

Journalistieke expertise in het post-digitale tijdperk

EEN INHOUDSANALYSE VAN VACATURES
IN DE LAGE LANDEN



Floor Jansen

Begeleider: Dr. Tom Van Hout

Tweede beoordelaar: Dr. Alexander Pleijter

Master Journalistiek & Nieuwe Media

1-3-2021

Universiteit Leiden

Abstract

We leven in een post-digitaal tijdperk, waarin het digitale en non-digitale volledig met elkaar is verstrengeld. Om in dit multimediale, open landschap te overleven, moet de journalistiek zich scherper profileren. Dit vraagt om een aanscherping van de journalistieke expertise en roept vragen op zoals: hoe zien journalistieke nieuwsmedia het werkveld en op welke manier proberen ze de afbakening tussen professionele journalist en de burger scherp te houden? Deze scriptie is een replicatieonderzoek van het Amerikaanse onderzoek "Redefining Journalistic Expertise in the Digital Transformation: A content Analysis of Job Announcements" (Guo & Volz, 2019), maar dan gericht op de Nederlandse journalistiek. Gebaseerd op de expertise theorie, wordt journalistieke expertise in kaart gebracht aan de hand van een classificatiesysteem. Dit bestaat uit vier categorieën journalistieke expertise, waarmee onderzocht kan worden welke vormen van expertise terug te vinden zijn in Nederlandse journalistieke vacatures. Er is een dataset aangelegd van honderd vacatures en deze zijn onderworpen aan een kwantitatieve inhoudsanalyse. Op deze manier kan in kaart worden gebracht wat men verstaat onder expertise, met name journalistieke expertise, en hoe dit in vacatures van nieuwsmedia wordt gepresenteerd.

Inhoudsopgave

Voorwoord	4
1. Inleiding	5
2. Theoretisch kader	7
2.1 Expertise theorie	7
2.2 Journalistiek in een post-digitaal tijdperk	10
2.3 Journalistieke expertise	13
3. Methode	16
3.1 Codeboek	16
3.2 Kwantitatieve inhoudsanalyse	20
3.3 Coderen	22
4. Resultaten	24
4.1 Functietitels en mediatypes in Nederlandse journalistieke vacatures	24
4.2 Journalistieke expertise in Nederlandse vacatures	25
4.3 Typen nieuwswerkers	30
4.3.1 De multimedia journalist	31
4.3.2 De traditionele journalist	32
4.3.3 De adaptieve journalist	33
4.3.4 De 'ideale kandidaat'	34
5. Conclusie	36
Literatuurlijst	38

Voorwoord

Mijn scriptietraject begon meer dan een jaar geleden, in het pre-corona tijdperk. Vol goede moed begon ik aan mijn scriptie, met de intentie deze voor het begin van mijn zomerstage af te ronden. Zoals veel dingen in het leven, ging dit ook niet helemaal zoals gepland. Het coronavirus verspreidde zich langzaam ook in Nederland en het dagelijks leven en daarmee ook de studie, vonden grotendeels online plaats, waardoor mijn motivatie en discipline ver te zoeken was. Ik begon aan mijn stage en mijn scriptie kwam volledig links te liggen. Na het afronden van de stage eind september, was mijn plan om me weer volledig in het scriptietraject te storten, maar ondertussen had ik me vastgebeten in een totaal andere tak van sport waar ik mijn handen vol aan had: een eigen bedrijf. Dit ging (en gaat nog steeds) als een trein, waardoor de scriptie aanvoelde als een vervelende bijzaak. Na maanden van uitstellen en vastlopen, voelde de scriptie als een gigantisch obstakel. Dit kon zo niet langer. Ik moest bevrijd worden van het blok aan mijn been, en dus moest ik toch echt deze scriptie afschrijven. Vanaf dat moment ben ik alsnog niet fulltime ermee aan de slag gegaan, maar heb ik wel de balans weten te vinden tussen het schrijven van een scriptie en het verder opbouwen van mijn bedrijf. Dit is het resultaat. Ik ben opgelucht en ook trots dat het me toch is gelukt. Ondanks de vertraging is het allemaal goed gekomen en staat er een masterscriptie op papier.

Dit was mij uiteraard niet gelukt zonder de fijne en motiverende begeleiding van mijn begeleider dr. Tom Van Hout, die na periodes van radiostilte steeds de mails met “het duurt toch wat langer”, en “ik heb er niet zoveel aan gedaan” moest ontvangen. Naast de stevige, maar terechte feedback, was een blijk van vertrouwen altijd terug te lezen in het antwoord, wat mij weer nieuwe moed gaf om door te gaan. Tom, bedankt voor je geduld, vertrouwen en goede begeleiding. Daarnaast gaat mijn dank uit naar alle mensen die mij mentale steun hebben geboden.

1. Inleiding

Zijn journalisten experts? En zo ja, hoe ziet deze expertise er precies uit? Wat zijn de specifieke afbakeningen van het journalistieke domein, zoals deze normatief zijn vastgesteld? Dit is een discussie die al langere tijd wordt gevoerd en onderzocht (Anderson, 2017). Het herdefiniëren van journalistieke expertise is dan ook niet geheel verrassend, aangezien het medialandschap tegenwoordig luidruchtiger is dan ooit. Algoritmen bepalen wat je leest, fake-news verovert Twitter, veel wordt klakkeloos het internet opgeslingerd en meningen en emoties lijken belangrijker dan feiten. “Journalists are confronted with a new reality that requires new skill sets, competencies and knowledge that they previously didn’t possess” (Guo & Volz, 2019, pp. 1). Het verzamelen, selecteren en verspreiden van nieuws gaat via digitale platformen, zoals sociale media, websites en podcasts, wat aan de ene kant veel nieuwe mogelijkheden biedt voor nieuwsmedia om informatie te verzamelen en verspreiden, maar wat tegelijkertijd ook vraagt om nieuwe functies en vaardigheden van de journalist. Journalisten hebben het niet alleen zwaar in het huidige post-truth tijdperk, waarin feiten worden ondergesneeuwd door meningen, ook moeten ze constant de kennis en vaardigheden bijspijkeren om in een digitaal, multimediaal landschap te kunnen fungeren.

De journalist is niet langer de objectieve verslaggever van feiten en de waakhond van de maatschappij, maar is veranderd in een ‘information manager’ (Hermans, Vergeer, d’Haenens, & Joniaux, 2009) die content filtert en contextualiseert, wat door het publiek belangrijk wordt geacht. Het bepalen van welk nieuws en welke onderwerpen nieuwswaardig zijn en waarom, wordt overgelaten aan de consument. Hierdoor verliest de journalistiek haar autoriteit en expertise als objectief informatie orgaan, met een minder goed geïnformeerd publiek als gevolg, wat steeds problematischer wordt (Boyer, 2013, pp. 4).

Journalistieke opleidingen proberen constant te vernieuwen en hun studenten op te leiden met een zo divers mogelijk pakket aan expertise (Field & MacMillan, 2011; Kang & Ritzhaupt, 2015), maar moeten niet juist de grenzen worden aangescherpt? Als bekend is wat er van een journalist wordt verwacht, wat er wordt gevraagd door de media industrie, moet daar niet juist op worden ingespeeld, zodat opleidingen hier hun voordeel mee kunnen doen? Digitalisering heeft de journalist onder druk gezet en nieuwsmedia gedwongen om anders te werk te gaan en nieuwe eisen te stellen aan de journalisten: “Specific competencies may be required to fulfil this new task in a world of bloggers, citizen journalists, commenters and proactive news users” (d’Haenens, Opgenhaffen & Corten, 2013, pp. 4). Niet alleen deze nieuwe taak en functie van de journalist is veranderd door digitale innovaties, ook de kijk van de maatschappij op expertise komt ter discussie te staan. Self-made experts zijn steeds populairder en de academische expert wordt door de maatschappij afgewezen (Nichols, 2017). De burger beslist zelf wel wat betrouwbare informatie is en denkt het zelf beter te weten. Uit een VUB-onderzoek (2011-2016) is aangetoond dat de grens tussen professionele journalisten en burgersverslaggeving steeds kleiner wordt (UVB Press, 2019). In dit onderzoek is bijvoorbeeld bij The

Guardian vastgesteld dat het zich aan de moderne tijd heeft aangepast, door publiek actief te laten participeren in het nieuwsproces. Dit proces van co-creatie, oftewel *citizen journalism*, wordt al bijna overal toegepast. Hiermee is de invloed op het nieuws van journalisten van de The Guardian sterk verminderd.

De journalisten worden ook niet meer als 'misdaadbepalende elite' erkend. Veel meer dan voorheen wordt de mediaorganisatie gestuurd door haar externe omgeving. De grens tussen traditioneel nieuws geproduceerd door journalisten en andere bijdrages door niet-journalisten op de website vervaagt hierdoor steeds meer (Feron, 2019).

Deze ontwikkelingen brengen veel aandacht voor expertise met zich mee en roepen vragen op over onze kennismaatschappij. Wie bepaalt nu eigenlijk wat waardevolle kennis is? Wanneer kan je iemand een expert noemen en wat is journalistieke expertise in een wereld waarin kennis en vaardigheden makkelijk op te zoeken en te leren zijn? Is het niet juist in deze tijd noodzakelijk te vertrouwen in 'elite gatekeepers', journalisten die geverifieerd nieuws brengen, uitzoeken wat belangrijk is en wat niet, wat waar is en wat niet (Kang & Ritzhaupt, 2015). Het is tijd dat we teruggrijpen op expertise, een vorm van kennis en competenties waar men voor wordt getraind en wat is geprofessionaliseerd.

Om in dit open, multimediale landschap te overleven, zal de journalistiek zich namelijk scherper moeten profileren (Bardoel, 2010, pp. 1). Dit vraagt om een aanscherping van de journalistieke expertise en roept vragen op, zoals: hoe zien journalistieke nieuwsmedia het werkveld en op welke manier proberen ze de afbakening tussen professionele journalist en de burger scherp te houden? Het doel van deze scriptie is om in kaart te brengen wat men verstaat onder expertise, met name journalistieke expertise, en hoe deze in vacatures van nieuwsmedia wordt gepresenteerd. Dit onderzoek is een replicatieonderzoek van het Amerikaanse onderzoek "Redefining Journalistic Expertise in the Digital Transformation: A content Analysis of Job Announcements" (Guo & Volz, 2019). In dit onderzoek zijn 669 Amerikaanse vacatures geanalyseerd, afkomstig van Indeed.com tussen 1 juli en 31 december 2017. Uit deze analyse zijn vier typen journalistieke expertise met bijbehorende vaardigheden tot stand gekomen, welke afgeleid zijn uit vorig onderzoek (Carpenter, 2009; Massey, 2010; Pitt & Mewburn, 2016; Wenger, Owens, & Cain, 2018). Aan de hand van deze categorieën zijn de expertise voorkeuren in de vacatures geanalyseerd en gemeten, wat uiteindelijk in kaart brengt wat verschillende nieuwsmedia van nieuwswerkers verwachten.

Een analyse zoals deze biedt inzicht in de gevraagde expertise binnen de journalistiek en is daardoor maatschappelijk zeer relevant. Dit is nuttig voor studenten en toekomstige journalisten, omdat het aantoont wat er van een journalist wordt verwacht. Uit het onderzoek wordt duidelijk op welke manier nieuwsmedia bepaalde eisen communiceren, wat er wordt verstaan onder journalistieke expertise en welke ideeën er bestaan over de journalistiek op dit moment. Dit Amerikaanse onderzoek

biedt een duidelijk en overzichtelijk meetinstrument, wat dient als goede basis voor een replicatieonderzoek. Het is interessant om te kijken of dit ook toe te passen is op de Nederlandse journalistiek en in hoeverre dit verschilt in de resultaten. Is het belang van de journalist als 'information manager' bijvoorbeeld duidelijk zichtbaar, of grijpt nieuwsmedia toch terug op het traditionele idee van de journalist als 'gatekeeper'? De centrale vraag die in dit onderzoek beantwoord zal worden is:

Hoe definiëren nieuwsmedia journalistieke expertise in hun vacatures en welke ideeën over de journalistiek schemeren daarin door ?

Om deze vraag te beantwoorden zal er eerst een theoretisch kader worden geschetst over het begrip expertise, journalistieke expertise en de journalistiek in het post-digitale tijdperk. Een kwantitatieve inhoudsanalyse aan de hand van vacatures geeft uiteindelijk informatie over de gevraagde expertise door nieuwsmedia. Er is binnen dit discours veel geschreven over journalistieke expertise en de constant veranderende rol van de journalist. Juist omdat het journalistieke werkveld zo snel verandert, er voortdurend moet worden ingespeeld op nieuwe trends en platformen, is het belangrijk om soortgelijke onderzoeken te blijven vernieuwen en actualiseren. Door het recente onderzoek van Guo en Volz (2019) te repliceren, maar dan gericht op Nederland, kunnen wellicht nieuwe, actuele inzichten worden toegevoegd aan het wetenschappelijke discours van *journalism studies*.

2. Theoretisch kader

Het centrale begrip in dit onderzoek is expertise. In de eerste paragraaf zal dit concept besproken worden aan de hand van verschillende definities en opvattingen. Vervolgens worden huidige ideeën over post-digitale journalistiek uiteengezet, en tot slot wordt journalistieke expertise behandeld en onderverdeeld in een classificatiesysteem. Dit dient als basis voor de kwantitatieve inhoudsanalyse van de vacatures.

2.1 Expertise theorie

Guo en Volz (2019) definiëren expertise allereerst als 'know-how': "the application of physical, perceptive and cognitive abilities to perform essential functions; it has also been understood as an organized body of knowledge in a specific domain; and finally, it is considered as the ability to detect a novel situation and apply knowledge to solve a new problem" (pp. 3). Om van expertise te spreken, zijn er volgens deze definitie dus drie voorwaarden. Ten eerste bezit men het vermogen om bepaalde taken juist uit te voeren. In deze scriptie wordt dit gedefinieerd als vaardigheden; bepaalde handelingen, zoals interviewen of monteren, waar iemand bekwaam in is. Vervolgens wordt kennis van een specifiek domein aangehaald. We definiëren dit als de informatie en ervaring die iemand heeft. Dit is nodig om werkzaam te zijn in een bepaald vakgebied. Als dokter moet je bijvoorbeeld

kennis en ervaring hebben van het menselijk lichaam om een bepaalde diagnose te stellen, als advocaat moet je kennis hebben van het wetboek en ervaring hebben met zaken, om aan een rechtszaak te kunnen werken etc. Het laatste concept dat onder expertise valt volgens het onderzoek, is dat men in staat is om te gaan met nieuwe situaties en kennis weet toe te passen om problemen op te lossen. Dit soort kennis verhoudt zich dus tot de houding of het soort beroepsattitude dat iemand heeft. Denk aan een kritische houding of oplossingsgericht zijn. Voor een jurist is het kennen van het wetboek niet voldoende, deze kennis moet hij of zij ook toe kunnen passen in nieuwe situaties en andere contexten.

De theorie van expertise is binnen verschillende disciplines onderzocht en heeft ook veel uiteenlopende definities. Binnen de psychologie, antropologie en de sociologie wordt expertise voornamelijk gezien als een cognitief (vermogen om kennis op te nemen), cultureel (iets wat mensen doen; uitvoeren en toepassen van expertise binnen een bepaalde context) en sociaal (groepsgedrag) concept. De verschillende benaderingen hebben kleine, maar belangrijke verschillen in hun opvattingen.

In de sociologische benadering staat groepsgedrag en blootstelling aan en verwerving van domeinspecifieke, stille kennis centraal. In het onderzoek van Carpenter (2009) wordt gebruik gemaakt van de sociologische benadering van Hatano (1982). Hatano onderscheidt twee soorten, namelijk *routine expertise* en *adaptieve expertise*. *Routine expertise* verwijst naar het leren van vaardigheden en kennis die verkregen wordt door het procedureel uitvoeren van bekende en dezelfde taken. *Adaptieve expertise* is naast het hebben van vaardigheden en kennis ook het vermogen om te begrijpen waarom bepaalde zaken gaan zoals ze gaan of kunnen anticiperen op complexe zaken met nieuwe oplossingen (Carpenter, 2009): “Adaptive expertise is linked to a professional’s abstract knowledge, meta-cognitive abilities, cognitive flexibility, analogical problem-solving skills and self-reflexivity” (Carbonell et al., 2014; Hatano 1988; Hatano & Inagaki 1984, in Guo & Volz, 2019, pp. 4).

Binnen de sociologie is voortgebouwd op de expertise-theorie van Hatano (1982) door expertise verder te categoriseren als ofwel *contributory expertise*: vaardigheden en kennis die men opdoet door iets te leren en te oefenen binnen een bepaald vakgebied en dit vervolgens kan toepassen om een taak juist uit te voeren (denk aan wetenschappers). Of *interactional expertise*: de interactie die men heeft met andere experts, ofwel de verwerving en blootstelling aan domein specifieke kennis (Collins & Evans, 2007). “‘Interactional expertise’ – the ability to converse expertly about a practical skill or expertise, but without being able to practice it, learned through linguistic socialization among the practitioners” (Collins, 2004, pp. 1). Een journalist die bijvoorbeeld onderzoek doet naar het coronavirus, begint als het ware als non-expert. Hoe meer interactie de journalist heeft met de viroloog die hierin gespecialiseerd is, hoe beter de journalist erover mee kan praten. *Interactionele expertise* is dus een sociologische benadering, waarbij het mogelijk is om een bepaald vakgebied te begrijpen, zonder deel uit te maken van dit vakgebied.

Binnen de psychologie ziet men expertise als een persoonlijk, cognitief gegeven: het vermogen om kennis op te nemen en de kennis en de vaardigheden die je als individu bezit (Ericsson, 2018). Denk bijvoorbeeld aan schaken; om dit te kunnen spelen moet je de basisregels kennen, maar je moet ook het vermogen hebben om het spel te begrijpen, aanleren. Volgens antropologen is het gecompliceerder dan alleen het hebben van kennis van zaken en vaardigheden die je bezit. Voor antropologen (Goodwin, 1994; Boyer, 2008) is expertise ook het hebben van ervaring, wat men verkrijgt door deel te nemen aan bepaalde praktijken. Dit betekent dus dat je niet alleen de basisregels van het schaken moet kennen, maar om goed te kunnen schaken en zelfs om te winnen, moet je honderden schaakpotten spelen voordat je er écht goed in wordt. Dezelfde opvatting wordt gedeeld door Collins & Evans (2018): “Where there is participation – i.e. experience – there can be expertise; where there is no participation there can be no expertise because there has been no opportunity to acquire the relevant tacit knowledge” (pp. 3). Hierin overlappen de antropologische en sociologische benadering elkaar.

Tot slot gaat expertise ook om hetgeen wat mensen doen met die ervaring (Carr, 2010). Denk aan een tandarts die je gebit controleert, een rechter die een straf oplegt, een makelaar die een huis voor je zoekt, iemand die een voorlichting geeft of een rapport opstelt. Boyer (2008) beschrijft expertise als volgt: “I would suggest that we define an expert as an actor who has developed skills in, semiotic-epistemic competence for, and attentional concern with, some sphere of practical activity”(pp. 2). Met andere woorden: expertise vereist naast het hebben van de juiste kennis, vaardigheden en ervaring, ook een bepaalde mate van handelen. In het onderzoek van Grundmann (2006) wordt eveneens verondersteld dat een expert, naast het hebben van ervaring en vaardigheden, iets moet doen met zijn of haar expertise: “What matters is their performance. They are asked to share their knowledge (or at least some of it) and advise others what to do. In this way knowledge becomes a capacity to act (Stehr 1994)” (pp. 3). Dat een bepaalde handeling een vereiste is voor expertise, ligt bij het feit dat het concept expert door anderen wordt toegekend:

An expert . . . is someone who is reckoned to be likely to be experienced in the relevant matters. ... In effect, shared experience relies on the ability to recognize a kind of attribute or property that people (“experts”) can be said to possess. Expertise thus resembles “tacit knowledge” as understood by scholars in science studies’ (Dear 2004: 206–207). Many people may advertise themselves as experts but they will only be able to play this role when a client starts to use their service (see Martin 1973). (Grundmann, 2016, pp. 3).

Er is vraag naar bepaalde ‘stille kennis’ die niet zomaar iedereen bezit. Pas als dit wordt gedeeld met anderen, kan de status ‘expert’ worden toegekend. Iemand kan het wel bezitten, maar wordt pas gezien als expert als er anderen mee geholpen kunnen worden of als er advies kan worden gegeven over bepaalde zaken. Men moet met de vaardigheden, kennis en ervaring, overgaan tot actie.

Expertise moet gedeeld worden, aangezien alleen anderen de status van expert kunnen toewijzen. Expertise fungeert dus als een afbakening: zij die specialistische kennis (informatie van een specifiek domein kennen), vaardigheden (bepaalde handelingen kunnen uitvoeren) en ervaring hebben in iets dat herkend wordt door anderen, en zij die dat niet hebben. De sociologische benadering lijkt de definities van expertise het best samen te vatten. Op deze theorie wordt dan ook in het onderzoek van Guo en Volz (2019) voortgeborduurd. De belangrijkste opvatting over expertise is dat men het vermogen heeft om kennis op te doen, vaardigheden kan leren en uitvoeren binnen een bepaald domein, en dat er interactie plaatsvindt met andere experts, ofwel domeinspecifieke kennis verwerft door middel van blootstelling aan andere expertise gebieden (Collins & Evans, 2007). Dit laatste is zeker van belang voor journalisten, aangezien zij verslag doen over de meest uiteenlopende onderwerpen.

2.2 Journalistiek in een post-digitaal tijdperk

We zitten in een post-digitale wereld. Digitale technologie is niet meer nieuw, het is inmiddels ingebed in onze maatschappij. Onze samenleving is doordrongen met technologie en we zijn altijd online. Post-digitaal betekent dus niet dat het digitale tijdperk achter ons ligt, het betekent dat de maatschappij verstrengeld is met digitale technologie. De grote omwenteling is voltooid en vrijwel alles is gemediatiserd (Rasch, 2017). In deze paragraaf wordt er gekeken naar de stand van zaken van de journalistiek binnen dit post-digitale tijdperk. Valt het digitale en non-digitale nog wel van elkaar te onderscheiden? Wat is er allemaal veranderd, toegevoegd, verdwenen onder invloed van digitalisering?

Schrijfvaardigheid, verslaggeving en het op waarde inschatten van nieuws en daarmee de maatschappij informeren, werd lange tijd gezien als de traditionele taak van de journalist (Dupagne & Garisson, 2006; Fahmy, 2008). Volgens Deuze (2019) was deze traditionele rol een set aan waarden waar een journalist zich aan diende te houden. “Such as breaking news, uncovering the truth, and providing a public a service” (pp. 1). Gekoppeld aan professionele nieuwsmedia, zoals de krant of bepaalde omroepen, ontleende de journalistiek zich hier een betrouwbare identiteit aan. Dit waren dé plekken om betrouwbare informatie te vinden met hoge journalistieke kwaliteit. Expertise werd gewaarborgd in de ‘newsrooms’ met hardwerkende journalisten. Deze traditionele rol van de journalist als waakhond van de maatschappij is in het post-digitale tijdperk steeds complexer geworden. Het publiek, het proces van informatie verzamelen en de platformen waarmee het gedistribueerd wordt, zijn door digitalisering compleet veranderd (Nikunen, 2014).

Een grote verschuiving binnen de journalistiek is de relatie en communicatie met het publiek. Er is een groeiend verlangen van het publiek om meer te participeren en hun eigen kennis en mening te delen. Social-media en interactieve platformen maken deze participatie mogelijk, waar het publiek aan kan deelnemen. Communicatie tussen de journalist en het publiek verliep voor het internettijdperk op ofwel persoonlijk niveau of via massacommunicatie, maar de online journalistiek vervaagt dit

onderscheid en communiceert op meerdere manieren met de consument (Fahmy, 2008). Het consumeren van nieuws gebeurt ook steeds minder via traditionele platformen, zoals de krant of de televisie, maar via mobiele technologieën, waar de journalist constant in moet blijven vernieuwen (Hirst & Treadwell, 2011; Drok, 2013). De journalistiek is dus aanwezig, maar in een diverse, hybride vorm, waarin de journalistiek een gefragmenteerd publiek dient en waarin het publiek ook steeds meer uitgaat van het eigen gelijk. Dit brengt de journalistiek bij het volgende probleem: post-truthism. Dit begrip werd in 2016 door Oxford Dictionaries uitgeroepen tot woord van het jaar, en verwijst naar een maatschappelijk klimaat waarin meningen en emoties belangrijker worden geacht dan feiten. Het gaat soms zover, dat de wetenschap wordt afgewezen en feitelijke onjuistheden de wereld in worden geholpen. Een actueel voorbeeld is ex-President Trump, die geregeld onwaarheden de wereld in hielp via Twitter. Kwaliteitskranten die bekend stonden om hun accurate factcheckers, die Trumps uitspraken over klimaatverandering etc. onderuit haalden, werden door Trump en zijn aanhangers uitgemaakt voor bevooroordeelde journalisten die deel uitmaakten van de elite (Het Parool, 2017). Journalistiek heeft de afgelopen decennia veel ingeleverd onder invloed van het internet en de digitale mogelijkheden:

Internet heeft het nieuws gedemocratiseerd. Dat heeft veel moois en veel onzin opgeleverd. Het is aan de journalist om zijn traditionele taak als feitenonderzoeker met nog meer verve te brengen en zo een gezond alternatief te zijn voor Facebookgelul. Vakmanschap is meesterschap (Het Parool, 2017).

In een maatschappij waarin informatie toegankelijk is voor iedereen, blijft het achterhalen van de waarheid toch een van de belangrijkste functies van de journalist (Drok, 2013). Naast deze functie, is de journalist ook een soort 'guide-dog' (Drok, pp. 4), waarbij de consument aan de hand wordt genomen in onze complexe kennismaatschappij. De rol van de journalist is niet langer het snel verzamelen en verspreiden van nieuws, maar het analyseren en uitleggen is tegenwoordig belangrijker. De rol van de media gaat van beschrijvend naar interpretatief, waarin de journalist fungeert als iemand die complexe zaken vertaald naar een logisch verhaal (Reich, 2012).

Een andere verschuiving die heeft plaatsgevonden binnen de journalistiek, is dat digitale expertise wordt verwacht. Met name het bezitten van multimediale vaardigheden en technische skills is de nieuwe standaard in het medialandschap van nu (Fahmy, 2008; Willnat, Weaver & Choi, 2013). Er is steeds meer sprake van convergentie, waardoor de individuele journalist steeds meer verschillende vaardigheden moet bezitten (Deuze, 2004; Fahmy, 2008; Ogenhaffen, d'Haenens & Corten, 2013; Nikunen, 2014). De manieren waarop journalisten het nieuws duiden, gebeurt namelijk op multimediaal niveau en wordt verspreid via het internet, wat betekent: via tekst, maar ook via video's, foto's, reportages, podcasts etc. Dit soort internetmedia is niet meer weg te denken uit het

huidige medialandschap, maar het maken van dit soort producties vergt dus specifieke kennis op verschillende gebieden, zoals video-skills, fotografie-skills en uiteraard schrijf-skills.

Om de constant veranderende journalistiek bij te houden, moeten nieuwsmedia daarom ook hoog inzetten op digitale expertise (Bakker, 2014; Deuze, 2005). "Such a cross-media concept demands of the journalist definite insights into the functional strengths, weaknesses, styles and routines of the various media" (Drok, 2013, pp. 4). Een groot scala aan vaardigheden en kennis wordt verwacht en de journalist moet zich aan elk nieuw online platform dat uit de grond schiet aanpassen. Journalisten moeten bijvoorbeeld gebruik maken van digitale bronnen en online informatie, moeten weten hoe alle social-media platformen werken, zelf een filmpje maken en monteren, weten hoe audio werkt, met data werken. Maar kan een journalist al deze vaardigheden en kennis bezitten? Door convergerende redacties worden nieuwe vaardigheden opgedragen, maar dit wil niet zeggen dat de kwaliteit van het werk hetzelfde blijft. Een logisch gevolg hiervan is dat er nieuwe journalistieke functies ontstaan, om de kwaliteit op deze manier te waarborgen. Social-media redacteuren, online editors en datajournalisten veroveren het journalistieke medialandschap (Fahmy, 2008).

Traditionele journalistiek is gecombineerd met nieuwe aspecten door digitalisering en moet juist gezien worden als een verbetering, aldus Bakker (2014). Deze combinatie kan tegenwoordig gevonden worden in de MoJo-journalistiek: Mobile Journalism. Dit betekent dat een journalistiek product wordt gemaakt met alleen de smartphone. Met enkele handige gadgets tovert een journalist de smartphone om tot een soort systeemcamera, maar blijft het wel gemakkelijk in gebruik. Tegenwoordig wordt er van journalisten namelijk verwacht dat ze alles zelf doen: voorbereiding, filmen en fotograferen, editen, etc. Dit kan ervoor zorgen dat de kwaliteit van de inhoud verloren gaat. MoJo zorgt ervoor dat journalisten zich meer kunnen focussen op het onderwerp en hun journalistieke vaardigheden in de praktijk kunnen brengen. Als interviewer wil je juist bezig zijn met de juiste vragen stellen en het creëren van diepgang, niet met alle functies en technische aspecten van een ingewikkelde camera. Met het simpele gebruik van MoJo kunnen journalisten hun journalistieke kennis weer op de voorgrond plaatsen, in plaats van de technische kennis.

Dat de journalistiek is geëvolueerd, kan niet worden ontkend. Maar betekent dit dan ook dat de journalistiek al zijn traditionele waarden heeft verloren? Volgens Deuze (2019) is het juist belangrijk om deze waarden te waarborgen en is de journalistiek nog om dezelfde redenen als voor de digitalisering van belang voor de maatschappij:

I no longer believe that the news industry as it has traditionally been organized is necessary for journalism as an ideology to survive and remain relevant to people's lives. What I do deeply care about is finding ways to prepare anyone for the perspective of a journalist (e.g., by investing in critical and creative media literacy research and training): dedicated to finding

multiple perspectives, the process of rigorous verification, and the craft of telling compelling stories that matter to people's lives (Deuze, 2019, pp. 3).

De essentie blijft dus hetzelfde, maar aangevuld met nieuwe mogelijkheden die het werk van de journalist rijker, maar ook complexer maakt. Nieuwe manieren om journalistieke inhoud te presenteren, vragen automatisch om nieuwe skills en kennis van technologische middelen. Dit moeten journalisten aanleren. "Al die technieken zullen nooit de basis vervangen, namelijk: het schrijven van stukken waarin je op zoek gaat naar de waarheid, naar het nieuws, de verhalen achter het nieuws" (Ockhuysen, 2018). Daarnaast is het ook van belang dat journalisten, in een onbegrensd multimediaal landschap met ongefundeerde meningen en emoties, hun eigen niche blijven afbakenen.

De grote vraag is hoe de journalistiek het overleeft in een onbegrensde stroom aan informatievoorzieningen, met het internet als hoofdrolspeler, die zorgt voor vervaging van de grenzen van het vak. Volgens Bird (2009, pp. 295) is het zaak dat de maatschappij blijft investeren in goed functionerende nieuwsorganisaties die nieuwe informatie genereren, in plaats van bestaande content rond te pompen. "The fundamental challenge that online journalists pose for journalists in traditional media is not about money or even job security. It is about the notion of professionalism", aldus Jane Singer (2003, pp. 139). Daarom stelt zij dat journalisten hun positie als professional en expert moeten versterken: "establish[ing] a monopoly on expertise that makes them irreplaceable" (idem, pp. 141).

2.3 Journalistieke expertise

Expertise wordt binnen de journalistiek onder andere gedefinieerd als het vermogen om goede journalistieke prestaties te leveren, aldus Carpenter (2009). Aan de andere kant wordt een sociologische benadering voornamelijk toegepast, waarbij normatieve grenzen van een bepaald werkveld bepalen wat geldt als expertise; expertise gebaseerd op bepaalde competenties (vaardigheden, kennis, houding) (Carpenter & Kanver, 2017; Lewis & Westlund, 2015). Benaderingen zoals deze definiëren journalistieke expertise als het hebben van vaardigheden en kennis, denk aan schrijven, editen en het werven van bronnen. Reich (2012) voegt hieraan toe: "that journalists do not possess journalistic expertise, but they instead possess interactional expertise because they need to know how to extract information from recognized human experts and present sources' knowledge and opinions of complex issues" (in Carpenter & Kanver, 2017, pp. 2). Hierbij gaat het dus niet enkel en alleen om de traditionele vaardigheden, maar ook om het vermogen om inhoudelijke kennis uit een specifiek domein te begrijpen en over te brengen. Hun expertise ligt dan in het vermogen om met andere experts te werken en de kennis van deze experts te vertalen voor non-experts. Journalistieke expertise kan dus het best benaderd worden vanuit een sociologische invalshoek. Het 'beroep' journalist kan alleen worden afgebakend door normatief vastgestelde competenties die de journalist onderscheidt van de burger.

From this perspective, journalists do not possess unique knowledge, but rather the profession encompasses several rationalizations as to why their existence is necessary (McCombs, 1974). Thus, the research outcomes of this line emphasize narratives and justifications. Democratic normative rationalizations are used to combat professions from encroaching on their intellectual turf and enable them to construct boundaries around their areas of expertise (Carpenter & Kanver pp. 3).

Om de grenzen te kunnen herkennen, moet gekeken worden naar bepaalde competenties: hiermee worden de vaardigheden, kennis en houding van een journalist bedoeld. Wat moet een journalist kunnen om van journalistieke expertise te spreken? Traditionele journalistieke vaardigheden, zoals verslaggeving en het schrijven van artikelen en nieuwsberichten blijven volgens onderzoek de basis van de journalistiek (Dupagne & Garrison 2006; Guo & Volz, 2019). Fahmy (2008) vult dit aan door te zeggen dat naast deze traditionele vaardigheden, ook digitale vaardigheden tot de basis van expertise behoren. Guo en Volz (2019) geven aan dat in recentelijk onderzoek de betekenis van journalistieke expertise is veranderd. Journalistieke expertise zou door de jaren heen steeds meer vervaagd zijn in betekenis. Toch zijn journalisten van mening dat de basis van hun expertise nog steeds ligt in het verzamelen en interpreteren van informatie (pp. 5). Daar tegenover zetten ze de benadering van Meyers en Davidson (2016), die juist beargumenteren dat de veranderingen binnen de journalistiek een vruchtbaar landschap creëert voor nieuwe vormen van journalistieke expertise. Een verandering in expertise waar journalisten door de digitalisering mee te maken hebben gekregen is dat er kennis van digitale platformen vereist is en dat ze moeten weten hoe hiermee om te gaan. Er wordt bijvoorbeeld verwacht dat een journalist social-media kanalen in kan zetten om het bereik te vergroten.

Voortbouwend op de *interactional expertise* van Reich (2012), ontstaat er een nieuwe definitie van journalistieke expertise door Lewis en Westlund (2015), met name gericht op vaardigheden in de digitale wereld. Ze onderscheiden drie criteria: “breaking it into three categories: social interactions, networked interactions and skill sets” (pp. 10). De eerste categorie bevat de interactie met digitale bronnen en het publiek. *Networked interactions* wordt uitgelegd als de interactie van de journalist met technologie; een socio-technische interactie die je bijvoorbeeld hebt als datajournalist. De laatste categorie verwijst naar de praktische vaardigheden van een journalist. Bijvoorbeeld het kunnen programmeren en coderen van teksten of een database aanleggen. Ook hier is er dus sprake van een combinatie van sociale vaardigheden, interactie met andere domeinen en praktische vaardigheden.

In het onderzoek van Carpenter & Kanver (2017) wordt journalistieke expertise gemeten aan de hand van bepaalde indicatoren. Zo is bijvoorbeeld ervaring een belangrijk criterium: “As one’s experience increases, one’s efficiency and skill increase. It is expected that previous employment at

different journalism organizations will be an indicator used to communicate their journalistic expertise” (pp. 5). Daarnaast maakt een diploma in een journalistiek-gerelateerd werkveld iemand ook geschikt om als journalist aan de slag te gaan. Een belangrijk punt om tot een professionele status te komen is dan ook het volgen van een journalistieke educatie, aldus Carpenter & Kanver (2017). Een andere indicator is het hebben van technische en niet-technische vaardigheden. Experts gebruiken hun vaardigheden, kennis en ervaring om bepaalde taken uit te voeren. Zo moeten journalisten ook bepaalde competenties hebben om hun werk goed te doen. *Routine expertise* is gedefinieerd als “expertise consisted of skills knowledge such as writing, shooting video, and editing, while adaptive knowledge included skills such as critical thinking and bilingual knowledge. She found the majority of employers wanted someone with both types of expertise. In fact, skills play a key role in hiring decisions” (pp. 6). Tot slot wordt er ook een vorm van *interactional expertise* aangevoerd. Als een journalist goed is in schrijven over een bepaald onderwerp, zoals politiek of sport, is dit meestal tot stand gekomen door de interactie met bronnen uit dat specifieke domein.

Bovenstaande opvattingen over expertise in het algemeen en journalistieke expertise specifiek, bieden een aantal nuttige categorieën om dit onderzoek mee te ondersteunen. Omdat dit een replicatieonderzoek betreft, zullen dezelfde categorieën aangehouden worden, zoals deze worden omschreven in het artikel van Guo en Volz (2019). Ze brengen journalistieke expertise onder in de volgende categorieën: *Traditionele expertise, innovatieve expertise, adaptieve expertise en interactieve expertise* (Guo & Volz, pp. 5). De categorieën *traditionele expertise* en *innovatieve expertise* zijn afgeleid uit *routine expertise*, zoals Hatano (1982) in zijn expertise theorie heeft gedefinieerd als journalistieke procedurele vaardigheden. Denk aan het herhaaldelijk uitvoeren van journalistieke taken, zoals schrijven en editen. Innovatieve expertise is voornamelijk de kennis en vaardigheid om met technologische zaken bezig te zijn, zoals multimediaproducties, data-analyse, audience-measurement en social-media. Onder *adaptieve expertise* wordt een aantal vaardigheden verstaan, zoals: kennis van een onderwerp hebben of organisatorische vaardigheden bezitten. Hierdoor kan een journalist zich aanpassen aan verschillende situaties en contexten en is zelfs in staat om oplossingen te vinden binnen andere disciplines. Interactieve expertise is het vermogen om als journalist relaties aan te gaan met andere experts, de consument en met collega's.

Er zijn verschillende definities van de term expertise besproken, met name vanuit de sociologische hoek, waar deze categorieën uit voortvloeien. De mogelijkheden op digitaal vlak die tegenwoordig voor bijna iedereen beschikbaar zijn, maken de journalistiek rijker, maar ook complexer. Om journalistieke grenzen aan te scherpen, zal er eerst gekeken moeten worden naar de huidige journalistieke expertise, en op welke manier het zich uit in vacatures. De vier categorieën journalistieke expertise worden in het volgende hoofdstuk weergegeven in een schema, om zo een duidelijk overzicht te geven van het soort expertise en de daarbij behorende vaardigheden, kennis en houding.

3. Methode

De categorieën die in het vorige hoofdstuk zijn besproken, zijn ondergebracht in onderstaande tabel (zie tabel 1). Wat volgt in dit hoofdstuk is een toelichting op de totstandkoming van dit codeboek en op welke manier dit onderzoek is gedaan.

Tabel 1. Vier categorieën van journalistieke expertise aan de hand van het te repliceren onderzoek van Guo en Volz (2019).

<u>Traditional expertise</u>	<u>Innovative expertise</u>	<u>Adaptive expertise</u>	<u>Interactional expertise</u>
1. Schrijven	1. Data-analyse	1. Organisatorische	1. Communicatie
2. Editen	2. Audience-	vaardigheden	vaardigheden
3. Nieuwswaarde	measurement	2. Meertaligheid	2. Marketing
beoordelen	3. Multimedia/	3. Flexibiliteit	skills
4. Verslaggeving	technische skills	4. Kennis van bepaalde	3. Schrijven voor
5. Interviewen	4. Social-media	onderwerpen	doelgroepen
6. Fotograferen/	5. Web development	5. Ethische	4. Netwerk skills
opnemen	6. Content	verantwoordelijkheid	5. Leidinggeven
7. Onderzoeks-	creatie/strategie	6. Kritische houding/	
vaardigheden	7. Design	pro-actief	

De verschillende vaardigheden die in tabel 1 te zien zijn, zijn niet maar voor één uitleg vatbaar. Om dit verder te specificeren, volgt het codeboek, met onder elke variabele een omschrijving en interpretatie van het begrip. De betekenis is deels overgenomen van het te repliceren onderzoek, en deels tot stand gekomen door te kijken naar de omschrijving in de Nederlandse vacatures. Door beide interpretaties en omschrijvingen te combineren, is uiteindelijk een afbakening gemaakt voor elk begrip.

3.1 Codeboek

Variabelen journalistieke vaardigheden met bijbehorende definitie en beschrijving.

Traditionele expertise

1. Schrijven

Schrijven betekent een goede schrijfvaardigheid hebben als journalist. In de vacatures wordt dit ook wel omschreven als: een vlotte pen, goede redactionele vaardigheden hebben, verhalen schrijven, content schrijven, goede beheersing van de Nederlandse taal, aantrekkelijke schrijfstijl, uitstekend taalgevoel en je bent goed in het schrijven van artikelen.

2. Editen

Het klaarmaken van materiaal voor publicatie, in zowel tekst als beeld. Beeldselectie, editen, monteren, omgaan met bewerkingsprogramma's.

3. Nieuwswaarde inschatten

Het op waarde schatten en beoordelen van nieuws. Dit wordt ook wel een 'neus voor nieuws' genoemd. Andere definitie die bij deze variabele horen zijn: je bent goed op de hoogte van wat er speelt, je bent sterk in het duiden van nieuws, jij bent te vinden voor de laatste nieuwtjes, je hebt gevoel voor nieuws, nieuwsselectie, signaleert snel nieuws, je weet welke verhalen relevant zijn, je volgt de laatste ontwikkelingen op de voet en je hebt kennis van inhoudelijke veranderingen.

4. Verslaggeving

De algemene omschrijving van deze variabele is het overbrengen van nieuws, in zowel woord als beeld. Het rapporteren van bepaald nieuws, verhalen etc. Het gaat om de stand van zaken dat is opgeschreven of dat wordt verteld. Ingewikkelde zaken moeten helder worden verwoord, je weet hoe je nieuws brengt en vertelt, je kunt een verhalende bijdrage leveren voor zowel tv, online, radio en social-media.

5. Interviewen

Kennis van een ander vergaren door het stellen van vragen. Het voorbereiden van interviews. Je weet het onderste uit de kan te halen in interviews. Je durft vragen te stellen.

6. Opnemen/fotograferen

Het opnemen van video's, beeld, foto's nemen. Beeld en videoproducties maken. Camjo-journalistiek, Mojo (Mobiele Journalistiek).

7. Onderzoeksvaardigheden

Het raadplegen van bronnen. Op onderzoek uitgaan. Verdiepen in een bepaalde tak van sport. Onderwerpen tot op de bodem uitzoeken. Het verifiëren van feiten.

Innovatieve expertise

8. Data-analyse

Het interpreteren, controleren en begrijpen van data en cijfers. Je weet hoe je teksten optimaliseert, je hebt kennis van SEO en Google Analytics.

9. Audience-measurement.

Het meten van zoekwoorden online en voorkeuren van bezoekers. Omgaan met Google Analytics, SEO, gebruikersonderzoek, kennis van publieke voorkeuren. Het meten van engagement via bijvoorbeeld enquêtes, online polls en interactie met het publiek.

10. Multimedia/ technische skills.

Dit houdt in dat je zowel voor online als voor print moet kunnen werken en voor verschillende kanalen en platformen inzetbaar bent. Denk aan beeld, audio en tekst. Internetgebruik speelt een grote rol. Onder technische skills verstaat men kennis van bepaalde programma's, zoals Adobe Photoshop, Adobe Premiere Pro, After effects etc. Je kunt met nieuwe media werken en hebt ervaring met cms-systemen. Je bent een digitale duizendpoot.

11. Social-media

Je hebt kennis van alle social media kanalen en je weet hoe je deze in moet zetten. Je bent een social media-expert. Je kunt schrijven voor online media en online kanalen. Je begrijpt social-media en je kunt dit slim inzetten om nieuws te verspreiden. Internettoepassingen en social-media zijn voor jou makkelijk te combineren.

12. Web development/ webcare

Onderhouden of opzetten van websites. Je hebt kennis van cms-systemen, zoals Wordpress. Schrijven van webteksten en het gebruiksvriendelijk maken van websites.

13. Content creatie / strategie

Het bedenken, aandragen, pitchen van content. Op welke manier kunnen we goede inhoud leveren, wat slaat aan. Content creatie wordt ook gelinkt aan creativiteit, want je moet immers originele ideeën aandragen. Je weet hoe je goede content bedenkt, maar ook hoe je dit op een juiste manier inzet. Je doet suggesties aan de eindredactie, je ontwikkelt zelf content, je vertaalt redactionele wensen en ideeën in online mogelijkheden. Zelfstandig bedenken en produceren van boeiende en relevante verhalen. Je bent creatief. Je bent een creatieve denker en je verkent grenzen, zowel inhoudelijk als op het gebied van nieuwe vertelvormen. Doelgroepgerichte inhoud produceren, sterke inhoudelijke content bedenken.

14. Design

Onder design valt datavisualisatie. Denk aan het bedenken, maken en produceren van infographics, podcasts, filmpjes, explainers en andere informatieproducten. Je laat inhoudelijkheid samengaan met creatieve vormgeving. Je weet waar een goede video aan moet voldoen.

15. Organisatorische vaardigheden

Deze vaardigheid houdt in dat je georganiseerd en gestructureerd bent. Dit houdt in dat je onder druk kunt werken, kunt omgaan met deadlines, stressbestendig bent en een juiste planning weet aan te houden. Je hebt goed overzicht en controle over je werk. Prioriteren, plannen en organiseren. Je kunt goede beslissingen maken in alle hectiek van het werk, je weet rustig te blijven. Je schakelt snel.

16. Meertaligheid

Uitstekende beheersing van de Nederlandse taal, met een tweede taal als pré. Ervaring met schrijven en redigeren van Engelse teksten. Engelse en Duitse leesvaardigheid, gedegen kennis van de Italiaanse taal, perfecte beheersing van Nederlandse en Engelse taal in zowel woord als schrift.

17. Flexibel

Deze vaardigheid houdt in dat je een groot aanpassingsvermogen hebt. Je hebt geen 9-5 mentaliteit, je vindt het niet erg om in de weekenden of avonden te werken. Je hebt een flexibele instelling in zowel werktijden als werkzaamheden.

18. Kennis van bepaalde onderwerpen

Deze vaardigheid vraagt om een bepaalde algemene kennis of juist kennis van een specifiek onderwerp. Een politiek verslaggever moet bijvoorbeeld kennis hebben van de politiek en een radio-dj moet affiniteit en kennis hebben van de muziekwereld. Een brede algemene ontwikkeling valt hier ook onder. Evenals interesse en affiniteit met een bepaald vakgebied of onderwerp. Kennis van de actualiteit.

19. Ethische verantwoordelijkheid

Dit houdt in dat een journalist zich makkelijk aanpast aan een bepaalde situatie, ethisch verantwoorde keuzes maakt, zaken vanuit verschillende perspectieven belicht en morele kwesties beoordeelt. Je kunt vernieuwend denken in aanpak, invalshoeken en vertelvormen. Je denkt probleemoplossend en je kunt analyseren en reflecteren: wat werkt wel, wat werkt niet?

20. Kritisch/ pro-actief/nieuwsgierig

Je denkt actief na, je bent kritisch, je bent nieuwsgierig en niet bang om vragen te stellen. Je denkt actief mee over nieuwe onderwerpen, je bent ondernemend ingesteld, je bent een kritische observator, je houdt van aanpakken, je bent gedreven, resultaatgericht, innovatief en je durft van de gebaande paden te stappen.

21. Communicatieve vaardigheden

Deze vaardigheid beheers je als je goed overweg kunt met zowel het publiek, andere experts en je collega's. Je bent ofwel een teamplayer, maar je weet ook goed hoe je zelfstandig moet werken. Je werkt gemakkelijk met anderen, je bent bevoegen en sociaal, je kunt goed luisteren, je bent communicatief sterk.

22. Marketing skills

Onder marketing skills behoort het vermogen om commercieel te denken, je hebt kennis en ervaring in de online marketing, je weet hoe je bepaalde inhoud moet presenteren voor een bepaalde doelgroep, je speelt in op het publiek, etc. SEO-proof schrijven, dus je weet welke woorden je moet gebruiken om beter gelezen te worden.

23. Schrijven voor doelgroepen

Deze vaardigheid bezit je als je teksten kunt schrijven die gericht zijn op bepaalde doelgroepen. Je kunt complexe informatie omzetten in een heldere tekst of video, die voor iedereen te begrijpen is. Het toegankelijk maken van inhoudelijk ingewikkelde onderwerpen. Je voelt de doelgroep haarfijn aan. Ervaring met het schrijven voor diverse doelgroepen.

24. Netwerk skills

Het onderhouden van een netwerk. Je bent sociaal en je vindt netwerken leuk, je weet mensen aan je te binden, je hebt een gedegen netwerk, je hebt een relevant netwerk in een bepaalde sector.

25. Leidinggeven

Je hebt het vermogen om te onderwijzen en te coachen. Je kunt freelancers en vrijwilligers aansturen. Je hebt het vermogen om leiding te geven en een team aan te sturen. Je bent niet bang om feedback te geven. Je kunt snel beslissingen maken, je neemt de verantwoordelijkheid en je kunt probleemoplossend denken.

3.2 Kwantitatieve inhoudsanalyse

Het analyseren van vacatures biedt een inzicht in wat nieuwsmedia verwachten van nieuwswerkers in het post-digitale tijdperk. Op deze manier schetsen ze ook hun eigen perceptie op het vak journalistiek en welke expertise hierbij hoort. Om na te gaan welke eisen er worden gesteld aan journalistieke expertise, wordt er in deze scriptie gebruik gemaakt van een kwantitatieve inhoudsanalyse. De methode is deels hetzelfde als het onderzoek dat wordt gerepliceerd, om op deze manier de vergelijking mogelijk te maken. "Kwantitatieve inhoudsanalyse richt zich op de inhoud van media en

biedt met name antwoord op vragen over hoe vaak bepaalde media-inhouden in bepaalde contexten voorkomen” (Koetsenruijter & Van Hout, 2014, pp. 193). Alle eigenschappen en vaardigheden die worden gevraagd in de vacatures zijn handmatig gecodeerd, zodat deze achteraf geteld konden worden. Het uiteindelijke doel is namelijk om na te gaan hoe vaak bepaalde vaardigheden worden gevraagd, en dus welk soort journalistieke expertise de voorkeur heeft.

Voor dit onderzoek is er een corpus aangelegd van 100 vacatures die zijn geplaatst op Indeed.nl, De Nationale Vacaturebank, en Villamedia.nl tussen februari 2020 en mei 2020. Hierbij is gebruik gemaakt van de zoekwoorden ‘journalist’, ‘editor’, ‘schrijver’, ‘verslaggever’ en ‘redacteur’. De vacatures moesten aan de volgende eisen voldoen: het gaat om vacatures van nieuwsmedia, een journalistiek bedrijf dat is gericht op het produceren van nieuws (dus voor een krant, tijdschrift, omroep, tv-programma, bedrijf). Andere bedrijven, de overheid, NGO’s of PR-bedrijven zijn buiten beschouwing gelaten, vanwege de beperkte omvang van dit onderzoek. Indien de vacatures van bovengenoemde bedrijven worden meegenomen in de dataset, wordt de omvang te groot. De vacatures zijn geselecteerd op functie en het soort mediabedrijf (print, online-only, broadcast). Uit de eerste zoekronde kwamen ongeveer 160 vacatures. Dubbele vacatures, tijdelijke functies en irrelevante (dus geen journalistieke functie) vacatures zijn vervolgens verwijderd, zodat er ongeveer 100 vacatures over bleven als uiteindelijke [dataset](#). Een typisch voorbeeld van zo’n vacature ziet er zo uit:

Redacteur online en social media 32 uur – 38 uur per week (0,84 fte – 1 fte)
Als redacteur online en social media kom je te werken op de afdeling Communicatie, bestaande uit 7 professionals. Je werkterrein bevindt zich tussen het openbaar bestuur, de politiek, het bedrijfsleven en maatschappelijke organisaties. Je rapporteert aan het Hoofd Communicatie.
Wat ga je doen? Samen met je collega’s ondersteun jij de organisatie om zich te positioneren als hét instituut voor onderzoek en debat over de impact van wetenschap, technologie en innovatie op ons leven. Afgelopen jaar is er met een grotendeels vernieuwd communicatieteam al veel gedaan aan het programmatisch brengen van onderzoeksrapporten, artikelen en andere publicaties. Jij gaat het team versterken als regisseur van de content voor de website, de maandelijkse nieuwsbrief en de verschillende social media kanalen van onze organisatie. Je vindt het leuk om op basis van onderzoeksrapporten en artikelen in samenwerking met de communicatieadviseurs leesbare en toegankelijke content voor de website te creëren. Waar nodig zorg je voor beeld dat de informatie verduidelijkt, bijvoorbeeld foto’s, video’s, grafieken en infographics. Het is een pre als je kunt werken met verschillende programma’s van Adobe Creative Cloud. Je denkt ook na over welke andere online kanalen je inzet om onze doelgroepen te bereiken. Webstatistieken en social media intelligence helpen je daarbij om continu te verbeteren. Ook maak je de thema’s, boodschappen en inzichten uit onze activiteiten zichtbaar en toegankelijk voor een breed publiek en ondersteun je bij diverse (communicatie)projecten.

Wij zoeken een professional met:

- Minimaal HBO+ werk- en denkniveau. Een afgeronde relevante WO opleiding Communicatie of journalistieke achtergrond is een duidelijke pre
- Minimaal 3 jaar ervaring als webredacteur, communitymanager of een vergelijkbare rol, bij voorkeur bij politieke, bestuurlijke of maatschappelijke organisaties.
- Ervaring met Drupal is een pre, net als met Adobe software
- Aantoonbare ervaring met het toegankelijk maken van inhoudelijk ingewikkelde onderwerpen
- Ervaring met beeldselectie
- Ervaring met (organische) vindbaarheid / SEO, gebruiksvriendelijkheid en webanalyse
- Ervaring met het schrijven voor en het inzetten van social media
- Ervaring met content management systemen en social media intelligence is een pre
- Goede beheersing van de Nederlandse en Engelse taal (in woord en geschrift)
- Kennis van of affiniteit met wetenschap, technologie en/of innovatie
- Goed ontwikkelde sociale vaardigheden, een flexibele instelling en daadkracht
- Interesse in maatschappelijk relevante ontwikkelingen
- Van nature nieuwsgierig en politiek-sensitief en pragmatisch ingesteld

(Villamedia, feb 2020)

3.3 Coderen

Het opzetten van een codeerschema is in verschillende fases opgebouwd. Het eerste codeboek is gebaseerd op de vier categorieën van expertise, zoals in het te repliceren onderzoek is vastgesteld (zie tabel 1). Hierin zijn uiteindelijk 26 verschillende variabelen geïdentificeerd om het soort journalistieke expertise te meten. Omdat dit onderzoek wordt toegepast in Nederland, moet er worden nagegaan of de initiële codewoorden/variabelen ook toe te passen zijn op Nederlandse vacatures en of deze valide genoeg zijn voor een betrouwbaar onderzoek. Daarvoor zijn er 10 vacatures handmatig gecodeerd en is er nagegaan of er nieuwe variabelen aan het licht kwamen. Zoals in bovenstaand voorbeeld te zien is, wordt er eerst een schets gegeven van de baan, wat je als medewerker gaat doen en wat er van je verwacht wordt. In dit onderzoek gaat het specifiek om de vereisten vanuit de organisatie. Er wordt dus vooral gekeken naar teksten die beginnen met 'Wij zoeken', 'Profiel schets', 'Wie ben jij?', 'Wat verwachten we van jou?' of letterlijk 'Functie-eisen'. Dit geeft uiteindelijk een beter beeld van wat de nieuwsmedia van een nieuwswerker verwacht, in plaats van wat er binnen een organisatie wordt gedaan.

Het handmatig coderen van de 10 vacatures met de variabelen uit het Amerikaanse onderzoek, toonde aan dat deze niet eenduidig waren. Wat verstaat men onder design? Wat wordt er nu precies bedoeld met audience-measurement? Om dit onderzoek ook op Nederlandse vacatures toe te passen, was het noodzakelijk om de betekenis van de variabelen opnieuw vast te leggen, gericht op Nederlandse journalistieke praktijken. De betekenissen van de variabelen zijn tot stand gekomen door te kijken wat er nu precies in de vacature wordt gevraagd, en hoe zich dit eventueel zou vertalen in een bijbehorende variabele. In het onderzoek van Guo en Volz (2019) wordt met design bijvoorbeeld datavisualisatie bedoeld. Het omzetten van data in begrijpelijke teksten of beeld. Na het analyseren van Nederlandse vacatures, is geconcludeerd dat termen zoals 'infographics maken' en 'het kunnen omzetten van complexe data naar duidelijke teksten of beeld' kunnen worden gelinkt aan de variabele

'design'. Codewoorden zoals 'on air' zijn geschrapt, omdat dit in de Nederlandse vacatures niet voorkomt.

De aanpassingen of nieuwe betekenissen van de variabelen zijn toegevoegd aan het codeboek, waarmee er nog eens 10 vacatures zijn gecodeerd. Het linken van een bepaalde 'vaardigheid' aan een variabele is dus eerst handmatig gebeurd, nog een keer herhaald, aangepast en opnieuw toegepast, om zo de variabelen goed af te bakenen en te kijken of het codeboek voldoende was aangepast op Nederlandse vacatures. Pas toen de variabelen eenvoudiger te linken waren aan de vereisten in de vacatures, is er serieus gecodeerd. Omdat een eisenpakket in vacatures vaak bestaat uit een opsomming, waren deze gevraagde 'vaardigheden' uiteindelijk makkelijk te labelen aan de variabele die erbij hoort. Het uiteindelijke codeboek gaat uit van de vier categorieën van expertise, met in totaal 25 variabelen. Deze variabelen met bijbehorende waarden zijn uitgebreid omschreven in paragraaf 3.1.

Traditionele expertise wordt gemeten aan de hand van de aanwezigheid van traditionele vaardigheden die worden genoemd in de vacatures (Fahmy, 2008). Deze vaardigheden zijn: het schrijven van artikelen, editen (het klaarmaken van materiaal voor publicatie), het op waarde schatten van nieuws, verslaggeving, interviewen, fotograferen of opnemen en onderzoeksvaardigheden (bronnen raadplegen etc.). Deze vorm van expertise wordt in de vacature voor *Redacteur online en sociale media* bijvoorbeeld geformuleerd als: 'Ervaring met beeldselectie'. Innovatieve expertise bevat de volgende variabelen: data-analyse (cijfers controleren, interpreteren en begrijpen), 'audience measurement' (meten van voorkeuren en zoekwoorden bezoekers online), multimedia skills/ technische kennis (internetgebruik, werken met verschillende soorten media, zoals video, infographics, tekst, audio), website of social media publicaties, web development (het maken en coderen van een website of platform), content strategie (creatie van sterke content, doelgroep gerichte inhoud produceren) en design (data visualisatie, infographics maken). Deze vorm van expertise is veel terug te vinden in het voorbeeld van de vacature *Redacteur online en sociale media*. Zinnen zoals 'Ervaring met Drupal/Adobe software' en 'Ervaring met (organische) vindbaarheid / SEO, gebruiksvriendelijkheid en webanalyse', 'Ervaring met het schrijven voor en het inzetten van social-media', 'Ervaring met content management systemen en social media intelligence is een pre' duiden op het hebben van multimediale/ technische vaardigheden, social media ervaring en data-analyse.

Vaardigheden die behoren tot het aanpassingsvermogen van een journalist behoren tot de categorie adaptieve expertise. Hieronder vallen de vaardigheden: organisatorisch vermogen, meertaligheid, kritische/ pro-actieve houding (nieuwsgierig, actief meedenken, aanpakker), flexibiliteit en kennis van bepaalde onderwerpen (inlezen, informatie vergaren, kennis opdoen, affiniteit hebben met een bepaald onderwerp). Ook journalistieke ethiek behoort tot de adaptieve expertise (Martin et al., 2005). Dit houdt in dat een journalist zich makkelijk aanpast aan een bepaalde situatie, ethisch verantwoorde keuzes maakt, zaken vanuit verschillende perspectieven belicht en morele kwesties

beoordeelt. In de voorbeeldvacature komt dit terug als: ‘Goede beheersing van de Nederlandse en Engelse taal (in woord en schrift)’, ‘Kennis van of affiniteit met wetenschap, technologie en/of innovatie’, ‘flexibele instelling’ en ‘Van nature nieuwsgierig en politiek-sensitief en pragmatisch ingesteld’.

Tot slot de categorie interactieve expertise. Dit is het vermogen van de journalist om met andere experts te werken en om goed overweg te kunnen met het publiek/ de lezer (Reich, 2012). De vaardigheden die hieronder vallen zijn communicatieve vaardigheden (goed communiceren, teamplayer, samenwerking), marketing vaardigheden (benoemd als ‘audience engagement’, ‘marketing’, ‘branding’ en PR in de vacatures), het schrijven voor doelgroepen, netwerk vaardigheden en leidinggeven (vermogen om te onderwijzen, beslissingen maken, verantwoordelijkheid en probleemoplossend denken). Deze expertise wordt bijvoorbeeld geformuleerd als ‘Goed ontwikkelde sociale vaardigheden’ en kan worden gekoppeld aan de variabele ‘communicatieve vaardigheden’. De variabele ‘schrijven voor doelgroepen’ kan gelinkt worden aan de zin ‘Aantoonbare ervaring met het toegankelijk maken van inhoudelijk ingewikkelde onderwerpen’. Het corpus is onderworpen aan het codeboek met bovenstaande variabelen en bijbehorende waarden, en onderverdeeld in functie, mediatype en het soort expertise dat gevraagd wordt. Het coderen is gedaan met het programma Atlas 9, wat het achteraf eenvoudig maakte om de variabelen te tellen.

4. Resultaten

Welke expertise wordt er gevraagd van een journalist? Wanneer ben je een expert? Welke eisen hebben duidelijk de overhand? Hoe is dit te verklaren? Digitale journalistiek veronderstelt kennis van sociale media en online technieken, wat in het onderzoek van Guo en Volz (2019) ook wordt bevestigd. Er is vooral veel vraag naar ‘multi-skilled journalists’ (pp. 16) en dit heeft grotendeels te maken met de hoge mate van convergerende redacties en digitale innovaties. Dit wil zeggen dat gescheiden redacties worden samengevoegd, waardoor werknemers steeds meer taken op zich moeten nemen. Het bezitten van de vaardigheden die deze extra taken vragen, is hier een gevolg van. Naast de veel gevraagde innovatieve expertise, blijven traditionele vaardigheden, zoals schrijven, ook een belangrijk onderdeel van journalistieke expertise. Ondanks het feit dat dit onderzoek is uitgevoerd in de Verenigde Staten, is te verwachten dat deze resultaten ook in Nederland naar voren komen, aangezien vergelijkbare ontwikkelingen plaatsvinden op het gebied van online-journalistiek.

4.1 Functietitels en mediatypes in Nederlandse journalistieke vacatures

In de eerste stap van de inhoudsanalyse is gemeten welke functietitel er het meest voorkomt. Er is voor het verzamelen van de data gewerkt met de variabelen ‘journalist’, ‘editor’, ‘schrijver’, ‘verslaggever’ en ‘redacteur’. Deze codes zijn wederom toegespitst op het Nederlandse medialandschap. Omdat bewerken een fundamenteel onderdeel is van schrijven, behoort ‘editor’ en

‘redacteur’ tot dezelfde betekenis.

Uit de analyse van de 100 Nederlandse vacatures komt naar voren dat 67% bestaat uit de functietitel redacteur. In het Amerikaanse onderzoek van Guo en Volz (2019) is dit slechts 13.8%, met de titel day/night editor. Deze vergelijking is mogelijk, omdat ‘editor’ over het algemeen wordt vertaald naar ‘redacteur’. In het Nederlands krijgt de term redacteur wel een bredere invulling dan het Engelse editor. Een redacteur is soms ook een verslaggever of journalist. De meest voorkomende functietitel in het onderzoek is die van een verslaggever (reporter), terwijl deze slechts 14% bedraagt in Nederlandse vacatures. De functietitel journalist wordt in 6% van de gevallen gevraagd, schrijvers 2%, producers 6% en content managers 5%. Ook is er een onderscheid gemaakt in het soort mediatype, waaruit blijkt dat de meeste bedrijven bestaan uit een combinatie van print/online/broadcast (55%). Vacatures waarin alleen kandidaten worden gezocht voor online bedraagt 34%, print 2% en broadcast/TV 9%. De uitschieters voor online en de combinatie online/print laat duidelijk zien dat mediabedrijven steeds meer inspelen op online media en dat print langzaam naar de achtergrond verdwijnt. In het onderzoek van Guo en Volz (2019) komt print meer voor, goed voor 19.28%. Een verklaring zou kunnen zijn, dat er aanzienlijk meer kranten worden gepubliceerd in Amerika in vergelijking met Nederland.

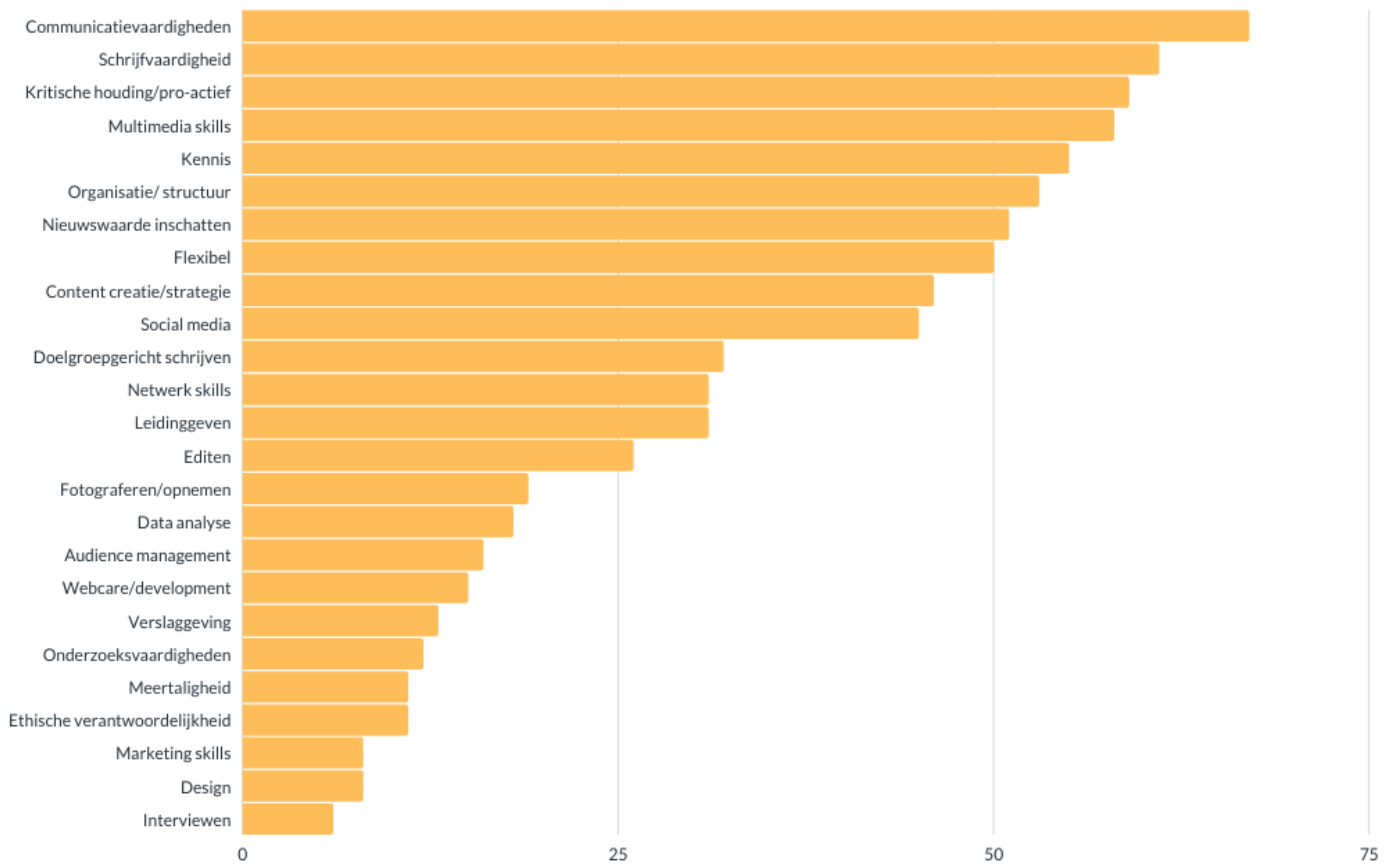
4.2 Journalistieke expertise in Nederlandse vacatures

De vraag die hier centraal staat, is hoe journalistieke expertise door verschillende nieuwsmidia wordt gedefinieerd en welke eisen worden gesteld door middel van vacatures. Eerst wordt gekeken naar de frequentie van een bepaald soort expertise of vaardigheid, om dit later te kunnen verklaren. In dit onderzoek komt naar voren (zie figuur 1.) dat communicatieve vaardigheden het meest gevraagd worden (67%), gevolgd door schrijfvaardigheid (61%). Betekent dit dat de morele paniek dat er alleen nog maar ‘information managers’ werkzaam zijn ongegrond is? Dat schrijven als een van de belangrijkste vaardigheden wordt gezien binnen de journalistiek, is dezelfde conclusie als in het Amerikaanse onderzoek, waarin ook wordt verwezen naar oudere studies (Carpenter, 2009). Toch betekent de hoge eis van schrijfvaardigheid niet dat de journalistiek haar autoriteit volledig heeft herwonnen. Immers, bestaande content moet men ook goed kunnen herschrijven en verpakken als information manager en er hangt meer aan het vak ‘journalist’ dan alleen goed kunnen schrijven.

Zoals verwacht in een post-digitaal tijdperk, zijn multimedia vaardigheden ook een veel gevraagde eis. In 58% van de vacatures wordt benadrukt dat men multimedia skills moet hebben. Meer dan de helft dus. Dit resultaat is niet geheel verassend, ook in het onderzoek van Guo en Volz (2019) komt naar voren dat multimedia skills veel wordt gevraagd. Deze vaardigheid is te herkennen in zinnen als ‘kennis en ervaring van cross mediale platforms’, ‘vermogen om verhalen multimediaal te vertellen’ en ‘Goed op de hoogte van de ontwikkelingen op het gebied van internettoepassingen’,

maar ook verstand hebben van technische aspecten zoals CMS-systemen, design software zoals Adobe Photoshop of Adobe Premiere Pro, SEO schrijven en publiceermogelijkheden zoals Word Press.

Figuur 1. Het percentage van expertise gemeten in de vacatures. N=100.



De vraag naar goede organisatorische vaardigheden lijkt ook steeds belangrijker. In dit onderzoek wordt er in 53% van de vacatures vereist dat iemand bijvoorbeeld gestructureerd is, goed om kan gaan met deadlines en het overzicht weet te bewaren. In het Amerikaanse onderzoek ligt dit percentage nog hoger (74%). Guo en Volz (2019) maken in het onderzoek de vergelijking met een onderzoek van Wenger en Owens (2012), waarin ‘werken met deadlines’ de meest gevraagde vaardigheid was met betrekking tot organisatorische vaardigheden. Dit was toen slechts 28% (Guo & Volz, 2019). Tegenwoordig, zo stellen Guo en Volz in hun onderzoek, benadrukken mediabedrijven deze vaardigheid steeds meer: “Media employers now seek candidates who are ‘highly organized and have a reputation for meeting deadlines’ or ‘are able to multitask under deadline and in stressful situations” (2019, pp. 11). In de Nederlandse vacatures is dit ook terug te zien, aangezien in meer dan de helft van de gevallen gezocht wordt naar kandidaten die kunnen ‘prioriteren, plannen en organiseren’, ‘kunnen werken onder stressvolle deadlines’, ‘stressbestendig zijn’, ‘overzicht kunnen bewaren’ etc. Logisch, want er wordt in deze tijd steeds meer gevraagd van een journalist. Een groter takenpakket, het beheersen van diverse vaardigheden en de snelheid van het nieuws, kan zorgen voor stressvolle

situaties. Het bezitten van organisatorische vaardigheden lijkt dus bijna noodzakelijk in het post-digitale tijdperk en is zelfs meer gevraagd dan bijvoorbeeld de traditionele vaardigheden nieuwswaarde inschatten (51%) en onderzoeksvaardigheden (12%).

Opvallend is dat communicatieve vaardigheden het meest worden gevraagd (67%). Communicatieve vaardigheid verwijst naar interactieve expertise, wat betekent dat je het vermogen hebt om een goede interactie met bijvoorbeeld je baas en collega's te hebben. Dit uit zich op verschillende manieren in de vacatures. Deze vaardigheid wordt vaak verwoord als 'werkt gemakkelijk samen met anderen', 'is bevoegen en sociaal', 'contactvaardigheid', 'zowel solo als in teamverband kunnen werken', 'communicatief sterk, zowel in woord als schrift' en 'is een echte teamplayer'. Ook de resultaten van het Amerikaanse onderzoek laten dit soort cijfers zien, zelfs 73%. Mediabedrijven zijn steeds meer op zoek naar kandidaten met een bepaald soort persoonlijkheid, wat soms de andere vaardigheden van minder waarde doet lijken.

Guo en Volz (2019) hebben het in hun onderzoek over bepaalde journalistieke kwaliteiten die in een nieuw hybride type samenvallen. Als multimedia journalist moet je bepaalde vaardigheden uit verschillende expertise categorieën onder de knie hebben. Vooral marketing gerelateerde skills worden toegevoegd aan het takenpakket van de journalist. Dit is ook te zien in de Nederlandse vacatures. Hoewel marketing skills an sich niet heel hoog scoren, doen aparte onderdelen uit de marketingwereld dat wel. Denk aan audience-engagement (16%), social-media (46%) en content creatie/strategie (48%). Guo en Volz (2019) concluderen dat de vaardigheid audience-measurement een hoge prioriteit heeft voor nieuwsmedia: "This growing trend, as explained by Hamilton (2004), is a response to the continuing shift of news consumption to an audience-centered market where audience are increasingly resorting to their social media channels for news." (pp. 17). Het resultaat uit de Nederlandse vacatures is compleet tegenovergesteld. Audience-measurement wordt in 16% van de gevallen gevraagd, terwijl dit wel een belangrijk element is in de huidige nieuwsmedia. Door digitalisering en teruglopende advertentie inkomsten, ligt het inspelen op de voorkeuren van de bezoekers, lezers en kijkers meer voor de hand. Hiervoor moet de journalist precies weten wat iemand wilt lezen en dat wordt gemeten via publieksanalyses. Wat de resultaten ook laten zien, is dat nieuwsverslaggeving slechts in 13% van de gevallen wordt gevraagd. Een vaardigheid die gezien wordt als een traditioneel element van de journalistiek. Dit bevestigt de trend die te zien is in de journalistieke wereld, dat journalistiek niet meer alleen het duiden en verslaan van nieuws is op traditionele wijze, maar dat het gaat om multimediale nieuwsverslaggeving (Bakker, 2014). Deze multimediale verslaggeving bestaat uit het herverpakken van bestaande content, denk aan nieuws van sociale media, factchecks etc.

In tabel 2 is de verdeling van vereiste vaardigheden per categorie expertise te zien. Er zijn zeven vaardigheden die behoren tot *traditionele expertise*, gevolgd door zeven, zes en vijf vaardigheden in respectievelijk *innovatieve expertise*, *adaptieve expertise* en *interactieve expertise*.

Figuur 2 laat overzichtelijk alle categorieën zien met de bijbehorende vaardigheden en het is opvallend dat traditionele expertise, zoals editen, fotograferen, verslaggeving, onderzoeksvaardigheden en interviewen nog maar weinig wordt gevraagd door nieuwsmedia in de vacatures. Schrijfvaardigheid en het inschatten van nieuwsaarde lijken nog de enige twee traditionele vaardigheden die belangrijk worden geacht voor een journalist. Deze laatste constatering komt overeen met eerdere studies, zoals die van Wenger en Owens (2012), waaruit blijkt dat journalisten naast hun multimedia expertise, nog steeds geacht worden goed te kunnen schrijven, en van Ockhuysen die stelt: "Al die technieken zullen nooit de basis vervangen, namelijk: het schrijven van stukken waarin je op zoek gaat naar de waarheid, naar het nieuws, de verhalen achter het nieuws" (2018). De vervaagde grenzen van de journalistiek en het 'journalistieke declinisme' vragen om een aanscherping van deze grenzen en om nieuwe definities van journalistiek expertise (Boyce 2006; Lewis & Westlund 2015; Nichols, 2017; Guo & Volz 2019). Niet alleen traditionele en innovatieve vaardigheden zijn vereist, ook interactieve expertise speelt een steeds grotere rol, aldus Reich (2012). Interactieve vaardigheden die genoemd worden in vacatures zijn bijvoorbeeld communicatievaardigheden, schrijven voor doelgroepen, netwerken, leidinggeven en marketing.

Tabel 2. De volgorde en het type expertise gevraagd in de vacatures.

Variabele	Expertise	Percentage van aantal vacatures (%) N=100
<i>Traditionele expertise</i>		
TE1	Schrijven	61
TE2	Nieuwsaarde inschatten	51
TE3	Editen	26
TE4	Fotograferen/opnemen	19
TE5	Verslaggeving	13
TE6	Onderzoeksvaardigheden	12
TE7	Interviewen	6
<i>Innovatieve expertise</i>		
INNO1	Multimedia/technische skills	58
INNO2	Content creatie/strategie	46
INNO3	Omgaan met social-media	45
INNO4	Data-analyse	18
INNO5	Audience-measurement	16
INNO6	Web development/ webcare	15
INNO7	Design	8
<i>Adaptieve expertise:</i>		
AD1	Kritische houding/ pro-actief	59
AD2	Kennis van bepaalde onderwerpen	55
AD3	Organisatie/ structuur	53
AD4	Flexibel	50
AD5	Ethische verantwoordelijkheid	11
AD6	Meertaligheid	11

Interactieve expertise

INTER1	Communicatieve vaardigheden	67
INTER2	Schrijven voor doelgroepen	32
INTER3	Leidinggeven	31
INTER4	Netwerk skills	31
INTER5	Marketing skills	8

Figuur 2. Verdeling van de 25 meest gevraagde vaardigheden in journalistieke vacatures.



Toch is het opmerkelijk dat een belangrijk traditioneel element uit de journalistiek, onderzoeksvaardigheid, zo weinig terugkomt in de vacatures, aangezien feitelijke waarheidsvinding gepaard gaat met goede onderzoeksvaardigheden. Uit de resultaten komt naar voren dat dit slechts 12% beslaat, wat betekent dat dit van minder belang wordt geacht door nieuwsmedia. Juist nu, in tijden van fake news en post-truthism wat de waarheidsvinding onder druk zet, is het van groot belang dat de journalistiek zich baseert op feitelijke waarheden, waarvoor goede onderzoeksvaardigheden zoals het raadplegen en verifiëren van bronnen nodig zijn. Een verklaring voor dit lage percentage kan zijn dat deze taak van waarheidsvinding is uitbesteed aan andere partijen, zoals fact- en nieuwscheckers.

Juist omdat de journalistiek nu zo 'multi-skilled' moet zijn, waar nieuwe functies uit zijn ontstaan, is het een aanvaardbare gedachte dat ook de functie van factchecker is toegevoegd. Dit onderzoek biedt hier geen inzicht in, omdat deze functietitel niet is meegenomen in de dataset. Wat wel blijkt, is dat deze vorm van waarheidsvinding, die eerst intern door de journalist werd toegepast, de afgelopen jaren steeds meer is uitbesteed: "van preventieve controle van eigen nieuws vóór publicatie, versus toetsing van nieuws en uitspraken van anderen ná publicatie" (Burger, 2017).

Steeds meer nieuwsmedia hebben aparte takken binnen de redactie, volledig gefocust op factchecken. Denk aan de rubrieken 'Klopt dit wel? In de Volkskrant en 'NRC checkt' in NRC Handelsblad. Er wordt door de journalisten zelf steeds minder intern gecheckt, dat wil zeggen: voorafgaand aan publicatie: "Since journalists want to provide the public with reliable news, checking and verifying information and sources, is assumed to be important in their daily researching and reporting routines, however according to several recent studies these activities have decreased significantly" (Diekerhof, E. & Bakker, P., 2012, pp. 1)

Door gebrek aan tijd en geld werken journalisten met bronnen die vertrouwd zijn: denk aan het persbureau ANP, experts van onderzoeksinstituten of instanties zoals de politie, of ze besteden het checken van feiten uit aan onafhankelijke factcheckers, zo blijkt uit onderzoek van Els Diekerhof en Piet Bakker (2012). Wil de journalistiek de grenzen van expertise afbakenen, dan is het nog maar de vraag of deze verschuiving een goede zet is geweest. Om haar autoriteit te bewaren op het gebied van waarheidsvinding, is het juist essentieel dat de journalist feiten checkt en hoor en wederhoor toepast, vóórdat iets wordt gepubliceerd. Dit zou moeten behoren tot het basispakket van een journalist, maar ontbreekt aanzienlijk in de vraag naar vaardigheden in de vacatures in Nederland. Dit is een groot verschil met het resultaat in het Amerikaanse onderzoek, waarin onderzoeksvaardigheden als één van de hoogste percentages (58%) beslaat binnen de categorie traditionele expertise:

This is to say, writing and research, which are part of the traditional expertise, remain the most commonly required skills across the different media types. The results also confirm that the need for audience engagement skills is growing for all journalism positions. In addition, being highly organized and having social media publishing skills are considered as essential to keep up with the fast-changing industry (Guo & Volz, 2019, pp. 13).

4.3 Typen nieuwswerkers

Om de resultaten nog beter weer te geven en goed te kunnen zien wat nu echt belangrijk wordt geacht door nieuwsmedia, zijn er een aantal typen opgesteld. Deze typen zijn gebaseerd op de meest gevraagde vaardigheden en vereisten. Om er niet één soort journalist bestaat, en hier ook niet naar wordt gevraagd in de vacatures, zijn er drie typen opgesteld. Een type gericht op online journalistiek, het type 'traditioneel' en het adaptieve type. Bepaalde vaardigheden die nauwelijks of nooit

voorkomen in de onderzochte vacatures worden buiten beschouwing gelaten. Tot slot is een vacature opgesteld aan de hand van de resultaten. Wat is volgens de analyse de ideale kandidaat?

4.3.1. De multimedia journalist

Dit type nieuwswerker bezit vaardigheden zoals multimedia en technische skills, datavisualisatie, data-analyse, het creëren van content, social-media ervaring, en audience measurement. De belangrijkste vaardigheid die van dit type wordt verwacht is multimedia/ technische skills (58%). Dit type herkent zich in de omschrijvingen: 'kan schrijven voor online media', 'crossmediaal werken', 'werken met nieuwe media', 'camjo is je niet vreemd', 'technische kennis'. Technische kennis wordt in meer dan de helft van de vacatures gevraagd, waaronder het kunnen werken met verschillende cms-systemen, editing programma's, design software, Adobe After effects, Photoshop, Google Analytics en website software zoals Wordpress. De vraag naar multimedia en technische vaardigheden kan verklaard worden door de verdwijnende printmedia. Deze bedrijven zijn genoodzaakt om in te zetten op digitale media om te overleven. Traditionele skills, die over het algemeen vooral te zien zijn bij printmedia zoals interviewen en verslaggeving, worden daarom automatisch minder gevraagd. Dit type sluit aan op de bevindingen van het Amerikaanse onderzoek door Guo en Volz (2019):

While the demand for traditional journalistic expertise, especially writing skills, still ranks high, the need for innovative expertise has penetrated far and wide regardless of media types. The most compelling evidence comes from the frequent mentioning of multimedia skills (85.20%) in the job announcements we examined (pp. 17).

Dit type is te illustreren aan de hand van een vacature uit het gebruikte corpus:

Videoredacteur Nieuws
32- 36 uur per week cao of freelance
Ben jij een redacteur met passie voor nieuws en goede ideeën voor online? Vertel je nieuws het liefst met video's en wil je op de nieuwsredactie van de NOS werken? Dit is je kans!
We zijn op zoek naar een videoredacteur voor NOS Nieuws die aan de slag gaat voor de online redactie van 24 uur.
Wie ben jij? Ben jij dat journalistieke talent dat weet hoe je nieuws vertelt voor online, zowel in woord als in beeld? En weet jij hoe je social media-kanalen inzet om nieuws verder te verspreiden? Ben jij die geboren verhalenverteller, die nieuwsgierige collega die met oog voor details ook het grotere verhaal ziet en geniet van het werken op een multimediale nieuwsredactie? Dan hebben wij een plek voor je op de nieuwsredactie bij NOS Nieuws.
Wat ga je doen? Je maakt de video's voor de online kanalen van NOS nieuws: de app, de site, maar ook de social

kanalen. Nieuws wil jij laten zien aan een groot publiek, verpakt in spannende video's. De ene keer door nieuwsbeeld snel te monteren, de andere keer door juist de tijd te nemen voor een mooi beeldverhaal. Je doet suggesties aan de eindredactie hoe een verhaal het best in beeld verteld kan worden. Je werkt gemakkelijk samen met anderen, maar kunt ook zelfstandig aan je video werken. Je werkplek is midden op de drukke nieuwsvloer van NOS Nieuws, daar waar het nieuws 24/7 doorgaat.

Wat je meebrengt:

- Gebleken journalistieke ervaring met online en video
- Een afgeronde opleiding op hbo- of universitair niveau
- Ruime kennis van sociale media en het publiek dat zich daar bevindt
- Je weet wat het is om onder druk te werken
- En natuurlijk technische skills: monteren van video hoeven we jou niet meer te leren (wij werken met Avid).

Het allerbelangrijkste vinden we dat je bevlogen en gedreven bent. Iemand die houdt van online video en de uitdagingen die dat met zich meebrengt.

(Villamedia, feb 2020)

4.3.2. De traditionele journalist

Uit de resultaten blijkt dat dit type het minst voorkomt in het huidige journalistieke landschap. Als er gekeken wordt naar hoe vaak de categorie traditionele expertise wordt gevraagd in de vacatures, komt dit uit op 26,86%. Dit is het laagste percentage van de vier categorieën. De categorie innovatieve expertise scoort gemiddeld 29,43%, adaptieve expertise 39,83% en interactieve expertise 33,8%. Er moet eerder gesproken worden over een nieuwe vorm van journalistiek met traditionele elementen. Zoals eerder benoemd, blijft schrijfvaardigheid een van de belangrijkste kernpunten van de journalistiek (61%). Deze vaardigheid wordt van alle vaardigheden het meest gevraagd in de vacatures. Als er wordt gekeken naar alleen de traditionele expertise, dan staat het inschatten van nieuwswaarde (51%) op de tweede plaats. Als 'traditionele' journalist bestaat de functie dus voornamelijk uit het schrijven van nieuwswaardige artikelen, zowel voor online als print. Uit de analyse van de vacatures komt naar voren dat deze vaardigheden het meest worden geschaard onder de functie 'Redacteur'. Uit het Amerikaanse onderzoek komen juist veel hogere percentages voor in de categorie traditionele expertise, namelijk 86% voor schrijfvaardigheid, 76% nieuwswaarde inschatten, 76% editen, 58% onderzoeksvaardigheden, 49% opnemen/fotograferen, 44% verslaggeving en 28% interviewen. "The findings aligns with previous research which found that though journalists are expected to have expertise in multilayered skill sets, the traditional skills of journalism are still in demand" (Wenger & Owens, 2012 in Guo & Volz, 2019, pp. 11). Dat de percentages van traditionele vaardigheden aanzienlijk lager liggen in Nederland, is een zorgelijk beeld. Een voorbeeld van een vacature waarin een traditionele journalist wordt gevraagd ziet er zo uit:

Redacteur Down to Earth (0,8 fte / 30 uur per week)

Down to Earth is het journalistieke magazine over klimaat en de klimaatbeweging. Het magazine wordt uitgegeven door Vereniging Milieudefensie, maar wordt gemaakt door een onafhankelijke redactie. We brengen achtergronden en opinie, interviews en columns. We maken inhoudelijke

verhalen die mensen aanspreken en activeren, met ruimte voor de kritische noot. Het blad wil met onafhankelijke journalistiek informeren, inspireren en discussiëren, om op die wijze bij te dragen aan de doelstellingen van Milieudefensie. We verschijnen tweemaandelijks op papier met een oplage van ruim 41.000. Daarnaast publiceren we verschillende keren per week artikelen op onze website en social mediakanalen. Het vaste team bestaat uit een hoofdredacteur, een redacteur en een webredacteur. Daarnaast werken we regelmatig met freelance of vrijwillige redacteurs.

Wie ben jij?

Wanneer het nieuwe magazine vers van de drukker komt, gaat je hart sneller kloppen. Je volgt de laatste ontwikkelingen op de voet. Je houdt ervan om inhoudelijke – en soms best lastige – verhalen goed te vertellen aan een breed en divers publiek. Je werkt graag in een klein team, schrijft heldere teksten en weet altijd nieuwe invalshoeken te bedenken. Als redacteur ben je medeverantwoordelijk voor inhoud, redactie en ontwikkeling van het blad en de site. Je werkt nauw samen met de hoofdredacteur en de webredacteur. Je bedenkt, schrijft en redigeert artikelen, communiceert met freelancers, fotografen en de vormgever. Je kent de klimaatbeweging, hebt een journalistieke blik en bij voorkeur een netwerk in deze werelden.

Wat ga je doen?

Productie, redactie en eindredactie van content; aansturen van freelancers, fotografen, vormgever en redactievrijwilligers; meedenken over hoe (de content van) Down to Earth kan bijdragen aan de campagnes en communicatie van Milieudefensie; vervangen van de hoofdredacteur bij afwezigheid; onderhouden en uitbouwen van een netwerk binnen de klimaatbeweging en journalistiek; mede-vormgeven aan en ontwikkelen van inhoud en koers van het magazine.

Wat neem je mee?

- Je hebt een journalistieke achtergrond;
- je beschikt over minimaal 2 jaar werkervaring als redacteur van een magazine. Ervaring met het schrijven voor diverse doelgroepen is een pre;
- je hebt kennis van klimaatonderwerpen en de klimaatbeweging;
- Je hebt ervaring met online publiceren, werken met een CMS en schrijven voor social media;
- je kunt zelfstandig werken en je bent stressbestendig.

(Vereniging Milieudefensie, Amsterdam, geplaatst op 6 maart 2020)

4.3.3 De adaptieve journalist

De resultaten van Guo & Volz (2019) tonen aan dat online nieuwsmedia veel meer op zoek zijn naar mensen met adaptieve expertise, dan degenen met traditionele nieuwsverslaggeving skills. De journalist moet zich kunnen aanpassen aan de altijd veranderende mediawereld (Carpenter, 2009). In figuur 2 is ook duidelijk te zien dat mediabedrijven vooral vragen naar kandidaten met adaptieve kwaliteiten. Uit de vier categorieën komt deze zelfs het meest voor in de vacatures (39,83%). Deze vorm van expertise gaat veel meer in op de persoon, hoe iemand is en welke houding iemand heeft. Dit type heeft vooral een kritische en pro-actieve houding, neemt gemakkelijk kennis op van bepaalde zaken, is gestructureerd, stressbestendig en is zeer flexibel. Een kritische, pro-actieve houding wordt zelfs in 59% van de vacatures gevraagd en wordt dus blijkbaar belangrijker geacht dan het goed kunnen interviewen, wat maar 6% beslaat. Mediabedrijven zijn tegenwoordig meer op zoek naar kandidaten met een bepaalde persoonlijkheid, zoals ook te zien is in figuur 2. Dit type journalist wordt relatief gezien het meest gevraagd, met een aantal uitschieters in de andere categorieën.

Deze verschuiving van gevraagde expertise is het gevolg van het veranderende medialandschap in een digitale wereld. Om de snel veranderende mediawereld bij te houden, wordt er veel meer ingezet op bijvoorbeeld sociale media en audience-engagement, maar moet je als journalist wel goed overzicht kunnen bewaren, flexibel zijn en goed kunnen samenwerken met andere experts. Guo en Volz (2019) spreken in hun onderzoek van ‘the “right” kind of emotional intelligence and personality traits’ (pp. 17). Een kandidaat met deze gevraagde expertise is terug te zien in de volgende vacature, waarin emotionele elementen worden ingezet als ‘tool’ om aan de slag te gaan als journalist (Beckett & Deuze, 2016). Bijvoegelijke naamwoorden zoals ‘echte doorzetter’, ‘energiek’, ‘nieuwsgierig’, ‘leergierig’, zeggen eerder iets over het karakter, dan over bepaalde vaardigheden die iemand bezit.

<p>Journalist foodvakbladen</p> <p>Ben jij die creatieve journalist die wij zoeken? Zit je vol met goede ideeën? Ben je een echte doorzetter? Dan is deze functie misschien wel wat voor jou!</p>
<p>Ondernemers Pers Nederland breidt de redactie uit voor de vakbladen Levensmiddelenkrant en Out.of.Home Shops. We zoeken een journalist die de redactie komt versterken en de ambitie heeft om verder te groeien. Je bouwt een breed netwerk op en werkt met collega's aan de gedrukte en digitale uitgaves. Je schrijft artikelen van nieuwsberichten tot uitgebreide interviews, zowel voor de bladen als voor online. Je levert input voor onze social mediakanalen.</p>
<p>Als vakbladenjournalist ga je in gesprek met grote voedingsmiddelenbedrijven. Je ontdekt de nieuwste productinnovaties en je volgt de laatste trends. Een bezoek aan een organisatie als Albert Heijn, Sodexo of Total valt binnen jouw takenpakket. Je bent altijd op de hoogte van het laatste nieuws.</p> <p>Wat zoeken wij?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Je hebt minimaal drie jaar ervaring in de geschreven journalistiek, zakelijke journalistiek is een pré - Je staat open voor het produceren van zakelijke content - Je kunt schakelen tussen print en online - Je bent nieuwsgierig en iedereen weet jou te vinden voor de laatste nieuwtjes - Je bent een echte doorzetter en neemt geen genoegen met ‘nee’ - Je toont initiatief: je bent proactief en ondernemend ingesteld - Je bent energiek, leergierig en flexibel - Je bent in staat om zelfstandig te werken, maar wel kritisch en accuraat - Je werkt resultaatgericht en kunt goed werken onder druk en met deadlines - Je bent sociaal en je vindt netwerken leuk - Je bent in bezit van rijbewijs B

(Levensmiddelenkrant, Nieuwveen, geplaatst op 10 februari 2020).

4.3.4 De ideale kandidaat

Tot slot is er een vacature opgesteld die de ‘ideale’ kandidaat schetst. Nu is dit niet geheel realistisch, want niet elke baan vraagt om al deze eigenschappen, maar het geeft wel een algemene indruk van

het beeld dat nieuwsmedia hebben van de journalistiek en/of nieuwswerkers.

VACATURE: Redacteur gezocht voor online platform

Jij herkent een goed verhaal als je het tegenkomt in je zoektocht. En je komt constant goede verhalen tegen, want jij bent altijd op de hoogte van het laatste nieuws. Als redacteur ben je verantwoordelijk voor alle geschreven content op de website en onderhoudt je alle social media kanalen. Je werk houdt niet op bij het brengen van goede verhalen, je doet ook je uiterste best om de content bij de juiste lezers te krijgen.

Wat je gaat doen

Je creëert onderscheidende, spraakmakende verhalen voor het online platform;
Je bent in staat de bezoekcijfers te interpreteren en hierop te anticiperen;
Je bouwt en onderhoudt het juiste netwerk;
Je denkt actief mee in het uitbouwen van de website-formule en de daarbij behorende werkprocessen;

Wie jij bent

- Hebt hbo werk- en denkniveau, bij voorkeur in een journalistieke richting;
- Hebt minimaal twee jaar werkervaring in een soortgelijke functie
- Hebt een aantrekkelijke, populaire schrijfstijl en een neus voor leuke, relevante verhalen;
- Je kan op de juiste manier oplossingen aandragen aan je collega's en hen helpen te verbeteren.
- Je weet hoe je leiding moet geven aan een klein team.
- Je kunt inhoudelijk complexe zaken vertalen naar een helder en duidelijk verhaal en je verwerkt dit in aansprekende content voor de website en social media-kanalen. Denk aan video's, audiofragmenten, explainers en artikelen.
- Je weet wat de doelgroep is en speelt daarop in.
- Bent een echte netwerker en maakt gemakkelijk contact.
- Je bent een (sociale) media expert en online overal te vinden;
- Je hebt ervaring met WordPress of een vergelijkbaar CMS-systeem. Je weet hoe je teksten optimaliseert voor SEO en kunt werken met Google Analytics;
- Beschikt over goede communicatievaardigheden en een uitstekende beheersing van de Nederlandse taal, in zowel woord als schrift.
- Herkent jezelf in de volgende competenties: creatief, gericht op samenwerking, enthousiast, stressbestendig, nieuwsgierig en resultaatgericht;
- Je hebt een kritische houding en zoekt zaken tot op de bodem uit
- Je hebt een brede algemene kennis
- Je bent flexibel in zowel je werkzaamheden als werktijden. Je schakelt makkelijk tussen onderwerpen en hebt geen problemen met werken op spontane tijden.
- Je bent georganiseerd en je werkt netjes. Je weet goed het overzicht te bewaren en kan werken met deadlines.

Deze vacature is bedoeld om de 'ideale kandidaat' te omschrijven. De algemene trend die terug te zien is, is dat er vooral 'soft skills' gevraagd worden (persoonlijke, emotionele, sociale en intellectuele vaardigheden), zoals aanpassingsvermogen en goede communicatie, in plaats van 'hard skills' (leerbare vaardigheden die gemakkelijk kwantificeerbaar zijn), zoals onderzoeksvaardigheden, interviewtechnieken en het vermogen om bijvoorbeeld te kunnen editen. Vacatures zijn vooral gericht op competenties als persoon, en minder op concrete vaardigheden. Dit is problematisch, want het internet en een veranderend beeld van het publiek op experts, vraagt juist om bepaalde vaardigheden

om de waarheid te achterhalen en de maatschappij goed te informeren. Daarnaast is te zien dat nieuwsmidia vragen om een kandidaat die meerdere taken en rollen kan vervullen. Er kan geconstateerd worden dat dit een combinatie is van een 'information manager' en 'gatekeeper'. In veel gevallen wordt er namelijk verwacht dat de kandidaat het nieuws selecteert, maar wel gericht op de voorkeuren van de lezer.

5. Conclusie

Deze scriptie biedt een inhoudsanalyse van journalistieke expertise gevraagd in vacatures door nieuwsmidia. Nederlandse vacatures binnen de journalistiek zijn geanalyseerd aan de hand van vier expertise categorieën, om antwoord te kunnen geven op de vraag hoe journalistieke expertise wordt gedefinieerd door Nederlandse nieuwsmidia, welke eisen er worden gesteld aan journalisten en wat dit zegt over het beeld dat nieuwsmidia hebben van journalisten in het post-digitale tijdperk.

De conclusie die kan worden getrokken uit dit onderzoek, is dat er steeds meer vraag is naar journalisten met uiteenlopende vaardigheden. Een verklaring hiervoor is dat nieuwsmidia constant onderhevig is aan verandering, met name op digitaal vlak en dat digitale innovaties vragen om bepaalde competenties van de journalist. Niet verassend dus, dat het hebben van multimedia skills een van de meest gevraagde vaardigheid is (58%). Wat dit onderzoek verder laat zien is dat traditionele vaardigheden worden overschaduwd door de andere categorieën van expertise. De traditionele expertise scoort deels nog vrij hoog, schrijfvaardigheid (61%) en nieuwswaarde inschatten (51%), maar de vraag naar deze vaardigheden is zeker niet zo hoog zoals gesteld wordt in het Amerikaanse onderzoek (Guo & Volz, 2019). Het is duidelijk dat innovatieve- en adaptieve expertise zich een weg heeft gemanoeuvreed in alle lagen van de journalistiek. Met een uitschieter in de categorie interactieve expertise (communicatie, 67%), lijken dit de twee belangrijkste eisen in de vacatures.

De hoge score in de interactieve expertise, dus de interactie die plaatsvindt met bijvoorbeeld andere experts, met blootstelling aan domeinspecifieke kennis als gevolg, toont aan dat journalisten moeten weten hoe informatie te verkrijgen is en hoe ze dit op hun beurt weer helder en duidelijk voor moeten leggen aan de maatschappij (Carpenter & Kanver, 2017, pp. 2). Daarnaast komt naar voren dat in meer dan de helft van de vacatures wordt gevraagd naar het hebben van kennis van bepaalde onderwerpen (55%). Journalisten doen verslag over de meest uiteenlopende onderwerpen, dus deze vorm van expertise is belangrijk om te hebben. Het feit dat er veel wordt gevraagd naar zowel adaptieve als interactieve expertise, toont aan dat er dus veel vraag is naar een bepaalde houding, of attitude, de zogenaamde 'soft skills' (Kang & Ritzhaupt, 2015). Om terug te komen op de expertise theorie, laten deze resultaten dus zien dat het niet alleen om praktische vaardigheden gaat, maar zeker ook om cognitieve en persoonlijke vaardigheden en talenten. Een voorbeeld hiervan is de vraag naar organisatorische vaardigheden, flexibiliteit en een kritische, pro-actieve houding. Dit zijn vaardigheden die iets zeggen over iemand zijn aanpassingsvermogen en interpersoonlijke vaardigheden. De vraag naar leerbare vaardigheden, de zogenaamde hard skills, liggen in verhouding veel lager. Kortom, de

focus is verschoven van traditionele vaardigheden, naar meer abstracte vaardigheden. Expertise wordt niet meer zozeer gelinkt aan vaardigheden en kennis die men kan leren, maar meer aan abstracte kennis en vaardigheden die je als persoon al bezit. Dit is een problematische constatering, want kwaliteitsjournalistiek vraagt juist om harde skills, zoals onderzoeksvaardigheden om feiten te checken en te verifiëren, goede verslaggeving, interviewtechnieken en het vermogen om bijvoorbeeld te kunnen monteren.

Hieruit kan geconcludeerd worden dat de journalistieke grenzen juist niet zijn aangescherpt, maar steeds verder vervagen. Het gaat niet meer om de 'traditionele' taak van de journalist, namelijk waarheidsvinding en de maatschappij informeren, maar om het feit of je de lezer tevreden houdt, je een goede collega bent, welke houding je aanneemt en of je stressbestendig bent. Wellicht is er juist een devaluatie van de journalistiek in gang gezet in het post-digitale tijdperk, waarin de traditionele elementen plaats maken voor het 'pleasen' van de consument. In deze post-digitale situatie lijkt er een soort digitale vanzelfsprekendheid te zijn, een wereld waarin het digitale aspect zo is samengevloeid met het niet-digitale, dat ze niet meer los van elkaar te zien zijn (Rasch, 2017). Is het niet juist zaak om de traditionele elementen weer te versterken, zonder dit uit te besteden aan factcheckers? Moeten nieuwsmedia niet juist weer de traditionele expertise als hoogste eis stellen, om zo de journalistieke grenzen aan te scherpen?

Het inventariseren van het soort expertise dat verwacht wordt door mediabedrijven, zoals deze gecommuniceerd worden in de vacatures, kan nuttig zijn voor studenten journalistiek en de onderwijzers hiervan. Om beter voorbereid het werkende leven in te gaan, moeten studenten zich niet meer blindstaren op vaardigheden, zoals goed kunnen interviewen en verslaggeven, maar hebben er veel meer aan als ze hun adaptieve en innovatieve vaardigheden ontwikkelen. Het journalistieke onderwijs zou in dat geval nóg meer moeten inzetten op digitale media, technische skills en een stuk marketing, aangezien dit ook bij het takenpakket van de journalist is gaan horen. Guo en Volz pleiten daarnaast ook voor meer 'soft skills', zoals aanpassingsvermogen, leiderschap en een goede communicatie (2019, pp. 18). Aan de andere kant is dit ook nuttig voor onderwijsinstellingen, om juist de devaluatie van de journalistieke grenzen tegen te gaan, door de traditionele journalistieke vaardigheden te herintroduceren en te benadrukken in het journalistieke onderwijs.

Er zijn een aantal beperkingen aan dit onderzoek. Een baan kan namelijk ook op een andere manier verkregen worden, dan alleen via een vacature online. Zeker binnen de journalistiek is het netwerk van groot belang en is een nieuwe baan via informele contacten of collega's voor de hand liggend. Daarnaast zijn de beschreven eisen geen exacte graadmeter voor wat een journalist nu precies doet in de betreffende baan. Het kan zo zijn dat er andere vaardigheden worden gebruikt, die niet werden gevraagd in de vacature of dat er juist eisen zijn gesteld die nooit aan bod komen. Om te onderzoeken wat journalisten nu precies doen binnen een bepaalde functie, is het observeren of interviewen van journalisten een betere optie.

Literatuurlijst

- Anders Ericsson, K. Charness, N., Feltovich, P. J., Hoffman, R. R. (2006) *The Cambridge Handbook of Expertise and Expert Performance*. (2018). Cambridge University Press.
- Bakker, P. (2014). Mr. Gates Returns: Curation, community management and other new roles for journalists. *Journalism Studies*, 15(5), 596-606.
- Bardoel, J. (2010). Journalistiek moet zich durven onderscheiden. *Tijdschrift Voor Communicatiewetenschap*, 38(3), 232.
- Beckett, C, & Deuze, M. (2016). On the Role of Emotion in the Future of Journalism. *Social Media Society*, 2(3), 1-6.
- Beentjes, J. (2017, 9 januari). *Wie wil feiten als je ook een mening hebt?*. Geraadpleegd van <https://www.parool.nl/nieuws/wie-wil-feiten-als-je-ook-een-mening-hebt~b1445525/?referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F>
- Bird, S.E. (2009). The future of journalism in the digital environment. *Journalism* 10 (3): 292-295.
- Boyce, T. (2006). Journalism and expertise. *Journalism Studies*, 7(6), 889-906.
- Boyer, D. (2008). Thinking through the Anthropology of Experts. *Anthropology in Action*, 15(2), 38-46.
- Boyer, D. (2013). *The Life Informatic Newsmaking in the Digital Era*. Ithaca: Cornell University Press.
- Burger, P. (2017, 1 februari). *Strijd om het feit: De opkomst van factcheckers binnen en buiten de journalistiek*. Geraadpleegd van <https://nieuwejournalistiek.nl/factchecken/2017/02/01/strijd-om-het-feit-de-opkomst-van-factcheckers-binnen-en-buiten-de-journalistiek/>
- Carr, E. S. (2010). Enactments of Expertise. *Annual Review of Anthropology*, 39(1), 17-32.
- Carpenter, S. (2009). An Application of the Theory of Expertise: Teaching Broad and Skill Knowledge Areas to Prepare Journalists for Change. *Journalism & Mass Communication Educator*, 64(3), 287-304.
- Carpenter, S. & Kanver, D. (2017). "Journalistic Expertise: A Communicative Approach. *Communication and the Public*, 2(3): 197-209.
- Collins, H. & Evans, R. (2002). The Third Wave of Science Studies: Studies of Expertise and Experience. *Social Studies of Science*, 32(2), 235-296.
- Collins, H. (2004). Interactional expertise as a third kind of knowledge. *Phenomenology and the Cognitive Sciences*, 3(2), 125-143.

- Collins, H., & Evans, R. (2018). A Sociological/Philosophical Perspective on Expertise: The Acquisition of Expertise through Socialization. In K. Ericsson, R. Hoffman, A. Kozbelt, & A. Williams (Eds.), *The Cambridge Handbook of Expertise and Expert Performance* (Cambridge Handbooks in Psychology, pp. 21-32). Cambridge: Cambridge University Press. doi:10.1017/9781316480748.002
- Deuze, M. (2005). What is journalism?: Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism*, 6(4), 442-464.
- Deuze, M. (2019). What Journalism Is (Not). *Social Media + Society*.
- Diekerhof, E. & Bakker, P. (2012). To check or not to check: An explorative study of source checking by Dutch journalists. *Journal of Applied Journalism & Media Studies*, 1(2), 241-253.
- Drok, N. (2013). Beacons of reliability: European journalism students and professionals on future qualifications for journalists. *Journalism Practice*, 7(2), 145-162.
- Dupagne, M., & Garrison, B. (2006). The meaning and influence of: A qualitative case study of newsroom work at the Tampa News Center. *Journalism Studies*, 7(2), 237-255.
- Ericsson, K. (2018). An Introduction to the Second Edition of The Cambridge Handbook of Expertise and Expert Performance: Its Development, Organization, and Content. In K. Ericsson, R. Hoffman, A. Kozbelt, & A. Williams (Eds.), *The Cambridge Handbook of Expertise and Expert Performance* (Cambridge Handbooks in Psychology, pp. 3-20). Cambridge: Cambridge University Press.
- Fahmy, S. (2008). How Online Journalists Rank Importance of News Skills. *Newspaper Research Journal*, 29(2), 23-39.
- Feron, L. (2019, 1 april). *Burger-journalisten bepalen steeds vaker mee het nieuws*. Geraadpleegd van <https://press.vub.ac.be/burger-journalisten-bepalen-steeds-vaker-mee-het-nieuws>
- Field, T., & MacMillan, M. (2011). Toward Development of Collaborative, Comprehensive Information Literacy and Research Skills Program inside the Journalism Curriculum. *Journalism & Mass Communication Educator*, 66(2), 175-186.
- Grundmann, R. (2017). *The Problem of Expertise in Knowledge Societies*. *Minerva*, 55(1), 25-48.
- Guo, L. & Volz, Y. (2019). (Re)defining Journalistic Expertise in the Digital Transformation: A Content Analysis of Job Announcements, *Journalism Practice*, 13(10), 1294-1315.

- Hermans, L., Vergeer, M., d'Haenens, L. & Joniaux, K. (2009). Journalistiek en internet in de Lage Landen. Een vergelijkende studie naar het internetgebruik van Nederlandse en Vlaamse journalisten. *Tijdschrift Voor Communicatiewetenschap*, 37(2), 99.
- Himma-Kadakas, M. & Palmiste, G. (2019). Expectations and the actual performance of skills in online journalism, *Journal of Baltic Studies*, 50(2), 251-267.
- Hirst, M., & Treadwell, G. (2011). Blogs bother me: Social media, journalism students and the curriculum. *Journalism Practice*, 5(4), 446-461.
- Hodgson, P. & Wong, D. (2011). Developing professional skills in journalism through blogs, *Assessment & Evaluation in Higher Education*, 36(2), 197-211.
- Kang, Y., & Ritzhaupt, A. D. (2015). A Job Announcement Analysis of Educational Technology Professional Positions: Knowledge, Skills, and Abilities. *Journal of Educational Technology Systems*, 43(3), 231–256.
- Lewis, S. & Westlund, O. (2015). Big Data and Journalism: Epistemology, expertise, economics, and ethics. *Digital Journalism*, 3(3), 447-466.
- Martin, T., Rayne, K., Kemp, N. J., Hart, J., & Diller, K. R. (2005). Teaching for adaptive expertise in biomedical engineering ethics. *Science and engineering ethics*, 11(2), 257–276.
- Massey, B. L. (2010). What Job Advertisements Tell Us about Demand for Multiplatform Reporters at Legacy News Outlets. *Journalism & Mass Communication Educator*, 65(2), 142–155.
- Meyers, O. & Davidson, R. (2016). Conceptualizing Journalistic Careers: Between Interpretive Community and Tribes of Professionalism. *Sociology Compass*, 10(6), 419-431.
- Nichols, T. (2017). *The death of expertise. The Campaign Against Established Knowledge and Why It Matters*. Oxford: Oxford University Press.
- Opgenhaffen, M., D'Haenens, L., & Corten, M. (2013). Journalistic tools of the trade in flanders: Is there a fit between journalism education and professional practice? *Journalism Practice*, 7(2), 127-144.
- Ockhuysen, R. (Journalist). (2018, 22 februari). Welke skills hebben journalisten en mediamakers anno 2018 nodig? [Podcast]. In Work in Progress. Nederland: Intermediair.
- Pitt, R. & Mewburn, I. (2016). Academic superheroes? A critical analysis of academic job descriptions. *Journal of Higher Education Policy and Management*, 38(1), 88-101.
- Reich, Z. (2012). Journalism as Bipolar Interactional Expertise. *Communication Theory*, 22(4), 339-358.

- Rasch, M. (2017). *Zwemmen in de oceaan. Berichten uit een postdigitale wereld*. Amsterdam: De Bezige Bij.
- Singer, J. (2003). 'Who are these guys?' The online challenge to the notion of journalism. *Journalism*, 4(1): 139-163.
- Wenger, D. H., & Owens, L. C. (2012). Help Wanted 2010: An Examination of New Media Skills Required by Top U.S. News Companies. *Journalism & Mass Communication Educator*, 67(1), 9–25.
- Wenger, D. H., Owens, L. C., & Cain, J. (2018). Help Wanted: Realigning Journalism Education to Meet the Needs of Top U.S. News Companies. *Journalism & Mass Communication Educator*, 73(1), 18–36.
- Willnat, L., Weaver, D., & Choi, J. (2013). The global journalist in the twenty-first century: A cross-national study of journalistic competencies. *Journalism Practice*, 7(2), 163-183.