

HOE DAN?

Gebruikte onderzoeksmethodes in masterscripties Journalistiek in
Nederland en Vlaanderen

Ruben van Vliet (1066498)

Master Journalistiek en Nieuwe Media

Universiteit Leiden

Eerste lezers: dr. P. Burger & dr. T. Van Hout

Tweede lezer: dr. A.W.M. Koetsenruijter

april 2015

ABSTRACT

Binnen de discipline journalism studies hebben Brants en Vasterman (2010) en Opgenhaffen et al (2011) metajournalistieke onderzoeken verricht. In deze onderzoeken werden de beoefenaars van journalism studies, publicaties en de praktijk nader bekeken. In deze scriptie ligt de focus op een deel van journalism studies waarnaar nog geen onderzoek is gedaan, namelijk masterscripties. Voor dit onderzoek, verricht door Loes van Niekerk en Ruben van Vliet, werden scripties onderzocht van zes verschillende opleidingen van evenzoveel universiteiten in Nederland en Vlaanderen, te weten Universiteit Leiden, Erasmus Universiteit Rotterdam, Rijksuniversiteit Groningen, Universiteit van Amsterdam, Tilburg University en Koninklijke Universiteit Leuven. De scripties werden onderworpen aan een kwantitatieve inhoudsanalyse met behulp van een codeboek. In deze scriptie wordt het gehele onderzoek globaal uiteengezet, maar de focus ligt op de categorie Methode. Met de onderzoeksmethode is namelijk niet alleen te achterhalen hoe een onderzoek is gedaan, maar ook wat de inhoudelijke focus was. De hoofdvraag van deze scriptie luidt: *Welke methoden komen aan bod in masterscripties van academische studenten journalistiek in Nederland en Vlaanderen?* Uit het onderzoek bleek dat de inhoudsanalyse het vaakst gebruikt wordt, dat kwam ook naar voren uit onderzoeken van Brants en Vasterman (2010) en Opgenhaffen et al (2011). Dit houdt onder meer verband met het onderzoek naar geschreven journalistieke producten, met name de krant.

INHOUDSOPGAVE

Voorwoord	1
Inleiding	2
Hoofdstuk 1: Theorie	4
1.1 Journalism Studies	4
1.2 Eerdere onderzoeken	6
1.3 Onderzoeksmethoden	9
1.3.1 Bevragen	10
1.3.2 Observeren	12
1.3.3 Doorlichten	15
1.4 Conclusie	17
Hoofdstuk 2: Corpus en methode	19
2.1 Corpus	19
2.2 Methode	20
Hoofdstuk 3: Resultaten	23
3.1 Algemene resultaten	23
3.2 Resultaten onderzoeksmethoden	25
Hoofdstuk 4: Slot	30
4.1 Conclusie	30
4.2 Discussie	32
4.3 Vervolgonderzoek	33
Literatuurlijst	35
Bijlagen:	
I Model domeinen journalism studies (Brants en Vasterman 2010)	1
II Codeboek	2
III Resultaten onderzoek	13

VOORWOORD

Meer dan een jaar geleden begon mijn scriptietraject. Na maanden van uitstellen en regelmatig vastlopen, kwam er een nieuw project op mijn pad. Ik besloot mijn 'oude' scriptie, die naar mijn mening al langer gedoemd was te mislukken, aan de kant te schuiven en met de spreekwoordelijke schone lei te beginnen. Vanaf september 2014 heb ik me vol ingezet voor dit project, waarbij masterscripties van mijn toekomstige collega's en/of concurrenten – ik weiger het woord concullega's te gebruiken – geïnventariseerd zouden worden. Ondanks een kleine vertraging links en rechts, is het allemaal goed gekomen en staat het resultaat op papier.

Hierbij wil ik allereerst mijn beide begeleiders bedanken, dr. Tom Van Hout en dr. Peter Burger, voor het motiveren en het doceren. En waar nodig het corrigeren. Dit bijzondere project hoefde ik gelukkig niet alleen te doen, ik wil mijn studiegenoot Loes van Niekerk bedanken voor de goede samenwerking. Verder gaat mijn dank uit naar al mijn familieleden en vrienden voor hun mentale steun.

INLEIDING

De discipline 'journalism studies' is een nog relatief jonge, maar sterk groeiende tak binnen de wetenschap. Zo werden in 2000 pas de eerste vaktijdschriften opgericht, namelijk *Journalism Studies* en *Journalism: Theory, Practice and Criticism*. Zeven jaar later kwam daar *Journalism Practice* bij. Naast deze wetenschappelijke tijdschriften zijn er de afgelopen jaren ook een aantal verzamelwerken uitgebracht, bijvoorbeeld *Global Journalism Research: Theories, Methods, Findings, Future* (2008) en *The Handbook of Journalism Studies* (2009). Ook zijn er inmiddels door heel Nederland en België academische opleidingen Journalistiek.

De afgelopen jaren is er daarom binnen journalism studies veel empirisch onderzoek verricht, maar betrekkelijk weinig metajournalistiek. Zo onderzochten Brants en Vasterman (2010) het werk van 'beoefenaren van journalism studies aan universiteiten en hogescholen in Nederland' (Brants en Vasterman 2010:195). Het jaar daarna kwamen Opgenhaffen et al (2011) met een onderzoek naar de journalism studies in Vlaanderen. Zij namen de journalistieke praktijk, de opleidingen en het onderzoek onder de loep. Beide onderzoeken waren bedoeld om inzicht te krijgen in de discipline journalism studies.

In deze twee metajournalistieke onderzoeken wordt een deel van journalism studies niet onderzocht: de scripties in de masteropleidingen. Brants en Vasterman (2010) richtten zich op de docenten, terwijl Opgenhaffen et al (2011) de verhouding tussen praktijk, opleiding en onderzoek bestudeerden. Dit onderzoek belicht de andere kant van de masteropleidingen: de studenten. Is de keuze van onderwerpen door de studenten bijvoorbeeld één op één vergelijkbaar met die door de docenten? En verrichten zij het onderzoek dan ook op een gelijksoortige manier?

Vandaag de dag is er een tiental masteropleidingen Journalistiek in Nederland en Vlaanderen. Over het algemeen bestaan deze opleidingen inmiddels tien tot vijftien jaar. Een goed moment om eens te bekijken wat dit heeft opgeleverd qua scripties. Door de jaren heen zijn er bij de masterstudies enkele duizenden scripties geschreven. Dit vormt een goede basis voor een corpus.

Het doel van dit onderzoek is om scripties van de verschillende masteropleidingen Journalistiek in Nederland en Vlaanderen te inventariseren. Welke methoden worden er gebruikt? En wat is het verband met de inhoudelijke focus van deze scripties?

De opleidingen die onderzocht zijn, zijn verbonden aan de universiteiten van Leiden, Rotterdam, Amsterdam (UvA en VU), Nijmegen, Tilburg, Groningen, Brussel, Gent en Leuven. Bij drie universiteiten, namelijk VU Amsterdam, Nijmegen en Brussel, was er een non-respons. De Universiteit Gent leverde geen scripties vanwege het privacybeleid. Uiteindelijk werden er dus van zes opleidingen van evenzoveel universiteiten scripties onderzocht.

Een beter beeld vormen van de discipline journalism studies is relevant, omdat het een nog relatief jonge wetenschap is. Bovendien draagt onderwijs en scriptieonderzoek dat gevoed wordt door wetenschappelijk onderzoek bij om de journalistiek te verbeteren. De manier waarop toekomstige journalisten opgeleid worden, is van belang omdat betere journalisten leiden tot betere journalistiek (Joseph 2009). En betere journalistiek draagt bij aan de 'onderbouwing van democratische principes die fundamenteel zijn voor de ontwikkeling van een land' (UNESCO 2007:5).

De artikelen van Brants en Vasterman (2010) en Opgenhaffen et al (2011) dienen als leidraad voor dit onderzoek. Daarnaast is de scriptie van Aerts en Peeters (2012) met als titel 'Journalism Studies in beeld' een bron van inspiratie, omdat dit ook metajournalistiek onderzoek is. De hoofdvraag van dit onderzoek luidt: *Welke methoden komen aan bod in masterscripties van academische studenten Journalistiek in Nederland en Vlaanderen?*

In het eerste hoofdstuk wordt de theorie besproken, in het hoofdstuk daarna wordt uitgelegd hoe het corpus is aangelegd en komt de gehanteerde onderzoeksmethode aan bod. In hoofdstuk drie worden de resultaten uiteengezet. In het vierde en laatste hoofdstuk volgen de conclusies, de discussie en de suggesties voor eventueel vervolgonderzoek.

Als eerste wordt in dit hoofdstuk de theorie over journalism studies besproken, aangezien het onderzoek zich richt op masterscripties binnen deze tak van wetenschap. Vervolgens worden de metajournalistieke onderzoeken van Brants en Vasterman (2010), Opgenhaffen et al (2011) en Aerts en Peeters (2012) besproken. Deze vormden de inspiratiebron voor dit onderzoek. Tot slot komen de onderzoeksmethoden aan bod, omdat daarmee niet alleen gekeken kan worden naar de manier waarop een scriptieonderzoek is verricht, maar ook omdat het een beeld geeft over de inhoudelijke focus van datzelfde onderzoek.

1.1 Journalism Studies

Wahl-Jorgensen en Hanitzsch (2009) bespreken in hun artikel de geschiedenis van de discipline journalism studies. In de beginjaren werd er op een normatieve manier gekeken naar journalistiek. Onderzoekers keken nog niet naar het proces van nieuwsproductie.

“Most early German theorists looked at journalism through a historical and normative lens, based on the view that journalism is a craft of more or less talented individuals (Löffelholz, 2008). Journalism scholars were more concerned with what journalism ought to be in the context of social communication and political deliberation than with the processes and structures of news production.” (Wahl-Jorgensen en Hanitzsch 2009:5)

Aan het begin van de 20^e eeuw maakte de normatieve bril plaats voor een meer empirische (Wahl-Jorgensen en Hanitzsch 2009). In die tijd stichtte Willard ‘Daddy’ Bleyer in de Verenigde Staten een minor over journalistiek binnen de ‘bestaande doctorale programma’s van politieke wetenschap en sociologie’ (Wahl-Jorgensen en Hanitzsch 2009:5). In Groot-Brittannië en Denemarken vond het journalistieke onderwijs juist buiten de universiteit plaats. Hierin ligt volgens Wahl-Jorgensen en Hanitzsch (2009) de oorzaak voor de ‘historisch interdisciplinaire natuur van journalism studies’:

“Because of the separation of journalism training from the academy, a more reflective and scholarly approach was lacking from this model, and it has meant that in countries where this has been the template for journalism training, most scholarship on journalism has come from social sciences and humanities disciplines that have taken up journalism among

many other interests. This may be one of the key reasons for the historically interdisciplinary nature of journalism studies.” (Wahl-Jorgensen en Hanitzsch 2009:5)

In de jaren '70 en '80 van de vorige eeuw kwamen er invloeden van sociologie en antropologie op het journalistieke onderzoek (Wahl-Jorgensen en Hanitzsch 2009). De nadruk lag vanaf toen op onder anderen journalistieke conventies en routines, maar ook op theorieën als framing en story telling.

Vanaf de jaren '90 globaliseerde journalism studies, vooral door de technologische ontwikkelingen. Onderzoekers konden sneller en gemakkelijker met elkaar in contact komen om bijvoorbeeld kennis uit te wisselen (Wahl-Jorgenson en Hanitzsch 2009). Daardoor ontstond het wereldwijde comparatieve onderzoek, zoals het vergelijken van nationale journalistieke systemen (Hanitzsch 2008). Binnen het journalistieke comparatieve onderzoek kunnen volgens Hanitzsch (2008) ook andere zaken met elkaar vergeleken worden, zoals taalgebieden binnen één land, (voormalige) staten binnen één land of etnische groepen binnen één land.

Wahl-Jorgenson en Hanitzsch (2009) beschreven de ontwikkeling van journalism studies, waarbij invloeden van sociologie en antropologie hun intrede deden. Ook Zelizer (2009) benoemt – en bekritiseert – de veelzijdigheid van journalism studies. Hij stelt dat er vijf richtingen zijn binnen onderzoek naar journalistiek: de sociologie legt de focus op hoe journalistiek werkt, de geschiedenis kijkt naar hoe journalistiek in het verleden werkte, de taalkunde richt zich op welke verbale en visuele instrumenten van belang zijn, de politicologie onderzoekt de hoe journalistiek zou kunnen zijn en dan is er nog de culturele analyse die culturele verschillen en overeenkomsten analyseert (Zelizer 2009).

Vandaag de dag zijn er drie vaktijdschriften op het gebied van journalism studies. In 2000 waren Journalism Studies en Journalism: Theory, Practice and Criticism de eerste twee. Zeven jaar later kwam daar met Journalism Practice een derde bij. Ondanks dat journalism studies een nog relatief jonge discipline is, zijn er ook al enkele verzamelde werken verschenen. Global Journalism Research: Theories Methods, Findings, Future (Löffelholz en Weaver 2008) en The Handbook of Journalism Studies (Wahl-Jorgenson en Hanitzsch 2009) zijn hier voorbeelden van.

Journalism studies is dus een relatief jonge discipline, en daarom ook een veelzijdige. Van vele kanten wordt het onderzoek binnen journalism studies beïnvloed, onder anderen door sociologie,

antropologie, geschiedenis, taalkunde en politicologie. In Nederland en Vlaanderen werden op het gebied van deze discipline al enkele metajournalistieke onderzoeken gedaan. Deze onderzoeken, die als leidraad dienden voor deze scriptie, worden besproken in de volgende paragraaf.

1.2 Eerdere onderzoeken

Drie onderzoeken van respectievelijk Brants en Vasterman (2010), Opgenhaffen et al (2011) en Aerts en Peeters (2012) vormen de inspiratie voor dit onderzoek, omdat ze metajournalistiek van aard zijn. Deze onderzoeken schetsen een beeld van het journalistiek onderwijs en het journalistieke onderzoek, waarop masterscripties zich doorgaans baseren.

Brants en Vasterman (2010) onderzochten het werk van 86 beoefenaars van journalism studies aan verschillende hogescholen en universiteiten in Nederland. Zij stuurden deze mensen een vragenlijst per mail, en vroegen hun publicaties op. Verschillende zaken werden vervolgens onderzocht door Brants en Vasterman (2010), zoals thema's (bijvoorbeeld media-inhoud, zoals de kredietcrisis in het nieuws), schrijvers en het aandeel van de verschillende hogescholen en universiteiten, maar ook de onderzoeksmethoden. Verder onderzochten zij het domein van de publicaties op basis van een eigen model (Zie Bijlage I). In de conclusies legden Brants en Vasterman (2010) verbanden tussen onder anderen de onderzoeksmethode en de inhoudelijke focus.

In totaal onderzochten Brants en Vasterman (2010) 136 peer reviewed artikelen. In 94 artikelen (70%) werd als onderzoeksmethode gebruik gemaakt van empirisch onderzoek. Bij bijna de helft van die artikelen (46%) was er sprake van inhoudsanalyse, en bij nog 27% ontdekten Brants en Vasterman (2010) een combinatie van inhoudsanalyse en een survey (Zie Figuur 1).

Methoden	Percentage
Inhoudsanalyse	46%
Inhoudsanalyse + survey	27%
Survey	13%
Historisch onderzoek sec data bronnenanalyse	5%
Experiment	3%
Casestudy	3%
Beleidsstudie	2%

Etnografisch onderzoek	1%
N=94	100%

Figuur 1: Onderzoek naar gehanteerde methodes in peer reviewed artikelen (Brants en Vasterman 2010)

Brants en Vasterman (2010) concluderen dat er weinig onderzoek wordt gedaan naar de 'feitelijke gang van zaken in de journalistieke nieuwsproductie' (Brants en Vasterman 2010:211), ofwel het domein Productie. Ze leggen hierbij ook het verband met etnografisch onderzoek, dat slechts in 1% van de publicaties als methode wordt gebruikt. Brants en Vasterman (2010) zijn van mening dat het etnografisch onderzoek geschikt is om het journalistieke handelen te onderzoeken. Ook de casestudy kan het journalistieke handelen in kaart brengen, volgens Brants en Vasterman (2010), dit wordt in 3% van de artikelen gedaan.

Binnen het domein Inhoud wordt voor 'een belangrijk deel' onderzoek gedaan naar de framingtheorie (Brants en Vasterman 2010:212). Dit onderzoek wordt doorgaans gedaan met behulp van de inhoudsanalyse. Deze methode wordt ook vaak gehanteerd binnen het domein Effecten, waarbij de focus op de politieke communicatie ligt. Dit heeft, ondanks dat een deels de focus ligt op verkiezingscampagnes en op de manier waarop politici communiceren met het publiek via de media, 'duidelijke lijnen met journalism studies' (Brants en Vasterman 2010:212). De politieke communicatie duikt daarnaast op bij onderzoek dat de relatie tussen de domeinen Inhoud en Effecten bekijkt. Brants en Vasterman (2010) signaleren verder dat de inhoudsanalyse zich voornamelijk richt op de geschreven pers, en minder op televisie. Zij geven als verklaring dat er met LexisNexis een goed en overzichtelijk archief van dag- en weekbladen bestaat, terwijl dit er voor de televisie nog niet is.

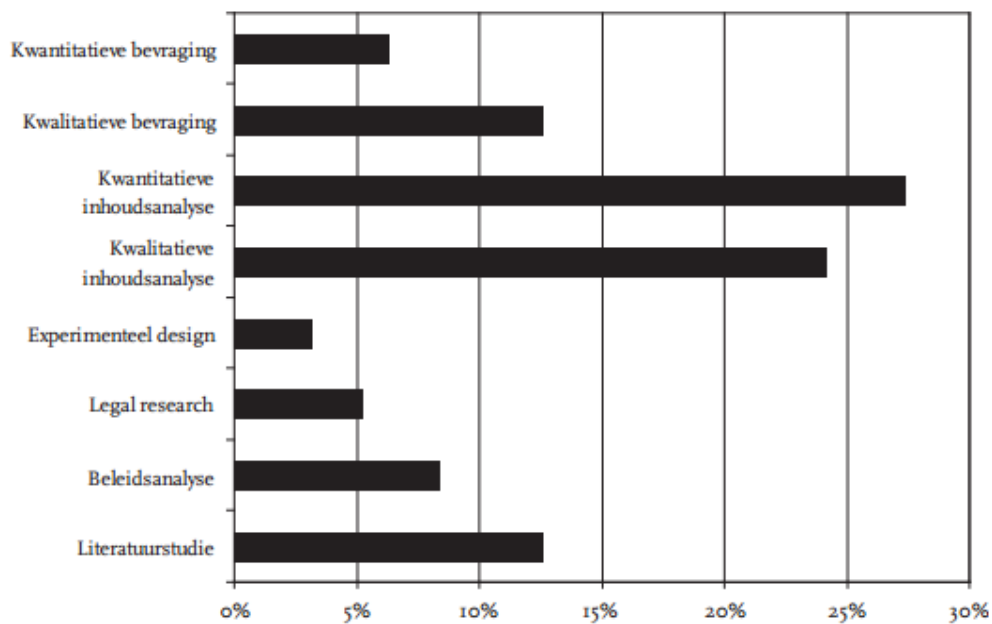
Bij artikelen die onderzoek doen naar de context van journalistiek, ligt de focus vooral op de publieke omroep, media governance en convergentieprocessen (Brants en Vasterman 2010). Daar tegenover staat de geringe aandacht voor economische ontwikkelingen, de invloed van commercie en van pr op de journalistiek of de eigendomsverhoudingen.

Tot slot merken Brants en Vasterman (2010) op dat in 7% van de artikelen de termen internet, digitaal, nieuwe media of online voorkomen. In deze publicaties is er voor aandacht voor internetgebruik door journalisten, interculturele journalistiek, veranderende beroepsopvattingen en andere manieren van storytelling.

In het artikel van Brants en Vasterman (2010) komt dus naar voren dat er op allerlei gebieden binnen journalism studies onderzoek wordt gedaan, maar dat er ook nog veel blinde vlekken zijn wat betreft onderzoeksgebieden en –methoden. De verwachting is dat deze onderzoeksgebieden en –methoden ook in de onderzochte masterscripties achterblijven, omdat de (peer reviewed) artikelen de voedingsbodem zijn voor scripties.

Opgenhaffen et al (2011) bouwen voort op het onderzoek van Brants en Vasterman (2010). Het drietal onderzocht journalism studies in Vlaanderen. Dat deden zij door focuspunten binnen de journalistieke praktijk, de opleidingen en het journalistieke onderzoek te bekijken. Het onderzoek bestond uit drie deelonderzoeken.

Zo gaat het eerste onderzoek over het werkveld, waarin het mediaprofiel, de modaliteiten en de competenties werden bekeken. Verder legden Opgenhaffen et al (2011) zich toe op het onderwijs, en meer precies naar inhoudelijke klemtonen en prominentie van mediaplatformen. Het derde en laatste deel focuste zich op onderzoek. Ook daar kwamen de inhoudelijke klemtonen aan bod, net als publicatietypes, het aantal peer reviewed artikelen per onderwijsinstelling en per tijdschrift, de mediagerichtheid en de methodologie. Uit dat laatste kwam naar voren dat in peer reviewed artikelen van Vlaamse hogescholen en universiteiten de inhoudsanalyse de boventoon voert (kwantitatief 26,5% en kwalitatief 24%), gevolgd door de kwalitatieve bevraging (13%) en de literatuurstudie (12,5%; Zie Figuur 2).



Figuur 2: Onderzoekresultaten methoden in peer reviewed artikelen (Opgenhaffen et al 2011)

Evenals Brants en Vasterman (2010) zien Opgenhaffen et al (2011) een duidelijk trend binnen de onderzoeken die gebruik maken van inhoudsanalyse, namelijk dat de print media het vaakst het object van onderzoek zijn. Zij wijten dit aan het feit dat 'krantenanalyses op basis van online geraadpleegde artikelen zich prima lenen tot inhoudsanalytische methoden' (Opgenhaffen et al 2011:87).

Aerts en Peeters (2012) onderzochten voor hun metajournalistieke scriptie drie Engelstalige peer reviewed tijdschriften, namelijk *Journalism Studies*, *Journalism: Theory, Practice and Criticism* en *Journalism Practice*. Zoals eerder gezegd vormen peer reviewed artikelen vaak het theoretische beginpunt van een (master)scriptie. In het onderzoek werden drie zaken onderzocht: de klemtonen binnen onderzoek naar journalistiek, de mediaplatformen en de onderzoeksmethoden. Aerts en Peeters (2012) leggen echter, in tegenstelling tot Brants en Vasterman (2010) en Opgenhaffen et al (2011), geen verbanden tussen deze drie componenten.

Het corpus van Aerts en Peeters (2012) bestond uit in totaal 622 abstracts uit de drie tijdschriften tussen 2000 en 2011. Uit het onderzoek van Aerts en Peeters (2012) bleek dat de case study de meest voorkomende methode was. Daarna volgden het interview, de comparative study en de content analysis. Een ander beeld dan bij de onderzoeken van Brants en Vasterman (2010) en Opgenhaffen et al (2011), waar de inhoudsanalyse in beide gevallen het vaakst gehanteerd bleek te zijn. Aerts en Peeters (2012) zetten nog wel een duidelijke kanttekening bij hun onderzoek. Bij het analyseren van de abstracts werd een methode alleen gecodeerd als deze expliciet genoemd werd.

1.3 Onderzoeksmethoden

In deze scriptie ligt de focus op de onderzoeksmethoden die gebruikt worden in masterscripties van academische opleidingen binnen Nederland en Vlaanderen. Hiervoor is gekozen omdat de methode niet alleen iets zegt over hoe een onderzoek is verricht, maar ook verband houdt met de inhoudelijke focus.

Onderzoeksmethoden zijn volgens Koetsenruijter en Van Hout (2014) in drie categorieën te delen, namelijk bevragen, observeren en doorlichten. Deze didactische verdeling zal ik ook aanhouden voor deze paragraaf over onderzoeksmethoden, omdat het een overzicht geeft van onderzoeksmethoden binnen journalism studies die 'haalbaar zijn voor studenten journalistiek die

hun eerste stappen zetten in zelfstandig onderzoek doen' (Koetsenruijter en Van Hout 2014:23). Een andere reden is dat literatuur zoals Brennen (2013) en Wrench et al (2013) zich slechts tot een deel van de methoden beperkt, bijvoorbeeld kwalitatieve of kwantitatieve methoden.

In deze paragraaf worden per categorie een aantal onderzoeksmethoden genoemd met de bijbehorende voor- en nadelen. Dit om te laten zien waarom een methode wel of juist niet geschikt is voor een bepaald onderzoek. Ook wordt er van elke onderzoeksmethode een recent voorbeeld uit journalism studies genoemd.

1.3.1 Bevragen

De eerste methode binnen deze categorie is de focusgroep. Hierbij worden een aantal mensen in dezelfde ruimte gezet met een gespreksleider. Jensen (2012) maakt nog een onderscheid in 'natuurlijke' focusgroepen (bijvoorbeeld met een gezin) en 'gevormde' focusgroepen (bijvoorbeeld met een groep willekeurige mannen tussen de 20 en 25 jaar). De gespreksleider start een gesprek met de deelnemers, en laat daarna hen vooral aan het woord. Zelf maakt hij notities en neemt zo min mogelijk deel aan het onderzoek. De data die hier vervolgens uitkomt, wordt verwerkt en gebruikt voor het onderzoek. Deze methode is kwalitatief.

Enkele voordelen van focusgroepen zijn dat ze betekenisgeving in kaart kunnen brengen en dat ze een open structuur kennen (Koetsenruijter en Van Hout 2014), nadelen zijn echter dat er slechts één thema behandeld kan worden (Koetsenruijter en Van Hout 2014) en dat focusgroepen geen goed beeld kunnen geven van gedrag of houding van groepen. De variatie binnen één groep wordt namelijk niet goed gerapporteerd (Bloor et al 2001). Daarnaast noemen Bloor et al (2001) ook de onvoorspelbaarheid en dynamiek van focusgroepen. Dit is deels positief, maar de onvoorspelbaarheid zorgt ervoor dat de onderzoeker nooit volledige zekerheid heeft over hoe de discussie zal gaan verlopen (Bloor et al 2001).

Heikkilä en Ahva (2015) maken in hun onderzoek naar consumenten van nieuws in het digitale tijdperk gebruik van focusgroepen. Hiermee bouwen ze voort op een eerder onderzoek uit Finland onder nieuwsconsumenten. Heikkilä en Ahva (2015) formeerden negen focusgroepen: drie op basis van werk (bijvoorbeeld docenten), twee op basis van interesse (bijvoorbeeld een vereniging van huiseigenaren) en vier op basis van vrijetijdsbesteding (bijvoorbeeld een

boekenclub). Deze methode hielp Heikkilä en Ahva (2015) tot de conclusie te komen dat de relevantie van nieuws vooralsnog niet verloren is gegaan in het huidige digitale tijdperk.

Een andere bevragede methode is het interview. Het interview kent veel overeenkomsten met de focusgroep. Zo zijn beide methoden kwalitatief van aard. In tegenstelling tot de focusgroep is het interview echter één op één. Volgens Wrench et al (2013) zijn er twee manieren van interviewen, namelijk 'face-to-face' en per telefoon. Voor beide varianten zijn er voor- en nadelen. Face-to-face-gesprekken hebben als voordeel dat je een relatief vaak reactie krijgt, positief dan wel negatief. Daarnaast kan de interviewer de geïnterviewde makkelijker aansporen of met een bepaalde vraag helpen als dat nodig is. Dit is via mail lastiger. Ook biedt het de mogelijkheid om open vragen te stellen. Nadelen zijn de potentieel hoge kosten en mogelijke beïnvloeding van geïnterviewden. Verder kan de manier waarop een vraag gesteld wordt, of door wie een vraag gesteld wordt, van invloed zijn op de beantwoording (Wrench et al 2013).

Telefonische interviews hebben, net als de face-to-face-variant, als voordeel dat vragen verduidelijkt kunnen worden en er een mogelijkheid is om open vragen te stellen. Per telefoon iemand bevragen is over het algemeen ook sneller en goedkoper. Het maakt het ook makkelijker om mensen te interviewen die verder weg wonen. Nadelen zijn dat een telefoongesprek niet te lang kan duren, een geïnterviewde kan elk moment ophangen. Ook is het vertrouwen lager dan bij face-to-face-gesprekken en ligt beïnvloeding op de loer (Wrench et al 2013).

Brennen (2013) noemt nog een ander onderscheid binnen interviews. Zo zijn er gestructureerde, semi-gestructureerde en niet gestructureerde interviews. De eerste vorm ligt dicht bij de survey, er is namelijk een vaste vragenlijst met een beperkt aantal opties en interpretaties. De tweede variant is wat 'losser' dan de eerste, omdat er wat geschoven kan worden met de volgorde van de vragen en er kunnen vervolgvragen gesteld worden. Bij de laatste vorm worden gecompliceerde onderwerpen onderzocht, die om een diepte-interview vragen. De vragen zijn in dat geval deels afhankelijk van de reacties van de geïnterviewde (Brennen 2013).

In hun onderzoek naar 'interlokale redacties' hanteren Dickens et al (2015) het interview. Reporters binnen een bepaalde gemeenschap werden ondervraagd over dit relatief nieuwe fenomeen. Hierdoor probeerden Dickens et al (2015) de achtergrond, de motivatie en de gebruiken van die reporters te achterhalen. Enkele conclusies waren dat de reporters meer zijn dan 'prosumers'; ze hebben een gedegen arbeidsethos die als fundamenten een kritische nieuwsconsumptie en een

evoluerende praktijk van het samenbrengen van talenten en wederzijdse erkenning heeft (Dickens et al 2015).

De derde en laatste methode die bevreemt, is de survey. Eén verschil tussen survey en de eerdergenoemde focusgroep is dat de survey individueel van aard is, terwijl de focusgroep – zoals eerder gezegd – met een groep is. Koetsenruijter en Van Hout (2014) benoemen naast dit verschil nog negen verschillen in hun boek (Zie Figuur 3).

	Survey	Focusgroep
Setting	Individueel	In groep
Type onderzoeksvraag	Toetsend bevestigend	Verkennend, conceptontwikkellend
Type data	Direct schriftelijk	Behoeft annotatie / transcriptie
Type resultaat	Aantallen, vergelijkingen	Concepten, typologieën
Bewerking data	Directer resultaat	Behoeft interpretatie
Onderwerpen	Meerdere onderwerpen	Eén onderwerp
Type kennis	Kwantitatief	Kwalitatief
Groepsdynamiek	Niet aan de orde	Cruciaal
Vraagproces	Statisch	Dynamisch
Aantal bevroegden	Veel (vaak honderden tot duizenden)	Beperkt (vaak enkele tientallen)

Figuur 3: Verschillen tussen survey en focusgroep (Koetsenruijter en Van Hout 2014)

Westlund en Ghersetti (2015) gebruiken de survey in hun onderzoek naar mediagebruik in het dagelijks leven en in crisissituaties. Daaruit kwam naar voren dat zowel frequente als minder frequente gebruikers van media zich kunnen voorstellen dat ze in een crisissituatie gebruik zullen maken van diezelfde media. Dit resulteert in een 'cross-generationale homogenisering' van mediagebruik (Westlund en Ghersetti 2015). Met andere woorden: het mediagebruik van verschillende generaties vertoont steeds meer overeenkomsten.

Alle bevroegende methoden zijn dus geschikt om bijvoorbeeld gedrag en motieven voor dat gedrag te achterhalen. Dit wordt gedaan door proefpersonen uit een bepaalde groep, in groepsverband of individueel, te vragen wat ze doen en waarom ze dat doen. Een andere manier

om daar achter te komen is door het niet te vragen, maar het zelf te achterhalen. Dit kan door te observeren.

1.3.2 Observeren

Eén van de methoden waarbij geobserveerd wordt, is het etnografisch onderzoek. Hierbij wordt gekeken naar een natuurlijke setting, de onderzoeker 'staat als participierend onderzoeker of als buitenstaander midden in de omgeving die hij onderzoekt' (Koetsenruijter en Van Hout 2014). Het doel van etnografie is om te analyseren hoe principes, rituelen, houdingen, handelingen, verhalen en gedragingen van mensen zijn. In plaats van mensen te laten vertellen hoe en wat ze doen, kijk je dus zelf naar hoe en wat ze doen (Brennen 2013).

Jensen (2012) benoemt in zijn artikel enkele nadelen van deze vorm van onderzoek. Zo is er het gevaar van het overnemen van het gedrag van de onderzochte mensen en het verwarren van 'etic and emic perspectives' (Jensen 2012:272). Dit houdt in dat de onderzoeker het perspectief van iemand binnen de onderzochte cultuur (emic) niet meer goed kan onderscheiden van zijn eigen perspectief, namelijk dat van iemand van buiten de onderzochte cultuur (etic). Verder is het lastig voor de onderzoeker om constant data te verzamelen, zonder deel te nemen aan de onderzochte groep. De onderzoeker is de spreekwoordelijke vlieg op de muur. Jensen (2012) geeft wel een indeling van soort notities om het verzamelen van data te vergemakkelijken. Zo zijn er de 'substantive notes', die gaan over representaties van de onderzochte situatie. De 'logistical notes' geven informatie over onder welke omstandigheden de data is verzameld. En de 'reflexive notes' beginnen het proces van analyse en theorie op basis van observaties en andere data (Jensen 2012).

Vobic (2015) hanteert in zijn onderzoek naar twee Sloveense kranten drie kwalitatieve onderzoeksmethoden, waaronder het etnografisch onderzoek. Daaruit blijkt dat de ontwikkeling van online journalistiek bij deze twee kranten in drie fases verloopt. Ten eerste waren er enkele medewerkers die de taak hadden om alle content online te zetten. Vervolgens werden de 'online redacties' gesplitst en daar werd de snelheid het belangrijkste speerpunt bij het produceren van nieuws. De laatste fase bestond uit het integreren van online in de redactie door middel van eigen modellen van besluitvorming, indeling van de ruimte en de relatie print-online (Vobic 2015).

De andere observerende methode is het experiment. Koetsenruijter en Van Hout (2014) zetten de verschillen tussen het etnografische onderzoek en het experiment naast elkaar (Zie Figuur 4).

	Etnografie	Experiment
Setting	Natuurlijk	Kunstmatig
Observatie	Ongestructureerd	Zeer gestructureerd
Manipulatie variabelen	Niet goed mogelijk	Zeer goed mogelijk
Persoonlijkheid onderzoeker	Rol groot	Rol klein
Aantal variabelen	Groot	Beperkt
Validiteit	Groot	Minder groot
Betrouwbaarheid	Minder groot	Groot
Controlemogelijkheden	Minder groot	Groot
Data	Kwalitatief	Kwantitatief

Figuur 4: Verschillen tussen etnografie en experiment (Koetsenruijter en Van Hout 2014)

In tegenstelling tot het etnografisch onderzoek is de setting van het experiment dus kunstmatig. Daardoor zijn de omstandigheden bekend en controleerbaar (Koetsenruijter en Van Hout 2014).

Wrench et al (2013) benoemt echter drie effecten die de uitkomst van een experimenteel onderzoek kunnen beïnvloeden. Het Treshold Effect houdt in dat een verandering binnen een variabele alleen optreedt als een onafhankelijke variabele een bepaald niveau bereikt. Bijvoorbeeld dat een kleine verandering in hoeveelheid van een bepaald medicijn niks doet, maar dat er pas een effect waar te nemen is bij een zeer grote hoeveelheid van dat medicijn.

Bij het Experimenter Effect beïnvloedt de onderzoeker – vaak onbewust – de onderzochte mensen. De onderzoeker kan zich anders gedragen tegenover een groep die een placebo krijgt dan tegenover de groep die het echte medicijn krijgt. De oplossing hiervoor is het ‘dubbel blind-onderzoek’, waarbij de onderzoeker zelf ook niet weet of iemand een placebo krijgt of niet.

Het kan ook gebeuren dat mensen zich anders gedragen, omdat ze weten dat ze onderdeel van onderzoek zijn. Dit is het Hawthorne Effect. Oplossing hiervoor is observatie door middel van bijvoorbeeld een verborgen camera.

Naast deze effecten kan er een probleem optreden met variabelen (Wrench et al 2013). ‘Vreemde variabelen’ zijn er in twee categorieën. Verborgene variabelen zitten tussen de onafhankelijke en de

afhankelijke variabelen. Bijvoorbeeld, bij een onderzoek naar een mogelijk verband tussen veel drinken en lagere cijfers op school, zijn de verborgen variabelen 'niet naar school gaan' en 'niet studeren'. Er is geen direct verband te leggen tussen veel drinken en lagere cijfers, maar het één heeft wel consequenties die op hun beurt weer kunnen leiden tot het ander.

De andere categorie worden gevormd door de verstorende variabelen, die ook weer in drieën is te delen: onderdrukkend, versterkend en verscholen. Ter illustratie noemt Wrench et al (2013) enkele onderzoeken over introverte en extraverte mensen. Zo blijken introverte mensen meer vrees voor communiceren te hebben dan de extraverte mensen. Het feit dat introverte mensen nu eenmaal minder ervaring met communiceren hebben en daardoor meer vrees kunnen hebben, maakt 'minder ervaring met communiceren' een onderdrukkende variabele. Daarnaast blijken extraverte mensen beter te zijn in communiceren. Ook dit kan met ervaring te maken hebben, dus is 'meer ervaring met communiceren' in dit geval een versterkende variabele. Tot slot zou er een onderzoek kunnen zijn dat een verband legt tussen vrees voor communicatie en het aantal vrienden. Een andere variabele, zoals mate van introversie, kan de 'oorzaak' zijn van de twee variabelen. Deze variabele is verscholen, omdat deze niet direct onderzocht wordt (Wrench et al 2013).

Voor zijn exploratieve studie naar conversationele journalistiek maakt Marchionni (2015) gebruik van het experiment. Daaruit kwam naar voren dat de kracht van deze vorm van journalistiek nuance behoeft. Zo kan de mate van informaliteit in artikelen helpen om conversationele artikelen te onderscheiden van traditionele, maar in de conversationele versie kan deze de geloofwaardigheid en expertise aantasten (Marchionni 2015).

Zoals Brants en Vasterman (2010) al claimden, lijkt het etnografische onderzoek een goede methode om het journalistiek handelen in kaart te brengen, bijvoorbeeld hoe de integratie van online journalistiek op een redactie verloopt (Vobic 2015). Het experiment kan geschikt zijn om een bepaald genre van de journalistiek en het effect ervan op de lezer te onderzoeken, omdat je het in dat geval op een gecontroleerde manier kan vergelijken met een ander genre. Een voorbeeld hiervan is het genoemde onderzoek van Marchionni (2015) naar conversationele journalistiek.

1.3.3 Doorlichten

De derde categorie van methoden bekijkt puur de inhoud. Hier past – logischerwijs – dan ook de methode inhoudsanalyse bij. Er zijn twee soorten inhoudsanalyse: kwalitatief en kwantitatief (Koetsenruijter en Van Hout 2014). Volgens Koetsenruijter en Van Hout (2014) zijn er een aantal belangrijke verschillen tussen de twee methodes (Zie Figuur 5).

	Kwantitatief	Kwalitatief
Focus type betekenis	Manifeste betekenis	Latente betekenis
Rol van context	Niet belangrijk	Belangrijk
Betrouwbaarheid	Belangrijk	Minder belangrijk
Validiteit	Minder belangrijk	Zeer belangrijk
Structuur van proces	Lineair	Cyclisch / iteratief

Figuur 5: Verschillen tussen kwantitatieve en kwalitatieve inhoudsanalyse (Koetsenruijter en Van Hout 2014)

Bij de structuur van het proces is er dus een verschil tussen lineair en cyclisch. Bij kwantitatieve inhoudsanalyse volgt het proces bepaalde stappen, terwijl bij kwalitatief onderzoek de onderzoeker enkele keren een stap terug doet in zijn proces (Koetsenruijter en Van Hout 2014).

De inhoudsanalyse is in meer categorieën te delen dan alleen kwalitatief en kwantitatief. Zo deelt Kuckartz (2013) kwalitatieve inhoudsanalyse op in thematische, evaluatieve en ‘type-building’ tekstanalyse. Wester (2006) noemt argumentatieanalyse en narratieve analyse. Narratieve analyse wordt door Hijmans (1996) onder de kwalitatieve inhoudsanalyse geschaard, samen met retorische, discours-, structuralistisch-semiotische en interpretatieve inhoudsanalyse. Neuendorf (2002) beschrijft in haar boek indeling in vier andere benaderingen van de inhoudsanalyse, namelijk descriptieve, verklarende, psychometrisch en voorspellende inhoudsanalyse. Jensen (2012) houdt bij een tweedeling: discoursanalyse (kwalitatief) en inhoudsanalyse (kwantitatief).

Met behulp van een kwantitatieve inhoudsanalyse - en een semiotische analyse - doet Dick (2015) onderzoek naar statistische infographics uit ‘The Daily Express’ tussen januari 1956 en oktober 1959. Daaruit kwam naar voren dat de visualisaties niet accuraat en objectief waren, maar propagandistisch. Als één van de argumenten noemt Dick (2015) het ontbreken van bepaalde variabelen in de infographics, terwijl deze wel beschikbaar waren.

Discoursanalyse is volgens Gill (2000) een verzamelnaam voor een aantal methodes om tekst te analyseren. De gemene deler van deze methodes is dat het de stelling dat taal simpelweg een neutrale weergave of beschrijving van de wereld is, verwerpt. Deze methodes zijn namelijk

gebaseerd op de overtuiging dat het discours een centrale betekenis heeft in het construeren van het sociale leven (Gill 2000).

Bij discoursanalyse zet Philo (2007) vraagtekens. Hij komt in zijn artikel tot de conclusie dat bij de methode enkele zaken verborgen blijven, zoals de oorsprong van 'botsende' discourses en hoe ze gerelateerd zijn aan verschillende maatschappelijke belangen. Als voorbeeld geeft Philo (2007) het conflict tussen Israël en de Palestijnen. Beiden hebben er belang bij om hun acties in het conflict te rechtvaardigen. De inhoud van de discourses is echter verschillend. Zo noemt Israël de strijd tegen de Palestijnen onderdeel van de 'war on terror', terwijl de Palestijnen juist de Israëlieten als het kwaad zien. Beide partijen hebben dus hetzelfde belang, maar andere inhoud van het discours. Philo (2007) betoogt dat een critical discourse analysis niet de oorzaak hiervan kan blootleggen.

Ook de diversiteit aan sociale verklaringen vergeleken met wat er wel en niet in een bepaalde tekst staat, de impact van externe factoren zoals de praktijk van de professionele media op de manier waarop discours zijn vertegenwoordigd, en wat de tekst eigenlijk betekent voor verschillende groepen van het publiek komen niet naar voren bij een discoursanalyse (Philo 2007).

Maesele (2015) maakt gebruik van de 'critical discourse analysis', een vorm van kwalitatieve inhoudsanalyse, om te onderzoeken hoe twee Belgische 'elitekranten' berichten over vier 'controversiële gebeurtenissen' binnen het debat over genetisch gemodificeerde gewassen en voedsel. Het resulteerde in twee ideologische culturen: de eerste verdedigt constant de status quo en voert depolitiserende processen om zo een democratisch debat te belemmeren, terwijl de andere een democratisch debat juist faciliteert door bestaande krachtsverhoudingen onder druk te zetten met behulp van het openbaren van tegenstrijdige aannames, waarden en interesses die ten grondslag liggen aan reacties op wetenschappelijke onzekerheid (bijvoorbeeld gezondheid, en risico's op het gebied milieu en socio-economie).

Inhoudsanalyse is dus, zoals de naam al doet vermoeden, geschikt om de inhoud van journalistieke producten te onderzoeken. Dit kan op een kwantitatieve manier, om bepaalde zaken te achterhalen, zoals de aard van infographics (Dick 2015). Bij kwantitatief onderzoek is 'doorgaans minder context nodig' dan bij kwalitatief onderzoek (Koetsenruijter en Van Hout 2015:160). Ook kan een inhoudsanalyse op een kwalitatieve manier, om de diepere betekenis van een journalistiek product te onderzoeken, bijvoorbeeld krantenartikelen over genetisch gemodificeerde gewassen (Maesele 2015). Hierbij is de context doorgaans wel relevant (Koetsenruijter en Van Hout 2015).

1.4 Conclusie

Journalism studies is nog een vrij jonge discipline, die sinds de jaren '90 aan globalisering onderhevig is (Wahl-Jorgenson en Hanitzsch 2009). Een andere ontwikkeling is de toename van invloeden uit andere wetenschappelijke richtingen. Door de jaren heen is het onderzoek binnen journalism studies beïnvloed door onder anderen sociologie, antropologie, geschiedenis, taalkunde en politicologie (Wahl-Jorgenson en Hanitzsch 2009; Zelizer 2008).

In Nederland en Vlaanderen is er door verschillende mensen metajournalistieke onderzoek gedaan binnen journalism studies. Brants en Vasterman (2010) richtten zich op de publicaties beoefenaars van deze discipline, terwijl Opgenhaffen et al (2011) onderzoek deden naar focuspunten binnen de journalistieke praktijk, de opleidingen en het journalistieke onderzoek. Aerts en Peeters (2012) onderzochten voor hun scriptie artikelen uit drie peer reviewed tijdschriften. Hieruit blijkt dat de inhoudsanalyse, kwalitatief danwel kwantitatief, de populairste methoden zijn binnen journalism studies. Methoden zoals het experiment en het etnografisch onderzoek worden nauwelijks gebruikt.

Dit onderzoek kijkt, met de onderzoeken van Brants en Vasterman (2010), Opgenhaffen et al (2011) en Aerts en Peeters (2012) als inspiratiebron, naar de academische output van studenten. De nadruk in deze scriptie ligt hierbij op de onderzoeksmethoden, zoals uitgelegd in 1.3, omdat de onderzoeksmethode niet alleen toont hoe een onderzoek is uitgevoerd, maar ook een verband legt met de inhoudelijke focus.

Zo zijn de focusgroep, het survey en het interview geschikt om motieven te achterhalen. Het etnografische onderzoek kan gebruikt worden om het journalistieke handelen (bijvoorbeeld op een redactie) te onderzoeken, terwijl het experiment meer geschikt is voor een vergelijking tussen bijvoorbeeld journalistieke genres. De kwalitatieve en kwantitatieve inhoudsanalyse zich puur gericht op de inhoud van een journalistiek product, dit kan zowel tekst, video als audio zijn.

HOOFDSTUK 2: CORPUS EN METHODE

Metajournalistiek onderzoek naar publicaties is dus al verricht, maar naar masterscripties is nog niet gekeken. Daarom waren deze scripties onderwerp van dit onderzoek. In dit hoofdstuk wordt in paragraaf 2.1 uitgelegd hoe het corpus is samengesteld. In de paragraaf erna wordt uiteengezet hoe het onderzoek vervolgens is uitgevoerd.

2.1 Corpus

Omdat er, zoals uitgelegd in de inleiding, is gekozen voor het focussen op de onderzoeksmethoden in masterscripties luidt de hoofdvraag ‘Welke methoden komen aan bod in masterscripties van academische studenten Journalistiek in Nederland en Vlaanderen?’. Om deze hoofdvraag te kunnen beantwoorden, werd er een corpus samengesteld. Daarvoor werden tien masteropleidingen van evenzoveel universiteiten in Nederland en Vlaanderen aangeschreven. Met een non-respons van drie (VU Amsterdam, Nijmegen en VU Brussel) en één weigering (Gent) bleven er zes opleidingen over.

Van deze universiteiten werden alle beschikbare masterscripties van de journalistiekopleidingen verzameld in een corpus. In totaal bestond het corpus uit 1097 scripties. De verdeling per universiteit is te zien in Figuur 6.

UNIVERSITEIT	AANTAL SCRIPTIES
Universiteit Leiden	107
Erasmus Universiteit Rotterdam	487
Rijksuniversiteit Groningen	159
Universiteit van Amsterdam	84
Tilburg University	4
Koninklijke Universiteit Leuven	256
TOTAAL	1097

Figuur 6: Totaal aantal scripties in corpus

Om een goed beeld te krijgen van de masterscripties is er gekozen voor een gestratificeerde steekproef. Daarbij is van elke opleiding per academiejaar ongeveer de helft van de scripties willekeurig gekozen (Zie Figuur 7). Tilburg vormt hierop een uitzondering, vanwege het geringe aantal scripties. Van deze opleiding zijn alle vier de scripties gecodeerd,

UNIVERSITEIT	AANTAL SCRIPTIES	PERCENTAGE
Universiteit Leiden	55	51,4%
Erasmus Universiteit Rotterdam	229	47,0%
Rijksuniversiteit Groningen	87	54,7%
Universiteit van Amsterdam	42	50%
Tilburg University	4	100%
Koninklijke Universiteit Leuven	128	50%
TOTAAL	545	49,7%

Figuur 7: Totaal aantal gecodeerde scripties

De scripties zijn verspreid over tien verschillende academiejaren, van 2004-2005 tot en met het jaar 2013-2014. Er is voor deze tijdsspanne gekozen, omdat er geen scripties beschikbaar waren van vóór deze tijd. Met andere woorden, er is sprake van een convenience sample.

2.2 Methode

Om erachter te komen wat de inhoud van de scripties is, is er een kwantitatieve inhoudsanalyse gedaan. Er is voor deze methode gekozen, omdat er al bekend was wat er precies gezocht moest worden. Brants en Vasterman (2010), Opgehaffen et al (2011) en Aerts en Peeters (2012) hadden al eerder vergelijkbaar onderzoek gedaan.

De verwachting op basis van deze onderzoeken is dat de inhoudsanalyse het vaakst voorkomt. Methoden als het etnografische onderzoek en het experiment zullen relatief weinig gebruikt worden, is de hypothese.

Van de 545 scripties werd in eerste instantie alleen het abstract gelezen. Als die er niet was, werd uitgeweken naar de inhoudsopgave en de inleiding. Vervolgens is er een codeboek opgesteld (Zie Bijlage II). Het codeboek is samengesteld en aangepast naar aanleiding van twee proefrondes coderen van willekeurig gekozen scripties. Deze scripties zijn niet meegenomen in de definitieve codering. De scripties uit Tilburg vormen hierop een uitzondering, vanwege het geringe aantal (vier stuks). Van deze opleiding zijn de scripties zowel in een proefronde als in het definitieve onderzoek gecodeerd.

Het codeboek bestaat uit zes categorieën. De categorie Mediaplatform is door de codeurs samengesteld. Na de proefrondes bleek het platform 'app' nog te ontbreken, dus is deze

toegevoegd. Journalistiek specialisme is gemaakt op basis van de nieuwssite Nu.nl. Deze website deelt de content in verschillende categorieën in, zoals Binnenland, Buitenland en Sport. Deze indeling werd gehanteerd bij de proefrondes. Uit die proefrondes bleek dat de verdeling niet representatief was. 'Wetenschapsnieuws' ontbrak bijvoorbeeld nog, deze werd toegevoegd. Voor Domeinen is het model uit het artikel van Brants en Vasterman (2010) gebruikt (Zie Bijlage I). Het model met concentrische cirkels resulteerde in acht verschillende variabelen, namelijk de zeven genoemde domeinen plus een 'niet van toepassing' voor scripties die buiten het model vielen.

De categorie 'Methoden' is gebaseerd op de scriptie van Aerts en Peeters (2012), de lijst is door middel van samenvoeging kleiner gemaakt. Anders zou de verspreiding te groot zijn, was de verwachting. Zo zijn variabelen als 'ideologische analyse', 'retorische analyse', 'taalkundige analyse' en 'tekstuele analyse' ondergebracht bij 'inhoudsanalyse'. De vijfde categorie, journalistiek product, is toegevoegd, omdat de categorie 'mediaplatform' geen volledige duidelijkheid kon geven. Een scriptie kan namelijk onderzoek hebben gedaan naar een website, maar dan kan het over tekst, beeld, audio en/of audiovisueel gaan. En ook bij het platform krant kan de focus gelegd zijn op beeld en/of tekst. Om daar meer duidelijkheid in te scheppen, is de categorie Journalistiek Product toegevoegd. Als laatste is er de categorie Theorie. Deze bleek het lastigst te zijn. Met behulp van Franklin et al (2005) zijn er een aantal theorieën op een rij gezet (Zie Bijlage II). Dit bleek lastig te vervolledigen, aangezien er een veelheid aan theorieën is gebruikt in de scripties.

Alle categorieën, op Methode na, bevatten als variabele ook een 'niet van toepassing', afgekort tot 'n.v.t.'. Als een scriptie binnen een bepaalde categorie niet gecodeerd kon worden doordat de informatie in het abstract onduidelijk of onvolledig was of omdat een scriptie buiten de variabelen van die categorie viel, werd er voor deze variabele gekozen. Bij de categorie Methode is er geen variabele 'n.v.t.', omdat de proefrondes aantoonde dat de methode van een scriptie altijd te achterhalen is.

Zoals gezegd zijn er dus twee proefrondes coderen geweest. In eerste instantie werden er 36 scripties van vijf verschillende universiteiten (Leiden, Leuven, Groningen, Rotterdam en Tilburg) gecodeerd, vervolgens nog eens dertig van vier verschillende universiteiten (Leiden, Leuven, Groningen en Rotterdam).

Bij deze testrondes codeerden de twee onderzoekers apart van elkaar dezelfde scripties. De eerste proefronde was om het codeboek te testen en vervolgens waar nodig aan te vullen of aan te

passen. Daarna werd een nieuwe proefronde gedaan om de intercodeursbetrouwbaarheid vast te kunnen stellen.

Om deze betrouwbaarheid te kunnen bepalen, werden de resultaten van de tweede proefronde naast elkaar gelegd en werd er vergeleken. Met behulp van SPSS werd per variabele de Cohens Kappa-waarde berekend. Alleen bood die niet altijd soelaas, omdat er variabelen tussen zaten waarbij beide onderzoekers altijd een 0 (niet aanwezig) hadden gecodeerd. Ook kon het zo zijn dat bij een variabele de ene onderzoeker nooit een 1 codeerde, en de andere onderzoeker dit slechts één keer deed. In deze gevallen dat Cohens Kappa niet berekend kon worden, werd er gewerkt met percentages. Cohens Kappa was altijd boven de 0.700, dus deze was altijd minstens 'respectabel' (Wrench et al 2013). De percentages lagen in eerste instantie tussen de 80% en de 100%, met uitzondering van drie variabelen. Bij Theorie Overig en Theorie n.v.t. bleken de afspraken in het codeboek niet duidelijk genoeg, dus werden deze aangescherpt. En bij Kwantitatieve Inhoudsanalyse was er ook minder overeenstemming dan gewenst, daarvoor werd afgesproken dat er in het abstract duidelijk gemeld moet worden dat het om een kwantitatieve inhoudsanalyse ging.

Voor de definitieve codering werden, zoals eerder gezegd, in totaal 545 scripties van zes verschillende opleidingen geanalyseerd. Geen van deze scripties was in één van de proefrondes gecodeerd, met uitzondering van de Tilburgse scripties vanwege het geringe aantal. Loes heeft scripties uit Tilburg, Leiden en Leuven gecodeerd, Ruben deed de scripties uit Rotterdam, Groningen en Amsterdam. De scripties werden gecodeerd met behulp van het codeboek, dat bestond uit 74 variabelen in zes categorieën, namelijk Mediaplatform (vijftien variabelen), Journalistiek Specialisme (veertien), Domein (acht), Onderzoeksmethode (zestien), Journalistiek Product (acht) en Theorie (dertien).

HOOFDSTUK 3: RESULTATEN

Uit het literatuuronderzoek in het eerste hoofdstuk is gebleken dat er metajournalistiek onderzoek is gedaan naar peer reviewed artikelen, maar nog niet naar masterscripties Journalistiek. Om een antwoord op de hoofdvraag 'Welke methoden komen aan bod in masterscripties van academische studenten journalistiek in Nederland en Vlaanderen?' te formuleren, werd het corpus met behulp van een kwantitatieve inhoudsanalyse, zoals uitgelegd in het vorige hoofdstuk, onderzocht. In totaal werden er 545 masterscripties gecodeerd op basis van 74 variabelen in 6 verschillende categorieën. In paragraaf 3.1 worden de algemene resultaten van dit onderzoek besproken, in de paragraaf erna wordt er ingezoomd op de categorie Methoden.

3.1 Algemene resultaten

Door te kijken naar iedere aparte categorie en daarbinnen de meest gecodeerde variabele te pakken, is er een modale masterscriptie van de verschillende journalistiekopleidingen op te stellen.



Figuur 8: Voorbeeld van een modale masterscriptie Journalistiek

Journalistiek Specialisme (39,3%), Domein (27,9%), Journalistiek Product (20,2%) en Theorie (43,5%). Dit betekent dat informatie over één (of meerdere) van de categorieën ontbrak in de abstracts, of dat een scriptie buiten de variabelen van die categorie viel. Dit is bijvoorbeeld duidelijk te zien bij het Rotterdamse deel van de scripties. Liefst 62,4% van de scripties van de Erasmus Universiteit valt onder 'n.v.t.' bij Journalistiek Specialisme, terwijl dat bij de andere

De meest prominente variabelen per categorie zijn het mediaplatform krant (35,2%), het journalistiek specialisme buitenlands nieuws (17,1%), het domein inhoud (45,0%), de onderzoeksmethode kwalitatieve inhoudsanalyse (32,8%), het geschreven journalistiek product (52,3%) en de framingtheorie (18,2%). Met andere woorden: de modale scriptie is een kwalitatieve inhoudsanalyse naar framing in het buitenlands nieuws in een krant.

Wat verder opvalt, is het aantal keer 'n.v.t.' in de resultaten. Zo duikt deze variabele relatief vaak op bij Mediaplatform (24,8% van de gevallen),

universiteiten niet boven de 30% komt. Bij de categorie Domein valt 57,2% van de Rotterdamse scripties onder 'n.v.t.'. Ook daar is een groot verschil met de andere opleidingen te zien, met uitzondering van Tilburg, waar het geringe aantal scripties voor een licht vertekend beeld zorgt (zie Figuur 9).

Universiteit	Journalistiek Specialisme 'n.v.t.'	Domein 'n.v.t'
Universiteit Leiden	14,5%	0%
Erasmus Universiteit Rotterdam	62,4%	57,2%
Rijksuniversiteit Groningen	21,8%	9,2%
Universiteit van Amsterdam	23,8%	11,9%
Tilburg University	25,0%	50%
Koninklijke Universiteit Leuven	25,8%	4,7%
TOTAAL	39,3%	27,9%

Figuur 9: Bij Rotterdamse scripties ligt de focus duidelijk veel minder op journalistiek

De oorzaak van de relatief hoge percentages 'n.v.t.' bij de Rotterdamse scripties in vergelijking met de andere scripties, is het feit dat deze onderzoeken vaak niet over journalistiek gaan, maar over media. Zo komen tv-programma's als Wie is de Mol en Friends, en ook films en muziek aan bod.

Bij theorie is er nog een andere reden voor het relatief hoge percentage bij 'n.v.t.'. In een aantal scripties wordt namelijk geen theorie genoemd in het abstract. In dit het geval werd er 'n.v.t.' gecodeerd. Ook 'Overige theorie' kent een percentage van 38,5%. Dit komt door de veelheid aan theorieën. Er werden veel verschillende theorieën gebruikt, en slechts weinig daarvan kwamen regelmatig voor. Uitzondering op die regel is framing (18,2%), de rest van de theorieën kwam niet boven de 4% uit.

Abstract

When WikiLeaks published more than half a million confidential documents, not only the political world, but also the journalistic world was turned upside down. The year 2010, the year of WikiLeaks was a phase in which journalism needed to cope with a new medium which crossed some of the borders of journalism. This study aimed at defining how Dutch newspapers coped with this new player in the field. Is journalism seeing it as a threat? Would WikiLeaks not form a threat to journalism, where does it stand in the field of journalism? The theory of boundary work and Bourdieu's field-theory is used to examine this. Emphasis is laid on how WikiLeaks is portrayed as journalism, using five traits of journalism, formulated by Mark Deuze: Public Service, Objectivity, Autonomy, Immediacy and Ethics. These values have been examined using a quantitative content analysis. This method is also used to see how WikiLeaks is incorporated in journalism, by testing intertextuality. This study showed that Dutch newspapers portrayed WikiLeaks mildly negative on the traits of journalism, especially on Autonomy and Immediacy. However, by using it as a rightful source, journalism acknowledges the website a place in the field. It will be argued that the relationship between Dutch newspapers and WikiLeaks is therefore complicated.

Keywords: WikiLeaks, boundary work, field-theory, new media, traditional journalism, values of journalism

Figuur 10: Voorbeeld van duidelijk vindbare theorie in abstract

Samenvatting

In dit onderzoek werden de 150 blogartikelen van rechtbankverslaggevers onderzocht en vergeleken met 150 artikelen uit de krant van diezelfde rechtbankverslaggevers. Uit de statistische analyse bleek dat er grote verschillen zijn tussen het werk van de journalisten online en offline. De verhalen online zijn langer, bevatten meer quotes en zijn vaker dan de krant geschreven in het ik-perspectief. Hiermee zijn de j-blogs van de rechtbankverslaggevers deels overstag gegaan voor de gewoonten die onder burgerbloggers al lang golden. De uitkomsten van de gehouden interviews bevestigden de uitkomsten van de statistische analyse. Rechtbankjournalisten zeggen zich online vrijer te voelen om meningen te geven en hanteren een wezenlijk andere stijl online dan offline. Dat is meteen de belangrijkste motivatie voor het beginnen van een blog voor een rechtbankjournalist. Op een blog kan de journalist meer creativiteit kwijt en het blog wordt gebruikt als reclamezuil voor de competenties van de rechtbankverslaggevers.

Figuur 11: Voorbeeld van niet duidelijk vindbare theorie in abstract

Om de onderzoeksresultaten van de categorie Onderzoeksmethoden in context te kunnen plaatsen, is het zinvol om de resultaten van het Domein en het Journalistieke Product nader te bekijken. Zoals gezegd is Inhoud (45,0%) het meest voorkomende Domein. Op afstand volgt dan 'n.v.t.' met 27,9%. De rest van de domeinen scoort tussen de 2% en 8%. Als er dus een domein onderzocht wordt, is dat in bijna de helft van de gevallen de inhoud van het nieuws. Bij Journalistiek Product is geschreven product het populairst (52,3%), gevolgd door audiovisueel product (20,4%). Studenten kijken dus vooral naar kranten, tijdschriften, boeken en online teksten.

De hoge scores bij inhoud (Domein) en geschreven product (Journalistiek Product) verklaren de hoge score bij de inhoudsanalyse. In plaats van dat studenten kijken naar bijvoorbeeld de productie of de effecten van nieuws, kijken ze naar het (vooral geschreven) product zelf. Ze focussen op de inhoud, en dan ligt een inhoudsanalyse, hetzij kwalitatief hetzij kwantitatief, voor de hand.

3.2 Resultaten onderzoeksmethoden

Zoals in de vorige paragraaf vermeld, is de kwalitatieve inhoudsanalyse (32,8%) de vaakst waargenomen methode in de onderzochte scripties. Om het beeld compleet en overzichtelijk te maken, zijn alle resultaten binnen de categorie Onderzoeksmethode in een tabel gezet (zie Figuur 12). Zo blijkt dus dat bijna tweederde van de onderzochte scripties (64,7%) de inhoudsanalyse hanteert.

Kwalitatieve inhoudsanalyse	32,8%	Narratieve analyse	2,2%
Kwantitatieve inhoudsanalyse	31,9%	Participerende observatie	2,0%
Interviews	31,2%	Experiment	1,7%
Survey	8,6%	Semiotische analyse	0,4%
(Critical) Discours Analysis	6,1%	Social Network Analysis	0%
Focusgroep	2,8%	Cross-national, cross-cultural	0%
Case study	2,8%	Mixed Methods	11,4%
Etnografisch onderzoek	2,6%	Overige methoden	12,7%
		N=545	100%

Figuur 12: Resultaten binnen categorie Onderzoeksmethode

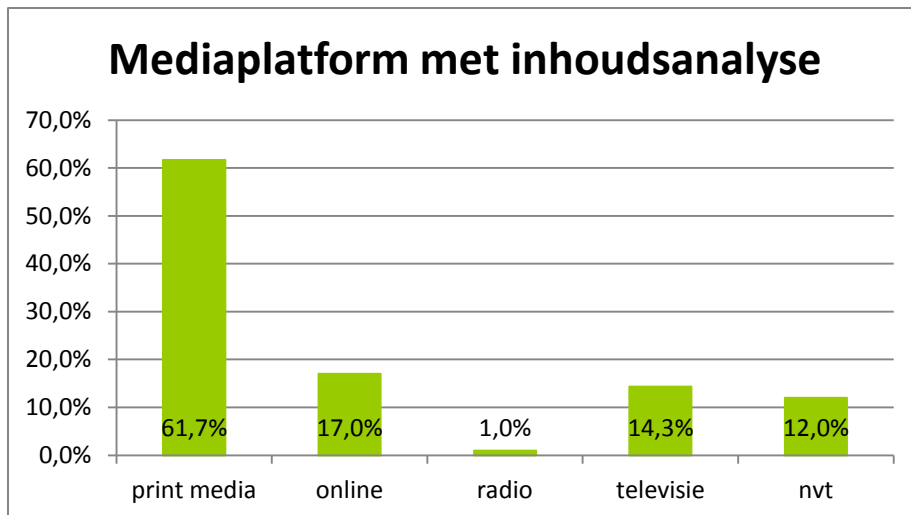
Naast de kwalitatieve inhoudsanalyse zijn dus de kwantitatieve variant en het interview veruit de meest gebruikte methodes in masterscripties journalistiek. Op grote afstand volgen dan pas onder anderen de survey en de discoursanalyse.

Vergeleken met de artikelen van Brants en Vasterman (2010) en Opgenhaffen et al (2011) zijn er veel overeenkomsten. Bij beide onderzoeken kwam de inhoudsanalyse, zowel de kwalitatieve als de kwantitatieve variant, als winnaar uit de bus. Ook in dit onderzoek is dat dus het geval. Bij Opgenhaffen et al (2011) komt het interview (daar 'kwalitatieve bevraging' genoemd) het vaakst voor na de twee soorten inhoudsanalyse, net als bij dit onderzoek. De percentages (13% tegenover 31,2%) verschillen echter wel duidelijk. Een andere overeenkomst is de impopulariteit van het experiment. Bij Brants en Vasterman (2010) is het percentage 3%, bij Opgenhaffen et al (2011) is het 3,5% en bij dit onderzoek naar scripties zelfs maar 1,7%.

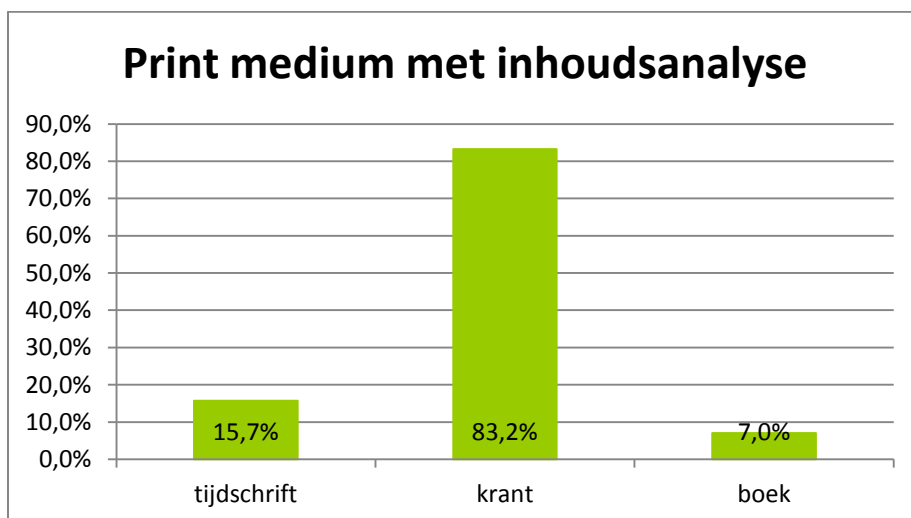
Er is ook een – weliswaar subtiel – verschil waar te nemen. Zo is bij Opgenhaffen et al (2011) de kwantitatieve inhoudsanalyse de meest prominente methode, terwijl in dit onderzoek de kwalitatieve variant de boventoon voert. Het verschil tussen de kwantitatieve en de kwalitatieve inhoudsanalyse is bij Opgenhaffen et al (2011) 2,5% (respectievelijk 26,5% tegenover 24%). Brants en Vasterman (2010) hebben in hun onderzoek geen onderscheid gemaakt tussen kwalitatief en kwantitatief.

Als we de resultaten voor de inhoudsanalyse nader bekijken, dan komt daaruit naar voren dat deze methode vaak gebruikt wordt voor onderzoek naar het mediaplatform print medium. Van de scripties waarin de inhoudsanalyse wordt gehanteerd, is print medium in 61,7% van de gevallen het onderwerp van onderzoek. Op ruime afstand volgt online met 17% (zie Figuur 13).

Van de scripties die met een inhoudsanalyse onderzoek doen naar een print medium, legt 83,2% de focus op de krant. Het tijdschrift en de krant worden veel minder vaak onderzocht, met respectievelijk 15,7% en 7% (Zie Figuur 14). De inhoudsanalyse van studenten richt zicht dus vooral op de geschreven journalistiek, en met name op de krant.



Figuur 13: Onderzochte mediaplatform met behulp van een inhoudsanalyse

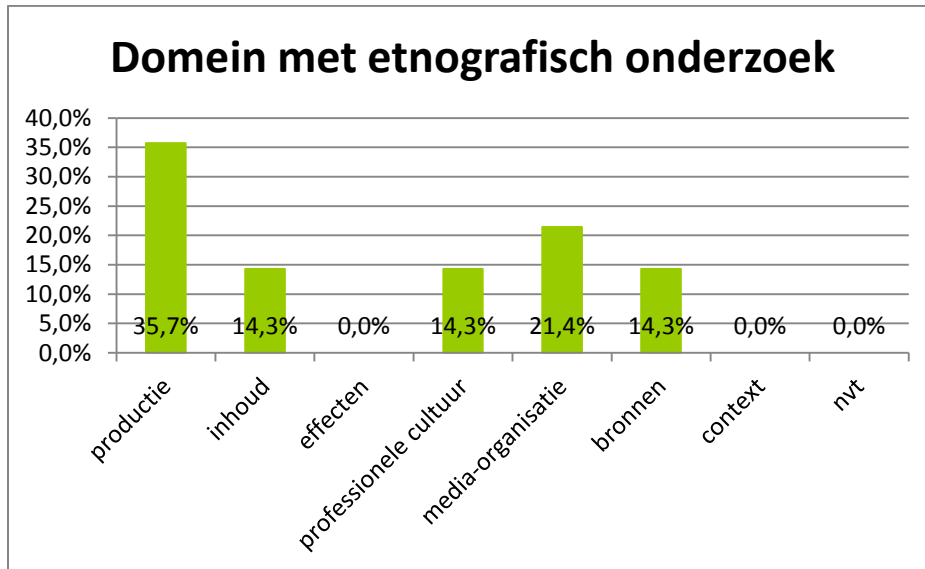


Figuur 14: Onderzochte print media met behulp van een inhoudsanalyse

Deze resultaten zijn in lijn met die in de artikelen van Brants en Vasterman (2010) en Opgenhaffen et al (2011). In deze onderzoeken was ook één van de conclusies dat inhoudsanalyse voornamelijk werd gebruikt voor onderzoek naar geschreven journalistieke producten. Een verklaring die hiervoor werd gegeven, is dat er met LexisNexis een toegankelijk archief is voor kranten. Een soortgelijk archief is er (nog) niet voor bijvoorbeeld televisie of radio.

Eén van de methoden die ten opzichte van de andere methoden relatief weinig wordt gebruikt in masterscripties journalistiek (namelijk 2,6%), is het etnografische onderzoek. Volgens Brants en Vasterman (2010) is deze vorm van onderzoek geschikt om het journalistieke handelen, oftewel het domein Productie, te bestuderen. Uit de inventarisatie van scripties blijkt dat het etnografische onderzoek inderdaad het vaakst daarvoor gebruikt wordt. (Zie Figuur 15).

Het domein Productie is in de scripties die het etnografische onderzoek hanteert het meest onderzocht (35,7%). Toch is het domein Media-organisatie (21,4%) ook populair. Verder worden de domeinen Inhoud, Professionele Cultuur en Bronnen bestudeerd met behulp van etnografisch onderzoek.



Figuur 15: Onderzochte domeinen met behulp van etnografisch onderzoek

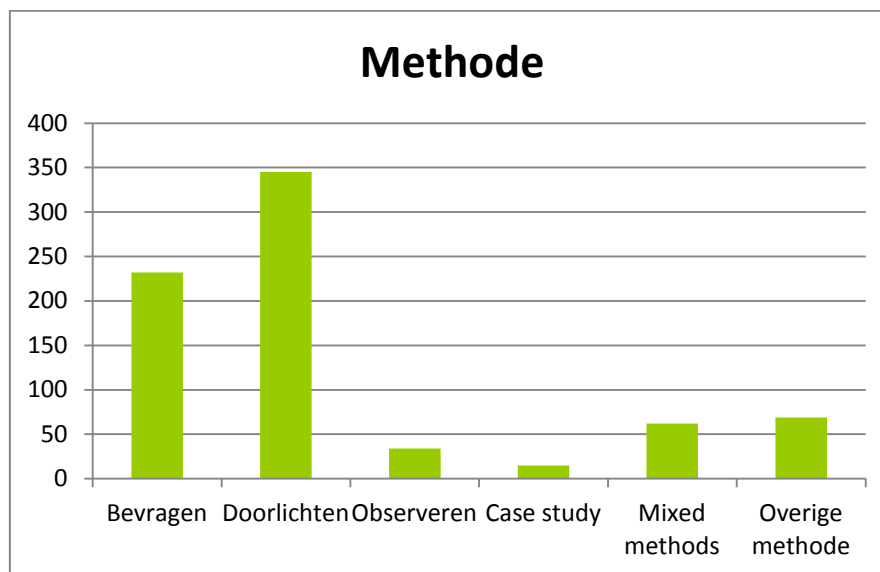
In totaal wordt het etnografisch onderzoek echter nog in slechts 2,6% van de masterscripties gebruikt. Een oorzaak hiervan kan zijn dat de drempel voor deze methode hoog ligt, omdat het een langere tijd bestrijkt, en die tijd hebben studenten niet altijd.

Een mogelijkheid zou zijn om dit onderzoek tijdens een stage te doen. Het probleem daarmee is echter dat studenten tijd nodig hebben om 'warm te draaien'. Deze vorm van onderzoek lijkt echter wel geschikt om de journalistieke productie te onderzoeken. Een domein dat overigens slechts bij 7,2% van de scripties onderzocht wordt (zie Bijlage III).

Ook het weinig gehanteerde experiment kan tijdrovend zijn, en de mogelijke gevaren – zoals genoemd in 1.3.2 – maken deze vorm van onderzoek lastig voor studenten. Bij de focusgroep kan naast de tijdsinvestering de uitvoering zelf een lastig punt zijn voor studenten.

De meeste onderzoeksmethoden zijn in te delen in één van de drie categorieën van Koetsenruijter en Van Hout (2014) die in paragraaf 1.3 al werden besproken. Zo vallen de kwalitatieve en kwantitatieve inhoudsanalyse, de discoursanalyse, de narratieve analyse en de semiotische analyse allemaal onder Doorlichten. Interview, survey en focusgroep horen bij Bevragen en etnografisch

onderzoek, participerende observatie en experiment zijn vormen van Observeren. Case study, mixed methods en overige methoden staan apart van deze categorieën (zie Figuur 16).



Figuur 16: Methoden ingedeeld volgens Koetsenruijter en Van Hout (2014)

De categorie 'Doorlichten' is dus veruit het populairst, gevolgd door Bevragen en Observeren. Verder zijn er vijftien case studies, wat neerkomt op 2,8%. Dit komt overeen met het beeld dat naar voren komt uit het onderzoek van Brants en Vasterman (2010), waar 3% van de artikelen een case study is.

Dan zijn er nog de twee categorieën Mixed Methods en Overige methode. Mixed Methods werd gecodeerd als er duidelijk werd vermeld dat het scriptieonderzoek uit meerdere delen bestond. Dit was dus in 11,4% van de scripties het geval. Overige methode werd aangekruist als er een methode werd gehanteerd die geen eigen variabele had, of wanneer de gebruikte methode niet duidelijk werd vermeld. Dit leverde een score van 12,7% op.

In dit laatste hoofdstuk komen allereerst de belangrijkste conclusies van het onderzoek aan bod, en wordt er antwoord op de hoofdvraag gegeven. In de tweede paragraaf volgt de discussie, waarna er tot slot een aantal voorstellen worden gedaan voor eventueel vervolgonderzoek op basis van de literatuur en het onderzoek.

4.1 Conclusie

Uit het onderzoek onder masterscripties van opleidingen Journalistiek in Nederland en Vlaanderen blijkt dat de inhoudsanalyse het populairst is. De kwalitatieve variant is daarbinnen nog net iets populairder dan de kwantitatieve. De trend dat inhoudsanalyse veel gebruikt wordt, was al te zien bij Brants en Vasterman (2010), Opgenhaffen et al (2011) en Aerts en Peeters (2012). Verschil is wel dat bij Opgenhaffen et al (2011) de kwantitatieve inhoudsanalyse vaker voorkomt dan de kwalitatieve. Dit zou kunnen wijzen op een verschil van werkwijze tussen Nederlandse en Vlaamse onderzoekers, namelijk dat Nederlanders meer interpretatief onderzoek naar de inhoud van teksten doen dan Vlamingen. Maar hier zou eventueel vervolgonderzoek uitsluitsel over moeten geven (zie ook 4,3).

De meest prominente variabelen per categorie zijn de krant (mediaplatform), buitenlands nieuws (journalistiek specialisme), inhoud (domein), kwalitatieve inhoudsanalyse (onderzoeksmethode), geschreven product (journalistiek product) en framing (theorie). Hieruit valt de 'modale masterscriptie journalistiek' te destilleren, namelijk een kwalitatieve inhoudsanalyse naar framing in het buitenlands nieuws in een krant.

Verder valt het groot aantal 'n.v.t.' in de categorieën Mediaplatform, Journalistiek Specialisme, Domein, Journalistiek Product en Theorie op. De algemene oorzaken hiervan zijn dat de scripties ofwel geen (duidelijke) informatie over een bepaalde categorie bevatten, ofwel niet in te delen zijn bij andere variabelen binnen die categorie. Specifiek gezien komen de percentages van 39,3% 'n.v.t.' bij Journalistiek Specialisme en 27,9% 'n.v.t.' bij Domein door de scripties van de Erasmus Universiteit Rotterdam. Daar gaan de masterscripties vaak niet over journalistiek, maar over media. De 43,5% 'n.v.t.' bij de categorie Theorie wordt veroorzaakt door het feit dat studenten niet of niet duidelijk de theorie benoemen die zij hebben gebruikt voor hun scriptie. Om een beter beeld

te kunnen krijgen van de gebruikte theorieën in masterscripties zouden studenten (duidelijker) de gehanteerde theorie in het abstract moeten benoemen.

Overigens leveren de theorieën die wel genoemd zijn in de abstracts een zeer divers beeld op. Dit zorgde voor de relatief grote variabele 'Overig' (38,5%). De door Zelizer (2008) benoemde veelzijdigheid van journalism studies blijkt hier uit deze resultaten. De theorie die veruit het vaakst voorkwam, was framing (18,2%). Dit komt overeen met het onderzoek van Brants en Vasterman (2010).

Met de veelgebruikte inhoudsanalyse blijkt het platform print media het vaakst bestudeerd. Daarbinnen voert de krant de boventoon. Dit komt overeen met de bevindingen van Brants en Vasterman (2010) en Opgenhaffen et al (2011). Oorzaak hiervoor is dat er met LexisNexis een toegankelijk en overzichtelijk krantenarchief is, zo'n archief bestaat (nog) niet voor bijvoorbeeld televisie of radio.

Inhoudsanalyse wordt ook gebruikt voor online (17%; van alle onderzochte scripties ging 18,2% over het Mediaplatform online), bijvoorbeeld voor social media of websites van nieuwsmedia. Bij Brants en Vasterman (2010) kwam onderzoek naar online slechts in 6,7% van de publicaties voor.

Het etnografisch onderzoek wordt met name gehanteerd voor het Domein Productie, zoals Brants en Vasterman (2010) adviseerden. Deze methode van onderzoek wordt echter, waarschijnlijk omdat het veel tijd en moeite kost, in slechts 2,6% van de masterscripties gebruikt.

Als je de methoden indeelt volgens Koetsenruijter en Van Hout (2014) is de categorie Doorlichten veruit het populairst, gevolgd door Bevragen en Observeren. Bij 12,7% werd een combinatie van methoden gebruikt. Tot slot is er dan nog een categorie Overige Methodes, voor wanneer er een methode gehanteerd werd die geen eigen variabele had. Tot slot was er in 11,4% van de gevallen sprake van Overige Methode.

In masterscripties journalistiek lijkt dus vooral gekeken te worden naar journalistieke producties. Het proces van de totstandkoming van zo'n journalistieke productie wordt relatief weinig onderzocht. Dit beeld komt ook naar voren uit het onderzoek van Brants en Vasterman (2010). Het betekent dat het onderzoek naar journalism studies 'op enige afstand van de journalistieke praktijk' lijkt plaats te vinden (Brants en Vasterman (2010:211). Terwijl voor onderzoek naar de journalistieke praktijk bijvoorbeeld het etnografisch onderzoek geschikt zou kunnen zijn. Naast

het journalistieke proces blijft ook de invloed van die producties, waarvoor het experiment of de focusgroep goede opties zijn, onderbelicht.

De sterke overeenkomsten tussen de onderzoeken van Brants en Vasterman (2010) en Opgenhaffen et al (2011), en dit onderzoek kunnen leiden tot eentonigheid. Studenten en docenten verrichten namelijk naar verwachting gelijksoortig onderzoek. Als studenten na het behalen van hun diploma verdergaan met het verrichten van academisch onderzoek, dan ontstaat er het risico dat ze op dezelfde voet verdergaan. En dat de bestaande lacunes intact blijven. Maar vervolgonderzoek zal dit nader moeten bekijken (zie 4.3).

Daarnaast is de manier waarop toekomstige journalisten opgeleid worden, van belang omdat betere journalisten leiden tot betere journalistiek (Josephi 2009). Dus is het belangrijk dat er niet alleen diversiteit is in theorie, maar ook in onderzoeksmethoden. Want een andere onderzoeksmethode betekent, zoals besproken, een andere inhoudelijke focus.

Op de vraag 'Welke methoden komen aan bod in masterscripties van academische studenten Journalistiek in Nederland en Vlaanderen?' kan nu dus een voorlopig antwoord worden gegeven. Er is nog nooit eerder onderzoek gedaan naar masterscripties, dus was er alleen de literatuur en boden vergelijkbare onderzoeken een houvast.

4.2 Discussie

Zoals bij elk onderzoek zijn er op- en aanmerkingen te maken. Zo ontbreken er vier universiteiten, waarvan drie uit Vlaanderen. Het is dus lastig om een beeld van de journalistiekopleidingen bij onze Zuiderburen te vormen. We hebben ons uiterste best gedaan om zoveel mogelijk scripties te verzamelen en daarvan een significant deel te coderen. Om de intercodeursbetrouwbaarheid zo hoog mogelijk te krijgen, hebben we twee proefrondes coderen gedaan. Daaromheen hebben we zo duidelijk mogelijk getracht te communiceren en afspraken vast te leggen in het codeboek.

Een ander mogelijk probleem is dat er geen universele indeling van methoden is. Dit kan ervoor zorgen dat bepaalde variabelen elkaar deels overlappen en dat de gehanteerde indeling geen recht doet aan het rijke aanbod van methoden. Verder is door het ontbreken van de universele indeling van methoden het niet mogelijk om een volledige één-op-één-vergelijking met de eerdere onderzoeken te maken. Brants en Vasterman (2010) maken bijvoorbeeld, in tegenstelling

tot Opgenhaffen et al (2011), geen onderscheid tussen kwalitatieve en kwantitatieve inhoudsanalyse. Voor dit onderzoek is dit onderscheid wel gemaakt.

Ook waren wij als onderzoekers afhankelijk van de volledigheid van de abstracts. Het kwam voor dat een abstract geen duidelijk beeld gaf van de scriptie, dus leverde dit soms moeilijkheden bij het coderen op. Een deel van de scripties bevatte zelfs geen abstract, waardoor we waren aangewezen op de inhoudsopgave en de inleiding.

Zowel Wahl-Jorgenson en Hanitzsch (2009) als Zelizer (2009) benoemen de veelzijdigheid van journalism studies. Deze veelzijdigheid is slechts ten dele naar voren gekomen uit dit onderzoek. Onder de variabele 'overige theorie' viel 38,5% van de masterscripties, maar op de manier waarop het codeboek is opgesteld is waarschijnlijk een verscheidenheid aan theorieën samengevallen onder één variabele. Dit zorgt ervoor dat een deel van de genoemde veelzijdigheid verloren is gegaan.

4.3 Vervolgonderzoek

Aan dit onderzoek is op verschillende manieren een vervolg te geven. Zo kunnen bijvoorbeeld de overeenkomsten en verschillen tussen Nederlandse en Vlaamse opleidingen bestudeerd worden. De resultaten zijn van de onderzoeken van Brants en Vasterman (2010) en Opgenhaffen et al (2011), die research verrichten in respectievelijk Nederland en Vlaanderen, verschillen op enkele punten, zoals de beleidsanalyse (2% om 8,5%) en literatuurstudie (5% om 12,5%). Dit kan een indicatie zijn dat het gebruik van methode in Nederland verschilt van dat in Vlaanderen. Vervolgonderzoek met de ontbrekende Vlaamse opleidingen erbij zou meer duidelijkheid kunnen geven.

De overeenkomsten tussen de resultaten van Brants en Vasterman (2010) en dit onderzoek doen de vraag rijzen in hoeverre docenten invloed hebben op de handswijze van masterstudenten. Zowel op het gebied van de onderzoeksmethode als bijvoorbeeld op het gebied van theorie of onderwerp. Ook hier zou vervolgonderzoek meer duidelijkheid kunnen verschaffen.

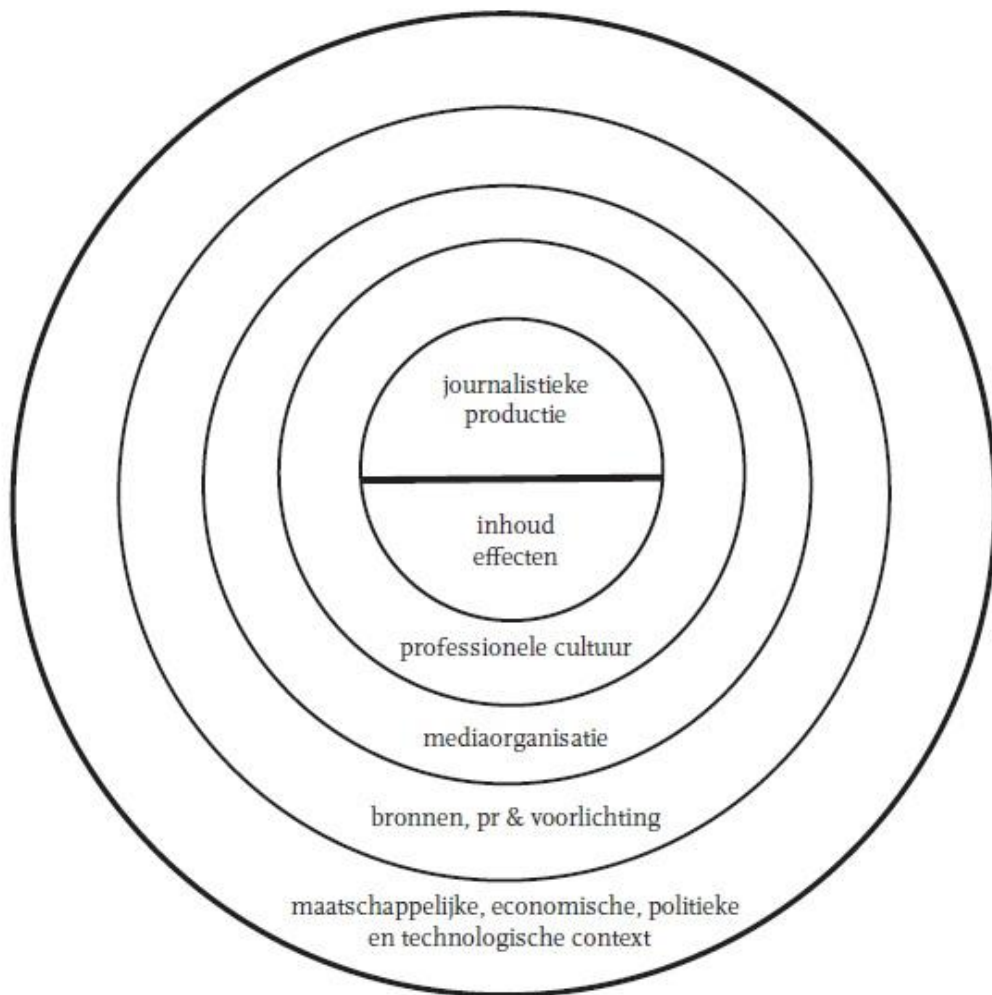
Ook kan er ingezoomd worden op bepaalde theorieën in scripties. Zoals in 4.2 besproken, is er een veelheid aan theorieën. Deze theorieën zijn nu onder 'overig theorieën' geschaard, maar in vervolgonderzoek kan er gezocht worden naar een representatieve indeling waarin de

veelzijdigheid van journalism studies, zoals besproken door Wahl-Jorgenson en Hanitzsch (2009) en Zelizer (2009), tot zijn recht komt.

- Aerts, A. & Peeters, D. (2012). *Journalism Studies in beeld. Inventarisatie van een jonge discipline, 2000-2011*,
<http://scriptiebank.be/sites/default/files/webform/scriptie/Masterscriptie%20AnneleenAerts-DanutaPeeters.pdf>
- Bloor, M., J. Frankland, M. Thomas, K. Robson (2001). *Focus Groups in Social Research*,
<http://srmo.sagepub.com.ezproxy.leidenuniv.nl:2048/view/focus-groups-in-social-research/n2.xml>
- Brants, K. & Vasterman, P. (2010). Journalism Studies in Nederland: een inventarisatie. In: *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap 38*, pp. 195-214.
- Brennen, B. (2013). *Qualitative research methods for media studies*. New York: Taylor and Francis
- Dick, M., (2015). 'Just Fancy That'. In: *Journalism Studies 16 (2)*, pp. 152-174
- Dickens, L., N. Couldry, A. Fotopoulou (2015). 'News in the community' In: *Journalism Studies 16 (1)*, Routledge. pp. 97-114
- Franklin, B., M. Hamer, M. Hanna, M. Kinsey, J. Richardson (2005). *Key concepts in journalism studies*. Sage Publications Ltd. pp. 128
- Gill, R. (2000). 'Discourse Analysis', in: *Martin Bauer and George Gaskell (Eds), Qualitative Researching with Text, Image and Sound*, London: Sage, pp. 172-190.
- Hanitzsch, T. (2008). 'Comparing Journalism across Cultural Boundaries: State of the Art, Strategies, Problems, and Solutions' In: M. Löffelholz & D. Weaver (Ed.), *Global Journalism Research: Theories, Methods, Findings, Future*. Blackwell Publishing Ltd. pp. 93-105
- Heikkilä, H., L. Ahva (2015). 'The Relevance of Journalism'. In: *Journalism Practice 9 (1)*, Routledge. pp. 50-64
- Hijmans, E. (1996). The logic of qualitative media content analysis: A typology. *Communications 21*. pp. 93-108
- Jensen, K.B. (2012). 'The qualitative research process', In: Klaus Bruhn Jensen (Ed.), *A Handbook of Media and Communication Research: qualitative and quantitative methodologies*, London: Routledge, pp. 265-282
- Joseph, B. (2009). Journalism Education, In: In: K. Wahl-Jorgenson, T. Hanitzsch (Ed.), *The Handbook of Journalism Studies*. New York: Routledge. pp. 42-56
- Koetsenruijter, W., Hout, T. Van (2014). *Methoden voor journalism studies*, Boom Lemma uitgevers
- Kuckartz, U. (2013). *Qualitative Text Analysis: A Guide to Methods, Practice and Using Software*. London: Sage

- Maesele, P. (2015). 'Risk conflicts, critical discourse analysis and media discourses on GM crops and food' In: *Journalism 16 (2)*. London: Sage. pp. 278-297
- Marchionni, D. (2015). 'Journalism-as-a-conversation: An experimental test of socio-psychological/technological dimensions in journalist-citizen collaborations' In: *Journalism 16 (2)*, London: Sage. pp. 218-237
- Neuendorf, K. (2002). *The content analysis guidebook*. Thousand Oaks California, Sage.
- Opgenhaffen, M., d'Haenens, L., & Corten, M. (2011). Journalistiek in Vlaanderen: afstemming tussen praktijk, opleiding en onderzoek. In: *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap 39*, 65-89.
- Philo, G. (2007). 'Can Discourse Analysis Successfully Explain the Content of Media and Journalistic Practice?', *Journalism Studies 8*, pp. 175-196.
- Vobic, I. (2015). 'From One-Man Band to Integrated Newsroom' In: *Journalism Studies 16 (2)*, Routledge. pp. 175-190
- Wahl-Jorgensen, K., Hanitzsch, T. (2009). 'Introduction: On Why and How We Should Do Journalism Studies'. In: K. Wahl-Jørgenson, T. Hanitzsch (Ed.), *The Handbook of Journalism Studies*. New York: Routledge. pp. 3-16
- Wester, F. (2006). *Inhoudsanalyse. Theorie en praktijk*. Deventer: Kluwer
- Westlund, O., M. Gherseti (2015). 'Modelling News Media Use' In: *Journalism Studies 16 (2)*, Routledge. pp. 133-151
- Wrench, J., Thomas-Maddox, C., Peck Richmond, V., McCroskey, J.C. (2013), *Quantitative research methods for communication. A hands-on approach*, Oxford University Press
- Zelizer, B. (2009), 'Journalism and the Academy', In: K. Wahl-Jørgenson, T. Hanitzsch (Ed.), *The Handbook of Journalism Studies*. New York: Routledge. pp. 29-41

Bijlage I: Model domeinen journalism studies (Brants en Vasterman 2010)



Codeboek Masterscripties Journalistiek uit Nederland & Vlaanderen

Algemene informatie

AA: Itemnummer

Voer hier het itemnummer in, bestaande uit 3 cijfers, beginnend bij 001

AB: Codeur ID

1: Ruben

2: Loes

A1: Universiteit waarvan scriptie afkomstig is

1: Universiteit Leiden

2: Erasmus Universiteit Rotterdam

3: Rijksuniversiteit Groningen

4: Universiteit van Amsterdam

5: Vrije Universiteit Amsterdam

6: Radboud Universiteit Nijmegen

7: Tilburg University

8: Katholieke Universiteit Leuven/Antwerpen

9: Vrije Universiteit Brussel

10: Universiteit Gent

A2: Collegejaar waarin scriptie werd afgerond

1: 2013-2014

2: 2012-2013

3: 2011-2012

4: 2010-2011

5: 2009-2010

6: 2008-2009

7: 2007-2008

8: 2006-2007

9: 2005-2006

10: 2004-2005

A3: Bestandsnaam scriptie

Voer hier de bestandsnaam in zoals de scriptie is opgeslagen.

A4: Titel scriptie

Voer hier de titel en eventuele ondertitel van de scriptie in.

Specifieke informatie

Mediaplatform

In het scriptieonderzoek is een platform waarop publicaties verschijnen onderdeel van de studie. Er is onderzoek verricht naar of binnen een dergelijk platform.

MPP Print media

Een printmedium, bijvoorbeeld een tijdschrift, krant of boek, wordt onderzocht.

0: Nee

1: Ja

MPP1 Tijdschrift

Een of meerdere tijdschriften worden onderzocht.

0: Nee

1: Ja

MPP2 Krant

Een of meerdere kranten worden onderzocht.

0: Nee

1: Ja

MPP3 Boek

Een of meerdere boeken worden onderzocht.

0: Nee

1: Ja

MPO Online

Een digitaal platform waarop publicaties verschijnen worden onderzocht.

0: Nee

1: Ja

MPO1 App nieuwsmidium

Een of meerdere apps van nieuwsmidia worden onderzocht.

0: Nee

1: Ja

MPO2 Website nieuwsmidium

De website van één of meerdere nieuwsmidia worden onderzocht.

0: Nee

1: Ja

MPO3 Blog

Een of meerdere blogs, al dan niet van een nieuwsmidium, worden onderzocht.

0: Nee

1: Ja

MPO4 Social media

Een of meerdere sociale media worden onderzocht.

0: Nee

1: Ja

MPO41 Twitter

Er is onderzoek verricht naar Twitter.

0: Nee

1: Ja

MPO42 Facebook

Er is onderzocht verricht naar Facebook.

0: Nee

1: Ja

MPO43 Forum

Er is onderzoek verricht naar een forum.

0: Nee

1: Ja

MPR Radio

Er is onderzoek verricht naar het medium radio.

0: Nee

1: Ja

MPT Televisie

Er is onderzoek verricht naar een nieuwsprogramma op televisie, zoals het journaal.

0: Nee

1: Ja

MPN n.v.t.

Er wordt geen onderzoek gedaan naar een of meerdere mediaplatformen.

0: Nee

1: Ja

Journalistiek specialisme

Bij nieuwsmedia worden journalistieke producties onderverdeeld in verschillende categorieën. Deze categorieën kunnen worden onderscheiden als 'journalistieke specialismen'. Zo valt nieuws van correspondenten in het buitenland onder het specialisme 'buitenlands nieuws' en nieuwsproducties over celebrities onder het specialisme 'entertainment nieuws'.

JS01 Binnenlands nieuws

Het scriptieonderzoek richt zich op binnenlands nieuws.

0: Nee

1: Ja

JS02 Buitenlands nieuws

Het scriptieonderzoek richt zich op buitenlands nieuws.

0: Nee

1: Ja

JS03 Regionaal nieuws

Het scriptieonderzoek richt zich op regionaal nieuws.

0: Nee

1: Ja

JS04 Politiek nieuws

Het scriptieonderzoek richt zich op politiek nieuws.

0: Nee

1: Ja

JS05 Economisch nieuws

Het scriptieonderzoek richt zich op economisch nieuws.

0: Nee

1: Ja

JS06 Oorlogsjournalistiek

Het scriptieonderzoek richt zich op oorlogsjournalistiek.

0: Nee

1: Ja

JS07 Misdaadnieuws

Het scriptieonderzoek richt zich op misdaadnieuws.

0: Nee

1: Ja

JS08 Sportnieuws

Het scriptieonderzoek richt zich op sportnieuws.

0: Nee

1: Ja

JS09 Lifestyle nieuws

Het scriptieonderzoek richt zich op lifestyle nieuws, bijvoorbeeld op tijdschriften als de Linda.

0: Nee

1: Ja

JS10 Tech nieuws

Het scriptieonderzoek richt zich op technologisch nieuws, bijvoorbeeld journalistieke producties over gadgets.

0: Nee

1: Ja

JS11 Entertainment nieuws

Het scriptieonderzoek richt zich op entertainmentnieuws, bijvoorbeeld tijdschriften als de Party of tv-programma's als RTL Boulevard.

0: Nee
1: Ja

JS12 Wetenschapsnieuws

Het scriptieonderzoek richt zich op wetenschapsnieuws, bijvoorbeeld tijdschriften als de Quest of Psychologie Magazine. Ook berichten over onderzoek in elk willekeurig medium vallen hieronder.

0: Nee
1: Ja

JS13 Overig nieuws

In het scriptieonderzoek is een nieuwsspecialisme dat zich richt op bijvoorbeeld opmerkelijke zaken. Het nieuws dat buiten de andere gespecificeerde specialismen valt.

0: Nee
1: Ja

JSN n.v.t.

Er wordt geen onderzoek gedaan naar een bepaald journalistiek specialisme. Hieronder vallen dus ook onderzoeken die wél over bijv. entertainment gaan, maar niet over entertainment-nieuws (zoals Wie is de Mol?)

0: Nee
1: Ja

Domein

Brants en Vasterman (2010) ontwierpen een model met concentrische cirkels over het object van journalism studies. Daarin wordt de kern gevormd door journalistieke productie, in het meest ideale geval gecombineerd met inhoud en effecten. De cirkel daarbuiten is de professionele cultuur, vervolgens komen respectievelijk de domeinen mediaorganisatie; bronnen, pr & voorlichting en context. Doorgaans is een onderzoek binnen journalism studies in te delen in één van deze domeinen. Er wordt gekozen voor het meest passende domein. Uitzondering: mocht er geen dominant domein voorkomen, dan wordt er gekozen voor meerdere domeinen.

D1 Journalistieke productie

Dit scriptieonderzoek richt zich op de productie, bijvoorbeeld op de journalistieke specialismen, het journalistiek handelen, de nieuwsselectie of de netwerken.

0: Nee
1: Ja

D2 Inhoud

Dit scriptieonderzoek richt zich op de inhoud, bijvoorbeeld op de onderwerpen, de toonzetting, framing of de genres (zoals interview, achtergrondartikel, etc.).

0: Nee
1: Ja

D3 Effecten

Dit scriptieonderzoek richt zich op de effecten van journalistiek, bijvoorbeeld de kennis-, attitude en gedragseffecten.

0: Nee

1: Ja

D4 Professionele cultuur

Dit scriptieonderzoek richt zich op de professionele cultuur, bijvoorbeeld op de opleiding, de beroepsopvattingen, de redactiecultuur, de professionele ethiek, de gender of de etniciteit.

0: Nee

1: Ja

D5 Mediaorganisatie

Dit scriptieonderzoek richt zich op de mediaorganisatie, bijvoorbeeld op de motieven, de financiële ruimten en keuzen of de hiërarchische en invloedsstructuur.

0: Nee

1: Ja

D6 Bronnen, pr & voorlichting

Dit scriptieonderzoek richt zich op de bronnen die journalisten gebruiken en de invloed van pr en/of voorlichting.

0: Nee

1: Ja

D7 Context

Dit scriptieonderzoek richt zich op de maatschappelijke, economische, politieke of technologische context

0: Nee

1: Ja

DN n.v.t.

Dit scriptieonderzoek richt zich op geen enkel journalistiek domein.

0: Nee

1: Ja

Onderzoeksmethode

Welke onderzoeksmethoden zijn er gebruikt in het onderzoek? Er kunnen meerdere variabelen gecodeerd worden.

OM01 Focusgroepen

Het scriptieonderzoek maakt gebruik van interviewgroepen. Er worden tegelijkertijd meerdere mensen ondervraagd, waardoor interactie tussen de participanten ontstaat.

0: Nee

1: Ja

OM02 Narratieve analyse

Het scriptieonderzoek maakt gebruik van een narratieve analyse, waarbij de verhaalstructuur van een bepaald journalistiek product wordt onderzocht.

0: Nee
1: Ja

OM03 Experiment

Het scriptieonderzoek maakt gebruik van experimenten. Participanten worden in een niet-natuurlijke omgeving aan een situatie blootgesteld.

0: Nee
1: Ja

OM04 Survey

Het scriptieonderzoek maakt gebruik van vragenlijsten die online of op papier zijn verspreid.

0: Nee
1: Ja

OM05 Inhoudsanalyse

Het scriptieonderzoek maakt gebruik van een inhoudsanalyse.

0: Nee
1: Ja

OM051 Kwalitatieve inhoudsanalyse

Het scriptieonderzoek maakt gebruik van een kwalitatieve inhoudsanalyse, met als uitgangspunt de interpretatie van de inhoud.

0: Nee
1: Ja

OM052 Kwantitatieve inhoudsanalyse

Het scriptieonderzoek maakt gebruik van een kwantitatieve inhoudsanalyse, met als uitgangspunt het structureel verzamelen en 'indelen' van de inhoud.

0: Nee
1: Ja

OM06 Participerende observatie

Het scriptieonderzoek maakt gebruik van observaties. De masterstudent gaat de participant in zijn natuurlijke omgeving ondervragen of observeren.

0: Nee
1: Ja

OM07 Etnografisch onderzoek

Het scriptieonderzoek wordt uitgevoerd d.m.v. een student die in de natuurlijke omgeving van participanten observeert of onderzoekt, bijvoorbeeld met participerende observatie.

0: Nee
1: Ja

OM08 Interviews

Het scriptieonderzoek maakt gebruik van interviews. De masterstudent ondervraagt participanten om zo conclusies te kunnen vormen.

0: Nee
1: Ja

OM09 Case Study

Het scriptieonderzoek gebruikt een gebeurtenis of situatie om conclusies te kunnen trekken. Deze conclusies kunnen gericht zijn op die specifieke gebeurtenis en de context waarin dit heeft plaatsgevonden. Een voorbeeld is een onderzoek naar de berichtgeving over de Moerdijkbrand.

0: Nee

1: Ja

OM10 Cross-national, cross-cultural

Het scriptieonderzoek vergelijkt gegevens uit verschillende landen of culturen met elkaar.

0: Nee

1: Ja

OM11 (Critical) Discourse Analysis

Het scriptieonderzoek bestudeert taalgebruik (geschreven en/of gesproken) om te ontdekken hoe de taalgebruiker taal inzet om macht te krijgen.

0: Nee

1: Ja

OM12 Semiotische analyse

Het scriptieonderzoek bestudeert de betekenis van tekens die worden ingezet in beeld of tekst.

0: Nee

1: Ja

OM13 Social network analysis (SNA)

Het scriptieonderzoek maakt gebruik van de SNA, waarbij de structuur van één of meerdere sociale netwerken worden geanalyseerd.

0: Nee

1: Ja

OM14 Mixed methods

Het scriptieonderzoek maakt gebruik van meerdere onderzoeksmethoden.

0: Nee

1: Ja

OMO Overige methoden

Het scriptieonderzoek gebruikt een methode die niet onder de andere gespecificeerde methoden valt (OM01 t/m OM14).

0: Nee

1: Ja

Journalistiek product

Welke journalistiek product is onderzocht? Er kunnen meerdere variabelen gecodeerd worden.

JP1 Beeld

Dit scriptieonderzoek richt zich op het visuele journalistieke product.

0: Nee

1: Ja

JP11 Foto

Dit scriptieonderzoek richt zich op één of meerdere foto's.

0: Nee

1: Ja

JP12 Illustratie

Dit scriptieonderzoek richt zich op één of meerdere illustraties, bijvoorbeeld cartoons of tekeningen.

0: Nee

1: Ja

JP13 Infographic

Dit scriptieonderzoek richt zich op één of meerdere infographics, visuele weergaves van data.

0: Nee

1: Ja

JP2 Geschreven product

Dit scriptieonderzoek richt zich op een tekstueel product.

0: Nee

1: Ja

JP3 Audiovisueel product

Dit scriptieonderzoek richt zich op het audiovisuele product.

0: Nee

1: Ja

JP4 Audio product

Dit scriptieonderzoek richt zich op een audio product.

0: Nee

1: Ja

JPN n.v.t.

Dit scriptieonderzoek richt zich op geen enkel journalistiek product.

0: Nee

1: Ja

Theorie

Op welke theorieën is het onderzoek gebaseerd? Meerdere theorieën zijn mogelijk.

T01 Framing

Het scriptieonderzoek maakt gebruik van de framingtheorie.

0: Nee
1: Ja

T02 Agendasetting

Het scriptieonderzoek maakt gebruik van de theorie van agendasetting.

0: Nee
1: Ja

T03 Priming

Het scriptieonderzoek maakt gebruik van primingtheorie

0: Nee
1: Ja

T04 Elaboration Likelihood Model (ELM)

Het scriptieonderzoek maakt gebruik van het ELM. Boodschappen kunnen via de perifere of centrale route worden verwerkt, waardoor het terughalen van de informatie uit die boodschap anders van uitkomst is.

0: Nee
1: Ja

T05 Limited Capacity Model

Het scriptieonderzoek maakt gebruik van het Limited Capacity Model. Dat model stelt dat consumenten niet alle boodschappen volledig kunnen verwerken. Met veel voorkennis gaat het verwerken makkelijker en sneller.

0: Nee
1: Ja

T06 Gestalttheorie

Het scriptieonderzoek maakt gebruik van de gestalttheorie. Het onderzoekt hoe het geheel van delen meer effect heeft dan de delen afzonderlijk.

0: Nee
1: Ja

T07 Gatekeeping

Het scriptieonderzoek maakt gebruik van de theorie gatekeeping. De journalist kan de rol aannemen van gatekeeper, door ervoor te kiezen om bepaald nieuws of delen ervan al dan niet publiekelijk kenbaar te maken.

0: Nee
1: Ja

T08 Convergentie

Het scriptieonderzoek maakt gebruik van convergentie als theorie. Convergentie houdt in dat er verschillende mediavormen samenkomen op één platform.

0: Nee
1: Ja

T09 Newszak

Het scriptieonderzoek maakt gebruik van de theorie 'newszak'. Deze houdt in dat er een verschuiving plaatsvindt in nieuwsmedia naar een focus op entertainment (denk bijv. aan infotainment nieuws).

0: Nee

1: Ja

T10 Uses & Gratifications

Het scriptieonderzoek maakt gebruik van de uses & gratifications theorie. Deze theorie houdt in dat gebruikers zelf actief de keuze maken van welke media zij gebruikmaken.

0: Nee

1: Ja

T11 Two-step flow van communicatie

Het scriptieonderzoek maakt gebruik van de two-step flow van communicatie. Deze theorie houdt in dat opinieleiders nieuwsverslaggeving (in)direct beïnvloeden en zo het publiek weten te bereiken.

0: Nee

1: Ja

TO Overige theorieën

Het scriptieonderzoek maakt gebruik van een of meerdere theorieën die niet behoren tot de gespecificeerde theorieën (T1 t/m T12)

0: Nee

1: Ja

TN n.v.t.

Het scriptieonderzoek maakt geen gebruik van een specifieke theorie.

0: Nee

1: Ja

Bijlage III: Resultaten onderzoek

PLATFORM		
Variabele	Aantal scripties	Percentage scripties
Print	240	44,0%
Tijdschrift	45	8,3%
Krant	192	35,2%
Boek	17	3,1%
Online	99	18,2%
App	2	0,4%
Website	42	7,7%
Blog	9	1,7%
Social Media	37	6,8%
Twitter	24	4,4%
Facebook	10	1,8%
Forum	1	0,2%
Radio	11	2,0%
Televisie	96	17,6%
NVT	135	24,8%
	N=545	100%

JOURNALISTIEK SPECIALISME		
Variabele	Aantal scripties	Percentage scripties
Binnenlands	67	12,3%
Buitenlands	93	17,1%
Regionaal	15	2,8%
Politiek	57	10,5%
Economisch	9	1,7%
Oorlogsjournalistiek	25	4,6%
Misdadjournalistiek	38	7,0%
Sport	24	4,4%

Lifestyle	16	2,9%
Tech	2	0,4%
Entertainment	13	2,4%
Wetenschap	5	0,9%
Overig	93	17,1%
NVT	214	39,3%
	N=545	100%

DOMEIN		
Variabele	Aantal scripties	Percentage scripties
Productie	39	7,2%
Inhoud	245	45,0%
Effecten	23	4,2%
Professionele cultuur	26	4,8%
Mediaorganisatie	11	2,0%
Bronnen, pr en voorlichting	27	5,0%
Context	22	4,0%
NVT	152	27,9%
	N=545	100%

JOURNALISTIEK PRODUCT		
Variabele	Aantal scripties	Percentage scripties
Beeld	40	7,3%
Foto	35	6,4%
Illustratie	4	0,7%
Infographic	1	0,2%
Geschreven product	285	52,3%
Audiovisueel	111	20,4%
Audio	17	3,1%
NVT	110	20,2%

	N=545	100%
--	-------	------

THEORIE		
Variabele	Aantal	Percentage
Framing	99	18,2%
Agendasetting	12	2,2%
Priming	2	0,4%
Elaboration Likelihood Model (ELM)	1	0,2%
Limited Capacity Model (LCM)	2	0,4%
Gestalttheorie	2	0,4%
Gatekeeping	22	4,0%
Convergentie	14	2,6%
Newszak	0	0,0%
Uses & Gratifications	4	0,7%
Two-step flow	0	0,0%
Overig	210	38,5%
NVT	237	43,5%
	N=545	100%