

# Die impak van die COVID-19-pandemie op Suid-Afrikaanse gemeenskapskoerante: ervaring en persepsies

Thalyta Louw Swanepoel en Cornia Pretorius

---

Thalyta Louw Swanepoel en Cornia Pretorius,  
Skool vir Kommunikasie (joernalistiek en mediastudies), Noordwes-Universiteit

---

## *Opsomming*

Gemeenskapskoerante vervul 'n belangrike rol in plaaslike gemeenskappe deur veral openbare-belang-joernalistiek, waardeur uitdrukking gegee word aan die sektor se diensmandaat teenoor sy lesers. Deur betroubare inligting aan lede van plaaslike gemeenskappe te verskaf sodat hulle sonder druk of inmenging self ingeligte besluite kan neem, vervul die sektor 'n primêre doel van joernalistiek om só demokrasie te ondersteun. Die uitbreking van COVID-19 in 2020 het die gemeenskapsnuussektor wêreldwyd ingrypend geraak. Die ondersoek is derhalwe gedoen om te bepaal wat die impak van die pandemie op tradisionele gemeenskapskoerante in Suid-Afrika was en om vas te stel watter inisiatiewe oorweeg of geïmplementeer is om die volhoubaarheid van die koerante te verseker. Vraelyste in 2020 en opvolgonderhoude in 2021 met gekose deelnemers wat deel vorm van die Forum for Community Journalists (FCJ), 'n niwingsgewende lidmaatskapsorganisasie wat omsien na die belange van geaffilieerdes, is gebruik om kwantitatiewe en kwalitatiewe data in te samel.

Uit die data blyk dat die sektor vir gemeenskapskoerante in Suid-Afrika ook hard getref is deur die pandemie. Afleidings aan die hand van verskeie uitsprake deur redakteurs dui daarop dat koerante weens die erg beperkende toestande die diensmandaat of wesenstaak nie na behore kon uitvoer nie. Van die tasbare gevolge was salarisvermindering, inkorting van ure, sluiting van afdelings, publikasievakansies en samesmeltings, en personeelafleggings, van veral joernaliste. Koerante wat volgens eienaarskapmodelle as korporatief-kommersieel geklassifiseer kan word, is die meeste geraak, wat volgens die persepsies van werknemers nie genoeg gedoen het om die sektor te ondersteun nie. Uit die studie ontstaan die vraag dus tot watter mate korporatiewe eienaars verbind is tot die joernalistieke diensbeginsel van plaaslike koerante. Redakteurs het 'n toename van 10% tot 200% in digitale verkeer gerapporteer in die navorsingstydperk in 2020, wat sedertdien weer grootliks afgeplat het. Hoewel die sektor

gedurende 2021 herstel getoon het, is van die pandemie se gevolge nog nie omgekeer nie en bly die sektor kwesbaar.

**Trefwoorde:** COVID-19; gedrukte nuusmedia; gemeenskapskoerante; koronavirus; koronaviruspandemie; plaaslike koerante

### *Abstract*

#### **The impact of the COVID-19 pandemic on South African local newspapers: experiences and perceptions**

Community newspapers play a critical role in local communities through public interest journalism, which is an expression of the sector's service mandate. They provide an intimate account of reliable information about matters that affect local communities directly, thereby empowering readers to make informed decisions about their lives. In the process, this news sector provides a public service and executes one of journalism's primary goals: upholding democracy.

However, the emergence of COVID-19 in 2020 and the subsequent lockdowns profoundly affected the news media industry, including local news outlets, in South Africa and globally. This study, which focused on the period October 2020 to October 2021, aimed to determine the nature and extent of the pandemic's impact on the local newspaper sector in South Africa based on the viewpoints and perceptions of employees.

Furthermore, it set out to establish what initiatives were implemented to enhance the sustainability of the local newspaper sector and how these developments affected the fulfilment of the sector's core responsibility.

The study focused on traditional printed local newspapers typically distributed in towns and suburban areas as a specific sector within the broader South African news media landscape. Based on ownership, these newspapers can be classified as free or paid-for independent or commercially owned outfits that rely heavily on advertising income.

A mixed methods approach was used. Qualitative and quantitative data were collected from questionnaires in 2020. These were developed from a literature study that considered other research, identified possible gaps in the field, and contributed to the creation of a theoretical framework to inform the questionnaire. The questionnaire included 35 open and Likert-style questions.

The research population consisted of members of the Forum for Community Journalists (FCJ), a non-profit membership organisation serving the interests of traditional local newspapers. In 2021, based on the results of the study, follow-up data were gathered through structured email interviews with five of the FCJ's eight regional directors, who also work as editors.

The 2020 questionnaire was sent to a purposive non-probability sample of 169 individuals. A total of 111 (63 Afrikaans and 48 English) people, who at the time of the study worked for 76 publications, participated. The newspapers represented all ownership models, i.e. paid-for

corporate commercial (26), free corporate commercial (30), and independent (20), across the nine provinces in South Africa.

Of those who completed the questionnaire, 33% were journalists with 1–30+ years of experience. Some of these participants also worked as sports editors, advertising representatives, photographers, layout artists, sub-editors, and news editors. Most of the participants – 58% – worked for commercially-owned paid-for newspapers.

Focusing on the nature and extent of the impact, the data showed that the restrictive conditions emanating from COVID-19 affected local newspapers in all aspects of their functioning and emphasised underlying, pre-existing fault lines. Some of the immediate tangible consequences of COVID-19 restrictions included salary reductions, decreased working hours, section closures, publishing holidays, mergers, and staff lay-offs.

Underpinning these aspects was a loss in advertising revenue, in some instances reaching 25–50%. The reduced advertising income shrank the space available for news, the core purpose of community newspapers, impacting staff and the overall operating processes of these publications. The findings showed that corporate-owned commercial papers were the hardest hit. Although there was a recovery in advertising revenue in 2021, one director interviewed indicated in the case of a weekly commercial corporate-owned newspaper in his group that the number of pages decreased from 72–96 pages before lockdown to about 32–40.

Job losses varied from publication to publication and although the data suggested that this was not widespread, nine of the 111 participants indicated that 11–15 people were laid off. The most affected job category was ‘journalist’.

A total of 31 respondents indicated that their salaries were cut by 1–20%, but in some instances salaries were reduced by up to 50% from the first lockdown in March 2020 to September 2020. In total, the salaries of 75 participants were affected. The largest group – 69 out of the 75 – were employed in the corporate commercial newspaper sector. One editor of an independent newspaper indicated that he did not draw a salary for a few months and distributed his income among other employees to prevent job losses.

Sixty participants, mostly in the corporate commercial sector, indicated that their working hours were reduced.

Several departments were closed, notwithstanding ownership models. These included administrative (4), advertising (4), distribution and sub-editing (3), and layout (1). In addition, one marketing section and one financial division as well as a printing press also closed. The closure of advertising sections is a concern given that advertising revenue remains the lifeblood of local newspapers.

Thirteen participants indicated that their offices closed, and employees worked from home. Some newspapers in certain regions merged to cut costs and to be able to continue to serve their readers, albeit as one publication. In some instances, only two papers merged, but in others, up to six publications were combined to create one big newspaper. Like some other measures, the mergers were not permanent. Some unbundled later in 2020 and in one instance a more comprehensive restructuring process was set in motion.

The mergers had positive and negative implications. One negative aspect was less space for hyperlocal news where newspapers from different regions were combined. Readers, indicated one participant, felt they were paying for local news and not regional news. However, in some instances this impact was mitigated with region-specific slip pages. Positive outcomes included cost savings and more opportunities for advertising income because papers covered bigger areas, which supported sustainability.

Another aspect that deserves attention is developments on the digital front.

Editors reported an increase from 10–200% in digital traffic during the period of study in 2020. A news editor of one corporate commercial newspaper indicated 60% growth in unique visitors in one month. According to most of the directors interviewed, the upward trajectory continued in the period October 2020 to October 2021, but it has largely flattened again.

Participants, 88 out of 111, indicated their publications cannot or can only survive to a limited extent as a digital-only publication. Yet, they do think their publications are ready to do so. What emerged from the data is participants' perception that online advertising cannot generate adequate income to sustain publications. Despite the growth in digital traffic, participants indicated that readers appear to prefer printed newspapers, more so in rural areas with limited internet service. One participant stated that the publication did not have enough digital subscribers to justify a digital edition. A related factor is that not all participants felt equipped, in terms of skills, to generate an online publication.

To mitigate the impact of COVID-19, several stimulation initiatives were pursued, especially during the first six months. These ranged from fundraising through donations, to advertising initiatives (reducing rates by up to 50%, and focus pages), financial aid through national and international initiatives (offered by Google), and opportunities to upskill employees. Overall, the data suggest that these initiatives had little effect. Only five participants indicated that they implemented some plans. One participant reported a one-off contribution from Google.

The findings of the study show that due to several factors local newspapers could no longer offer readers the same volume of news content. Smaller newsrooms and the cancellation of community activities such as school sports and the unavailability of municipal spokespeople, for instance, also affected the news budget. Although some of these effects were turned around by 2021, such as an increase in salaries, staff who were retrenched were not reappointed, which caused a higher workload and subsequently reduced capacity of journalists to cover and produce news. This has a marked impact on local newspapers' ability to fulfil their service mandate.

Based on the findings, corporate-owned commercial newspapers were affected the most. According to the perceptions of employees, owners did not do enough to support the sector. We acknowledge that corporate owners also battled the financial fall-out of COVID-19 on their businesses, but the perception is clearly that no financial aid was offered to local titles. A question that emerged from this issue is to what extent corporate owners are committed to the journalistic service principle of local newspapers, which is a research topic that should be explored further.

COVID-19 had an impact on local newspapers in South Africa. They could not publish local news at the same level they did before, and this undermined their public service mandate to

readers. Although the sector survived COVID-19, it has been weakened. To ensure its longevity it needs enough journalists, advertisers, thorough strategic planning – and support from owners if the newspapers are corporate-owned. The survival of local newspapers cannot be the responsibility of individual editors and journalists. The sector as a whole needs a plan.

**Keywords:** COVID-19; community newspapers; coronavirus pandemic; local newspapers; ownership models; printed news media; public service mandate; public interest journalism; sustainability initiatives

## 1. Inleiding

Die nuusmedia in Suid-Afrika het na die aanvang van die grendelstaat in Suid-Afrika om middernag op 26 Maart 2020 byna onmiddellik die vernietigende ekonomiese nadraai van die koronaviruspandemie beleef (Cobb en Montgomery 2020; Fernandez 2020; Mayhew 2020; SANEF 2020:29; Turvill 2020). Advertensie-inkomste het as't ware oornag oor nuusmedia-sektore heen met katastrofiese vlakke van tussen 30% en 100% geval (Davis 2020; Fernandez 2020; SANEF 2020:21; Wasserman 2020).

Gemeenskapskoerante in Suid-Afrika, soos oor die wêreld heen, vervul 'n belangrike rol in plaaslike gemeenskappe deurdat dit 'n intieme blik bied op kwessies en sake wat inwoners direk raak (Swanepoel 2008). As dit kom by die beskrywing van die gemeenskapsjoernalistiek-landskap in Suid-Afrika is daar nie eenstemmigheid nie, hoewel navorsers publikasies in verskillende kategorieë plaas wat breedweg deur eienaarskap bepaal word. In die bedryf self word die term “gemeenskaps-” of “plaaslike” ook nie konsekwent gebruik nie. Gemeenskapskoerante word breedweg ingedeel in twee eienaarskapmodelle: onafhanklik, en gratis of betaalde koerante wat aan groot korporatiewe eienaars behoort (sien Van Zyl 2020 en Swanepoel 2012:28). Diederichs (in De Beer 1993:82–83) se beskrywing bykans 30 jaar gelede van die tradisionele (gedrukte) plaaslike koerant bly van toepassing. Hy onderskei tussen gratis of betaalde voorstedelike en plattelandse koerante in onafhanklike of korporatiewe besit wat almal afhanklik is van advertensie-inkomste. Volgens Swanepoel en Steyn (2010:220) kan die inkomste ook 'n kombinasie wees van advertensies, intekengeld of bronne soos subsidies. Tydens COVID-19 het talle klein publikasies met moeite oorleef sonder hulpbronne van korporatiewe eienaars (Wasserman 2020).

Die koerante soos hier bo beskryf kan onderskei word van nog 'n kategorie gemeenskaps-publikasies wat voldoen aan die definisies van die Media Development and Diversity Agency (MDDA). Dié agentskap definieer gemeenskapskoerante as klein, onafhanklike koerante, meestal in swart besit (SANEF 2020:22). Die MDDA se fokus val dus uitsluitlik op histories benadeelde gemeenskappe, kultuur- en taalgroepe wat voorheen afgeskeep is, en gemeenskappe wat nie na behore met nuus bedien word nie (MDDA 2021), beide in radio en drukmedia. Hierdie studie ondersoek die invloed van die COVID-19-pandemie op gemeenskapskoerante in Suid-Afrika wat aan die tradisionele definisie van plaaslike koerante voldoen. Kennis word wel geneem van die belang van die MDDA en die debat oor sy doeltreffendheid, maar die agentskap se werksaamhede en die spesifieke gemeenskapsektor waarop hy fokus, is nie die onderwerp van hierdie ondersoek nie.

Ongeag die eienaarskapmodel het plaaslike koerante vanweë 'n besondere skerp geografiese en kulturele fokus 'n sterk band en interaksie met lesers (Metula and Osunkunle 2019:934; sien ook Glover 1998:122, aangehaal deur Swanepoel 2008:2–3). Hierdie publikasies is ook noodsaaklik vir die verskaffing van openbarebelang-nuus. Volgens Thompson (2019) is openbarebelang-nuus joernalistiek wat die publiek inlig oor kwessies waarvan hulle kennis moet dra, omdat hulle daardeur beïnvloed word. Só het gemeenskapsjoernalistiek ook in die koronakonteks 'n belangrike rol gespeel. Openbarebelang-nuus as 'n teoretiese joernalistieke denkraamwerk hou in debat en openbare bespreking oor die (gemeenskaps)kwessies, wat noodsaaklik is in 'n doeltreffende demokrasie (sien ook European Broadcasting Union 2021). Dit sluit ook tot 'n mate die tradisionele waghond-funksie van die joernalistiek in.

Die publikasies fokus fyn op wat in 'n woonbuurt of 'n streek gebeur en lewer by uitstek 'n diens aan lesers (Naidoo 2007; Froneman, Swanepoel en Van Rooyen 2005:62; sien Newspaper Advertising Bureau 2004; De Jager 1979:2–5, 49, aangehaal deur Swanepoel 2012:1). Hierdie band tussen lesers en die publikasie dui op die afstandsdimensie van plaaslike joernalistiek. Die afstand kan geografies of sosiaal-psigies wees. Die nuus waarop plaaslike koerante fokus, is geografies naby (Froneman, Swanepoel en Van Rooyen 2005:54). Die band wat lesers wat nuus oor hul tuisdorp vanuit die buiteland dophou met die koerant het, is eerder sosiaal-psigies naby. Hierdie studie fokus op geografiese afstand.

Gemeenskapskoerante dien dus 'n tweeledige gehoor: lesers én adverteerders. Sylvie en Witherspoon (2002:7, aangehaal deur Swanepoel 2012:1) het gesê dat deur plaaslike lesers aan adverteerders te “verkoop”, raak koerante uiters waardevol en tersaaklik in hul geografiese gebiede. Om hierdie rol van die koerant in die gemeenskap te vervul, moet dit 'n akkurate weerspieëling van die bepaalde gemeenskap wees. Gemeenskapskoerante moet dus net so belangrik wees vir hul adverteerders as vir hul lesers (Lauterer 2006:44, aangehaal deur Swanepoel 2012:1). Volgens Domatob (2006) is dit 'n tweerigtingproses: Gemeenskappe word bygestaan deur inligting in die koerant terwyl hulle die oorlewing van die koerante help verseker deur advertensieruimte te koop. Hierdie band het egter heelwat skade gely weens die beperkings wat die pandemie op adverteerders se hulpbronne geplaas het.

Plaaslike mediamaatskappye het op die inkomstekrisis reageer deur een of 'n kombinasie van permanente of tydelike noodbesnoeiingsmaatreëls te implementeer. Gratis en betaalde plaaslike koerante verteenwoordig sowat 78% van die 6,1 miljoen koerante wat in die laaste kwartaal van 2020 in Suid-Afrika gesirkuleer het (Spark Media 2021). Die maatreëls het onder meer beteken die summiere sluiting van publikasies of van hul afdelings, die samesmelting van titels, afdankings, die sny van salarisse, publiseervakansies, die vermindering van die getal publikasie- of verskyningsdatums en veranderinge in werkpraktyke soos die permanente sluiting van kantore en personeel wat voortaan slegs van die huis af werk (Mahlaka 2020; Hendrickson 2020; Wetdewich 2020:2; Crouth 2021). Dieselfde tendens is elders in die wêreld bespeur (sien Bolstad 2020; Harris 2021).

Media24 het vroeg aangekondig dat hy vier gemeenskapskoerante in KwaZulu-Natal sluit, en dat ander in die Noord-Kaap, Wes-Kaap en Vrystaat saamsmelt (Magubane en Cronjé 2020). In Noordwes het Mooivaal Media verskeie koerante se kantore gesluit en joernaliste moes van die huis af werk (Wetdewich 2020). Anton van Zyl, eienaar van die *Zoutpansberger* en die *Limpopo Mirror*, het in 'n onderhoud met die SABC (aangehaal deur SANEF 2020:22–3) gesê dat daar in die eerste fase van die grendelstaat slegs twee koerante in die provinsie gedruk is. Die verlies aan advertensie-inkomste is in April 2020 as rede genoem vir die besluit van die

mediamaatskappy Caxton (Local Media), wat as eienaar of vennoot by 120 plaaslike titels betrokke is, om die druk van Gautengse koerante asook dié in sekere gebiede in Mpumalanga, KwaZulu-Natal en Limpopo te staak (Alex News 2020; SANEF 2020:11, 22).

Die omvang van werksverliese weens COVID-19 in die gemeenskapssektor is nog nie vasgestel nie. Carol Mohlala, uitvoerende direkteur van die Association of Independent Publishers, het wel aangedui dat 300 tot 400 joernaliste hul werk verloor het weens die sluiting van klein, onafhanklike koerante, meestal in swart besit en in diens van afgeleë landelike gebiede (SANEF 2020:22). Dit was egter slegs een kategorie van koerante in die groter gemeenskapskoerantsektor, wat beteken dat die volle impak op die sektor toe nog nie verreken is nie.

Gemeenskapskoerante is vanweë tegnologiese vooruitgang meer kwesbaar gelaat deur die digitale ontwinging as andersoortige nuussektore (Cairncross 2019:77, 79). 'n Vermindering in advertensie-uitgawes weens lesers se migrasie na aanlyn platforms, die mededinging van sosialemediaplatforms as gemeenskapsforums en gevolglike begrotingstekorte wat indieptejoernalistiek inperk is van die uitdagings waardeur hierdie sektor reeds vir 'n geruime tyd gekonfronteer word (Cairncross 2019:80). 'n Grootsoepse verskuiwing van gedrukte publikasies na digitale platforms tydens die pandemie het nie oorlewing vir die titels gewaarborg nie. Volgens Van Zyl (SANEF 2020:22–3) kan gemeenskapskoerante in veral landelike gebiede nie aan adverteerders die groot aanlyn gehore bied wat dit winsgewend sal maak om te adverteer nie. Tog het besoeke aan digitale platforms sedert Maart 2020 met tot soveel soos 72% toegeneem, wat dui op 'n beduidende vraag na gesaghebbende nuus tydens COVID-19 (Adams 2020; Fernandez 2020; Glaser 2020; SANEF 2020:3). Dit benadruk die beginsel dat diens aan die gemeenskap 'n kernelement van die joernalistiek is.

Dit is in navolging van die joernalistieke beginsel dat verskeie publikasies oor die wêreld heen besluit het om aanlyn betaalmure tydelik of permanent te laat vaar en om gedrukte publikasies, wat gewoonlik verkoop word, gratis beskikbaar te maak. Dit is ook waarom daar internasionaal pogings aangewend is om joernaliste en nuusorganisasies wat deur die koronaviruspandemie geraak is, te ondersteun (Fernandez 2020; Local Media Association 2020; SANEF 2020:30–31; Siegel 2020; Google News Initiative 2020).

Die Google News Initiative het die Journalism Emergency Relief Fund van miljoene dollar geskep en aangekondig dat hy minstens 5 300 klein en medium plaaslike nuusorganisasies wêreldwyd finansiële sou bystaan (Google News Initiative 2020). Vroeg in 2021 het Google 'n tweede inisiatief van stapel gestuur in Afrika, die Midde-Ooste en Turkye (Makina 2021).

In Suid-Afrika het die MDDA in Maart en April 2020 116 gemeenskapsradiostasies en 115 gemeenskaps- en klein kommersiële media met R45 000 elk gehelp. 'n Tweede ronde van die noodfonds is einde Mei 2020 aangekondig en nog R10 miljoen is hiervoor bewillig (MDDA 2020).

Die uitbreking van COVID-19 het gevolglik die sektor besonder hard getref met implikasie vir die langtermynoorlewing, funksionering en dienslewering van gemeenskapskoerante, en in die besonder voldoening aan die openbarebelang-nuusmandaat (Alex News 2020; Fernandez 2020; Mayhew 2020; SANEF 2020:11, 22; Turvill 2020). 'n Vollediger en akkurater prentjie van die impak van die wêreldwye gesondheidskrisis op gemeenskapskoerante in Suid-Afrika is dus vir die sektor nodig ten einde oplossings te vind om dit te versterk.

Die doel van hierdie ondersoek is derhalwe om die omvang van die veranderings wat deur die pandemie in die sektor vir gemeenskapskoerante gesneller is, uit die oogpunt van werknemers na te vors.

## 2. Probleemstelling

Met bogenoemde as agtergrond, is die volgende probleemstelling geformuleer:

Weens die aard van die gemeenskapspers is die omvang van die negatiewe impak van die COVID-19-pandemie, die diverse reaksies daarop en die moontlike negatiewe gevolge daarvan op die gemeenskapspers in die uitvoering van sy wesenstaak nog nie in Suid-Afrika vasgestel nie.

## 3. Navorsingsvrae

Drie vrae is in hierdie navorsingsverslag onder die loep:

- 1) Wat was die aard en omvang van die impak van die koronaviruspandemie (COVID-19) op die sektor vir gedrukte gemeenskapskoerante in Suid-Afrika in 2020–2021?
- 2) Watter inisiatiewe is in die lig van die koronaviruspandemie (COVID-19) oorweeg of geïmplementeer om die volhoubaarheid van gedrukte gemeenskapskoerante in Suid-Afrika te verseker?
- 3) Watter impak het die pandemie gehad op die gemeenskapspers se vermoë om sy wesenstaak uit te voer?

## 4. Metodologie

'n Gemengde navorsingsbenadering is gevolg. Dit beteken dat kwantitatiewe (numeriese) en kwalitatiewe data gebruik word om die navorsingsvrae te beantwoord (Nel en Jordaan in Joubert, Hartell en Joubert 2016). 'n Oorsig oor beskikbare literatuur is gebruik om die konstrakte te bepaal wat in vraelyste met geslote en oop vrae ingesluit is. In September 2021 is die ondersoek uitgebrei om vas te stel in watter mate die sektor herstel het al dan nie deur kwalitatiewe data uit gestruktureerde opvolgonderhoude in te samel. Die vrae is gestuur aan die agt direkteure van die Forum for Community Journalists (FCJ) as hekwagtersorganisasie, met wie se hulp en ondersteuning die data ingesamel is. Die forum is 'n nie-winsgewende lidmaatskapsorganisasie wat die belange van joernaliste wat in die gemeenskapsektor werk beskerm en bevorder (FCJ 2021). Die direkteure verteenwoordig al nege provinsies in die land. 'n Ingeligtoestemmingsvorm is saam met die versoek om 'n onderhoud uitgestuur met die versekering dat hul identiteit beskerm sal word. Vyf direkteure het op die versoek om opvolgonderhoude gereageer.



#### 4.1 Populasie en steekproef

*Populasie* verwys na die groep wat kenmerke deel wat deur die navorser bepaal word en waaruit die steekproef getrek word (Babbie en Mouton 2001:174; Mulder in Landman 1988:46). In die ondersoek is die populasie werknemers van gemeenskapskoerante wat by die FCJ geaffilieer is.

Die FCJ het nie 'n volledige, opgedateerde databasis met inligting oor hoeveel publikasies geaffilieer is of hoeveel individuele FCJ-lede daar is nie. Op hul webblad verwys die organisasie wel daarna dat hulle sowat 500 publikasies en hul joernaliste, wat oor nege provinsies versprei is, verteenwoordig (FCJ 2021). Daar is egter nie 'n aanduiding uit die literatuur of uit korrespondensie met die FCJ wat die omvang is van die populasie van mense wat in die sektor werksaam is nie.

Die inligting wat deur die vraelyste ingesamel is, is weens die probleme met die bepaling van die populasie nie veralgemeenbaar nie. Dit was egter nie die doel van die ondersoek nie. Die steekproef, wat vervolgens bespreek word, was wel voldoende om meer insig te kry in die probleem wat bestudeer is en om die navorsingsdoelwitte te bereik.

'n Nie-waarskynlikheidsproefneming, spesifiek 'n doelgerigte steekproefneming, is gebruik omdat die deelnemers spesifieke kennis en ervaring het van die fenomeen wat bestudeer word (Henning e.a. 2020:92). 'n Nie-waarskynlikheidsproefneming is ook nuttig wanneer die data vinnig ingesamel moet word, wat in dié geval nodig was om die impak van die pandemie binne die bepaalde tydperk te bepaal.

Die vraelyste is via die FCJ-streeksvertenwoordigers aan 169 individue gestuur. Volgens die data wat uit die vraelyste onttrek is, het 111 deelnemers (63 Afrikaans en 48 Engels) verbonde aan 76 publikasies of titels die vraelyste voltooi – 'n individuele responskoers van 66%. Indien die publikasiepopulasie gebaseer word op die FCJ se syfer van 500, het 22% van die geaffilieerde publikasies aan die ondersoek deelgeneem.

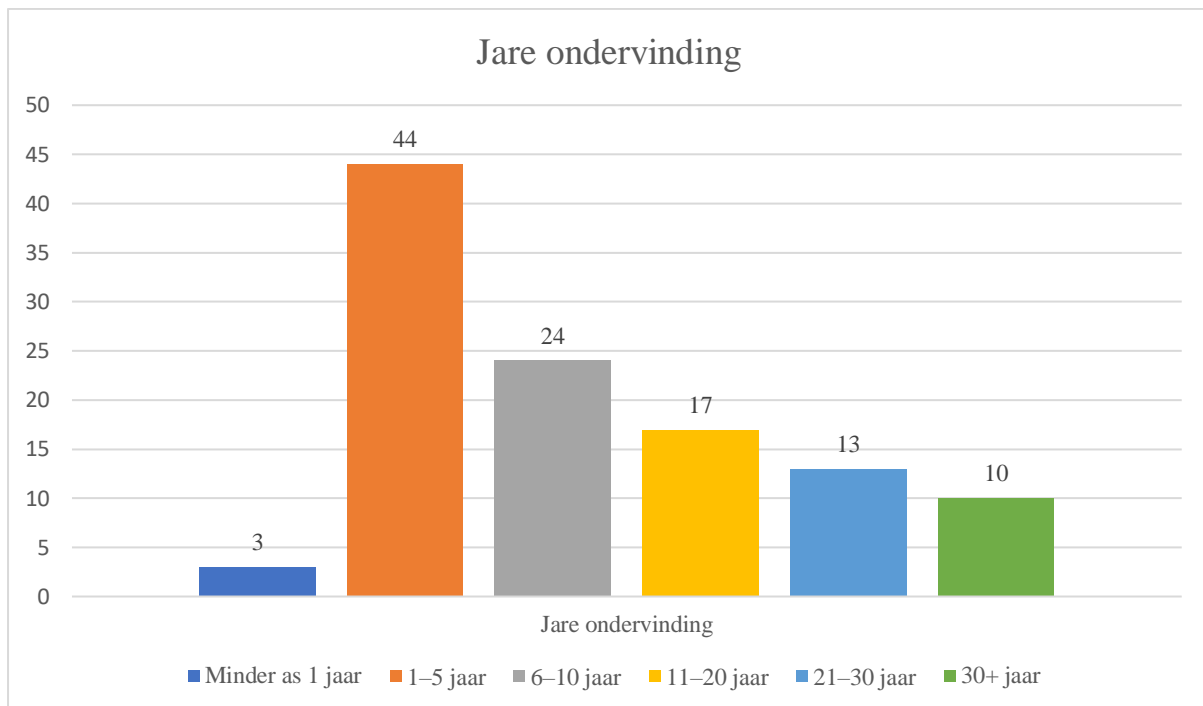
Die publikasies wat aan die ondersoek deelgeneem het, verteenwoordig al die eienaarskapmodelle waarna in die inleiding van hierdie verslag verwys word. Dit kan dus as verteenwoordigend van die sektor beskou word wat op grond van eienaarskap geklassifiseer kan word as korporatief-kommersiële (betaald) (26), korporatief-gratis (30) en onafhanklik (20).

Die data wat uit die vraelyste onttrek is, dui daarop dat 58% van die deelnemers vir kommersiële (betaald) koerante werk, 33% vir gratis koerante in korporatiewe besit en 9% vir onafhanklike (gratis of betaald) koerante. Publikasies in al nege provinsies het aan die ondersoek deelgeneem. Die meeste deelnemers het gekom uit die Wes-Kaap (29%), gevolg deur Mpumalanga (19%), Limpopo (12%) en Gauteng (11%).

Uit die data blyk dat deelnemers verskillende posisies beklee, ingesluit uitgewers, eenaars (mits eenaars aktief by die samestelling van die redaksionele inhoud van die koerant betrokke is, byvoorbeeld eenaars van onafhanklike koerante. Dit sluit as sodanig korporatiewe eenaars uit), sportredakteurs en -joernaliste, bestuurders, advertensiebestuurders, joernaliste, fotografe, uitlegkunstenars, subredakteurs, advertensiewerwers en nuusredakteurs. Die grootste persentasie deelnemers aan die ondersoek was joernaliste (33%) gevolg deur die kategorie “ander” (27,9%) en nuusredakteurs (10%). Die kategorie “ander” het 'n verskeidenheid

posbeskrywings ingesluit, byvoorbeeld redakteurs en adjunkredakteurs, bemarkers, subredakteurs en produksiebestuurders. Uit die data en literatuur blyk dit duidelik dat die aard van gemeenskapskoerante sodanig is dat individue verskeie redaksionele rolle vervul en dikwels ook vir verskillende titels binne een groep werk.

Deelnemers (111) se ondervinding strek van minder as 'n jaar tot meer as 30 jaar (sien Figuur 1). Die meeste deelnemers het tussen een en vyf jaar ondervinding.



**Figuur 1. Deelnemers se jare ondervinding**

Uit die data blyk dit dus dat die steekproef van publikasies en deelnemers verteenwoordigend is in terme van provinsiale of streeksverspreiding, eienaarskapmodel (korporatief-kommersieel, korporatief-gratis en onafhanklik), die tradisionele posisies binne gemeenskapskoerante (joernaliste, uitlegkunstenaars, redakteurs, advertensieverteenwoordigers, ens.) en jare ervaring.

#### **4.2 Literatuuroorsig**

Die gevolge van COVID-19 pandemie vir die mensdom word nog verreken. Gegewe die historiese aard van die fenomeen is min formele navorsing tot dusver gedoen oor die uitwerking van die pandemie op die gemeenskapskoerantsektor in Suid-Afrika. Hoewel daar in die populêre nuusmedia hieroor berig word, is die inligting oorsigtelik en anekdoties. Ten tyde van die navorsing is die enigste meer volledige oorsig oor nuusmedia en COVID-19 in Suid-Afrika deur SANEF (2020) gepubliseer en die fokus op die gemeenskapskoerantsektor in hierdie verslag is beperk. Die literatuuroorsig dui dus eerstens aan dat daar ruimte en selfs noodsaak vir die ondersoek is. Tweedens het dit gehelp met die skep van 'n aanvanklike teoretiese raamwerk vir die ondersoek wat gebruik kon word in die saamstel van die vraelyste. Heelwat inligting is gepubliseer oor die stand van plaaslike joernalistiek in die buiteland, insluitend inisiatiewe om die sektor volhoubaar te maak (soos bespreek in die inleiding).

### 4.3 Peiling en vraelyste

'n Peiling is gedoen met die hulp van vraelyste. Peilings kan gebruik word wanneer die geografiese verspreiding van die populasie dit moeilik maak om op 'n ander manier inligting in te samel. Die COVID-19-regulasies het die situasie verder bemoeilik. Peilings kan gebruik word om houdings en persepsies te bepaal, en kan 'n beskrywende, verklarende en ondersoekende rol vervul (Babbie en Mouton 2001:232).

'n Oorsig oor beskikbare literatuur is gebruik om die konstrukte te bepaal wat in die vraelyste ingesluit is. Vervolgens is Google Forms gebruik om Afrikaanse en Engelse vraelyste met 35 oop en Likert-skaalvrae op te stel. Die vrae het op die volgende aspekte gefokus: algemene inligting oor deelnemers, hoe COVID-19 die publikasie geraak het en stappe om volhoubaarheid te verseker.

Ses senior joernaliste in die gemeenskapsdienssektor het 'n toetslopie gedoen om die meet-instrument te verfyn alvorens 'n skakel na die vraelyste in Augustus 2020 met die hulp van die FCJ per e-pos na publikasies en lede gestuur is. 'n Skakel na die vraelys is ook op die FCJ se webblad gepubliseer.

### 4.4 Onderhoude

Onderhoude as kwalitatiewedata-insamelingsmetode kan gebruik word om mense se persepsies en sienings van 'n verskynsel te peil. Dit is ook 'n gepaste navorsingsmetode wanneer die konteks waarin deelnemers hulle bevind, ondersoek word (Hennink, Hutter en Bailey 2020). Om te bepaal in watter mate sake in die sektor 'n jaar nadat die aanvanklike data ingesamel is, steeds ly onder COVID-19, is gestruktureerde e-posonderhoude met vyf van die agt streekdirekteure (wat ook werk as redakteurs van gemeenskapskoerante) van die FCJ gevoer, soos hier bo beskryf. Die direkteure verteenwoordig publikasies in die Oos- en Wes-Kaap, Gauteng, Mpumalanga en Noordwes. 'n Lys van vyf kwalitatiewe vrae is na aanleiding van die resultate van die vraelyste saamgestel en versprei:

- Die ondersoek toon aan dat COVID-19 en die grendeltydperk verskeie onmiddellike maatreëls by plaaslike koerante in Suid-Afrika genoodsaak het. Dit sluit in salarisvermindering, inkorting van ure, sluiting van afdelings, publikasievakansies en samesmeltings, en personeelafleggings. Advertensie-inkomste is ook geraak. In die algemeen, sover jy weet, het enige van die aspekte by jou koerant (of koerante in jou provinsie) verander of is dit omgekeer sedert Oktober 2020?
- Koerante in korporatiewe besit is algemeen erger getref deur verskeie van bogenoemde maatreëls. Het die koerante enige hulp of steun (finansieel of ander) van korporatiewe eienaars gekry? (Die vraag is slegs vir koerante in hierdie kategorie.)
- Die rol van gemeenskapskoerante in openbare dienslewering word beklemtoon in die resultate. Dink jy hierdie rol is geskaad tydens COVID-19?
- Een van die gevolge van COVID-19 vir gemeenskapskoerante is die groei in digitale verkeer. Wat het sedert Oktober 2020 gebeur?
- Is daar enige positiewe aspekte wat uit COVID gevloei het wat jy wil noem?

Die inligting uit hierdie onderhoude is geïntegreer in die beskrywing en bespreking van die data uit die vraelyste.

## 5. Etiese kwessies

Etiese klaring vir die ondersoek is verkry volgens die voorskrifte van BaSSREC, die Noordwes-Universiteit se etiekkomitee vir navorsing in basiese en sosiale wetenskappe. Die bestuurskomitee van die FCJ het op 18 Junie 2020 tydens 'n vergadering hul steun aan die ondersoek toegesê (Redelinghuys 2020). Hierdie besluit is aangedui in die inleiding tot die vraelys waar die ondersoek verduidelik is en waardeur respondente hul ingeligte toestemming gee dat die inligting wat hulle verskaf gebruik kan word. Respondente het die keuse gehad om anoniem te bly. Die vraelys het ook voorsiening gemaak daarvoor dat diegene wat bereid was om gekontak te word hul name en kontakbesonderhede kon verskaf. Slegs diegene wat die inligting verskaf het, se name is aan die navorsers bekend. Die ander het anoniem gebly.

Direkteure se ingeligte toestemming is verkry vir die insameling van data deur middel van die e-ponderhoude. Ingevolge die ingeligtetoestemmingsooreenkoms is deelnemers nie in die aanbod van die inligting geïdentifiseer nie.

Omdat die ondersoek uitgesproke individuele joernaliste en redakteurs wat moontlik hul werkgewerorganisasies (mediamaatskappye/privaat eienaars) kritiseer sou kon benadeel, is die anonimiteit van respondente eerbiedig. Voorts is die doel van die ondersoek nie om op individuele mediamaatskappye te fokus nie, maar op die sektor vir gemeenskapskoerante as geheel. Individuele mediamaatskappye se respons op COVID-19 kom wel ter sprake. Van hierdie stappe of reaksie is reeds in die openbare domein en is reeds deur die nuusmedia gerapporteer.

## 6. Data-ontleding

Bykans alle deelnemers (107) het bevestig dat hul publikasies nuus dra wat hul gemeenskappe tot 'n groot mate beïnvloed, 'n belangrike eienskap van gemeenskapskoerante wat deeglik in die literatuur beskryf word, soos hier bo aangedui. Dit is dus duidelik dat die deelnemers verbind is daartoe om hul gemeenskappe te dien. Dit word veral belangrik wanneer gekyk word na hoe (korporatiewe) eienaars die impak van COVID-19, wat alle gemeenskapskoerante raak, bestuur het. Byna dieselfde getal deelnemers (109) meen dat COVID-19 die voortbestaan van gedrukte gemeenskapskoerante tot 'n mindere (16) of meerdere (50) mate bedreig, en bykans 40% (43) deelnemers meen die virus bedreig die voortbestaan van gedrukte gemeenskapsmedia tot 'n groot mate.

Die data uit die vraelyste word aangebied om die navorsingsvrae soos hier bo gestel, te beantwoord. Die onmiddellike uitwerking van COVID-19 word eerste bespreek met verwysing na die volgende aspekte: werksomstandighede, finansiële impak, samesmeltings en digitale impak. Daarna word inisiatiewe uiteengesit wat gemeenskapskoerante oorweeg of geïmplementeer het. Deelnemers is ook gevra om enige ander inligting/kommentaar wat betrekking het op die navorsingsonderwerp te verskaf. Hierdie inligting is geïntegreer in die bevindings soos hier onder aangebied.

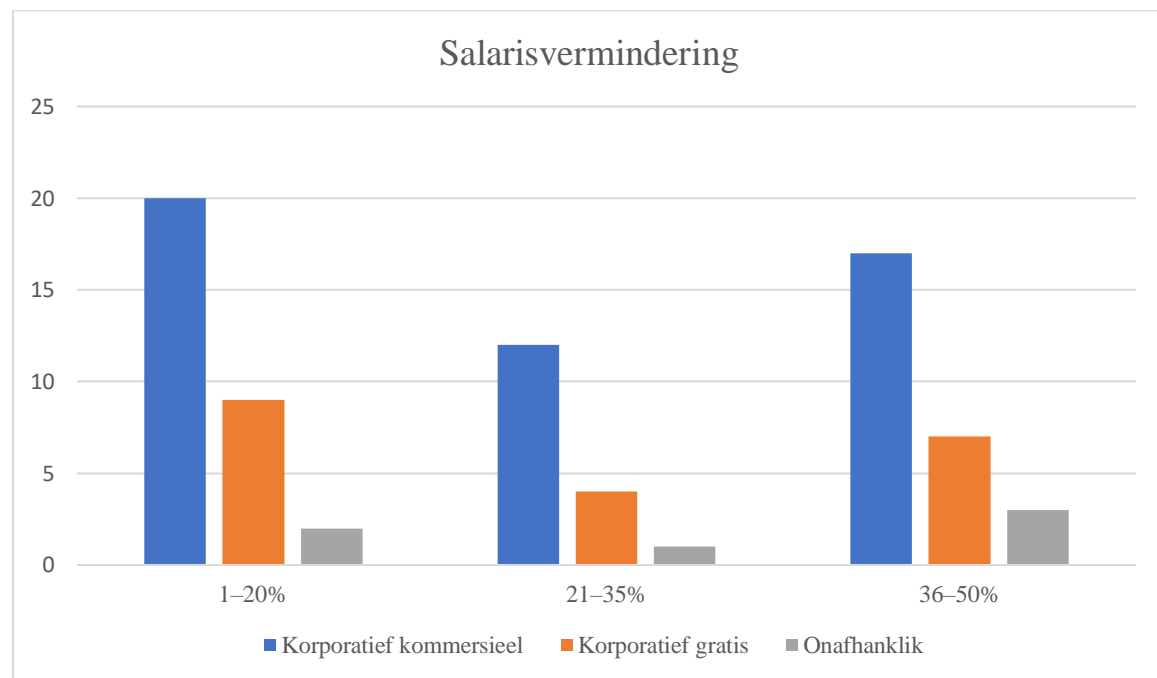
## 7. Bespreking van bevindings

### 7.1 Onmiddellike impak van COVID-19

COVID-19 en die grendeltydperk het verskeie onmiddellike maatreëls by plaaslike koerante in Suid-Afrika genoodsaak. Dit sluit in salarisvermindering, inkorting van ure, sluiting van afdelings, publikasievakansies en samesmeltings, en personeelafleggings.

#### 7.1.1 Salarisvermindering

Die meeste van die 111 deelnemers (31) het aangedui dat salarisse by hul publikasies met 1–20% gesny is, soos in Figuur 2 hier onder aangedui. Die korporatief-kommersiële sektor is die swaarste getref, en werknemers by onafhanklike publikasies het die minste onder hierdie maatreël gely. Van die 75 deelnemers wat aangedui het salarisse is gesny, werk 49 by korporatief-kommersiële koerante (betaald), 20 by korporatief-gratis publikasies, en ses by onafhanklike publikasies. Altesame 27 deelnemers het gesê salarisse is glad nie gesny nie. Dit is algemeen bekend dat werknemers by plaaslike koerante – veral joernaliste – klein salarisse verdien en dit is dus kommerwekkend dat hul inkomste verder negatief geraak is deur COVID-19.



**Figuur 2. Salarisvermindering in die onderskeie plaaslike koerantsektore**

Nadat personeel van een koerantgroep in die suide van die land se salarisse met 50% gesny en alle toelaes en pensioenfondsbydraes van die maatskappy se kant af weggenem is, is dit ná September 2020 opwaarts aangepas en teen einde November/begin Desember 2020 weer ten volle herstel, volgens die direkteur in daardie streek.

Koerante in die groep het as een “Lockdown Edition” verskyn tot einde Januarie 2021, maar is daarna twee-twee saamgegroeper. Een koerant het op sy eie bene bly staan.

Einde Februarie 2021 is met omvattende herstrukturering begin en is sowat 19 poste gesny en pakkette is aangebied. Volgens die direkteur was daar enkele bedankings, wat die taak makliker gemaak het. Sommige personeel is ook binne die groep verskuif.

Teen Oktober 2021 was twee koerante steeds in 'n grendeluitgawe saamgesnoer. Die een staan finansiële op sy eie bene en ondersteun die ander koerant, wat nie sonder hulp kan oorleef nie. Nog twee koerante funksioneer ook steeds as een omdat hul advertensie-inkomste nie twee aparte koerante regverdig nie. Daar is egter tekens van geringe herstel.

'n Groep in die ooste van die land het ook 'n "omkeerstrategie" beleef, volgens die direkteur in die streek. Dit was nie net toe te skryf aan COVID-19 nie, maar ook weens ondoeltreffende bestuur. 'n Mens kan hieruit aflei dat die COVID-19-situasie aan korporatiewe eienaars die geleentheid gebied het om bestaande probleme aan te spreek. 'n Groot strategiese voordeel van die herskikkingsproses is dat die "hoogs bekwame en ervare joernaliste" met 'n diensrekord van bykans 110 jaar behou is, volgens die direkteur. Die sluiting van die drukkerij was egter 'n groot slag. Nieteenstaande styg sirkulasie weer en word koerante groter of stabiliseer die bladsytelling. Een publikasie word nou gratis versprei, wat volgens die direkteur 'n positiewe invloed het op die omset en trefkrag in die mark. Joernaliste se salarisse is egter nog nie weer aangepas sedert dit aan die begin van die grendeltyd verminder is nie.

### *7.1.2 Vermindering van werksure*

Wat werksure betref, het 60 deelnemers aangedui werksure/skofte is verminder, en 45 het gesê werksure/skofte het onveranderd gebly. Ook hier blyk dit dat koerante in die korporatiewe-kommersiële groep die meeste geraak is. Uit die 60 deelnemers wat aangedui het ure is ingekort, verteenwoordig 37 die korporatiewe-kommersiële deel van die sektor, teenoor 11 uit die korporatiewe-gratis groep, en geen uit die onafhanklike groep. Dit laat vrae ontstaan oor die eienaars van korporatiewe-kommersiële koerante se verbintenis tot die gemeenskapsdiensbeginsel. Die korporatiewe eienaars behoort te besin oor wat hul oogmerk met gemeenskapskoerante is. As die kommersiële doelwitte belangriker word as die joernalistieke doelwitte van gemeenskapskoerante, is daar 'n dieperliggende probleem in die sektor. Dit kan beteken dat elke keer wanneer daar 'n uitdaging (soos COVID-19) is, die wesenstaak van openbare diens ondergeskik gestel word aan die winsmotief. Uit 'n joernalistieke oogpunt is dit 'n probleem. Dit is bevestig uit deelnemers se menings in die vraelyste.

Altesame 57 deelnemers het meer inligting verskaf oor hoe werksure aangepas is. In die algemeen is skofte ingestel, dae op kantoor is verminder, personeel het op 'n rotasiegrondslag gewerk, en talle werknemers het tuis begin werk. Talle deelnemers het aangedui dat hulle op die dae wanneer hulle nie gewerk het nie, geen vergoeding ontvang het nie. Produksiewerkers, administratiewe en ondersteuningspersoneel is die hardste getref. Kleiner gedrukte koerante is uitgegee, wat produksie-ure verminder het. Met minder of geen mense in kantore was daar beduidend minder administratiewe en ondersteuningstake. Uitlegkunstenars was ook onder die personeel wie se ure eerste verminder is omdat kleiner koerante uitgegee is, het verskeie deelnemers aangedui.

Een redakteur het gesê net hy en 'n "handjievoll" werknemers moes die koerant 'n ruk lank aan die gang hou. Van einde Maart 2020, net nadat die grendeltyd aangekondig is, het die joernaliste van die huis af gewerk. Die redakteur het weer op 1 Mei 2020 saam met ander redakteurs, die verkoopsbestuurder, takbestuurder en advertensieverteenwoordigers op kantoor

begin werk. Dié groep het die nuus gedek, die koerant uitgelê, en administratiewe werk gedoen teen verminderde vergoeding. Joernaliste het amptelik op 1 September 2020 teruggekeer na die kantoor. 'n Ander deelnemer by dieselfde publikasie het gesê skofte vir redakteurs en uitlegkunstenars is ingestel om een keer per week die koerant saam te stel.

Wat werksure betref, is ure op Vrydae in party gevalle ingekort, en die werksweek is met een of meer dae korter gemaak. Dit blyk dat die werksure by heelparty publikasies tussen 13 en 22 uur per week beloop het.

Deelnemers het gesê werksure is aangepas volgens die grendeltydvlakke, en het gedurig gewissel. By een publikasie het werknemers 13 uur per week in vlak 5 gewerk, en is die ure vermeerder in vlak 3. Een deelnemer het gesê personeel is in twee spanne ingedeel wat al om die ander week gewerk het. In vlak 3, 4 en 5 is skofte ingestel. Joernaliste het drie dae per week gewerk en produksiewerke vier dae per week.

### *7.1.3 Sluiting van departemente*

Administratiewe afdelings by plaaslike koerante uit al twee eienaarskapmodelle is gesluit: vier elk by korporatief-kommersiële en korporatief-gratis koerante, en een by 'n onafhanklike koerant. Vier advertensie-afdelings is ook gesluit, almal by korporatief-gratis publikasies. Hierdie afdelings is verantwoordelik vir die hoofinkomste van koerante, wat die vraag laat ontstaan of die korporatiewe eienaars die verkope van advertensies vir hierdie koerante oorgeneem het, en of die verantwoordelikheid vir die verkoop van advertensies bloot oorgeskuif het na 'n ander afdeling. Een deelnemer het gesê nasionale advertensies het opgedroog vir onafhanklike publikasies. Korporatiewe groepe het hul advertensiepryse tot op die been gesny en publikasies het saamgesmelt om nasionale adverteerders te lok en te behou. Volgens die deelnemer word daar jare lank al berig oor die roofprystegnieke van een media-konglomeraat wat gebruik word “om teenstanders uit die mark te dwing”.

Verspreidings- en subredaksie-afdelings by drie koerante (in albei gevalle een korporatief-gratis en twee korporatief-kommersiële), en een uitlegafdeling by 'n korporatief-gratis koerant het gesluit. Een deelnemer het aangedui dat alle departemente by dié korporatief-kommersiële koerant verklein is, maar dat geen afdeling gesluit het nie. By twee koerante – ook korporatief-kommersiële – is bemarkingsafdelings gesluit, en so ook een drukkerij. By een onafhanklike koerant is die finansiesafdeling gesluit.

### *7.2 Ander stappe geïmplementeer om volhoubaarheid tydens COVID-19 te verseker*

Gemeenskapskoerante in Suid-Afrika het ook ander stappe gedoen om volhoubaarheid tydens COVID-19 te verseker. Altesame 26 deelnemers het gesê hul publikasies het 'n tyd lank nie verskyn nie, en 36 het aangedui dat die getal uitgawes verminder is. Talle betaalde publikasies (18) het tydelik gratis verskyn. Enkele van dié koerante het sedertdien permanent migreer na gratis verspreiding. Enkele publikasies het ook na die aanlyn platform migreer om volhoubaar te bly (ses). Talle deelnemers het groter verkeer op hul aanlyn platforms aangemeld. Altesame 49 deelnemers het gesê verkeer het tot 'n redelike mate toegeneem, en 29 het gesê tot 'n groot mate. Vyf deelnemers het gesê geen toename in verkeer is bespeur in die sowat ses maande ná die begin van grendeltyd nie. (Sien ook die bespreking oor die digitale impak in afdeling 7.3.)

### 7.2.1 Afleggings

Talle werknemers is in 2020 afgelê weens COVID-19, tog lyk dit asof baie koerante die aflegging van personeel kon beperk. Altesame 41 deelnemers het aangedui dat geen personeel by hul publikasies afgelê is nie. Nege het aangedui dat tussen 11 en 15 mense by korporatief-kommersiële koerante hul werk verloor het. Nege deelnemers by korporatief-kommersiële koerante, 10 by korporatief-gratis en twee by onafhanklike koerante het gesê een tot vier mense is afgelê. Een redakteur het aangedui dat hy maande lank geen salaris getrek het nie, maar dat hy sy salaris onder sy werknemers verdeel het. Niemand is by dié koerant afgelê nie.

Uit die bevindings blyk dit dat die meeste poste wat in die slag gebly het, dié van joernaliste was (41), gevolg deur ander (30) en advertensiewerwers (26). Die kategorie “ander” sluit in administratiewe personeel, personeel in die produksiedepartemente (grafiese ontwerpers en uitlegkunstenars), en ondersteuningspersoneel soos skoonmakers.

Wat die tipe poste betref, wissel dit van koerant tot koerant. Daar is dus buiten die eerste drie kategorieë nie ’n duidelike patroon nie. Dit is egter kommerwekkend dat soveel joernaliste afgelê is, omdat dit juis hulle is wat verantwoordelik is vir die inhoud van gemeenskapskoerante. Plaaslike nuuskantore is oor die algemeen klein en die werkslading groot. Baie koerante bedien groot gemeenskappe en met minder joernaliste is dit onwaarskynlik dat in die nuusbehoefte van lesers voorsien sal kan word, wat weer eens die vraag oor die verbintenis tot die diensmotief van plaaslike koerante na vore dwing. Dit was moeiliker om nuus in te samel omdat mense afgesonder was en nie hul normale aktiwiteite of stokperdjies kon beoefen nie, het een deelnemer ervaar. Dit het bewys dat die gemeenskap nuus genereer. ’n Ander deelnemer het opgemerk dat daar in die “moeilike tyd” baie COVID-19-verwante stories was, maar die pandemie het ook veroorsaak dat kuns, kultuur, sport en skole as tradisionele bronne van nuus gely het.

Daarbenewens is advertensiewerwers verantwoordelik vir die finansiële welstand van die koerant. Dit sluit aan by die vraag hier bo oor of advertensieverkope gesentraliseer is op streeks- of nasionale vlak en of dit steeds op plaaslike vlak hanteer word, of sal kan word.

Twee deelnemers het hul kommer uitgespreek oor die impak van die stappe op joernaliste se geestesgesondheid omdat heelparty ver van familie woon en sonder ’n ondersteuningsnetwerk moes voortgaan. Ander moes hul gewone werkslas dra en terselfdertyd na kinders omsien omdat dagsorgsentrums gesluit is. “’n Joernalis wat reeds aan angstigheid gely het voor die pandemie kon nie die druk van die werk midde-in die pandemie hanteer nie en het besluit om te bedank”, het een deelnemer gesê. ’n Ander deelnemer se persepsie was dat die impak op joernaliste se geestesgesondheid ook ’n negatiewe invloed gehad het op hul vermoë om die nuus na behore te dek.

Die maatreëls hier bo genoem is byna deur die bank binne die eerste twee maande nadat die grendeltydperk in Maart 2020 aangekondig is, ingestel, volgens die resultate van die ondersoek. Verskeie deelnemers het aangetoon dat hul salarisse reeds van April 2020 verminder is, en/of dat hulle in daardie tyd ingelig is dat daar geen salarisverhogings sal wees nie. Een deelnemer het gesê werknemers van ’n spesifieke koerant kon van einde Maart net op werkloosheidsversekering staatmaak. Afleggings is in die tydperk Maart 2020 tot Oktober 2020 gehanteer.



In die meeste gevalle blyk dit dat senior bestuur, in oorleg met hoofkantore (waar van toepassing), besluite oor afleggings geneem het. In een geval is elke afdeling gemonitor en in verskeie gevalle is die “laaste-in-eerste-uit”-beginsel toegepas. Sommige werknemers het vrywillig bedank.

In nuuskantore het lynbestuurders ook ’n rol gespeel in die besluitnemingsproses. Dieselfde geld ander departementshoofde. Die afleggingsproses volgens artikel 189 in die Wet op Arbeidsverhoudinge is volgens verskeie deelnemers gevolg. Waar koerante deel is van ’n groep, is besluite geneem wat die hele groep raak pleks van individuele publikasies. Waar herstrukturering plaasgevind het, moes personeel weer aansoek doen vir hul poste en is onderhoude gevoer. Kostebesparing was een van die hoofredes vir afleggings. Volgens een deelnemer het dit neergekom op die identifisering van die behoeftes van die nuuskantoor/onderneming. Daar was byvoorbeeld nie ’n werklike behoefte aan twee subredakteurs (een vir nuus en een vir artikels) nie.

Dit blyk dat personeel tot ’n mindere of meerdere mate op hoogte gehou is van die proses, byvoorbeeld via Zoom-vergaderings. Een deelnemer het gesê “daar was ’n lang proses van byna ’n maand waar almal weer aansoek moes doen vir hul pos gevolg deur konsultasies en uiteindelik is die mees geskikte persoon aangestel uit ’n groot poel”. ’n Bestuurslid het gesê daar is probeer om die impak so “lig” moontlik hou. In hierdie geval is mense wat deelyds gewerk het of op aftree-ouderdom was, afgelê. Een deelnemer het gesê jonger werknemers “wat ’n beter kans staan om weer werk te kry”, is afgelê. Dit lyk of ervaring in hierdie geval ’n rol gespeel het. Ouer joernaliste word waardeur in ’n gemeenskap en hul vaardighede en ervaring moeilik vervang. In een geval ná die samesmelting van twee besonder klein koerante is onderhoude gevoer om te besluit watter redaksielid sal aanbly; dieselfde met die advertensie-afdeling.

Dit was egter nie vir personeel maklik nie. Een deelnemer het gesê bestuur het die werknemers ingelig dat afleggings kom en dat hulle weer sal moet aansoek doen vir hul poste – “maar hulle het reeds geweet wie hulle wou hou – dit was net ’n manier om te sê hulle gee ons ’n gelyke kans” (eie vertaling). ’n Ander deelnemer het gesê: “Daar was ’n ‘konsultasieproses’ wat behels het dat ons almal soos verskrikte hase gesit en luister het hoe van ons ons werk gaan verloor.”

Personeel wat nie ’n beduidende bydrae in die nuuskantoor gemaak het nie, is ook afgelê, volgens een deelnemer. Werknemers se vaardighede, kwalifikasies, ondervinding en veelsydigheid is in ag geneem. In ander gevalle is poste gekonsolideer en het afleggings voorgekom waar kantore gesluit het. Vrywillige pakkette is aangebied.

In sommige gevalle het bestuur individue geïdentifiseer. Volgens een deelnemer: “In die geval van die vryskut(joernalis) is besluit dat joernaliste meer tyd gaan hê om self stories te doen en in die geval van die interns kon die program nie voortgaan nie aangesien joernaliste van die huis af werk.” Die deelnemer het bygevoeg dat daar gekyk is na die besigheidsmodel met die fokus op vernuwing en die aanpassing by die invloed van COVID-19: “Ek wonder juis of die vinnige instel van die maatreëls nie maar goed is waarvoor bestuur lankal gedink het en toe het COVID die kans daarvoor geskep nie.”

’n Ander deelnemer het in dieselfde trant gesê die publikasie se korporatiewe eienaar was “in elk geval” van plan om in die tydperk tot 2023 te herstrukturer, mense af te lê, kantore te

verklein of te sluit. Volgens die deelnemer is die plan om teen 2025 alle gedrukte koerante te staak. COVID-19 het veroorsaak dat dié datum vervroeg is. Die deelnemer het gesê baie stappe wat gedoen is, soos afleggings en die sluiting van publikasies, is voor COVID-19 reeds oorweeg.

Een deelnemer het gesê “die drukkersbedryf is besig om klein koerante dood te wurg met drukkoste”. Dit was dus nie ’n verrassing dat twee groot mediagroep koerante gesluit het nie. Die deelnemer is optimisties oor die voortbestaan van gemeenskapskoerante, maar meen dat die verskyningsformaat gaan verander, byvoorbeeld gedrukte koerant aan die begin en einde van ’n maand en digitale formaat in die “stil weke” in die middel.

’n FCJ-direkteur uit die sentrale deel van die land het gesê dat verskeie redakteurs afgelê is, en dat dié taak nou op die skouers van groepredakteurs val. In dié gebied is daadwerklike pogings aangewend om joernaliste te behou, en is bestuurders eerder afgelê.

### *7.2.2 Sluiting van kantore*

Altesame 13 deelnemers het aangedui dat kantore gesluit is, en 26 dat dié stap moontlik of baie moontlik was. Altesame 44 deelnemers het gesê dit is glad nie oorweeg nie, en 28 dat dit onwaarskynlik was. Uit die kwalitatiewe data blyk dit dat “swakker” en kleiner of satellietkantore gesluit sal word om kostes te bespaar en dat werknemers van die huis af werk, en dat kleiner kantoorspasie bekom is/sal word en personeel op ’n rotasiebasis daar sal werk. Die “hot desk”-stelsel is ook by enkele publikasies geïmplementeer, wat inhou dat ’n werkplek in die kantoor op verskillende tye deur verskillende mense gebruik is.

### *7.2.3 Samesmelting van koerante en die gevolge daarvan*

Die samesmelting van koerante was in sekere gevalle permanent, maar in talle ander tydelik om kostes te besnoei. In die eerste maand van die grendeltyd is die nuus van die ses koerante in ’n spesifieke groep in die suide van Suid-Afrika gekombineer in een streekskoerant. Namate sake begin verbeter het, is drie koerante gedruk, elk met ’n verskillende voor- en agterblad en elk met inhoud van twee van die ses publikasies, het ’n direkteur gesê. Twee van die koerante het later permanent saamgesmelt, volgens verskeie deelnemers. Dit het gehelp om die las van te min adverteerders te verlig en ook om die ratio tussen redaksionele inhoud en advertensies uit te balanseer. Sedert September 2020 word die saamgesmelte publikasie in ’n groter gebied versprei en is die drukoplaag ook hoër.

Al vier koerante in ’n groep in ’n noordelike provinsie het in een gratis koerant saamgesmelt vir die eerste vier maande van grendeltyd. Dit sluit twee korporatief-kommersiële en twee korporatief-gratis koerante in. Elke koerant het in die saamgesmelte weergawe sy eie afdeling, volgens deelnemers wat by die groep betrokke is. Net een deelnemer het verduidelik wat die samesmelting by bepaalde onafhanklike gemeenskapskoerante behels het. Volgens dié deelnemer het kleiner koerante met groter publikasies saamgesmelt, maar hul eie mashoofde behou.

In ’n provinsie in die ooste van die land het die twee aparte uitgawes van ’n groot korporatief-kommersiële koerant saamgesmelt. Ses ander koerante in die omgewing het ook in een groot publikasie saamgesmelt, in sommige opsigte aanlyn en in ander in die gedrukte koerante, het deelnemers uit die gebied gesê.

In 'n suidelike provinsie is 'n hibried geskep deur twee korporatief-kommersiële koerante te laat saamsmelt. Die oorspronklike koerante deel 'n “kern” van vier of agt bladsye, maar die hibried behou gebied-spesifieke nuus op sy voor- en agterblad, volgens die redakteur.

'n Ander tendensie volgens die resultate was 'n algemene, saamgesmelte publikasie aan die begin van die grendeltyd. Toe die omstandighede begin normaliseer, het die publikasies ontbondel, maar hulle deel steeds van tyd tot tyd nuus.

Uit die resultate blyk dit dat dieselfde algemene tendensies by al drie groepe koerante te bespeur is: Koerante het tydelik en sommige later permanent saamgesmelt. Waar koerante deur die loop van 2020 ontbondel het, vind samewerking tussen publikasies deur nuus te deel van tyd tot tyd plaas.

Ná Oktober 2020 het skommelings plek-plek weer plaasgevind. Een direkteur het aangedui dat die ses koerante in die groep tot einde Januarie 2021 as een koerant verskyn het, maar daarna twee-twee saamgegroepeer is. Einde Februarie 2021 het omvattende herstrukturering plaasgevind en is 'n kleiner koerant gesluit. Die grootste koerant funksioneer weer outonoom, maar vier ander is steeds twee-twee verbind – in die een geval omdat die kleiner koerant hulp nodig het om te oorleef, en omdat die ander twee se advertensie-inkomste nie twee aparte koerante regverdig nie.

In 'n ander streek is die meeste publikasies sedert einde September 2020 weer outonoom. Twee publikasies het egter saamgesmelt en uitgawes van 'n ander het ook saamgesmelt.

#### 7.2.3.1 Implikasies van die samesmelting

Uit die bevindings is dit duidelik dat daar positiewe en negatiewe implikasies van die samesmeltings was vir die onderskeie publikasies en nuusorganisasies. Onder die *negatiewe* uitwerking staan die volgende uit:

- Verskeie deelnemers het opgemerk dat die minder nuusruimte weens die samesmelting 'n probleem is. Daar is minder hiperplaaslike nuus (d.i. nuus oor 'n spesifieke gemeenskap) omdat spasie met ander koerante gedeel word, en omdat daar op groter gemeenskappe gefokus moet word. Dit veroorsaak verwarring onder lesers en adverteerders. Joernaliste is ook gefrustreerd oor die gebrek aan spasie vir nuus. Een redakteur het gesê daar is baie minder spasie vir eie streeknuus. “Lesers hou nie daarvan nie, hulle betaal vir hul plaaslike nuus. [Die] koerant dra materiaal wat jy as redakteur gewoonlik hoegenaamd nie sou oorweeg vir publikasie nie – kortliks, swak joernalistiek.”
- Betaalde koerante wat nou gratis beskikbaar is.
- Die feit dat laer kostes soms gepaard gaan met 'n kleiner inkomste.
- Een deelnemer het gesê twee redaksieposte is gesny maar dat seker gemaak is dat dieselfde gemeenskappe steeds met nuus bedien word. “Maar die nuuskantoor se vermoë om dit te doen, is verminder. Hoewel 'n koerant se drukoplaag verhoog, was die verwagting dat dit 'n kleiner koerant gaan wees tot die plaaslike ekonomie kan herstel en adverteerders ons weer kan ondersteun”, volgens die deelnemer.

- Die werkslas verhoog omdat daar minder joernaliste en advertensiewerwers is. Daar is ook meer as een redakteur per saamgestelde koerant. Kommunikasie is moeiliker omdat personeel nie in een kantoor werk nie.

Heelparty deelnemers was *positief* oor die uitwerking. Die volgende opmerkings staan uit:

- Die publikasies het 'n wyer verspreidingsgebied en 'n groter kans om nasionale adverteerders te lok. 'n Deelnemer het gesê hoewel die spesifieke publikasie soos die lesers dit geken het, moes sluit, het lesers in die gebied steeds 'n koerant om na uit te sien en is die herbekendstelling positief ontvang.
- Kostebesparings, ook weens laer verspreidingsyfers.
- Die samesmelting skep 'n meer volhoubare model.
- Lesers kon in daardie tyd (toe koerante saamgesmelt het) nuus uit ander streke lees en produksiekostes is verlaag.
- Daar is gepoog om die impak so laag moontlik te hou met spesiale glipblaaie uniek aan elke publikasie. Nie alle lesers hou van die gesamentlike koerant nie en wil nie noodwendig nuus uit ander gebiede lees nie, ander dink weer dis “great”.

### 7.3 Digitale formaat

Deelnemers is gevra om aan te dui of hulle dink hul publikasies kan ná COVID-19 in digitale formaat bly voortbestaan. Min deelnemers stem hier saam. Altesame 88 (sowat 80%) deelnemers het gesê glad nie of tot 'n geringe mate, terwyl 17 deelnemers meen tot 'n meerdere mate. Net vier deelnemers meen plaaslike koerante sal wel ná COVID-19 net in digitale formaat kan bly voortbestaan. Die meeste deelnemers meen ook dat hulle tot 'n redelike of groot mate (28 en 63, onderskeidelik) met sosiale media meeding en selfs daardeur bedreig word.

Interessant genoeg blyk dit dat hoewel die meeste deelnemers aangedui het dit is nie moontlik nie, hulle tog meen hul publikasies is wel gereed om net in digitale formaat te bly voortbestaan. Net 12 deelnemers het aangedui hulle is glad nie gereed nie, terwyl 42 en 35 meen hulle is onderskeidelik tot 'n meerdere of groot mate gereed. Die algemene strekking van antwoorde op die oop vraag oor faktore wat die digitale voortbestaan beïnvloed, dui egter daarop dat min koerante eintlik hiervoor gereed is. Altesame 75 deelnemers het hierdie vraag beantwoord. Deelnemers se reaksie op hierdie vraag kan in enkele breë kategorieë verdeel word: finansiële oorwegings soos besigheidsmodelle; advertensie-inkomste en hulpbronne; lesersvoorkeure en digitale toegang; en personeelverwante faktore (joernaliste/bestuur se gewilligheid/vermoë om na die digitale platform te verskuif).

#### 7.3.1 Die invloed van COVID-19 op digitale verkeer

Redakteurs het 'n toename van 10% tot 200% in digitale verkeer gerapporteer. Die nuusredakteur van 'n korporatief-kommersiële koerant het gesê unieke bladbesoeke het met sowat 60% per maand toegeneem. Twee redakteurs het aangedui dat daar binne die eerste maand ná die aankondiging oor grendeltyd aanvanklik 'n daling in bladbesoeke bemerk is, maar dat dit binne die volgende twee maande matig toegeneem het. 'n Ander redakteur het gesê die syfers was wisselvallig en het afgehang van die inhoud, maar dat bladbesoeke gemiddeld met tussen

2 000 en 5 000 toegeneem het. Die eenaar van 'n onafhanklike publikasie het gesê 2,4 miljoen “video views” is per maand op die publikasie se Facebook-blad aangeteken.

'n Redakteur van 'n korporatief-kommersiële koerant het gesê die digitale platform het 5 700 meer besoekers gehad in Julie 2020 as in Februarie 2020, en 7 761 meer unieke bladbesoeke in dieselfde tydperk. 'n Ander het gesê die getal aanlyn gebruikers het van 94 174 tot 184 682 in Julie 2020 toegeneem. Nog 'n redakteur het gesê die betrokke publikasie het voor COVID-19 nuusstories van hul Facebook-blad begin oplaai na die korporatiewe eenaar se platform. “Hierdie berigte lê voor die betaalmuur. Ons het toe reeds bykans 500 000 besoekers per maand opgelewer. Nou staan dit op 700 000.”

Hierdie tendensie het in die tydperk Oktober 2020 tot Oktober 2021 voortgeduur, volgens die meeste FCJ-direkteure. Sommige koerante het merkwaardige groei in aanlyn verkeer beleef, selfs die kleiner koerante. Advertensies op sosiale media soos Facebook en webblaaie het ook toegeneem. Een direkteur het die groei toegeskryf aan aggressiewe bemarking van aanlyn advertensies saam met advertensies vir die gedrukte weergawes: “Daar is 'n besliste dryf om digitale verkeer weekliks te stimuleer en alhoewel dit 'n sterk fokus bly, word die rol van die gedrukte koerante in die groep beslis nie afgeskeep nie. Maar dat die ‘digitale dryf’ gekom het om te bly, is vir seker. Dit sal aanhou groei en dit help ongetwyfeld om lesers en adverteerders terug te lok.”

'n Ander direkteur het egter opgemerk dat verkeer ná Oktober 2020 afgeneem het en dat dit 'n gesukkel bly om dit te laat toeneem.

### 7.3.1.1 Finansiële oorwegings

Die meeste deelnemers wat die vraag beantwoord het, is bekommerd oor advertensieverkope, wat steeds gemeenskapskoerante se hoofbron van inkomste is. Verskeie deelnemers het gesê dit is onseker of genoeg geld aanlyn gegeneer kan word om te vergoed vir die verkoop en verspreiding van gedrukte koerante. 'n Ander het ook verwys na die gebrek aan doeltreffende kommersiële aanlyn besigheidsmodelle. Digitale trefslae is een ding, maar dit genereer nie 'n inkomste nie, het 'n ander gesê. Nog 'n deelnemer het gesê wat die redaksionele sy betref, kan die koerant dadelik aanlyn migreer, maar hoe advertensieverkope sal werk, is nog nie seker nie.

Uit deelnemers se reaksie blyk dit dat aanlyn advertering nog nie juis gewild is onder adverteerders nie. Hulle wil nie net op 'n digitale platform sigbaar wees nie, veral in 'n grootliks plattelandse gebied met afgeleë dorpie en plase, meen een deelnemer. 'n Ander is dit eens dat die inkomstepotensiaal laag is, en voeg by dat daar geen “gewete” onder advertensieagentskappe is om plaaslike koerante te ondersteun en nie net winskope te “jaag” nie.

Een deelnemer het gesê 'n betaalmuur is 'n groot probleem omdat dit onseker is hoe 'n publikasie lesers kan aanmoedig om in te teken op 'n aanlyn weergawe. Gratis sosialemedia-platforms kan lesers verder ontmoedig om digitaal in te teken. Die meeste (63) deelnemers meen dat hul publikasies met sosiale media soos Facebook kompeteer. Net vyf het aangedui dat daar geen kompetisie is nie. Verskeie deelnemers het aangedui dat hulle benewens hul gedrukte koerante ook 'n digitale platform bedryf, en ook sosiale media gebruik.

Die redakteur van 'n korporatief-kommersiële koerant het gesê sy publikasie het beperkte beheer op die groep se aanlyn platform. Daar is ook nie geld om strukturele veranderings aan dié platform aan te bring om die publikasie se eie behoeftes te akkommodeer nie. 'n Ander deelnemer het gesê daar is beperkte geleentheid om 'n inkomste op hul aanlyn platform te genereer, en 'n ander het gesê daar is 'n groot drukkerij wat gebruik moet/sal word (wat gevolglik druk op die finansies plaas). Opmerkings soos hierdie dui op konflik tussen hoe redakteurs en joernaliste hul funksie en wat hulle wil bereik, sien, en die eienaars se fokus op finansiële doelwitte.

### 7.3.1.2 Lesersvoorkeure en digitale toegang

Die balans tussen die demografie en die behoeftes van 'n streek se demografie en die beskikbaarheid van tegnologie en internet is bepalende faktore, volgens een deelnemer. Talle deelnemers het gesê 'n groot deel van hul gemeenskap verkies gedrukte koerante, veral ouer lesers wat nie digitaal vaardig is nie. “'n Groot deel van ons gemeenskap is 60 jaar en ouer en baie het nie toegang tot die internet nie en besit nie selfone nie. Ons briewe is soms nog met die hand geskryf”, het 'n deelnemer gesê.

Selfs in gemeenskappe waar digitale media gewild is, verkies 'n groot deel steeds 'n gedrukte koerant, volgens 'n ander deelnemer. Talle lesers is erg oor die invoegsels met spesiale aanbiedings wat in die gedrukte koerant verskyn en dit kan hulle nie aanlyn kry nie, het nog 'n deelnemer gesê.

'n Beduidende probleem blyk te wees digitale toegang in veral afgeleë plattelandse gemeenskappe waar daar dikwels nie internetinfrastruktuur of -ontvangs is nie. In sommige gebiede, insluitend informele nedersettings, het talle mense weens armoede nie toegang tot digitale platforms nie, het enkele deelnemers gesê.

Een deelnemer wie se publikasie op die platteland verskyn, het gesê dat die mark bloot nie groot genoeg vir 'n digitale weergawe is nie. 'n Ander het gesê veral intekenaars (op die gedrukte koerant) stel nie belang in digitale nuus nie, of wil nie vir digitale nuus betaal nie.

Met fopnuus wat hoogty vier op sosiale media, is gedrukte nuus meer geloofwaardig. “Mense vertrou nuus wat gedruk is”, volgens een deelnemer. Die deelnemer het bygevoeg dat koerante die rol van tydskrifte inneem. Ontvouende nuus word aanlyn gepubliseer en glansartikels en dieptenuus in die gedrukte weergawe.

### 7.3.1.3 Personeelverwante faktore

Verskeie deelnemers het gesê gebrekkige opleiding, weerstand teen verandering en 'n gebrek aan infrastruktuur strem hul publikasies se vermoë om digitaal te bly voortbestaan. Een deelnemer het ook gesê nadat 'n joernalis afgelê is (as gevolg van die COVID-19-oorlewingsmaatreëls), is daar 'n tekort aan hande om nuus vir albei platforms te voorsien. 'n Ander deelnemer het kommer uitgespreek dat 'n digitale verskuiwing talle personeelafleggings tot gevolg sal hê.

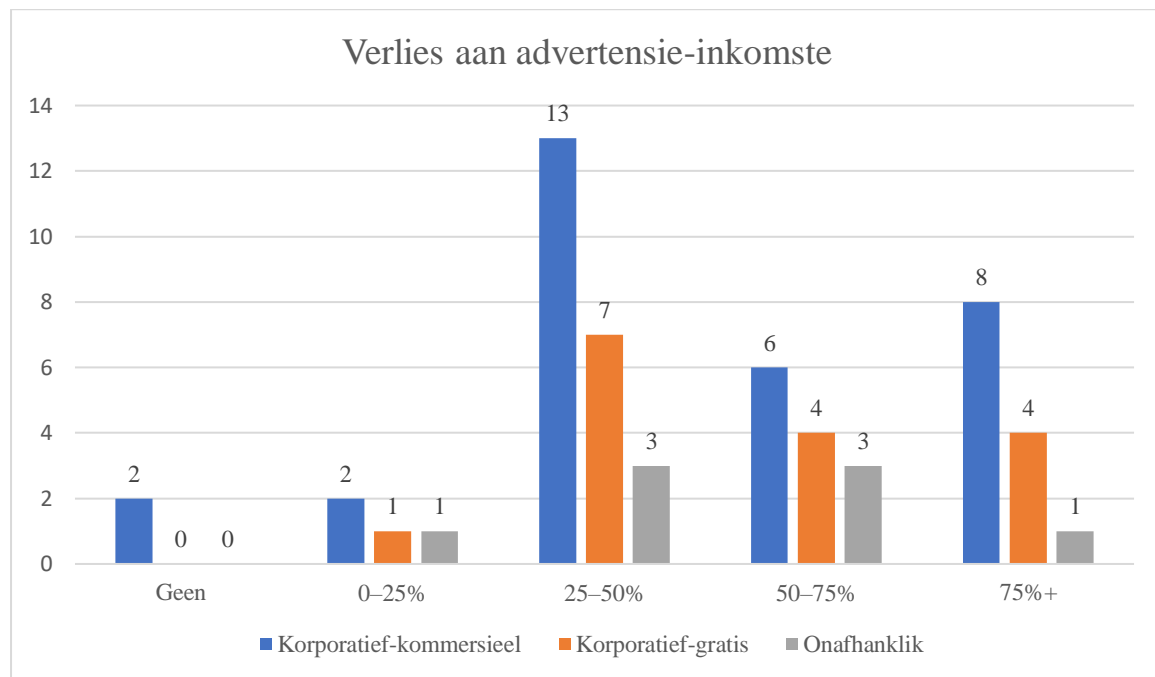
Een deelnemer het gesê die bestuur van die koerant wil in digitale formaat voortgaan, maar is “beperk in hul visie”. Die meeste joernaliste en ander personeel wat hul poste by dié publikasie

behou het, is ouer en het meer ondervinding maar is nie digitaal baie vaardig nie. Nog 'n deelnemer het beaam dat veral ouer personeel sukkel om 'n kopskuif te maak.

'n Deelnemer wat die enigste redaksielid van 'n publikasie is, het gesê om die gedrukte koerant en digitale formaat behoorlik te beplan, te bestuur en uit te gee, is 'n geweldige uitdaging.

#### 7.3.1.4 Die finansiële implikasies van COVID-19

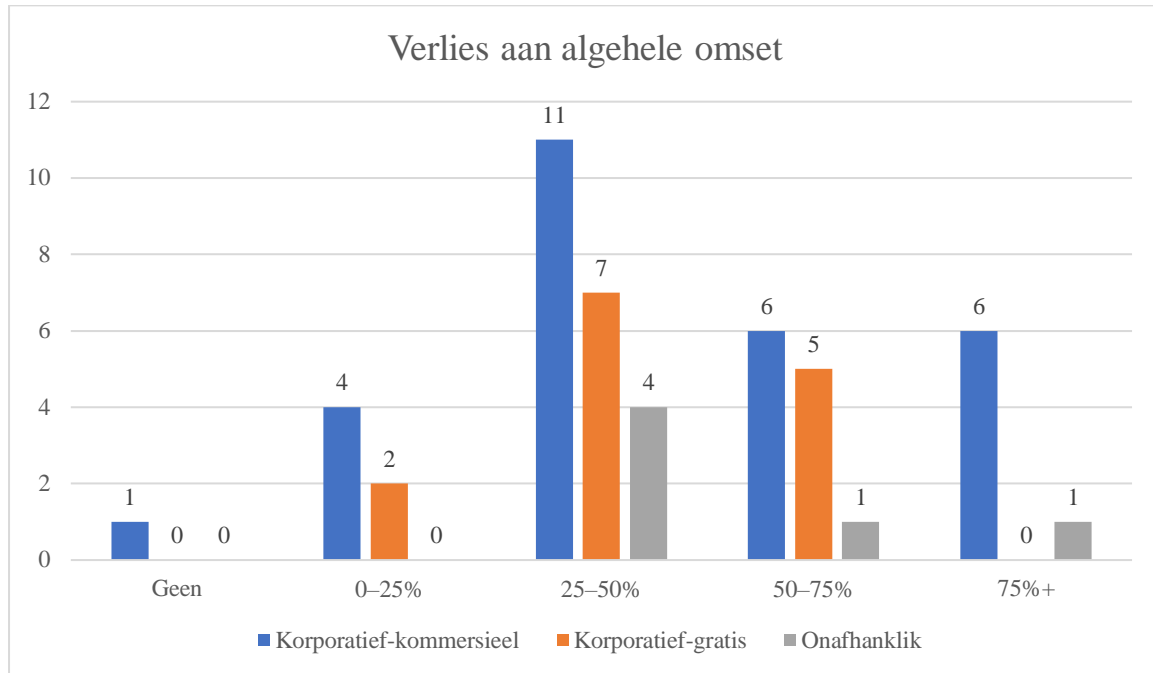
Hier is deelnemers gevra om aan te dui hoe die pandemie eerstens hul publikasies se advertensie-omset beïnvloed het (Figuur 3), en tweedens, die algemene omset van die publikasie (Figuur 4).



**Figuur 3. Publikasies se verlies aan advertensie-inkomste volgens deelnemers**

Uit die resultate blyk dit dat korporatief-kommersiële koerante die grootste verliese gely het wat advertensieverkope betref. Altesame 99 deelnemers het hierdie vraag beantwoord, maar 56 het aangedui dat hulle nie weet hoe groot die verlies was nie, wat beteken dat 'n betroubare afleiding nie gemaak kan word nie. Wat wel duidelik is, is dat koerante uit al twee eienaarskapmodelle 'n verlies aan advertensie-inkomste getoon het. Die grootste verlies blyk 25–50% te wees.

Die direkteure het wel aangedui dat hoewel daar tekens was dat advertensie-inkomste in 2021 begin styg het, blyk koerante heelwat kleiner as voor die grendeltyd te wees. Daar is gevolglik baie minder plek vir nuus. Een direkteur het aangedui dat die aantal bladsye van 'n korporatief-kommersiële koerant in sy groep van 72–96 voor die grendeltyd gedaal het na 32–40 (weekliks). Verkope het ook heelwat gedaal.



**Figuur 4. Verlies aan algehele omset volgens deelnemers**

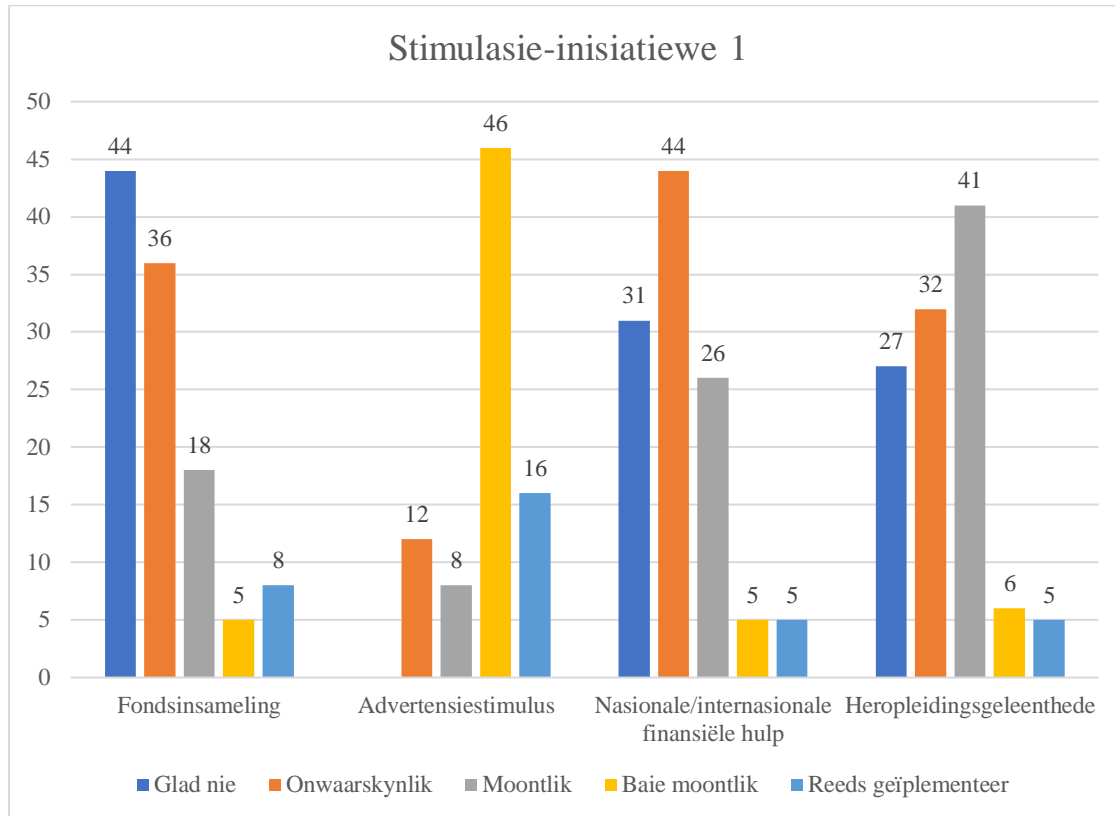
Altesame 110 deelnemers het die vraag beantwoord, en 60 het aangedui dat hulle nie weet hoe die totale omset van die nuuspublikasies geraak is nie. Soos in die geval van die advertensie-omset, blyk dit hier ook dat korporatief-kommersiële koerante die swaarste gekry het, en dat die meeste publikasies 'n verlies van 25–50% getoon het.

Volgens die streekdirekteure van die FCJ met wie onderhoude gevoer is, is geen finansiële hulp van korporatiewe eienaars ontvang van die begin van die grendeltyd tot Oktober 2021 nie. Daar was heelwat besnoeiings wat operasionele kostes verminder het soos werknemers wat tuis werk wat wel 'n invloed op die omset gehad het, het een direkteur gesê. Inkomstevlakke het ook teen Oktober 2021 nog nie herstel na waar dit voor die grendeltyd gelê het nie.

#### **7.4 Stimulasie-inisiatiewe**

Die ondersoek het ook gekyk na stimulasie-inisiatiewe gedurende die eerste ses maande van die grendeltydperk. Dit sluit in beskikbare en ander inisiatiewe soos fondsinsameling, advertensiestimulus, nasionale/internasionale finansiële hulp en heropleidingsgeleenthede.





**Figuur 5. Stimulasie-inisiatiewe en hoe die sektor daarop gereageer het**

#### 7.4.1 Fondsinsameling

Volgens die resultate het die meeste deelnemers aangedui dat hul publikasies fondsinsameling in 2020 glad nie sou oorweeg nie, of dat dit onwaarskynlik was. 'n Handjievol publikasies het dit wel oorweeg en 'n paar het dit reeds ingestel. Die meeste fondsinsamelingsinisiatiewe was gemik op donasies, wat veral op publikasies se webwerwe versoek is, volgens deelnemers wat meer inligting oor hierdie inisiatiewe verskaf het. Een deelnemer het gesê die publikasie het gevra vir donasies om meer eksemplare te druk, 'n ander het gesê 'n “bedel-versoek” is op die webblad geplaas. Een publikasie het 'n beroep gedoen op lesers om via Payfast vrywillig in te teken op die koerant. Een deelnemer het gesê die publikasie het voor COVID-19 'n fondsinsamelingsgeleentheid ('n “colour run”) beplan, en het verder beplan om dié en ander geleenthede aan te bied sodra die grendeltyd dit toelaat. Nog 'n deelnemer het voorgestel dat die publikasie sonder winsbejag word en dan sodoende kan steun op maatskaplike-verantwoordelike-inisiatiewe.

#### 7.4.2 Advertensiestimulasie

In teenstelling met fondsinsameling as stimulasie-inisiatief, het die meeste deelnemers wat hierdie vraag beantwoord het, aangedui dat hul publikasies die stimulerings van advertensieverkope sterk oorweeg het. 'n Paar publikasies het in 2020 reeds stappe gedoen. Advertensie-omset is op verskeie maniere gestimuleer, insluitend afslag van tot 50%, spesiale prysaanbiedings, fokusblaaie met spesiale tariewe, en gratis kleinadvertensies vir aanlyn besoekers. Een deelnemer het gesê: “Nuwe markte word ondersoek asook nuwe maniere vir blootstelling vir kliënte, soos interaktiewe digitale koerante met video's en skakels na webwerwe.” 'n

Ander het gesê die betrokke publikasie het verskeie digitale veldtogte beplan om die gedrukte weergawe te komplementeer, soos 'n aanlyn geselsprogram oor kwessies wat in die koerant aangepak word. Ekstra advertensiespasië sou hiervoor verkoop word.

Verskeie deelnemers het gesê advertensiegeleenthede aanlyn is ondersoek of is reeds geïmplementeer, veral op Facebook.

Deur hierdie inisiatiewe het publikasies nie net gepoog om hul advertensie-omset te handhaaf nie, maar het hulle ook 'n diens aan adverteerders gelewer wat self finansiëel deur COVID-19 geraak is. Om ook in plaaslike adverteerders se behoeftes te voorsien, is deel van gemeenskapskoerante se mandaat.

#### *7.4.3 Internasionale en nasionale finansiële hulp*

Net vyf deelnemers het aangedui dat hulle die inisiatiewe soos deur Google en die MDDA gebied “baie moontlik” sou oorweeg, en vyf het gesê van die inisiatiewe is reeds geïmplementeer. Sewe deelnemers het uitgebrei op hul Likert-skaal-antwoorde. Een het gesê die publikasie het nog nie sulke inisiatiewe oorweeg nie en “is ook nie bewus van sulke geleenthede nie”. Die deelnemer het vrae oor wie vir hulp van hierdie aard sou kwalifiseer. 'n Ander deelnemer het gesê Google het hul aansoek om hulp afgekeur, en 'n direkteur van 'n groep koerante in 'n suidelike provinsie het gesê Google het 'n eenmalige betaling aan die groep gemaak. Een deelnemer het aangedui dat die publikasie 'n motivering vir fondse by Google ingedien het. 'n Ander publikasie het by Google en Facebook aansoek gedoen.

#### *7.4.4 Heropleidingsgeleenthede*

Die resultate toon dat heropleidingsgeleenthede om werknemers se vaardigheidsvlakke te versterk en uit te brei nie hoog op die meeste publikasies se agenda was nie. Altesame 27 deelnemers het aangedui dat dit glad nie oorweeg is nie. Net ses het gesê implementering was baie moontlik en vyf dat dit reeds geïmplementeer is. Uit die kwalitatiewe data blyk dit dat waar heropleiding ingestel of oorweeg is, dit merendeels gefokus het op digitale vaardighede soos video, potgooie en die gebruik van sosiale media. In die meeste gevalle vind die opleiding in huis plaas. Nie een deelnemer het aangedui dat inisiatiewe soos dié deur Facebook gebied, oorweeg is of ingestel is nie.

#### *7.4.5 Ander inisiatiewe*

Enkele deelnemers (sewe) het inligting verskaf oor ander inisiatiewe wat oorweeg of ingestel is. Een deelnemer het gesê topbestuur oorweeg digitale projekte soos konserte waarvoor betaal moet word, maar is skepties oor die werkbaarheid hiervan. Nieuw samewerking met plaaslike radiostasies en 'n aanlyn TV-stasie is genoem, so ook 'n digitale koerant wat lesers gratis kan lees.

## **8. Bespreking en gevolgtrekking**

In die afdeling hier bo is die aard en omvang van die impak van COVID-19 op gedrukte gemeenskapskoerante bespreek, in pas met die eerste navorsingsvraag. Uit die bevindings van

die ondersoek is dit duidelik dat die beperkings en maatreëls wat COVID-19 genoodsaak het, gemeenskapskoerante in Suid-Afrika nie net op alle vlakke ontwig het nie, maar ook onderliggende kwesbaarhede in die sektor beklemtoon het. Wat die bevindings telkens toon, is dat gemeenskapskoerante op verskeie gebiede gekortwiek is in die uitvoering van hul wesenstaak. Afleggings, samesmeltings, die sluiting van afdelings en koerante en 'n verlies aan allerbelangrike advertensie-inkomste was wydverspreid in 2020, en het tot 'n groot mate in 2021 voortgeduur. In sekere aspekte het die sektor herstel. Salarisse is aangepas, maar mense wat afgelê is, is nie weer aangestel nie. Die verlies aan advertensie-inkomste was in 2021 steeds beduidend, wat 'n direkte uitwerking het op die volume nuus wat koerante aan hul gemeenskappe kan bied.

Om die beduidende rol in die kulturele en ekonomiese dinamiek van hul gemeenskappe na behore te bly vervul, vereis hulpbronne. Wat COVID-19 kom uitwys het, is hoeveel druk die verlies van hierdie hulpbronne plaas op redakteurs en joernaliste se pogings om die openbarediens-nuusmandaat in plaaslike gemeenskappe tot uitvoering te bring.

Die impak van COVID-19 op die mediabedryf in Suid-Afrika – insluitend gemeenskapskoerante – het opnuut bewys hoe swaar daar werklik op advertensie-inkomste gesteun word (Crouth 2021), nie net op die gedrukte platform nie, maar ook aanlyn. Gemeenskapskoerante het tradisioneel 'n hoë advertensielading – veral koerante wat gratis versprei word. Dit laat minder plek vir nuus. Die skerp daling in advertensie-inkomste het veroorsaak dat kleiner koerante uitgegee is, wat die nuusruimte nog verder laat krimp het. Dit het nuusredaksies se pogings om hul gemeenskappe na behore te bedien, beslis beïnvloed.

Een van die deelnemers het dit so beskryf: “Só, wat koerante se oorsigrol met openbare dienslewering betref, glo ek dat dié rol tog tydens COVID-19 afgeskeep is en in sekere gevalle in die proses daaronder gely het.”

Hoewel daar tot 'n mindere of meerdere mate herstel was in die sektor, en redakteurs en joernaliste inisiatief aan die dag gelê het om steeds nuus aan hul lesers te verskaf, is die gehalte van die nuusinhoud verswak weens afleggings, minder beskikbare nuus weens die sluiting van skole, afstel van sportbyeenkomste en die beskikbaarheid van nuusbronne soos munisipale amptenare.

Van die koerante wat tradisioneel verkope kon aanvuur deur sportberiggewing en sportfoto's kon nog nie daarin slaag om hierdie redaksionele afdelings ten volle te laat herstel nie. COVID-19 het ook bewys dat toegang tot tegnologie en die internet nodig is om joernaliste in staat te stel om van die huis af te werk. Insgelyks behoort heropleiding van joernaliste en ander werknemers meer aandag te kry. Die studie het uitgewys dat veral ouer joernaliste wat van groot waarde is vir gemeenskapskoerante dikwels 'n gebrek aan veral digitale vaardighede het.

Die bevindings toon dat talle werknemers meen korporatiewe eienaars het plaaslike koerante aan hul eie genade oorgelaat en dat hulle bloot betrokke was by herstrukturering. Uit die kommentaar blyk dat geen finansiële of ander steun gebied is nie. Hierdie bevinding word deur Wasserman (2020) ondersteun. Omstandighede in die tydperk 2020–2021 was wel buitengewoon en korporatiewe eienaars het self gesukkel om inkomste te genereer. Desnieteenstaande laat dit ernstige vrae ontstaan oor of die korporatiewe eienaars ook verbind is tot die plaaslike joernalistieke wesenstaak. Hierdie bevinding noodsaak verdere navorsing.

Wat stimulasie-inisiatiewe (sien navorsingsvraag 2) betref, het die verlies aan advertensie-inkomste bewys dat daar dringend na alternatiewe bronne van inkomste gekyk sal moet word. Die stelsel waar nasionale advertensies van groot maatskappye deur korporatiewe hoofkantore hanteer word, wat plaaslike koerante nie toelaat om self inisiatief te neem nie, is onder meer beperkend.

Van die voortbestaansinisiatiewe behoort deurlopend aandag te kry gegewe die kwesbaarheid van die sektor wat deur hierdie studie uitgewys is, selfs wanneer daar nie 'n krisis is nie.

Hoewel plaaslike koerante in die algemeen besonder goed gevaar het op die aanlyn platform en die tendens blyk voort te duur, is die blote migrasie na hierdie platform nie die oplossing vir onderliggende gebreke nie. Uit die ondersoek blyk dit dat daar nog te veel lesers in plaaslike gemeenskappe is wat 'n gedrukte koerante verkies. Voorts is daar gemeenskappe wat nie toegang het tot aanlyn platforms nie weens gebrekkige infrastruktuur of armoede. Tog is die tradisionele gedrukte koerant steeds noodsaaklik as 'n kanaal vir nuus vir gemeenskappe. Nieteenstaande het die bevindings dat verkeer aanlyn merkbaar toegeneem het tydens die pandemie, 'n duidelike boodskap gestuur dat die platform tog 'n rol kan speel in die groei en volhoubaarheid van die sektor.

Hierdie studie het ondersoek of die plaaslike koerantsektor steeds sy wesenstaak kon uitvoer tydens die COVID-19-pandemie. Uit die persepsies en ervarings van deelnemers blyk dit dat hul werksaamhede ernstig aan bande gelê is. Hoewel redakteurs en joernaliste se verbintenis tot samelewingsdiens plek-plek gely het, het dit nie getaan nie. Tog het die negatiewe impak 'n invloed gehad op werknemers se motivering en welstand.

In terugvoer, skryf 'n deelnemer: “Daar was beslis 'n afname in entoesiasme en toewyding tydens die COVID-19-pandemie, wat seker te verstane is. En met dunner koerante is stories in openbare belang óf erg ingekort, afgeskeep óf selfs onaangeraak gelaat.”

Aan die ander kant het hulle baie geleer en was hulle skeppend. Joernaliste het nuwe onderwerpe aangepak, en moes blitsvinnig aanpas by nuwe roetines van tuis werk. Diegene wat “tegnologies gestremd” was, het nuwe vaardighede aangeleer.

Tersaaklike inligting is op sosialemediaplatforms en webwerwe verskaf en verskeie deelnemers het gesê die verbintenis tot die verskaffing van hiperplaaslike nuus het voorop bly staan. Gemeenskappe het hulle tot hul koerante se platforms gewend vir gesaghebbende inligting oor COVID-19. Een direkteur het gesê 'n nasionale nuustaakspan wat net nuus oor COVID-19 gedek het, is op die been gebring.

Hoewel die gedrukte sektor COVID-19 deur- en oorleef het, is dit verder verswak. Om sy wesenstaak te verrig, het die sektor genoeg joernaliste, adverteerders, behoorlike strategiese beplanning en korporatiewe steun nodig. Die langtermynoorlewing van gemeenskapskoerante kan egter nie die alleenverantwoordelikheid van individuele redakteurs en joernaliste wees nie. Die sektor as geheel het 'n plan nodig.

## Bibliografie

- Adams, R. 2020. COVID-19 shaped a new era for journalism in South Africa. *Threestreamsmedia*, 24 Julie. <https://threestreamsmedia.com/covid-19-shaped-a-new-era-for-journalism-in-south-africa/> (27 Julie 2020 geraadpleeg).
- AlexNews. 2020. COVID-19: Caxton local media temporarily ceases printing Gauteng papers. *Alex News*, 20 April. <https://alexnews.co.za/169775/covid-19-caxton-local-media-temporarily-ceases-printing-gauteng-newspapers/> (21 Junie 2020 geraadpleeg).
- AllAfrica.com. 2019. Memorandum to the Office of the Presidency. 17 Julie. <https://allafrica.com/stories/201907170523.html> (20 Junie 2020 geraadpleeg).
- Bolstad, E. 2020. COVID-19 is crushing newspapers, worsening hunger for accurate information. Pew Trust, 8 September. <https://www.pewtrusts.org/en/research-and-analysis/blogs/stateline/2020/09/08/covid-19-is-crushing-newspapers-worsening-hunger-for-accurate-information> (24 September 2021 geraadpleeg).
- Cairncross, F. 2019. The Cairncross review: A sustainable future for journalism. <https://www.gov.uk/government/publications/the-cairncross-review-a-sustainable-future-for-journalism> (28 Julie 2020 geraadpleeg).
- Cobb, J. en J. Montgomery. 2020. COVID-19 is devastating local news. Here's how advertisers can help to save it. *The mediaonline*, 6 Mei. <https://themedialonline.co.za/2020/05/covid-19-is-devastating-local-news-heres-how-advertisers-can-help-to-save-it/> (20 Junie 2020 geraadpleeg).
- Crouth, G. 2021. COVID-19 “media extinction event” is a chance for renewal of journalism. *Daily Maverick*, 3 Maart. <https://www.dailymaverick.co.za/article/2021-05-03-covid-19-media-extinction-event-is-a-chance-for-renewal-of-journalism/> (20 Junie 2022 geraadpleeg).
- Davis, R. 2020. SA's lockdown has left local media in perilous shape new report warns. *Daily Maverick*, 2 Junie. <https://www.dailymaverick.co.za/article/2020-06-02-sas-lockdown-has-left-local-media-in-perilous-shape-new-report-warns/#gsc.tab> (20 Junie 2020 geraadpleeg).
- De Beer, A.S. (red.). 1993. *Mass media for the nineties. The South African handbook of mass communication*. Pretoria: J.L. van Schaik.
- Diederichs, P. 1993. Newspapers the fourth estate – a cornerstone of democracy. In De Beer (red.) 1993.
- European Broadcasting Union. 2021. Public Service Journalism. About the initiative. <https://www.ebu.ch/public-service-journalism> (27 Junie geraadpleeg).
- Forum for Community Journalists. 2021. <https://www.fcjonline.co.za/> (21 Junie 2020 geraadpleeg).

- Fernandez, W. 2020. World Editors Forum President: Credible media vital in the fight against COVID-19 and fake news epidemic. *The European Sting*, 14 April. <https://europeansting.com/2020/04/14/wef-president-credible-media-vital-in-the-fight-against-covid-19-and-fake-news-epidemic/> (20 Junie 2020 geraadpleeg).
- Froneman, J.D., T. Swanepoel en G.M. van Rooyen. 2005. *Handboek vir joernalistiek in Suid-Afrika*. Potchefstroom: Selfpublikasie.
- Glaser, M. 2020. 6 Ways local news makes a crucial impact covering COVID-19. Knight Foundation, 20 April. <https://knightfoundation.org/articles/6-ways-local-news-makes-a-crucial-impact-covering-covid-19/> (20 Junie 2020 geraadpleeg).
- Google News Initiative. 2020. Providing emergency funding for 5 300+ local news organizations. <https://www.blog.google/outreach-initiatives/google-news-initiative/providing-emergency-funding-5300-local-news-orgs/> (29 Julie 2020 geraadpleeg).
- Grant, K.D. 2019. NiemanLab. Predictions for Journalism 2019. A year to embrace journalism as a public service. <https://www.niemanlab.org/2018/12/a-year-to-embrace-journalism-as-public-service/> (10 Junie 2022 geraadpleeg).
- Harris, L. 2021. Five big findings from the Journalism Crisis Project. *Columbia Journalism Review*, 3 Maart. [https://www.cjr.org/business\\_of\\_news/five-findings.php](https://www.cjr.org/business_of_news/five-findings.php) (24 September 2021 geraadpleeg).
- Hendrickson, C. 2020. Critical in a public health crisis, COVID-19 has hit local newsrooms hard. 8 April. <https://www.brookings.edu/blog/fixgov/2020/04/08/critical-in-a-public-health-crisis-covid-19-has-hit-local-newsrooms-hard/> (20 Junie 2020 geraadpleeg).
- Hennink, M., I. Hutter en A. Bailey. 2020. *Qualitative research methods*. Londen: Sage.
- Hyde-Clarke, N. (red.). 2010. *The citizen in communication. Re-visiting traditional, new and community media practices in South Africa*. Claremont: Juta.
- Joubert, I., C. Hartell en K. Lombard (reds.). 2016. *Navorsing: 'n Gids vir die beginnervorsers*. Pretoria: Van Schaik.
- Kovach, B. en T. Rosenstiel. 2007. *The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect*. New York: Three Rivers Press.
- Local Media Association. 2020. 1 million milestone in sight for donations to local pandemic coverage via COVID-19 local news fund. 6 Mei. <https://www.localmedia.org/1-million-milestone-in-sight-for-donations-to-local-pandemic-coverage-via-covid-19-local-news-fund/> (20 Junie 2020 geraadpleeg).
- Magubane, K. en J. Cronje. 2020. Media24 CEO confident of future of media, despite closure of publications. *News24*, 7 Julie. <https://www.news24.com/fin24/companies/media24-considers-closing-5-magazines-2-newspapers-as-covid-19-slashes-circulation-advertising-20200707> (30 Julie 2020 geraadpleeg).

Mahlaka, R. 2020. End of an era as Media24 plans cull of iconic titles. *Daily Maverick*, 24 Julie. <https://www.dailymaverick.co.za/article/2020-07-07-end-of-an-era-as-top-media-house-plans-cull-of-iconic-titles/#gsc.tab=0> (29 Julie 2020 geraadpleeg).

Mayhew, F. 2020. Journalism after COVID-19: “It’s not an extinction level event”. *Press Gazette*, 12 Junie. <https://www.pressgazette.co.uk/journalism-after-covid-19-its-not-an-extinction-level-event/> (20 Junie 2020 geraadpleeg).

Media Development and Diversity Agency. 2020. About us. <https://www.mdda.org.za/copy-of-about-mdda> (10 September 2021 geraadpleeg).

Media update. 2017. How healthy are South Africa’s community papers? *Media Update*, 26 April. <https://www.mediaupdate.co.za/media/133323/how-healthy-are-south-africas-community-newspapers> (21 Junie 2020 geraadpleeg).

Metula, T.N. en O.O. Osunkunle. 2019. Community newspaper as a tool for community development: A readers’ perception study of *Idikelethu* newspaper in Alice, Eastern Cape, South Africa. *Journal of Asian and African Studies*, 54(6):930–44.

Pope, K. en E. Bell. 2020. Introducing the Journalism Crisis Project. [https://www.cjr.org/tow\\_center/introducing-the-journalism-crisis-project.php](https://www.cjr.org/tow_center/introducing-the-journalism-crisis-project.php) (30 Julie 2020 geraadpleeg).

Redelinghuys, H. 2020. Die impak van COVID-19 op gemeenskapskoerante. E-pos. 18 Junie.

—. 2021. My antwoorde vir studie oor impak van COVID-19 op gemeenskapspers. E-pos. 13 Oktober.

SANEF (South African National Editors’ Forum). 2020. SANEF’s COVID-19 impact on journalism report (interim). 1 Junie. <https://sanef.org.za/wp-content/uploads/2020/06/SANEF-Covid-Impact-Research-Final-Report9-optimized.pdf> (2 Junie 2020 geraadpleeg).

Siegel, F. 2020. 43 Chicago media outlets launch fundraising campaign. *MediaPost*, 8 Mei. <https://www.mediapost.com/publications/article/351211/43-chicago-media-outlets-launch-fundraising-campai.html?editio118342> (3 Junie 2020 geraadpleeg).

South African Government. 2020. MDDA launches second phase of Emergency Relief Fund to Community and SCM Media Sector. Mediaverklaring, 25 Mei. <https://www.gov.za/speeches/emergency-relief-fund-25-may-2020-0000> (10 September 2021 geraadpleeg).

Spark Media. 2021. Spark Media’s local papers are alive! ABC’s show an 8% increase in Q4 denoting a positive trajectory. *Bizcommunity*, 17 Februarie. <https://www.bizcommunity.com/PressOffice/PressRelease.aspx?i=198932&ai=213138> (24 September 2021 geraadpleeg).

Swanepoel, T. 2008. A comprehensive quality management model for community newspapers. PhD-voorstel, Noordwes-Universiteit.

—. 2012. A comprehensive quality management model for community newspapers. PhD-proefskrif, Noordwes-Universiteit.

Swanepoel, T. en E. Steyn. 2010. (Re)defining community newspapers. In Hyde-Clarke (red.) 2010.

Thompson, J.D. 2019. Defining the power of public interest journalism. *Pursuit*, 11 Junie. <https://pursuit.unimelb.edu.au/articles/defining-the-power-of-public-interest-journalism#:~:text=And%20so%2C%20public%20interest%20journalism,for%20a%20democracy%20to%20function> (10 Junie 2022 geraadpleeg).

Turvill, W. 2020. “Absolutely brutal”: At least 1000 newspapers and other publications across US face cutbacks due to COVID-19. *Press Gazette*, 7 April. <https://www.pressgazette.co.uk/absolutely-brutal-at-least-1000-newspapers-and-other-publications-across-us-face-cutback-dues-to-covid-19/> (20 Junie 2020 geraadpleeg).

Van Zyl, A. 2020. About us. Forum for Community Journalists. [https://www.fcjonline.co.za/#:~:text=The%20FCJ%20\(Forum%20of%20Community,newspapers%2C%20magazines%20and%20online%20community](https://www.fcjonline.co.za/#:~:text=The%20FCJ%20(Forum%20of%20Community,newspapers%2C%20magazines%20and%20online%20community) (30 Julie 2020 geraadpleeg).

Wasserman, H. 2020. The state of South African media: A space to contest democracy. *Publizistik*, 65:451–65. <https://doi.org/10.1007/s11616-020-00594-4>.

Wetdewich, D. 2020. New era for Potchefstroom Herald. *Potchefstroom Herald*, 28 Mei, bl. 2.