

## Journalistiek 2.0?

### Uitdagingen en mogelijkheden voor journalisten in de crossmediale en multimediale omgeving

Op het ritme van een aantal ingrijpende technologische veranderingen is er de laatste jaren heel wat veranderd in het medialandschap. De verschuivingen, die zich hoofdzakelijk hebben voorgedaan onder invloed van de digitalisering, hebben gevolgen voor het nieuwsproductieproces en voor de redactionele organisatie. In deze Nieuwsmonitor bestuderen we op basis van de resultaten van drie grootschalige enquêtes bij Vlaamse beroepsjournalisten (2003, 2008 en 2013), in welke mate deze transformaties in de media-industrie een invloed gehad hebben op de journalistieke praktijk. De enquête weerlegt het beeld van journalisten die nieuws produceren voor verschillende traditionele media. We stellen vast dat het aandeel Vlaamse beroepsjournalisten dat activiteiten in verschillende media combineert, de laatste vijf jaar gedaald is. Daarentegen is het percentage respondenten dat voor internet werkt, aanzienlijk toegenomen. Sociaalnetwerksites en microblogs (bv. Twitter) worden frequent gebruikt door een beperkt percentage van de journalisten om informatie te verzamelen. Internetplatformen worden minder gebruikt om informatie te verspreiden. Toch tonen de data duidelijk dat journalisten steeds meer belang hechten aan specifieke, technische vaardigheden. Tot slot is het belangrijk om aan te stippen dat de ervaren werkdruk en de negatieve impact daarvan op het privéleven in de opeenvolgende golven van dataverzameling alleen maar gestegen is.

### Steunpunt Media

Het steunpunt Media is een aanspreekpunt en expertisecentrum voor alles wat met nieuws en media te maken heeft. In opdracht van de Vlaamse minister van Media Ingrid Lieten doet het steunpunt wetenschappelijk onderzoek naar nieuwsberichtgeving en mediawijsheid in Vlaanderen. Het steunpunt Media maakt deel uit van de steunpunten voor Beleidsrelevant Onderzoek van de Vlaamse Overheid voor de periode 2012-2015. De vier Vlaamse universiteiten die onderzoek doen naar nieuws- en massamedia zijn partner van het steunpunt: de Universiteit Antwerpen, de KU Leuven, de Vrije Universiteit Brussel en de Universiteit Gent.

### Technische fiche

Tijdstip van de enquête	December 2012 – februari 2013
Totaal aantal erkende Vlaamse beroepsjournalisten	2.295
Aantal respondenten*	751
Responsratio	32,7%

\*In 2013 werden zowel Vlaamse beroepsjournalisten (N=751) als journalisten van beroep (N=115) uitgenodigd om deel te nemen aan het onderzoek. De resultaten in deze Nieuwsmonitor hebben enkel betrekking op Vlaamse beroepsjournalisten omdat dit de vergelijking van de data met de vorige golven van de enquête (2003, 2008) mogelijk maakt.

## Journalistiek 2.0?

### Uitdagingen en mogelijkheden voor journalisten in de crossmediale en multimediale omgeving

Sara De Vuyst, Karin Raeymaeckers en Jeroen De Keyser

Het medialandschap is de laatste jaren grondig gewijzigd. Het ritme van die veranderingen werd in de eerste plaats bepaald door een aantal ingrijpende technologische innovaties. Digitalisering zorgde voor mediaconvergentie en de grenzen tussen duidelijk afgebakende mediasectoren vervaagden. Bovendien ontstonden er, vooral in de digitale omgeving, nieuwe platformen. Mediabedrijven stemden hun strategieën af op deze nieuwe context. Om de voordelen van cost-efficiency te benutten en om een zo breed mogelijk publiek aan te trekken, wordt content uitgewisseld en aangeboden via diverse kanalen. Zo kan nieuws vandaag niet enkel geraadpleegd worden in de papieren krant, op de radio of op de televisie, maar hebben de traditionele mediabrands ook ingezet op informatiedoorstroom via nieuwswebsites en sociale media.

Deze verschuiving heeft uiteraard een invloed gehad op de organisatie van redacties en op het nieuwsproductieproces. Tegelijk hebben deze veranderingen zonder twijfel een impact op de dagelijkse werkomstandigheden van journalisten. Enerzijds biedt de multimediale omgeving een aantal nieuwe mogelijkheden, anderzijds stellen de snel opeenvolgende technologische innovaties journalisten voor nieuwe uitdagingen.

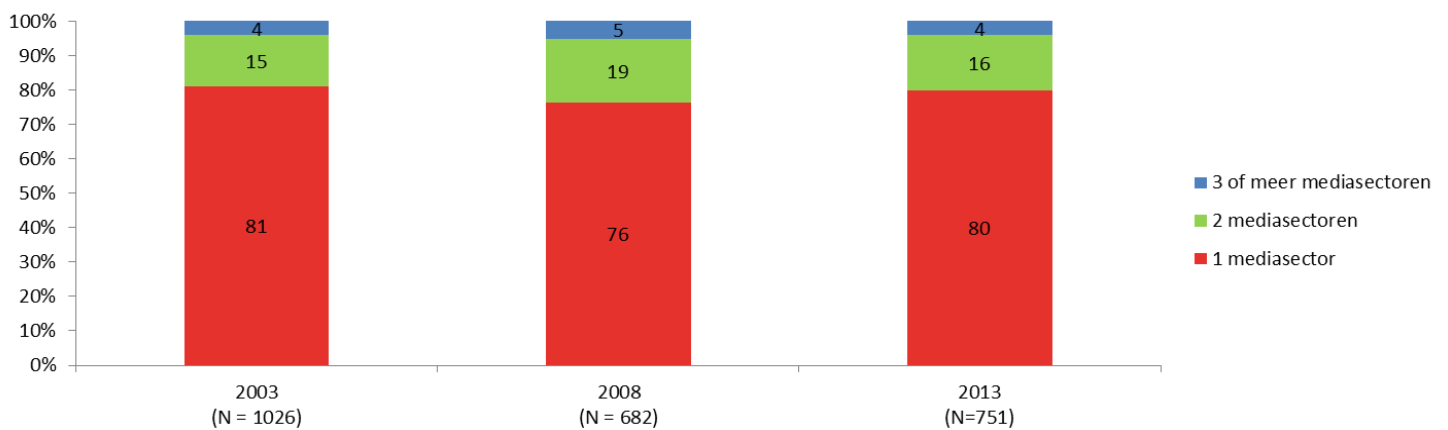
Om na te gaan in welke mate recente transformaties in de mediasector een invloed hebben op het journalistieke beroep, voert het Center for Journalism Studies aan de Universiteit van Gent elke vijf jaar een grootschalige enquête uit bij Vlaamse journalisten. De derde en recentste golf van dit onderzoek werd eind vorig jaar gelanceerd. De vragenlijst focuste op uiteenlopende aspecten van het journalistieke beroep zoals bronnengebruik, loopbaanverloop, beroepstevredenheid en professionele opvattingen.

In deze Nieuwsmonitor trachten we op basis van deze enquêtes, een aantal uitdagingen en mogelijkheden voor journalisten in de crossmediale en multimediale omgeving in kaart te brengen. In eerste instantie staan we stil bij evoluties in crossmediaal werken en bij het professioneel gebruik van internet en sociale media. Vervolgens nemen we het belang dat journalisten hechten aan bepaalde journalistieke vaardigheden onder de loep. Tot slot bespreken we de evolutie in de ervaren werkdruk.

## Crossmediaal en multimediaal werken

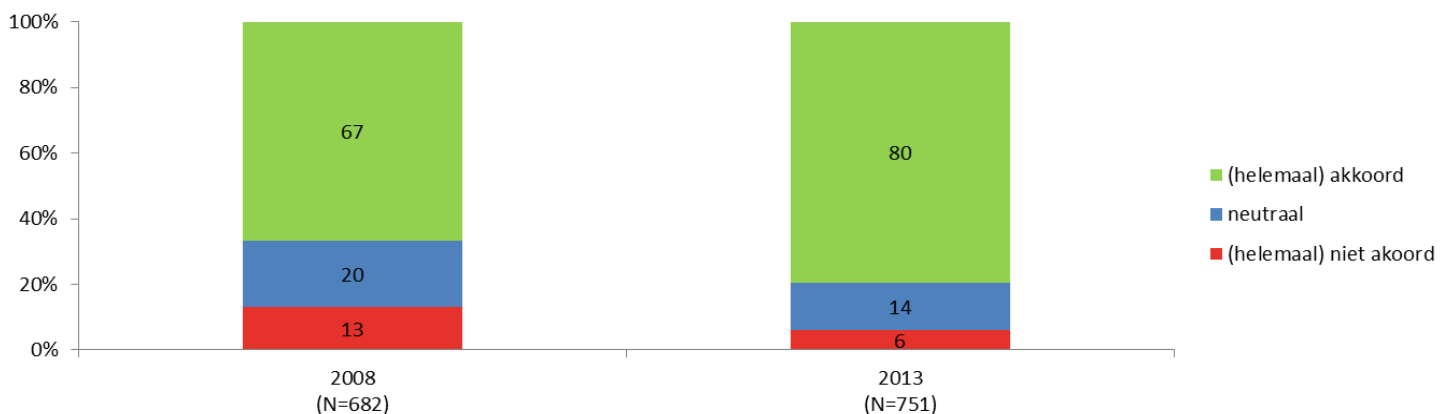
Mediabedrijven hanteren een crossmediale strategie, maar overschrijden journalisten de grenzen tussen de traditionele mediasectoren? Onderstaande grafiek toont de evolutie in het crossmediaal werken in de laatste tien jaar. We stellen vast dat het aandeel Vlaamse beroepsjournalisten dat voor meerdere traditionele mediasectoren werkt, de laatste vijf jaar gedaald is van 24% naar 20%. Dagbladen, weekbladen, televisie, radio, productiehuisen en pers- en fotoagentschappen worden beschouwd als afzonderlijke, traditionele mediasectoren. In de recentste enquête duidt het merendeel van de bevroegde journalisten aan dat ze actief zijn in slechts één traditionele mediasector (80%). Zestien procent van de respondenten werkt voor twee mediasectoren. Een kleine groep is actief in drie mediasectoren (3%) of in vier of meer mediasectoren (1%).

Grafiek 1: Evolutie in crossmediaal werken in de laatste tien jaar (in %)



Desondanks tonen onze data aan dat journalisten zich wel in toenemende mate bewust zijn van het belang van crossmediaal werken. Onderstaande grafiek toont dat de meerderheid van de respondenten (helemaal) akkoord gaat met de stelling dat de journalist van morgen crossmediaal en multimediaal moet kunnen werken (80%). Dit percentage ligt maar liefst 13 procentpunten hoger dan in 2008 (67%). Opvallend is dat vrouwelijke journalisten vaker (helemaal) akkoord gaan met deze stelling dan hun mannelijke collega's (86% tegenover 77%).

Grafiek 2: Meninge n over de stelling dat de journalist van morgen crossmediaal en multimediaal moet kunnen werken (in %)



## Internet

Een tweede opmerkelijke vaststelling is dat het aandeel respondenten dat (al dan niet exclusief) voor internet werkt, gestegen is van 10% in 2008 naar 57% in 2013. Ruim een kwart (27%) van de respondenten levert in 2013 dagelijks bijdragen aan de website van het medium waarvoor ze in hoofdzaak werken, 15% doet dat wekelijks en 14% maandelijks. Drie op de tien journalisten leveren nooit journalistieke bijdragen voor de website van het medium waarvoor ze hoofzakelijk werken.

Opvallend is dat onlinejournalisten -journalisten die ofwel uitsluitend voor internet werken, ofwel regelmatig journalistieke bijdragen leveren aan de website van hun gebruikelijke medium- op gebied van leeftijd en anciënniteit nauwelijks verschillen van de gemiddelde journalist. Dat is wel het geval als we kijken naar geslacht. In de groep van respondenten die *in hoofdzaak* voor een internetmedium werken (9%) ligt de man-vrouwverhouding op 75/25. Dat is de meest onevenwichtige man-vrouwverhouding in vergelijking met andere mediasectoren. Deze bevindingen liggen in de lijn van de resultaten van de vorige journalistenenquête in 2008.

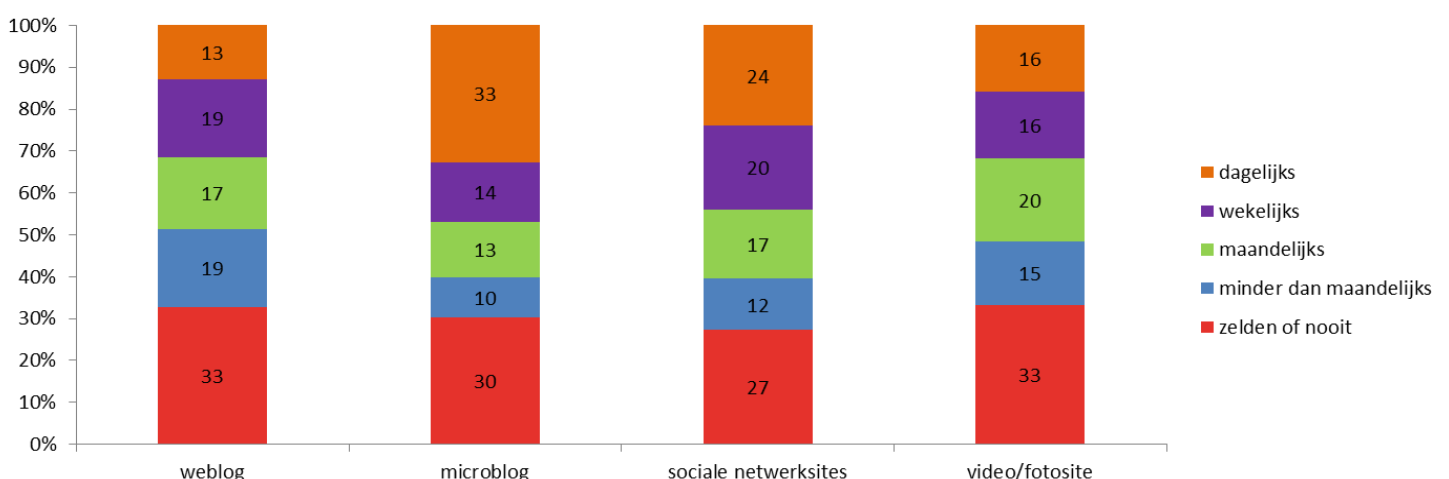
De resultaten van de enquête in 2008 en 2013 tonen dat journalistieke activiteiten in de internetsector vaak gecombineerd worden met activiteiten in een traditionele mediasector. In 2013 werkt 32% van de onlinejournalisten in hoofdzaak bij een krant en 21% werkt in hoofdzaak bij een tijdschrift. Bijna een op vijf onlinejournalisten (18%) werkt in hoofdzaak in de televisiesector en een op de tien in de radiosector. Een klein aandeel van de onlinejournalisten werkt voornamelijk voor een pers- of fotoagentschap (3%). Slechts 15% van de onlinejournalisten, werkt in hoofdzaak voor een onlinemedium. Het internet blijft voor veel journalisten dus, net als in 2008, vooral een secundair publicatiemedium.

## Sociale media

Sociale media bieden journalisten een aantal nieuwe tools voor het verspreiden en verzamelen van informatie. Uit de data blijkt dat Vlaamse beroepsjournalisten meer beroep doen op sociale media voor het verzamelen van nieuws. Onderstaande grafiek toont dat een beperkt percentage van de journalisten dagelijks beroep doet op microblogs (33%) en sociaalnetwerksites (24%). Video- en fotosites (16%) en weblogs (13%) zijn iets minder populair.

Hoewel een gering aandeel van de respondenten regelmatig gebruik maakt van bepaalde sociale media om informatie te verzamelen, stellen we ook vast dat een ruim percentage van de respondenten aangeeft dat ze zelden of nooit gebruik maken van weblogs (33%), microblogs (30%), sociaalnetwerksites (27%) en video- en fotosites (33%) om informatie te verzamelen.

Grafiek 3: Gebruik van sociale media als informatiekanaal (in %) (N = 751)

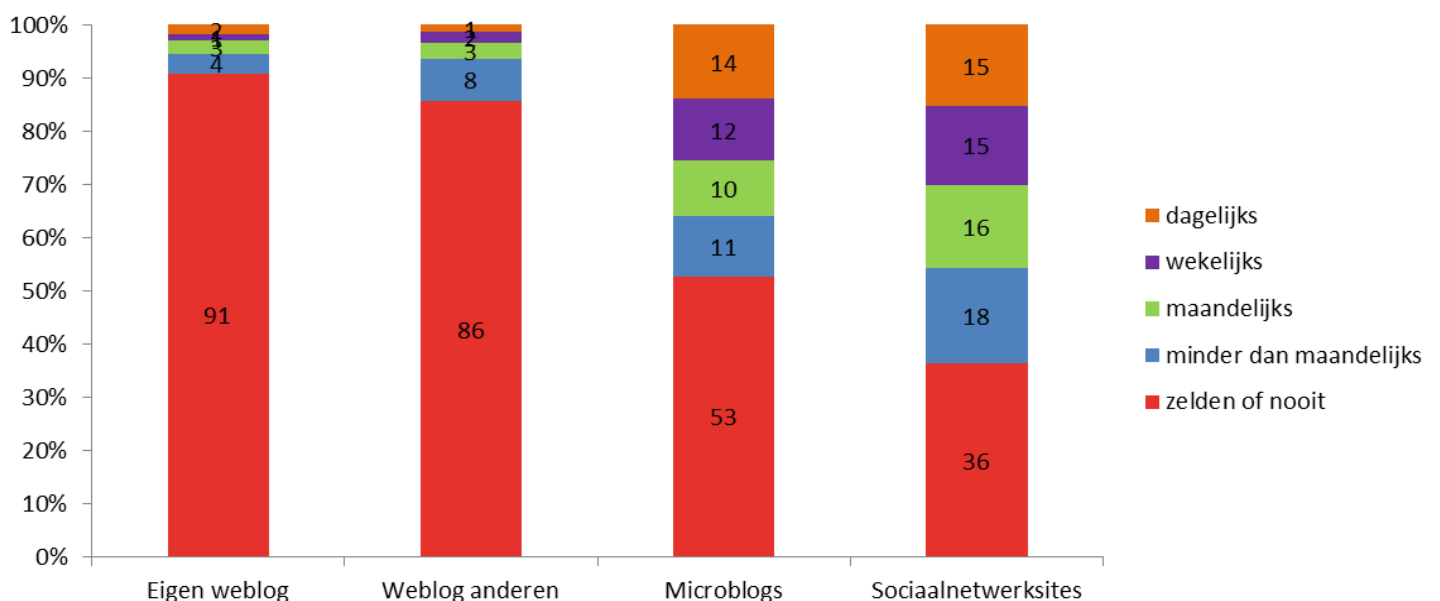


In eerste instantie zijn er duidelijke verschillen tussen loontrekkenden en freelancejournalisten voor wat betreft het gebruik van sociale media als informatiekanaal. Journalisten in vaste loondienst maken vaker dagelijks gebruik van weblogs (14% tegenover 8%), microblogs (37% tegenover 20%) en video- en fotosites (19% tegenover 7%) dan zelfstandige journalisten.

In tweede instantie blijkt dat het gebruik van sociale media als informatiekanaal samenhangt met leeftijd. In het algemeen maken journalisten in de oudste leeftijdscategorie (55 jaar en ouder) het minst gebruik van sociale media om informatie te verzamelen. Daartegenover staat dat het gebruik van weblogs, sociaalnetwerksites en video- en fotosites piekt in de leeftijdscategorie tussen 35 en 45 jaar. Microblogs zijn het populairst bij journalisten in de jongste leeftijdscategorie (34 jaar en jonger).

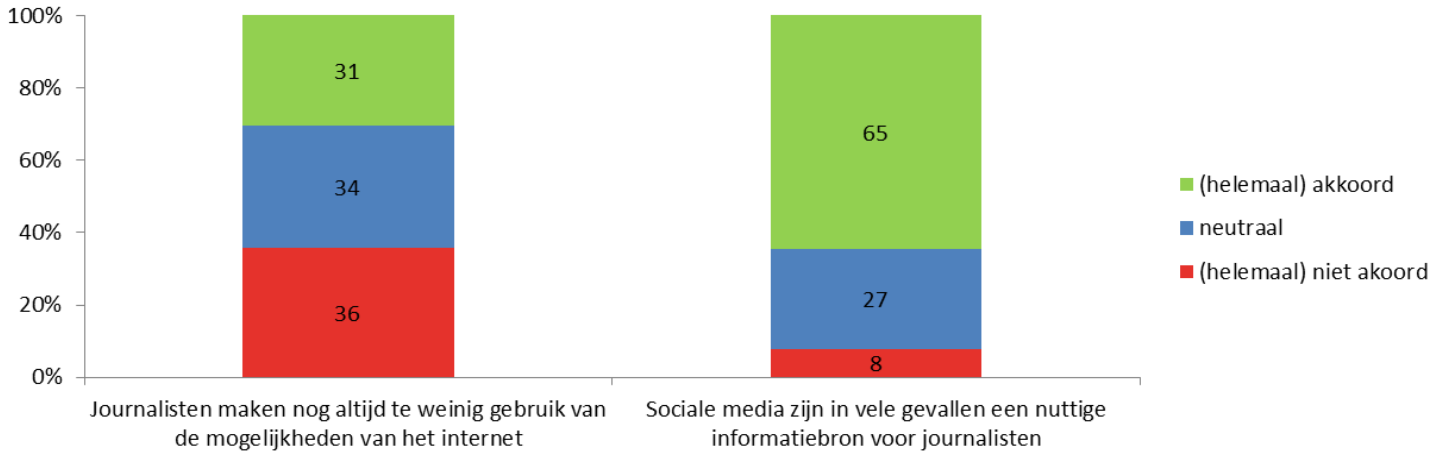
We stellen vast dat slechts een kleine minderheid van de journalisten zelf informatie plaatst op sociale media. Onderstaande grafiek toont dat de meeste journalisten niet actief zijn op een eigen weblog (91%) of op de weblog van anderen (86%). Hoewel microblogs en sociaalnetwerksites iets hoger scoren, geeft een aanzienlijk aandeel van de respondenten aan dat zij zelden of nooit informatie plaatsten op deze kanalen: 53% plaatst zelden of nooit informatie op een microblog en 36% plaatst zelden of nooit informatie op een sociaalnetwerksite. Opvallend is dat meer mannelijke journalisten dagelijks actief zijn op een microblog (16% tegenover 8% van de vrouwen). Opnieuw stellen we vast dat journalisten in de oudste leeftijdscategorie nog minder gebruikmaken van microblogs en sociaalnetwerksites om informatie te verspreiden.

**Grafiek 4: Gebruik van sociale media om informatie te verspreiden (in %) (N = 751)**



Hoe staan journalisten zelf ten opzichte van internet en sociale media? Om deze vraag te beantwoorden legden we de respondenten twee stellingen voor. Volgende grafiek toont dat de meerderheid (65%) van de respondenten meent dat sociale media in vele gevallen een nuttige informatiebron kunnen zijn voor journalisten (tweede balk). Wat opvalt is dat het percentage dat akkoord gaat met deze stelling daalt naarmate de leeftijd toeneemt (van 78% in de jongste categorie naar 44% in de oudste categorie). Bovendien stellen we vast dat ruim drie op de tien respondenten (31%) ervan overtuigd zijn dat journalisten nog altijd te weinig gebruik maken van de mogelijkheden van het internet (eerste balk). Dat percentage ligt opvallend hoger dan vijf jaar geleden (24%).

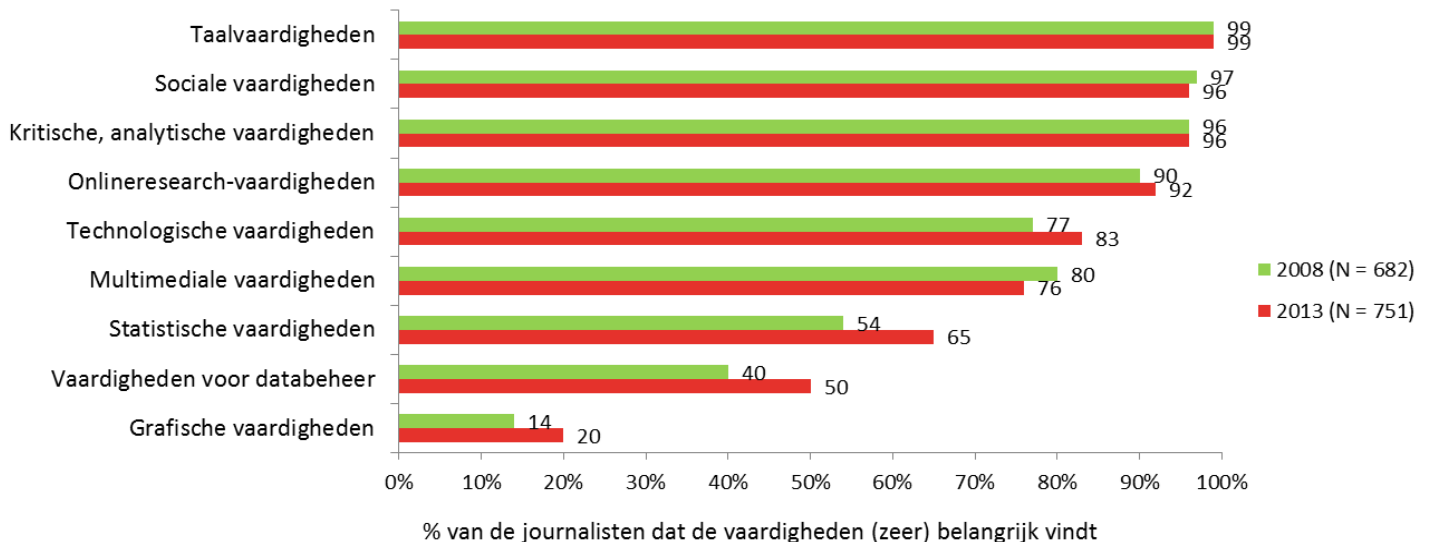
**Grafiek 5: Meningen over internet en sociale media (in %) (N = 751)**



## Journalistieke vaardigheden

Om nieuws te kunnen produceren voor verschillende digitale platformen en mediasectoren, moeten journalisten over uiteenlopende vaardigheden beschikken. Digitale platformen hebben een andere logica dan traditionele media. Onderstaande grafiek geeft een overzicht van het belang dat Vlaamse beroepsjournalisten hechten aan bepaalde vaardigheden.

**Grafiek 6: Belang van journalistieke vaardigheden (in %)**



Opvallend is dat de percentages voor de vaardigheden die de meeste respondenten (zeer) belangrijk vinden, de laatste vijf jaar nagenoeg constant gebleven zijn. Meer dan negen op de tien respondenten vinden talenkennis, schrijf- en communicatievaardigheden (99%), het opbouwen van netwerken en het onderhouden van relaties (96%), kritische vaardigheden (96%) en efficiënt kunnen zoeken op het internet (92%) (zeer) belangrijk. Dit zijn ook de vaardigheden die het grootste aandeel van de respondenten opnemen in hun top drie van belangrijkste vaardigheden. Bij bijna de helft (49%) van de respondenten komen taalvaardigheden op de eerste plaats, bij een derde (33%) van de respondenten zijn dat kritische, analytische vaardigheden en 13% vindt sociale vaardigheden het allerbelangrijkst. Deze resultaten suggereren dat journalisten ook in de multimediale omgeving, het belang van de 'traditionele' journalistieke vaardigheden blijven benadrukken.

Wanneer we kijken naar een aantal meer specifieke vaardigheden, stellen we wel enkele opmerkelijke verschuivingen vast. Vooral technische vaardigheden, statistische competenties, vaardigheden voor databeheer en grafische vaardigheden worden de laatste jaren steeds belangrijker ingeschat door journalisten. Verrassend is dat het belang dat journalisten hechten aan multimediale vaardigheden, de laatste vijf jaar licht gedaald is.

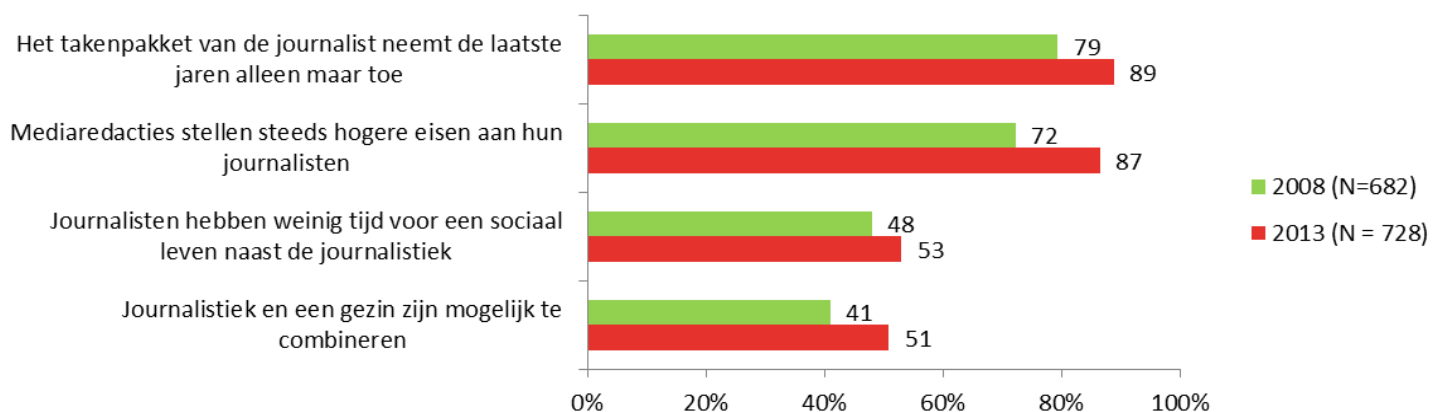
Een andere opmerkelijke vaststelling is dat het belang dat journalisten hechten aan sommige vaardigheden samenhangt met opleidingsniveau. Hoe hoger journalisten opgeleid zijn, hoe meer belang ze hechten aan taalvaardigheden. Omgekeerd hechten hoger opgeleide journalisten minder belang aan grafische vaardigheden dan hun collega's met een lager diploma. Verder zien we dat journalisten met een universitaire opleiding, kritische vaardigheden vaker (zeer) belangrijk vinden dan respondenten met een hogeschooldiploma (98% tegenover 90%).

## Flexibiliteit en werkdruk

Opvallend is dat het gemiddeld aantal werkuren van voltijds werkende journalisten gedaald is van 47 naar 46 uur per week de laatste tien jaar. We vinden duidelijke verschillen in het aantal werkuren per week naargelang de functie. Leidinggevenden werken gemiddeld vijf uur langer per week dan niet-leidinggevenden (48 tegenover 43). Voor bijna drie op de vijf respondenten (58%) varieert het aantal werkuren per week en de meerderheid (64%) van de respondenten heeft bovendien een variabel werkrooster. Verder stellen we vast dat freelancers veel vaker een variabel werkrooster hebben dan loontrekkenden (91% tegenover 58%). Vervolgens zien we dat een ruim aandeel van de respondenten regelmatig of altijd 's avonds (76%) of in het weekend of op feestdagen (63%) werkt. Het percentage freelancers dat altijd in het weekend of op feestdagen werkt, ligt hoger dan bij de groep werknemers (17% tegenover 8%). Opmerkelijk is dat meer dan de helft (54%) van de respondenten niet gecompenseerd wordt voor overuren of onregelmatige werkuren. Dit percentage ligt meer dan 10 procentpunten hoger dan in 2008.

Aanvullend legden we de respondenten een aantal stellingen voor over de werkdruk en de work-life balance in de journalistiek. De resultaten hiervan wijzen in de richting van een toenemende werkdruk en druk op het privéleven. Volgende grafiek toont dat een ruime meerderheid van de respondenten vindt dat het takenpakket van de journalist de laatste jaren alleen maar toeneemt (89%) en dat mediaredacties steeds hogere eisen stellen aan hun journalisten (87%). Bovendien is het percentage van de respondenten dat akkoord gaat met deze twee stellingen met minstens 10 procentpunten gestegen de laatste vijf jaar.

**Grafiek 7: Evolutie in de meningen over de werkdruk en de work-life balance (in %)**



Vervolgens zien we dat het percentage respondenten dat ervan overtuigd is dat journalisten weinig tijd hebben voor een sociaal leven naast de journalistiek de laatste vijf jaar gestegen is van 48% naar 53%. Het aandeel respondenten dat ervan overtuigd is dat journalistiek moeilijk te combineren is met een gezin is gestegen van 41% naar 51%. Vrouwen (59%) gaan opvallend vaker (helemaal) akkoord met dat laatste statement dan mannelijke journalisten (47%).



Tot slot stellen we vast dat Vlaamse beroepsjournalisten op basis van een lijst van 14 aspecten (maatschappelijk aanzien, loon, werkuren, intellectuele vrijheid, ...), aangeven dat ze het meest ontevreden zijn over de werkdruk. Bovendien is het aandeel van de Vlaamse beroepsjournalisten dat (helemaal) ontevreden is over de werkdruk gestegen van 32% naar 40% de laatste vijf jaar. Krantenjournalisten zijn het meest ontevreden over de werkdruk (53%) en radiojournalisten zijn het minst ontevreden over de werkdruk (24%).

## Besluit

Dit onderzoek geeft een beeld van recente uitdagingen voor journalisten in een veranderende mediasector. We stellen vast dat journalisten in zekere mate hebben ingespeeld op een aantal tendensen de media-industrie. In eerste instantie blijkt dat de digitale omgeving steeds belangrijker wordt voor Vlaamse beroepsjournalisten, hoewel slechts een minderheid exclusief werkt voor een onlinemedium. Meestal wordt werken voor internet gecombineerd met activiteiten bij een traditioneel medium. De opmars van online gaat hand in hand met een toegenomen belang van meer specifieke, technische vaardigheden, die nodig zijn om te kunnen beantwoorden aan de vereisten van de nieuwe digitale platformen. Toch is er in de digitale omgeving nog heel wat groeimarge. Hoewel de meeste Vlaamse beroepsjournalisten erkennen dat sociale media een nuttige bron zijn, worden slechts een aantal kanalen gebruikt. Vooral sociaalnetwerksites en microblogs worden al op regelmatige basis gebruikt om informatie te verzamelen. Hiertegenover staat dat weblogs en video- en fotosites achterop hinken en dat de functie van sociale media om informatie te verspreiden, onderbenut wordt. Verder stellen we vast dat slechts een minderheid van de journalisten de grenzen van de traditionele media overschrijdt. Dit aandeel is bovendien afgenomen de laatste vijf jaar. Het beeld van journalisten die in de crossmediale omgeving content produceren voor diverse traditionele mediasectoren, digitale platformen en sociale media moet op basis van dit onderzoek dus enigszins genuanceerd worden.

## Samenvatting

- Het percentage journalisten dat voor meerdere traditionele mediasectoren werkt, is gedaald van 24% in 2008 naar 20% in 2013.
- Het percentage Vlaamse journalisten dat (al dan niet exclusief) voor internet werkt, is gestegen van 10% in 2008 naar 57% in 2013.
- Journalisten maken meer gebruik van sociale media om informatie te verzamelen dan om nieuws te verspreiden.
- Het belang dat journalisten hechten aan traditionele journalistieke vaardigheden is de laatste vijf jaar nagenoeg constant gebleven. Het belang dat journalisten hechten aan meer specifieke, technische vaardigheden is toegenomen.
- De meerderheid van de journalisten gaat (helemaal) akkoord met de stelling dat het takenpakket van de journalist de laatste jaren alleen maar toeneemt (89%) en met de stelling dat mediaredacties steeds hogere eisen stellen (87%).
- Het aandeel van de respondenten dat ervan overtuigd is dat journalistiek en een gezin moeilijk te combineren zijn en dat journalisten weinig tijd hebben voor een sociaal leven is de laatste vijf jaar gestegen.

## Contact

Wenst u meer informatie over het steunpunt Media of de Nieuwsmonitor, neem contact op met Julie De Smedt, projectcoördinator van het steunpunt Media.

<b>E-mail</b>	Julie.desmedt@uantwerpen.be	<b>Website</b>	www.steunpuntmedia.be
<b>Telefoon</b>	03 265 57 60	<b>Twitter</b>	@steunpunt_Media
<b>GSM</b>	0494 89 79 83		