

Voor veel mensen is het internet inmiddels een medium dat niet meer weg te denken valt uit hun dagelijks leven. Wereldwijd gaat het aantal mensen dat beschikt over een internetaansluiting, naar de 500 miljoen. In ons land maken ruim acht miljoen mensen minstens eenmaal per kwartaal gebruik van het internet.

Een groot gedeelte van deze mensen gebruikt het web ook voor hun informatievoorziening. Dat kan door digitale kranten te raadplegen. Daarnaast zijn er ook talrijke nieuwssites die niet zijn voortgekomen uit de traditionele dagblad- of omroepsectoren die dagelijks nieuws brengen. Zo is inmiddels naast de dagblad-, radio- en televisiejournalistiek een nieuwe, vierde vorm van journalistiek ontstaan met eigen kenmerken als interactiviteit en hypertextualiteit.

Brengt deze nieuwe vorm van journalistiek ook nieuwe morele vragen met zich mee die kenmerkend zijn voor deze manier van journalistiek bedrijven? Of zijn het de klassieke kwesties, nu in een elektronisch jasje? En hoe gaat de journalistieke beroepsgroep om met eventuele nieuwe vragen? Welke antwoorden hierop zijn inmiddels geformuleerd? Welke vormen van zelfregulering ('media accountability systems') zijn of worden ontwikkeld? Dat zijn de vragen die centraal staan in deze publicatie en in het literatuuronderzoek dat daaraan ten grondslag lag.

In deze publicatie wordt getracht de geschetste ontwikkelingen, vragen en reacties in kaart te brengen zonder de pretentie bij de gerezen vragen ook meteen de antwoorden te leveren. De praktijk van de internetjournalistiek is, zeker in ons land, nog zo pril, dat er nog weinig vastomlijnde antwoorden zijn.

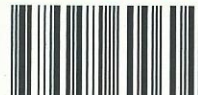
*Dr. Huub Evers is als hoofddocent media-ethiek verbonden aan Fontys Hogeschool Journalistiek in Tilburg. Daarnaast is hij docent Communicatie-ethiek aan de Universiteit van Amsterdam. Hij promoveerde in 1987 op het proefschrift "Journalistiek en ethiek. Een onderzoek naar regelgeving in de uitspraken van de Raad voor de Journalistiek 1960-1985". In 1994 verscheen van zijn hand "Media-ethiek. Morele dilemma's in journalistiek, voorlichting en reclame" en in 1998 "Communicatie-ethiek". Hij publiceert geregeld in vaktijdschriften en dagbladen over onderwerpen op het terrein van de media-ethiek.*

**Fontys**  
Hogeschole

Bedrijfs-  
fonds  
voor de  
Pers

aksant

isbn 90 5260 060 0



9 789052 600604