

Lokale politieke verslaggeving:

Hoe ervaren regiojournalisten en lokale beleidsmakers regiojournalistiek in Vlaanderen?

Onderzoeksrapport: resultaten van face-to-facebevragingen en enquêtes onder regiojournalisten en burgemeesters + schepenen

Periode: september 2018 - juli 2020

Met medewerking van de Vlaamse Vereniging voor Steden en Gemeenten

Titel: Lokale politieke verslaggeving: hoe ervaren regiojournalisten en lokale beleidsmakers regiojournalistiek in Vlaanderen?

Auteur: Ria Goris

Publicatiedatum: donderdag 27 augustus 2020

Erasmushogeschool Brussel

Opleiding journalistiek

Zespenningenstraat 70 | 1000 Brussel

Contact: ria.goris@ehb.be | 0497 89 75 22

Vlaamse Vereniging voor Steden en Gemeenten

Bischoffsheimlaan 1-8 | 1000 Brussel

Contact: katrien.Gordts@vvsg.be | 0479 77 35 35

Inhoud

1	Inleiding	3
2	Beschrijving respondenten	8
2.1	Face-to-face interviews	8
2.2	Onlinebevraging	8
2.2.1	Regiojournalisten	8
2.2.2	Beleidsmakers	13
3	Bevindingen	17
3.1	Tevredenheid	17
3.1.1	Algemene tevredenheid over werk regiojournalisten	17
3.1.2	Tevredenheid over specifieke aspecten regiojournalistiek	18
3.2	Onderlinge informatie-uitwisseling en coverage van gemeenten	21
3.3	Agendasetting en aandeel politieke verslaggeving	24
3.3.1	Agendasetting	24
3.3.2	Aandeel politieke verslaggeving	25
3.4	Bronnen voor regionieuws	27
3.5	Strategieën van beleidsmakers	28
3.6	Inzet en belang van sociale media	31
3.6.1	Gebruik sociale media door beleidsmakers	31
3.6.2	Invloed van sociale media op belang mainstream media	33
3.7	Evolutie van regiojournalistiek	36
3.8	Visie op taken van regiojournalisten	42
3.9	Aard van relatie journalisten – beleidsmakers	45
4	Conclusies en aanbevelingen	49
4.1	Conclusies	49
4.2	Aanbevelingen	50
4.2.1	Aanbevelingen voor de regiojournalistiek	50
4.2.2	Aanbevelingen voor beleidsmakers	52
5	Bijlage A: Vragenlijst face-to-face interviews beleidsmakers	54
6	Bijlage B: Vragenlijst face-to-face interviews regiojournalisten	56

1 Inleiding

‘De verruwing van de zeden, de polarisering in de politieke verslaggeving en in de communicatie van sommige politici, zou je daar niet eens naar kijken?’ suggereerde een vriend enkele jaren geleden. Ik herkende tekens hiervan in de soms hijgerige politieke verslaggeving, waarin feiten al eens plaats maken voor perceptie. Na een eerste research, literatuurstudie en gesprekken met enkele researchers en journalisten, besloot ik in te zoomen op lokale politieke verslaggeving en de relaties tussen lokale beleidsmensen (schepenen en burgemeesters) en regiojournalisten. De relatie tussen beleidsmensen en journalisten was op federaal en gewestelijk niveau immers al behoorlijk onder de loep genomen, door onder meer Peter Van Aelst en Stefaan Walgrave¹. Verder research wees uit dat in onze buurlanden al behoorlijk wat onderzoek over regiojournalistiek uitgevoerd was, in Vlaanderen nog zo goed als niets.² Vandaar de keuze om de relatie tussen lokale beleidsmakers en regiojournalisten te onderzoeken, een project dat twee jaar in beslag genomen heeft (2018-2020).

Vanuit de journalistiekopleiding van de Erasmushogeschool poneerden we volgende onderzoeksvragen:

- Welke rol speelt de regiopers in de politieke berichtgeving, en hoe is deze geëvolueerd?
- Welke thema’s en verwachtingen spelen een rol in de interactie tussen lokale beleidsmakers en regiojournalisten?
- Hoe onafhankelijk is de regiojournalistiek? Welke factoren oefenen hier invloed op uit?

It takes two to tango. Beide groepen, lokale beleidsmakers en regiojournalisten, brengen in een intrinsieke samenwerking naar buiten wat er op lokaal vlak beweegt en welke maatregelen uitvoering krijgen. Al neemt in toenemende mate ook een derde speler, de sociale media, deel aan deze ‘dans’. Verschillende aspecten spelen een rol in de wisselwerking tussen beleidsmakers en journalisten: de wederzijdse mate van tevredenheid, de wijze en aard van het onderling contact en hun onderlinge verwachtingen, de kwantiteit en kwaliteit van de regioberichtgeving en evoluties binnen de regiojournalistiek. De rol van sociale media, een invloedrijke speler binnen het journalistieke werkveld, was van meet af een aandachtspunt. Dit aspect is meteen ook gelinkt aan de aanzet voor dit onderzoek: is er een merkbare polarisering binnen regiojournalistiek, ‘opgejut’ door sociale media?

Samen met de laatstejaarsstudenten journalistiek van de Erasmushogeschool Brussel bevroegen we in eerste instantie face-to-face 27 beleidsmakers (schepenen en burgemeesters) en 26 regiojournalisten van de twee grote krantengroepen (DPG Media en

¹ Walgrave, S., Vos, D., Van Aelst, P., Van Camp, K. (2016): de almachtige media onder de (eigen) lope? De mening van politieke journalisten in België over de politieke macht van de media. Nieuwsmonitor 28. Van Aelst, P. (2014), De mediatisering van de Vlaamse politiek, Acco.

² <https://www.svdj.nl/uitgelicht-onderzoek/het-is-stil-in-de-regio/>
<https://www.svdj.nl/wp-content/uploads/2015/12/KiKampLandman2014.pdf>

Mediahuis). Vervolgens namen 201 beleidsmakers (responsrate 10,8%) en 139 regiojournalisten (responsrate 32,3 %) uit zowel grote als kleinere Vlaamse gemeenten deel aan een onlinebevraging hierover.

We presenteren in een notendop enkele speerpunten van dit onderzoek:

1) De coverage van gemeenten in regiojournalistiek is in Vlaanderen behoorlijk.

In diverse buurlanden (Nederland, UK,) heerst bezorgdheid over het feit dat een behoorlijk deel van de gemeenten, de kleine met name, verstoken blijven van regionieuws³. Er is sprake van infoleemte – ook wel nieuwswoestijnen genoemd - waarin burgerjournalistiek het gat soms opvult. Dit is een uitgesproken reden tot bezorgdheid: uit internationaal onderzoek blijkt immers dat de aanwezigheid en het functioneren van lokaal opererende, onafhankelijke nieuwsmedia de mate van politieke participatie, zoals de opkomst bij verkiezingen, beïnvloeden.⁴

Op het item ‘mijn gemeente komt voldoende aan bod in de regiopers’, gaf 53 % van de bevroegde beleidsmakers aan hiermee akkoord te gaan, tegenover 25 % niet en 22 % ‘neutraal’. Bij kleine gemeenten (-15 000 inwoners) ziet dit plaatje er iets anders uit: 40 % gaat akkoord, 40 % gaat niet akkoord, en 20 % is neutraal. Dit is wel degelijk een aandachtspunt, zij het geen uitgesproken probleem zoals in sommige buurlanden. Er is nog geen sprake van ‘nieuwswoestijnen’ in Vlaanderen.

2) Verwachtingen van beleidsmakers en journalisten: regionale media moeten betrouwbare en begrijpelijke info brengen, zonder de publieke opinie te beïnvloeden.

Zien beleidsmakers een kritische rol weggelegd voor de regiojournalistiek? Wat zien ze als de voornaamste taak van lokale journalisten?

Vijf journalistieke opdrachten staan wat hen betreft bovenaan:

- Nieuws op een begrijpelijke manier brengen (97%)
- Betrouwbare info verschaffen (95%)
- Analyse en duiding brengen bij complexe problemen (85%)
- Een zo breed mogelijk publiek bereiken (82 %)
- Informatie zo snel mogelijk verspreiden (80 %)

Alle andere taken zijn hieraan ondergeschikt, zoals waakhond zijn van de democratie (53%), aan community building doen (40%), aanzetten tot actie en participatie (37 %) en de publieke opinie beïnvloeden (8 %). Dit laatste item krijgt veel meer negatieve respons (69 % niet akkoord) dan bijval.

³ Hermans, L., Hietbring, N., Kik, Q., (2019). De burger als buitenstaander? Inclusiviteit in nieuwsselectie en brongebruik tijdens gemeenteraadsverkiezingen, Tijdschrift voor Communicatiewetenschappen 47

⁴ Baekgaard, M., Jensen, C., Mortensen, P., & Serritzlew, S. (2014). Local News Media and Voter Turnout, Local Government Studies, 40(4), 518-532, doi: 10.1080/03003930.2013.834253.

Dit loopt parallel met bevindingen uit de bevraging van regiojournalisten: betrouwbare en begrijpelijke informatie staan bij hen bovenaan, beide items krijgen een bijval van 97 %. Wel ziet een beduidend hoger aantal journalisten (67 %) voor zichzelf een belangrijke taak als waakhond van de democratie, dan beleidsmakers dit aanvinken als belangrijke taak (53%). Beleidsmakers hebben kanttekeningen bij het waakhondgehalte van de Vlaamse regiojournalistiek, zoals hieronder blijkt.

3) Copy paste journalistiek, cultuur van klikcijfers en beperkt waakhondgehalte

Wat de evolutie van de regiojournalistiek betreft, toonden burgemeesters en schepenen grote bijval voor volgende stellingen:

- De sensationisering van het regionieuws is de voorbije 5 jaar toegenomen (82%)
- Het gebruik van kant- en-klaar nieuws neemt toe (81 %)
- Bij het selecteren van onderwerpen wordt steeds meer rekening gehouden met klikcijfers (73 %)

De online-enquête bevatte ook vragen over tevredenheid. Over het kritische gehalte van de regiojournalistiek is 35 % van de bevroagde beleidsmakers ontevreden (tegenover 29 % tevreden en 37 % neutraal). Een hogere mate van ontevredenheid registreren we voor het checken van informatie (49%), de accuraatheid van de berichtgeving (42%) en het kaderen van informatie (titel, intro) (46%)

Beleidsmakers hebben zelf de gewoonte ontwikkeld, in samenwerking met communicatiediensten, om kant-en-klaar materiaal te voorzien voor regiojournalisten. Ze zijn zich er goed van bewust dat deze onder behoorlijke druk staan om snel voldoende kopij te genereren. Tegelijk, zo blijkt uit de kwalitatieve bevraging, ergeren nogal wat beleidsmakers zich aan regiojournalisten als copy paste overnemers van persberichten. Ze hebben geen al te hoge pet op van het gehalte aan check en dubbelcheck en de accuraatheid van de regioberichtgeving: de commerciële logica overheerst, snel overnemen van nieuws krijgt te vaak voorrang over kritisch graven en dubbelchecken. Hierin zit een duidelijk signaal verrat aan de regiojournalistiek.

Journalisten zijn zelf niet blind voor de evoluties die de accuraatheid en het kritisch gehalte van de regioberichtgeving onder druk zetten. Een goed deel van de bevroagde journalisten verklaart zich akkoord met de volgende stellingen over de evolutie:

- Bij het selecteren van onderwerpen wordt steeds meer rekening gehouden met klikcijfers (70 %)
- Het gebruik van kant-en-klaar nieuws neemt toe (63 %)
- Het belang van content geleverd door burgers neemt toe (58 %)
- De sensationisering van regionieuws is de voorbije 5 jaar toegenomen (52 %)

Zoals we hierboven al stelden: journalisten zien voor zichzelf in sterkere mate een rol als waakhond weggelegd, dan beleidsmakers die rol bij hen zien. Het businessmodel van regiojournalistiek, waarin de betaling eerder de geleverde kwantiteit dan de diepgang of kritisch gehalte geldt, lijkt een kritische grens bereikt te hebben.

4) Tevredenheid over de samenwerking

Ondanks deze kanttekeningen geven veel beleidsmakers aan tevreden te zijn over de samenwerking met regiojournalisten. Tevredenheid is er over het respect voor off the record informatie van regiojournalisten (59 %) en over hun kennis van het plaatselijk netwerk (58 %). Die tevredenheid scoort lager over hun kennis van lokale dossiers (evenveel tevreden als ontevreden).

Uit de bevraging van regiojournalisten blijkt dat ruim 4 op 5 tevreden zijn over hun contacten met beleidsmakers. Beide groepen mogen kritische kanttekeningen bij elkaars werkwijze plaatsen, ze hebben elkaar ook nodig. Veel regiojournalisten en lokale beleidsmakers ontwikkelen amicale of minstens gemoedelijke relaties. Is dit enkel een positief gegeven of kan dit aanleiding geven tot frictie of belangenvermenging? Beide zijn soms het geval, zo blijkt uit zowel de onlinebevraging als de face to face interviews.

Enkele voordelen van een warme of gemoedelijke samenwerking: beleidsmakers kunnen zo beter achtergrondinformatie en context geven (78 %) en suggesties maken voor nieuwsitems (74 %). Journalisten geven aan dat ze zo meer en sneller informatie krijgen (80 %) en meer op de hoogte blijven van bepaalde ontwikkelingen (85 %).

Beide groepen stippen dezelfde nadelen aan: een te close contact of vriendschap kan een perceptie van partijdigheid creëren, de objectiviteit of kritische blik ook effectief in het gedrang brengen en spanningen geven ingeval van kritische berichtgeving.

5) Ongerustheid over impact van sociale media

Diverse vragen hadden te maken met de invloed van sociale media op de regioberichtgeving.

Bij de stelling 'de rol van onafhankelijke lokale en regionale media wordt steeds meer overgenomen door sociale media' gaf maar liefst 77 % van de beleidsmakers aan hiermee akkoord te gaan. Sociale media zijn een niet meer weg te denken speler op het terrein, met een bijzonder groot impact op regiojournalistiek.

Bij de vraag 'Sociale media vormen een rechtstreeks communicatiekanaal met burgers. Welke invloed heeft dit volgens u op berichtgeving in mainstream media?' gaf 65 % van de bevroegde beleidsmakers aan dat het belang van mainstream media hierdoor verkleint (19 % stipte aan 'vergroot hierdoor' en 16 % 'blijft ongewijzigd'). Een van hen merkte op: 'We verliezen gewoon de strijd tegen de sociale media. Regionale media blijven belangrijk maar de virtuele toog op Facebook wint steeds meer aan invloed'. Een ander stelde dat het belang van mainstream media hierdoor net verhoogt 'om de bagger op sociale media te counteren, de juiste context aan te bieden'.

Beleidsmakers zetten zelf sociale media in om een onderwerp in de media te zetten (71 %) en zien sociale media ook als een belangrijke bron van nieuws voor journalisten (78 %). Ze gebruiken sociale media veelal om burgers te informeren over hun beleid (92%) en soms ook om tegenwicht te bieden aan lokale media (54 %). Ze maken vooral gebruik van sociale media als zender, veel minder om naar meningen te peilen of een debat te stimuleren.

Journalisten tonen zich duidelijk bezorgd over de impact van sociale media. Ook hier geeft een grote groep aan dat het belang van mainstream media hierdoor verkleint (47 %), veel meer dan er menen dat hun belang hierdoor vergroot (16 %), terwijl 36 % meent dat het belang ongewijzigd blijft. Verschillende journalisten gaven aan te vrezen voor hun broodwinning door het aanbod aan gratis nieuws op sociale media, en zien met lede ogen hoe sommige beleidsmensen sociale media inzetten voor allesbehalve neutrale berichtgeving. Het item lokte bij hen zeer veel spontane commentaren uit, zoals deze:

- ‘Er is een stijgende macht van politici door rechtstreekse lijn met burgers, de deur staat open voor politieke propaganda’
- ‘Door deze evolutie is journalistiek relevanter dan ooit. Tegelijk is het een sector die onder druk staat, en vaak onkritische sociale media achternaht met kritische berichtgeving.’

In het volgende hoofdstuk schetsen we het profiel van de respondenten in deze studie. Hierna geven we achtereenvolgens de bevindingen weer over tevredenheid, onderlinge informatie-uitwisseling, agendasetting, belangrijke bronnen van het regionieuws, strategieën die die beleidsmensen inzetten, de rol van sociale media, de evolutie van de regiojournalistiek, de visie op taken van de lokale pers en de relatie tussen beide groepen. In de conclusie keren we weer op de belangrijkste bevindingen en formuleren we enkele aanbevelingen.

De diagrammen met resultaten van beleidsmakers en beleidsmakers zien er niet helemaal identiek qua vorm uit, omdat beide bevestigingen in verschillende enquêtetools afgenomen werden.

2 Beschrijving respondenten

Dit onderzoek werd ontwikkeld als een tweetrapsraket: in eerste instantie zochten we input via semi-gestructureerde face to face interviews met regiojournalisten en beleidsmakers (burgemeesters en schepenen). Op basis hiervan ontwierpen we in tweede instantie een onlinebevraging. Deze legden we voor aan alle regiojournalisten in Vlaanderen die we konden detecteren via hun redacties en aan alle burgemeesters en schepenen van Vlaamse gemeenten.

2.1 Face-to-face interviews

In de herfst en winter van 2018 werden 27 burgemeesters en schepenen bevroegd. Dit in de 13 centrumsteden, in de hoop voor deze gemeenten alvast een beeld te krijgen over de ervaring met regiojournalistiek. We waren bezorgd dat de bevindingen veel te divers en dus minder veelzeggend zouden zijn met een steekproef uit allerlei gemeenten, grote en kleine. We namen per centrumstad twee interviews af, plus één proefinterview, dus 27 in totaal. Meestal vond een van de twee interviews plaats met de burgemeester, een tweede met een schepen die geregeld in de pers kwam. Het betrof telkens twee beleidsmakers van verschillende partijen. 22 van hen waren mannen, 5 vrouwen.

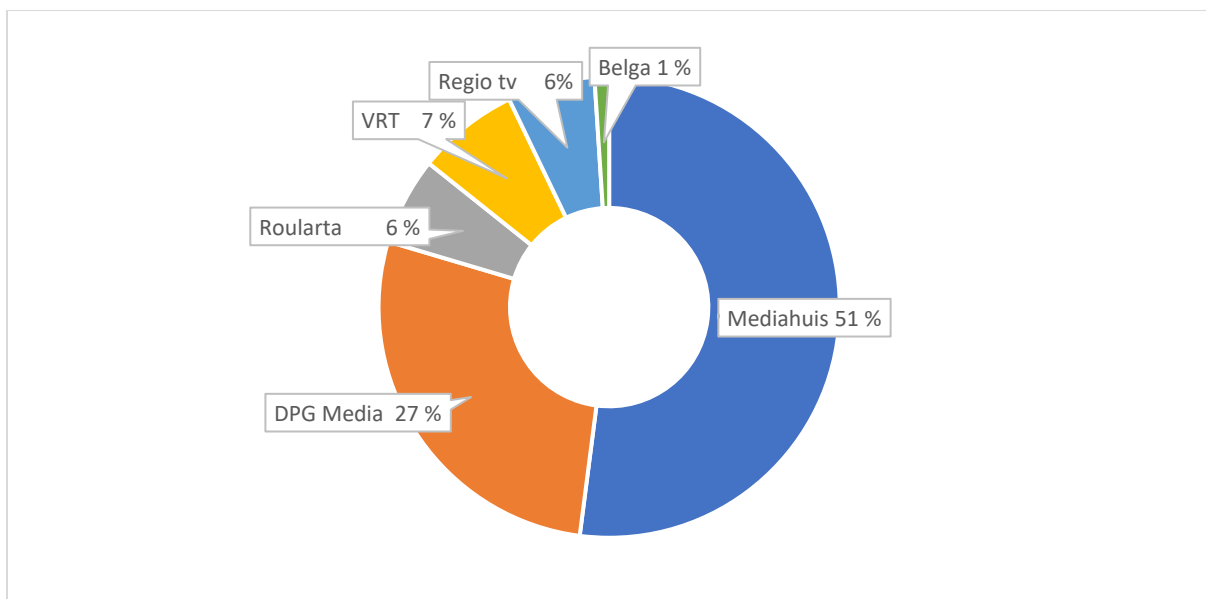
In de herfst en winter van 2018 werden, parallel hieraan, 26 regiojournalisten in de 13 centrumsteden bevroegd. We beperkten ons tot telkens één journalist van Mediahuis (De Gazet van Antwerpen, Het Nieuwsblad of Het Belang van Limburg) en één journalist van DPGMedia (Het Laatste Nieuws, om minstens trends te kunnen destilleren voor krantenregiojournalistiek. We zochten in elke centrumstad telkens naar de journalisten met het meeste ervaring met politieke verslaggeving. We bevroegen 20 mannen en 6 vrouwen.

2.2 Onlinebevraging

2.2.1 Regiojournalisten

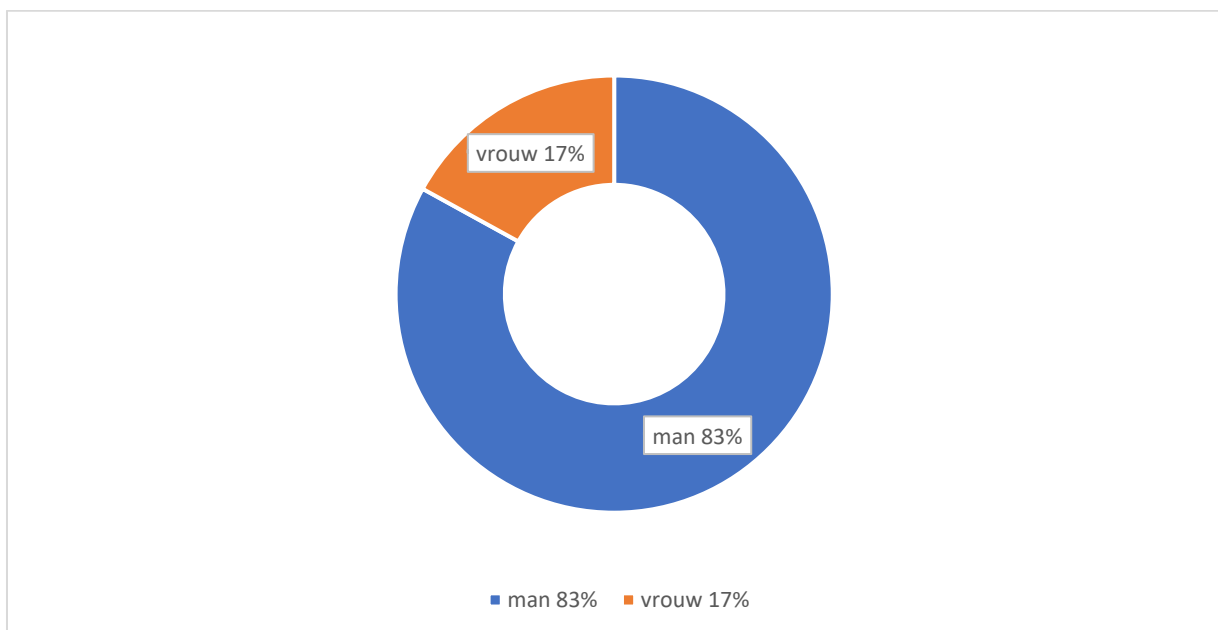
We schreven 450 regiojournalisten aan met de vraag om medewerking. De mailadressen werden bekomen via de redacties van diverse regionale media. 139 regiojournalisten vulden de vragenlijst in (respons rate 32,3 %). We registreerden de volgende personalia-kenmerken voor de regiojournalisten: mediagroep, sekse, leeftijd, statuut, tewerkstellingspercentage, aantal gemeenten dat ze coveren, de grootte van de gemeenten die ze coveren en de provincie.

Mediagroep (waarvoor je hoofdzakelijk werkt)



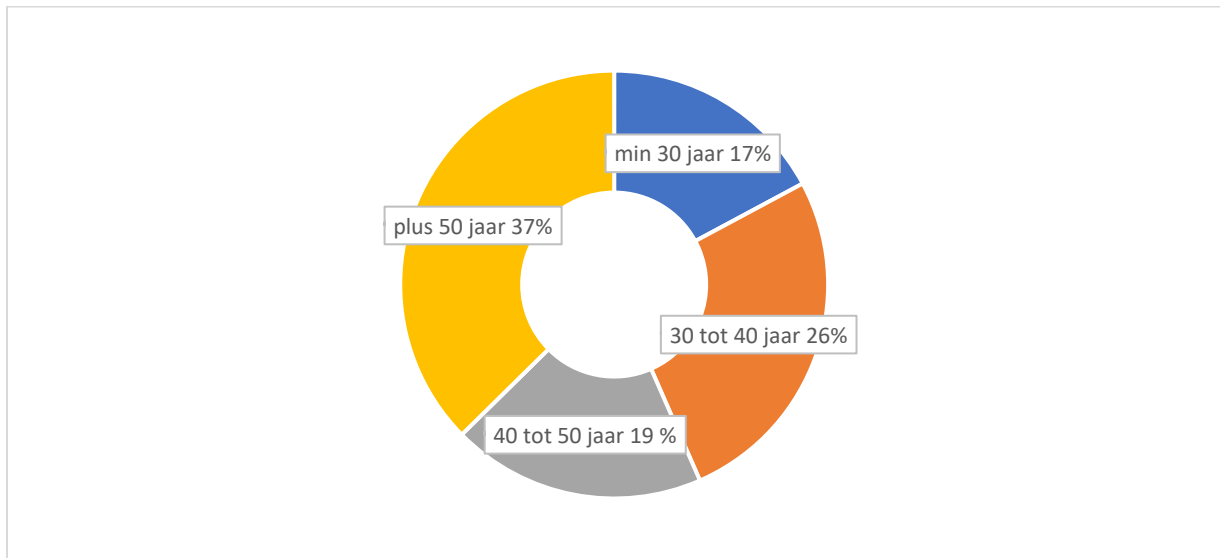
Deze bevraging is vooral representatief voor regiojournalisten bij kranten, minder voor radio of regionale tv.

Sekse



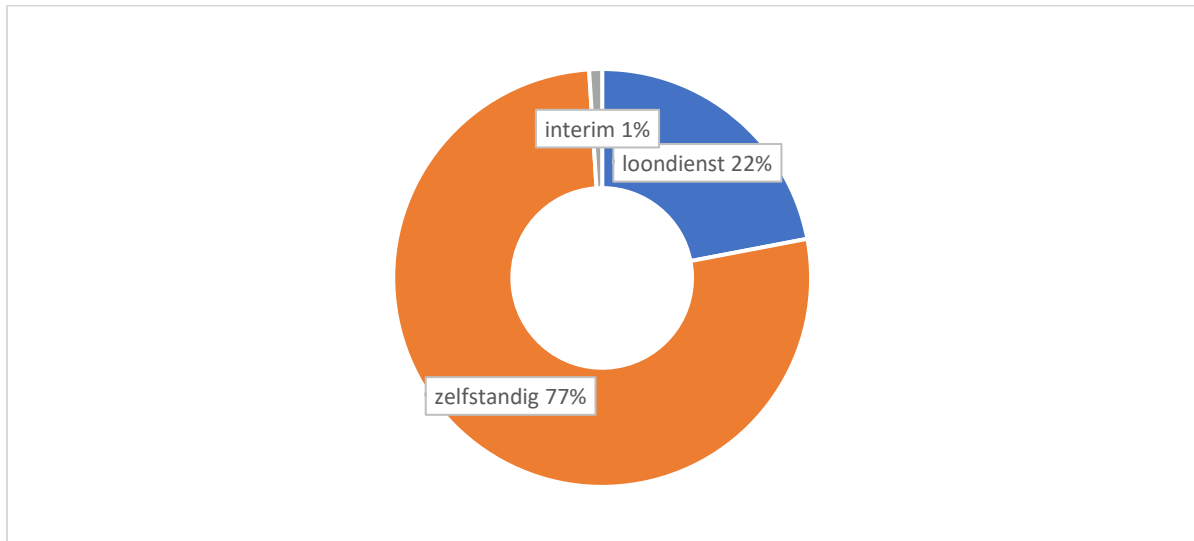
Er is een oververtegenwoordiging van mannen. Dit is ook het geval in beroepsgroep in zijn geheel (72 % mannen, 28 % vrouwen in 2018 Center for Journalism Studies -CJS - bevraging), en is iets meer uitgesproken het geval bij regiojournalisten.

Leeftijd



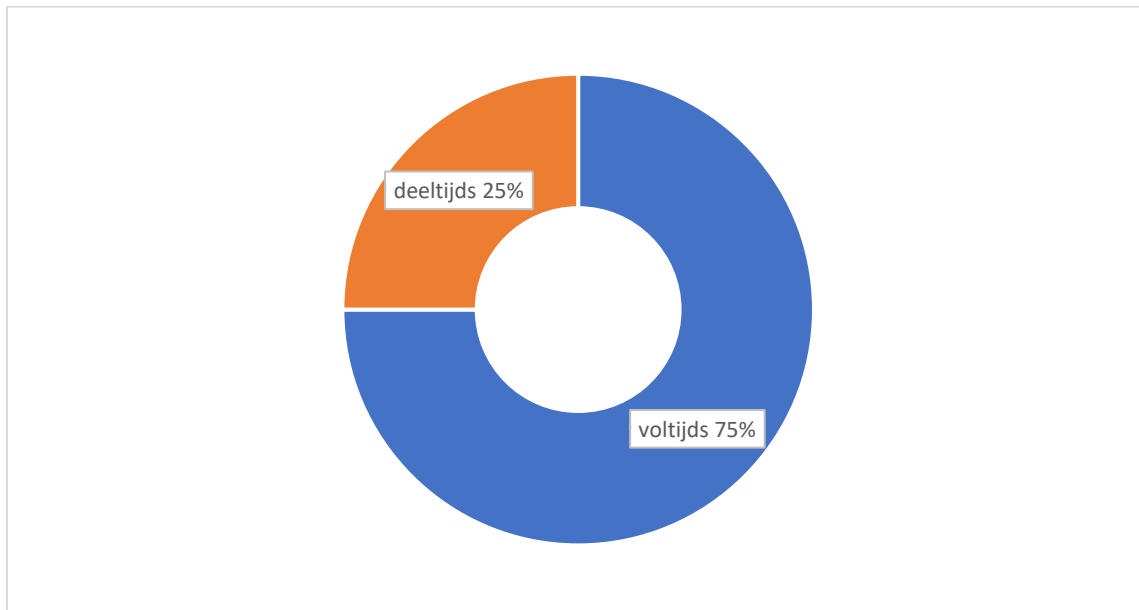
Bij de beroepsgroep in het geheel is de gemiddelde leeftijd 48 jaar (CJS 2018). Dit lijkt overeen te komen met die voor regiojournalisten in deze bevraging. Een eigenaardig detail: een meerderheid van de deelnemende journalisten van Het Laatste Nieuws was jonger dan 40 jaar, terwijl een meerderheid van de deelnemende journalisten van Mediahuiskranten ouder was dan 40 jaar.

Statuut



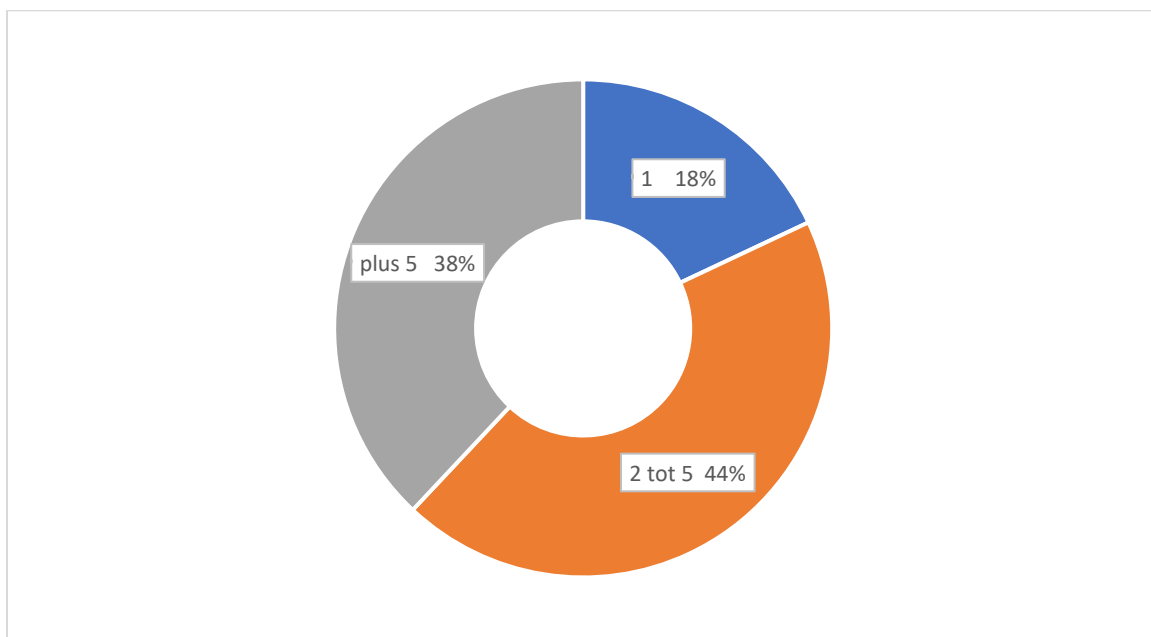
Bij de beroepsgroep in het geheel is het aandeel van zelfstandigen 25 %. De meerderheid van de regiojournalisten, zeker bij de kranten, heeft echter een zelfstandig statuut. De respondenten in deze bevraging zijn hierin representatief voor de beroepsgroep van regiojournalisten.

Tewerkstellingspercentage



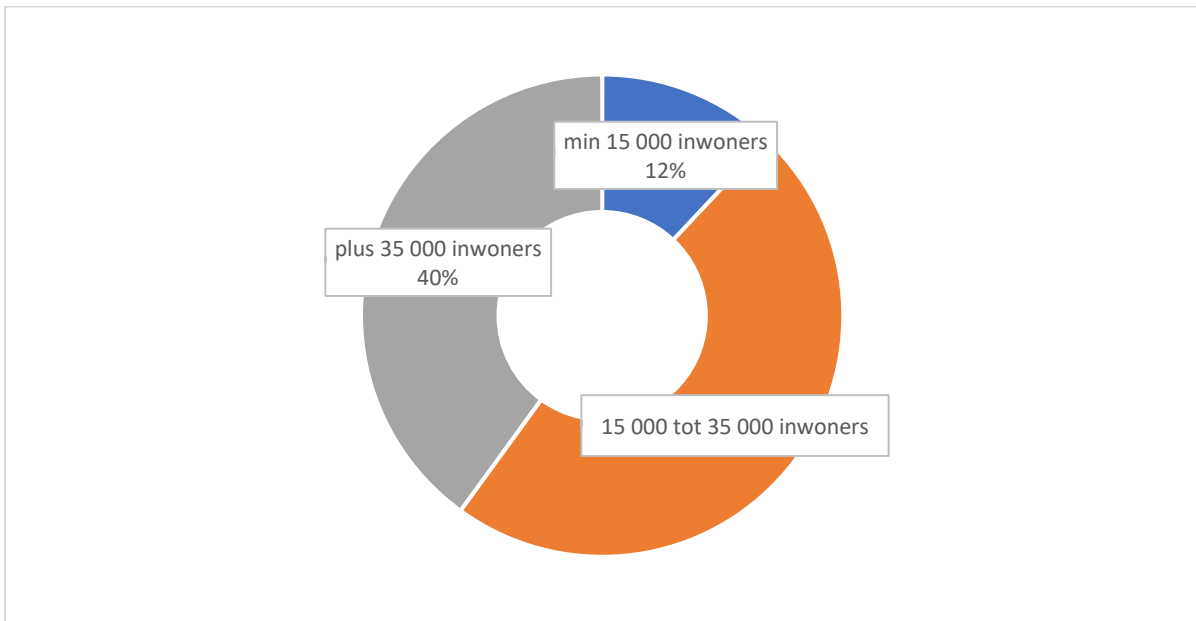
Bij de beroepsgroep in het geheel is het aandeel voltijds werkenden 79,5 % (CJS 2018). De rest werkt deeltijds. Aan deze bevraging namen net iets meer deeltijds werkende journalisten deel.

Hoeveel gemeenten covert u



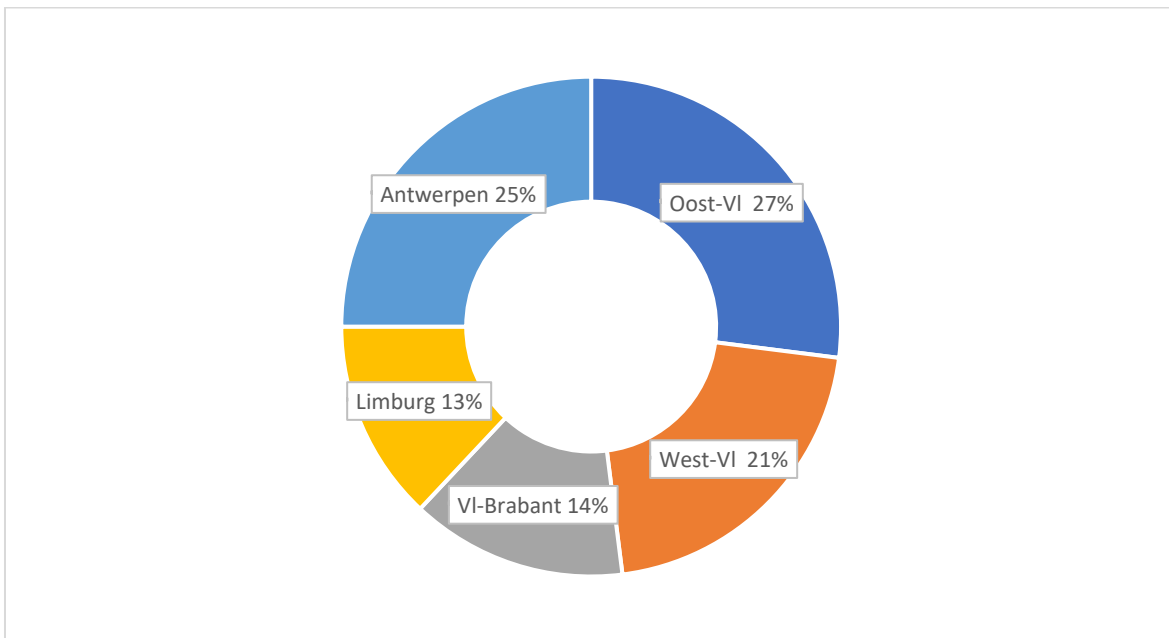
Enkel 1 gemeente coveren is slechts weinig regiojournalisten gegeven. Doorgaans gaat het dan om een centrumstad. Bijna 4 op 5 respondenten spreiden over meer dan 1 gemeente. Een aanzienlijk deel covert zelfs meer dan 5 gemeenten.

Werkt u hoofdzakelijk in gemeente(n)



We bereiken met deze bevraging journalisten in zowel grotere als kleinere gemeenten, wat het opzet was. De journalisten uit de kleinste gemeenten lijken ondervertegenwoordigd, maar de logische verklaring is dat veel journalisten een grotere gemeente plus enkele kleinere combineren.

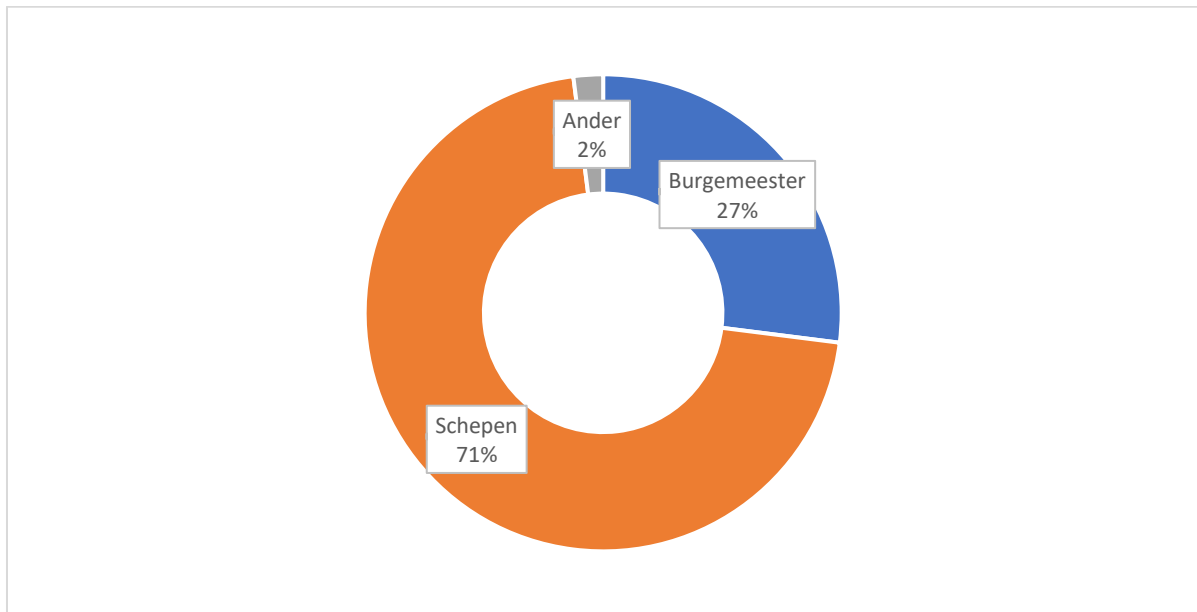
Provincie



We bereiken met deze bevraging proportioneel iets minder journalisten uit Limburg en in Vlaams-Brabant dan in andere provincies. Alle provincies zijn wel redelijk vertegenwoordigd.

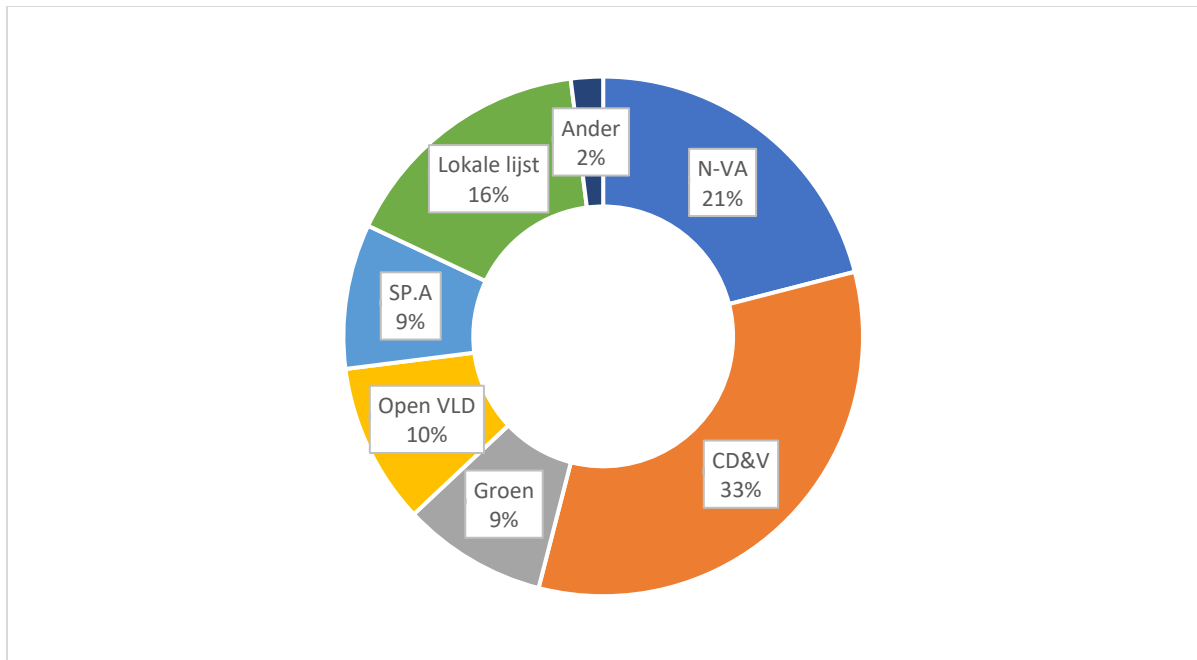
2.2.2 Beleidsmakers

Functie



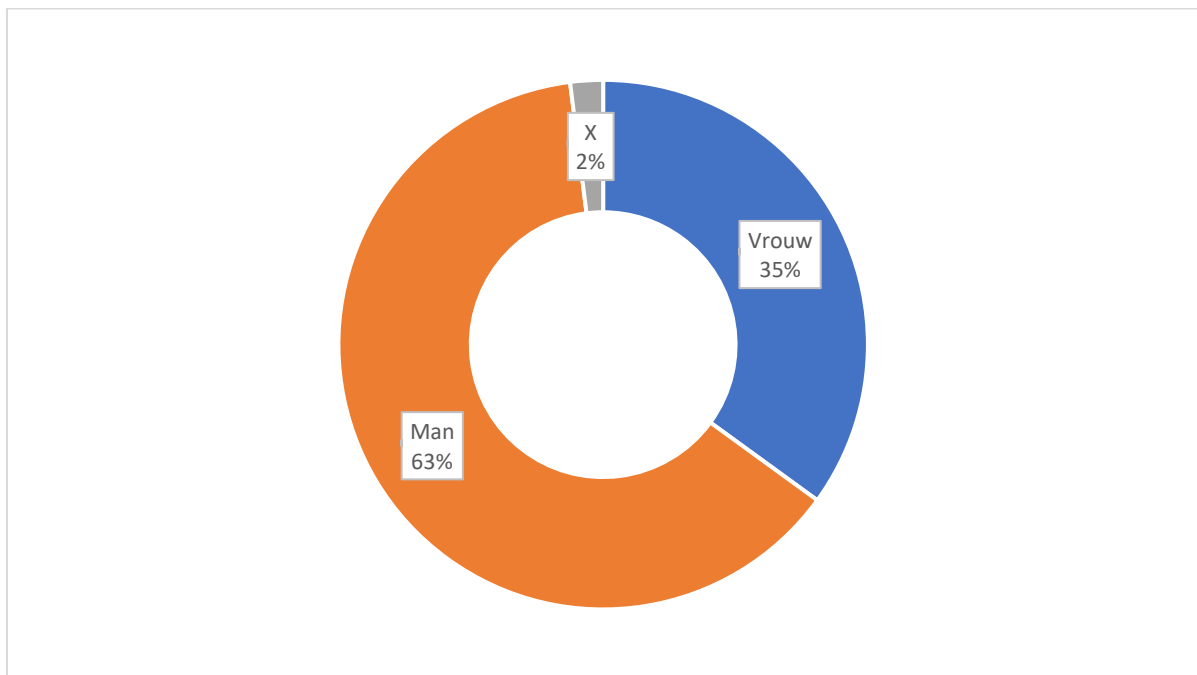
52 van de 300 burgemeesters in Vlaanderen namen deel aan deze bevraging, ruim 1 op de 6 burgemeesters dus. Schepenen namen in iets mindere mate deel: ongeveer 1 op elke 10 schepenen vulde de vragenlijst in.

Partij



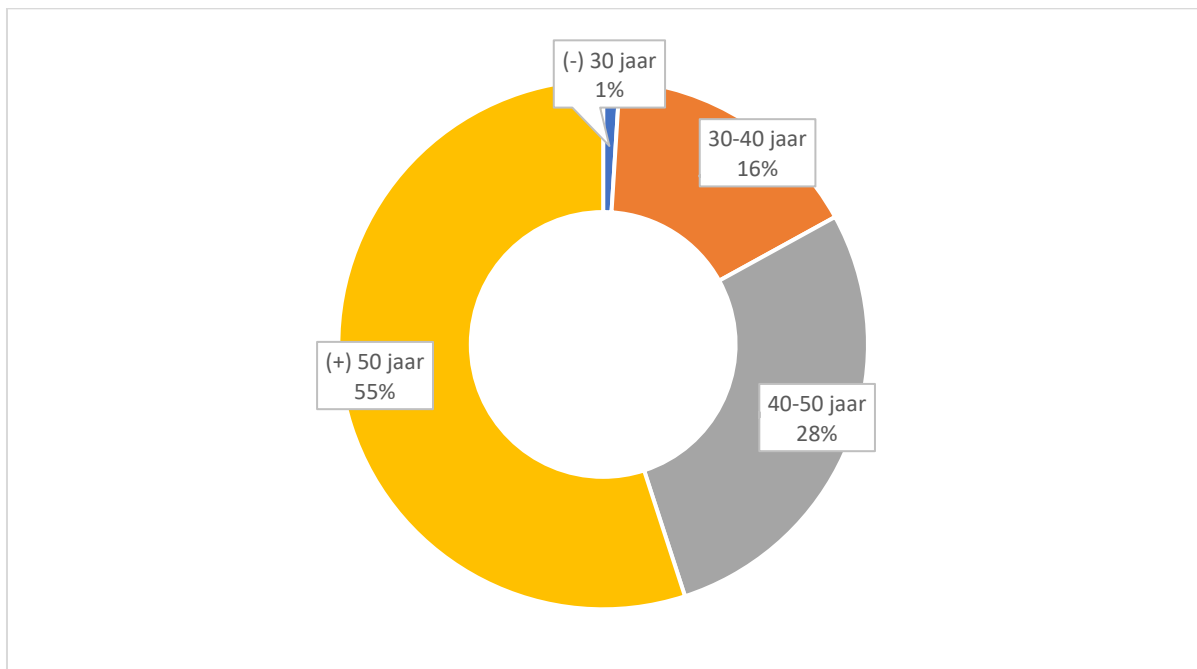
Representativiteit is hier iets moeilijker om vast te stellen, omdat in veel gemeenten een lokale lijst aangegeven werd. N-VA en CD&V werden in de gemeenteraadsverkiezingen van 2018 het vaakst de grootste lokale partij, en zijn ook hier behoorlijk vertegenwoordigd. De resultaten van deelname van Open VLD, SP.A en Groen komen in grote lijnen overeen met de verkiezingsresultaten.

Sekse



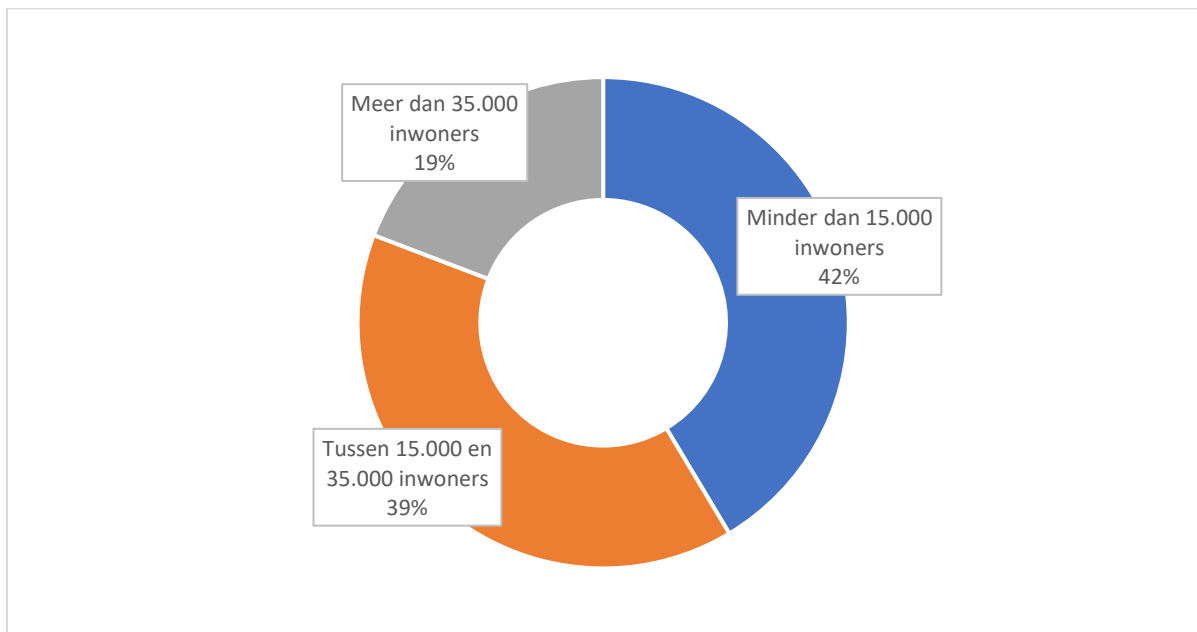
Het aandeel mannen en vrouwen in de bevraging loopt parallel met het reële aandeel hiervan bij schepenen en burgemeesters (1255 schepenen + burgemeesters zijn mannelijk; 638 schepenen + burgemeesters zijn vrouwelijk)

Leeftijd



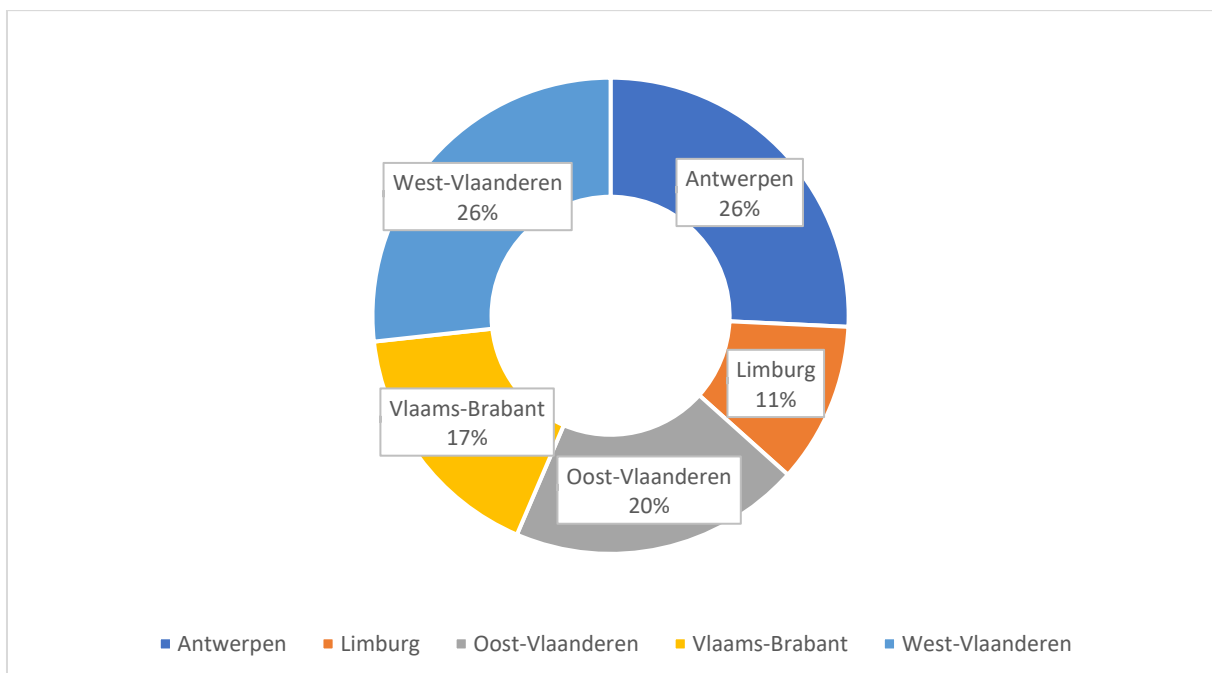
We hebben geen exacte data over de leeftijd van Vlaamse schepenen en burgemeesters. In de praktijk is een groot deel van lokale beleidsmakers meer dan 50 jaar, schepenen jonger dan 30 jaar zijn de uitzondering op de regel.

Grootte gemeente



De respondenten zijn evenwichtig te situeren in grote, middelgrote en kleine gemeenten, met lichte oververtegenwoordiging van respondenten uit de grotere gemeenten.

Provincies



- West-Vlaanderen: 27% (reëel aantal gemeenten West-Vlaanderen = 64)
- Antwerpen: 26% (" " " Antwerpen = 69)
- Vlaams-Brabant: 17% (" " " Vlaams-Brabant = 65)
- Oost-Vlaanderen: 20% (" " " Oost-Vlaanderen = 60)
- Limburg: 11% (" " " Limburg = 42)

Vanuit Limburg namen het minst aantal respondenten deel aan de bevraging. Limburg telt ook minder gemeenten dan de andere provincies. Ruim een kwart van de bevroagden situeert zich in West-Vlaanderen, een ander kwart in Antwerpen. Vlaams-Brabant is licht ondervertegenwoordigd in deze bevraging.

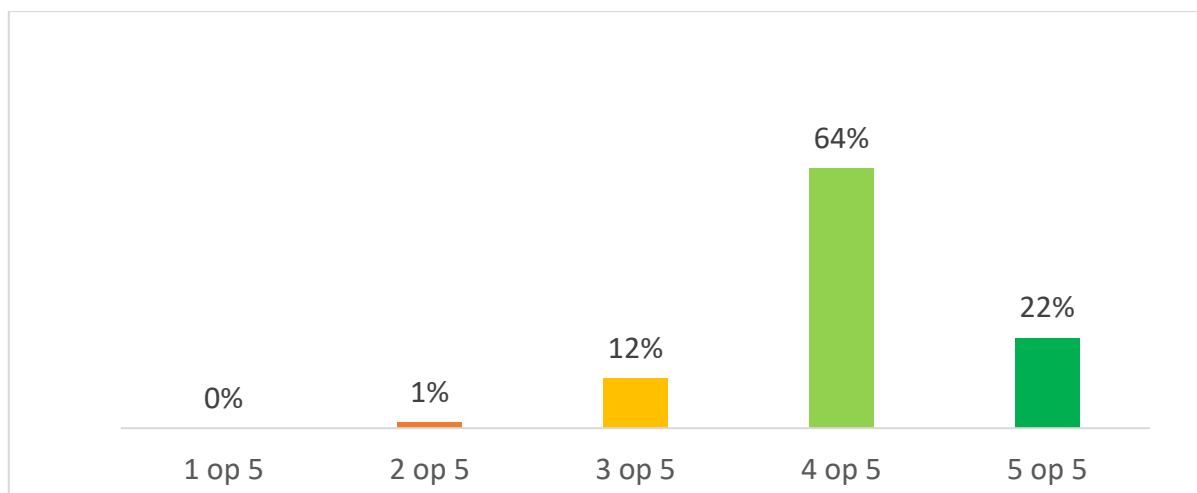
3 Bevindingen

3.1 Tevredenheid

3.1.1 Algemene tevredenheid over werk regiojournalisten

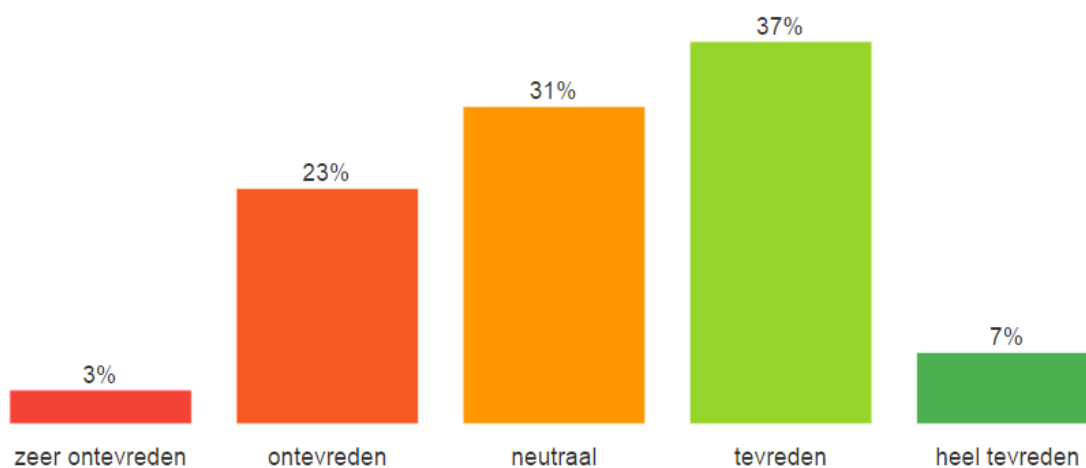
Regiojournalisten rapporteren een opvallend grote mate van tevredenheid over hun werk in het algemeen. Op een schaal van 1 tot 5, met 5 als maximum, geven 86 % van de bevroagde regiojournalisten een 4 of 5 aan hun jobtevredenheid. In de face-to-face-bevragingen registreerden we eveneens een hoge mate aan tevredenheid over het werk als zodanig.

Vraag voor journalisten. Geef aan hoe tevreden u in het algemeen bent over uw werk.



Beleidsmakers zijn meer tevreden dan ontevreden over de lokale journalistiek. Hun tevredenheid scoort niet zo'n hoge toppen als die van regiojournalisten over hun eigen werk: 44 % gaven aan tevreden of zeer tevreden te zijn, tegenover 26 % ontevreden of zeer ontevreden en 31 % 'neutraal'.

Vraag voor beleidsmakers. Geef aan hoe tevreden u in het algemeen bent over de lokale journalistiek.



3.1.2 Tevredenheid over specifieke aspecten regiojournalistiek

Journalisten over aspecten van tevredenheid

Regiojournalisten zijn vooral tevreden over inhoudelijke aspecten van hun werk, zoals variatie en de gelegenheid veel mensen te ontmoeten. Ze tonen zich het meest tevreden over het aspect 'variatie in job', met een score van 92 %.

Ze zijn ook zeer te spreken over bepaalde werkomstandigheden, zoals de grote mate aan vrijheid en autonomie die ze ervaren bij de uitoefening van hun werk, en het feit dat hun werk dichtbij huis is.

De tevredenheid hierover vonden we ook terug in de face-to-face bevragingen, onder meer in volgende uitspraken:

- *Ik doe gewoon heel graag aan regiojournalistiek in het algemeen omdat het mij heel veel vrijheid geeft. Ik bepaal voor een groot gedeelte mijn eigen agenda.*
- *Inhoudelijk is het een aangename job. Je komt overal en met veel mensen in contact.*
- *Het is eigenlijk een heel toffe job. (...) En hier ben ik echt gewoon dicht bij huis, aan de kust, wat ook nog eens leuk meegenomen is.*
- *Het lokale niveau is een aangenaam niveau, omdat je dicht bij de mensen staat en je lokaal veel impact kunt hebben.*

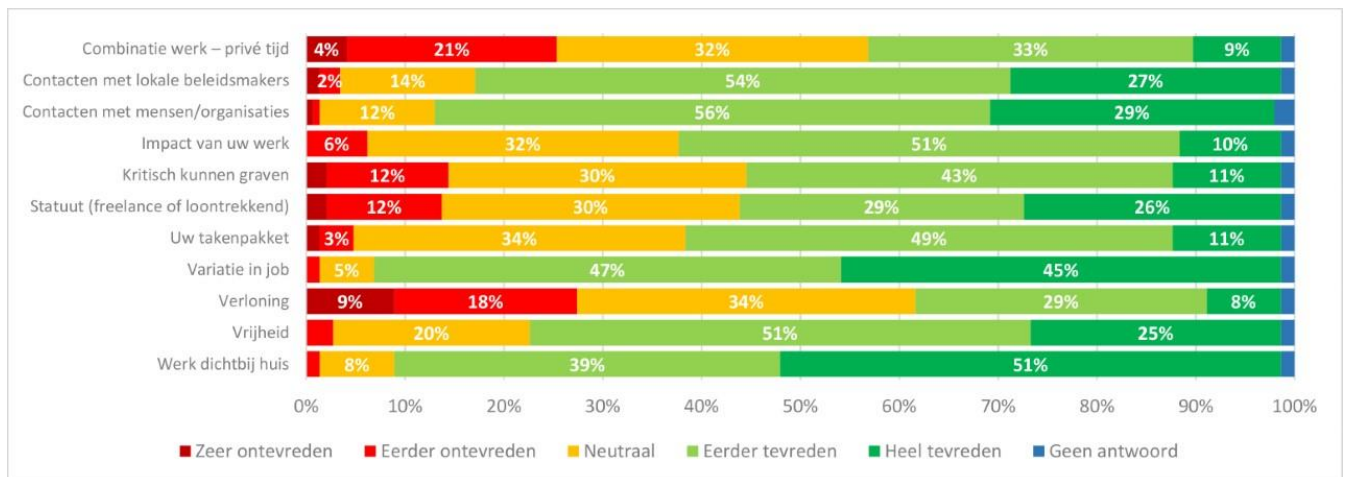
Heel wat minder tevreden zijn ze over de verloning (slechts 37 % geeft dit een 4 of 5) en bij de freelancers, die driekwart van de bevroagden uitmaakten, was dit nog minder (slechts 33 % van de mensen die freelance werken, scoort dit item met 4 of 5, en 31 % van hen geeft 1 of 2). Ook over de combinatie werk- privé tijd is minder dan de helft tevreden (slechts 42 % geeft dit een 4 of 5), en over hun statuut is 55 % tevreden. Bij freelancers is dit 43 %.

'Werkdruk' werd niet uitdrukkelijk bevraagd in de online-enquête. In de face-to-face-bevragingen verwezen heel wat journalisten naar een (te) hoge werkdruk, een belangrijk aspect van ontevredenheid.

Enkele uitspraken hierover:

- *De werkdruk ligt ook wel hoog, dat is de mindere kant eraan.*
- *Ontevreden ben ik over de steeds groeiende druk van redacties om het sneller te hebben.*
- *Dat heeft vooral te maken met het feit dat ik altijd onder het statuut van een freelancer moet werken en dat wordt niet zo goed betaald.*

Vraag voor journalisten: duid aan over welke aspecten van uw werk u tevreden bent.



Beleidsmakers over aspecten van tevredenheid

Beleidsmakers zijn het meest tevreden over het respect van regiojournalisten voor off the record informatie (59%) en hun kennis van het plaatselijke netwerk (58 %).

Het aspect 'pluralisme van berichtgeving' scoort opvallend vaak neutraal (42 %). Verder zijn er meer respondenten tevreden dan ontevreden hierover. Pluralisme lijkt geen pijnpunt in de regioberichtgeving.

'Kennis van lokale dossiers' scoort in gelijke mate positief als negatief.

Bij 'kritisch gehalte regiopers' begint de tevredenheid te kantelen: 37% neemt een neutraal standpunt in, maar meer respondenten zijn niet tevreden (35%) dan wel tevreden (29%) hierover.

Meer uitgesproken ontevredenheid is er over het kaderen van info (titel, intro) (46 % ontevreden), het checken van informatie (49% ontevreden), de onafhankelijkheid (42% ontevreden) en de accuraatheid (40% ontevreden) van de berichtgeving.

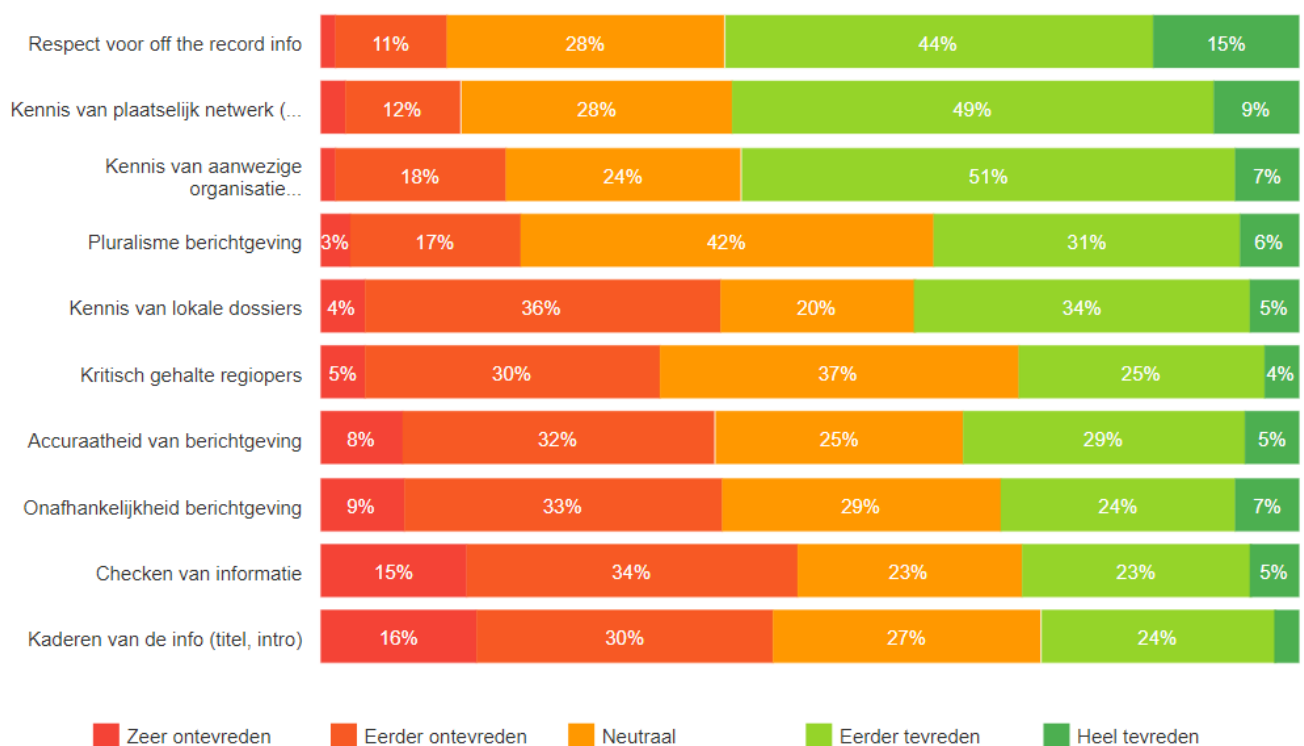
Uit de face-to-face bevestigingen van beleidsmakers blijkt bezorgdheid en ergernis over een gebrek aan kennis bij een aantal van de regiojournalisten, maar ook begrip hiervoor door bevestigden doordat sommige dossiers moeilijk zijn, journalisten onder grote werkdruk staan, een te brede waaier aan topics moeten coveren.

Enkele uitspraken hierover:

- *Diegenen die al lang in het metier zitten, die hebben voldoende kennis.*
- *Ik krijg soms te weinig kritische vragen van journalisten. Allez, ik mag soms gewoon mijn verhaal doen.*
- *Je kan moeilijk aan de journalist vragen dat hij er een eigen onderzoek rond start. Die tijd hebben die mensen niet*

- *Alles moet vlug gaan. Daarom hebben we zaken soms in de pers die overdreven werden of gewoon fake, en dat is omdat de journalist de tijd niet meer heeft_of maakt om alles uit te zoeken.*
- *Rekening houdend met de richtlijnen die journalisten moeten volgen, ben ik best tevreden over de kwaliteit van het werk dat ze verrichten.*
- *Ik wil onmiddellijk ter verdediging van die journalisten zeggen dat ook zij geweldig onder druk staan van hun redacties door het spektakelgehalte dat ze moeten halen om voldoende exemplaren te kunnen verkopen. In het kader van die druk is er veel aan kwaliteit ingeboet.*

Vraag voor beleidsmakers. Duid voor elk van onderstaande items aan hoe tevreden bent over dat specifieke aspect van de lokale journalistiek.



3.2 Onderlinge informatie-uitwisseling en coverage van gemeenten

Beleidsmakers en regiojournalisten kregen stellingen voorgelegd over de informatie-uitwisseling tussen beide groepen.

Het leeuwendeel van de bevroagden in beide groepen gaven aan dat gemeenten er professionele communicatiediensten of -ambtenaren op nahouden. 6 % van de beleidsmakers en 13 % van de journalisten was het hier niet mee eens. Volgens studies van Kortom, vereniging voor overheids- en socialprofitcommunicatie, steeg de aanwezigheid hiervan in gemeenten gestaag over de voorbije jaren. Beleidsmakers uit gemeenten met minder dan 15 000 inwoners geven vaker dan die uit grotere gemeenten aan dat er geen uitgebouwde communicatiedienst is. Dit blijkt ook uit de face-to-face bevestigingen en in de commentaarsectie van de onlinebevestiging. Het al dan niet aanwezig zijn van een communicatiedienst én van beleidsmakers die pro-actief informatie aanreiken aan journalisten spelen een rol bij de coverage die een gemeente krijgt in het regionieuws.

53% van de beleidsmakers gaat akkoord met de stelling 'mijn gemeente komt voldoende aan bod in de regiopers', 22 % vindt 'neutraal' aan, en 25 % gaat niet akkoord. Het plaatje ziet er enigszins anders uit voor gemeenten met minder dan 15 000 inwoners: hier is slechts 40 % het ermee eens dat de gemeente voldoende aan bod komt. Toch zijn dit bemoedigende cijfers in het licht van alarmerende berichten uit Nederland en Groot-Brittannië dat hele regio's er verstoken blijven van regionieuws. In Vlaanderen is het gelukkig niet dramatisch gesteld op dat vlak. De coverage lijkt goed.

Beleidsmakers menen van zichzelf dat zij vragen van journalisten om bijkomende informatie zeer goed beantwoorden (90 % gaat akkoord), en menen in iets mindere mate dat hetzelfde het geval is voor gemeentelijke communicatiediensten (72% gaat akkoord). De meerderheid van de bevroagde journalisten (67 %) geeft aan dat burgemeesters en schepenen voldoende informatie aanreiken. Over of deze informatie zo goed van kwaliteit is dat ze grotendeels overgenomen kan worden, geven journalisten een lagere score aan: 38 % is het hiermee eens, 38 % neemt een neutrale positie in, en 22 % is het oneens. Mogelijk speelt bij het beantwoorden hiervan de overweging dat het niet aangewezen is dergelijke kopij zomaar over te nemen, al geven veel journalisten aan dat er wel degelijk veel copy paste journalistiek is (zie verder).

We vroegen beide groepen ook of on the record gesprekken met ambtenaren mogelijk zijn voor journalisten, vermits we in de face-to-face gesprekken met journalisten opvingen dat dit in veel gemeenten moeilijk ligt, en minder mogelijk is dan 10 of 20 jaar geleden.

Ambtenaren worden meer afgeschermd en verwijzen door naar communicatiediensten of beleidsmakers. 28 % van de bevroagde journalisten geeft aan niet on the record te kunnen praten met ambtenaren van verschillende diensten. 31 % neemt een neutrale positie in, en 38 % zegt wel openlijk met hen te kunnen praten. Off-the-record is er meer mogelijk: 52 % van de journalisten geeft aan dat hier geen probleem is.

Bij de beleidsmakers geeft 37 % aan dat journalisten niet on the record kunnen praten met ambtenaren, tegenover ongeveer evenveel bevroagden (36%) die aangeven dat dit wel kan. Uit de face-to-face gesprekken bleek al dat dit nogal verschilt van gemeente tot gemeente.

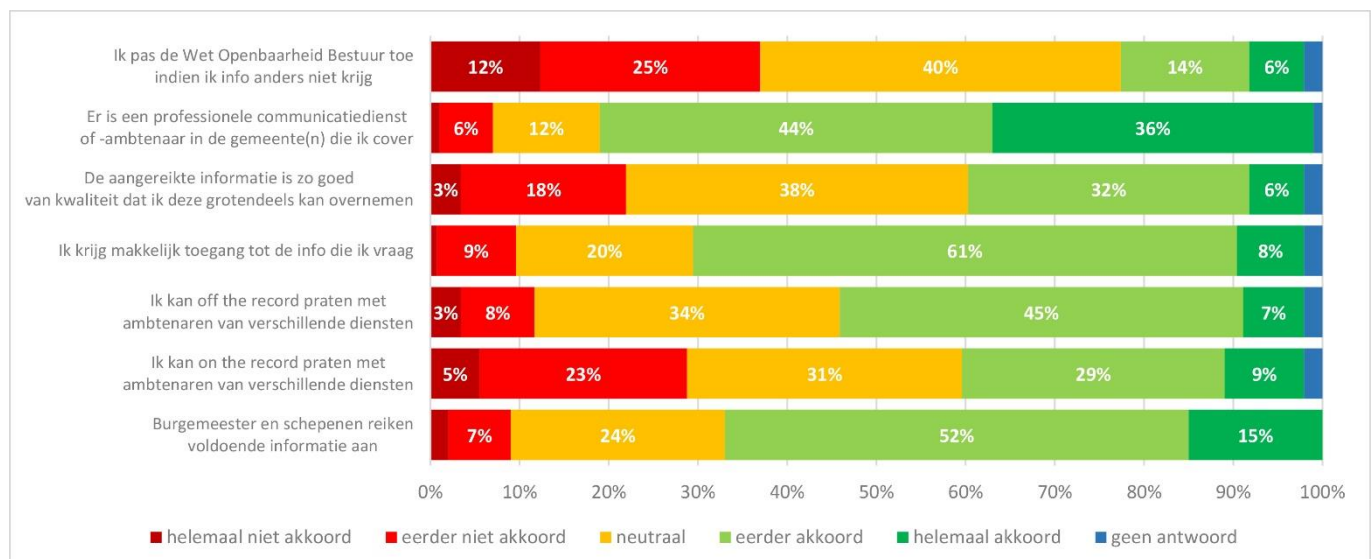
Enkele uitspraken hierover:

- *Baas is heel duidelijk het politieke bestuur en ambtenaren voeren dat uit, en mogen enkel en alleen nog communiceren mits goedkeuring van politieke overheid.*
- *De politici hebben de laatste jaren de neiging om alle informatie te claimen om zelf met alles naar buiten te willen komen.*
- *Vroeger liep ik twee keer per week het stadskantoor binnen om met een ambtenaar te babbelen en zo nieuws te zoeken. Dat is nu niet meer mogelijk.*

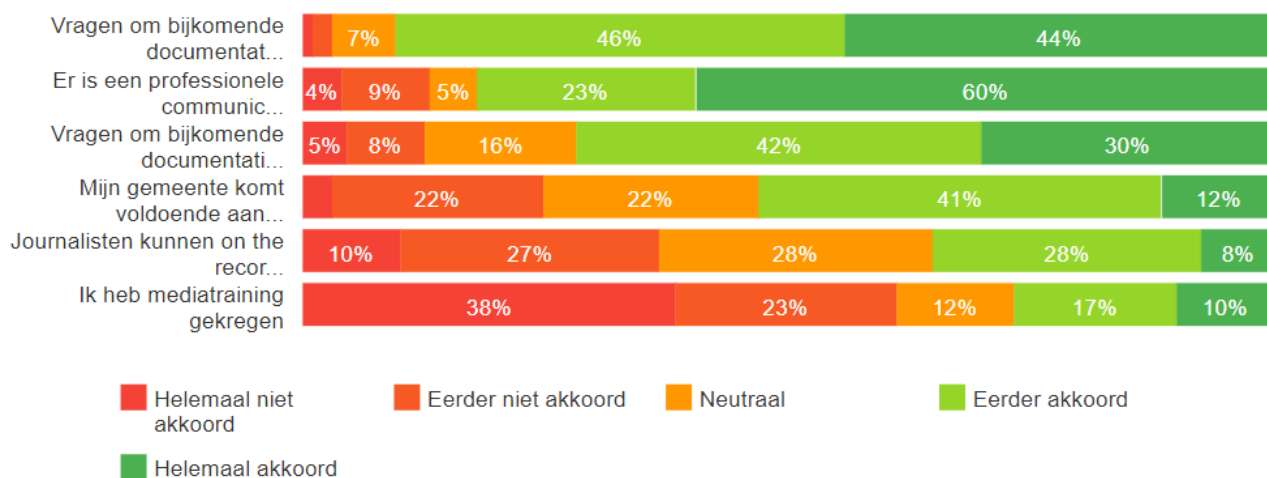
Beleidsmakers kregen de vraag of ze mediatraining ontvangen hadden: dat blijkt slechts voor ruim een kwart het geval te zijn.

Journalisten kregen de vraag of ze de Wet Openbaarheid van Bestuur toepassen indien ze informatie anders niet krijgen: hier gingen meer journalisten niet (37%) dan wel (20 %) mee akkoord. Ook bij het latere item over brongebruik (zie 3.4.) geeft hooguit 1 op de 4 journalisten aan dat ze dit wel eens inzetten. Deze mogelijkheid is voor heel wat journalisten nog onbekend terrein. Sommigen menen dat ze er evengoed komen langs een andere weg: *‘Maar er zijn andere manieren, he. Als ik het opvraag via de officiële weg duurt dat 2 weken. Als ik dat opvraag via de oppositie ga ik het veel rapper hebben.’* Of nog: *‘Ik heb intussen ook wat ambtenaren die mij verslagen kunnen doorsturen zodat ik kan controleren of wat ze (beleidsmakers) zeggen klopt.’*

Vraag aan journalisten over info-uitwisseling: In welke mate gaat u akkoord met elk van de volgende stellingen?



Antwoorden van de beleidsmakers over info-uitwisseling en coverage gemeenten. In welke mate gaat u akkoord met elk van de volgende stellingen?



	N	Gem	Med	StDev
Vragen om bijkomende documentatie door journalisten worden positief beantwoord door uzelf	199	4,3	4	0,8
Er is een professionele communicatiedienst of -ambtenaar in mijn gemeente	200	4,2	5	1,1
Vragen om bijkomende documentatie door journalisten worden positief beantwoord door de communicatiedienst	199	3,8	4	1,1
Mijn gemeente komt voldoende aan bod in de regionale media	198	3,4	4	1
Journalisten kunnen on the record praten met ambtenaren van verschillende diensten	199	3	3	1,1
Ik heb mediatraining gekregen	198	2,4	2	1,4

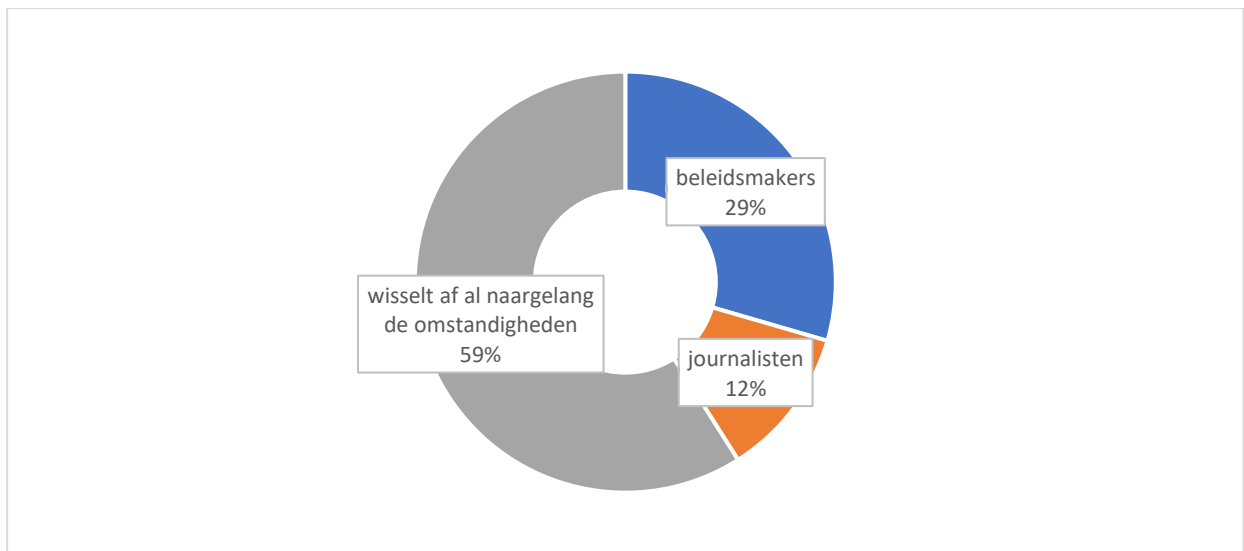
3.3 Agendasetting en aandeel politieke verslaggeving

3.3.1 Agendasetting

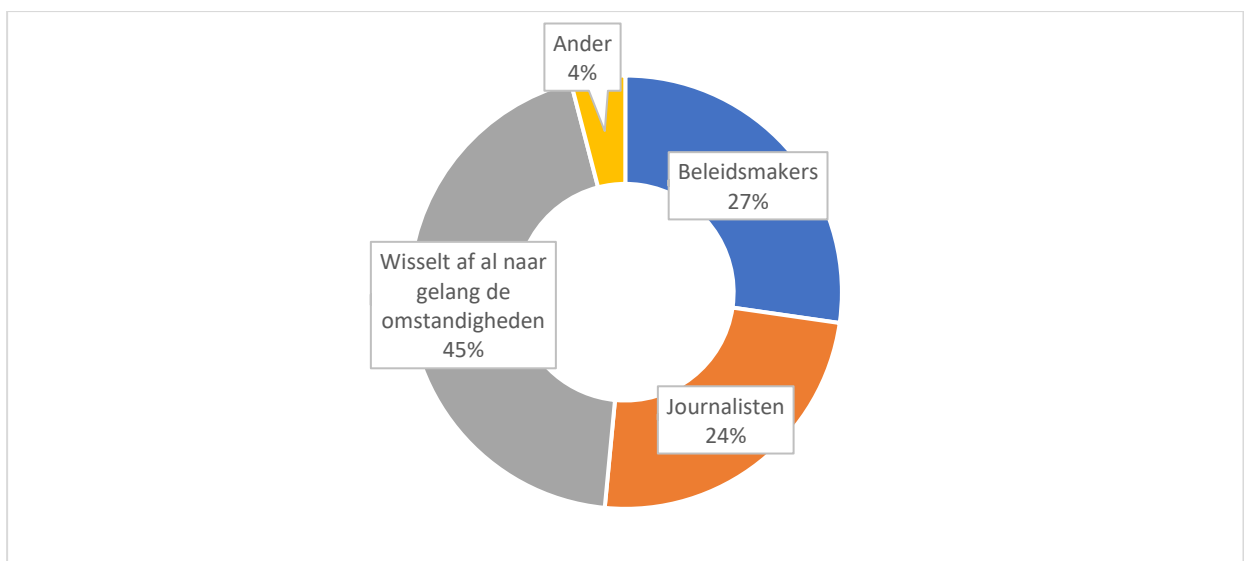
We vroegen beide groepen wie volgens hen het sterkst de agenda van de politieke berichtgeving bepaalt: beleidsmakers, journalisten of geen van beide (wisselt al naargelang de omstandigheden).

Beleidsmakers lijken in de sterkste positie te staan op dit vlak: zowel zichzelf als de bevroegde journalisten geven vaker aan dat beleidsmakers hier zwaarder wegen. Een groter aantal in beide groepen meent echter dat geen van beide het overwicht heeft, en dat dit afhangt van de omstandigheden, bijvoorbeeld het onderwerp. Bij de bespreking van de rol van sociale media verderop zullen we zien dat beleidsmakers door sociale media aan macht winnen en minder afhankelijk zijn van de klassieke media om hun boodschap in het nieuws te brengen.

Journalisten: wie bepaalt volgens u het sterkst de agenda van de politieke berichtgeving?



Beleidsmakers: wie bepaalt volgens u het sterkst de agenda van de politieke berichtgeving?



3.3.2 Aandeel politieke verslaggeving

Aan de beleidsmakers stelden we de vraag:

Politieke verslaggeving maakt onderdeel uit van lokale berichtgeving. Onder politieke verslaggeving verstaan we ook dossiers i.v.m. ruimtelijke ordening, financiering gemeentelijke instellingen, sponsoring lokale initiatieven. Welke evolutie stelt u vast op dit vlak?

Veel meer bevrageerden geven aan dat het aandeel van de politieke verslaggeving verkleint (50%) dan dat dit vergroot (9 %).



In de face-to-face bevragingen registreerden we ongenoegen bij een aantal beleidsmakers over de aard van de berichtgeving: meer aandacht voor lichtere aspecten, ten koste van beleidsmaatregelen.

Enkele uitspraken hierover:

- *Gemeenteraad is geen hoogtepunt meer, het debat wordt permanent gevoerd. Het is vluchtiger en meer oppervlakkig.*
- *In de krant is er steeds minder plaats en aandacht is de voor lokale politiek een samenleving. Ik denk dat het vooral wordt gevuld met criminaliteit en sport enzovoorts wat ook zijn belang heeft. Maar dat wil zeggen dat er minder plaats en aandacht gaat naar artikels over de lokale politiek en verenigingsleven. Dat is een spijtige evolutie omdat je dat ook merkt bij de bevolking die steeds verder afstaan van de politiek.*
- *De informatie moet veel meer hapklaar zijn nu. Ik zeg niet dat het vroeger veel beter was. Vroeger waren er meer grote overzichtsartikels, bijvoorbeeld over de gemeenteraad, tot in het belachelijke.*
- *Heel veel berichten gaan over fait-divers. Grotere onderwerpen die meer impact hebben op de stad en de samenleving komen niet meer volgens hun gewicht aan bod.*

Bij journalisten maakte de vraag naar het aandeel van de politieke verslaggeving deel uit van een aantal stellingen over de evolutie van de regioberichtgeving. Bij de stelling 'politieke besluitvorming is in lokale verslaggeving steeds meer aanwezig', gaf 28 % aan niet eens te zijn hiermee, tegenover 22 % wel eens. Een opvallend hoog percentage, namelijk 50 %, nam een neutrale positie in.

De bevraagde journalisten menen dus veel minder dan de beleidsmakers dat het aandeel aan politieke verslaggeving taant. Net zoals de beleidsmakers hierboven reeds aangeven, blijkt uit de face-to-face-bevragingen van regiojournalisten dat er nu vaker anders aan politieke berichtgeving gedaan wordt dan 20 of 30 jaar geleden: minder verslagen van gemeenteraden, meer items waar een belevingselement of zichtbaar aspect voor burgers aan vastzit.

Enkele uitspraken hierover:

- *Politiek nieuws moet een sexy pakje krijgen*
- *Diepgravend op vlak van politiek wordt niet per se gevraagd*
- *Er komt zeker minder politiek nieuws aan bod. We moeten meer aandacht besteden aan faits-divers en banale dingetjes.*
- *We besteden anders aandacht aan politiek. Meer, maar anders. In de vorm van interviews, beschouwende stukken, achtergrond, minder verslaggeving van gemeenteraden.*
- *Horecanieuws krijgt veel kliks. Dat is soms confronterend om te zien.... Bijvoorbeeld een stevig politiek stuk krijgt soms amper kliks.*

3.4 Bronnen voor regionieus

We vroegen beide groepen wat ze beschouwen als belangrijke bronnen voor nieuws: persberichten, informatie via face-to-face contacten, sociale media, input van persagentschap, suggesties of richtlijnen van chef nieuws of van eindredactie. Voor journalisten voegden we hier nog aan toe: 'zelf documenten of data opvragen', en 'officiële bestuursinformatie via Wet Openbaarheid Bestuur'. De items voor beleidsmakers bevatte nog 'informatie via mails'.

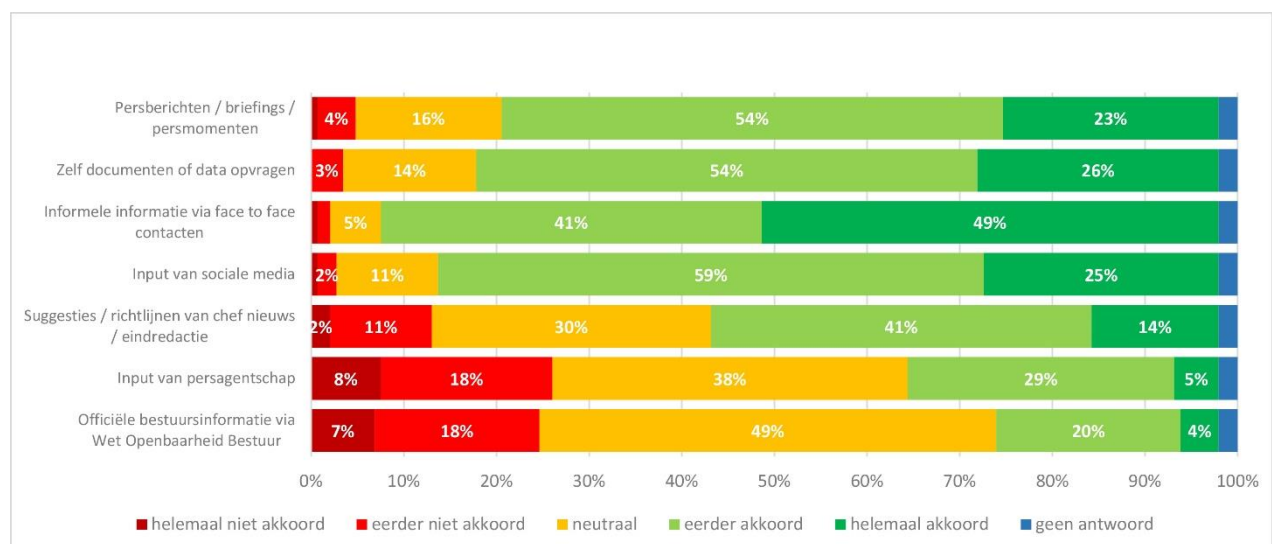
Beleidsmakers zien als de meest belangrijke bronnen voor regionieus: persberichten (86 %), informatie via mails (83%), face-to-face contacten (81%) en sociale media (78 %).

Journalisten zien als de meest belangrijke bronnen: face-to-face contacten (90%), sociale media (84 %), zelf informatie opvragen (80 %) en persberichten (77 %).

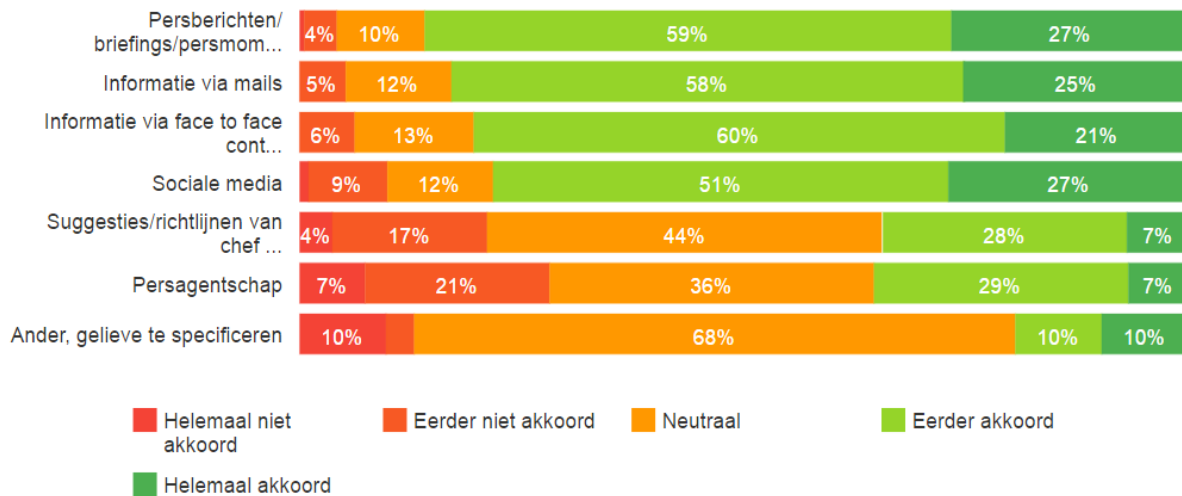
Suggesties of richtlijnen van de chef nieuws of eindredacteur liggen voor journalisten ook aan de bron van nieuwsitems (55%) maar zijn minder belangrijk dan de hierboven vermelde bronnen.

Een persagentschap (34%) heeft een minder groot belang voor regiojournalisten, omdat ze zelf vaak rechtstreeks bij de bron zitten. Officiële bestuursinformatie opvragen via de Wet Openbaarheid Bestuur (WOB) wordt slechts door een minderheid (24 %) aangevinkt. Deze bevinding spoort met de antwoorden op de eerdere vraag of ze WOB inzetten indien ze informatie anders niet krijgen. Slechts een vijfde tot een kwart van de bevroegde regiojournalisten zegt gebruik te maken van deze mogelijkheid.

Vraag voor journalisten. In welke mate bent u akkoord dat dit belangrijke bronnen van nieuws zijn?



Vraag voor beleidsmakers. In welke mate zijn deze bronnen volgens u een belangrijke bron van nieuws voor regiojournalisten?



3.5 Strategieën van beleidsmakers

We vroegen beide groepen naar hun mening over strategieën die beleidsmakers inzetten om bepaalde items in de media te krijgen, zoals:

- sociale media inzetten om topics te lanceren
- informeel al informatie geven zodat de journalist zich kan voorbereiden
- journalisten differentieel behandelen (dan aan de ene iets geven, dan aan de andere)
- kant-en-klare persinformatie aanreiken
- het nieuws handig verpakken zodat het interesse wekt (sensationeel, mysterieus..)
- rekening houden met de achtergrond en interesse van de journalist
- rekening houden met het lezersprofiel van een medium

De meest ingezette strategieën die beide groepen rapporteren zijn kant-en-klare persinformatie aanreiken (92 % beleidsmensen en 79 % journalisten akkoord) en sociale media inzetten om topics te lanceren (71 % beleidsmensen en 76 % journalisten akkoord). Op de derde plaats komt bij beide groepen informeel al info geven zodat de journalist zich kan voorbereiden (54 % beleidsmensen en 63 % journalisten akkoord).

Beduidend meer journalisten (44 % akkoord) dan beleidsmakers (21 % akkoord) geven aan dat journalisten differentieel behandelen door nu eens aan de ene, dan weer aan de andere iets te geven (of mogelijk meer te geven aan de ene dan de andere) toch ook ingezet wordt door beleidsmakers.

Inspelen op het lezerspubliek en rekening houden met de achtergrond en interesses van de journalist worden in vergelijking met bovenstaande strategieën heel wat minder ingezet.

In de tabel hieronder staan links de scores voor beleidsmakers (B), rechts die voor journalisten (J), telkens in procenten.

Vraag: Hieronder zijn verschillende strategieën opgesomd om een onderwerp in de media te ‘zetten’. Duid voor elke manier aan in hoeverre u akkoord gaat met onderstaande uitspraken.

	Helemaal akkoord		Eerder akkoord		Neutraal		Eerder niet akkoord		Helemaal niet akkoord	
	(B)	(J)	(B)	(J)	(B)	(J)	(B)	(J)	(B)	(J)
Kant en klare info aanreiken	45	16	47	63	5	16	3	4	0	1
Sociale media inzetten	28	24	43	52	15	16	8	6	6	1
Informeel al info geven	8	11	46	52	25	26	19	9	3	2
Handig verpakken	8	7	37	27	28	42	23	18	4	5
Inspelen op lezersprofiel	0	4	22	26	35	34	32	24	10	12
Inspelen op achtergrond en interesses journalist	0	1	17	21	35	39	36	28	11	10
Journalisten differentieel behandelen	3	12	18	32	25	35	30	17	25	2

Uit de face-to-face bevestigingen van beleidsmakers blijkt dat evenzeer formele (persberichten, mails) als informele kanalen ingezet worden om iets in de media te brengen. Heel wat beleidsmakers reikten voorbeelden aan van een goed uitgekende strategie. Diegenen die het sterkst staan, aarzelen niet af en toe een journalist/medium op het ‘strafbankje’ te zetten na berichtgeving die hen niet bevallen is. Anderen kunnen het zich niet veroorloven, of gaan uit van het principe dat je alle journalisten gelijk moet behandelen. Informele contacten inzetten en goed nadenken over timing en verpakking maken deel uit van de strategie van vele beleidsmakers. Er is verdeeldheid over het geven van exclusieve info/primeurs.

Enkele uitspraken van beleidsmensen hierover:

- *Soms hou ik iets tegen tot ik op het juiste moment de juiste journalist kan aanspreken en exclusiviteit geef en ik weet dat hij de juiste spin gaat doen die ik wil.*
- *Je moet hen af en toe een brok toegoaien. Als je teveel irritatie verwekt door het niet aan iedereen tegelijk te geven kun je het beter aan iedereen tegelijk geven. Als het niet zo belangrijk is dan kun je wat diversifiëren.*

- *Soms tipten we wel eens een journalist: er gaat over dit of dat een vraag / antwoord zijn, bereid u al maar voor. Of: de cijfers van dit of dat zijn goed, bereid u al voor, je gaat onder embargo een aantal dingen krijgen.*
- *Vooraf ook in het uitschrijven dat zo kant en klaar mogelijk aan te bieden. Dat het eigenlijk, ja eigenlijk schrijf ik krantenartikelen in plaats van persmededelingen. Die zij gewoon copy-paste kunnen inplakken.*
- *Kant-en-klaar geschreven zodat ze daar zo weinig mogelijk werk aan hebben, want zij werken ook tegen de tijd. (...)Ik vraag mij af; wat heeft hij nodig en wat wil zijn lezer lezen?*
- *En je weegt af of je dat doet via een algemene persconferentie of dat je een bepaalde journalist brieft voor iets. Soms heeft dat te maken met de interesses van kranten. Je voelt toch wel een andere profiel van kranten. Die kranten zijn niet hetzelfde.*
- *Heel belangrijk is dat je een zo breed mogelijk spectrum hebt van waar je berichten terechtkomen. En daar zijn die middelen Twitter, Facebook, Instagram ideaal voor. En dan merk je dat zulke zaken, als je iets post, de journalisten dat ook zeer goed volgen.*

Enkele uitspraken van journalisten hierover:

- *Soms ben ik ook blij dat ik eens persbericht krijg dat ik niet te veel moet doen, gewoon knippen en plakken. Maar ja van het moment dat ik er mij ga aanzetten en kritisch en ga zoeken, maar daar steekt veel meer tijd in, dan bepaal ik de agenda.*
- *Hoe langer dat je bezig bent, hoe meer mensen dat je kent, hoe meer dingen dat je zelf aanbrengt en hoe meer dat je zelf de agenda wel bepaalt.*
- *Zelfs in (X) zijn er meer woordvoerders dan journalisten dat is gewoon de realiteit en ze zetten je onder veel druk om het om hun manier te brengen of de teneur te geven die de woordvoerders willen. Dan moet je goed in je schoenen staan om het schrijven hoe jij denkt dat het is.*
- *Ik wil vaak de eerste zijn en ik ben ook vaak de eerste, maar ik ga nooit zeggen: oké als ik alleen het nieuws krijg dan zal ik er zo over schrijven. Dat doe ik nooit. Ik zeg altijd: oké ik zal erover schrijven en ik doe ermee wat ik wil, maar ik ga het wel op mijn manier doen. Dat wordt aanvaard omdat ze weten dat, als ze naar mij komen met informatie, het op een degelijke manier zal verschijnen.*

3.6 Inzet en belang van sociale media

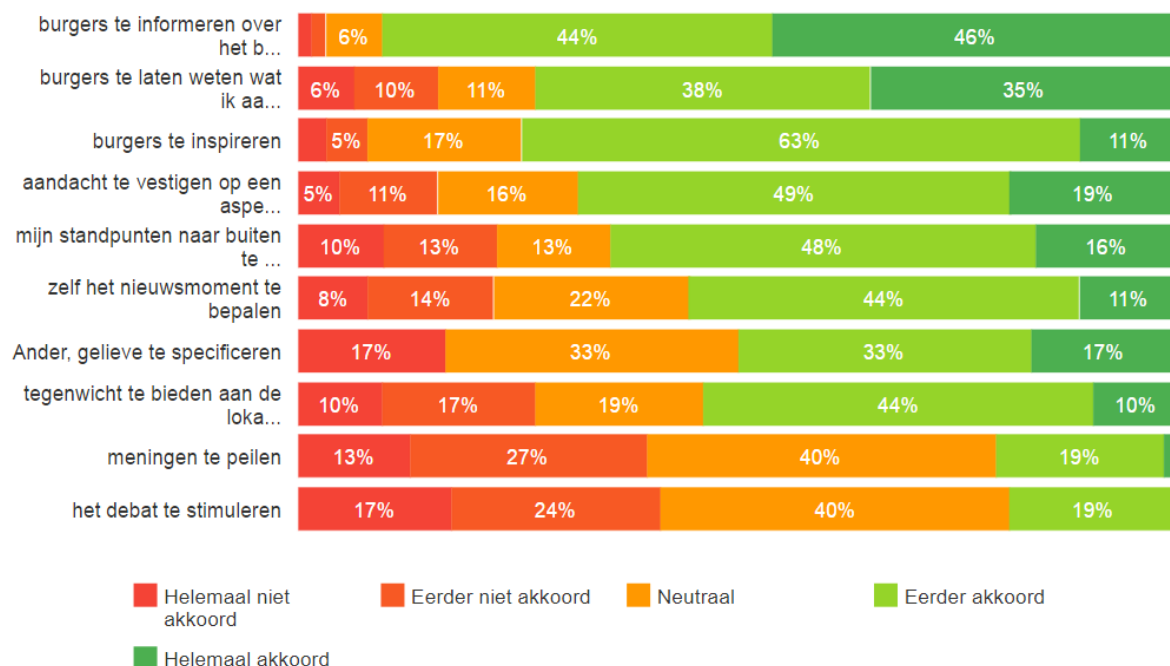
Hierboven werd al duidelijk dat zowel beleidsmakers als journalisten sociale media als een van de twee belangrijkste bronnen voor regionieuws beschouwen. Voor journalisten zijn sociale media dus een heel belangrijk kanaal om input te krijgen van burgers en organisaties, en ook om beleidsmakers te volgen. Waarvoor zetten beleidsmensen sociale media in?

3.6.1 Gebruik sociale media door beleidsmakers

We vroegen beleidsmakers in welke mate ze zich herkennen in de volgende uitspraken: ik zet sociale media (eigen individuele kanalen) in om:

- Burgers te informeren over het beleid van het gemeentebestuur
- Burgers te laten weten wat ik aan het doen ben
- Burgers te inspireren
- Aandacht te vestigen op een aspect dat te weinig in de media gekomen is
- Mijn standpunten naar buiten te brengen
- Zelf het nieuwsmoment te bepalen
- Tegenwicht te bieden aan de lokale media
- Meninge te peilen
- Het debat te stimuleren

Vraag aan beleidsmakers over de inzet van sociale media. In welke mate herkent u zich in de volgende praktijken? Ik gebruik sociale media vooral om...



Wat opvalt bij het gebruik van sociale media: beleidsmakers zetten dit vooral in als een kanaal om te zenden, en minder om een discussie te genereren of te weten te komen hoe burgers denken over bepaalde items. Het zender-aspect staat dus voorop.

Sociale media worden vooral benut om burgers te informeren over het beleid (90%), over wat ze aan het doen zijn (73%), om burgers te inspireren (74 %), om aandacht te vestigen op een aspect dat te weinig in de media kwam (68 %), en om hun standpunt naar buiten te brengen (64%).

Verder geeft ruim de helft van de bevroagden aan dat dit ook mogelijkheden biedt om zelf het nieuwsmoment voor iets te bepalen (55 %) of om tegenwicht te bieden aan lokale media (54 %).

Enkele uitspraken van beleidsmakers hierover:

- *Ik vind dat (Facebook) een manier om te laten weten waarmee je bezig bent en jezelf in de schijnwerper te plaatsen.*
- *Ik heb heel sterk gefocust op sociale media om mijn boodschap te vertellen. Zowel in de loop van de legislatuur als tijdens de verkiezingen. En ik heb daar een goed resultaat behaald, ondanks de pers.*

3.6.2 Invloed van sociale media op belang mainstream media

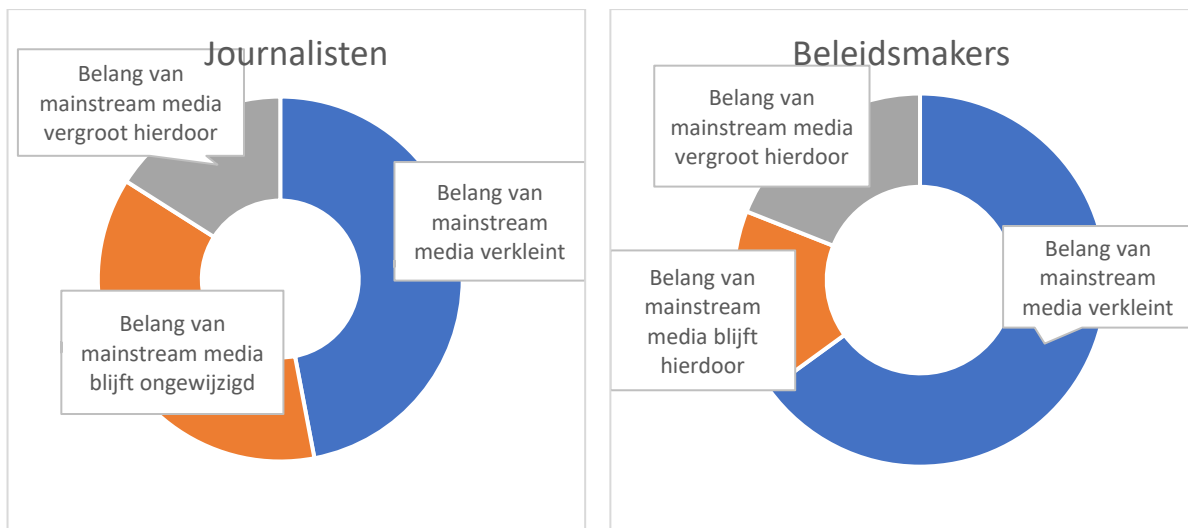
Sociale media vormen voor veel beleidsmensen een rechtstreeks kanaal naar de burger. We vroegen beide groepen welke invloed dit heeft op de berichtgeving in de mainstream media.

Verkleint of vergroot het belang van mainstream media hierdoor, of blijft het ongewijzigd?

In beide groepen menen ruim drie keer meer respondenten dat het belang van mainstream media door sociale media verkleint dan er aangeven dat het belang van mainstream media hierdoor vergroot.

Maar liefst 65 % van de beleidsmakers zien een tanend belang van mainstream media, tegenover 19 % die een toenemend belang hiervan zien, en 16% die menen dat het belang hiervan ongewijzigd blijft.

Ook journalisten zien het belang van mainstream media hierdoor eerder afnemen (47 %) dan toenemen (16 %), al meent een behoorlijk grote groep (37 %) dat het belang ongewijzigd blijft.



Een gegeven dat zeer sterk in het oog springt in heel dit onderzoek: sociale media zijn een niet meer weg te denken factor in de regiojournalistiek, en een onderwerp dat sterk leeft bij beide groepen. Sommige beleidsmakers uiten bedenkingen over de vele gratis berichten die circuleren op sociale media ('bagger'), en die desondanks geregeld de basis vormen voor berichtgeving in de regiopers. Vooral journalisten tonen zich ongerust over de impact van sociale media. Wel een derde van alle bevraagde journalisten in de online-enquête maakte gebruik van de commentaarsectie om hun mening te geven hierover.

In deze uitingen, die we ook terugvonden in de face-to-face-gesprekken met journalisten, vallen twee zaken op:

- Bezorgdheid voor de eigen broodwinning (hebben beleidsmakers ons nog nodig als kanaal? Hebben burgers ons nog nodig als bron van informatie?)
- Bezorgdheid voor framing, sterk gekleurde politieke informatie, inclusief propaganda, door lokale politieke actoren.

Bij beleidsmakers valt een derde aspect op, dat enigszins aansluit bij het tweede aspect hierboven maar ook gevoed wordt door allerlei burgeruitingen op sociale media:

- Vaststelling bij een aantal bevroagden dat sociale media aanleiding geven tot meer polemische berichtgeving (zie eveneens item polarisering bij 'evolutie', bevestiging van stijging hiervan bij 3.7.).

Drie kwart van de bevroagde beleidsmakers geeft bij de stellingen over evoluties binnen de regiojournalistiek (zie punt 3.7.) bovendien expliciet aan dat de rol van onafhankelijke lokale en regionale media steeds meer overgenomen wordt door sociale media. Dat is een sterke bevestiging van het feit dat politieke verslaggeving en regiojournalistiek lang niet meer een duospel is tussen beleidsmakers en regiojournalisten. Het is een trio geworden, met sociale media als relatief nieuwe en snel uit de kluiten gewassen derde speler.

Precies omdat het onderwerp 'sociale media' sterk leeft, gezien de vele commentaren, geven we hier ook ruim plaats aan opmerkingen hierover.

Enkele uitspraken van beleidsmakers:

- *Ik denk dat de media daardoor (sociale media) in de problemen gaan geraken. Ik bedoel dat breekt een klein beetje hun monopolypositie af en dat vind ik een heel positieve evolutie.*
- *Misschien is Facebook belangrijker dan de regiopers.*
- *Er moet altijd iets polemissch in gebeuren. Dat is iets dat achttien jaar geleden veel minder was. En die polemiek heeft volgens mij te maken met het feit dat we nu Facebook en Twitter en Instagram hebben, en dat soms de media achterna hollen.*
- *Mensen posten iets op sociale media. Het is een scherp bericht, krijgt wat likes. Maakt grote kans om vervolg te krijgen in de reguliere media. En omgekeerd, de sociale media worden verhit door berichten in de reguliere media. En zo wordt dat de hele tijd opgepookt.*
- *Door de sociale media en door het internet moet alles veel sneller gaan. Men zit zo sterk te zoeken naar een scoop, men wil altijd de eerste zijn die iets brengt.*
- *We verliezen gewoon de strijd tegen de sociale media. Regionale media blijven belangrijk, maar de virtuele toog op Facebook wint steeds meer invloed.*
- *Sociale media is geen nieuws... het is aan de mainstream media om het nieuws correct te kaderen en bij de burger te brengen.*

Enkele uitspraken van journalisten:

- *Ik gebruik dat (sociale media) in eerste instantie om mijn werk op te plaatsen, ze zijn belangrijk voor mij om te kijken naar de reacties. Mensen zijn zich soms niet bewust dat ze er iets opzetten dat voor ons nieuwswaarde kan hebben of indicatie voor nieuws.*
- *Het belang blijft ongewijzigd, maar het vraagt wel een andere soort berichtgeving. Dieper ingaan op het thema, met info die nog niet via sociale media is verspreid.*
- *De evolutie zit eerder in het feit dat beleidsmakers een heel groot forum hebben online. Zij hebben de media eigenlijk niet meer nodig.*

- *Het is wel een feit dat het moeilijker is, net omdat mensen alles overal gratis kunnen lezen, om stand te houden.*
- *Zeer groot gevaar, mensen baseren zich meer en meer op de info die door beleidsmakers via sociale media worden verspreid en beseffen vaak niet dat daardoor een kritisch tussenniveau is weggevallen.*
- *Voor sommige mensen is dit de bron van ongefilterde informatie waar ze hun wereldbeeld aan ophangen. De mainstream media wordt daar dan vaak ook nog eens in een slecht daglicht geplaatst waardoor de impact nog eens verkleint. Het is een bedreiging als de sociale media gebruikt worden voor onfrisse politieke propaganda.*
- *Als ik zie hoe hard ze (beleidsmakers) reageren op stukken die in de klassieke media staan, neem ik aan dat ze het nog altijd heel belangrijk vinden. Het is toch een soort kwaliteitstoets die je hebt doorstaan.*
- *Politici zetten steeds meer eigen sociale media in om de kritische toets van de journalist te ontlopen. Ze hebben 'ons' niet meer nodig, of toch minder dan vroeger. Dat merk je wel. Ze voelen zich sterker staan tegen ons.*
- *We moeten ons net onderscheiden van de goed nieuwsshow die beleidsmakers op sociale media delen. We zijn harder dan ooit nodig.*

3.7 Evolutie van regiojournalistiek

We legden beleidsmakers en regiojournalisten een reeks stellingen voor over de evolutie in de regiojournalistiek, met de vraag aan te geven in welke mate ze hiermee akkoord gingen. De stellingen liepen deels parallel, en sommige stellingen werden voorgelegd aan een van beide groepen.

Parallele stellingen:

- De sensationisering van regionieuws is de voorbije 5 jaar toegenomen
- De polarisering van regionieuws is de voorbije 5 jaar toegenomen
- Er is nu meer face to face contact met beleidsmakers dan 5 jaar geleden
- Lokale media besteden te veel aandacht aan items op sociale media
- Het gebruik van kant-en-klaar aangeleverd nieuws neemt toe
- Bij het selecteren van onderwerpen wordt steeds meer rekening gehouden met klikcijfers (kijk/leescijfers)
- Belang van videomateriaal in de berichtgeving neemt toe
- Belang van content geleverd door burgers neemt toe

Stellingen voor beleidsmakers:

- De concentratie van regionieuws is problematisch
- In mijn gemeente wordt het gemeentebestuur kritisch gevolgd door onafhankelijke lokale en regionale media
- Lokale nieuwsitems komen de laatste 5 jaar makkelijker in het nationale nieuws terecht
- Onafhankelijke lokale en regionale media zijn de afgelopen vijf jaar steeds minder belangrijk geworden voor mijn informatie- en nieuwsvoorziening
- In mijn gemeente wordt het gemeentebestuur kritisch gevolgd door onafhankelijke lokale en regionale media
- De rol van onafhankelijke lokale en regionale media wordt steeds meer overgenomen door sociale media

Stellingen voor journalisten:

- Het is een goede zaak dat er nu meer aandacht is voor lifestyle
- Politieke besluitvorming is in lokale verslaggeving steeds meer aanwezig
- Het aandeel veldwerk in mijn job is de voorbije 5 jaar gedaald
- Ik heb meer tijd om dossiers uit te spitten
- Het waakhondgehalte van de lokale journalistiek is de voorbije 5 jaar toegenomen

Dit zijn de voornaamste bevindingen over de parallelle stellingen:

Dat klikcijfers een doorslaggevende factor zijn bij de nieuwsselectie wordt door beide groepen sterk beaamd: 73 % van de beleidsmakers gaat hiermee akkoord, en 70 % van de journalisten. Onder de journalisten was dit de stelling die op de meeste bijval kon rekenen.

Ook de toename van kant-en-klaar nieuws wordt in hoge mate bevestigd door beide groepen: 81% van de beleidsmakers gaat hiermee akkoord, en 63 % van de journalisten. Het lijkt niet onlogisch dat het percentage journalisten dat het hiermee eens is, iets lager ligt dan bij beleidsmakers: dit is voor veel journalisten geen punt van eer. Het is niet het soort werk waar ze het meeste voldoening uit halen, wel een dagelijkse realiteit om aan een behoorlijk volume te geraken.

De stelling dat de sensationalisering van regionieuws de voorbije 5 jaar toegenomen is geniet bijval van 82 % van de beleidsmakers en 52 % van de journalisten. Voor de beleidsmakers was dit de nummer één van de evoluties die ze aanstippen (meteen gevolgd door toename van kant-en-klaar nieuws met 81 %). Voor journalisten was dit de vijfde vaakst bevestigde stelling uit een lijst van dertien.

Beide groepen beaamen voorts het toenemende belang van content geleverd door burgers: beleidsmakers met 65 %, en journalisten met 58 %. Beide groepen zien ook het belang van videomateriaal toenemen: 72 % van de beleidsmakers bevestigen dit, en wel 89 % van de journalisten.

Dat regionale media te veel aandacht besteden aan items of sociale media wordt in mindere mate bijgetreden: 57% van de beleidsmakers gaat hiermee akkoord, en 36 % van de journalisten (wel meer dan de 27 % die het hier niet mee eens is).

Dit zijn enkele vaststellingen over de andere stellingen:

Beleidsmakers geven aan dat de rol van onafhankelijke lokale en regionale media steeds meer overgenomen wordt door sociale media: 77 % is het hiermee eens, dat is drie kwart van alle bevraagde beleidsmakers. Dit sluit aan bij de bevindingen in 3.6.

Nog een opmerkelijke vaststelling bij de beleidsmakers: ze rapporteren geen bezorgdheid over een toegenomen concentratie in het regionieuws, integendeel. 35 % van hen is het oneens met de stelling 'de concentratie van regionieuws is problematisch' en slechts 24 % beaamt deze stelling. Dit lijkt geen pijnpunt vanuit het perspectief van beleidsmakers, al evenmin als een gebrek aan pluralisme een issue zou zijn (zie 3.1). Meer beleidsmakers ontkennen (39%) dan bevestigen (24%) dat lokale nieuwsitems de laatste vijf jaar makkelijker in het nationale nieuws terechtkomen.

Ten slotte valt er een genuanceerd resultaat te noteren voor de stelling 'in mijn gemeente wordt het gemeentebestuur kritisch gevolgd door onafhankelijke lokale en regionale media': 43 % van de beleidsmakers is het hiermee eens, versus 28 % oneens en 31 % neutraal. Het kritisch waakhondgehalte scheert met minder dan 50 % bevestiging weliswaar geen hoge toppers, maar de lokale pers valt evenmin te degraderen tot schoothond. Dit ondanks het hoge gehalte aan copy paste journalistiek en de hoge werkdruk.

In het hoofdstuk tevredenheid gaven meer beleidsmakers aan ontevreden te zijn over het kritisch gehalte van de regiopers (35%) als er aangaven tevreden te zijn (29%), toch een nuancering van de cijfers hierboven. (zie 3.1.2)

Hoe staat dit ervoor bij de journalisten?

Zij beamen dat het kritisch gehalte geen topscores krijgt. Met de stelling 'het waakhondgehalte van de lokale journalistiek is de voorbije 5 jaar toegenomen' gaat slechts 26 % akkoord, en ongeveer evenveel (26%) niet akkoord. De grote groep, namelijk 47 %, stipt hier 'neutraal' aan. Om het met een Engelse uitspraak aan te geven: could be worse, could be better.

Dat de hoge werkdruk in combinatie met het freelance statuut van de meeste regiojournalisten (door de regel betaald voor de hoeveelheid, niet noodzakelijk voor de diepgang) zich niet meteen leent tot investeringen in veel veldwerk en face-to-face contacten, of tot het uitspitten van dossiers, wordt bevestigd in de respons op stellingen hierover:

- Er is nu meer face-to-face contact met beleidsmakers dan 5 jaar geleden: 22 % akkoord, 37 % niet akkoord
- Het aandeel veldwerk in mijn job is de voorbije 5 jaar gedaald: 35 % akkoord, 37 % niet akkoord
- Ik heb meer tijd om dossiers uit te spitten: 9 % akkoord, 66 % niet akkoord

Terwijl het aandeel veldwerk nog stabiel blijft, evolueert de tijd om zich vast te bijten in een dossier niet zo gunstig. Uiteraard is dit geen onbelangrijke factor bij het kritisch kunnen opvolgen van het lokaal beleid.

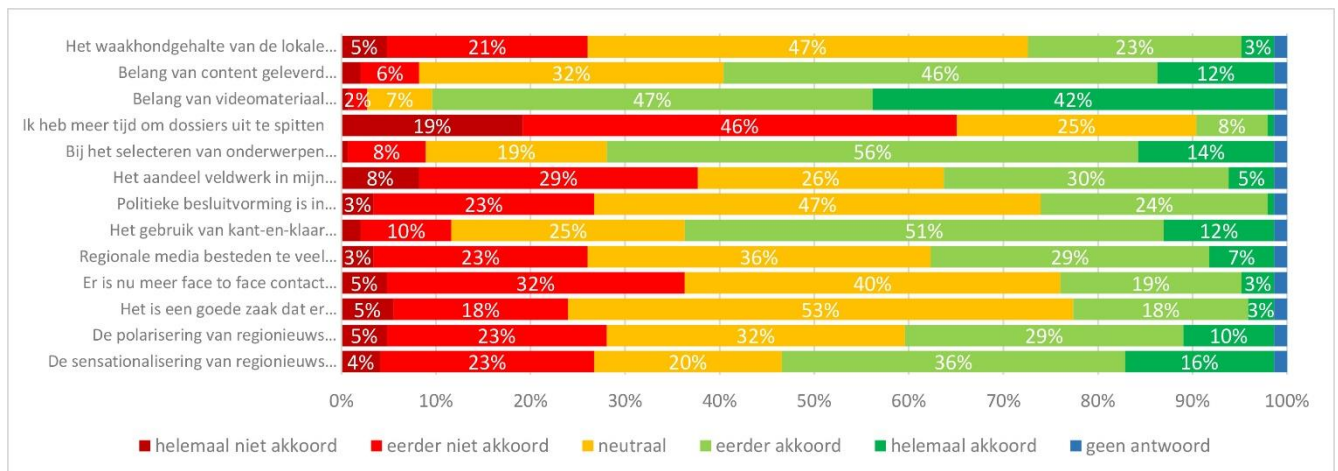
Ten slotte geven we nog enkele correlaties tussen bepaalde stellingen en eigenschappen van de respondenten:

Er lijkt wel een significant effect van leeftijd bij de stelling dat regionale media te veel aandacht besteden aan sociale media. In de categorie tussen 40 en 50 jaar staan meer respondenten neutraal tegenover deze stelling, terwijl in de categorie plus 50 meer respondenten akkoord gaan. Het lijkt erop dat in de categorie min 30 respondenten eerder niet akkoord gaan, maar hier werken we wel met kleine aantallen.

Er is ook een significant effect van leeftijd op het meer hebben van tijd om dossiers uit te spitten. Mensen in de categorie plus 50 rapporteren duidelijk meer tijd te hebben dan mensen in de categorie min 30, en ook in vergelijking met respondenten in de categorie tussen 30 en 40 jaar. Respondenten in de categorie tussen 40 en 50 jaar rapporteren ook meer tijd te hebben dan respondenten in de categorie min 30.

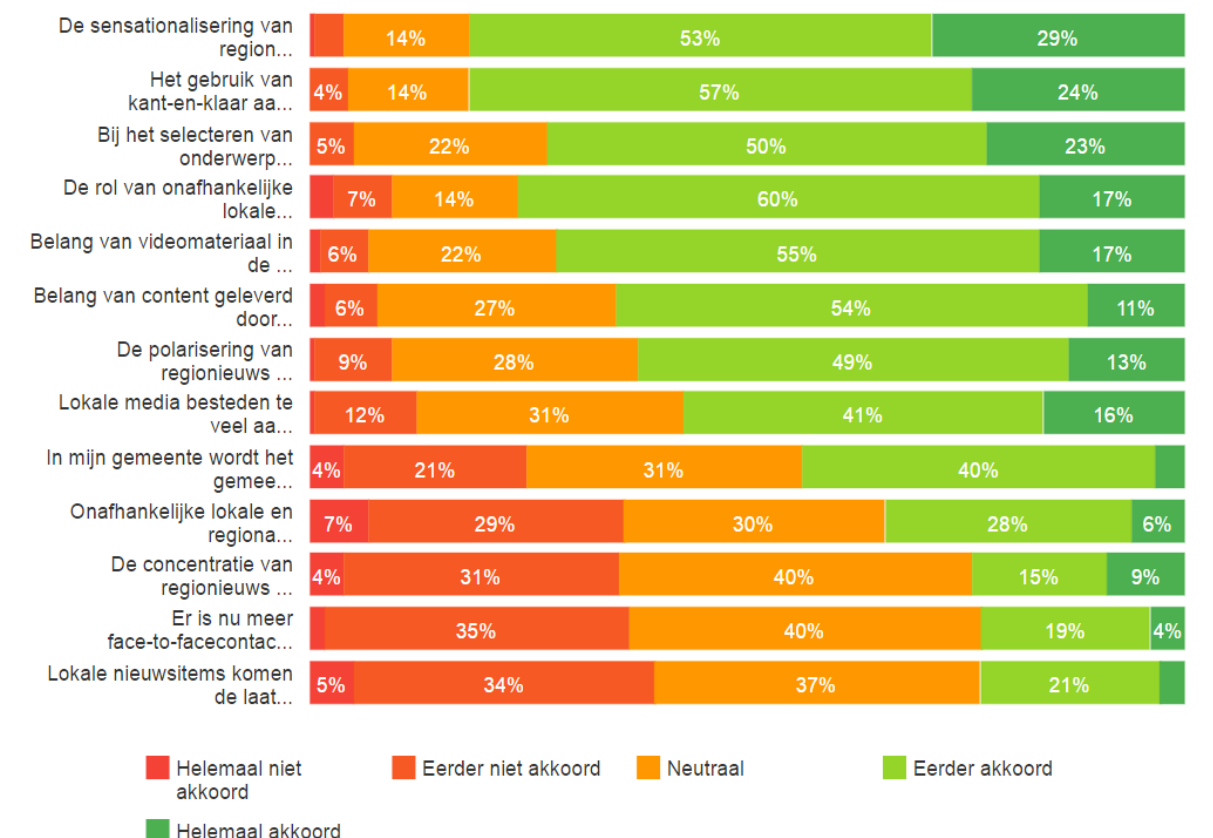
Voor de evolutie in polarisering lijkt de voornaamste tendens dat mensen in de categorie plus 50 vaker akkoord rapporteren, terwijl mensen in de categorie tussen 40 en 50 jaar vaker neutraal antwoorden. Inzake aandacht voor lifestyle is er ook een voorzichtige tendens in leeftijdseffect. Het grootste verschil zit in de categorie 30 to 40 jaar waar mensen duidelijk vaker niet dan wel akkoord gaan.

Vraag aan journalisten: in welke mate gaat u akkoord met volgende stellingen over de evolutie in de regiojournalistiek?



Vraag aan beleidsmakers. In welke mate gaat u akkoord met de volgende stellingen over evolutie in de regiojournalistiek?

In welke mate gaat u akkoord met volgende stellingen over evolutie in de regiojournalistiek?



	N	Gem	Med	StDev
De sensationalisering van regionieuws is de voorbije 5 jaar toegenomen	180	4,1	4	0,8
Het gebruik van kant-en-klaar aangeleverd nieuws neemt toe	181	4	4	0,7
Bij het selecteren van onderwerpen wordt steeds meer rekening gehouden met klikcijfers (kijk/leescijfers)	181	3,9	4	0,8
De rol van onafhankelijke lokale en regionale media wordt steeds meer overgenomen door sociale media	181	3,8	4	0,9
Belang van videomateriaal in de berichtgeving neemt toe	181	3,8	4	0,8
Belang van content geleverd door burgers neemt toe	180	3,7	4	0,8
De polarisering van regionieuws is de voorbije 5 jaar toegenomen	181	3,7	4	0,8
Lokale media besteden te veel aandacht aan items op sociale media	180	3,6	4	0,9
In mijn gemeente wordt het gemeentebestuur kritisch gevolgd door onafhankelijke lokale en regionale media	181	3,2	3	0,9
Onafhankelijke lokale en regionale media zijn de afgelopen vijf jaar steeds minder belangrijk geworden voor mijn informatie- en nieuwsvoorziening	181	3	3	1
De concentratie van regionieuws is problematisch	181	2,9	3	1
Er is nu meer face-to-facecontact met beleidsmakers dan 5 jaar geleden	181	2,9	3	0,9
Lokale nieuwsitems komen de laatste 5 jaar makkelijker in het nationale nieuws terecht	180	2,8	3	0,9

In de face to face bevragingen van beleidsmensen komen volgende aspecten over evolutie het sterkst naar voor:

- Alles moet steeds sneller (waardoor berichtgeving soms oppervlakkiger en minder gecheckt is)
- Een grotere commerciële gerichtheid
- Meer agendasetting door sociale media
- Meer aandacht voor faits-divers
- Meer concentratie in de media

In de face to face bevragingen van journalisten komen volgende aspecten over evolutie het sterkst naar voor:

- Alles moet steeds sneller;
- Door de combinatie van snelheid en input sociale media ontstaat er soms foutieve berichtgeving;
- Door de combinatie van snelheid en werkload is de verleiding tot copy paste groot;
- Het takenpakket is diverser geworden (teaser plaatsen, foto zoeken, onderschrift plaatsen, op sociale media meegeven...) vaak zonder extra verloning;
- De commerciële logica is sterk bepalend, en uit zich bijvoorbeeld in de verbreding van nieuwscriteria in functie van klikcijfers, en in het 'pimpen' van titels;

- De helft van de bevroagden stelt een toenemende polarisering vast (door reacties op sociale media + door bepaalde beleidsmensen);
- Meer uitgebouwde communicatiediensten in gemeenten, minder rechtstreeks toegang tot ambtenaren.

Enkele uitspraken van beleidsmensen:

- *Ze moeten heel snel werken. Ze moeten veel leveren. Ze moeten dingen leveren die veel hits opbrengen, die kranten doen verkopen. Of heel veel likes of reacties genereren. Want het moet ook allemaal verkocht worden*
- *Ik merk vooral dat het allemaal sneller moet gaan. Dat de berichtgeving ook niet allemaal diepgaand is. Heel veel berichten gaan over fait-divers*
- *Afhankelijk van de tijdsbesteding die ze hebben, kunnen ze zaken letterlijk overnemen zonder meer.*
- *Er is meer concentratie. Ze zijn aan de ene kant schaal aan het maken, om aan de andere kant lokaler te doen*

Enkele uitspraken van journalisten:

- *Digitaal kan je tellen hoeveel keer er geklikt wordt en daar gaat het over*
- *Nu dat alles digitaal komt moet alles ook veel sneller gaan en dan zijn veel regiojournalisten geneigd om een persbericht gewoon bijna klakkeloos over te nemen. Gewoon copy paste en online zetten. Dan heb je wel heel veel identieke berichtgeving tussen kranten*
- *Vandaag moeten wij zelf foto's uit het systeem halen, zelf een foto-onderschrift erbij maken, alles volledig zelf, zowel op de website zetten als op Facebook posten, dus da's een ganse rompslomp die erbij komt.*
- *De regiotarieven zijn zo laag dat ze onvermijdelijk een invloed hebben op de kwaliteit en het copy-paste overnemen van aangeleverd materiaal dus toeneemt*
- *Ikzelf vind het beter hoe het nu gebeurt. Het is leuker omdat je meteen reacties ziet op Facebook. Je merkt ook sneller welke artikels werken en welke niet*
- *Vroeger was er geen sprake van communicatiediensten of woordvoerders. Nu is er de filtering door de communicatiediensten en de perswoordvoerders*

3.8 Visie op taken van regiojournalisten

We vroegen beleidsmakers en journalisten wat ze als belangrijke taken zien voor de regiojournalistiek aan de hand van volgende lijst:

- Informatie zo snel mogelijk verspreiden
- Betrouwbare informatie verschaffen
- Een zo breed mogelijk publiek bereiken
- Analyse en duiding verschaffen bij complexe problemen
- Waakhond zijn van de democratie
- Nieuws op een begrijpelijke manier brengen
- Aan community building doen en burgers content laten aanleveren
- Mensen aanzetten tot actie en participatie

De publieke opinie beïnvloeden

Over de belangrijkste taken van een regiojournalist zijn beleidsmakers en journalisten het roerend eens: betrouwbare informatie verschaffen en het nieuws op een begrijpelijke manier brengen zijn de twee toppers. Bij journalisten staat het eerste item bovenaan, bij beleidsmakers het tweede, maar het verschil is verwaarloosbaar. 95 tot 99 % van zowel beleidsmensen als journalisten verklaren zich ermee akkoord dat dit belangrijke taken zijn.

Analyse en duiding verschaffen bij complexe problemen staat bij beide groepen op de derde plaats, met 85 % bijval van beleidsmensen, en 89 % bijval van journalisten.

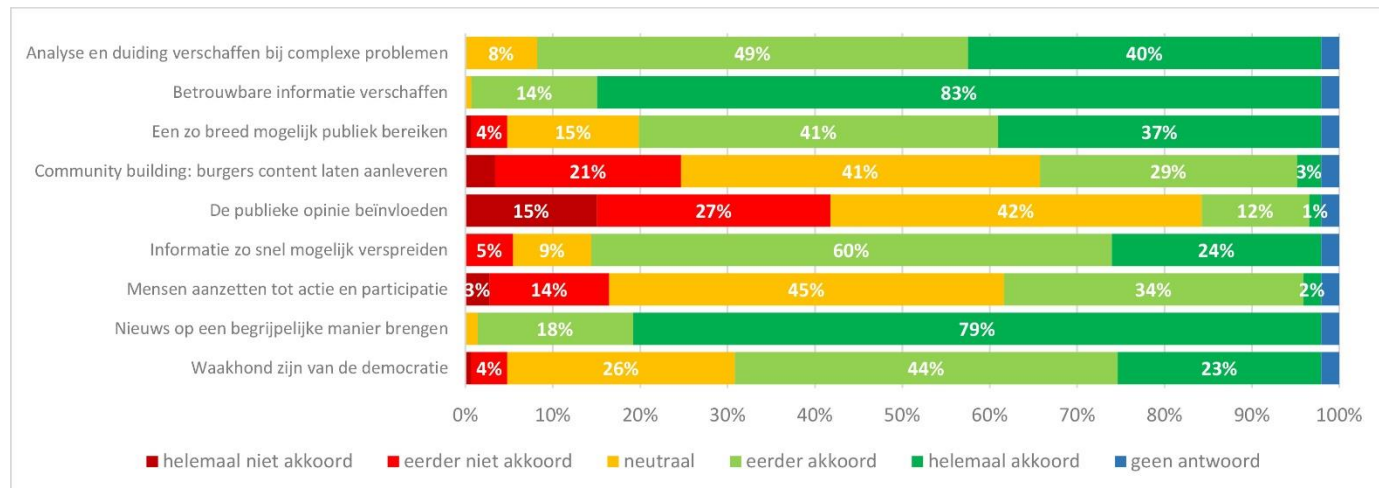
Informatie zo snel mogelijk verspreiden, en een zo breed mogelijk publiek bereiken volgen in het lijstje. Bij journalisten neemt informatie snel verspreiden de vierde plaats in (84 %), en een zo breed mogelijk publiek bereiken de vijfde plaats (78 %). Bij beleidsmakers is het omgekeerd: een zo breed mogelijk publiek bereiken (82%) gaat voor op informatie zo snel mogelijk verspreiden (80 %). Dit verschil in percentage is echter verwaarloosbaar bij beleidsmakers, in orde van belangrijkheid zijn beide taken vergelijkbaar.

Hoe scoort de waakhondtaak? Het is nummer zes in deze lijst met negen items, dit zowel voor beleidsmakers (53%) als voor journalisten (67 %). Journalisten geven dit een hogere score dan beleidsmakers. Ze zien zichzelf meer als waakhond van de democratie dan hoe beleidsmakers hen zien. Bij stellingen over evolutie gaf minder dan de helft van de beleidsmakers aan dat ze kritisch gevolgd worden door de lokale media (zie 3.7), en bij tevredenheid werden ernstige kanttekeningen gemaakt over het gehalte aan check en dubbelcheck van de regiopers (zie 3.1.)

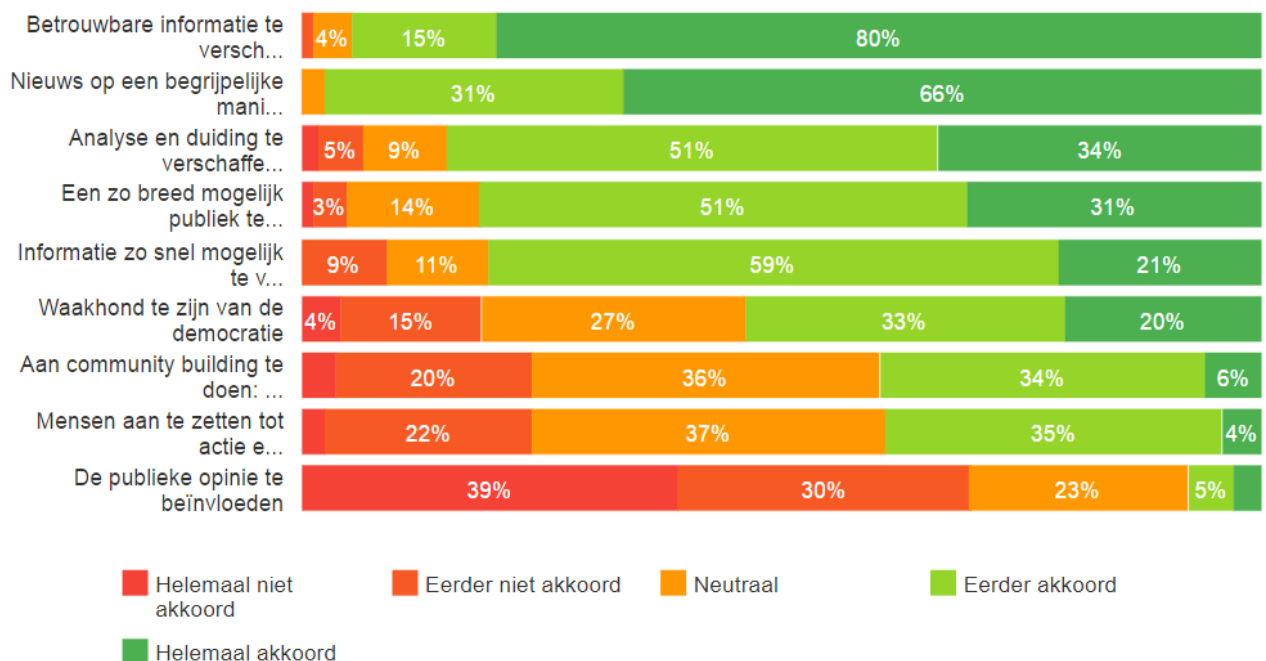
Een punt van gelijkenis tussen beleidsmakers en journalisten: de publieke opinie beïnvloeden krijgt bij beiden de laagste prioriteit. Of juist: de meesten geven aan dat ze dit NIET zien als een taak voor de regiojournalistiek. Journalistiek moet mensen ook niet aanzetten tot actie en participatie, vindt een grote groep beleidsmaker (39 %, tegenover 24 % die dit wel een belangrijke taak vindt. Deze stelling kan op meer bijval rekenen van journalisten (36 % wel akkoord, tegenover 17 % niet akkoord).

Bij zowel beleidsmakers als bij journalisten zijn meer respondenten wel dan niet akkoord dat aan community building doen (burgers content laten aanleveren) een belangrijke taak is, maar in het geheel van de prioriteiten scoort dit item eerder laag.

Vraag aan journalisten. Duid aan in welke mate u ermee akkoord gaat dat volgende taken belangrijke taken zijn voor een regiojournalist. Het is de taak van de journalist om...



Vraag aan beleidsmakers. Duid aan in welke mate u ermee akkoord gaat dat volgende taken belangrijke taken zijn voor een regiojournalist. Het is de taak van de journalist om...



In de face-to-face bevragingen kwam het item van de journalistieke taken niet uitdrukkelijk aan bod. Wel noteerden we zowel in de face-to-face bevragingen als in de commentaarsectie van de onlinebevraging een aantal bemerkingen hierover.

Enkele bemerkingen van beleidsmakers:

- *Lokale politiek wordt gewoon niet opgevolgd, of toch enkel via op zich kleinere dossiers. De lokale journalisten - en ik heb daar alle begrip voor - hebben onvoldoende tijd om zich in te werken in de grotere dossiers. Jammer dat er geen kwaliteitsvolle burgerjournalistiek ontstaat op lokaal niveau!*
- *Ze moeten het de politiek en het beleid moeilijker maken want ik vind eigenlijk dat ze nog meer de waakhondfunctie op zich moeten nemen. Wel op een duidelijke objectieve manier. (...) Ik vind ook dat de media te weinig scherp is, te weinig uitdaagt.*

Enkele bemerkingen van journalisten:

- *Betrouwbaarheid primeert boven snelheid maar door copy/paste-trend niet evident*
- *Snel zijn is ook belangrijk, maar de kwaliteit primeert*

3.9 Aard van relatie journalisten – beleidsmakers

Ten slotte is er nog een laatste, belangrijk aspect in dit onderzoek over regiojournalistiek en politieke verslaggeving: welke invloed heeft de onderlinge relatie tussen beleidsmakers en regiojournalisten op de berichtgeving? Hoe close zijn beide groepen?

It takes two to tango: de aard van het contact tussen spelers van beide groepen speelt een grote rol in het tot stand komen van de berichtgeving. Zoals een van de bevroegden opmerkte: 'We moeten eerlijk zijn: regionale journalistiek heeft heel veel met persoonlijke contacten te maken omdat het een kleine wereld is. Je komt veel dezelfde mensen tegen.' Een ander stelde kernachtig: 'Ik moet van hen leven en zij moeten van mij leven, zo gaat dat nu, he'. Het woord 'vertrouwen' werd vaak in de mond genomen: een goede relatie betekent voor veel spelers uit beide groepen dat men in vertrouwen een en ander aan elkaar kan vertellen. Een minderheid in beide groepen houdt het liever bij een strikt professionele, eerder afstandelijke relatie.

In de face-to-face-bevragingen stonden we stil bij de aard van de relatie: een strikt formele, professionele relatie, een informele relatie (goede kennissen), of zelfs vriendschap. In zowel de face-to-face als in de onlinebevragingen polsten we naar de voor- en nadelen van een hecht, informeel contact tussen journalisten en beleidsmakers.

Uit de face-to-face bevragingen van 27 beleidsmakers en 26 regiojournalisten bleek dat beleidsmakers meer aarzelen dan regiojournalisten om te gewagen van vriendschap met iemand uit de andere groep. Bij de beleidsmakers gaven 5 aan dat er sprake is van vriendschap met een of meerdere regiojournalisten, tegenover 12 die dit ontkenden. 3 namen een tussenpositie in. De kwestie is niet zo zwart-wit, want vanaf wanneer spreek je over vriendschap? Een beleidsmaker gaf aan: 'De grens is heel moeilijk te bepalen. Je wordt een kameraad, je leert elkaar kennen door de jaren heen, je hebt het over kinderen en voetbal en mobiliteit, je pakt een pint samen.'

De bevroegde journalisten waren iets minder terughoudend om de band met bepaalde beleidsmakers als vriendschap te benoemen: 9 van hen gaven aan een of enkele schepenen of de burgemeester (doorgaans een schepen) als vriend te beschouwen, 11 ontkenden dat hier sprake van was.

Omwille van de onduidelijke afbakening van 'vriendschap', 'kennis' of 'strikt professionele relatie' hebben we dit item niet opgenomen in de onlinebevraging. Uit de face-to-face-bevragingen distilleerden we een aantal voor- en nadelen van een sterk informeel, vriendschappelijk contact. Deze legden we in de onlinebevraging voor aan beleidsmakers en journalisten.

Vraag aan beleidsmakers. In de praktijk ontstaan er vaak warme contacten of vriendschappen tussen bepaalde beleidsmakers en lokale journalisten. Wat ziet u als de voor- en nadelen hiervan?

Voordelen	(in procenten)
Beter achtergrondinfo en context geven	78 %
Suggesties doen voor nieuwitem	74 %
Beter op hoogte evoluties berichtgeving	23%
Input kunnen vragen, vb mediastrategie	16 %
Geen voordelen, enkel nadelen	7 %

Nadelen	(in procenten)
Kan perceptie partijdigheid creëren	62 %
Objectiviteit/kritische blik in gedrang	47 %
Spanningen bij kritische berichtgeving	42 %
Kan je in gewetensnood brengen	18 %
Geen nadelen, enkel voordelen	16 %

De voordelen van vriendschappen worden hoger ingeschat dan de nadelen: zo krijgen vooral betere achtergrond en context geven, en suggesties doen voor nieuwsitems een positieve score, door liefst drie kwart van de bevraagde beleidsmakers. Vriendschap wordt blijkbaar weinig ingezet om input te krijgen over de gevolgde mediastrategie.

Het grootste nadeel, door bijna twee derde van de respondenten aangestipt, is de perceptie van partijdigheid die er door zulke vriendschappen kunnen ontstaan. Het risico dat de objectiviteit/kritische mediablik erbij inschiet en dat dit wel eens spanningen kan geven ingeval van kritische berichtgeving wordt door haast de helft van de bevraagden aangestipt als nadeel. Haast één op vijf geeft bovendien mee dat deze vriendschappen betrokkenen in gewetensnood kunnen brengen.

In de face to face bevragingen wordt het belang van een goede relatie met journalisten door veel beleidsmakers benadrukt: beide groepen hebben elkaar nodig. Een vertrouwensband of een goed informeel contact helpt volgens de meesten bij het juist doorgeven van info, correctere verslaggeving en ook al om zelf zaken te weten te komen, of om de eigen communicatiestrategie af te toetsen. Vriendschap biedt niet onverdeeld een voordeel: dan moet je net extra op de grenzen, integriteit en objectiviteit letten, al word je wel positiever bejegend.

Enkele uitspraken van beleidsmakers hierover:

- *Het is doorgaans een heel vermoedelijke en correcte menselijke verhouding. Off the record delen we wel eens inzichten over politieke zaken of over andere zaken. Het is een goede menselijke verhouding, maar geen warme vriendschap.*
- *In het Frans zeggen ze “c’est un mariage de raison”. Journalisten en beleidsmakers, we hebben elkaar nodig. Daar is een soort van verstandshuwelijk waarbij we voor zover eenieder elkaar respecteert, geen problemen oplevert.*

- *Het vertrouwen is hier nooit beschaamd geweest. Het is daarom dat ik confidentieel een aantal dingen kan meegeven zonder dat ze in de pers terechtkomen en dat is een goede zaak.*
- *Er moet een afstand zijn zodat ieder zijn objectiviteit kan behouden.*

Vraag aan journalisten. In de praktijk ontstaan er vaak warme contacten of vriendschappen tussen regiojournalisten en bepaalde beleidsmakers. Wat ziet u als de voor- en nadelen hiervan?

Voordelen	In procenten
Je krijgt meer en sneller informatie	80 %
Je bent meer op de hoogte van bepaalde verwickelingen	85 %
Je kan makkelijker suggesties doen, bv voor een bepaalde mediastrategie	32 %

Nadelen	In procenten
Je kan moeilijker objectiviteit/kritische blik behouden	27 %
Kan spanningen geven met de betrokkene bij kritische berichtgeving	50 %
Kan perceptie van partijdigheid creëren	47 %

Ook bij journalisten worden de voordelen van een warm, vriendschappelijk contact hoger ingeschat dan de nadelen. Op de hoogte zijn van ontwikkelingen en nieuwe of nakende initiatieven of maatregelen en snel de nodige informatie krijgen is cruciaal voor het werk van regiojournalisten. Beleidsmakers zijn gegeerde bronnen van nieuws. Off the record informatie wordt doorgaans gerespecteerd door regiojournalisten, zo bleek eerder al (zie 3.1.). Vertrouwen tussen beleidsmakers en journalisten dat dit effectief zo is, laat journalisten toe om meer te weten te komen dan ze mogelijk kunnen brengen op dat moment. Achtergrondinformatie en duiding zijn een belangrijke meerwaarde voor hun werk. Hetzelfde geldt voor beleidsmakers: de mogelijkheid om in vertrouwen meer informatie te geven, kan een 'foute' interpretatie van bepaalde zaken voorkomen en geeft de beleidsmaker een gelegenheid om zijn eigen accenten mee te geven aan de journalist.

Suggesties doen voor mediastrategie aan beleidsmakers (32%) is een veel minder vaak aangestipt voordeel van vriendschappelijk contact.

Terwijl beleidsmakers zich het meest zorgen maken over de perceptie van partijdigheid die kan ontstaan door een (te) close contact, zien journalisten spanningen bij kritische berichtgeving over de betrokkene als het grootste nadeel.

Journalisten maken zich minder dan beleidsmakers zorgen dat ze hun kritische blik zouden verliezen. Veel journalisten geloven nogal sterk in hun vermogen om objectief te blijven, zo

bleek uit de face-to-face bevragingen. Enkelen gaven wel toe dat je ingeval van vriendschap nog moeilijk objectief kunt berichten over de betrokkene.

Enkele uitspraken van journalisten hierover:

- *Voordeel is dat je meer achtergrond meekrijgt. Dat het gezelliger is, en het zou maar stom werken zijn als je op je werk nooit over andere dingen kunt praten of dat je met niemand een vriendschappelijke klik zou hebben.*
- *Ik denk ook voor je eigen betrouwbaarheid is het niet goed als je steeds met dezelfde schepen of burgemeester gezien wordt buiten het werk.*
- *Als mensen u niet kennen dan gaan ze u nooit iets zeggen. Als ze u kennen en ge hebt daar een vertrouwensband mee en dan gaan ze u meer zeggen.*
- *Maar het is belangrijk om gewoon altijd de grens duidelijk te maken, wat voor gesprek ben je aan het voeren? Wat is on en off the record?*

4 Conclusies en aanbevelingen

4.1 Conclusies

De belangrijkste bevindingen werden in de inleiding reeds samengevat. Na twee jaar onderzoek over regiojournalistiek en politieke verslaggeving mogen we concluderen dat regiojournalistiek ‘alive and kicking’ is in Vlaanderen, al kan het met dit tweede aspect, ‘kicking’, mogelijk een graadje beter.

Vlaanderen slaagt erin om een brede waaier aan onafhankelijke regiojournalistiek te behouden, er is geen sprake van ‘nieuwswoestijnen’ zoals op sommige plaatsen in onze buurlanden. Dit is in belangrijke mate de verdienste van de grote mediagroepen, DPG Media en Mediahuis, voor West-Vlaanderen ook Roularta, en voor Brussel de Brusselse Media (merken van BRUZZ). Hiernaast is er een levendig netwerk van regionale radio- en televisiezenders, deels vanuit het publieke net, deels vanuit commerciële spelers. Er is in de loop van de jaren concentratie ontstaan op de mediamarkt, waardoor er ook regionaal iets minder spelers zijn dan pakweg 30 jaar geleden, maar het pluralisme van de berichtgeving is volgens de bevroegde beleidsmakers niet in gevaar. Met de spreiding (voldoende coverage van gemeenten) en de kwantiteit aan regionieuws zitten we vooralsnog goed in Vlaanderen.

Beleidsmensen en regiojournalisten zijn over het algemeen tevreden over hun onderlinge relatie, of die nu benoemd wordt als ‘strikt professioneel’, ‘vriendschappelijk’, of iets daartussen. Beide groepen zijn zich bewust van de nood aan samenwerking en vinden elkaar in een gemeenschappelijke passie voor lokaal beleid en beleidsnieuws. ‘Vertrouwen’ was een vaak gehoord woord tijdens de bevestigingen. In heel wat gevallen groeit er in de loop van jaren samenwerking een wederzijdse appreciatie voor elkaars werk, en een vertrouwen dat toelaat om bepaalde zaken informeel uit te wisselen of af te toetsen. Kritische noten van beleidsmensen waren er wel voor een zeker verloop in de regiojournalistiek, en voor onervaren reporters die niet altijd weten waar de klepel precies hangt. Heel wat beleidsmensen gaven blijk van begrip voor de hoge werkdruk waaronder veel regiojournalisten opereren en de grote spreidstand aan thema’s die hier vaak bij komen kijken. Zelf proberen ze hun voordeel te doen met de tijdsdruk van journalisten door kant-en-klare kopij aan te bieden in de vorm van persberichten of persbriefings, soms inclusief quotes en foto’s.

Er zijn echter ook kritische kanttekeningen te maken bij de kwaliteit van de regiojournalistiek in Vlaanderen: het businessmodel promoot eerder een overname van kant-en-klare kopij - met soms nog een telefoontje voor een stukje extra informatie of een quote - dan kritische, uitgediepte regiojournalistiek. Verschillende loontrekkende regiojournalisten gaven spontaan aan dat zij nog wel behoorlijk wat marge hebben wat dit betreft, maar hun freelance collega’s een pak minder. Die worden vooral vergoed voor de kwantiteit van het aangeleverde werk. De combinatie van tijd, een schaars goed voor wie per aantal tekens of per content item betaald wordt, snelheid, en de commerciële druk van klikcijfers leidt tot heel wat items die zeker heel wat consumenten van regiojournalistiek interesseren: life style items bijvoorbeeld, of de heropening van een plaatselijk zwembad. Het moedigt weinig aan om energie te steken in complexere dossiers die bijvoorbeeld te maken hebben met

ruimtelijke ordening en milieueffectenrapporten, budgetten voor investeringen of zelfs beleidsprioriteiten. Dit soort berichtgeving is zeer belangrijk voor het goed functioneren van de lokale democratie. Niet of slecht geïnformeerde burgers nemen in mindere mate deel aan plaatselijke verkiezingen, en op een minder geïnformeerde wijze. De functie van regionieuws is divers en dient een breed scala aan topics te bestrijken, op een onafhankelijke en zo nodig kritische wijze. Beleidsmakers geven aan dat de journalistiek een kritische grens bereikt heeft op het vlak van verifiëren van informatie, en de accuraatheid ervan.

Verder is er een kaper op de kust van de regiojournalist, een die de journalistiek nog verder 'opjaagt' in snelheid: sociale media, gestuurd vanuit beleidsmakers en burgers, zijn anno 2020 evengoed een zender van regionieuws als de journalist. En ze zijn een gratis bron van nieuws, voor de jongere generatie zelfs een prioritaire bron van nieuws. Hoe kan de journalist zich verhouden tot deze derde speler, ook wel eens de 'vijfde macht' genoemd? Beleidsmakers en journalisten nemen hier enigszins andere posities in: voor de beleidsmakers vormen sociale media een dankbaar eigen kanaal, waardoor zij minder afhankelijk zijn van de journalist. Voor de journalist vormen sociale media een dankbare bron voor nieuws, en een dankbaar kanaal om nieuws van het eigen medium mee te promoten en naar buiten te brengen. Maar sociale media bezorgen de journalist evengoed kopzorgen: hoe kunnen ze relevant blijven in tijden van sneller en gratis nieuws op sociale media? En kan je als journalist wel voldoende weerwerk bieden tegen allerlei politieke 'spin', framing en gekleurd nieuws dat onverkort via de nieuwe kanalen de wereld in wordt gestuurd? Ook een aantal beleids mensen uit bedenkingen bij het polemisch karakter van sociale media, dat soms ook weerklank vindt in de mainstream media.

Regiojournalistiek is zoekende om haar plaats te blijven verankeren binnen een nieuwsmarkt die in volle beweging is. Steeds meer geldt het primaat van 'digital first', en de marsorder om sociale media in te zetten om de lezer zo te leiden naar het eigen nieuwsmerk. Het alternatief is weinig aantrekkelijk: met lede ogen toezien hoe internationale giganten als Facebook en Google met reclamewinst gaan lopen. Zowel uit commerciële redenen (toch voor de mediabedrijven en regiojournalisten) als uit politieke gronden (toch voor de lokale democratie en beleidsmakers) is het cruciaal dat in de toekomst het regionieuws onverminderd haar relevantie weet te behouden en verder uit kan spelen. Welke factoren zijn daarbij van belang?

4.2 Aanbevelingen

4.2.1 Aanbevelingen voor de regiojournalistiek

Drie factoren zijn van kapitaal belang voor een goed functionerende en relevante regiojournalistiek: tijd, snelheid en accuraatheid. Volgende drie aanbevelingen, die voortvloeien uit twee jaar face-to-face en onlinebevragingen van beleidsmakers en journalisten, haken in op deze drie factoren.

Kwaliteit vergt tijd

Het is een goede zaak dat beleidsmensen en gemeentelijke communicatiediensten doorgaans excellente informatie aanreiken aan journalisten. Deze kunnen daar hun voordeel mee doen: voor nogal wat onderwerpen kan een beknopte check volstaan om deze tot een volwaardig nieuwsitems uit te werken. Dat kan en mag snel gaan.

Het is geen goede zaak indien dit soort werk op dezelfde lijn gesteld wordt en op dezelfde wijze vergoed wordt als gedegen eigen werk van een regiojournalistiek, met zo nodig kritische en onderbouwde kanttekeningen. Dit tweede soort werk is niet rond op een half uur.

Voor de geloofwaardigheid van een kritische, onafhankelijke regiojournalistiek die een meerwaarde wil bieden waarvoor mensen bereid zijn te betalen, is het aangewezen dat geleverd werk niet zozeer vergoed wordt volgens aantal tekens maar volgens de aard van werk: gaat het eerder om copy paste kopij, of om eigen, kritisch werk? Het is geen eenvoudige oefening voor uitgevers om hier de juiste categorieën voor te ontwikkelen, maar wel een cruciale oefening voor de kwaliteit van regionieuws. Hier geldt 'less is more'. Eerder dan journalisten plafonds te geven voor het aantal items dat ze per maand mogen indienen, kan het zinvoller zijn om te gaan voor minder items, en een betere vergoeding voor eigen, onderbouwd werk. Voor regiojournalisten valt ook het meest eer te rapen met dit soort inzet.

Drie snelheden

Regiojournalistiek zou via hoofdingen en visuals verschillende snelheden van nieuws kenbaar kunnen maken aan de consument: het snelle, breaking news, het verder uitgewerkte nieuws, en sterk uitgewerkte dossiers.

De rel die gaande is in de gemeente is ook voor de regioreporter, want het gegeven circuleert al volop op sociale media. Dit soort nieuws kan vallen onder een hoofding als 'net binnen', 'breaking nieuws', met als aansporing eronder 'volg ons'. Dit soort nieuws vraagt immers om een vervolg. Soms bevat het zoveel onzekerheden dat er best mee gewacht wordt of dat het met de nodige nuancerings gebracht wordt ('volgens twee buurtbewoners', 'het zou gaan om'). Soms blijkt het achteraf om een kwakkel te gaan. Of hier melding van gemaakt moet worden zonder voldoende verificatie, is een oefening die elk medium moet maken. Te snel en te weinig gecheckt nieuws kan de geloofwaardigheid van de media aantasten.

Een tweede 'snelheid' kan het stellen zonder die hypothetische vormen. 'Wat is er van aan?' kan een hoofding voor deze lading zijn. Hier onderscheidt de reporter zich van wat er circuleert op sociale media: check en dubbelcheck is het journalistieke principe dat hier zijn praktijkwaarde bewijst. De regioreporter als norm van accuraatheid, zeg maar. Het gros van het regionieuws valt onder deze 'snelheid'. Betrouwbaarheid in deze categorie kan mensen aanzetten tot een betalende app of abonnement.

Een derde 'snelheid' ten slotte betreft stukken waarbij de tijd veel minder dringt, maar die wel uitermate geschikt kunnen zijn om lezers aan zich te binden. Diverse regionale media hebben de voorbije jaren al mooie staaltjes gebracht van kritische dossiers over thema's die

mensen rechtstreeks aanbelangen, zoals aspecten van mobiliteit. Het ‘dossier van de maand’ kan zo’n kwesties voor een bepaalde gemeente of regio in de kijker stellen. Een belangrijke aanvulling op het snellere werk.

Heel wat redacties hanteren de facto al een soort opdeling volgens deze snelheden. Hypothetische stellingen in het tweede soort stukken zijn een zwaktebod, ze kunnen de meerwaarde van regiojournalistiek moeilijk hard maken.

Factchecks online en op sociale media

Er valt niet meer naast te kijken: zowel internationaal als nationaal stijgt het aantal polariserende en vaak ronduit foutieve items op sociale media. Ook de regiojournalistiek ontsnapt hier niet aan. Factchecking zit in de lift, het is een werkwijze om dit soort ‘informatie’ te counteren. Zowel een aantal beleidsmakers als journalisten uiten hun bezorgdheid over spin en propaganda. Regiojournalistiek kan hier de rol van neutrale, objectieve ‘arbiter’ opnemen. In een ‘wat zeggen de cijfers?’ reплик kunnen ze middels een factcheck reageren op onjuiste informatie over lokale dossiers die circuleert op sociale media. Of deze onjuiste informatie nu afkomstig is van burgers of beleidsmakers. Tevens kan het een manier zijn om mensen vanuit sociale media te leiden naar het eigen mediakanaal.

Het is een delicate evenwichtsoefening om deze toetsing te doen en te communiceren zonder zelf beticht te worden tot het ene of andere kamp te behoren. Het alternatief is onzin laten betijen en zelf intussen minder relevant te worden. Een onpartijdige regiojournalistiek kan de kans grijpen om boven het gekrakeel uit te stijgen, en cijfers voor zich te laten spreken. En zich zo profileren als baken van betrouwbaarheid in tijden van desinformatie, informatie-overkill en informatiestress.

4.2.2 Aanbevelingen voor beleidsmakers

Uit zowel de online- als face-to-face bevragingen van regiojournalisten kwamen enkele vragen of verzuchtingen aan het adres van beleidsmakers naar voor.

Transparantie van beleidsbeslissingen en documenten

Veel steden en gemeenten geven heel wat informatie over hun beleid vrij, zowel aan burgers als aan regiojournalisten. Dat kan gaan over documenten die beleidsbeslissingen toelichten of over agenda’s van diverse vergaderingen. De praktijken zijn op dit vlak wel heel verschillend van plaats tot plaats. In de ene gemeente krijgen journalisten meteen de gevraagde informatie, of valt die al ergens te lezen, in de andere gemeente is transparantie ver zoek. Voor de geloofwaardigheid van de politiek, een aandachtspunt waar we anno 2020 niet meer omheen kunnen, is een optimale transparantie een meerwaarde voor de communicatie met zowel burgers als journalisten.

Open communicatiecultuur in verband met ambtenaren

Het werd meermaals benadrukt in de interviews: lang niet overal kunnen regiojournalisten spreken met ambtenaren. Nochtans hebben deze vaak bijkomende informatie over technische details van dossiers. Het kan de accuraatheid van de berichtgeving enkel ten goede komen indien informatie gevraagd kan worden aan deze ambtenaren.

Dit rapport leidt hopelijk tot levendige discussies op de werkvloer. Het werk van regiojournalistiek is nooit af, het veld altijd in beweging. Honderden regioreporters geven dagelijks het beste van zichzelf, honderden beleidsmensen geven zich grote moeite om te communiceren over wat ze aan het realiseren zijn voor de burgers van wie ze een mandaat gekregen hebben. Vertrouwen in de politiek en in de pers begint op het lokale niveau. Deze bevraging geeft alvast aan dat tussen de twee belangrijke spelers die we aan het woord lieten, beleidsmakers en regiojournalisten, vertrouwen veel vaker vernoemd werd dan wantrouwen. Een mooie basis om op verder te werken.

5 Bijlage A: Vragenlijst face-to-face interviews beleidsmakers

Personalia:

Functie:

Partij:

Aantal jaren actief in gemeentepolitiek + in welke functie:

Man/ Vrouw :

+ 50 jaar/ - 50 jaar:

Vragen over concrete topics:

1. Bent u over het algemeen **tevreden** over de wijze waarop regiojournalisten items belichten of niet? (waarover tevreden/niet tevreden) **(TEVREDENHEID in schaal van 0 tot 10)**
2. Hebben de meeste regiojournalisten voldoende kennis over de items die ze brengen? **(KENNIS TERZAKE: schaal op 10)**
3. Merkt u dat ze de gegeven info ook checken?
4. Welke evolutie in regioberichtgeving ziet u? **(EVOLUTIE)**
5. Indien er spanning ontstaat met een regiojournalist, waarmee heeft die **spanning** dan meestal te maken? **(SPANNING)**
6. Journalistiek hoort **onpartijdig** te zijn. Is dit volgens u het geval of niet in regiojournalistiek? (graag voorbeelden + gaat het om een uitzondering of niet) **(ONPARTIJDIGHEID)**
7. Stelt u op gemeentelijk vlak een **verruwing en polarisering** van het beleid vast? (zo ja) Ziet u dit ook in de pers? (Zo ja, hoe /voorbeelden) **(POLARISERING)**
8. Brengen regiojournalisten geregeld ook **negatieve zaken aan het licht**? **(KRITISCH GEHALTE)**

(strategie)

1. Bepalen eerder de media of de politiek welke thema's belangrijk zijn? **(AGENDASETTING/ ruimte voor politiek nieuws)**
2. Hoe pak je het aan om iets in de media te krijgen? **(STRATEGIE)**
3. Gebruik je als beleidsmaker **sociale media**? Indien niet, waarom niet? Indien wel: welke en hoe belangrijk is dit? **(ROL SOCIALE MEDIA)**
4. Hoe belangrijk zijn **klassieke media (krant, radio, tv)** nog voor de communicatie met inwoners gemeente? **(ROL MAINSTREAM MEDIA)**

(aard relatie beleidsmaker – journalist)

1. Hoe vaak heeft u **informeel contact** met journalisten, en in welke vorm (telefoontje, lunch, iets drinken op café, wandelgangen...)? **(HOE + HOE VAAK INFORMEEL CONTACT)**
2. Zijn er journalisten die u als **vriend** beschouwt? Zo ja, hoeveel? Wat houdt dit dan in voor u? **(BEVRIEND?)**
3. Vraagt of geeft u wel eens **advies** aan de ander? Zo ja, over welk soort zaken? **(ADVIES)**
4. Heeft u de **persoonlijke telefoonnummers** van een aantal journalisten? Zo ja, hoeveel ongeveer? **(MOBIEL NUMMER?)**

5. In de mate dat er informeel/vriendschappelijk contact is, heeft dit volgens u een positief **impact op de berichtgeving** (hoeveelheid, toon, accuraatheid...)? (**IMPACT VRIENDSCHAP + en -**)
6. Heeft informeel / vriendschappelijk contact met journalisten ook **nadelen**? Zo ja, welke?

Tot slot: Zijn er belangrijke aspecten die we nog niet behandeld hebben, of is er iets dat u hieraan nog wil toevoegen?

6 Bijlage B: Vragenlijst face-to-face interviews regiojournalisten

Personalia:

Medium:

Aantal jaren actief in (regio)journalistiek

Man/ Vrouw

+ 50 jaar/ - 50 jaar

Vragen over concrete topics:

9. Ben je over het algemeen tevreden over de wijze waarop je aan regiojournalistiek kunt doen? (waarover tevreden/niet tevreden) **(TEVREDENHEID: schaal op 10)**
10. Hebben de meeste regiojournalisten volgens u voldoende kennis over de items die ze brengen? Hoe schat je je eigen kennis in? **(KENNIS TERZAKE: schaal op 10)**
11. Welke evolutie in regioberichtgeving heb je gezien? **(EVOLUTIE)**
(doorvragen over rol DIGITALISERING)
12. Indien er spanning ontstaat met een burgemeester of schepen, waarmee heeft die spanning dan meestal te maken? **(SPANNING, concrete voorbeelden?)**
(doorvragen over OPENBAARHEID BESTUUR + toegang tot TOPAMBTENAREN)
13. Journalistiek hoort onpartijdig en onafhankelijk te zijn. Is dit volgens jou het geval of niet in regiojournalistiek? (graag voorbeelden + gaat het om een uitzondering of niet)
(ONPARTIJDIGHEID / ONAFHANKELIJKHEID)
14. Stel je op het vlak van lokale berichtgeving een verruwing en polarisering van het discours vast? (Zo ja, hoe /voorbeelden) **(POLARISERING)**
15. Brengen regiojournalisten geregeld ook negatieve zaken aan het licht? Hoe staat het met het onderzoeksgehalte van de regiopers? **(SCHANDALEN/ ONDERZOEKSJOURNALISTIEK)**

(strategie)

5. Bepalen de media welke thema's belangrijk zijn en in de pers geraken, of eerder beleidsmakers? Is hier evolutie in? **(AGENDASETTERING)**
6. Welke items verdienen zeker aandacht in regiojournalistiek, welke niet? Is er op dat vlak een evolutie in het beleid van je krant? **(NIEUWSCriteria)**
7. Welke rol spelen sociale media bij het traceren van nieuws? **(ROL SOCIALE MEDIA)**
8. Welke rol spelen ze bij het verspreiden van nieuws? Hoe belangrijk zijn deze kanalen in vergelijking met klassieke media? **(ROL MAINSTREAM MEDIA)**
9. Is er een actieve burgerjournalistiek in uw gemeente? Welke rol speelt dit?
(BURGERJOURNALISTIEK)
10. Worden lokale media in uw gemeente gesubsidieerd door beleidsmakers? Hoe, voor welk bedrag? **(SUBSIDIERING)**

(aard relatie journalist - beleidsmaker)

7. Hoe vaak heb je informeel contact met beleidsmakers, en in welke vorm (telefoontje, lunch, iets drinken op café, wandelgangen...)? **(HOE + HOE VAAK INFORMEEL CONTACT)**

8. Zijn er beleidsmakers die je als vriend beschouwt? Zo ja, hoeveel? Wat houdt dit dan in voor jou? **(BEVRIEND?)**
9. Vraag of geef je wel eens advies aan de ander? Zo ja, over welk soort zaken? **(ADVIES)**
10. Heb je de persoonlijke telefoonnummers van lokale beleidsmensen? Zo ja, hoeveel ongeveer? **(MOBIEL NUMMER?)**
- 11.** In de mate dat er informeel/vriendschappelijk contact is, heeft dit volgens jou een positief impact op de berichtgeving (meer en betere info, context...)? **(IMPACT VRIENDSCHAP + en -)**
12. Heeft informeel / vriendschappelijk contact met beleidsmakers ook nadelen? Zo ja, welke?

Tot slot: Zijn er belangrijke aspecten die we nog niet behandeld hebben, of is er iets dat je hieraan nog wil toevoegen?