt: *'Het eten stond in de hoek koud te worden omdat we allemaal te enthousiast met elkaar aan het praten en discussiëren waren over de mogelijkheden van blogs en RSS. Na die meeting was ik zo enthousiast over het bloggen geworden. Ik heb toen de halve nacht doorgeschreven aan een verhaal. Het was een soort eyeopener. Wat ik toen merkte, was dat het in de wereld waar ik vandaan kwam normaal is dat de ander je concurrent is. Maar toen merkte ik dat de andere bloggers je maatjes zijn. Dezelfde mensen die met passie en bevoegenheid bezig zijn en elkaar soms helpen. Het is nu wel zakelijker, rationeler geworden.'* Na deze eerste bijeenkomst in Utrecht werden al direct in diverse reactiepanelen plannen gemaakt voor meer business blogmeetings, maar het zou nog tot 23 juni 2005 duren voor de volgende editie in Amstelveen plaats zou vinden.

De start van de zakelijke blogosfeer

Emerce is het vakblad in Nederland wat zich richt op 'Business, Marketing & Technology'. Na een faillissement in 2003 komt het blad in de zomer van 2004 weer op de markt onder leiding van Anton van Elburg. Hij is van plan om van *Emerce* meer te maken dan alleen een papieren magazine. De website wordt vernieuwd en er komen evenementen onder de naam van het blad. Een van de eerste evenementen is de *Emerce Update*. In november 2004 vindt deze voor het eerst plaats en het zou onbedoeld de start zijn voor de zakelijke blogosfeer in Nederland. Anton had zijn zinnen gezet om bij de Business Blogmeeting aanwezig te zijn maar was helaas verhinderd. De redenen voor zijn bezoek waren een gezonde journalistieke interesse en om te kijken of een paar bloggers interesse zouden hebben om twee weken later op *Emerce Update* een presentatie te geven over de zakelijke kant van weblogs. Omdat Anton was verhinderd wordt Marco twee dagen later gebeld met dit verzoek. Marco accepteert de uitnodiging van Anton en vraagt Frank Janssen en mij erbij, zodat we gezamenlijk een compleet verhaal van de stand van zaken konden geven.

Marco had toen net zijn onderzoek naar de Nederlandse marketingblogs afgerond en de eerste resultaten presenteerden we op die middag. Voor ons alle drie was het de eerste keer dat we voor een zakelijk publiek zo'n verhaal zouden houden. Ik had in Glimmen al eens wat geroepen over de zakelijke mogelijkheden van bloggen, maar dat was vooral voor veel bekenden en ik had daar niet veel te verliezen. Ik vertelde in Glimmen en later op Emerce Update over de begindagen van Frank-ly, waarom we het waren gestart, wat de resultaten waren in cijfers en wat het had opgeleverd.

Tijdens de Emerce Update gaven we met z'n drieën een presentatie over weblogs, waarna Marco van Veen van Checkit een presentatie over de RSS-zoekmachine **Feeder.com** gaf. Marco legde uit wat weblogs zijn en waarom ze zo interessant zijn voor marketeers. Ik vertelde het verhaal over de eerste jaren van **Frank-ly.nl** en gaf de resultaten van het onderzoek op Marketingfacts. Frank Janssen vertelde voor het eerst in publiek over zijn weblog Frankwatching, waar hij dan net mee is begonnen. Hij legde uitgebreid uit hoe hij te werk ging op zijn weblog en hoe verschillende online instrumenten hem hielpen met het vinden en organiseren van de online artikelen. Het publiek in de Rode Hoed luisterde geboeid en kritisch. Een aantal van de toehoorders zou na deze presentatie zelf starten met een interne of een eigen zakelijke weblog en tegelijkertijd zouden veel al bestaande bloggers elkaar daar voor het eerst ontmoeten. Voor het eerst hebben weblogs in Nederland op grotere schaal een overstap gemaakt naar de reclame- en marketingwereld en zouden meer bedrijven met weblogs gaan beginnen.

Voor Marco Derksen was Emerce Update een eerste hoogtepunt: *'Na de presentatie bij Emerce werd de site ineens veel bekender en kon ik meer presentaties geven, van de DDMA tot het Tijdschrift voor Marketing'*. Uiteindelijk zou Marco na de eerste editie van het congres Blognomics op 21 april 2005 de stap zetten om op eigen benen te gaan staan. *'Op Blognomics vertelde ik wederom het verhaal hoe je geld kon verdienen met weblogs. In al die tijd ervoor waren alle grote weblogs van Nederland op Marketingfacts te vinden. Bij ons werden de discussies gehouden over adverteren op weblogs, het gebruik van RSS, de ontwikkelingen op online gebied. Flabber, GeenStijl, VK Mag, ze zaten allemaal dagelijks op Marketingfacts en discussieerden mee. De hele weblogwereld kende ik niet zo goed, maar ik had wel het idee dat er nieuwe kansen zouden ontstaan op het gebied van interactieve marketing. Ik liep dan ook al een tijdje met het idee rond om te stoppen bij Share of Mind en me te richten op Marketingfacts. Ik was al met ze in gesprek over het afronden van mijn werkzaamheden. Tijdens Blognomics maakte ik daar een opmerking over. Ik wist helaas niet dat er meerdere journalisten in de zaal zaten, dus een dag later stond in het FD dat ik mijn baan zou opzeggen om de eerste professionele blogger te worden.'* Op 27 april 2005 gaat Marco met Upstream Publishing aan de slag om onder andere Marketingfacts verder uit te laten groeien tot de uitgever nieuwe stijl die het nu is.

Al snel vindt Marco een sponsor voor de site en raakt hij in gesprek met Paul Molenaar van Ilse Media (nu Sanoma Digital) over een mogelijke samenwerking. *'Ik sprak Paul zo nu en dan om te kijken of ik ze kon helpen met commerciële mogelijkheden rondom hun weblogdienst web-log.nl. Na een paar gesprekken kwamen we erachter dat we daar niet uit gingen komen. Maar we zijn wel verder gaan praten over een mogelijke samenwerking. Dat heeft er uiteindelijk in geresulteerd dat Ilse Media op 8 september 2005 een minderheidsbelang nam in Marketingfacts.'*

Marketingfacts had echter een groot aantal auteurs die allemaal vrijwillig schreven voor de site. Nu Ilse Media een belang nam in de site ontstond er misschien toch een probleem. Marco: *'De reacties op de samenwerking waren heel positief, maar voor mij was het ook wel redelijk makkelijk om deze stap te zetten. Omdat Marketingfacts toch in een meer zakelijke omgeving opereerde dan de reguliere weblogs. Vrijwel alle bezoekers en schrijvers waren actief in de commerciële online wereld en begrepen dat er geld verdiend moest worden. Maar toen Ilse Media kwam heb ik ze wel duidelijk gemaakt dat Marketingfacts ongeveer vijftig aandeelhouders had. Hoe dat kwam? In de begindagen van de site had ik met Erik van Roekel een aandeelhoudersmodelletje gemaakt voor de auteurs. Gebaseerd op het aantal artikelen, reacties en wat extra variabelen maakten we elke maand een ranglijst wie welk percentage van de aandelen zou krijgen als we Marketingfacts zouden verkopen. Natuurlijk gebeurde het allemaal met een dikke knipoog, dus toen ik de groep auteurs om hun mening vroeg omtrent de samenwerking met Ilse Media, was iedereen enthousiast en gaf zijn goedkeuring. Niemand die er moeilijk over deed.'*

De samenwerking met Ilse Media zorgde ervoor dat Marco echt verder kon met Marketingfacts en langzaam maar zeker het merk kon uitbreiden. In 2006 verscheen voor het eerst het *Marketingfacts Jaarboek* en startten diverse cursussen op het gebied van online marketing, zoekmachinemarketing en aanverwante interactieve onderwerpen. Tot op de dag van vandaag is Marketingfacts een van de toonaangevende marketingweblogs in Nederland.

'Marketingfacts is uitgegroeid tot iets groters dan alleen het blog. Ik vond het fantastisch om daar de hele dag mee bezig te zijn. Ik had al snel door dat het geld verdienen niet zozeer zit in die banners en buttons, maar meer wat je rondom zo'n blog kunt doen aan activiteiten. Want het is mijn podium en wat kan ik daar dan mee? Zoals de jaarboeken. Maar ook met cursussen en opleidingen. Het is allemaal wat groter opgezet dan we in eerste instantie hadden verwacht. Nu organiseren we studiereizen naar China, Rusland en wellicht Brazilië in 2010. We hebben nu een redactie met mensen die er fulltime zitten. Het is een uitgever nieuwe stijl. Een lean and mean organisatie met een paar vaste mensen en verder heel veel freelancers en losse medewerkers. Dat model van Marketingfacts gebruik ik nu binnen andere community's zoals Arnhem Direct en de Heineken Music Hall. Toen ik in 2005 begon was ik van plan om bedrijven te helpen met het opzetten van blogs en community's. De eerste vijf die ik deed zijn alle vijf mislukt. Ze bestaan niet meer. Dat was voor wat telecombedrijven, maar dat is alweer weg.'

Een andere bekende blogger die vroeg startte met zijn marketingblog is Frank Janssen. Hij begon op 7 februari 2004 met Frankwatching. Vanaf de eerste dag bood Frankwatching nieuws en opinie over digitale trends en ging hij meer de diepte in dan zijn collega-marketingbloggers. Een van de kenmerken van Frankwatching was de uitgebreide verslaglegging van evenementen en de vaak hoogstaande discussies die plaatsvonden naar aanleiding van geplaatste artikelen.

frank watch ing

'Ik was zo blij als een kind dat je er meer toe deed dan op het intranet.'

Frank Janssen
<http://Frankwatching.com>

Bij TPG Post was ik Manager Internet en Intranet. Al sinds 1991 was ik daar intern aan het experimenteren met blogs en wiki's. Alles gebeurde daar op ons intranet en had vooral de sfeer van kennismanagement en het ontsluiten van documenten. Maar ondertussen hield ik wel bij wat er allemaal online gebeurde en dat verzamelde ik en deelde ik met mijn collega's. Ik was altijd links en documenten aan het rondsturen naar mijn collega's met al deze ontwikkelingen.

Ik kende al wel wat weblogs. Ik werkte met Fred Zelders samen, hij had een achtergrond met KPN Research en was al vroeg met internet bezig. Hij is in 2004 begonnen met zijn weblog Fredscapes. Hij had de technische knowhow en een visie hoe dit zou moeten worden. Wat we deden was buiten de infrastructuur van TNT onze eigen server plaatsen en illegaal software installeren vanaf de werkplek.

We gebruikten aanvankelijk een HTML authoring tool Hometown en een Word-bestand met macro's die automatisch van teksten nieuwspagina's bakten en die als HTML-code uitspuugde. Pas een jaar of twee later zijn we overgestapt op een groot en professioneel CMS-systeem Tridion. Blogs en wiki's kwamen ook pas in die periode stapje voor stapje voorzichtig van de grond.

We maakten mensen intern enthousiast over de blog en zo begon het te lopen. Dat was in 2002. De eerste maanden heb ik alleen maar dingen gequote van het web. Als ik wat interessant vond pakte ik daar een quote van en die zette ik dan met een link op ons intranet. Met het intranet had ik het idee dat ik voor de rest van de gang bij TPG zat te schrijven. Ik vond dat ik die energie beter buiten het intranet kon plaatsen en zo begon ik een eigen weblog. Voor ik met

Frankwatching begon had ik nog nooit iets op internet gezet. Geen post, geen artikel, geen reactie, niets. Ik was altijd heel erg intern gericht. Daar was ik wel heel actief, maar op internet zelf niet.

Als je bij Blogger een weblog aanmaakt dan moet je het een naam geven. Dus die moest ik toen bedenken. Mijn blog zou over trends en ontwikkelingen gaan, ik zat met het woord trendwatching in mijn hoofd. En toen kwam logischerwijs ineens Frankwatching voorbij. Ik heb er verder niet te veel over nagedacht en ben gewoon begonnen met de weblog.

Ik begon op 7 februari 2004 te schrijven op mijn eigen weblog, toen nog bij Planet Internet. Eigenlijk deed ik daar wat ik ook op het intranet deed en daarvoor al via e-mail. Veel linken naar interessante artikelen, nieuwe ontwikkelingen op een rij zetten. In die tijd was Startpagina al druk bezig en in juni 2004 bedacht iemand bij de dochterpagina <http://marketing.pagina.nl> dat er een rubriek weblogs moest komen. Om een rubriek te starten moest hij minstens drie links hebben. Daar kwam ik ineens tussen te staan. Dat was de eerste associatie met marketing, ik had zelf niet bedacht dat ik als marketingexpert door het leven zou gaan. Ik was in die periode op vakantie maar toen ik terugkwam zag ik dat ik op mijn kleine site ineens enorm veel bezoekers had.

In oktober besloot ik om de site op mijn eigen domein Frankwatching.com te zetten. Vanaf dat moment ben ik actiever gaan schrijven en zo nu en dan ook wat meer columnachtig. Die posts werden vrijwel direct opgepakt door de grotere blogs in onze branche, zoals Marketingfacts, Frank-ly en Advertto. Ik kreeg langzaam maar zeker meer reacties op mijn blog en met elke post en elke column kwamen er wel wat lezers bij. De opkomst van RSS in die periode heeft er ook voor gezorgd dat ik meer bezoekers kreeg. Een ander

moment dat ik meer bezoekers kreeg was toen Marco Derksen van Marketingfacts een serie maakte over businessbloggers. Daar stond ik bij. Maar de echte bekendheid is gekomen door Emerce Update.

Dat was voor mij ook een mooi moment om te zien wat er op zo'n bijeenkomst gebeurde. Een paar weken eerder hadden we elkaar al ontmoet op de Business Blogmeeting in Utrecht, dat was zo bijzonder. Want daar is denk ik wel de kiem gelegd voor veel contacten, samenwerkingen en de overige businessblogmeetings die in de daaropvolgende jaren zijn gehouden. Maar mede door die businessblogmeeting kwamen weblogs in het vizier bij Emerce. Zij organiseerden een evenement wat ik eigenlijk alleen maar zou bezoeken, Emerce Update. Een periodieke middag met presentaties over nieuwe ontwikkelingen en trends voor de zakelijke online markt. Maar ineens stond ik daar dus op het podium. Ik was zo verbaasd dat ik mijn verhaal daar mocht vertellen. Maar wat ik nog wel het mooiste vond, is dat we daar meer mensen hebben weten te inspireren om te gaan bloggen.

Door die Emerce Update is het ineens hard gegaan met andere lezingen en presentaties. Zo zat ik eind 2004 bij Marketing3, een jaarlijks congres over de ontwikkelingen op marketinggebied. Ik was uitgenodigd om bij de vip-avond aanwezig te zijn, wat voor mij alweer een geweldige avond was. Toen ik 's avonds laat thuiskwam heb ik er direct een blogpost van gemaakt. De volgende ochtend (Marketing3 besloeg drie dagen) kwam ik binnengelopen op het congres en zag ik ineens dat artikel groot op het scherm staan. Mijn blog werd ineens tijdens die presentaties genoemd. Ik was daar toch wel erg overrompeld door. Ik ben toen binnen een week benaderd door *Reclameweek* en *Emerce* voor interviews en een aantal aanvragen voor columns. Daar is toen mijn kerstvakantie aan besteed, wat de meest vreemde va-

kantie was die ik heb meegemaakt. Ik was twee weken vrij maar verschrikkelijk druk met heel veel leuke dingen.

De eerste drie jaar heb ik vrijwel alles alleen gedaan. Soms was er weleens een gastschrijver, maar in feite deed ik alles zelf. Dat was eigenlijk gekkenwerk. Want ik had gewoon een fulltime baan in Den Haag en ik woonde in Houten. Dus na een dag werken en een treinreis kwam ik thuis en ging ik direct aan de slag voor Frankwatching. Soms ging ik nachten door, dan was ik klaar met schrijven als het weer licht werd. Waarom ik dat deed? De voldoening die je krijgt van je bezoekers. Als zij inspiratie krijgen van mijn blogposts, dan ben ik tevreden. Je ziet de statistieken van je website, je leest de reacties en je merkt dat wat je schrijft anderen echt inspireert. Ik was zo blij als een kind dat je er meer toe deed dan op dat intranet bij TPG. Wat me enorm heeft gedreven is dat ik in een compleet nieuwe wereld stapte die ik nog niet kende. Ik was nog nooit op netwerkborels geweest, marketingcongressen bezocht ik weleens, maar had er zelf nog nooit gesproken. Als je dan ineens op een netwerkborel komt en je ziet daar allerlei gelijkgestemden en andere marketing- en businessbloggers, dan is het geweldig om daar tussen rond te mogen lopen.

Maar langzaam maar zeker merk je dat je niet alles meer alleen kunt doen. Bijvoorbeeld het redesign van de site. De eerste keer dat ik dat wilde doen was begin 2005. Ik was net overgestapt op Pivot, de weblogsoftware van Bob den Otter, en ik had de grootste moeite met de techniek en de vormgeving van de site. Ik ben volstrekt niet technisch dus zat ik steeds op het forum van Pivot. Ene Simon bood daar steeds aan me te helpen met mijn blog. Dat bleek Simon Koelewijn uit Rotterdam te zijn. Hij bood me aan om een nieuw en beter ontwerp te maken, voor niks, omdat hij Frankwatching een leuke site vond en me graag wilde helpen. De weken daar-

opvolgend hebben we alleen via MSN contact gehad, we hadden elkaar nog nooit ontmoet. In mei 2005 was het nieuwe ontwerp eindelijk af en konden we live met de nieuwe site. Dat was vlak voor de tweede Business Blogmeeting in Amstelveen en ik vroeg Simon of hij zin had om mee te gaan. Ik had hem nog nooit ontmoet dus het leek me wel zo leuk. Hoe groot was mijn verrassing toen ik ineens een jongen van zestien jaar ontmoette die mijn site had gemaakt! Samen gingen we naar Amstelveen en we werden langs alle kanten gefeliciteerd met het nieuwe ontwerp. Simon haalde daar zijn eerste opdrachten voor andere weblogs vandaan en hij is tot op de dag van vandaag betrokken bij de vormgeving van de site.

Het was begin 2005 dat *Emerce* mij benaderde om samen te gaan werken. Samen met een aantal andere blogs stonden we ineens op de voorpagina van Emerce.nl en ben ik begonnen met het plaatsen van banners op Frankwatching. Over de banners is één dag paniek geweest onder mijn bezoekers, daarna heb ik er nooit meer iemand over gehoord.

De samenwerking met *Emerce* zorgde voor een positieve reputatie, want mensen dachten dat wij een onderdeel waren van *Emerce*. We waren echter altijd onafhankelijk en we schreven wat wij wilden. Soms werd er wel wat doorgeplaatst of in elk geval bewerkt voor het blad. Helaas is de samenwerking met *Emerce* alweer beëindigd maar het heeft zeker geholpen in de groei van Frankwatching.

Zeker na het interview met *Emerce* werden ze bij TPG wel wakker en vroegen ze zich af wat ik toch allemaal aan het doen was met dat bloggen. Het was in dat interview dat ik voor het eerst mijn werkgever noemde, tot die tijd hield ik die zaken strikt gescheiden. Maar in 2005 begonnen bedrijven zich meer en meer af te vragen of ze niet een corporate blog moesten hebben, inclusief

TPG. Ik raakte aan de praat met Lia Vieveen, die werkte op de communicatieafdeling van TPG. Ik kwam er toen achter dat ze enorm veel geld uitgaven om een paar extra nieuwe abonnees te krijgen voor een blad over postzegels. We hebben toen aan de directeur consumentenmarkt om 1.000 euro budget gevraagd, zonder dat we konden vertellen wat we gingen doen. We hadden een goed idee en hij zou ons moeten vertrouwen. Gelukkig deed hij dat en we kregen het budget. In de kerstvakantie van 2005 zijn we aan de slag gegaan met de eerste concepten rondom een corporate blog, in maart 2006 is Postzegelblog.nl live gegaan. Dat was direct een succes in de nichemarkt van postzegelverzamelaars, maar het heeft ook intern voor een hoop vertrouwen gezorgd in bloggen en commercie.

Ik ben er op latere leeftijd achter gekomen dat ik uitgeven het leukste vind om te doen. Ik vroeg laatst aan mijn zoon: 'Denk je dat tijdschriften nog toekomst hebben?' Want hij leest geen tijdschriften en doet alles online. Zijn antwoord was kenmerkend en verraste me: 'Natuurlijk, als ik maar kan reageren.' Mijn vraag kwam vanuit de oude gedachte dat een tijdschrift op papier is, maar zijn antwoord kwam vanuit de interactieve gedachte. Dus als ik over uitgeven praat, dan zie ik dat als een plek waar mensen elkaar kunnen ontmoeten. Met bloggen is het uitgeven opnieuw uitgevonden.

Frankwatching was altijd een grote hobby en de kick was dat het lukte. Pas toen ik wegging bij TPG kwam de noodzaak om ervan te bestaan. Dat verandert wel wat, maar het blijft nog steeds een hobby. Het moet wel een hobby blijven anders hou je het niet vol. Je moet er echt passie en enorm veel lol in hebben. Ondanks dat er nu een redactie, planningssystemen voor artikelen live zetten en partnerships zijn.

Zowel Frank Janssen als Marco Derksen zagen weblogs als een nieuwe vorm van uitgeven. Zonder het juk van redactiestatuten en het redigeren van content kon je zelf bepalen wat je op welk moment online zette. Zij zagen de mogelijkheden voor weblogs in de commerciële sfeer, hoe kun je weblogs inzetten om die menselijke stem uit *The Cluetrain Manifesto* vorm te geven? Wat komt erbij kijken en wat zijn de struikelblokken? Juist door het zelf te doen, door zelf de beren op de weg tegen te komen en daar oplossingen voor te bedenken, kun je anderen goed adviseren wat te doen. Daarbij is het ondernemerschap van beiden debet aan de successen die ze hebben. Door in te zien dat je met een merknaam als Frankwatching en Marketingfacts andere producten en diensten kunt exploiteren, maak je jezelf vrij van een businessmodel wat alleen is gebaseerd op weblogcontent. Zowel Marco als Frank letten goed op wat er in het buitenland gebeurt en hoe in met name de Verenigde Staten het voortouw wordt genomen in onderzoek naar businessblogs en best practices. Zo publiceerde Frankwatching in 2006 een uitgebreid Amerikaans rapport over de werkwijze van businessbloggers. Maar tegelijkertijd waren de marketingblogs ook niet bang om misstanden en grove misstappen van marketeers goed aan de kaak te stellen. In de Verenigde Staten zagen we in 2004 hoe de slotenfabrikant Kryptonite in een paar dagen tijd het imago van onbreekbare sloten kwijtraakte. Een blogger filmt en publiceert hoe je met een simpele balpen de sloten kunt openen. De video gaat de wereld over en Kryptonite loopt zware imagoschade op. De case wordt later in het boek *Naked Conversations* (Scoble en Israel) nog eens aangehaald en op basis daarvan komt Kryptonite zelf ook naar buiten met meer informatie over de misstap. De pr-schade lijkt achteraf mee te vallen, maar ze geven wel toe dat er fouten zijn gemaakt in de online conversaties.

Een van de mooiste voorbeelden vind ik nog altijd de manier waarop Webstats4U en Nedstat in 2005 de complete blogosfeer over zich heen krijgen bij het omzetten van hun bezoekersteller naar een meer commerciële variant met ongevraagde pop-upadvertenties. Nedstat was vanaf de eerste dag in de Nederlandse blogosfeer een belangrijke aanjager in het ontdekken van nieuwe weblogs. De bezoekersteller had lijsten met meest bezochte sites en nieuwe sites. Nieuwe weblogs installeerden deze teller ook en zo kon je snel achterhalen of er weer een nieuwe weblog in Nederland was gestart. Zes jaar later was Nedstat enorm succesvol en waren er iets van 1,6 miljoen gebruikers van de gratis teller. Nedstat besluit de gratis teller te verkopen aan Ad pepper media. Ad pepper hernoemt de teller naar Webstats4U en voeren een wijziging door in de code die desastreus zou zijn voor hun merk. Begin september 2005 valt het een aantal weblogs op dat ze ineens pop-upadvertenties krijgen op hun site. Na onderzoek blijken deze van de Webstats4U code te komen. Dit zorgt voor een storm van verontwaardiging en protesten binnen de blogosfeer. Drie dagen later pakt de reguliere media het op en Ad pepper besluit om te reageren. Uit de reactie blijkt dat de makers van de nieuwe teller de verantwoordelijkheid bij de webmasters van de site legden, aangezien zij via e-mail op de hoogte zouden zijn gesteld. Wederom breekt er een luid boegeroep uit bij de weblogs, maar nog erger, het grootste weblog-netwerk Web-log besluit om de teller uit al hun weblogs te halen en over te stappen op een alternatief. Het merk Webstats4U loopt door de pr-blunder flink averij op die in Nederland ook voor een flinke blogstorm zorgt. Frankwatching heeft de complete case met tijdlijn op haar site staan. Wat hierin opvalt is het gebrek aan nuance bij de reguliere online media. In plaats van de naam Ad pepper en Webstats4U wordt overal de naam Nedstat gebruikt, wat feitelijk onjuist is. Het rumoer over de teller blijft uit

de printmedia, al verschijnt op 12 september 2005 wel een interview met Nedstat-directeur Michael Kinsbergen in het blad *FEM Business*. Hier wordt met geen woord gerept over de problemen met de tellers van Webstats4U. Dat is te verklaren door de lange aanlooptijd voor een blad om een interview te houden, in het blad te verwerken, het blad op te maken, te drukken en te distribueren. De werkelijkheid had via de online media het interview al ingehaald.

Een derde ondernemer die goed heeft gezien hoe weblogs in de zakelijke markt zijn in te zetten, was Henk de Hooge. Met een ruime ervaring op internet die teruggaat naar de eerste Nederlandse websites in 1991 stapte Henk in 2003 in het weblogavontuur als een ware cowboy.



dutch cow boys

**‘Bloggers
zijn de rocksterren
van het internet.’**

Henk de Hooge
<http://www.dutchcowboys.nl>

Mijn start met weblogs begint eigenlijk al ver voor de ontdekking van weblogs. In 1993 zat ik met Pierre de Jong (oprichter Concepts ICT en oud-directeur WestBrabantNet) en schreven we een document met onze visie over het ultieme internetportaal. Degene die content heeft zal heel veel macht hebben en kan dan andere diensten aan gaan bieden. We hadden het over lezers die zelf reageerden, zelf stukjes zouden schrijven. De mensen als belangrijkste bron van het nieuws. Dat stuk hebben we bij het toenmalige VNU ingeleverd en gaf onze visie op de toekomst van krantenportalen. Helaas hebben de uitgevers en de kranten het niet opgepakt.

Bloggers doen hetzelfde, ze ventileren hun eigen persoonlijke mening en dat is iets wat we al die jaren al wilden verkondigen. We konden toen niet bevroeden dat er gratis software zou komen waarmee je dat zou kunnen doen.

In 2000 was ik COO van Concepts ICT, een internetprovider voor ongeveer 100.000 abonnees. De persoon die verantwoordelijk was voor de uitgeeftak van de provider kwam bij me met het concept van weblogs. Hij geloofde dat de bloggers de nieuwe rocksterren van het internet zouden worden. De term Dutch Cowboys komt uit 1997, de tijd dat ik bij VNU Wegener zat. We waren een soort rebellenclub bij die uitgever, we zaten als echte cowboys constant tegendraadse online concepten te bedenken voor het concern.

In 2004 had ik een weddenschap met Aad Meijer, hij had destijds zijn eigen weblog op d'Alledaagse en hij wilde dat ik weer ging bloggen. De weddenschap was dat ik weer één artikel per dag ging schrijven, maar dan op Dutch Cowboys. Hij is een begenadigd cartoonist en hij heeft het eerste design van DC gemaakt.

Ik heb dat volgehouden, één artikel per dag, en dat werd langzaam maar zeker twee artikelen per dag. Maar toen ging ik op vakantie en wilde ik het wel vol blijven houden. Dus toen heb ik een kennis van me gevraagd, Paul Aelen, directeur van Checkit. Of hij niet kon invallen. Paul vond het wel erg leuk en na een paar weken besloten we om er samen mee door te gaan. We hebben toen de keuze gemaakt om wat specifiekier over search engine-marketing te schrijven. Dus artikelen over Google, Yahoo, MSN en andere zoekmachines. Maar ook interactieve marketing kwam vanaf het eerste moment aan bod. Dat begon eerst weer met één artikel, maar langzaam steeg het aantal artikelen per dag door ons enthousiasme. Daardoor steeg langzaam maar zeker ook het aantal bezoekers. Toen hebben we Igor Beuker (oud-voorzitter IAB, LaComunidad) en Stephan Fellingner (SpinAwards) erbij gevraagd om vanuit hun expertise artikelen bij te dragen. Daarna is het echt uitgegroeid tot de weblog die het nu is.

Stephan is iemand die als vernieuwer heel erg in de markt bezig was, hij maakt zich heel druk over de toekomst van interactieve marketing en in die rol vond ik dat hij bij ons moest komen schrijven.

Ik heb zo vaak uit moeten leggen wat een weblog voor bedrijven kan doen. In de beginjaren waren er maar een paar bedrijven die het lef hadden om iets met weblogs te doen en zich open op te stellen voor hun publiek. Bij de Gouden Gids waar ik destijds directeur internet & mobile media was zijn we een weblog gestart, dat was parallel aan de lancering van een virtuele Katja Schuurman. Een klein programma wat op je pc draaide en waar je zoekopdrachten mee kon doen. GeenStijl hakte daar flink op in en noemde het spyware. De discussie die zich toen ontspon was prima, want je gaat het dan hebben over de definitie van spyware. Wat is wel en wat is geen spyware? Toen bleek al

snel dat er niet echt een definitie was en met Tribal DDB, ons reclamebureau, hebben we toch wel aan weten te tonen dat de virtuele Katja geen spyware was. Helemaal is door die discussie en de acties van GeenStijl op de weblog van Gouden Gids het hele weblog wel de nek omgedraaid. De marketeers werden te angstig toen ze beseften dat 'het volk' op internet iets met je merk kon gaan doen zonder dat je daar controle over had. Ik blijf dat zonde vinden, want elke marketeer kan met een weblog de dialoog aangaan en zo achterhalen wat er bij de doelgroep speelt.

Toen ik wegging bij Concepts ICT heb ik een aantal domeinen meegenomen, waaronder dutchcowboys.nl. Maar we hadden toen al Dutchcowboys.com en die is daar blijven liggen. Een oud-medewerker van Concepts ICT zag in 2004 het succes van Dutch Cowboys en is op het .com-domein een *spoof site* begonnen: Gay Cowboys. Hij zette het op en mailde me dat ik het voor een groot bedrag kon overnemen. Dat hebben we uiteindelijk niet gedaan. Ik ben met Concepts ICT gaan praten en uiteindelijk hebben we het domein na wat onderhandelingen weer in handen gekregen. Het staat nu nog in de steigers, maar er zal een keer een Engelse versie komen van Dutch Cowboys.

Ik kreeg met Stephan op een gegeven moment het idee om een aantal thematische blogs op te zetten onder één vlag. We bedachten daar de naam Webloco voor. We hebben toen een stuk of vijftien themasites gebouwd en live gezet. De weblogsoftware maakten we zelf en daarmee liepen we tegen beperkingen op in de techniek. Als we snel wat nieuwe blogs wilden opzetten, dan kon dat niet zonder te veel maatwerk. Ik was bezig met Dutch Cowboys, Webloco, en Molblog was toen net live, en ik had daarnaast nog wat internationaal werk als Business Developer bij Truvo. Dat werd me allemaal iets te veel dus ben ik uit Webloco gestapt. Stephan is verdergegaan met een

andere partner. Toen is de naam Bloglo ontstaan en hij heeft heel snel mensen weten te vinden die de thematische sites wisten te vullen.

Toen het internet en met name weblogs opkwamen, waren journalisten per definitie tegen een andere manier van publiceren. Vooral omdat het een manier was die niet direct omzet opleverde. Ik vind het zo jammer dat die discussies nu nog steeds worden gevoerd in de krantenwereld. Er is nu wel een instroom van jonge creatieve journalisten, maar zolang die nog te weinig te zeggen hebben zal het niet echt opschieten in die wereld. Juist toen weblogs opkwamen zag ik dat als dé kans voor journalisten. Nu hadden ze eindelijk de kans om hun eigen persoonlijke mening te publiceren, ongehinderd door redactiestatuten. Ik vind het zo jammer dat het in Nederland niet echt van de grond is gekomen in de journalistieke wereld. In Amerika zijn een aantal journalisten wel met weblogs aan de haal gegaan en daar zie je dat ze een nieuwe status hebben gekregen.

De toekomst van weblogs, ik weet het niet... De meeste blogs zijn echt miniblogs en vanuit een exploitatiemodel is het moeilijk om dat rendabel te maken. Veel mensen zijn het na een paar maanden beu en hebben geen zin om zich voor een handvol bezoekers dagelijks in het zweet te werken. Een blog in Nederland beginnen met de ambitie om het voor jezelf rendabel te maken, dat is verdomd lastig.

In 2005 heb ik gesprekken gehad met voetbalclubs en voetbalmakelaars om te kijken of we voetballers een eigen blog konden geven. Het zou een logische stap zijn, want veel voetballers hebben al eigen merchandise en zijn al een soort rocksterren. Een weblog zou een logische extensie kunnen zijn. We hebben toen voor een aantal voetballers weblogs gebouwd, zoals Dirk Kuyt, Edwin van der Sar, Mark van Bommel en Roy Makaay. Wij zorgden voor de

content, maar iemand als Edwin van der Sar vertelde in Skype-interviews wat er in die week was gebeurd.

Maar omdat allerlei mensen zich met de content gingen bemoeien, zoals de clubs en de makelaars, was het toen geen weblog meer. Nu hoeft een voetballer niet alles zelf te schrijven, maar op deze manier ging het wel heel snel kapot. Er was te veel verstremgeling van commerciële belangen.

In Nederland waren er niet veel bloggers die de toon goed te pakken hadden in die tijd. Ik volgde vooral blogs uit Amerika, daar gebeurde veel meer en daar leerde ik dan ook veel meer van. In Nederland waren Retecool en Volkomenkut (nu VK Mag) erg goed bezig, evenals Marco die met Marketingfacts was begonnen. Ik vind het nog steeds heel goed wat hij voor de marketingwereld in Nederland heeft gedaan met zijn platform. Hij werd door uitgeverij van traditionele bladen wat beschimpt maar hij heeft het wel gedaan en volgehouden.

Een ander bedenkfel wat ik nog heb gehad was BlogXXL. Tijdens de kerstdagen in 2004 kreeg ik het idee om iets kleins te maken met weblogs. Dus niet heel veel toeters en bellen, maar juist het minimale. Ik heb samen met Daan de Vogel, mijn zakelijke partner, de site gemaakt. We

spraken met Philips en die wilde er wel iets mee doen. Die wilde het koppelen aan 's werelds kleinste gettoblaster, waarbij iedereen zijn eigen miniweblog kon maken waar je dan elke dag automatisch muziek op kreeg. Het plan heeft lang in de koelkast gelegen, maar is helaas op het laatste moment afgeblazen.

Zo heb ik altijd van die kleine ideetjes gehad en uitgevoerd en zo nu en dan blijft er wat hangen. Dutch Cowboys is daar een goed voorbeeld van. Dat is nu meer dan alleen de site Dutch Cowboys. Natuurlijk hebben we het hele platform met Dutch Cowgirls, Mobile Cowboys, Search Cowboys en Style Cowboys. Daarnaast hebben we de mobiele site en de iPhone-applicatie. Het bereik van ons platform is echt groot aan het worden en het is mooi om dat met een heel team te doen die het allemaal met een passie voor het onderwerp doen. Tegelijkertijd zie ik op onze weblogs meer verschijnen dan alleen het snelle nieuws. Er is weer meer verdieping en reflectie over het vakgebied en de ontwikkelingen. Dat vind ik een prettige ontwikkeling.

Bloggen heeft de passie van mensen weer getoond. Vroeger wist ik niet altijd wat mensen bezighield en nu kan ik dat lezen op hun weblog. Daar ben ik erg blij mee, dat ik op elk moment van de dag de passie van mensen kan lezen.

'Een blog in Nederland beginnen is verdomd lastig.'

Marketingfacts, Frankwatching, Dutch Cowboys en Molblog. De vier weblogs die in Nederland synoniem zouden worden voor de top van de businessblogosfeer. In de jaren erna zouden velen het voorbeeld van deze vier volgen. Onvermijdelijk in de zakenwereld is de vraag: waar zit het rendement? Hoe kunnen we hier geld mee verdienen? Het is een logische vraag vanuit een zakelijk perspectief, maar ook een lastige vraag. Want geld verdienen met je weblog zou knap lastig blijken. Je kon banners plaatsen, wat velen deden. Maar de meesten die wat geld verdienden, deden dat vanwege hun weblog. Door ongestoord te blijven schrijven, door alle reacties te lezen en indien nodig daar weer op te reageren. Door kennis met elkaar te maken, zo nu en dan een helpende hand uit te steken in de vorm van gastartikelen of lezingen van elkaar over te nemen. Iedereen was op zoek naar de heilige graal met geld in de blogosfeer, maar in Nederland konden we deze niet vinden. Met name op Marketingfacts werden uitgebreide discussies gehouden over de waarde van RSS-feeds, de kosten om lezers aan je te binden en de manieren waarop je sponsoring in kunt zetten op een weblog. Opvallend is dat veel niet-marketingblogs deze discussies met grote interesse volgde. Geregeld waren de makers van Retecool, Flabber, GeenStijl en andere blogs in de reactiepanelen te vinden om inzicht te geven in hun eigen cijfers of elkaar vliegen af te vangen. Iedereen was op zoek en iedereen was aan het leren. Zo ontstonden er meer bedrijven die zich bezighielden met de commerciële kant van het bloggen. Er kwamen speciale advertentie bureaus voor weblogs, diverse initiatieven om weblogs in print uit te brengen en een hoop verticale nicheblogs. Die laatste zijn weblogs die op één specifiek onderwerp gericht zijn, zoals mobiele telefonie of online ondernemerschap. Met name de weblognetwerken Blogo en Blog.nl waren hier erg op gericht. Daarnaast kwamen de eerste pr-bureaus die bloggers direct gingen benaderen met productpitches en werden bloggers steeds vaker uitgenodigd om live verslag te doen van evenementen en conferenties.

Het ene initiatief verliep beter dan het andere, waarbij een van de 95 stellingen uit *The Cluetrain Manifesto* volgens mij altijd de basis van het succes is:

'Learning to speak with a human voice is not a parlor trick. It can't be "picked up" at some tony conference.'

Hoeveel congressen, workshops en paneldiscussies er ook zijn geweest over bloggen (en later over social media), je kunt het bloggen niet leren van een middagje workshop volgen. De pioniers in het businessbloggen hebben dat aan den lijve ondervonden en blijven tot op de dag van vandaag actief met andere social media-instrumenten. Altijd met een menselijke stem en altijd in een conversatie.

*'Learning to speak
with a human voice
is not a parlor trick.'*

*It can't be "picked up"
at some tony conference.'*

→ Volwassenheid en weblognetwerken

Sinds 1999 zijn bloggers langzaam maar zeker het web aan het veroveren. Wereldwijd komt er meer pers aandacht voor weblogs en de mogelijkheden van het internet. In Nederland blijft die aandacht voor weblogs eveneens niet langer uit. Wat velen gaan zien is dat het internet meer is dan een verzameling commerciële websites en 'silo's met informatie' waar je heen surft als je informatie zoekt. Het web is langzaam maar zeker aan het transformeren van een informatiemedium naar een communicatiemedium voor de massa. Bloggers zagen deze trend, bewust of onbewust, al langer aankomen, want zij wisten niet beter dan dat ze zelf ook iets op het web konden publiceren. De komst van de term Web 2.0 heeft weblogs volwassen gemaakt en de omstandigheden geschapen waarin weblognetwerken en andere online diensten goed konden gedijen.

Het begrip Web 2.0 staat voor 'het web als een platform'. De platformgedachte is gebaseerd op de businessmodellen van bedrijven als Google. In de softwarewereld is het gewoonte om reguliere updates te geven op de software. Die kon je kopen of downloaden en zelf installeren. Maar door de groeiende technische mogelijkheden krijgt het web ook mogelijkheden die voorheen alleen lokaal door software werden gedaan. E-maildiensten als Hotmail en Gmail bewegen meer naar een interactieve omgeving waarbij het lijkt alsof je op je desktop werkt in plaats van een browser. Deze services worden constant geüpdatet met nieuwe versies, zonder dat je daar als eindgebruiker iets aan hoeft te doen. Het web evolueert naar een actiever communicatieplatform waar de gebruiker zelf participeert in plaats van alleen maar informatie consumeert. De term doet vermoeden dat het hier om een nieuw web gaat, wat na Web 1.0 komt, maar zo werkte het niet. Het gaat hier om langzame technische en sociale ontwikkelingen die leiden tot nieuwe mogelijkheden om te communiceren, participeren en publiceren. Doordat het internet een groter aandeel in het zakelijke en publieke leven krijgt, komt er meer behoefte om het web voor meer interactie in te zetten. De onderliggende techniek van het web maakt die wens mogelijk, de programmeertalen worden volwassen, de internetsnelheden gaan omhoog zodat multimedia interessanter wordt en er komen meer apparaten om online mee te gaan naast de pc. Telefoons krijgen internetmogelijkheden en er zit een groei in de markt van PDA's en handhelds. Maar het zijn vooral de gebruikers die voorop komen te staan. Web 2.0 staat vooral voor een socialer en interactiever web. Gebruikers hebben zelf meer de controle over de data op een website, kunnen ermee interacteren, maar beter nog, ze kunnen met elkaar interacteren. De gebruiker kan in controle zijn over de informatie op het web in plaats van de passieve consument zijn die ze voorheen waren. Zo wordt het mogelijk om zelf gemakkelijk en zonder uitgebreide kennis van HTML of programmeertalen informatie en data toe te voegen aan het web. Foto's kunnen worden geüpload op sites als Flickr, Picasa en Photobucket. YouTube zorgt voor een explosie aan online homevideo's en er ontstaan nieuwe virtuele vriendennetwerken. In Nederland kennen we Hyves, opgericht in 2004 door Raymond Spanjar, Koen Kam en Floris Rost van Tonningen. Dit vriendennetwerk komt met veel mogelijkheden om verhalen met elkaar te delen via foto's, krabbels en een weblog. De populariteit van Hyves zorgt voor een enorme toename van nieuwe weblogs op dat netwerk. Daarnaast zien meer ontwikkelaars en

ondernemers de mogelijkheden van Web 2.0 en weblogs. Er ontstaan meerdere weblognetwerken waar je zonder enige kennis van HTML je eigen blog kunt bijhouden. Weblogsoftware die je zelf moest installeren kende ook een sprong voorwaarts. Door de toegenomen technische en multimediale mogelijkheden werd het makkelijker om je eigen weblog bij te houden, je had minder kennis van HTML nodig. Zoals een aantal bloggers van het eerste uur in de interviews ook aangaven: 'Wij moesten het zelf allemaal uitzoeken en uitproberen, maar nu krijg je een goedwerkend en aantrekkelijk gevuld weblog bijna op een presenteerblaadje aangereikt.' De weblognetwerken die in Nederland ontstaan kennen twee stromingen. Enerzijds zien we weblognetwerken waar je zelf een weblog kunt aanmaken en gelijk mee aan de slag kunt. Door bij het aanmaken van een blog een categorie te kiezen kun je in het netwerk makkelijker gelijkgezinde weblogs vinden via de thematisch ingerichte portaalpagina's. Een voorbeeld hiervan is [Web-log.nl](#) van Sanoma Digital (voorheen Ilse Media). Anderzijds zien we weblognetwerken ontstaan die gericht zijn op het bij elkaar zoeken van mensen om zo een netwerk van thematische blogs op te zetten en deze nauw met elkaar te verbinden. In de Verenigde Staten is dit succesvol gedaan door Nick Dentons Gawker Media (met weblogs als Lifestyler, Gizmodo en io9) en Jason Calacani's Weblogs, Inc. (met weblogs als Engadget en The Unofficial Apple Weblog). Nederlandse ondernemers zagen een gat in de markt om dit hier ook op te zetten en te exploiteren. De twee bekendste netwerken in Nederland zijn Bloglo van Stephan Fellingner en [Blog.nl](#) van Ayalon en Ben Blog.

**Het zijn vooral
de gebruikers die
voorop komen te staan.**

web

‘We dachten nooit al te moeilijk en zochten naar de beste en snelste oplossingen.’

log

Joris Leermakers
<http://Web-log.nl>

Ik wist niet goed wat weblogs waren tot ik er een keer iets over hoorde op de radio, begin 2003. Ik had weleens wat over het nieuwe online fenomeen gelezen maar kende het nog niet zo goed. Ik was toen nog programmeur bij Creative en het leek me wel leuk om in mijn eigen tijd een weblogstelsel te maken. Nu ben ik zelf niet een enorme schrijver. Het systeem was niet voor mezelf, maar ik bedacht een manier zodat anderen snel en zonder installatie van software een weblog konden beginnen.

In die tijd was er in Nederland nog niets vergelijkbaars met wat ik wilde maken. Natuurlijk was Blogger er al wel en wat andere Amerikaanse systemen, maar er was niets van Nederlandse bodem. Ik kende de weblogsoftware Pivot, maar dat moest je ook zelf installeren op een server. Ik dacht dat er wel interesse zou zijn bij een paar honderd mensen om zonder enige kennis van HTML en protocollen als FTP hun eigen verhalen online te zetten. In de avonden begon ik te werken aan Web-log. De keuze voor die naam was heel simpel, het domein weblog.nl was al bezet en web-log.nl nog niet.

Terwijl ik het systeem maakte heb ik eigenlijk niet naar bestaande systemen gekeken uit het buitenland. Ik had mijn eigen idee over wat een blog moest zijn en dat maakte ik. Een week later, op 5 april 2003 was de weblogtool af en mijn vriendin Aukje was de eerste die het gebruikte. Ze maakte haar eigen weblog aan en begon te schrijven over de alledaagse dingen in ons leven. Gewoon om te testen hoe het werkte en om er op die manier nog wat bugs uit te halen. Op de een of andere manier kwamen er meteen wat mensen op de site om ook een eigen weblog aan te maken. Zo groeide het bezoek eigenlijk elke dag.

Ik had niet het idee om er echt geld mee te verdienen, ik deed het vooral voor de lol en ik vond het leuk om de reacties van mensen te zien en te lezen en zo het systeem verder uit te bouwen. Vanaf dag één had ik een forum voor feedback geïnstalleerd en ik liet me vooral door die mensen leiden wat er beter of anders zou moeten, zoals betere moderatie en beveiliging van hun weblogs.

Adam Curry heeft in de begindagen nog meegeholpen door het hosten van de RSS-feeds. Ik had dat niet ingebouwd en hij wilde dat wel graag, zodat hij in zijn feedreader onze weblogs kon bijhouden. Hij was helemaal weg van RSS en wilde het graag ondersteunen. Dus stelde hij wat serverruimte beschikbaar om RSS-feeds te kunnen hosten. Dat was maar heel kort want we gingen al snel over op een nieuwe serveromgeving. In augustus liep ik namelijk tegen de grens van mijn server aan, we zaten toen al over de 2.000 weblogs. Eind december 2003 zaten we al tegen de 10.000 weblogs die we hostten. Curry heeft toen een oproep op zijn blog geplaatst dat ik hulp nodig had. Binnen een uur had ik Nils Rooijmans van Ilse Media aan de lijn. Ik had al meer partijen gesproken, maar ik vond Ilse het meest interessant omdat ze al een uitgever waren. Ik had wel het idee dat het in de toekomst interessante mogelijkheden zou gaan bieden. In september 2003 hebben we het nieuws officieel naar buiten gebracht, Ilse Media zou gaan sponsoren met twee servers en een systeembeheerder. Half 2004 hebben ze vervolgens alles overgenomen en kwam ik in dienst van de uitgever. Binnen een jaar was het dus van een zolderkamerproject naar een service bij de uitgever geworden. Bij het eenjarig bestaan hadden we meer dan 35.000 weblogs geregistreerd. Het aantal pageviews ligt dan op ongeveer 17 miljoen per maand, waarvan ongeveer 2 miljoen op de portal. Nog wat andere cijfers uit die tijd: in april 2004 werden er per dag gemiddeld meer dan 200 weblogs

aangemaakt, 2.800 blogposts geschreven en 8.000 reacties gegeven.

Ondertussen was ik samen met Michiel Houben bezig de service verder uit te breiden. Michiel was vooral bezig met de zakelijke kant van de weblogs, ik hield me bezig met techniek. Later kwam Kim Swagemakers er nog bij voor de marketing.

Ik was dus in mijn eentje verantwoordelijk voor de techniek, dat was soms weleens lastig. Er ging weleens wat mis en dan was ik de enige die het kon oplossen. Nu kreeg ik in de begindagen al wel nachtelijke telefoontjes van advocaten omdat die iets op een weblog hadden gelezen wat er niet op hoorde, maar met zo'n groot netwerk was het toch wel andere koek.

We begonnen gelijktijdig met GeenStijl en vele andere weblogs en er werd altijd wat denigrerend gedaan over bloggers die op Web-log schreven. Ik heb me daar nooit zo druk over gemaakt. Ik vond het wel apart dat er zo'n verschil was tussen die soorten blogs en dat het zo speelde. Maar het was een andere soort schrijvers. Bij Web-log kwamen de mensen die wel een weblog bij wilden houden maar geen zin hadden in allerlei technische randzaken. De inhoud van de weblogs was wezenlijk anders. Het zijn meer de huis-tuin-en-keukenlogs die op Web-log de toon bepaalden. We hadden een paar marketingblogs die er wel uitsprongen, zoals Petra de Boevere als het Meisje van de Slijterij, Albert Treur met zijn mediaweblog Venturo en [Media-courant.nl](#). Een ander populair blog was Het Legioen van Feyenoord met ongeveer 150.000 pageviews per maand.

We zijn echt verschillend van Blogo en [Blog.nl](#). Die netwerken zijn op een andere manier opgezet. Wij zijn vooral gegroeid met de individuele blogs en later met de portal sites. Daarnaast hebben we een aantal leuke samenwerkingen gehad met titels van Sanoma, waar Ilse Media onderdeel van uitmaakte. Zo hebben we voor *Margriet* en *Viva* de weblogs opgezet. Ik kreeg een mailtje van Sanne Walvisch, de verantwoordelijke bij *Viva* voor de website, ze wilde iets met weblogs doen. Dat mailtje kwam bij Michiel binnen en een paar uur later hadden ze een eigen weblogomgeving staan en konden ze aan de slag. We dachten nooit al te moeilijk en zochten naar de beste en snelste oplossingen voor die titels.

We wilden eigenlijk een sociaal netwerk zijn zoals Hyves is geworden. Bij Ilse hadden ze dat voor ogen maar dat is niet echt uit de verf gekomen. We hebben toen nog WIE online overgenomen in augustus 2004, daar probeerden we het community-idee mee te starten. Maar dat bleek toch moeilijk te zijn, omdat er zoveel soorten blogs zijn en er veel kleine groepjes bloggers waren die elkaar kenden. Er was niet echt een grote gemene deler. We konden er geen goed model omheen bouwen, dus we hebben WIE online gelaten voor wat het is.

Ondertussen gebruikt Web-log niet meer mijn software maar zijn ze overstapt op TypePad van Six Apart. Ik begon het als een hobbyproject met een paar honderd gebruikers voor ogen. Nu is Web-log het grootste weblognetwerk van Nederland. Dan moet je wel de juiste software hebben die dat aankan.

In 2003 startten ook andere weblogdiensten als [punt.nl](#), [20six.nl](#) en de betaalde hostingdienst [Blogspot.nl](#). [Blogspot.nl](#) was een webhostingbedrijf dat zich speciaal richtte op bloggers. Een opvallende naam, omdat [Blogger.com](#) wereldwijd de naam [Blogspot.com](#) voert voor de gehoste weblogs van haar klanten. [Blogspot.nl](#) had geen banden met Blogger, sterker nog, op de betaalde webdienst kon je standaard de concurrerende weblogsoftware Greymatter gebruiken of weblogsoftware naar eigen keuze installeren. Blogspot was vooral een hostingprovider die als extra service de weblogsoftware voor je installeerde. Daarna was je zelf aangewezen op de configuratie en vormgeving van je weblog. 20six startte vlak na Web-log en was opgezet door een aantal internet-ondernemers. Vanaf de eerste dag blonk 20six niet direct uit in gebruikersvriendelijkheid. Er ontbraken basisfunctionaliteiten die voor een weblog wel aanwezig zouden moeten zijn, zoals leesbare URL's en open reactiemogelijkheden. Tevens zorgden de algemene voorwaarden voor wat opgetrokken wenkbrauwen, aangezien het de eigenaren van 20six het recht zou geven om naar eigen inzicht redactionele wijzigingen en links aan te brengen op de weblogs... De weblogdienst [Punt.nl](#) was evenals 20six en Web-log een alternatief voor het zelf installeren en configureren van je weblog. Met een paar klikken stond je eigen weblog klaar en kon je aan de slag.

Opvallend bij de weblogdiensten was dat direct het commerciële belang vooropstond. Het tekende de veranderende cultuur in de blogosfeer. Aangetrokken door de (over) positieve berichten uit de Verenigde Staten, dachten velen dat in Nederland een snelle slag was te slaan met weblogs. Al snel zou blijken dat je een lange adem moest hebben om het vol te houden. Joris heeft met Web-log een mooie partner in Ilse Media gevonden waarmee continuïteit werd gegarandeerd. 20six is nog steeds actief evenals weblogdienst [punt.nl](#). Blogspot is intussen overgegaan in een andere hostingprovider.

Begin maart 2005 startten de originele oprichters van Dutch Cowboys een eerste weblognetwerk: Webloco. Ze begonnen met drie domeinen: Moeders, Sport en Shoppen. Op alle drie de domeinen zetten ze een redacteur en ze gingen vol goede moed aan de slag. Al snel zou blijken dat de ondernemers het te druk hebben met andere zaken. Paul Aelen was druk bij Traffic4U, Henk de Hooge was bij Dutch Cowboys vol in de versnelling en het was niet op te brengen om een netwerk bij te houden. Stephan Fellingner was toen al betrokken bij Dutch Cowboys als schrijver en hij had de smaak goed te pakken met het bloggen en alles wat eromheen gebeurt. Hij besloot de virtuele boedel van Webloco over te nemen en gaat aan de slag met Blogo. Een paar maanden later, op 23 juni 2005 start Blogo officieel en bij de tweede Business Blogmeeting zal Stephan zijn weblognetwerk presenteren. Het weblognetwerk van Blogo is sterk geïnspireerd door de dan al goedlopende [WeblogsInc.com](#) en [Gawker.com](#).



Blogonomics 2006
foto: Tonie van Ringelestein

blo go

'Rondom
weblogs
hoort de cultuur
van persoonlijk,
openheid en met je lezers
de dialoog aangaan.'

Stephan Fellingner
<http://www.bloggo.nl>

We zijn in juni 2005 met Bloggo begonnen als eerste bloguitgeverij van Nederland. Ik was gevraagd door Henk de Hooge om te schrijven voor Dutchcowboys.nl. Daar werd ik zo enthousiast van, dat ik ging nadenken over een netwerk van weblogs over diverse onderwerpen. In eerste instantie met Henk samen, maar hij is doorgegaan met Dutch Cowboys.

Het internet is oorspronkelijk ontwikkeld door en voor mannen, dat is de reden waarom er van oorsprong meer sites zijn voor mannen dan voor vrouwen. Vergelijk het met de mobiele telefoon. Die is bedacht door mannen en was typisch een mannengadget. Maar vrouwen zijn de ultieme communicatiewezens. Je ziet dus dat vrouwen zich steeds meer roeren binnen online media. Met de opkomst van meer social media zullen de vrouwelijke (lees sociale) eigenschappen op internet alleen maar belangrijker worden. Je op vrouwen richten is in mijn ogen een logische en vooral ook leuke stap.

Maar bij Bloggo zijn er niet alleen vrouwenblogs. Een site als hobby.bloggo.nl gaat over zaken als knippen, plakken en knutselen. Eigenlijk een grote onbekende in de Nederlandse blogosfeer. Maar op hobby.bloggo.nl komen juist niet de standaard weblogbezoekers. Ik vind het bijzonder dat we alleen al met dat blog, voor een atypische blogdoelgroep, in december meer dan 400.000 unieke bezoekers haalden. Rondom Sinterklaas is de site erg populair voor de surprise-ideeën. Onze bezoekers komen daar omdat ze er vinden wat ze zoeken, niet omdat het een blog is.

Ik ben daar wel trots op, dat we een publiek trekken op onze weblogs dat juist niet het typische weblogpubliek is. En dat we met minimale middelen, maximaal plezier een resultaat halen.

Ondanks dat we niet een typisch weblogpubliek trekken, ben ik wel blij met de pioniers die dit allemaal mogelijk hebben gemaakt. Vooral Wim de Bie met Bieslog maakte veel indruk op mij. Hij was veel later dan pioniers als Tonie, Remco en Alt0169 en je kon niet reageren, iets wat ik een enorm gemis vond en waardoor het voor mij puur gezien geen weblog was. Maar zijn persoonlijke kijk op de wereld zorgde ervoor dat ik hem dagelijks bezocht. Ik zag het als het vervolg op zijn vroegere Bescheurkalenders. Heel bijzonder was dat Wim de Bie zichzelf eigenlijk opnieuw uitvond. Hij kwam uit de traditionele mediawereld, maar omarmde het internet. Het is niet vreemd dat hij bij de VPRO zat. Een organisatie die een grote bijdrage heeft geleverd aan internet in Nederland.

Rondom weblogs hoort de cultuur van persoonlijk, openheid, samenwerken en met je lezers de dialoog aangaan. Qua cultuur vind ik de shocklogs daarom juist veel minder echte weblogs. Eigenlijk zijn shocklogs veel meer zoals de massamedia, veel schreeuwen.

Blogs blijven zich ontwikkelen. Ze groeien mee met ontwikkelingen als bijvoorbeeld social media en nieuwe technische mogelijkheden. Video neemt nu een veel belangrijker plek in dan tijdens de begindagen van de weblogs. En Twitter zie ik niet als een bedreiging voor weblogs, zoals sommige wel zeggen. Met de komst van microbloggen hebben we juist weer een prachtige aanjager van de blogosfeer. Weblogs zijn een blijvertje en zullen de komende jaren meegroeien met het internet.

blo

'Weblogs waren de eerste kanalen waar het nieuws sneller kwam dan de oude media konden publiceren.'

Ayalon Blog <http://www.blog.nl>

Op het domein [blog.nl](http://www.blog.nl) begon ik samen met wat vrienden in 2003 een klein weblogje in Pivot over wat ons zoal bezighield in die tijd. Toen het woord blog in 2004 woord van het jaar werd, zijn we ons gaan oriënteren om er wat professioneels mee te gaan doen. In die tijd kreeg ik erg veel verzoeken uit de hele wereld om de naam [blog.nl](http://www.blog.nl) over te nemen. Ik had daardoor wel het idee dat er flink wat potentie in het bloggen zou zitten.

Met een domeinnaam als [blog.nl](http://www.blog.nl) moet je iets doen in de weblogwereld. De vorm is lastig, velen adviseerden ons van [blog.nl](http://www.blog.nl) een startpagina van alle weblogs in Nederland te maken, in die tijd waren startpagina's erg hot. We zijn toen gaan onderzoeken hoe we weblogs als professioneel medium konden inzetten. Samen met Ben, mijn vader, zijn we aan de slag gegaan om een weblognetwerk op te zetten. We hadden al ervaring in IT, marketing en management en hebben een ondernemersachtergrond. We begonnen met de gedachte dat er een netwerk van professionele themablogs moest komen. Want die was er nog niet. We hebben vanaf het begin gekozen voor professionele redacteurs met passie voor het thema. Zij schrijven tegen betaling over hun thema.

Op 28 juni 2005 zijn we begonnen met drie themablogs: [Amstelveen.blog.nl](http://www.amstelveen.blog.nl), [voetbal.blog.nl](http://www.voetbal.blog.nl) en [wielrennen.blog.nl](http://www.wielrennen.blog.nl). Langzaam maar zeker konden we het netwerk uit gaan breiden.

Wij hebben in september 2005 tijdens de orkaan Rita in Amerika een Nederlander weten te vinden die vanuit Houston over alle zaken in die regio schreef. Daarmee hadden we in Nederland een flinke primeur. Die Rita-blog haalde destijds alle kranten en grote websites in Nederland. In de tijd dat we begonnen zag je al direct dat weblogs steeds professioneler werden. Je ziet op dit moment minder nieuwe

weblogs ontstaan en de bestaande weblogs lijken krachtiger te worden. Het is de professionalisering van een medium waarmee je toch wel wat charme uit de beginfase verliest. Om er nu nog tussen te komen met een eigen blog wordt steeds moeilijker. Ons voordeel is dat we nieuwe blogs inmiddels een gigantische push kunnen geven door ons eigen verkeer. Weblogs zijn allang niet meer marginaal en worden steeds serieuzer genomen.

Vanuit mijn netwerk heb ik regelmatig contact met allerlei webloggeigenaren in Nederland, van de grote shocklogs in ons land tot de kleine nicheweblogs. Je moet het tenslotte met elkaar doen, samen sta je sterk en je kunt veel van elkaar leren. Van samenwerking is officieel gezien geen sprake, maar we ondersteunen elkaar wel. Het is wel mooi om iets op te bouwen wat na zo'n vier en een half jaar succesvol blijkt. We hebben elke maand 3,5 miljoen unieke bezoekers op het totale netwerk. Ik vind het mooi dat wij zo'n platform hebben weg weten te zetten.

Op dat platform hebben we wel wat spelregels. Zo is er een minimum aan het aantal artikelen per week en de wijze waarop het geplaatst wordt. Wij bemoeien ons niet met de inhoud van de blogs en zorgen verder alleen voor techniek en marketing. Reacties verwijderen we niet, tenzij ze onze huisregels overschrijden, zoals racistische opmerkingen. We organiseren elk kwartaal een bijeenkomst met onze bloggers. Dat is altijd een inspirerende bijeenkomst waar we elkaar op de hoogte houden van nieuwe online ontwikkelingen en met elkaar tips en trucs delen om nog beter te bloggen.

We hebben een grote groep vaste bloggers op [blog.nl](http://www.blog.nl), maar we zien wel verloop. Zolang je blogt over een onderwerp dat je aan het hart blijft liggen, is erover schrijven geen enkel probleem. Bloggen moet je doen omdat je het leuk vindt en als dat de basisreden is van de posts komt het bijna altijd goed.

In de Blogviews die Marco Derksen op zijn Marketingfacts houdt, interviewt hij de kersverse weblogondernemers Ayalon Blog en Stephan Fellingner. Beiden geven toe dat het op het moment van starten nog geen vetpot is en dat er vooral veel gepionierd wordt. Zowel Stephan als Ayalon genieten van de chemie die er ontstaat als de schrijvers van de blogs bij elkaar komen.

WEBLOGGEN MOET

Het geeft
consumenten en
concurrenten
een stem. Geen
bedrijf kan er
omheen.

"Webloggen moet! Het geeft consumenten en concurrenten een stem. Geen bedrijf kan er omheen." Aldus FEM Business in mei 2005.
foto: Comicbase

De volwassenheid nabij

Tien jaar nadat de eerste e-zines in Nederland verschijnen en ongeveer zes jaar na de eerste blogs in Nederland, zien we dat weblogs in 2005 de kinderfase zijn ontgroeid. Weblogs zijn er in allerlei soorten en maten en het is vrijwel onmogelijk om nog een totaalbeeld te hebben van de blogosfeer in Nederland. De komst van weblognetwerken, waar privéweblogs ontstonden achter een wachtwoord, en de opkomst van Hyves met hun blogfunctionaliteit, zorgen voor een explosieve groei. Bij Hyves worden maandelijks meer dan 900.000 blogposts geschreven door plusminus 275.000 Hyves-leden. Deze worden maandelijks door twee miljoen unieke Hyvers bekeken. Bij Web-log.nl zijn van de 300.000 aangemaakte blogs er ongeveer 150.000 ook echt actief, een groot deel is slapend of inmiddels al niet meer actief te noemen. Maandelijks schrijven de Web-loggers plusminus 90.000 blogposts.

Vanaf 2005 worden weblogs volwassen. Bloggers krijgen meer mogelijkheden om inkomsten te genereren uit hun publicaties en het merk wat ze hebben opgebouwd. Zo besluit Marco Derksen in 2005 om op eigen benen verder te gaan en zijn merk Marketingfacts verder uit te bouwen. *De Telegraaf* neemt in 2006 een belang van 40% in GeenStijl, wat in 2008 naar 100% gaat. *Emerce* gaat samenwerkingen aan met bloggers en er komt meer media-aandacht voor weblogs en bloggers. Met de komst van de weblognetwerken zoals in dit hoofdstuk beschreven stijgt het aantal blogposts in Nederland, een trend die wereldwijd ook te zien is via de jaarlijkse State of the Blogosphere bij weblogzoekmachine Technorati.

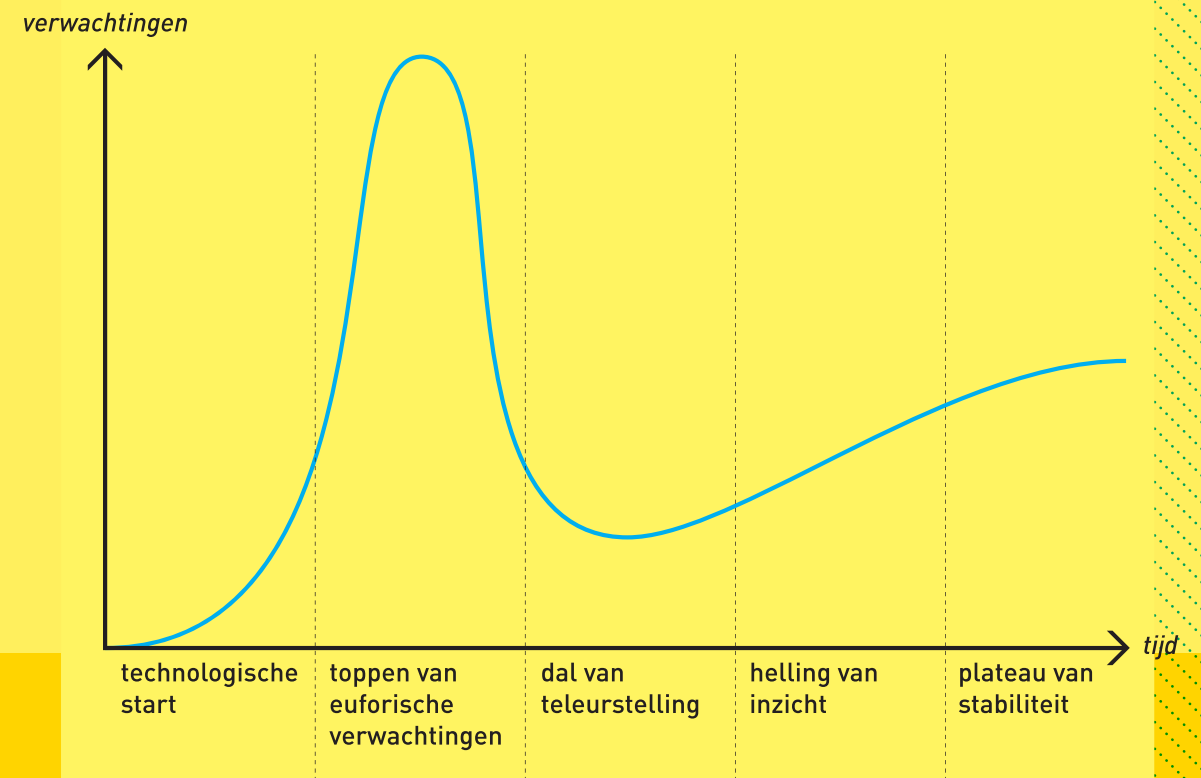
In de printmedia wordt vanaf 2004 langzaam maar zeker meer over weblogs geschreven. Officiële cijfers zijn nog niet voorhanden, maar ik vermoed dat na 2005 het aantal berichten over weblogs in kranten en tijdschriften explosief is gestegen. De aard en het sentiment van de berichtgeving is nog onduidelijk, maar het kan interessant zijn dat nader te onderzoeken. Nu ook sociale netwerken en microblogdiensten als Twitter sterk in opkomst zijn, is het waarschijnlijk dat berichtgeving over weblogs inmiddels aan het dalen is.

Al jaren wordt er geroepen dat weblogs dood zijn en geen betekenis meer hebben in het huidige medialandschap. Is dat echt zo? Zijn weblogs in een paar jaar tijd van volwassenheid naar ouderdom en uitsterven gegroeid zonder tegenstribbelen? Ik geloof het niet en met mij zijn vele actieve bloggers die nog dagelijks (her-)starten met hun weblog. Na 2005 zijn weblogs professioneler geworden en een onderdeel van het nieuwe medialandschap dankzij de technologische ontwikkelingen die Web 2.0 ons hebben gebracht. De tijd en aandacht van zowel lezers als schrijvers op het web moet worden verdeeld onder meer mogelijkheden, waar vaak voor de makkelijkste weg wordt gekozen. De geschiedenis van de Nederlandse blogosfeer stopt niet na 2005. Er start dan een nieuw tijdperk in Nederland. Een tijdperk van verdere groei in webpublicaties, verdere professionalisering, een hernieuwde aandacht voor internet start-ups en de reguliere media die langzaam maar zeker versmelten met de digitale media. Na 2005 breken mooie tijden aan, waar ook weblogs nog steeds een rol in spelen.

**'Een jaar geleden
waren er nog
geen weblogs in
Nederland. Nu
zijn er ongeveer
zeventig.
Tijd voor iets
nieuws.'**

→ **Weblogs zijn de hype voorbij**

Het onderzoeksbureau Gartner publiceert elk jaar de Gartner Hype cycle. Een grafisch overzicht van de volwassenheid en adoptie van nieuwe toepassingen in het bedrijfsleven. Van een technologische start naar de Toppen van de Euforische Verwachtingen om daarna af te zakken naar het Dal van Teleurstelling en te eindigen op het Plateau van Acceptatie en Stabiliteit.



De hype cycle kun je op elke nieuwe technologie toepassen, dus ook bij weblogs. De start van de weblogs in Nederland in 1999 was stil en viel vrijwel niemand op. Met slechts een handjevol bloggers gingen we het nieuwe decennium in. Frank Scheelen schreef bij het afscheid van zijn pionierende weblog MoreWhereThat: 'Een jaar geleden waren er nog geen weblogs in Nederland. Nu zijn er ongeveer zeventig. Tijd voor iets nieuws.' De eerste bloggers vonden de ontdekking van 'hun' medium door kranten en tijdschriften niet altijd even prettig, maar tegelijkertijd zie je het vak van de internet-journalistiek ontstaan met mensen als Tonie van Ringelestijn, Lars Pasveer, Francisco van Jole en Erwin van der Zande. Het zou onvermijdelijk zijn dat weblogs in het nieuws zouden komen. Bloggers hadden daar zelf de hand in. Kijk naar de Webcamlessons van Retecool in 2001 of later Sargasso met hun uiteenzetting van de Europese Grondwet. Door de wisselwerking van de pers en de bloggers ontstaat in Nederland een

kleine maar levendige en interessante blogosfeer. Met de komst van meer internetgebruikers in Nederland komen er meer weblogs en raakt ook het bedrijfsleven geïnteresseerd. Het gaat richting de top van de hype cycle. Als de eerste marketingblogs starten en onderzoeken wat de commerciële mogelijkheden zijn van weblogs, barst de kakofonie los in Nederland. Iedereen buitelt over elkaar met zakelijke succesmodellen, nieuwe initiatieven en quick fixes om vrijwel instant succes te kunnen krijgen met je weblog. De bloggers van weleer kijken ernaar met opgetrokken wenkbrauwen. Het is hen steeds meer te doen om de interactie tussen gelijkgestemden en om commentaar en opinie een plaats te geven. Waar je met een brief naar de krant nog maar moest hopen op plaatsing, kregen we met het web een digitale zeepkist waarop we naar eigen inzicht onze mening konden verkondigen. Tekst, foto en video, de mogelijkheden volgden elkaar steeds sneller op. Bloggers ontmoetten elkaar steeds vaker offline, maar het wordt al snel duidelijk dat met de uitdijende blogosfeer het vrijwel onmogelijk is om iedereen nog te ontmoeten die iets met weblogs doet. Stond in 2000 nog de complete blogosfeer van Nederland in een kroeg in Zwolle en later Rotterdam, in 2001 in Utrecht werd dat al lastiger. De Vondelparkmeetings van weblog Open Haard vinden vanaf 2002 tot en met 2005 elk jaar plaats. Deze Vondelparkmeetings blijken een goede graadmeter voor de staat van de Nederlandse blogosfeer te zijn. Na 2005 stijgt de commerciële interesse voor weblogs en lijkt het erop dat de originele blogosfeer te groot is geworden. De weblogmeetings zijn nog altijd gebleven, maar ze transformeerden van een ontmoetingsplaats om nieuwe bloggers te leren kennen naar een borrel met oude vrienden en bekenden. De groep bloggers die tussen pakweg 2000 en 2004 is gestart kent en ziet elkaar nog, de aanwas uit andere groepen is marginaal.

Terug naar het bedrijfsleven en de media. Zij pakken het bloggen in 2005 op en gaan er mee aan de slag om het rendement van blogs, bloggers en reaguurders te ontdekken en om het principe van digitale zeepkisten te leggen naast de maatstaven van de traditionele journalistiek. Dit is waar we echt op de Toppen van de Euforische Verwachtingen komen. Zijn de blogs de Third Place die Ray Oldenburg beschrijft naast het huis en werk? Zijn weblogs de achttiende-eeuwse Europese koffiehuisen waar politiek, opinie en cultuur worden besproken en gevormd?

Er ontstaan veel succesvolle weblogs die inderdaad een redelijk belegde boterham kunnen verzorgen met hun online publicaties. Door deze ontwikkeling lijken de weblogs langzaam te verschuiven naar een format wat we al kennen uit de kiosk. Weblogs worden meer en meer digitale tijdschriften, gevormd door een redactie, met uitgangspunten, publicatieschema's en verdienmodellen. Een aantal weblogs weet de eigen merknaam succesvol door te trekken naar nieuwe producten en diensten en er zijn bloggers die door het schrijven een nieuwe passie ontdekken of deze juist verder kunnen ontwikkelen. Het format van de weblogs wordt langzaam overgenomen door kranten en tijdschriften. Niet alleen het technische format, ook de conversationele concepten. Technologische ontwikkelingen maken het mogelijk om online met elkaar in conversatie te gaan. Na wat eerste twijfel lijken kranten en andere traditionele zendmedia deze ommedraai te gaan maken. Er komt conversatie op gang. Niet meer alleen op de weblogs zelf, maar ook op andere online kanalen.

In 2006 start Sargasso de Battle of The Blogs. Een jaarlijks terugkerend overzicht van (een deel van) de Nederlandse blogosfeer. Grote en/of interessante weblogs worden jaarlijks bekeken en op een groot schaakbord beoordeeld op een schaal van Prima (groen blokje) naar Casualty of War (zwart blokje). Daarnaast wordt handmatig de kwaliteit van het blog beoordeeld. Zit het blog in een identiteitscrisis of gaat het juist voor het geld? Het slagveld op de site kan met een korreltje zout worden genomen. Het zijn momentopnames, het geeft geen compleet overzicht en kan subjectief zijn. Maar ondanks die tegenwerpingen geeft Sargasso toch een uitstekend beeld van de blogosfeer in 2006. Al in een paar maanden tijd zie je meer zwarte blokjes verschijnen op het schaakbord alsmede het aantal copycats, blogs die schaamteloos content overnemen van andere weblogs en zelf weinig eigen content maken. Na anderhalf jaar is van de 255 weblogs 25% niet meer actief en een groeiend aantal blogt met grote tussenpozen. Wat is er gaande in de blogosfeer in Nederland? We zijn duidelijk in het Dal van Teleurstelling terechtgekomen. Sargasso begint hun Battle of the Blogs in 2006 met de opmerking dat de schaarste is toegeslagen in de blogosfeer. Schaarste in aandacht, inspiratie, diepgang en een tekort aan onafhankelijkheid.

Veel bloggers geven het schrijven op als ze merken dat je niet in één nacht horden bezoekers krijgt die allemaal inzichtelijke, opbouwende en kritische commentaren achterlaten. Het blog blijft stilletjes staan, maar wordt wel meegeteld in onderzoeken om de stelling te onderbouwen dat 'Bloggen Dood Is'. Want kijk eens, al die arme weblogs die in de hoek staan te verpieteren. Sargasso doet het met een korrel zout, maar *The New York Times* verwijst in 2009 naar een onderzoek van Technorati: van de 133 miljoen blogs die zij doorzoeken waren er slechts 7,4 miljoen geactualiseerd in de afgelopen 120 dagen. 95% van de blogs wordt voor dood in de berm van de digitale snelweg achtergelaten.

Een veelgehoord punt van kritiek is dat 90% van de weblogs waardeloos is. Vanaf het eerste moment dat internet een publieke dienst werd via de providers, hebben we allemaal de mogelijkheid gehad om eigen homepages te maken. De eerste homepages die we maakten zagen er vaak niet echt aantrekkelijk uit. Blinkende lijnen, felle kleuren, ronddraaiende envelopjes en het onvermijdelijke *under construction*-werkmanntje onder aan de pagina. Om maar aan te geven dat deze pagina nooit echt af zou zijn, maar dat er altijd wel weer iets nieuws zou komen. Wanneer die nieuwe pagina of die nieuwe tekst er zou zijn? Niemand die het wist. Zelfs de maker niet, want een eigen homepage maken betekende dat je met een HTML-editor aan de slag moest. Nu was en is HTML in beginsel niet moeilijk om te leren. Met wat rudimentaire code en de kennis om bestanden van de ene op een andere computer te krijgen via FTP had je al een eigen homepage. Velen startten enthousiast hun eigen homepage om er na een aantal dagen, weken of maanden achter te komen dat het toch wel iets meer werk was. Tel daarbij op dat velen erachter kwamen dat ze niet echt konden schrijven of ontwerpen en je ziet de vele verlaten Geocities- en Tripod-pagina's al voorbijkomen. Fanpagina's, hobbysites en familiepagina's die na een bepaalde periode ophielden te bestaan. Veel criticasters roepen dat het web een grote poel van onnodige en verschrikkelijke content is. En ze hebben zeker een punt, je komt veel troep en onzin tegen op het web. Maar die critici zien wel een belangrijk punt over het hoofd, veel van die troep kwam ook via de traditionele kanalen binnen. Het is een noodzakelijke stap in de evolutie van elk medium. In print, op tv, radio en in de filmindustrie zijn enorm veel flops en

verschrikkelijke publicaties gemaakt die soms het daglicht niet zagen. Om langzaam maar zeker te komen tot de volwassen media die het nu zijn. Daarbij is er nog een belangrijk verschil. Experimenten in print of andere media kunnen na een periode van uitgave weer verdwijnen uit het publieke beeld. De boeken die verschrikkelijk waren om te lezen liggen bij het oud papier, de tijdschriften zijn versnipperd en de tv-programma's en radioshows zien en horen we niet meer want ze staan niet meer in de programmering. En die Hollywood-film die flopte? Die kun je misschien nog op dvd krijgen, maar in de bioscoop hoef je hem niet te verwachten. Als de eigenaar van een weblog of een homepage besluit om na een periode te stoppen, blijft de content gewoon online staan. Deze is nog steeds te vinden via Google of na een langere periode via de Wayback Machine van Archive.org.

Met de komst van het web zijn publicaties weer democratischer geworden. Er is geen redactie meer nodig, geen grote investeringen in een drukpers of een tv-studio. Iedereen kan met een internetverbinding en wat creativiteit aan de slag om zijn verhaal te delen met de wereld. Met de komst van de drukpers ging het volk zelf pamfletten maken, de komst van radio zorgde voor een levendige 27MC-scene en het web maakt het simpel om vanachter een pc je eigen platform te ontwikkelen.

De sciencefictionschrijver Theodore Sturgeon beargumenteerde dat alles 90% rotzooi is. Als je kijkt naar de argumenten om te claimen dat een medium 90% rotzooi in zich heeft, dan kun je dat op elk medium toepassen.

Weblogs zijn veelal liefdewerk van individuen. De media kunnen zeggen dat er miljoenen weblogs zijn en dat er maar een aantal toe doen. Maar volgens wiens criteria? Wie bepaalt welke weblogs ertoe doen en welke niet? Dat probleem hebben we altijd al gekend met de Dutch Bloggies en dat zal voor elke generieke weblogverkiezing en -wedstrijd een probleem blijven. Omdat het voor iedereen mogelijk is om zijn eigen hobby, idee en gedachten online te zetten, kan het voor een selecte groep interessant en dus relevant zijn. Dan doet het er voor die geïnteresseerden dus wel toe. Je kunt een weblog van een medisch tijdschrift volgen over de ontwikkelingen in de gezondheidszorg, maar je kunt ook het persoonlijke verhaal van een moeder lezen wiens kind in het ziekenhuis ligt omdat haar been moet worden geamputeerd. Je kunt lezen over de nieuwe technologische applicaties binnen sociale netwerken, maar ook een groepsblog van een lagere school om te zien hoe zij nieuwe media effectief inzetten. De argumenten om een weblog rotzooi te vinden zijn dan ook hoogst subjectief en dragen niet bij aan de discussie over de rol van persoonlijke platformen in het totale medialandschap.

Lifestreams

In 2008 verschijnen er veel online publicaties, gevolgd door kranten en tijdschriften, over het afscheid van de weblog ten faveure van de lifestream en sociale netwerken. Hyves, Facebook en Twitter beginnen aan een opmars in Nederland en dat gaat ten koste van de weblogs. Nederlanders zijn nu massaal op het web te vinden en de tijd en aandacht die ze hebben, kunnen ze maar één keer besteden. Het gedrag wat we als mensen in het ware leven laten zien kopiëren we naar het web. We zoeken interactie

en sociale verbindingen. Het web startte als een plaats om informatie te consumeren, door de komst van de weblogs konden we ook zelf informatie produceren. De interactiemogelijkheden op het web werden steeds geavanceerder en gebruikersvriendelijker voor de doorsnee internetgebruiker. Zo ontstond het sociale web. Op Twitter kunnen we gedachtenflodders in 140 karakters delen met een netwerk van gelijkgestemden. Je kunt er vragen stellen, je mening geven, zelfs een gesprek aangaan. Veel bloggers geven toe dat ze minder bloggen door de komst van Twitter, Hyves en Facebook. Het aantal reacties op blogposts neemt af en de conversatie verschuift zich naar andere netwerken. Dat is logisch. Conversaties verschuiven altijd naar de plek die het meest sociaal is. Ten tijde van de persoonlijke homepages en in de begindagen van de weblogs waren dat de forums en e-maillijsten. Later kwamen de reactiemogelijkheden op weblogs zodat daar de conversatie ontstond. Nu kun je je reactie op Twitter of Facebook geven en dankzij technologische ontwikkelingen kun je deze weer op je weblog publiceren. De weblogs en sociale netwerken leven in een goede harmonie naast elkaar en staan elkaar niet in de weg. Het is en-en in plaats van of-of. Tegelijkertijd zie je de weblogs ook meeveranderen met de nieuwe ontwikkelingen. De lifestream ontstaat. Een continue stroom (al dan niet gemodereerd) van de bewegingen van een individu online. De geluisterde muziek, de geüploade foto's, bekeken video's en berichten op microblogs verschijnen als een geïndividualiseerde rivier van nieuws op het scherm. Irrelevant voor de een, fascinerend en inzichtelijk voor de ander en minstens voor de schrijver zelf. Waar luisterde ik naar in een bepaalde periode? Welke films waren in een bepaalde periode interessant?

Wat is het nut van die kleine stroompjes data die steeds verder opzwellen tot een kolkende rivier van individuele updates? Zoals een goede vriend van me vaker zegt: 'Niet alles online hoeft altijd enig nut te dienen.' Zoals het in het dagelijks leven normaal is dat niet alles altijd maar enig nut moet hebben, zo hoeft dat online ook niet. Voor een selecte groep mensen in je netwerk kan de lifestream heel interessant zijn. Voor de familie die graag bijhoudt hoe het met een geëmigreerd familielid gaat. Voor een projectgroep die op deze manier automatisch bijhoudt waar ze hoe lang mee bezig zijn. Voor een groep vrienden die niet altijd bij elkaar in de buurt is, maar via deze brokjes informatie wel enigszins van elkaars leven op de hoogte blijft. Lifestreams zijn de nieuwe weblogs, maar ze vervangen deze niet.

Persoonlijke portalen

Weblogs zullen de komende jaren meer bewegen richting persoonlijke portalen. Ik bedoel dan met name de weblogs die door individuen of kleine groepen mensen worden gemaakt zonder daar een commercieel belang bij te hebben. Het blogformat als commercieel winstgevende melkkoe is prima en heeft zich bewezen als het format om online iets te publiceren. Maar lifestreams en blogs zullen een verregaande interactie krijgen in de toekomst. De weblog gaat opereren als het moederschap en de lifestreams zullen als satellieten om dat moederschap heen zwermen. Je weblog is een plaats waar al die stromen samenkomen en waar geïnteresseerden in die stroompjes meer informatie over je kunnen vinden. Is dat in de traditionele vorm van een weblog? Voor sommigen wel. Programmeurs en designers zullen het liefste een eigen maatwerkoplossing maken om niet alleen hun eigen vaardigheden tentoon te spreiden

maar zo ook hun eigen portfolio te kunnen promoten. ZZP'ers en andere kennisprofessionals zullen de traditionele weblogstructuur nog een tijd blijven gebruiken om vanuit de verschillende lifestreams te kunnen refereren naar hun diepere inzichten en uitgebreide opinie op hun vakgebied en kennisveld. Sociale netwerken als Hyves en Facebook worden voor veel mensen het de facto web. Met 193 miljard pageviews in december 2009 is Facebook groter dan Yahoo en Microsoft. Hyves heeft sinds haar redesign eind 2009 op alle fronten een groei gezien. 6,7 miljard pageviews in januari 2010, één op de zes pagina's die in Nederland wordt bekeken op internet is een Hyvespagina. Dat zijn immense getallen en ze bewijzen dat sociale netwerken de nieuwe plaatsen naast weblogs zijn om conversatie en interactie te hebben.

Zo zijn weblogs en sociale netwerken digitale thuishavens voor steeds meer Nederlanders. Deze digitale thuishaven is noodzakelijk voor velen. Want die digitale thuishaven is jouw plaats. Een vergelijking met de analoge wereld kan op zijn plaats zijn. Stel je verhuist (voor het internet nog bestond) naar een nieuwe stad aan de andere kant van het land. Na de verhuizing is je huis eindelijk weer ingeruimd, alles staat op zijn plek en je kunt weer over tot de orde van de dag. Je kent nog niemand in de nieuwe stad, iets waar je graag verandering in brengt, sociaal wezen dat je bent. Je besluit een feest te geven om te laten weten dat je nieuw in de stad bent en om zo kennis te maken met de nieuwe burens en wie er verder nog op je feest komt. Omdat je nog niemand kent, kun je nog geen persoonlijke uitnodigingen sturen. Je flyert wat in de stad en loopt willekeurige cafés en horecagelegenheden binnen om iedereen maar uit te nodigen. Hoe meer zielen hoe meer vreugd. Op de avond van het feest zit je huis bomvol met mensen. De eerste die binnenkwamen stelden zich nog netjes voor maar naarmate het drukker werd kon je niet meer zien wie er nog meer binnen liepen. Erger nog, je bent continu bezig om omgevallen glazen op te ruimen, mensen te wijzen op de rookplek buiten en vervelende gasten de deur te wijzen. Aan het einde van de avond val je vermoeid op de bank en je overziet het slagveld. Je netjes ingerichte kamer is een puinhoop geworden, je koelkast is leeg, alle gasten zijn weg en eigenlijk heb je nu nog steeds met niemand echt kennisgemaakt. De volgende dag word je wakker met een kater. Niet eens van de drank maar van het lege gevoel wat een vol huis met onbekenden je kan geven.

Het kan ook anders. Na je verhuizing ga je niet direct rondbazuinen dat je er bent, maar je gaat de stad verkennen. Je gaat op zoek naar de plekken in de stad die jou als persoon aanspreken en waar jij je op je gemak voelt. Je komt daar wat vaker terug en je leert de vaste bezoekers kennen. Het kan hier natuurlijk om een museum, sportvereniging, bos, winkel of café gaan. Je raakt aan de praat met een aantal van de vaste gasten en je leert wat van de omgeving om je heen. Met sommigen kun je het goed vinden, met anderen wat minder. Je vertelt zo nu en dan eens waar je woont. Als men erom vraagt of als het in het gesprek past. Maar kroegen, musea en andere openbare plaatsen sluiten op een bepaald moment. De gesprekken zijn soms diepgaand, maar geregeld zijn het oppervlakkige algemeenheden. Je zou met een aantal mensen wel wat verder van gedachten willen wisselen. Wat is dan een betere plek dan je eigen huis? Je vertrouwt je gesprekspartners, je wilt ze graag wat meer van jouw wereld laten zien en je hebt zelf de controle over wat je wanneer aan wie laat zien. Je nodigt een select gezelschap uit bij je thuis om verder kennis te maken. Aan het einde van de avond merk je dat je echt nieuwe mensen hebt leren kennen en dat je zelf wijzer bent geworden door jouw ideeën en opinie te delen met anderen en te luisteren naar die van hun.

Dat kan je digitale thuishaven zijn. Of het nu een eigen gebouwde weblog is op een eigen domein, je aangesloten bent bij een weblognetwerk of je de weblogfunctionaliteit van Hyves gebruikt. In die digitale thuishaven kun je meer kwijt dan de 140 karakters in de virtuele buurtkroeg Twitter. Je thuishaven is een plek voor reflectie, voor eigen inzichten en verdieping van je gedachten. Dat is niet altijd voor iedereen noodzakelijk of wenselijk, maar dat maakt het niet minder nuttig voor anderen. Blogs zijn het start- en eindpunt van je lifestream. Het startpunt omdat je je gedachten snel en frictieloos kunt delen met je netwerk via Twitter of andere diensten. Het eindpunt omdat je de conversaties op microblogs op een dieper niveau kunt voortzetten op je blog. Lifestreams zijn een logisch verlengstuk van weblogs.

Weblogs hebben het web gedemocratiseerd. Ze zijn een instrument voor politieke actiegroepen, culturele instellingen, scholen, bedrijven en de overheden om een mening te delen en daar een conversatie over aan te gaan. De conversatie vindt plaats op gedecentraliseerde plekken, maar de inhoud van de conversatie kan nog steeds relevant en inzichtelijk zijn. Bloggers blijven het web vullen met nieuwe ideeën, revolutionaire toekomstperspectieven en beschrijvingen van het alledaagse. Letter voor letter en woord voor woord komen de gedachten op het scherm en na een poosje schrijven en schaven is er het knikje van tevredenheid. De knop Publish wordt ingedrukt en een nieuwe gedachte gaat het web op. Al die gedachten, al die commentaren op het dagelijks leven en al die artefacten in de vorm van links en reacties vormen samen de geschiedenis van de toekomst. Een geschiedenis die misschien niet zo gelikt en redactioneel correct is opgeschreven, maar wel een geschiedenis die authentiek, uit het hart en meer waard is om bewaard te blijven. Alles wat je ervoor nodig hebt is een titel, een link en tekst.

Weblogs hebben het web gedemocratiseerd.

→ Weblogmeetings

'Want biertjes smaken offline net zo goed.' De kreet waarmee de meeste weblogmeetings werden aangekondigd. Weblogmeetings zijn een logisch gevolg van de eerdere IRC-meetings en nieuwsgroepmeetings die al jaren bestonden. De komst van het internet heeft voor de bloggers niet betekent dat ze elkaar niet meer zagen. Sterker nog, het zijn juist de weblogs geweest die ervoor zorgden dat je nieuwe mensen leerde kennen. Want al zat iedereen achter zijn scherm te bloggen, het was toch ook wel leuk om elkaar zo nu en dan te ontmoeten en de gezichten en stemmen achter je favoriete weblogs te zien en horen. De meetings waren een goed excuus om ongegeneerd bier te drinken met wat gelijkgestemden en om de laatste roddels en verhalen in het weblogwereldje met elkaar te delen. Op de weblogmeetings zijn romances ontstaan, zijn nieuwe samenwerkingen gesmeed en zijn ruzies beslecht of juist gestart.

Weblogmeetings zijn er in vele soorten en maten geweest. De meeste meetings kenden veel dezelfde gezichten en hadden hetzelfde scenario.

1. Iemand besluit een meeting te organiseren en roept dat op zijn weblog. Meestal alleen een datum en een plaats.
2. In de reacties laat je weten of je erbij bent of niet. Later werden ook fraaie formuliertjes gemaakt of was er aanmelding via e-mail.
3. Hoe dichterbij de datum van de meeting komt, hoe meer details er bekend werden gemaakt. In welke kroeg de meeting is, vanaf hoe laat er iemand is en of er een speciale bierprijs is.
4. Op de dag van de meeting (meestal een vrijdag of zaterdag) zie je aan het einde van de werkdag wat blogposts verschijnen van bloggers die onderweg zijn en aangeven dat ze die avond niet zullen updaten.
5. Aangekomen in de stad van bestemming is men veelal de weg kwijt naar de afgesproken plaats.
6. Eenmaal aangekomen wordt er wat onwennig rondgekeken en voorgesteld aan elkaar. Het voorstellen gebeurt meestal in het format: 'Hoi, ik ben X van weblog Y' of er worden alleen nicknames uitgewisseld.
7. Iemand (veelal Mark Heijblok) heeft een rol afplaktape en een stift mee. Wat nou naamkaartjes? Gewoon een stuk tape afscheuren en je naam opschrijven. Gedurende de meeting werden naambadges uitgewisseld om verwarring te zaaien.
8. Nieuwe gadgets (fotocamera's, telefoons, mp3-spelers) worden uitgebreid besproken en bewonderd.
9. Na een paar uur valt de meeting uit elkaar en gaan groepen bloggers wat eten of elders verder drinken.
10. De dag na de meeting is gevuld met het uploaden van foto's van de bijeenkomst (en het bekijken van die van anderen) of het rondklikken op de nieuwe weblogs die je hebt leren kennen.

Er zijn door de jaren heen veel 'algemene' weblogmeetings geweest, meetings waar iedereen welkom was. Geen onderscheid in lifeloggers en linkdumpers. Geen deurbeleid. De hoogtijdagen van die meetings liggen in tussen 2002 en 2004, met de Vondelparkmeetings als de grootste algemene weblogmeeting die tot op heden in Nederland heeft plaatsgevonden. Er zijn ook bijeenkomsten geweest van bloggers die bij Web-log zaten, maar hier is qua aantal bezoekers weinig over bekend.

De weblogmeetings door de jaren heen

In plaats van het beschrijven van elke individuele weblogmeeting, zijn de verschillende bijeenkomsten op een kaart gezet. Zo kun je in één oogopslag zien wanneer welke meeting was. Op Bloghelden.nl kun je een interactieve versie van de kaart zien en direct doorklikken naar foto's en verslagen uit die tijd, voor zover ze nog online zijn.

Zwolle	25 februari 2000	Café de Vier Jaargetijden
Rotterdam	25 maart 2000	V2 Rotterdam
Utrecht	16 maart 2001	Winkel van Sinkel/Florin & Firkin
Den Haag	1 juni 2001	Huis Mr Green
Leiden	14 september 2001	Café de Kroeg
Breda	1 maart 2002	Café de Suyckerkist
Amsterdam	15 juni 2002	Vondelparkmeeting bij 't Blauwe Theehuis
Utrecht	26 april 2003	Stairway to Heaven
Amsterdam	6 september 2003	Vondeltuyn
Glimmen	5 en 6 juni 2004	Paviljoen Appelbergen
Utrecht	10 januari 2004	Florin & Firkin ♥
Amsterdam	14 augustus 2004	Vondeltuyn
Utrecht	15 januari 2005	Florin & Firkin
Amsterdam	6 augustus 2005	Vondeltuyn
Rotterdam	22 oktober 2005	Café Rotterdam
Utrecht	21 januari 2006	Florin & Firkin



gezelligheid in Zwolle, 2000

→ Weblogwoordenboek

Met alle vormen van respect is deze gekopieerd van Hetmoetmaar.com, de niet-gedefinieerde woorden zijn in de printversie weggelaten. Op de Bloghelden-wiki zal het woordenboek nieuw leven worden ingeblazen.

'Het heeft jaren op de internets gestaan bij wijlen IJsqueen, het is een oude publiekstrekker op HetMoetMaar geweest en aangezien retroposten heel erg 2007 gaat worden, bij deze het zwikje weer terug op de plek waar het zolang heeft gestaan. Uitbreidingen zijn altijd welkom, de internets zijn immers altijd aan verandering onderhevig. Mail even naar floris@hetmoetmaar.com dan kan ik eens overzien of het erbij ken. Het officiële Weblog Woordenboek (weer terug) op Hetmoetmaar.com!

A **ALT + F4** Computercommando om iets mee af te sluiten. Ergens klaar mee zijn, willen ophouden of iets niet de moeite waard vinden. © van Junkmail **Autobandje™** (met benzine) Manier om jezelf te ontdoen van pederasten, kleuterneukers en kinderverkrachters. © van Bastard-Inc.

B **Bemmen** Bemmen is in normaal Nederlands heersen, maar als je het op zijn Twents uitspreekt is het, het herfst, wij herfst. © van Junkmail **Bouncen** Het dak eraf blazen. De dingen doen die bloggers in hun vrije tijd ondernemen: naar dansende hoeren kijken, bier en wodka drinken en masturberen. © van Yakuzi **Bowlen** Bowlen, iets dat bowlt, erg cool. © van Yakuzi **Breezah** Breezah, iemand die breezers drinkt en sociaal, intellectueel en verbaal zwaar onderontwikkeld is. © van Fok! **Braatolizer** Internationaal bekende anti-spamtool van Ome Blues. Deed lange tijd uitstekend werk op Retecool, maar omdat de hoeveelheid Nederlandstalige spam flink is verminderd is de tool buiten gebruik geraakt.

C **Circuslichaam** Als in: 'Maak me gek met je circuslichaam!'. Wordt vooral gebruikt bij mensen die totaal geen rechtvaardiging hebben hun lillend vleesch op het internet te zetten. © van Volkomenkut.

D **Bom(b), de** Zwaar okay, gaat het helemaal worden. Variatie: Bombdiggy. © van Volkomenkut. **Dag, drol!** Toedeledokie, rukker! De mazzel, plakpik! Tabee, zuurstofgebrekje! Staat vrijwel altijd garant voor IP-ban, danwel verzoek tot een IP-ban. © van de Breker™.

E **Extragratis** Overtreffende trap van gratis, 'Nu met Extragratis t-shirt!'. © van Retecool.

F **F5en** Ef-vijf-en, verversen, opnieuw intaden. 'Kijk nogmaals, want er is een wijziging.' Het is totaal niet van belang of de bedoelde pagina al open staat bij de persoon tegen wie gesproken wordt. Public license. **FIPO** FIPO staat voor first post. Bij druk bezochte weblogs waar snel veel reacties geplaatst worden, is het voor sommigen een sport om als eerste een inhoudsloze reactie te plaatsen: 'First!' of 'First post!'. Er zijn mensen die daardoor denken dat er nog daadwerkelijk een prijs te winnen is als je als eerste een reactie plaatst. **Flase** Verbastering van Flash. © van Joost van mijncomputertje. **Fotofuck** Fotofuck, fotofucken, fotofuckte, ik heb gefotofucked. Vooral van toepassing op Foto Fuck Vrijdag, waar een bepaald thema gekoppeld werd aan het verneuken van originele plaatjes in een bijeenge-raapt zootje, met of zonder humor en/of skills. Fotofucken gebeurt meestal met Adobe Photoshop, maar kan ook met Paintshop Pro of GIMP. (Of Paint, als je een echte lutser bent.) © van Retecool.

G **Gaat het worden** Als in: 'Gaat het worden in (tijds-definitie)', of gaat het maken, wordt het helemaal. '(Iets) gaat het worden in 2005!' Wordt ook vaak sarcastisch toegepast. Vooral als de tijdsdefinitie voor de huidige datum ligt. **Geile Neuksex** Stomend hete copulatie. © van Dreknex. **Goedemorgen** Posten van een smutlink. © van Tjerk van IJsqueen.

H **Heersen** Iets of iemand die iets gedaan heeft wat onwils keigaaf is! © van Retecool. **Herfst** Iets wat zwaar de bom, danwel Shiznitz is. Verbastering van heersen. © van Retecool. **Heaumeau(x)** Voorkeursspelling. Om aan te duiden dat iemand seksueel aangetrokken is tot hetzelfde geslacht. © van Bicat.

I **Internet** Deel van het WWW waar zich slechte sites, desingers, en lycospages bevinden. © van de Kolonel (Alt0169).

J **Je doet het! Je doet het!** Weet iemand in godsnaam wat dit inhoudt? En is het de bedoeling dat het iets inhoudt? **Je weet toch** Deze uitspraak doet het de laatste tijd weer zeer goed op Retecool, vooral sinds er een T-shirt van te koop is bij vaste shirtshop Freshcotton.

K **Kaas** Het online uitdelen van versnaperingen, kaas. Wordt gebruikt om zure topics vrolijk, en vrolijke topics nog vrolijker te krijgen. Lulletjerozewater: Cindy je bent een hoerrr! Bicat: Kaas, iemand? © van Bicat. **Kewl** (fonetisch) Algemene uitroep van goedkeuring. Zie ook kantschoppen. **Klikpimp** Uitermate geile stats halende heerser. Kan ook negatief worden gebruikt: 'alles voor de stats'. © van Marc van IJsqueen. **Kantschoppen** Kont schoppen, trapt kont, zeer geslaagde actie dan wel handeling. © van Retecool.

L **Lillend vleesch** Aanduiding bij feauteaux die mensen online zetten van hun eigen naakte, onappetijtelijke lichaam. © van Volkomenkut. **Lutser** Samentrekking van loser en prutser, dus waarborgt intens zuigen van deze persoon. © van Retecool.

N **Nekshot™** Afstraffing, ontslag, op mogen sodemieten. Iets wat zwaar verkeerd begrepen en in diskrediet gebracht wordt, tevergeefs. © van IJsqueen. **Nilfisken** Term voor het aanduiden van het laten leegzuigen van de mannelijke puddingbuis, doorgaans in het openbaar/op straat. **NSFES** Not Safe For Empty Stomach. Smerige beelden, bloed, gore, kotsen, lijken etc. © van Kimmie. **NSFW** Not Safe For Work. Meestal Pr0n, niet handig te bekijken in het bijzijn van de baas.

O **Ollo** Iemand die niet snugger is, een gendefect bezit of uit Brabant / Limburg komt, wat eigenlijk een pleonasme is. © van Junkmail (?). **Omkatten** Het oog wil ook wat. Het met enige regelmaat aanpassen van de lay(-out) om tegemoet te komen aan de stelling 'Oude wijn in nieuwe zakken'. **OpenDirProtocol™** Het hanteren van folders op je site zonder indexbestand, al dan niet bewust. © van Yakuzi. **OpenSiteProtocol™** Een site volledig als OpenDirProtocol™ aanbieden. © van GeenStijl. **PBC**(Pieter Baan Centrum) Reden tot niet updaten, ook in de context: 'dit gaat te ver, misschien moest jij maar eens naar het PBC' © van Bastard-Inc.

P **Pr0n** Content van smutlink. Zie ook 'Goedemorgen'.

R **Repostflamen** Aangeven (zeiken) dat een link al (vaak) elders geplaatst is geweest en dus een retrolink is. **Retrolink** Het posten van erg oude shit, die iedereen voor je al twee maanden geleden gepost heeft. Zie Kicken.com en Flabber.nl.

S **Shiznitz** Zwaar okay, gaat het helemaal worden. © van Volkomenkut. **Spamhoer** Ook wel linkhoer. Iemand die niet reageert op het huidige topic, maar wel 'HAHA! http://www.ikbeneenspammerd.tk' post, met als enige doel de stats te krikken. **Stenen** Dat steent! **SUMA** Speakers Uit, Midi Alarm. Melding om mensen te beschermen van de schelle kutmuziek op een site die je ze laat bezoeken. © van IJsqueen.

V **Vergall & gallen** 'Mijn weekend is vergall & gallt!' Depressiezuipen. Variaties zijn 'Legall & gall' waarmee grachtengordel advo's met whisky in de bureaulade mee wordt bedoeld. © van Zifnab van IJsqueen. **Verkaansie** Loggersjargon voor vakantie, alhoewel sommigen dat permanent lijken te hebben. **Vries, Jan de** generieke inlognaam en wachtwoord voor nagenoeg ieder Content Management Systeem en/of online tool waarvoor authenticatie vereist is.

W **Webdesing** Meestal Lycos-gehoste via TK-domein doorgelinkte site van dertienjarig jochie dat zonder KvK-nummer sites voor u wilt bouwen voor slechts 700 euro per pagina. © van Retecool. **w00t** We own other teams, komt van gamende weblogbezoekers...

Z **Zuigen** Gebruikt om aan te geven dat iets: a) niet cool is b) helemaal niet cool is c) verschrikkelijk uncool is - ofwel niet herfst. Bloggers delen tevens collega weblogs in de categorieën 'zuigend' en 'herfstend' in. Voorbeelden van zuigende weblogs zijn legio, helaas.

→ Reageer op Bloghelden!

Laat van je horen. Heb je een reactie, vraag, aanvulling of verbetering? Vul het reactieformulier in, maak een foto of scan hem in en stuur deze naar reactief@bloghelden.nl. Je reactie zal dan op de site <http://www.bloghelden.nl> verschijnen.

naam

e-mailadres

website

twitternaam

je reactie (HTML is toegestaan)

VERZENDEN

