# Shocklogs in Nederland

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

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 doorklik-verhalen, kleine spelletjes en animaties. Michiel staat aan het roer van de onderneming, samen met Francisco van Jole en Erwin van der Zande. Eén van de animatoren die geregeld content levert voor Bitmagic is Hubert Roth, een jonge Rotterdam 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. Het lijkt in alle opzichten sterk op Bitmagic maar er is een 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 bij 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 ze in een interview noemen[[1]](#endnote-1)) is bij de animaties van Hubert het cultgehalte hoog, de passie voor het medium spat van het scherm af. De filmpjes van Extratainment zijn populair onder de jonge websurfers die net 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 eigen content maken. What’s Up is het geesteskind van onder andere Niels “Shoe” Meulman, oud-gediende uit de graffiti wereld en de 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 wilde sites die 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 fotostrips 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 veraangenamen. 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 goed betaalde 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 internet business met geld gesmeten wordt. Soms zucht ik als ik hoor dat een simpele sportsite voor 200 duizend gulden een jaar in de lucht wordt gehouden. Dat vind ik nogal wat.[[2]](#endnote-2)*

Hubert en Jeroen blijven contact houden, als laatsgenoemde 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 Alt1069 te schrijven en geen journalistieke achtergrond heb zoals Tonie, besloot ik om er een site van te maken waar ik met 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 graffiti-sites, 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. [[3]](#endnote-3)*

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 gebruik maakt van de dan al bestaande weblogsoftware als Blogger of Greymatter, maar alles nog met de hand update. Op 1 april 2001 wordt de site vernieuwd, 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 aanhang lezers 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 zomeravond-conferentie in een zinderend heet WTC gebouw staat Hubert relaxed tussen de ondernemers en de marketeers die zich constant op het hoofd krabben wat ze aan moeten met die weblogs. Hubert legt 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 beheerste: ***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 rond de klok te posten zodat er steeds verse content op de site was te vinden. Niets is dodelijker voor je bezoekersaantallen als weblogger 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 niets meer 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 beweging naar meer content vaker per dag zag je wereldwijd ontstaan. Het is een vliegwieleffect wat zichzelf aanjoeg. De eerste weblogs zijn de curators van het Internet. Ze weten de juiste plekken het vinden voor originele verhalen, comics, filmpjes of spelletjes. Ondertussen zien we meer mensen online komen die op zoek zijn naar leuke plekken op het web. De weblogs beantwoorden aan die behoefte. Maar er zijn twee factoren die er voor zorgen dat het een spiraal is die steeds sneller gaat: Er komen steeds meer mensen online die leuke content willen op het web en veel van die mensen zien de successen van weblogs en willen dat zelf ook meemaken.

In 2001 – 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 MrGreen zouden het moment worden waarmee weblogs in één klap bekend worden in Nederland. Met dank aan een 17-jarige 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 zelf gemaakt, maar de complete layout geript (gestolen) van Charis, een weblogster die net is begonnen met haar site en al enige bekendheid geniet vanwege haar webcam op de site.

Bob den Otter, vriend van Charis, maakt melding van Ammer’s diefstal op zijn eigen weblog Mijnkopthee.nl[[4]](#endnote-4). 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 17-jarige vriendin. Voor Mr. Green is de keuze snel gemaakt: “dan neem ik wat screenshots natuurlijk”[[5]](#endnote-5)

Mr Green zet de beelden online waar Hubert ze vrijwel direct ziet en doorplaatst op Retecool. De Webcamlessons zoals ze worden genoemd, gaan als een lopend vuurtje over de weblogs in Nederland en het duurt niet lang of de 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. Volkskrant, Webwereld en andere media volgen al snel. Internationaal haalde Retecool eveneens het nieuws met de “webcamlessons”, onder andere bij The Register[[6]](#endnote-6). 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 dat de gewraakte beelden al van de originele site waren verwijderd, is het Internet meedogenloos. Overal verschijnen kopieën van de foto’s. Ineens wist Nederland wat een weblog was. Maar webloggers 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 overweegt juridische stappen om de foto’s van het internet verwijderd te krijgen, maar hij beseft dat het kwaad al is geschied. Zowel Retecool als Mr Green besluiten de links te verwijderen en het er bij te laten. Maar binnen 12 uur zijn de beelden van de Ammercam over de oceaan gegaan en weet Nederland wat weblogs zijn. Met dank aan Ammer.

Voor Hubert waren de webcamlessons een doorbraak met het bezoek aan zijn blog maar een ander initiatief zou voor 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. Foto Fuck Vrijdag heeft op de langere termijn gezorgd voor bezoekers en het gegeven dat er elke dag iets te vinden is op Retecool.”

De FotoFuckVrijdag (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 zich uitleven op het onderwerp en de foto. Op de speciale FotoFuck pagina kan iedereen zijn beelden uploaden en kunnen bezoekers een “reeting” achterlaten(stemmen). 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 doorgegaan als "Reet en LB's Foto Fuck Vrijdag".”[[7]](#endnote-7)

De FFV zorgde altijd wel voor een lach op de vrijdag en niets is heilig. Saddam Hussein, Bassie en Adriaan, vuurwerkcampagnes, Victoria Beckham of blogger Ramon Stoppelenburg, ze komen allemaal aan bod in de Fotofuck. Veel van de inzendingen zijn 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 zijn de advocaten van Dick Bruna niet zo blij met de aandacht en de manier waarop Nijntje wordt gebruikt in de creatieve inzendingen van de bezoekers. De FFV van die week is offline gehaald.

In 2005 zorgt de juridische afdeling van Talpa er voor dat de FFV nogmaals op zwart gaat nadat de 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 kiest eieren voor het geld en haalt 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 schrijft een wedstrijd uit waarbij iedereen “iets verrassends kan doen met het Talpa logo” om een prijs van 10.000 euro te verdienen.[[8]](#endnote-8) Uiteraard is deze actie voer voor een nieuwe fotofuck[[9]](#endnote-9) op Retecool en de originele editie van de Fotofuck wordt weer online gezet. [[10]](#endnote-10)

Retecool was een duidelijk voorbeeld van een linkdump. Op deze weblog zul je nooit een blogpost zien over de gebeurtenissen in het dagelijkse leven zoals de lifeloggers wel 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-liefde verhouding 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 snel op in de weblogcommunity.

Hubert: “Charis schreef vooral over zichzelf en gebruikte veelvuldig het woord "ik" met vervolgens een foto van Charis er bij. Reden natuurlijk om daar over 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 er voor gezorgd dat er een gemeenschap van bezoekers ontstaat. Veel reguliere bezoekers gaan op de links van Reet en consorten reageren en helpen 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 ideeen, de links en verhalen die je online zet. Bij Retecool en later andere shockblogs verworden de reaguurders tot een klein leger van tijdelijk gelijkgestemden die met of namens de eigenaar van het weblog een kruistocht begint tegen alles en iedereen waar naar 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 bezwijkt en op zwart gaat of een tijdelijke crisis bij de schrijver van het bezochte weblog. Het gastenboek, de reactiepanelen of een ander interactiemiddel op het 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. Op haar eigen weblogwoordenboek staat de definitie voor het woord als: “Afstraffing, ontslag, op mogen sodemieteren. Wordt verkeerd begrepen en in discrediet 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 makkelijke verrast.”

De vete tussen de twee lijkt tot een hoogtepunt te komen als één 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 is. 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 om gaan.  
Na de Dutch Bloggies uitreiking van 2004 zitten Hubert en Charis rustig met elkaar te praten op het 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 retrospect in de begintijd ook. Natuurlijk waren er voor Retecool al meer blogs aan het schrijven onder een pseudoniem en werden andere sites en personen zo nu en dan 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 anti-show die brak met alle wetten die toen op TV golden. Retecool is zeker na de Webcamlessons een vergelijkbaar pad op gegaan. Met de Fotofuck Vrijdag en de horizontale blogprogrammering die Hubert er op na hield (vaste onderdelen op vaste dagen) was hij één van de eersten die webloggen naar een hoger niveau bracht op een moment dat Nederland massaler online kwam. Alt0169 en Tonie.net waren in 2000 de online newswatchers tijdens de Vuurwerkramp in Enschede. Ze hielden nauwgezet bij wat er waar door wie werd geschreven en linkte 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 overal op het web over deze wereldschokkende gebeurtenis. [[11]](#endnote-11) Hubert: “Terwijl de meeste nieuwssites onbereikbaar waren, kreeg ik via Retecool enorm veel informatie en nieuws updates 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 er mee”) maar in juni van hetzelfde jaar is hij weer terug ("just when I thought I was out, they pull me back in!")[[12]](#endnote-12)

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 een andere schrijvers zijn ze wederom de luis in de pels van vele online ondernemers, met name de charlatans en de oplichters. De Braatolizer is één 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 nep-klanten, 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.’[[13]](#endnote-13)

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 eenmaal wisten wie er achter de spamruns zat, lieten we samen met onze bezoekers de Braatolizer er op los, die vervolgens het netwerk van de spammer in kwestie plat legde. Later hebben we Akin Franks ontmaskerd (hoewel, "we", het was meer een verjaardagskado van Spamvrij voor Retecool, omdat we 4 jaar bestonden). Akin Franks stuurde nogal eens spamruns uit naam van mij, wat uiteraard geweldige reacties opleverde. Een kleine bloemlezing is nog steeds online te lezen.”[[14]](#endnote-14)

In navolging van Retecool verschijnen snel meer weblogs die dezelfde stijlvorm 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.

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

Naam: Gert-Jan Lasterie

Weblog: <http://www.flabber.nl>

**Jullie zijn op 1 februari 2002 begonnen, wat was de aanleiding?**

Ik werkte destijds bij het internetbedrijf Digital Business Innovation dat werd bemand door medestudenten. In mijn vrije tijd ben ik gaan oefenen in het opzetten van een website en omdat ik in die tijd van veel mensen mailtjes kreeg met "Dit moet je zien!" en "Dit filmpjes is hilarisch" besloot ik om die te gaan publiceren om zo van dat soort mailtjes af te komen. Zie daar de geboorte van een weblog. Retecool was logischerwijs één van de inspiratiebronnen, ze waren destijds de grootste weblog. Die ambitie had ik wel toen Flabber begon. De grootste worden.

**Begonnen jullie direct als team of was jij eerst een tijdje solo bezig?**

Ik ben in mijn eentje begonnen. Na plusminus een jaar lieten de eerste vaste bezoekers zich regelmatig in de reactiepanelen zien. Ik had een pagina waar de bezoekers leuke links konden achterlaten. Degene die de link stuurde werd altijd bedankt in het bericht. Op een dag stond er vijf keer "Bedankt voor de tip Ruud!" waarop bezoeker Paulo een reactie achterliet of het niet handiger zou zijn als Ruud zélf zijn artikelen kon plaatsen. Ik had er nooit bij stilgestaan om iemand anders te laten bloggen, maar ik had mijn handen vol aan de technische zaken naast het bloggen (en mijn studie Bedrijfswetenschappen) dus ik heb hem rechten gegeven en Ruud ging aan de slag. Direct daarop liep mijn mailbox vol met linksubmits van Paulo. Na een week vatte ik de hint en vroeg hem bij het team te komen. Ruud is na een jaar vertrokken, Paulo (Paul Opgenhaffen) is inmiddels mijn compagnon in Flabber. Daarna zijn er nog vele mensen bijgekomen, van vrijwillige crewleden tot freelancers en full-time collega's.

**Hoe waren die eerste maanden in de blogosfeer?**

We hadden in het begin nog geen vast omlijnd plan, we deden waar we zin in hadden en dat zag je volgens mij ook. Het was vooral een tijd van vrijheid blijheid. Doordat we ineens met z'n drieën de redactie vormden kregen we klachten dat er *teveel* content werd geplaatst; mensen hadden het gevoel dat ze dingen misten doordat ze de tijd niet hadden om alles te lezen. Iets als RSS bestond nog niet en een emailnieuwsbrief hadden we nog niet. Dat is het moment geweest waarop we een publicatieschema inrichtten, waar we ons vandaag de dag nog steeds aan houden.

We plaatsten - zoals het een goede weblogger betaamt - wat we zelf boeiend vonden. Met een redactie die voor 100% bestaat uit mannen, lagen de onderwerpen voor de hand: grappige video's die we van het internet plukten (en als een van de weinigen zelf hosten, bij gebrek aan een grote speler zoals YouTube), tot de meest bizarre links die we van voor ons onleesbare Japanse sites haalden.

**Hoe heb je Flabber verder ontwikkeld in de beginperiode?**

Net zoals de weblog ontstond uit een experiment, bleef ik altijd bezig met nieuwe onderdelen. Sommigen succesvol, sommigen minder. Het liep al vrij snel storm, eigenlijk. Daar waren meerdere redenen voor, maar de belangrijkste was denk ik het hosten van content. In onze begindagen was het heel normaal dat als we naar een filmpje linkten, die binnen no-time uit de lucht ging doordat die servers het niet aankonden. Onze bezoekers hadden er zelfs een woord voor: flabberized. Alhoewel het een leuk spelletje was om te gokken hoe lang een site het uit zou houden na een link op Flabber was het natuurlijk erg vervelend, dus ik besloot zoveel mogelijk van dat soort filmpjes zelf te hosten. We hadden een server met glasvezelverbinding onder het bed van een vriend liggen. De server heette trouwens Silenzio, omdat hij zo was gebouwd dat hij geen geluid maakte omdat er anders niet boven kon worden geslapen. Op drukke zomerdagen moest het bed permanent opengeklapt zijn omdat anders de server oververhit raakte! Doordat wij vanaf dat moment altijd werkende content hadden, werden we al snel vanuit alle plekken gelinkt. Dat is het startpunt geweest van een enorme groei.

Die links kwamen (en komen) allemaal heel organisch. Ik heb nooit hoeven spammen op andere sites, of hoeven bedelen om een linkje op een andere grote site. Ik lette wel al heel snel op welke woorden ik gebruikte om op die manier gevonden te worden in zoekmachines. Noem het een vorm van SEO. Daarnaast zorgden voornamelijk de bezoekers zelf voor de verspreiding en zorgde ik dat alle content items makkelijk te linken waren, 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 die zorgde voor het virale effect.

Verder heb ik wat betreft het gelinkt worden door andere grote sites altijd dezelfde methode toegepast: ik stuur eerst veel bezoekers naar hun site en als ze dat waarderen, sturen ze vanzelf wel bezoekers terug. Dat is natuurlijk wel de luxe van een groot bereik.

**Wat is voor Flabber het kantelpunt geweest naar één van de bestbezochte blogs van Nederland?**

Een bepalend moment 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. Niet lang daarna spraken we over het idee dat er geld zou moeten worden verdiend met onze toen al grote hoeveelheid bezoekers om de kosten te dekken. Doordat we een van de eerste weblogs waren die het taboe op banners verbraken, werden we met een scheef oog aangekeken door de groep die-hard bloggers van het eerste uur. Daar zaten we niet zo mee, we wilden zoveel mogelijk leuke content aan een zo groot mogelijk publiek laten zien en dat kostte geld en vereiste dus een vorm van exploitatie.

**In 2004 werd er druk gespeculeerd over de waarde van Flabber[[15]](#endnote-15), hoe waren jullie daar mee bezig?**

Er werden na dat artikel op Marketingfacts zo ongeveer jaarlijks verschillende lijsten gepubliceerd over de waardes van weblogs. Webloggers houden vaak van statistieken en vooral lijstjes, wij ook. Maar verder dan de relatieve positie op dat soort lijstjes ten opzichte van onze concurrenten ging onze interesse niet. We vonden het wel heel grappig dat die overzichten zo'n invloed hadden in andere media. We werden door de Nieuwe Revu geïnterviewd omdat we 14 miljoen dollar waard zouden zijn. Volledige onzin maar het zorgde wel voor de nodige publiciteit.

**In 2004 waren jullie duidelijk dominanter dan Geen Stijl en de andere blogs in termen van bezoekersaantallen. Hoe is die situatie nu?**

Toen de jongens van GeenStijl net waren begonnen ontmoetten we elkaar nog regelmatig. Het was eigenlijk de enige weblog waar we contact mee hadden. Ze hadden en hebben duidelijk een ander profiel dan Flabber; dat bijt elkaar niet. GeenStijl is ons na een paar jaar in bezoekersaantallen voorbij gegroeid doordat zij met een duidelijker doel begonnen en meer ervaring of gevoel hadden op het gebied van PR en positionering. Wij zijn eigenlijk pas in 2006 gaan nadenken over wie we zijn en waar we heen willen. We zijn ons sinds de zomer van 2008 gaan richten op het produceren van eigen videocontent en dat is in 2009 goed tot wasdom gekomen. In de laatste drie maanden van 2009 zijn we verdubbeld in bereik en ontvangen we nu zo'n 2 miljoen unieke bezoekers per maand.

**Waarom blijft men jullie soms nog een shocklog noemen?**

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

**Hebben jullie ooit problemen of gedoe gehad rondom een post op Flabber?**

We hadden ooit een afbeelding van een Mora kroket gebruikt in een Photoshop-beeld, begin 2003. Na een half jaar(!) kregen we een aangetekende brief van Unilever waarin we werden gesommeerd de afbeelding te verwijderen. Liep allemaal met een sisser af en gelukkig weten veel bedrijven inmiddels hoe ze om moeten gaan met dit soort zaken; vaak zorgt zo’n sommatie voor een enorme backfire.

**Wanneer is volgens jou het webloggen bekender geworden in Nederland? In welk jaar of bij welke gebeurtenis(sen)?**

Weblogs zijn in Nederland bekend geworden doordat de traditionele media interesse kreeg voor die sites die grote hoeveelheden bezoekers wisten te trekken, daarnaast waren er opinieblogs die met nieuws kwamen die niet eerst op de traditionele nieuwssites verschenen. Met de komst van diensten als [web-log.nl](http://web-log.nl) werd het fenomeen nog bekender.

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 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.

**Hoe hou je het vol, wat houd je aan het bloggen?**

Er gebeurde in de begindagen zo veel dat ik geen tijd had om me af te vragen hoe ik het volhield. Het was geen offer, de voldoening die het bracht was meer dan genoeg om het vol te houden. Toen we merkten dat we in een sleur terechtkwamen, was het simpelweg een kwestie van zoeken naar, heel clichématig, een nieuwe uitdaging, een nieuw doel. Bij Flabber hebben we die gevonden in het produceren van eigen content, met name video's. Omdat we nog steeds in de linkdumpsectie elke dag het beste van het web plaatsen, concurreren we als het ware met de hele wereld. Dat maakt het des te interessanter om die uitdaging aan te gaan. Gezien de reacties die we krijgen op onze eigen items, lijken we de juiste snaar te hebben gevonden.

Naam: Dolledingo a.k.a. @svetg

Weblog: <http://www.neukia.nl> (nu offline maar nog wel te zien op http://www.meukia.nl)

In 2000 begon ik met mijn studie aan de Hanzehogeschool in Groningen, die beschikte over razendsnel internet, waardoor ik met mijn laptopje al snel langer op school bleef hangen. Het was toen de tijd van Napster, maar vooral de tijd van het veel duistere warez-ftp-gebeuren. Gammele servers van websites kraken om deze vervolgens vol te kunnen pompen met de nieuwste films, software en mp3's. Voor mij en vele medestudenten was de Hanzehogeschool een Walhalla wat dat betreft, de systeembeheerders konden dat destijds nog niet controleren. De domeinnaam Neukia had ik in oktober 2002 geregistreerd, Neukia was destijds een veel gebruikte benaming voor Nokia, dus het leek me wel een goed idee om daar een ringtones site van te maken. Dat is er nooit echt van gekomen, de domeinnaam is nog wel even een portal geweest voor een Nederlandse Warez community totdat ik in de zomer van 2003 met de eerste weblogs in aanraking kwam. Vanuit Icequeen en Yakuzi.com kwam ik erachter dat er een stuk meer weblogs bestonden. Het was blijkbaar enorm eenvoudig om een weblog te beginnen en te onderhouden. Ik had op dat moment de beschikking over de domeinnaam Neukia.nl en over een dedicated server in Amerika en met behulp van Pivot bleek inderdaad een weblog enorm makkelijk op te zetten. Ik verzamelde wat mensen om me heen en op 23 oktober 2003 schreef ik mijn eerste post.

De eerste layout van Neukia (zie http://www.meukia.nl) was niet om aan te zien, maar ik vond het allemaal prima, ik was al tevreden met de 20 bezoekers per dag die we in de begindagen hadden. We hadden geen concept, geen richtlijnen, geen redactie. Het weblog Neukia had voor de schrijvers een speelplaats met onbeperkte vrijheden geschapen. Het was een weblog vol bagger, alles kon, niks moest. De geboden variatie bleek goed aan te slaan, en met behulp van diverse (via) linkjes van Jaggle en Volkomenkut groeide het aantal bezoekers dagelijks.

Ik zie Neukia niet als voorloper van Geenstijl, Geenstijl heeft wel lange tijd qua content synchroon gelopen met Neukia, zonder een bepaald concept in hun achterhoofd gewoon bloggen, ze zijn zelfs nog een poos offline geweest. We werden wel een shocklog zoals Retecool, Drijfzand, Volkomenkut, Jaggle en Geenstijl.

We hebben drie flinke groeistuipen gehad in onze geschiedenis. De eerste was de DDoS aanval op de website van Brein. Ik heb een simpele webpagina in elkaar gezet waarop elke 5 seconden 16 keer de site van Brein werd ingeladen. Webwereld[[16]](#endnote-16) spreekt over een doorgeefluik, in de praktijk was ik zelf als persoon de aanstichter en had ik in principe Neukia nooit in hoeven zetten om het te laten slagen, de HTML pagina 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 steeg ik naar de 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 door naar Neukia. Volkomenkut werd in het RTL4 nieuws genoemd, maar verwees door naar ons. Al met al hadden die dag meer dan 50.000 bezoekers. Honderden mensen die Neukia verafschuwden, en sindsdien kon Neukia met recht een shocklog genoemd worden, maar tegelijkertijd konden we duizenden nieuwe vaste bezoekers verwelkomen, we stegen fors naar dagelijkse bezoekersaantallen van rond de 12.000.

De Tonino zaak heeft ons echt op de kaart gezet. Op een zondagavond ontvingen wij een mail van 1 van onze bezoekers met het verhaal dat hij de Zonnet mail van Tonino had gekraakt. Hij heeft ons de screenshots gestuurd en wij hebben het direct online geplaatst. Of de screenshots echt waren of niet, wij vonden het leuk materiaal voor de weblog. In die tijd was ik net begonnen met een stage bij de overheid, toen ik die maandag erop mijn computer opstartte en mijn standaard rondje langs de nieuwssites maakte zag ik al snel op teletekst 101 de kop “Neukia kraakt mail Tonino” voorbij komen. Toen begon de hectiek. Elk nieuwsmedium berichtte erover. De server kon deze massale toestroom niet aan en raakte over de kook. We waren genoodzaakt om Neukia even offline te gooien. De logger die het die zondag had geplaatst was die dag met zijn vriendin aan het fietsen op de hei, dus heeft helemaal niks meegekregen van de chaos. De journalisten die ons wisten te bereiken hebben we allemaal voorzien van de reactie “geen commentaar”, er zijn meerdere briefjes door mijn brievenbus gegooid met de vraag van journalisten of ik alsjeblieft contact wilde opnemen. Alleen het Dagblad van het Noorden heeft wat weten los te peuteren. Op de radio werd er ondertussen hevig gespeculeerd over de consequenties voor mij als eigenaar van Neukia. Francisco van Jole vertelde op Radio 2 dat ik de volgende ochtend zeker niet aan mijn eigen ontbijttafel zou ontbijten maar op het politiebureau. Daarnaast vreesde ik erg voor mijn stageplek, mijn stagebegeleider kon er erg om lachen, en zat mee te genieten met alles wat er over Neukia gezegd werd. Inmiddels had advocaat Jurjen Pen contact met ons opgezocht, hij wilde ons vrijblijvend adviseren. De avond erna heb ik samen met een andere Neukia-logger in de stationsrestauratie van CS Groningen gezeten en het advies van Jurjen Pen ten harte genomen. Dit advies was vooral dat we ons eigenlijk totaal geen zorgen hoefden 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, niet als verdachte, en daarmee was de kous af. De speculaties wat betreft mijn verschrikkelijke straf waren vanaf toen dan alleen nog maar lachwekkend.

We kregen dagelijks erg veel tips binnen met schunnige openbaringen en andere akkefietjes die veel mensen kapot konden maken, maar ook unieke content. Zo was Neukia bijvoorbeeld het eerste weblog wat de Housewitz animatie plaatste (<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, terwijl het voor Neukia begrippen alweer oud nieuws was. Het MDI verzocht Geenstijl om de animatie te verwijderen. Wij hebben nooit wat van ze gehoord. Voor ons hartstikke prima, dat is het voordeel van een relatief klein weblog.

Een favoriet onderdeel van Neukia was de Dolle Diss Dinsdag, de bezoekers oproepen om massaal een chatbox te bezoeken. Dit waren vaak zoveel bezoeker dat de chatbox eigenaren bij god niet wisten wat ze moesten doen en resulteerde in of heel veel bans of een tijdelijk offline gaan van de chatboxen. Voor ons teken om dan verder trekken naar de volgende chatbox. En zo ging dat vaak een uurtje door. Dit resulteerde in standaard klachten van de chatboxeigenaren richting mijn webhost, die klachten stuurde hij door en we lachten daar samen smakelijk om.

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 zooitje 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 vol te houden.

In de eindjaren van Neukia kwamen er veel meer weblogs bij die bagger wilden plaatsen, webloggen was hip en de bewegingsruimte was al snel verzadigd. Neukia onderscheidde zich destijds door zelf de filmpjes te hosten, hierdoor werd onze URL heel snel verspreid. Ik heb de komst van Youtube verafschuwd, opeens had iedereen de mogelijkheid om makkelijk filmpjes te plaatsen. De interactie met je bezoek is leuk. Het grote verschil tussen Neukia en de rest lag mijns inziens in de aanpak/insteek. Geenstijl ging zichzelf pas echt serieus nemen toen bleek dat er medewerkers van de Telegraaf achter zaten en ze met behulp van scoops bezoekers aan zich wisten te binden en dit commercieel wisten uit te buiten.

Maar dagelijks duizenden bezoekers schept onbewust de verplichting om met enige regelmaat wat te plaatsen. Daarnaast merkte ik dat de rek er wel uitwas, niet alleen persoonlijk maar ook weblogland was verzadigd. Nederland is te klein voor de mega weblogs. Ik had er geen zin meer in, het bagger weblog zijn was ik ontgroeid. Dus dan stop je ermee, het moet wel leuk blijven.

Voor zover ik dat kan zien is weblogland niet echt verrijkt, wel fors uitgebreid. Als je heden ten dage nog succesvol wil 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 weblog. Vakinhoudelijke weblogs zijn de enige weblogs die ik nog echt volg.

Andere weblogs boeiden me niets. Ik had natuurlijk wel contact met andere weblogs, maar dat was meer omdat we wat van elkaar moesten.

De andere groten in Nederland (Retecool, Flabber, VK Mag) zijn natuurlijk weblogs waar de commercie van afdruipt. Ik kan me niet voorstellen dat de opperhoofden van deze blogs nog net zo gelukkig schrijven als zes jaar geleden. Een constante stroom bezoekers betekent gewoon dat je een melkkoetje in je handen hebt. Als ik kijk wat ik in die tijd verdiende met het plaatsen van zo'n 4 advertorials per maand, dat was een prima salaris voor iemand die alleen maar bagger aan het verspreiden was. Dat bedrag wat ik maandelijks kreeg was voor mij geen reden om Neukia online te houden en er nog meer tijd en energie in te stoppen. De omstandigheden waren er gewoon niet meer om goed te kunnen blijven webloggen, het is niet voor niets dat er in die tijd geen weblogs van dergelijke grootte bijkwamen. De grote vissen van toen, zijn nu nog steeds de groten.

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

De blog Jaggle.nl begint in juni 2003 maar de originele oprichters hadden eigenlijk andere plannen met de site. Sander Duivestein (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 klaar online. Maar de dagen erna roept het werk weer en verliezen ze alledrie 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 direct weer uiteen te vallen als groep. Dit kan variëren van het vereren van een namaakdinosaurus in een speelgoedwinkel tot en met gelijktijdig een dans uit te voeren. 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.[[17]](#endnote-17)” 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 wel eens terug konden komen en dan willen ze weer nieuwe content. Post First. Post Often. De schrijvers op Jaggle gaan in een sneltreinvaart aan de slag en posten de ene link naar 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 sexuele escapades op een videotape heeft gezet die uiteraard op het web beland. Jaggle is een van de eerste sites wereldwijd die de video posten op het net en dat heeft gevolgen voor het bezoek. De dagen die daarop volgen kan de server het bezoek maar net aan en Jaggle wordt in de reguliere media genoemd als bron van de videotape.

Het is niet alleen sex en flauwe grappen waarmee Jaggle scoort. Ze tonen eveneens aan dat je door het invullen van een creditcardnummer in Google, je op ranges kunt zoeken van creditcards 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 verharden 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 foto’s lekken van Playboy, maar niet al een aantal weken voor het nummer in de winkel ligt. Dat was nu dus wel het geval. Die advocaten zat aardig bij ons te pushen om er mee 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 email. Dat mag namelijk gewoon. Vanaf het moment dat we de actie op de site zetten was het hek van de dam. We kregen zo’n 100 mails per minuut, onder andere van Adam Curry en Charles Groenehuizen die om de foto’s vroegen. Playboy kneep hem behoorlijk omdat ze wel doorhadden dat wat we deden strikt niet verboden is. Zolang we de foto’s niet op het web publiceren 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, dat waren de enige foto’s die ik had gekregen via die Braziliaanse email. Het was eigenlijk één grote grap. We hebben toen wel publiek bekend gemaakt dat we de foto’s niet zouden weggeven, ook niet via email. We hebben toen voor elke mail die binnen was gekomen, 19.152 om precies te zijn, 10 eurocent doneren aan Dutchpuppy, het goede doel van Bridget Maasland. Dat was voor ons weer een leuk momentje, eigenlijk gratis reclame. “

Wat Sander en consorten doen is een kenmerkende actie voor de shockblogs. 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 de 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 ziek nemen door weblogs.

Een ander shocklog, Zeikerdje.com, had een filmpje online gezet van een een meisje dat op de kamer van een Marokkaanse jongen komt. Hij gaat met het meisje 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.” Maar toen 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 doodsbedreigingen. We hebben nog contact gehad met de vader van dat meisje en heel snel alles er af gehaald 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 werkelijk te bezoeken. Tevens kenden 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 werd ontdekt, dan werd dat breed uitgemeten op je eigen weblog. Het netwerkeffect was bij de eerste weblogs al aanwezig maar moest nog worden ontdekt.

De tweede golf die Retecool inluidde en waar Flabber, Jaggle en Neukia onderdeel van waren, hield zich al minder bezig met de techniek van weblogs, 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 VKMag 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, VKMag en Jaggle werden gepopulariseerd was niet onopgemerkt gebleven bij de printmedia en de krantenredacties. Het aantal artikelen wat in de periode 2002 – 2004 wordt geschreven over weblogs en met name shocklogs is bijna het dubbele van de periode 2000 – 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 shockbloggers begrijpen echter beter dan de eerdere groep de kracht van de media en ze zien maar al te goed dat ze elkaar nodig hebben. Als de kranten veelvuldig schrijven over de shockbloggers, is dat goed voor het bezoek aan de site. Die bezoekers zijn 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 kan voor sommigen betekenen dat ze het schrijven niet meer naast een betaalde baan hoeven te doen, maar kunnen leven van hun weblog. Zowel Flabber als VKMag 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 weer een bron geworden voor andere weblogs. Waar ze in de beginjaren zelf linkten naar video’s elders op het web, hebben ze nu zelf deze plek in het weblog ecosysteem. Andere blogs gaan linken naar de video’s wat uiteraard weer nieuwe advertentiemodellen mogelijk maakt. 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.[[18]](#endnote-18)*

In april 2003 start een nieuwe weblog. Schijnbaar weer een zolderkamer product met veel links en entertainment. De knalroze vormgeving valt op. Maar wat nog meer opvalt is de schrijfstijl en de ongenadigde 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 er mee moet doen. Als hij samen met Spierdijk gaat brainstormen zien ze sites als Retecool.com en Volkomenkut.com (later VKMag). 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.'[[19]](#endnote-19)

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 er bij gehaald in de persoon van Ambroos Wiegers, 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 er van langs. 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 krijgt het onderste uit de kan op het moment dat ze hun kans schoon zien. Even zo goed 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”[[20]](#endnote-20)

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 ze laten, grotendeels anoniem, hun eigen ongezouten mening achter. Niet eerder werd het 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. In zijn Greater Internet Fuckwad Theory[[21]](#endnote-21) 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, doodsbedreigingen 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 daar mee wegkomen 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? Waarschijnlijk 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 nu 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 ze weten wat goed 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 is duidelijk dat weblogs de kinderfase voorbij zijn en de pubertijd in gaan. 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 met vrijwel alle prijzen er vandoor gaan.

Al in de eerste maanden hebben Weesie en Spierdijk een eerste publicitaire succes met het “kraken” van de Airmiles kaart van radio DJ Patrick Kicken. Weesie: “Dan zie je opeens hoeveel aandacht zoiets 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 beslommeringen van Patrick te vinden. Op 4 juni 2003, als Patrick bijna een jaar blogt, zet hij een kassabon op zijn weblog waar zijn Airmilesnummer op staat. Onder de scan schrijft Patrick: “Er is een reden dat ik dit hier neer zet. Alleen ben ik die even kwijt. Owja, ik vroeg me af of je met iemands airmiles nr het privé adres van diegene kunt achterhalen.” Maar hij vraagt zich 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. 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 magnetron frites wordt besproken en Patrick krijgt tips over de Lidl en de Dirk van den Broek. Na zo’n 20 reacties verstomt de discussie en is Patrick weer vrolijk over andere onderwerpen aan het schrijven. Tot 16 juni op GeenStijl de post verschijnt met de titel: Kicken Gekraakt.[[22]](#endnote-22) De redactie van GeenStijl had de post gezien en ging de uitdaging graag aan met Kicken. Met het Airmilesnummer 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 redacteuren de gegevens van Kicken wijzigen of 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 Airmileskaart al in het weekend gekraakt. Ze hebben echter gewacht met het publiceren tot maandag omdat zo’n bericht in het weekend nauwelijks opvalt. Tevens zorgen ze er voor dat het nieuws op Nu.nl komt, op dat moment één 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 voor er een publicatie is waardoor vaak anderen de truuk gaan proberen. Waar traditionele journalisten wellicht eerst contact hadden opgenomen met Airmiles om het beveiligingsgat te melden, gaat GeenStijl er vol in en publiceren 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 zich hier op te geven dat ze stoppen met roken. Vanuit de gedachte dat gezamenlijk stoppen wellicht makkelijker is, wil Stivoro zoveel 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 gaan op onderzoek uit en komen al snel tot hele 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, aantallen bezochte pagina’s en duur van het bezoek zijn te meten. GeenStijl ontdekt de statistieken van de site en publiceert op 2 januari 2004[[23]](#endnote-23) de eerste getallen. In het artikel plaatsen ze screenshots van de statistieken waar 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 via de site om 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 gehacked zijn. GeenStijl vermoedt dat hier wordt gerefereerd naar 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 die 107.149 bezoekers is een aantal van 9.849 aanmeldingen is een conversie van 10% 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 bekend maakt. Maar daarnaast blijft Stivoro 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.”[[24]](#endnote-24)

Ondertussen beginnen de bezoekers van de site zich te roeren in de zaak, maar uiteraard wel op hun geheel eigen, anonieme en niets-ontziende 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 al naar persagentschappen en diverse redactie 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 vrij opvraagbaar online en door iedereen in te zien. Het linken naar een pagina is een van de grootste krachten op het internet en als oude media bedrijven nog steeds denken dat ze wegkomen 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 tellen 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.[[25]](#endnote-25) 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 en mevrouw Prins krijgt er wederom van langs krijgt in de reactiepanelen.

Planet Multimedia publiceert eveneens over de situatie maar vraag om opheldering over de cijfers.[[26]](#endnote-26) 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 er te reageren. Omdat volgens de redactie alle comments verzanden in gescheld op “Pinokkio Prins” en “GeenStijl maakt namelijk graag ruzie, maar dan wel op basis van redelijke argumenten en bewijzen.”[[27]](#endnote-27)

Op 8 januari staat het onderzoek van NIPO online en GeenStijl duikt direct in de cijfers. Wat al direct 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 al eerder een voorstel heeft gedaan om afgerekend te worden per stoppende Nederlander is het ze er bij gebaat dat er zoveel mogelijk Nederlanders stoppen. 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, broncode en scripts te komen die het tegendeel bewijzen van het 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 er op aanspreekt, zijn ze bijna nooit thuis.”[[28]](#endnote-28) 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 Wiegers (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 doodsbedreigingen en de verwensingen. De discussie ontaardt 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 aan het onderzoek van GeenStijl is niets mis. Sterker nog, het is een onderzoek wat de reguliere media uit had 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 het hoor- en wederhoor principe. 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 15e eeuw ontstond de situatie dat het maken van documenten nu voor meer is voorbehouden dan alleen de monniken die nauwkeurig copieen maakten van met name heilige geschriften. Er ontstaat 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 specifiek de weblogs was er een kanaal ontstaan waarmee iedereen zijn eigen digitale zeepkist kon beginnen. Niet alleen om je eigen mening te verkondigen, maar om ongebreideld te reageren op de mening van anderen. Een reactie op papier bij een krantenartikel of een TV programma was voor veel mensen teveel stappen. Het samenstellen van een goede brief, 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 nooit-gepubliceerde brieven aan de redacties nu online kwamen. Verder was de grens 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, 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 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 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 aangebodene te selecteren en over de massa uit te storten. Het internet heeft die relatie voorgoed veranderd. Ineens waren wij niet meer louter mediaconsumenten, maar waren we een publiek geworden. Zoals de oude theatermakers hun publiek vaak betrokken bij de voorstelling, zo maken weblogs het mogelijk om betrokken te raken 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 was. Bij de traditionele nieuwsredacties is 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 hoefden zich geen moment aan de tijdschema’s van de redactie te houden om een nieuwswaardig bericht te laten vallen ten faveure voor een ander. Als blogger, op je digitale zeepkist, kun je zelf bepalen wat je nieuws vindt en hoe lang jij en je lezers er mee door gaan om er over 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 sexuele 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 bloggers 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 geen 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”[[29]](#endnote-29). In het voorjaar van 2004 besluit GeenStijl een kleine pauze in te lassen. Met een nepbericht over de mishandeling van één van de redacteuren 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[[30]](#endnote-30) zien dat ze het newswatchen in de vingers hebben zoals Alt0169 en Tonie deden[[31]](#endnote-31). 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 gaat 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 er mee op te houden.”[[32]](#endnote-32) Een half jaar 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 het met het leggen van bommetjes bij politiek, overheid, entertainment en eigenlijk iedereen “die er om vraagt”. In maart 2005 kondigde ze aan dat ze het kabinet zouden laten vallen. Er zouden 6 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-april grap, 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 TMg 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 ecommerce 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-commerce klikkers, zoals Markplaats, versus ruim een miljoen content kijkers, zoals Geen Stijl, is er in Nederland nog niet geweest.”[[33]](#endnote-33)*

GeenStijl heeft vrijwel eigenhandig weblogs in Nederland bekend gemaakt. Ze hebben dat op hun eigen manier in hun eigen stijl gedaan. Daarmee hebben weblogs in Nederland misschien blijvend een nasmaak gekregen van vervelend, prikkend, racistisch, populistisch. 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 is 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 een stem te zijn in de massamedia die online begon te komen. Dat daar nu journalistieke principes bij komen kijken als 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.”[[34]](#endnote-34)*

1. http://www.nrc.nl/W2/Nieuws/1999/06/12/Med/03.html [↑](#endnote-ref-1)
2. http://www.projecta.net/jbosch1.htm [↑](#endnote-ref-2)
3. http://archief.retecool.com/230500.html [↑](#endnote-ref-3)
4. http://web.archive.org/web/20011226061935/www.mijnkopthee.nl/mainblog-202.php [↑](#endnote-ref-4)
5. http://web.archive.org/web/20020405201618/www.treehouse-design.nl/mrgreen/gm-archives/archive-06172001-06232001.html#121 [↑](#endnote-ref-5)
6. http://www.theregister.co.uk/2001/06/19/if\_you\_fancy\_a\_shag/ [↑](#endnote-ref-6)
7. http://wiki.retecool.com/index.php/Foto\_Fuck\_Vrijdag#Herkomst [↑](#endnote-ref-7)
8. http://archief.retecool.com/comments.php?id=9682\_0\_1\_0\_C [↑](#endnote-ref-8)
9. http://archief.retecool.com/comments.php?id=9733\_0\_1\_0\_C9 [↑](#endnote-ref-9)
10. http://archief.retecool.com/comments.php?id=9263\_0\_1\_0\_C9 [↑](#endnote-ref-10)
11. http://web.archive.org/web/20010914141346/http://www.retecool.com/ [↑](#endnote-ref-11)
12. http://web.archive.org/web/20040624073718/www.retecool.com/archief/archive-062002.html [↑](#endnote-ref-12)
13. http://wiki.retecool.com/index.php/Braatolizer [↑](#endnote-ref-13)
14. http://archief.retecool.com/spamlezing.php [↑](#endnote-ref-14)
15. http://www.marketingfacts.nl/berichten/wat\_is\_de\_commerciele\_waarde\_van\_een\_weblog/ [↑](#endnote-ref-15)
16. http://webwereld.nl/nieuws/11815/problemen-vuurwerk-na-dos-aanval-op-brein.html [↑](#endnote-ref-16)
17. http://web.archive.org/web/20030802162708/photo.chiparus.net/photo.php?pageType=folder&currDir=./Unsorted/Flash-Mob\_Amsterdam [↑](#endnote-ref-17)
18. http://www.robindewever.nl/archief/fhj\_geenstijl.html [↑](#endnote-ref-18)
19. Volkskrant 26 augustus 2008 – “Eerlijke jongen met flinke onderbuik” [↑](#endnote-ref-19)
20. Volkskrant 26 augustus 2008 – “Eerlijke jongen met flinke onderbuik” [↑](#endnote-ref-20)
21. http://en.wikipedia.org/wiki/Penny\_Arcade\_%28webcomic%29#John\_Gabriel.27s\_.22Greater\_Internet\_Fuckwad\_Theory.22 [↑](#endnote-ref-21)
22. http://www.geenstijl.nl/mt/archieven/2003/06/kicken\_gekraakt.html [↑](#endnote-ref-22)
23. http://www.geenstijl.nl/mt/archieven/2004/01/opgepast\_dichte\_mist\_rondom\_st.html [↑](#endnote-ref-23)
24. http://www.geenstijl.nl/mt/archieven/2004/01/stivoro\_onterechte\_verwarring.html [↑](#endnote-ref-24)
25. http://web.archive.org/web/20040112012952/http://www.nieuws.nl/news/NEWS/article.php?cat\_id=4&article\_id=18162 [↑](#endnote-ref-25)
26. http://web.archive.org/web/20041208043847/http://www.planet.nl/planet/show/id=118880/contentid=433723/sc=ead82a [↑](#endnote-ref-26)
27. http://www.geenstijl.nl/mt/archieven/2004/01/stivoro.html [↑](#endnote-ref-27)
28. http://ictoblog.nl/2004/10/23/de-wondere-wereld-van-het-weblog [↑](#endnote-ref-28)
29. http://www.geenstijl.nl/mt/archieven/2004/01/woorden\_schieten\_tekort.html [↑](#endnote-ref-29)
30. http://archief.retecool.com/comments.php?id=4266\_0\_1\_0\_C [↑](#endnote-ref-30)
31. http://www.geenstijl.nl/mt/archieven/2004/11/theo\_van\_gogh\_d.html [↑](#endnote-ref-31)
32. Drie jaar langs de afgrond - Het Parool 8 april 2006 [↑](#endnote-ref-32)
33. http://www.frackers.com/2008/08/22/000668.html [↑](#endnote-ref-33)
34. http://www.denieuwereporter.nl/2006/11/in-gesprek-met-dominique-weesie-over-de-evolutie-van-geenstijl/ [↑](#endnote-ref-34)