

# INHOUD

<b>VOORWOORD</b>	<b>7</b>
<b>INLEIDING</b>	<b>9</b>
<b>HET LANDSCHAP</b>	<b>11</b>
1.1 Er was eens: de evolutie van (Vlaamse) nieuwsmedia	11
Print	11
Radio en televisie	13
Medialandschap, -markt of -ecosysteem?	16
Online	17
Hybride	20
Concentratie, convergentie en crossmedialiteit	21
1.2 De Vlaamse <i>Big Five</i> : de machtige mediamastodonten	22
Four van de <i>Big Five</i>	22
Media-integratie	24
Overheidssteun	25
België in het buitenland	27
Waarom concentreren en fuseren bedrijven?	28
1.3 Het huis van vertrouwen? De VRT onder de loep	29
De beheersovereenkomst	32

1.4	De kleintjes blijven klein: het mattheuseffect in het Vlaamse medialandschap	33
	Artikel 15 en het internationale mattheuseffect	35
1.5	Lees lokaal: regiojournalistiek in Vlaanderen	36
	Deel 1: De hoofdpunten	39
<b>2</b>	<b>DE MERKEN</b>	<b>41</b>
2.1	Brand(ing)gevaar: het belang van sterke merken	41
2.2	De online identiteit: een eigen smoel voor Facebook	45
	Wie zoekt, die vindt? <i>Classifieds</i> en hun rol in mediabedrijven	46
	Deel 2: De hoofdpunten	47
<b>3</b>	<b>DE PRODUCTIE</b>	<b>49</b>
3.1	Van poortwachters naar buitenwippers: de veranderende rol van een journalist	49
	Is een journalist een waarnemer of een waakhond?	54
3.2	<i>Sharing is caring:</i> synergieën en eengemaakte nieuwsredacties	55
3.3	De olifant op de redactie: diversiteit en representativiteit	58
3.4	Hondstrouw aan een hondenstiel? De werkomstandigheden van een journalist	64
	Vrijheid, blijheid? Over persvrijheid in België en daarbuiten	66
3.5	Cijfers liegen niet: gebruikersdata op nieuwsredacties	67
3.6	Iedereen beroemd: de rol van burgers in het nieuwsproces	72
3.7	Allemaal ons eigen journaal? Een nieuwe vorm van nieuwspersonalisatie	75

Nieuws op maat: over segmentatie en personalisatie	75
Deel 3: De hoofdpunten	80
<b>4 DE INHOUD</b>	<b>83</b>
Nieuws, wat is dat eigenlijk?	83
4.1 Het laatste woord: bronnendiversiteit in Vlaamse nieuwsmedia	85
4.2 Doorlopende herhalingen? Copy-pastejournalistiek en de gevolgen daarvan	89
Gratis nieuws? De rol van persagentschap Belga	93
4.3 Wij van wc-eend: zelfpromotie in Vlaamse tv-nieuwsverslaggeving	95
4.4 U vraagt, wij zwaaien (met tips): over servicejournalistiek	97
4.5 Ik zie, ik zie wat jij niet ziet: (tele)visie en perceptie	100
4.6 Over het eigen gelijk: naar een verzuiling 2.0? Deel 4: De hoofdpunten	104 108
<b>5 HET GEBRUIK</b>	<b>111</b>
5.1 Nieuwsgebruik in Vlaanderen anno 2022: de naakte cijfers	111
5.2 Liefde in tijden van een pandemie: vertrouwen in nieuws en journalistiek	119
5.3 Jong geleerd, oud gedaan? Veranderend nieuwsgebruik bij de Vlaamse jeugd	123
Deel 5: De hoofdpunten	127

<b>6 NIEUWSDIVERSITEIT</b>	<b>129</b>
6.1 Meten is weten: naar een meetsysteem voor nieuwsdiversiteit?	129
Wat is dat dan, die nieuwsdiversiteit?	131
6.2 Voorgoed veranderd? Journalistiek in tijden van én na COVID-19	134
6.3 Zo gaat het goed, zo gaat het beter: tips en aanbevelingen	136
Deel 6: De hoofdpunten	142
<b>DANKWOORD</b>	<b>143</b>
<b>EINDNOTEN</b>	<b>145</b>