

Het media-aanbod in de grote stad

Is een pluriformer nieuwslandschap inhoudelijk diverser?

Twan Leo Jan Hol
Master Journalistiek en Nieuwe Media (2016/2017)
Universiteit Leiden
Scriptie medialandschap in de G4
1^e lezer: dr. A.W.M. Koetsenruijter
2^e lezer: dr. A.R.J. Pleijter
November 2018

Samenvatting

Al jaren is er vanuit verschillende hoeken kritiek op het Nederlandse nieuwsecosysteem. Er verdwijnen titels en media hebben niet meer de capaciteit om nieuwsgebeurtenissen vanuit verschillende perspectieven te belichten. Dit blijkt des te meer in lokale nieuwsecosystemen. Dit is een gevaar voor de lokale democratie, omdat een divers nieuwsaanbod belangrijk is om iedere bevolkingsgroep een stem te geven. Verschillende organisaties en instituten richten zich daarom op het behoud van diversiteit in de media en stimuleren media die de diversiteit kunnen vergroten.

In het terugbrengen van die diversiteit worden vaak alternatieve media als oplossing genoemd. Zij kunnen nieuwe perspectieven bieden en divers nieuws aanbieden. Daar is echter niet iedereen het over eens. Deze scriptie probeert een bijdrage te leveren aan dit debat door te onderzoeken of een medialandschap met meer alternatieve media ook een diverser nieuwsaanbod heeft. De onderzoeksvraag in deze scriptie is als volgt:

‘In welke mate staat het aandeel van alternatieve media binnen lokale medialandschappen in de grootste steden van Nederland in relatie tot de inhoudelijke diversiteit in deze landschappen?’.

Deze scriptie vindt plaats binnen het kader van een onderzoek van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek naar de nieuwsecosystemen in de vier grote steden van Nederland. In dit vervolg worden data gebruikt die in drie steden, Amsterdam, Den Haag en Utrecht, verzameld zijn. Ten eerste wordt gezocht naar de steden met het minste en juist grootste aandeel van alternatieve media. Daarna worden deze steden vergeleken op het gebied van diversiteit aan de hand van vier indicatoren: genres, onderwerpen, bronnen en herkomst van online berichten. Tenslotte worden ook alternatieve media met traditionele media op deze punten vergeleken. Als maat voor diversiteit is de Herfindahl-Hirschman index gebruikt.

De uitkomsten voor dit onderzoek worden geduid met behulp van een theoretisch kader dat bestaat uit theorieën over het democratisch belang van journalistieke diversiteit en theorieën die uitleggen wat media pluriformiteit en diversiteit zijn of zou moeten zijn. Ook de concepten traditionele/alternatieve media, gatekeeping en churnalism komen aan bod.

Utrecht blijkt het grootste aandeel berichten van alternatieve media te hebben, Amsterdam juist het minste. De data wijzen uit dat het nieuwsaanbod in Utrecht echter niet diverser is. Slechts de diversiteit op het gebied van genres lijkt enigszins groter. Het grootste verschil blijkt uit de originaliteit van de berichten. Dit komt ook naar voren bij de vergelijken tussen de twee mediasoorten. Bijna een kwart van de berichten in Utrecht is niet origineel. In Amsterdam zijn alle berichten origineel. Alternatieve media lijken het nieuwsecosysteem niet diverser te maken. Dit onderzoek toont echter geen causaal verband aan. Vervolgonderzoek dat een causaal verband tussen de aanwezigheid van alternatieve media en de diversiteit van het nieuwsaanbod kan leggen is daarom gewenst.

Inhoudsopgave

Samenvatting.....	2
Inhoudsopgave	3
1 Inleiding.....	5
2 Theorie.....	9
2.1 Het democratisch belang van diversiteit.....	9
2.2 Vormen van mediapluriformiteit in nieuwsecosystemen	11
2.3 Alternatieve media	15
2.4 Gatekeeping	17
2.6 Hypothese	21
3 Methode.....	23
3.1 Onderzoekscorpus.....	24
3.1.1 De onderzoekswEEK	24
3.1.2 Mediaproductanten en -typen	24
3.1.3 Wat is nieuws?.....	25
3.1.4 Analyse van nieuwsecosystemen	26
3.1.5 Analyse van variabelen en codeerinstructie	27
3.1.6 Herfindahl-Hirschman Index.....	29
3.2 Codeurs en betrouwbaarheid	30
4 Resultaten.....	32
4.1 Opbouw Nieuwsecosystemen	32
4.1.1 Amsterdam	32
4.1.2 Utrecht.....	33
4.1.3 Den Haag	33
4.2 Genres	34
4.3 Onderwerpen	36
4.4 Bronnen.....	37
4.5 Herkomst berichten.....	39
4.6 Alternatieve vs. Traditionele Media	39
4.6.1 Genres	40
4.6.2 Onderwerpen	41
4.6.3 Bronnen.....	41
4.6.4 Herkomst berichten	42
4.7 Conclusie van de resultaten	43

5 Conclusie	45
Bibliografie	49
Bijlage 1: Infosheet Utrecht.....	52
Bijlage2: Infosheet Amsterdam.....	55
Bijlage3: Infosheet Den Haag	59
Bijlage 4: Codeerinstructie	64
Bijlage 5: ICB Codeurs Den Haag	84
Bijlage 6: UTRECHT: HET NIEUWSECOSYSTEEM VAN DE STAD IN KAART	90
Bijlage 7: HHI Berekeningen	92

1 Inleiding

Op 26 november 2008 verscheen er een brandbrief in de Volkskrant. De algemene boodschap: de (Nederlandse) journalistieke sector staat er slecht voor. De auteurs benoemen enkele pijnpunten; ‘teruglopende reclame-inkomsten, krimpende oplagen, korte termijn-rendementseisen en het ontbreken van een verdienmodel in de nieuwe media’ (Bruning & Elzerman, 2008). In het stuk eisen de auteurs actie van de toenmalige minister Ronald Plasterk om de pluriformiteit van de media te beschermen, want de hoeveelheid uniek nieuws en de diversiteit ervan staan onder druk (Bruning & Elzerman, 2008). De in 2008 gesignaleerde problematiek blijkt in 2017 nog altijd actueel. Madeleine De Cock Buning, collegevoorzitter van het Commissariaat voor de Media (2017), signaleert min of meer dezelfde problemen. De pluriformiteit van de media staat onder druk doordat er steeds minder titels overeind blijven die nieuws maken, meent zij. Er is sprake van marktconcentratie (Commissariaat voor de Media, 2017).

“Tegelijk zorgt ook toenemende marktconcentratie voor afnemende pluriformiteit. Want hoe minder partijen het media-aanbod verzorgen, hoe minder divers dat wordt. Kijk naar de regionale dagbladen: daar zijn steeds minder titels, dus steeds minder inhoudelijke diversiteit. Het probleem is dat onze democratische rechtstaat niet kan bestaan zonder pluriforme en onafhankelijke media.” (Commissariaat voor de Media, 2017)

De Cock Buning linkt de pluriformiteit van de media direct aan inhoudelijke diversiteit van de Nederlandse media. Deze twee begrippen linkt ze vervolgens ook aan het belang van de media voor de maatschappij. Zonder inhoudelijke diversiteit en pluriformiteit in de media verliest de democratie volgens haar een ‘onmisbare pijler’ (Commissariaat voor de Media, 2017). Dit beeld komt terug het werk van Hoffman-Riem (1987). Hij stelt dat men er in Westerse democratieën over het algemeen van overtuigd is dat de diversiteit in de inhoud van nieuws een hoofddoel of zelfs een uitgangspunt is voor de mediasector van democratieën. Dit, opdat zoveel mogelijk bevolkingsgroepen en individuen zich in het medialandschap vertegenwoordigd voelen (1987, p. 60). Op dat gebied ligt de relevantie van deze scriptie. Veel gemeenten en andere instanties betrokken bij de maatschappij delen dit uitgangspunt en streven een zo groot mogelijke kwaliteit na van de journalistiek, waarin zij diversiteit als een belangrijke factor erkennen. Vaak wordt door het toekennen van subsidies getracht bepaalde onderdelen van de journalistiek te verbeteren, door overheden en stichtingen (Kurpius, Metzgar, & Rowley, 2010, pp. 361,362). In Nederland ziet het Commissariaat voor de Media het als één van de hoofdtaken om de diversiteit en pluriformiteit van het vaderlandse media-aanbod te beschermen, door erop toe te zien dat de Mediawet en het Mediabesluit worden nageleefd (Commissariaat voor de Media, z.d.)

Naast het Commissariaat en journalisten, zien ook verschillende wetenschappers het medialandschap veranderen, en ook zij zien dat niet als een goede ontwikkeling (Landman & Kik, 2015; Brinkman, 2009; Beunders, 2015). Minder journalisten zijn actief voor traditionele media en de oplages van kranten en dag- en huis-aan-huisbladen zijn dalende, merken zij op. Beunders schetst zelfs een doemscenario waarin op het lokale niveau in de toekomst helemaal geen journalistiek meer wordt bedreven en stelt dat dit in sommige kleinere gemeenten zelfs al het geval is (2015). De trend die door de wetenschappers, Volkskrant-journalisten en het Commissariaat voor de Media beschreven wordt staat echter niet op zich. Er zijn namelijk naast die traditionele media andere media die het ontstane gat proberen op te vullen. Het gaat hier om alternatieve media, in het bijzonder burgerjournalistiek (Kurpius, Metzgar, & Rowley, 2010, p. 359; Metzgar, 2011, p. 773).

Carpenter beschrijft deze vorm van journalistiek. Burgerjournalistiek bestaat vaak uit journalisten of burgers die nieuws produceren via andere kanalen zoals Facebook, Twitter of blogs. Omdat zij verschillen van traditionele media worden zij alternatieve media genoemd. De opkomst van die nieuwe vormen van media is in het verleden vaak hoopvol aangekondigd. Deze media zouden namelijk het uitgedunde medialandschap kunnen aanvullen met nieuwsproducties uit andere perspectieven. Het gevolg zou kunnen zijn dat er daardoor een meer divers aanbod aan informatie en nieuwsvoorziening voor burgers in het medialandschap wordt gecreëerd (Carpenter, 2010, p. 1064). Hier speelt echter niet alleen de vorm (blogs, sociale media) en het perspectief een rol. De inhoud en bronnen van berichtgeving door traditionele media zijn veelal binnen bepaalde kaders geconsolideerd, terwijl alternatieve media ook buiten deze kaders durven te opereren (Carpenter, 2010, p. 1065). De opkomst van alternatieve media vindt niet alleen plaats op landelijk niveau, maar ook op lokaal niveau. Ook het lokale nieuwslandschap verandert, er verdwijnen én verschijnen nieuwe spelers op het toneel, in verschillende vormen, allen producenten van nieuws. Hoe ziet het aanbod van het lokale nieuwslandschap eruit met die nieuwe spelers op het toneel?

Dat onderzocht het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek in de vier grote steden van Nederland (Rotterdam, Utrecht, Amsterdam en Den Haag). Het fonds bekeek onder andere de totale nieuwsproductie, of het nieuwsaanbod, gedurende één week in deze steden. Dat onderzoek leidde onder andere tot data over de productie van traditionele en alternatieve media, door het stimuleringsfonds opgedeeld in 'hyperlocals' en 'niche media'. Deze scriptie haakt in op dit onderzoek en ligt deels in het verlengde ervan. Bruikbaar zijn de data, doordat de grote steden bij uitstek plaatsen zijn waar veel hyperlocals gevonden kunnen worden, en dus goed inzichtelijk kunnen maken wat het verschil tussen het nieuwsaanbod van traditionele en alternatieve media is (Kurpius, Metzgar, & Rowley, 2010, p. 360).

Deze scriptie doet onderzoek naar de relatie tussen de aanwezigheid van deze alternatieve spelers op het toneel en de inhoudelijke diversiteit van deze medialandschappen. Met name onderzoekt het hoe deze nieuwe spelers al dan niet bijdragen aan een toename van de inhoudelijke diversiteit van lokale medialandschappen in de G4. Immers, zoals Landman en Kik opmerken, een medialandschap waarin meer partijen nieuws aanbieden, hoeft niet te leiden tot een diverser nieuwsaanbod (2015, p. 1).

De hoofdvraag van deze scriptie luidt daarom:

‘In welke mate staat het aandeel van alternatieve media binnen lokale medialandschappen in de grootste steden van Nederland in relatie tot de inhoudelijke diversiteit in deze landschappen?’.

Er wordt onderzocht of er in de gemeente met de meeste alternatieve berichtgeving ook sprake is van een diversere aanpak van de verslaggeving van nieuwsgebeurtenissen op het gebied van genres, onderwerpen en brongebruik. Door deze begrippen te operationaliseren kunnen verschillen tussen de twee mediatypen op het gebied van inhoudelijke diversiteit aan het licht komen. Er is gekozen voor lokale medialandschappen in Nederland als overzichtelijk alternatief voor medialandschappen op grotere schaal. Enerzijds omdat er door het onderzoek van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek hierover data beschikbaar is, anderzijds omdat juist in de steden alternatieve media in een hogere mate actief zijn (Kurpius, Metzgar, & Rowley, 2010, p. 360).

De verwachting is dat dit onderzoek instanties helpt in hun overwegingen in welke delen van het medialandschap stimulering wenselijk is teneinde de pluriformiteit en diversiteit van het media-aanbod te waarborgen. Wanneer de opkomst van alternatieve media niet tot een aantoonbaar meer divers (en dus kwalitatiever) media-aanbod leidt zal dit mogelijk leiden tot het focussen van stimuleringen op het nieuwsaanbod van traditionele media, of andersom. Zo kan een grotere diversiteit van bronnen als een verbetering van de kwaliteit van het gebrachte nieuws gezien worden (Carpenter, 2008, p. 6). Doyle beschrijft hoe in jaren negentig het mediabeleid vanuit de overheid erop gericht was het bestaan van verschillende producenten met verschillende bronnen en eigenaren te waarborgen (1998, p. 454). Ook De Cock Buning blijkt in de eerdere quote uit dit hoofdstuk pluriformiteit nog altijd direct te linken aan inhoudelijke diversiteit. Of die relatie standhoudt in het lokale medialandschap in de vier grote Nederlandse steden, moet uit deze scriptie blijken.

In hoofdstuk één van deze scriptie wordt een beeld van het lokale medialandschap geschetst aan de hand van het beschrijven van onderzoeken in het verleden en bestaande theorieën over de rol van de media en de ontwikkeling van het (lokale) medialandschap. Daarna wordt de opbouw van het

onderzoek uitgelegd. In het laatste hoofdstuk wordt een vergelijkende analyse uitgevoerd tussen de twee steden met de meest verschillende samenstelling van mediatypen, gevolgd door een vergelijking tussen de twee mediatypen (alternatief en traditioneel) zelf. In de vergelijkingen worden de resultaten van het onderzoek in Amsterdam, Den Haag en Utrecht gebruikt. Uiteindelijk worden er conclusies opgesteld over de aanwezigheid van alternatieve media in relatie tot de pluriformiteit van lokale medialandschappen in de onderzochte steden.

2 Theorie

In dit hoofdstuk worden enkele gangbare theorieën en ideeën die toepasbaar zijn op het onderwerp van deze scriptie, de relatie tussen de aanwezigheid van alternatieve media en de diversiteit van het lokale nieuwsaanbod, besproken. Binnen het theoretisch kader dat geschetst wordt is het uiteindelijke onderzoek geplaatst. Ten eerste wordt het democratisch belang van diversiteit binnen het nieuwsaanbod besproken. Ten tweede wordt het verschil tussen media pluriformiteit, diversiteit en aanverwante concepten besproken, met een nadruk op wat men verstaat onder inhoudelijke diversiteit van de media. Ook komt hier markconcurrentie aanbod. In de derde paragraaf wordt uitgelegd wat alternatieve media zijn en welke opvattingen er zijn over hoe die van traditionele media verschillen. Als laatste worden twee journalistieke begrippen uitgelegd en van context voorzien. Eerst komt gatekeeping aan bod, waarna een uitleg over de ideeën die er zijn over het effect van churnalism op het nieuwsaanbod wordt gegeven, met als resultaat een beter begrip van de verschillende mechanismen die mediadiversiteit beïnvloeden en betekenis geven. Dit hoofdstuk wordt afgesloten met enkele hypotheses.

2.1 Het democratisch belang van diversiteit

“A communication order should contribute toward satisfying the communication needs of the individual and society in an optimal manner. (...) There is a common conviction in Western democracies that the diversity of communication content should be a major goal of any media system.” (Hoffmann-Riem, 1987, p. 60)

Hoffmann-Riem is er van overtuigd dat in Westerse democratieën de algemene overtuiging heerst dat inhoudelijke diversiteit van communicatie een hoofddoel moet zijn in ieder mediasysteem, dus ook in lokale medialandschappen (Hoffmann-Riem, 1987, p. 60). In democratische landen is het namelijk een uitgangspunt dat iedereen invloed op politieke acties moet kunnen uitoefenen en gelijk gerespecteerd wordt. Om dit mogelijk te maken is het belangrijk dat iedereen, vanuit verschillende perspectieven, de voor hem of haar belangrijke onderwerpen via media op de politieke agenda kan zetten of aankaarten (RMO, 2011, pp. 17, 18). Maar ook andersom gaat dit op. De burger moet een goed beeld hebben van wat er in zijn omgeving speelt om te bepalen wat belangrijk is voor dat individu, wat überhaupt belangrijke onderwerpen zijn voor hem of haar. Een divers nieuwsaanbod is essentieel voor de burger om zich in dergelijke zaken in te lezen en dus is dat nieuwsaanbod op zijn beurt essentieel voor een goed werkende democratie (RMO, 2011, p. 57).

Daarom zijn er zoals gezegd in onder meer Nederland, maar ook bijvoorbeeld in de Verenigde Staten, instellingen die erop toe zien dat er zoveel mogelijk verschillende spelers in de mediamarkt actief zijn (Commissariaat voor de Media; George, 2007, p. 286). In 1947 was er zelfs de zogenaamde

Hutchin's commissie die de democratische rol van de media in de Verenigde Staten als een plicht behandelde en uitlegde. Middels een rapport, genaamd *A Free and Responsible Press*, legden zij de basis voor het idee dat de media een sociale verantwoordelijkheid hebben naar de maatschappij. Zij moeten er namelijk voor zorgen dat een geloofwaardige stroom van nieuws gewaarborgd is die een diversiteit aan relevante meningen uitdraagt. Volgens de commissie essentieel voor de democratie (Christians, 2009, p. 5).

George (2007) stelt echter vragen bij de opvatting dat meer producenten van nieuws ook zorgen voor een meer divers nieuwslandschap (p. 286). Er zijn namelijk twee situaties waarin nieuwe spelers niet méér diversiteit opleveren, die hebben te maken met het verdienmodel van mediaproducten. Dit verdienmodel is gebaseerd op de vaste kosten voor het maken van nieuws en de opbrengsten uit advertenties. Het maken van nieuwe producties kost uiteraard tijd en is moeilijker te produceren dan 'nieuws' dat al door een ander gepubliceerd is. Volgens George(2007) kan er ten eerste 'overtollige variëteit' ontstaan, wanneer één bepaalde manier van nieuws brengen de productiekosten dekt. De verschillende partijen zullen dit dan op dezelfde manier blijven doen, wat ervoor zorgt dat er inhoudelijk geen diversiteit ontstaat uit het grotere aantal nieuwsproducties. Ook zal een producent ervoor kiezen geen nieuwe inhoud met een gespecialiseerde aanpak te maken, gericht op bepaalde bevolkingsgroepen, wanneer die nieuwe inhoud niet meer oplevert dan dat die kost (George, 2007, p. 286).

Ook Christians (2009) benoemt de commerciële druk die ervoor zorgt dat minder winstgevende onderwerpen, zoals politieke achtergronden, minder behandeld worden. Dit soort nieuws wordt gezien als essentieel voor de politiek en democratie (Christians, 2009, p. 223). Hij trekt echter het idee in twijfel dat de teloorgang van de kwaliteit van de media (en de diversiteit daarvan) in relatie staat met een teloorgang van politiek of de democratie. Daarvoor ontbreekt het aan een standaard waaraan de journalistiek moet voldoen om de democratie positief te beïnvloeden. Bovendien is de mate waarin de media de politiek beïnvloeden niet homogeen, aangezien geen nieuwsecosysteem hetzelfde is. Ook vraagt Christians zich af of de journalistiek wel echt aan kwaliteit inboet en ziet hij de opkomst van de nieuwe media als een ontwikkeling die de politiek nieuw leven in kan blazen (2009, p. 224).

Een rapport van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek uit 2015 laat een ander beeld zien. Het rapport gaat over de stand van het lokale en regionale nieuwsaanbod. Zorgen liggen vooral op het gebied van de media als waakhond. Volgens het rapport heeft het verdwijnen van media door economische tegenslagen een impact op de invloed van lokale media op de politiek. Lokale media hebben niet meer de mankracht om de politiek te controleren, wat een effect kan hebben op het lokale

bestuur (Landman & Kik, 2015, pp. vii-ix). Het media-aanbod gaat dus minder over de lokale politiek, meer over cultuur en zogenaamd 112-nieuws (over ongelukken en inzet van hulpdiensten). Bovendien blijken er in plekken waar weinig nieuws is bijna geen nieuwe mediaproducten te ontstaan die het gat van de weggevallen media moeten compenseren. Dit blijkt echter in de nieuwsrijke gebieden, zoals grote steden, wel het geval te zijn. Daar komen nieuwe media-initiatieven beter van de grond (Landman & Kik, 2015, p. vii; Kurpius, Metzgar, & Rowley, 2010, p. 360). Het zou dus kunnen dat in de grote steden die onderwerp zijn van dit onderzoek het wegvallen van het nieuwsaanbod door traditionele media wordt gecompenseerd door het nieuwsaanbod van alternatieve media.

In het onderzoek van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek uit 2015 wordt ingegaan op drie functies die de media hebben in het democratische stelsel. Deze functies worden vaker in de sociologie benoemd en aangevuld met andere functies (Chandler, 2011). Het Stimuleringsfonds onderscheidt de expressie-, de waakhond- en de informatiefunctie van media (Landman & Kik, 2015; Bakker, 1998). Deze drie functies overlappen grotendeels met de eerdergenoemde verantwoordelijkheden van de media. De media moeten namelijk een platform bieden voor burgers en van onderaf de politieke agenda kunnen beïnvloeden (expressiefunctie), maar ook van bovenaf de burgers informeren over de voor hen noodzakelijke onderwerpen om een politieke mening te kunnen formuleren (informatiefunctie). Bovendien moeten de media publieke figuren op bestuursfuncties controleren (waakhondfunctie). Deze laatste functie valt buiten dit onderzoek, zoals in de methode verder wordt uitgelegd.

Verder signaleert ook de Raad voor Maatschappelijke Ontwikkeling (RMO) de economische dreiging, die de oriëntatie en de inhoud van het nieuws kan beïnvloeden. Hoewel de RMO betoogt dat die druk vergroot kan worden door het internet, ziet ook zij veel mogelijkheden door de komst van het internet en nieuwe kleinere producenten van nieuws (2011, p. 58). Zij ziet namelijk de mogelijkheid dat traditionele media zich meer toeleggen op samenwerkingen met kleine onafhankelijke journalisten 'van de straat' en het betekenis geven aan de stroom online berichten die op gang komt. Daarmee kunnen de media weer nieuwe perspectieven aandragen en die zelf op de politiek-maatschappelijke agenda plaatsen (RMO, 2011, p. 58).

2.2 Vormen van mediapluriformiteit in nieuwsecosystemen

In het vorige deelhoofdstuk is het belang dat de maatschappij hecht aan pluriformiteit van de media besproken. Al in 1982 leggen Van Cuilenburg en McQuail echter een probleem bloot als het gaat om mediapluriformiteit en de betekenis van dit concept. Zij beschrijven hoe de term 'pluriformiteit' wordt beschouwd als een synoniem van de termen 'diversiteit', 'heterogeniteit', 'verscheidenheid', 'pluraliteit' en 'pluralisme'. Deze concepten worden vaak door elkaar heen gebruikt, maar hebben voor

sommige gebruikers een andere betekenis in een bepaalde context. Zo heeft het woord pluralisme een grondslag in de politicologie en heeft het daarom vooral betrekking op politiek gedrag. Media pluralisme zou in die zin de mate waarin een groep mediaberichten een zeker mate van verscheidenheid aan politieke denkbeelden bevat beschrijven (Cuilenburg & McQuail, 1982, pp. 24, 25).

In het onderzoek van Peruško komt naar voren dat verschillende instanties in verschillende landen nog altijd verschillende interpretaties en definities kennen van woorden die een bepaalde mate van diversiteit in de media aangeven (2010, p. 15). Een definitie die als handvat voor empirisch onderzoek gebruikt kan worden ontbreekt. Vaak wordt pluraliteit gebruikt om het aantal verschillende media producenten te beschrijven, dan weer om de vertegenwoordigde perspectieven in de media te duiden of de inhoud van media te beschrijven (2010, p. 15). Ook onder wetenschappers zijn er verschillende opvattingen over de vormen van diversiteit en pluraliteit in de media en de verschillende categorieën waarin variabelen die diversiteit aan kunnen geven zijn onderverdeeld.

Om tot een werkbare definitie van pluriformiteit te komen, moeten we echter terug naar de essentie van wat er met pluriformiteit, of aanverwante concepten, wordt bedoeld. Van Cuilenburg en McQuail beschrijven pluriformiteit op de volgende manier: 'het onderling verschillen van analyse-eenheden naar een bepaald kenmerk of bepaalde kenmerken.' (Cuilenburg & McQuail, 1982, p. 24). Om deze definitie werkbaar te maken moet dus bepaald worden wat de analyse eenheden zijn die vergeleken worden en welke kenmerken daarvoor gebruikt worden. Wanneer het om media gaat, is het volgens Van Cuilenburg en McQuail (1982) weinig zinvol om over 'de' media-pluriformiteit te spreken, omdat er haast oneindig veel kenmerken zijn waarop media van elkaar kunnen verschillen. Wanneer men 'de media-pluriformiteit' classificeert, zou men dus de verschillen tussen alle relevante kenmerken moeten kennen (Cuilenburg & McQuail, 1982, p. 36). Daarom zal deze scriptie enkele variabelen (kenmerken) kiezen waarop verschillende media worden vergeleken. Om duidelijk te maken welke vorm van pluriformiteit bedoeld wordt is het dan ook van belang het kenmerk erbij te vermelden. Wanneer media op genre worden vergeleken, is het dus noodzakelijk te vermelden dat het gaat om pluriformiteit of diversiteit op het gebied van genres.

Aan de hand van de IREX Media Sustainability Index kan worden opgemaakt hoe omvattend het begrip pluriformiteit (in deze index pluraliteit genoemd) kan worden in onderzoek en definiëring (IREX, 2003). Deze index wordt gebruikt om de kwaliteit en duurzaamheid van de media in verschillende landen te meten. Één van de vijf onderwerpen waar naar gevraagd wordt is de pluriformiteit van het beschikbare media aanbod. Met andere woorden: hoeveel beschikbare nieuwsproducenten zijn er die betrouwbaar nieuws brengen? Peruško beschrijft zeven onderdelen die

in de index van IREX pluriformiteit bepalen, waaruit blijkt dat de index zich vooral richt onafhankelijk en politieke representativiteit (Peruško, 2010, pp. 267,268).

1. "Plurality of affordable public and private news sources (e.g. print, broadcast, internet) exists
2. Citizens access to domestic or international media is not restricted
3. State or public media reflect the views of the entire political spectrum, are nonpartisan, and serve the public interest
4. Independent news agencies gather and distribute news for print and broadcast media;
5. Independent broadcast media produce their own news programs
6. Transparency of media ownership allows consumers to judge objectivity of news; media ownership is not concentrated in a few conglomerates
7. A broad spectrum of social interests are reflected and represented in the media, including minority-language information sources." (Peruško, 2010, p. 267; IREX, 2003)

Omdat deze scriptie op zoek gaat naar statistische verbanden tussen de aanwezigheid van verschillende vormen van media en de diversiteit van berichten die door media worden gepubliceerd, zijn er twee niveaus waarop kenmerken in deze scriptie worden vergeleken. Ten eerste op het niveau van nieuwsecosystemen, waarbinnen het aandeel van verschillende mediasoorten wordt vergeleken. Op een lager niveau worden berichten vergeleken, aan de hand van drie variabelen. In de methode wordt dieper ingegaan op de wijze waarop de vergelijking en analyse wordt gedaan. Omdat er onderzoek wordt gedaan naar media(berichten) binnen nieuwsecosystemen, behoeft ook het concept 'nieuwsecosysteem' een uitleg.

Zoals gezegd ligt deze scriptie in het verlengde van een onderzoek van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek, een organisatie die de term nieuwsecosysteem regelmatig gebruikte in recente onderzoeken naar de staat van media in Nederland. Volgens Nadler (2018) ligt de oorsprong van de term 'nieuwsecosysteem' of 'mediaecosysteem' in het begin van het nieuwe millennium, met de opkomst van nieuwe mediasoorten. De term is een metafoor om de complexiteit van de omgeving waarin media opereren te beschrijven, waarin steeds meer soorten media actief zijn en waarin internet een grote rol speelt. Ook wordt er met de term ingegaan op de manier waarop die soorten met elkaar concurreren en de dynamiek waarmee redacties te maken hebben (Nadler, 2018, pp. 1-3). De metafoor legt een vergelijking tussen de journalistiek en biologie. In een ecosysteem kunnen bepaalde (media-/dier-) soorten elkaar in stand houden aanvullen. Er is niet persé één soort beter is dan de andere. Soms wordt de term nieuwsecosysteem gebruikt in dezelfde betekenis als nieuwslandschap (Nadler, 2018, p. 7). In deze scriptie zal dat laatste ook gelden. Natuurlijk neemt deze scriptie in acht dat er verschillende mediasoorten actief zijn in steden en dat deze soorten elkaar zouden kunnen versterken, maar neemt dat niet als uitgangspunt. In deze scriptie wordt met een lokaal nieuwsecosysteem gewoonweg de totale nieuwsproductie van alle nieuwsproducenten in een bepaalde stad bedoeld.

Ook naar de invloed van nieuwsproducenten op vormen van pluriformiteit bestaat onderzoek. Doyle en Peruško deden onderzoek naar het verband tussen enerzijds mediaconcentratie en anderzijds pluriformiteit in de media (Doyle, 1997; Peruško, 2010). Mediaconcentratie wordt als een economisch begrip beschouwd. Het gaat daarbij simpelweg om de grootte van het marktaandeel dat mediapartijen in handen hebben. In het geval van een monopolie is er sprake van een sterke mediaconcentratie, wanneer er juist veel spelers met een relatief klein marktaandeel zijn is er sprake van een lichte mediaconcentratie. Peruško voegt daaraan toe dat marktconcentratie ook gaat om de manier waarop concurrentie in een markt bemoeilijkt wordt door de indeling van de markt of door politieke beslissingen, die liggen echter buiten de strekking van deze scriptie (Peruško, 2010, p. 5). Marktconcentratie als in de eerste definiëring, het marktaandeel dat in handen is van bepaalde mediapartijen, is wel interessant om nader te analyseren. Peruško beschrijft namelijk dat er verschillende onderzoeken zijn gedaan naar dit begrip, meestal met als uitgangspunt dat een hoge mediaconcentratie doorgaans beschouwd wordt als een gevaar voor die pluriformiteit (Peruško, 2010). Zoals later in de methode beschreven wordt marktconcentratie op het gebied van mediatypen gebruikt om de te vergelijken steden te selecteren.

Bakker beschreef al in 2004 dat er in Nederland op lokaal niveau vaak een dagbladmonopolie aanwezig is (dus slechts één dagblad per regio/gemeente). Het percentage van gemeenten met een dagbladmonopolie steeg van 41% in 1981 naar 70% in 2003, deze trend heeft zich vermoedelijk doorgezet (Bakker, 2004, p. 1). Ook andere traditionele media zijn niet erg talrijk; in 2003 ontvingen huishoudens gemiddeld 3 huis-aan-huisbladen, dat zullen er inmiddels, vanwege de ontwikkelingen die de oplages van dergelijke bladen hebben verminderd, minder zijn (Bakker, 2004, p. 1). In Nederland is dus op lokaal niveau sprake van een sterke marktconcentratie.

Doyle beschrijft pluriformiteit (in zijn werk eveneens omschreven als pluralisme) als een combinatie van hoofdzakelijk twee factoren; de mate waarin het nieuwsaanbod door verschillende en onafhankelijke nieuwsproducenten wordt geleverd (mediaconcentratie) en de mate waarin de inhoud van de media pluriform is. Deze beide factoren worden beïnvloed door de grootte van de mediasector welke een gevolg heeft voor de manier waarop de redacties van mediaproducten werken (Doyle, 1997; Peruško, 2010, p. 6). Zoals gezegd worden er drie variabelen gekozen aan de hand waarvan pluriformiteit wordt bepaald. Dussen drie hebben vooral betrekking op de inhoud van de media.

In deze scriptie wordt dus met de term mediaconcentratie het aandeel van verschillende mediasoorten in een lokaal nieuwsecosysteem (de totale productie in een gebied) bedoeld. Voor de verschillende vormen van diversiteit van de inhoud wordt de term 'mediapluriformiteit' gebruikt, zoals die ook door Van Cuilenburg (2007) is gebruikt. Hij beschrijft media diversiteit als de mate waarin de

inhoud van media verschilt aan de hand van één of meerdere factoren (van Cuilenburg, 2007, p. 27). Deze twee begrippen worden in de methode geoperationaliseerd.

2.3 Alternatieve media

In de literatuur wordt zoals eerder beschreven onderscheid gemaakt tussen traditionele journalistiek en alternatieve journalistiek. Die lijn tussen de twee soorten media is in veel gevallen arbitrair. De alternatieve media worden vaak op verschillende manieren aangeduid en er vallen geregeld verschillende vormen van media onder. Zoals in de inleiding besproken wordt de opkomst van deze nieuwe mediasoorten vaak gelinkt aan het wegvallen van de traditionele media. Er wordt gesproken over de problematiek rond verdienmodellen en de gaten die traditionele media laten vallen, welke door de alternatieve media met behulp van moderne techniek gretig worden opgevuld (Kurpius, 2010; Bardoel, 2002; Bakker, 2004; Drok, 2015).

Om goed grip op de materie te krijgen is het ten eerste belangrijk om door middel van bestaande literatuur onderscheid te maken tussen traditionele en alternatieve media. Vooral op het gebied van alternatieve media zijn er veel verschillende benaming en kwalificaties te vinden. Zo spreekt het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek als het gaat om alternatieve media in de lokale journalistiek van hyperlocals. Zo noemt zij het overgrote deel van de alternatieve media in de data van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek. Naast deze hyperlocals, heeft het Stimuleringsfonds een tweede categorie voor niet-traditionele media; niche media. De voorwaarden en de criteria voor deze categorieën zien te vinden in bijlage 4. Daarin staat dat hyperlocals zich vooral kenmerken doordat ze niet onder uitgevers of omroepen vallen, en dat niche media zich kenmerken doordat ze zich op een kleiner, specifiek publiek richten, dat niet door de massamedia wordt bediend. In het data-analyse hoofdstuk van deze scriptie wordt het begrip alternatieve media gebruikt voor hyperlocals én niche media, om bij het analyseren van de data verwarring te voorkomen en zo worden de niche media en hyperlocals onderscheiden van de traditionele lokale (massa) media.

Er zijn echter veel meer termen die gerelateerd zijn aan alternatieve media. In Engelstalige literatuur wordt in een lokale context vaak een vergelijkbare term voor hyperlocals, HLMO (Hyperlocal Media Operation), gebruikt, terwijl anderen spreken van (online) burgerjournalistiek of informele nieuwsvoorzieningen (Metzgar, 2011, p. 785; Vergeer, 2006, p. 3). Het verschil in gebruik tussen alternatieve media en hyperlocals komt vooral doordat, de naam zegt het al, hyperlocals lokaal nieuws verzorgen. Alternatieve media zijn dan ook geen homogene groep, maar kunnen verschillende doelgroepen en regio's bedienen met een verschillende aanpak (Metzgar, 2011, p. 785; Bailey, Cammaert, & Carpentier, 2008, pp. 4, 5). In die zin kunnen hyperlocals een onderdeel van alternatieve

media genoemd worden, aangezien alternatieve media ook landelijk, nationaal of op een andere schaal kunnen opereren. Metzgar et al. zeggen over hyperlocals (2011, p. 785);

“In short, HLMOs are about both stepping into the breach left by the retrenchment of local news operations and the exploitation of the tools available to the former audience” (Metzgar, 2011, p. 785)

Volgens Vergeer werken hyperlocals niet volgens geïnstitutionaliseerde werkwijzen in tegenstelling tot de traditionele media (2006, p. 3). Drok bevestigt het beeld dat hyperlocals voornamelijk anticiperen op hiaten die door traditionele media opengelaten zijn (Drok, 2015, p. 23). Toch blijkt dat hyperlocals lang niet altijd in staat zijn om dat gat op te vullen. Volgens het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek zijn er in veel lokale medialandschappen nog grote gaten te vullen op dat gebied. Veel onderwerpen die burgers wel willen lezen worden namelijk nog te veel onderbelicht. Volgens dit onderzoek hebben burgers vooral behoefte aan langere achtergrondverhalen waarin meerdere (burger)bronnen worden opgevoerd (Landman & Kik, 2015, p. 5).

Ook de term burgerjournalist komt voorbij in de literatuur over alternatieve media, omschreven als “een individu die tot doel heeft informatie te publiceren ten goede van de gemeenschap” (Carpenter, 2008, pp. 3,4). Waarschijnlijk is uiteindelijk de grote gemene deler, zoals het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek al stelde, tussen verschillende vormen van alternatieve media, dat ze niet bij traditionele nieuwsorganisaties als kranten, nieuwsbladen en televisie horen. Zo ziet ook Vergeer ‘informele nieuwsvoorzieningen’, zoals hij alternatieve media omschrijft, als nieuws dat niet door geïnstitutionaliseerde massamedia, zoals televisie, persmedia en radio wordt verspreid.

Deze laatste benadering van alternatieve media, net zoals de benadering van het Stimuleringsfonds, past bij één van de vier benaderingen die Bailey, Cammaert en Carpentier beschrijven (2008, pp. 1-32). De vier benaderingen die zij beschrijven zijn alternatieve media als (1) media die een bepaalde gemeenschap bedienen, (2) media die een alternatief zijn voor massamedia, (3) media als een onderdeel van de maatschappij en (4) tenslotte een benadering die nagenoeg alle media in een bepaalde vorm als een alternatief ziet ten opzichte van andere media (Bailey, Cammaert, & Carpentier, 2008, pp. 1-32). Deze scriptie gaat uit van de tweede benadering.

Volgens Bailey Cammaert en Carpentier bezitten alternatieve media volgens de benadering dat alternatieve media vooral een alternatief zijn voor massamedia, één of meerdere van de volgende kenmerken en hebben traditionele media juist tegenovergestelde kenmerken (Bailey, Cammaert, & Carpentier, 2008, p. 18):

- “Small-scale and oriented towards specific communities, possibly disadvantaged groups, respecting their diversity;
- Independent of state and market;
- Horizontally (or non-hierarchically) structured, allowing for the facilitation of audience access and participation within the frame of democratization and multiplicity;
- Carriers of non-dominant (possibly counter-hegemonic) discourses and representations, stressing the importance of self-representation.” (Bailey, Cammaert, & Carpentier, 2008, p. 18)

Zoals af te lezen uit deze kenmerken kunnen zowel niche media als hyperlocals aan tenminste het eerste kenmerk voldoen, doordat ze zich of op een klein, specifiek, publiek richten of bepaalde wijken. Daarom vallen zoals gezegd deze twee categorieën in het vervolg van deze scriptie samen onder de noemer alternatieve media als tegenhanger van traditionele media.

2.4 Gatekeeping

Een groot verschil tussen traditionele en alternatieve media is te vinden in de manier waarop zij met de principes van gatekeeping omgaan (Lindner, 2016, p. 1181). Traditionele media hebben lange tijd als filters van de samenleving gewerkt door scherpe keuzes te maken in wat nieuwswaardig is en wat niet. Zij werden hier vaak toe gedwongen vanwege de beperkte ruimte in een krant of op de analoge kanalen (Ferreira, 2018, pp. 487, 488). Als het ware bepalen journalisten welk nieuws via de ‘gate’ zijn weg vindt naar publicatie. Gatekeeping is nodig, omdat journalisten nooit alle nieuwsgebeurtenissen vanuit ieder perspectief kunnen verslaan en dus keuzes moeten maken (Shoemaker & Vos, 2009, p. 1). De keuzes die uiteindelijk gemaakt worden bepalen voor een groot gedeelte de sociale realiteit van burgers tot wie de informatie komt, of juist niet komt. Ze kunnen politieke standpunten beïnvloeden en met gatekeeping oefenen journalisten dus een vorm van macht uit, omdat ook het perspectief dat journalisten gebruiken voor hun verslaggeving belangrijk is (Shoemaker & Vos, 2009, pp. 5-8).

Het gevaar van een zogenaamde consonant ligt ook altijd op de loer. Wanneer journalisten een gebeurtenis op dezelfde manier weergeven ontstaat een situatie waarin de realiteit die door verschillende producenten geschetst wordt nagenoeg overeenkomt. Deze consonant versie van de realiteit zorgt ervoor dat consumenten van nieuws beperkt worden in de variëteit aan informatie die zij tot zich krijgen om hun meningen op te baseren. Dit hoeft echter niet altijd zo te zijn. Vaak verschillen berichten in de inhoud van elkaar door de vele keuzes die journalisten maken en die soms voor een gedeelte op toeval berusten (Shoemaker & Vos, 2009, pp. 6-8).

Dat er naast de pure gatekeeping nog meerdere gerelateerde keuzes en dilemma’s bestaan waardoor berichten van elkaar verschillen, beschrijft Christians. Hij beschrijft vijf dilemma’s die journalisten vaak

maken tijdens het schrijven en zorgen voor andere perspectieven op gebeurtenissen en andere werkwijzen (Christians, 2009, p. 120).

1. "Adopting a neutral versus a participant role vis-a-vis the surrounding society
2. Concentrating on facts versus setting out to interpret and provide commentary
3. Acting as a gatekeeper for all voices in society versus being an advocate for a chosen cause or interest
4. Serving the media organization versus trying to follow an idealistic conception of the journalistic task
5. Choosing between social and nonprofit purposes and the criteria of the marketplace" (Christians, 2009, p. 120)

Bovenstaande keuzes die een nieuwsproducent afhankelijk van elkaar kan maken bepalen tot een bepaalde hoogte inhoud en het perspectief van zijn berichten. Omdat gatekeeping ook wel om het perspectief draait, zijn de keuzes daarmee gelinkt aan gatekeeping (Shoemaker & Vos, 2009, pp. 5-6). De keuzes die een journalist maakt bepalen in een hoge mate hoe de journalist te werk gaat en hoe een nieuwsproductie tot stand komt. Bovendien kunnen bepaalde keuzes leiden tot bijvoorbeeld het bedienen van niches wanneer de maker één bepaalde doelgroep bedient. Wanneer veel journalisten verschillende keuzes maken in hun proces, zorgt dat er uiteraard ook voor dat het totale medialandschap diverser wordt, bijvoorbeeld op het gebied van genres, onderwerpen en brongebruik.

Door middel van routines in hun gatekeeping zorgen professionele journalisten voor een consistent nieuwsproduct, waardoor de kwaliteit gewaarborgd is. Vaak wordt de kwaliteit gecontroleerd door eindredacteurs in een hiërarchisch systeem. Deze routines spelen ook een rol bij het selecteren van bronnen. Veel professionele journalisten kiezen voor het gebruik van officiële (overheids-) bronnen, omdat deze voor een constante levering van informatie met autoriteit zorgen. Burger- of alternatieve journalisten, hoewel ze in totaal minder bronnen citeren, kiezen echter eerder voor andere bronnen. Onder andere doordat ze minder makkelijk toegang hebben tot officiële bronnen als woordvoerders, maar ook vanwege de soms radicale opvattingen onder deze journalisten en hun argwaan tegenover het establishment (Lindner, 2016, p. 1180). Bepaalde normen op het gebied van gatekeeping, zoals de norm die voorschrijft dat een journalist objectief is, worden door alternatieve media niet altijd overgenomen. En hoewel alternatieve media soms eindredacteurs aanstellen om hun eigen routines te waarborgen, blijft het vaak bij het in de eigen huisstijl plaatsen van niet-bewerkte berichten (Lindner, 2016, p. 1181).

Ook wordt gezegd dat de gatekeeping routines in de journalistiek verslechteren met de komst van meer amateuristische artikelen als een gevolg van de lagere budgets in de journalistiek ten gevolge van marktwerking (Kurpius, Metzgar, & Rowley, 2010, p. 373). De RMO merkt op dat veel hyperlocals

hun normen in de werkwijze nog moeten ontwikkelen (RMO, 2011, p. 58). Dit zou kunnen betekenen dat zij door een gebrek aan standaardnormen, meer verschillende journalistieke keuzes maken.

2.5 Churnalism

Onder repetitieve journalistiek, ook wel copy-paste journalism genoemd, verstaan we nieuwsgebeurtenissen die op dezelfde manier, met dezelfde journalistieke insteek en met behulp van dezelfde bronnen wordt gepubliceerd door meerdere nieuwsmedia. Dat kan letterlijk zijn, maar hier is ook sprake van wanneer een nieuwsitem geschreven wordt volledig gebaseerd op de informatie die eerder is gepubliceerd in een ander nieuwsitem. Een term die hier dichtbij ligt is de term 'churnalism'. Churnalism is een vorm van journalistiek die zich kenmerkt door de grote hoeveelheid persberichten en pr-gerelateerde berichten van bedrijven en instanties (Johnston & Forde, 2017, p. 944). Zo'n tien jaar geleden hoopte Davies (2008) dat met de komst van het internet er een einde zou komen aan churnalism. Echter, door het internet kreeg de journalistiek én het inmiddels bijna onlosmakelijke churnalism zelfs een nieuwe impuls. Het werd wellicht alleen maar makkelijker om nieuws over te nemen of informatie van anderen te gebruiken en in een andere vorm te publiceren (Davies, 2008, p. 396; Johnston & Forde, 2017, p. 943). Davies beschrijft hoe het maken van nieuws bijna lopendebandwerk is geworden. Persberichten worden zomaar overgenomen en bronnen worden niet meer gecheckt. De enige (meestal institutionele) bron is vaak de schrijver van het persbericht dat overgenomen wordt. Dit gebeurt doordat journalisten in die gevallen een snelle productie prioriteit geven boven een kwalitatief artikel. In zijn boek betoogt Davies dat dit komt door mediaeigenaren die het belang van winst boven alles stellen, waardoor de productie van journalisten omhoog moet en dus minder tijd hebben om zelf bronnen te vinden (Davies, 2008, pp. 70-71).

Churnalism is belangrijk voor de scriptie omdat de mate waarin het binnen een landschap voorkomt een indicator is voor de diversiteit en dus de kwaliteit van het nieuwsaanbod (Kroon, 2013, p. 284). Twee factoren die hierin een rol spelen zijn brondiversiteit en diversiteit van de inhoud. Het gebruik van meerderen bronnen in een artikel (brondiversiteit) zorgt voor een zo breed mogelijke behandeling van een nieuwsgebeurtenis en zorgt voor een mechanisme waarin bronnen met behulp van andere bronnen worden gecontroleerd, teneinde onzorgvuldigheden en onjuistheden te voorkomen (Carpenter, 2008, p. 3). Churnalism zorgt er juist voor dat berichten nauwelijks meer geverifieerd worden met behulp van andere bronnen, waardoor de betrouwbaarheid afneemt. Bovendien zorgt het gebruik van één bron met dezelfde informatie ervoor dat er ook maar één perspectief gebruikt wordt en dus de diversiteit van de inhoud afneemt (Davies, 2008, pp. 70-71). Men zou ook kunnen stellen dat het ervoor zorgt dat de expressiefunctie van de media hierdoor onder druk komt te staan. Er wordt namelijk niet meer doorgezocht naar andere (burger)bronnen. Wanneer er

dan alleen institutionele bronnen worden gebruikt leidt dit ertoe dat nieuws alleen nog meer top-down plaatsvindt.

In de literatuur over de toegevoegde waarde van alternatieve media in het medialandschap zijn er twee duidelijk verschillende opvattingen te onderscheiden. Aan de ene kant zijn er onderzoekers die beweren dat met name hyperlocals voornamelijk door oud-journalisten worden gerund en dat daardoor hun waarden en manier van werken nauwelijks verschillen van traditionele media. Volgens deze lezing leveren hyperlocals dus nauwelijks een bijdrage aan een divers aanbod van nieuws in het medialandschap. Dezelfde werkwijzen en waarden leiden namelijk tot min of meer dezelfde artikelen en brongebruik. Wel is er volgens deze onderzoekers een rol weggelegd voor deze media wanneer ze de gaten die traditionele media, wegens bezuinigingen en dergelijke oorzaken van financiële aard, opvullen (Chadha, 2015). Aan de andere kant zijn er onderzoekers die beweren dat hyperlocals en alternatieve media juist een bijdrage leveren aan het medialandschap. Ze vullen gaten op van traditionele media die niet aansluiten bij de hegemoniale gedachten en manier van berichtgeving. Als vertegenwoordigers van alternatieve politieke denkbeelden zijn zij volgens deze onderzoekers juist belangrijk voor de media en het behoud van het democratisch stelsel, waarin ook politieke minderheden vertegenwoordigd worden in de media (Carpenter, 2010).

Veel onderzoekers zijn het erover eens dat de media als geheel verslechterd zijn als het gaat om kwaliteit en het zo breed mogelijk verslag doen, onder andere wegens bezuinigingen en de impact van de meest recente financiële crisis (Carpenter, 2010; Chadha, 2015; Kroon, 2013; Kurpius, Metzgar, & Rowley, 2010; Lindner, 2016). Als het gaat om kwaliteitsvermindering zijn er onderzoekers die vooral wijzen op de komst van hyperlocals die de waarden van de journalistiek niet voldoende in acht nemen. Daarmee verminderen zij pro-actieve journalistiek en verslechteren zij de principes van gatekeeping in het nieuwslandschap (Kurpius, Metzgar, & Rowley, 2010, p. 373). Anderen zoeken de oorzaak ook bij traditionele media, die ook schuldig zijn aan het vaker klakkeloos overnemen van persberichten en de inhoud van berichtgeving door andere media. Kroon (2013) spreekt hierbij van copy-paste journalistiek. Kroon deelt journalistieke berichten in drie categorieën in: direct overgenomen berichten, deels overgenomen berichten en berichten met een voornamelijk eigen inbreng en onderzoek. René van Zanten ziet ook dat traditionele media niet zomaar vrijuit gaan als het gaat om kwaliteit in de lokale journalistiek. Zo is de kans volgens hem groot dat persberichten één op één worden overgenomen door lokale/regionale dagbladen of omroepen. Bovendien is er veel 112-nieuws te vinden, afkomstig van institutionele bronnen, verwerkt in korte berichten en nieuwsverhalen (Landman & Kik, 2015, pp. viii, 68, 86). Deze constatering wijzen erop dat ook in de Nederlandse lokale journalistiek een hoge mate van churnalism aanwezig is.

Uit de behandelde theorieën komen verschillende indicatoren naar voren die bijdragen aan de diversiteit van het nieuws. Dit onderzoek focust zich voornamelijk op de diversiteit van de inhoud van nieuws door middel van het analyseren van het perspectief van berichten (aan de hand van onderwerpen en genres) en het opsporen van tekenen van churnalism (aan de hand van brondiversiteit en de herkomst van berichten). Specificatie van deze variabelen volgt in de methode.

2.6 Hypothese

Op basis van eerder onderzoek van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek is het mogelijk een aantal hypothesen uit te spreken. Ten eerste is de verwachting op basis van onderzoek door Landman en Kik en Kurpius, Metzgar en Rowley dat er in de grotere steden meer hyperlocals aanwezig zullen zijn dan in kleine steden, omdat in nieuwsrijkere gebieden nieuwe media-initiatieven makkelijker van de grond komen (2015, p. vii; 2010, p. 360). Dit zou betekenen dat Amsterdam het grootste aandeel in alternatieve media heeft. Utrecht zou dan logischerwijs als kleinste van de G4 de minste hyperlocals hebben.

Ten tweede is de verwachting dat het nieuws in de stad met de meeste alternatieve media minder origineel is, omdat, zoals Kurpius, Metzgar en Rowley stellen, de gaten die traditionele media hebben laten vallen voornamelijk gevuld worden door amateuristisch materiaal (2010, p. 373). Ook George (2007) stelt vragen bij een toenemende pluriformiteit door de aanwezigheid van alternatieve media (2007, p. 286). Meer specifiek, zal het brongebruik van het medialandschap met de meeste alternatieve media minder gevarieerd zijn. Uit het onderzoek van het Stimuleringsfonds blijkt namelijk dat kleinere redacties minder middelen hebben om verschillende bronnen te gebruiken (Landman & Kik, 2015, pp. 45, 71). Ook de bevindingen van het RMO wijzen hierop. De raad stelt namelijk dat hyperlocals hun normen en werkwijze nog moeten professionaliseren, waardoor ze wellicht eerder berichten kopiëren en minder bronnen gebruiken, waardoor hun nieuws minder divers is (RMO, 2011, p. 58).

Ten slotte is het te verwachten dat op het gebied van genres traditionele media diverser zijn, zoals aangetoond in de presentatie over de voorlopige onderzoekresultaten over berichtgeving in Utrecht. In Utrecht zijn 180 berichten aangetroffen die verdiepend zijn (verslagen, interviews, achtergronden, commentaren). Van deze berichten zijn 144 berichten (80%) afkomstig van traditionele media (dag- huis-aan-huis bladen en omroepen) (Stimuleringsfonds voor de Journalistiek, 2016)(zie bijlage 6). Ook in andere onderzoeken is aangetoond dat traditionele media meer diepgang en een verscheidenheid aan standpunten vertegenwoordigen (Chadha, 2015, p. 745). Dit vertaalt zich naar de verwachting dat alternatieve media meer over dezelfde onderwerpen berichten en dat bovendien vaker in hetzelfde genre (nieuwsberichten) doen.

Een beperking van dit onderzoek is dat er te weinig grote steden in het onderzoek betrokken zijn om harde conclusies over verbanden uit te spreken. Aangezien hyperlocals het beste gedijen in grote steden zullen hier eerder volwaardige hyperlocals gevonden worden (Kurpius, Metzgar, & Rowley, 2010, p. 360). De vraag is echter of er wel genoeg grote steden in Nederland te vinden zijn. Zo liep Harnischer in Duitsland tegen het probleem aan dat er te weinig grote steden met volwaardige hyperlocals waren (Harnischmacher, 2015, p. 1065). Voor een representatief onderzoek zal een uitgebreider onderzoek moeten worden gedaan naar hyperlocals in de grote steden van een groter gebied, zoals de Benelux of West-Europa, gebieden met een relatief vergelijkbaar nieuwlandschap, waarvoor dit onderzoek een basis kan vormen (Van der Wurff, 2013, p. 232).

Bovendien kunnen de resultaten die uit dit onderzoek voortkomen niet worden gebruikt om algemene uitspraken te doen over de gehele nieuwsproductie in de geanalyseerde steden. Zoals eerder genoemd valt deze scriptie binnen het kader van een eerder onderzoek van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek. Het is niet bekend hoe groot de gekozen steekproef (of onderzoekswEEK) is ten opzichte van de totale nieuwsproductie. Dit is namelijk nooit in kaart gebracht. Bovendien is er niet gekozen voor een samengestelde onderzoekswEEK, daardoor staat de representativiteit van het onderzoek onder druk. Deze twee zaken maken het moeilijk om de statistische significantie van de resultaten te berekenen. Alle uitspraken en conclusies gelden dus alleen voor het nieuwsaanbod uit de onderzochte week. Die uitspraken beperken zich tot het benoemen van gevonden verschillen tussen steden tijdens de onderzoekswEEK. Uiteraard kunnen die verschillen nog altijd aanzienlijk, dus noemenswaardig, zijn. Een bespreking van de exacte methode volgt in het volgende hoofdstuk.

3 Methode

Deze scriptie is zoals gezegd grotendeels een vervolg op het onderzoek van het SVDJ dat zich richtte op het in kaart brengen van de nieuwslandschappen in de vier grootste steden van Nederland, de zogenaamde G4. Het onderzoek dat werd uitgevoerd door het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek in samenwerking met onder andere master studenten van de Universiteit Leiden had de titel 'Nieuwsecosystemen in de G4'. Dit onderzoek is op zijn beurt een vervolg op eerdere onderzoeken van het Stimuleringsfonds uit 2012, 2013 en 2015 om de stand van de lokale journalistiek in kaart te brengen. In 2012 werden nieuwsproducenten geteld, om het aantal actieve, onafhankelijke, lokale media in kaart te brengen. In 2013 werden ook de nieuwsproducties gepubliceerd op het internet geteld, om het online nieuwsaanbod in kaart te brengen. In 2015 werd ook de vraag naar lokaal nieuws in het onderzoek meegenomen (Landman & Kik, 2015, pp. 7-12).

Tijdens deze onderzoeken is vooral kwantitatieve, maar ook kwalitatieve informatie verzameld over lokale medialandschappen. Kwantitatief, omdat het onder andere het aantal berichten en producenten van nieuws in de vier steden heeft geteld, kwalitatief, omdat "kwalitatieve aspecten als onderwerp, genre en brongebruik tevens gedetailleerd in kaart zijn gebracht" (Landman & Kik, 2015, p. 12). Het doel was inzicht te krijgen in het functioneren van deze medialandschappen (of nieuwsecosystemen).

Het huidige onderzoek in deze vier grote steden (Rotterdam, Amsterdam, Den Haag en Utrecht) voegt nog een dimensie toe, door de manier waarop de berichtgeving rond bepaalde nieuwsgebeurtenissen zich heeft ontwikkeld in kaart te brengen. Hoewel het huidige onderzoek niet naar de vraagkant van de mediasector kijkt, lijkt het huidige onderzoek qua gebruikte methoden het meeste op het onderzoek uit 2015. Toen werd na het verzamelen van de data een inhoudsanalyse gedaan. Dat gebeurt ook bij dit onderzoek. Gebruikmakend van de verzamelde data, aangevuld met andere theorie en literatuur is deze scriptie een verlengstuk van het meest recente onderzoek van het Stimuleringsfonds. Deze scriptie beperkt zich net als het onderzoek naar medialandschappen in de G4 tot onderzoek naar de aanbodzijde van de medialandschappen in de grootste gemeenten van Nederland, om te onderzoeken wat een grotere hoeveelheid aan mediaproductanten, en een grotere diversiteit aan de soorten producenten doet met de inhoudelijke diversiteit van het nieuwsaanbod. Daarom is het aantal en de soorten gebruikte bronnen, de onderwerpen, genres en de herkomst van berichten in kaart worden gebracht. Zij vormen de vier variabelen in de inhoudsanalyse van de scriptie, omdat het indicatoren zijn van de inhoudelijke diversiteit van het nieuwsaanbod (Peruško, 2010, p. 19; Hoffmann-Riem, 1987, p. 61; Davies, 2008, pp. 70-71).

De diversiteit van onderwerpen, genres en brongebruik zijn in de datasets onderverdeeld in verschillende categorieën. Hoe vaker één bepaalde categorie voorkomt in het medialandschap, hoe homogener het medialandschap binnen die variabele is. De diversiteit wordt op basis van percentages van het totale lokale nieuwslandschap bepaald. Om te voorkomen dat de resultaten slechts uit percentages gebaseerd op rechte tellingen voortkomen, zal voor iedere variabele de Herfindahl-Hirschman Index (HHI) berekend. Dit is een index die normaal gesproken gebruikt wordt om markconcentratie binnen een economische sector te berekenen (Bondarenko, 2018). Deze index wordt verderop in de methode besproken.

De variabele 'herkomst van berichten' bestaat slechts uit de categorieën 'origineel' en 'elders'. Hier is de gemeente met het grootste originele nieuwsaanbod het meest divers, omdat een bericht met een niet-originele herkomst dubbel voorkomt in het nieuwsaanbod. Hierdoor wordt het aanbod minder divers. Voor deze variabele wordt alleen gebruikt gemaakt van online berichten, omdat alleen hiervan de herkomst is gecontroleerd.

3.1 Onderzoekscorpus

Zoals gezegd verzamelde het Stimuleringsfonds in samenwerking met studenten informatie over het nieuwsaanbod gedurende één week in de steden Rotterdam, Amsterdam, Den Haag en Utrecht. Onderstaand wordt duidelijk wat er precies is onderzocht en waarom.

3.1.1 De onderzoeksweek

De data die gebruikt wordt is verzameld gedurende één week in 2016 (12 tot en met 18 september 2016). Vanwege het onderzoek naar bepaalde nieuwsgebeurtenissen, welke buiten het bereik van dit onderzoek valt, is er gekozen voor een aaneengesloten week. Er is hiervoor gekozen omdat langdurige nieuwsgebeurtenissen, die zich in de loop van enkele dagen ontwikkelen, beter te herkennen zijn wanneer aaneengesloten dagen worden onderzocht. Dit, in tegenstelling tot het onderzoek uit 2015, dat een artificiële week gebruikte (Landman & Kik, 2015, p. 17). Een artificiële week houdt in dat zeven wekdagen uit verschillende weken worden gebruikt, bijvoorbeeld de maandag van week 1, de dinsdag van week 2, etc. Een voordeel hierbij is dat het corpus minder door een bepaalde nieuwsgebeurtenis wordt gedomineerd. Koetsenruijter en Van Hout raden daarom een dergelijke onderzoeksweek aan wanneer er inhoud van media wordt geanalyseerd (2014). Omdat deze scriptie zoals gezegd in het verlengde van het onderzoek van het Stimuleringsfonds ligt, wordt ook hier data uit de aaneengesloten week gebruikt, ondanks dat deze scriptie geen gebruik maakt van de analyse van dominante nieuwsgebeurtenissen.

3.1.2 Mediaproducten en -typen

Alle producenten van nieuws in deze week uit alle steden zijn ingedeeld in mediatypen, zie bijlage 1, 2 en 3 voor een volledige lijst van alle producenten. Deze producenten zijn ingedeeld volgens het codeerschema van het Stimuleringsfonds dat in alle vier de steden gebruikt is. Sommige producenten zijn bij meerdere mediatypen ingedeeld, omdat zij via verschillende kanalen gedurende deze week nieuws brachten.

Aangezien de data in samenwerking met het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek is verzameld, houdt deze scriptie grotendeels dezelfde criteria voor de verschillende categorieën aan als het Stimuleringsfonds. De verschillende mediatypen en de criteria die daaraan zijn verbonden zijn te vinden in de codeerinstructie (bijlage 4). Het Stimuleringsfonds maakt in de instructie onderscheid tussen lokale en regionale media. Voor deze scriptie is dat verschil echter niet relevant, want alleen het nieuws over gebeurtenissen die zich binnen de gemeentegrenzen van één van de grote steden afspeelden is meegenomen in de analyse. Al het nieuws dat onderzocht wordt is dus lokaal, hoewel de producenten niet uitsluitend lokaal nieuws produceren.

Verder maakt het Stimuleringsfonds onderscheid tussen weekbladen (met een verschijningsfrequentie van tenminste één keer per week), dagbladen, lokale en regionale omroepen en hyperlocals. Die eersten spreken voor zich. Hoewel we in de theorie hebben gelezen dat hyperlocals in wezen extreem lokale media zijn, heeft het stimuleringsfonds de term hyperlocals breder getrokken: het betreft alle lokale media die buiten de traditionele media staan. Deze media zijn niet aan een uitgever of omroep verbonden. De laatste categorie bestaat uit niche media. Niche media kunnen in alle vormen voorkomen, en richten zich op een niche. Daarmee hebben ze een ander publiek dan de overige media. Daarom worden ze in deze scriptie niet als traditioneel, maar als alternatieve media gerekend.

Hoewel het Stimuleringsfonds offline en online nieuws, en dus ook nieuws dat via Twitter en/of Facebook werd verspreid meegenomen heeft, vallen die laatste twee buiten het bereik van deze scriptie. Dit, omdat het Stimuleringsfonds eerder al constateerde dat nieuws via social media veelal opnieuw verpakt en verkort wordt gepubliceerd (Landman & Kik, 2015, p. 16). Het leidt daarom niet tot een grotere of kleinere diversiteit noch tot een toe- of afname van het aantal producenten.

3.1.3 Wat is nieuws?

Niet alle berichten van producenten die in de onderzoekswEEK zijn gepubliceerd worden meegenomen in het G4-onderzoek, en ontbreken dus als data. Het Stimuleringsfonds heeft hiervoor dezelfde motivatie als in 2015:

“Veel typen informatie die de door ons onderzochte media brachten, vallen buiten de scope van dit onderzoek. De onderzochte producties moeten in de engste zin van het woord nieuws zijn: onafhankelijk, van algemeen belang, actueel en over de desbetreffende gemeente. Aankondigingen, ‘prikbordberichten’, foto’s zonder tekst, human interest en berichten van de gemeente zijn niet als ‘nieuws’ aangemerkt.” (Landman et al., 2015, p. 14)

Zo zijn bijvoorbeeld interviews met bekende muzikanten of historische rubrieken niet meegenomen, omdat die meestal geen duidelijk nieuwsaanleiding hebben. Ook belangrijk is om te vermelden dat het genre sportnieuws, niet meegenomen is. Uit eerder onderzoek van het Stimuleringsfonds blijkt dat doorgaans zo’n 20% van alle berichten over sport gaan, maar dat deze berichten zelden lokaal beleid aangaan, juist dat nieuws waar het Stimuleringsfonds naar op zoek is. Wat onder sport valt, staat beschreven in het codeerschema (bijlage 4). Het gaat vooral om uitslagen van wedstrijden die niet worden meegenomen. Sport gerelateerd nieuws dat wél gemeentelijk beleid aangaat, zoals subsidies, faillissementen en andere zaken zijn gecodeerd onder het onderwerp ‘gemeentelijke financiën en bestuur’ (Landman & Kik, 2015, p. 14).

3.1.4 Analyse van nieuwsecosystemen

Het overzicht met nieuwsproducenten naar mediatype is belangrijk voor het eerste gedeelte van de scriptie. Per stad worden de producenten ingedeeld in mediatypen en vervolgens wordt van ieder mediatype bepaald wat het aandeel is in het aantal geproduceerde berichten. Deze telling vindt plaats op basis van de datasets van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek. In deze infosheets (bijlage 1,2 en 3) zijn alle media-actoren per gemeente geïndexeerd op soort media en is ook het aantal berichten te zien. De twee steden met het grootste aandeel en het kleinste aandeel hyperlocals en niches worden vervolgens geselecteerd voor een vergelijkende analyse. Er wordt gekozen voor een vergelijking met slechts twee steden, omdat dit de vergelijking overzichtelijker maakt. Dit is nodig, aangezien de vergelijking uit veel indicatoren bestaat en in iedere indicator weer onderscheid wordt gemaakt tussen verschillende categorieën. Een belangrijkere reden om te kiezen voor slechts twee steden, is omdat deze scriptie op zoek gaat naar statistische verbanden tussen diversiteit op het gebied van mediaproducten ten opzichte van de diversiteit van de inhoud. Het is minder aantrekkelijk om steden met een vergelijkbaar aanbod qua producenten met elkaar te vergelijken, omdat er dan redelijkerwijs een minder significant verschil in diversiteit van de inhoud kan worden verwacht.

Gekozen wordt voor de grootte van het aandeel van hyperlocals en niche media in het nieuwsaanbod, om te bepalen welke stad een nieuwsaanbod heeft dat geproduceerd is door een diverse groep producenten en welke stad juist niet. Marktconcentratie speelt hierin een grote rol. Zoals beschreven in het theoretisch kader kennen traditionele media vaak een hogere mate van

marktconcentratie, terwijl alternatieve media vaak kleiner zijn in het aantal geproduceerde berichten. Om objectief vast te stellen welke stad een grotere concentratie heeft qua mediatypen en welke juist niet, zal ook de Herfindahl-Hirschmann index voor Den Haag, Utrecht en Amsterdam worden berekend (zie volgend deelhoofdstuk).

3.1.5 Analyse van variabelen en codeerinstructie

In de vergelijkende analyse wordt de diversiteit in genres, onderwerpen en brongebruik, die in artikelen en producties zijn gepubliceerd in de gemeente, geanalyseerd voor de twee overgebleven steden. Honderden artikelen geschreven door traditionele media (dagbladen, nieuwsbladen en huis-aan-huisbladen) en alternatieve media (hyperlocals, niche media) zijn verzameld en gecodeerd op basis van een aantal variabelen (zoals genre, onderwerp, brongebruik en herkomst), wederom aan de hand van de codeerinstructie (bijlage 4).

De eerste variabele (genre) is onderverdeeld in onder meer nieuwsberichten en nieuwsverhalen. Het verschil tussen het eerste en laatste zit hem in dit onderzoek vooral in de lengte en het brongebruik. Nieuwsberichten zijn korter (ongeveer 100 woorden) en beschrijven vooral wat er gebeurt is, meestal op basis van één (officiële bron). In dit onderzoek worden nieuwsverhalen gezien als langere (vanaf 250 woorden) verhalen over nieuws, waarbij meestal ook meerdere bronnen worden gebruikt. Nog langere verhalen, die vooral duiding geven aan het nieuws zijn achtergrondverhalen. Andere categorieën zijn verslagen (vaak gebaseerd op waarnemingen van de journalist), talkshows, debatten, interviews, columns en opiniestukken.

De tweede variabele (onderwerpen), is onderverdeeld in maar liefst 16 categorieën. Vanzelfsprekend zal de ene vaker voorkomen dan de andere en sommigen wellicht helemaal niet. Hoewel één bericht in wezen over verschillende onderwerpen kan gaan is ieder bericht in slechts één categorie ingericht. Er zijn enkele categorieën die moeite waard om in de methode te bespreken, omdat de afbakening tussen verschillende categorieën vragen oproept. De andere afbakeningen zijn wederom terug te vinden in de bijlage. Twee categorieën waartussen het verschil niet meteen duidelijk wordt, zijn de verschillen de onderwerpen 'uitgaan & cultuur' en 'kunst & cultuur'. Laatstgenoemde onderscheidt zich doordat er alleen berichten in die categorie worden ingedeeld die te maken hebben met één kunststroming of voor één bepaald product (als in voorstelling/expositie, ect.). Bovendien gaat die er dieper op in. Zo kunnen er bij 'uitgaan & cultuur' ook berichten over restaurants of festivals terecht komen waarin meerdere stromingen of kunstdisciplines worden behandeld.

Ook de categorie 'bestuur en financiën' heeft extra duiding. In deze categorie worden berichten ingedeeld die nieuws bevatten over het gemeentelijke bestuur of bijvoorbeeld nieuws over

lokale politieke partijen. Ook het budget van de gemeente kan erin voorkomen, mits het om de algemene financiën gaan. Nieuws over financiën of zaken waarin het gemeentebestuur een rol speelt hoeft echter niet onder de categorie 'bestuur en financiën' te vallen. Zodra het nieuws bijvoorbeeld over subsidie voor onderwijsinstellingen gaat, wordt het bericht onder de categorie 'onderwijs' geschaard. In die zin komt in de categorie 'bestuur en financiën' al het bestuurlijke en financiële nieuws uit de gemeente, dat niet meteen onder een andere categorie valt.

Ten slotte is er nog variabele 3 (bronnen). Het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek onderscheidt tien soorten bronnen in de codeerinstructie (bijlage 4). De overheid, politici, maatschappelijke organisaties, deskundigen, bedrijven en andere media zijn de eerste zes categorieën. Verder zijn er vier verschillende soorten burgerbronnen: de burger als ooggetuige, voorbijganger, vertegenwoordiger en participant. Wanneer de overheid als bron wordt opgevoerd, wordt de 'uitvoerende macht' bedoeld. Dit zijn dus mensen uit het college van Burgemeester en Wethouders of bijvoorbeeld ambtenaren. Politici, daarentegen zijn leden van politieke partijen die geen bestuursfunctie vertegenwoordigen en/of (pers) berichten die van politieke partijen afkomstig zijn. Onder 'maatschappelijke organisaties' vallen verenigingen en stichtingen, niet-commerciële dienstverlening en andere particuliere organisaties. Ook de semioverheid valt hieronder en NUTS bedrijven die (deels) in handen zijn van de staat. Een 'deskundige' is een onafhankelijk persoon met aantoonbare kennis over het onderwerp van het bericht.

Wanneer het gaat over burgers die als bron worden opgevoerd zijn er zoals gezegd vier soorten burgerbronnen die in deze scriptie onderscheiden worden; twee daarvan (de ooggetuige en voorbijganger) zijn passief van aard. De ooggetuige was slechts een getuige van het nieuws en kan vertellen wat er is gebeurd, maar speelt geen rol in het nieuws. Een voorbijganger is, daarnaast, willekeurig gekozen en kan meestal geen inhoudelijke informatie over het nieuws geven. De twee actieve burgerbronnen zijn de vertegenwoordigers en de participanten. Burger-vertegenwoordigers zijn burgers die namens een groep spreken. Deze groep is echter niet officieel georganiseerd. Wanneer dat wel zo is, zou de bron onder 'maatschappelijke organisaties' vallen. De burger-participant is iemand die deelneemt aan het nieuws, zoals iemand die meedoet aan een staking. De burger als participant kan aan dezelfde eisen als een burger-vertegenwoordiger voldoen, mits deze persoon namens zichzelf spreekt in plaats van namens een groep.

Door de spreiding over de categorieën binnen variabelen te vergelijken wordt duidelijk welk media-aanbod in beide gemeenten diverser is op het gebied van de verschillende variabelen. Deze data wordt gepresenteerd in ratioschalen en -tabellen. Deze data kan van betekenis zijn door

vervolgens te bepalen of er wellicht een statistisch verband te ontdekken is tussen een groter of kleiner aandeel hyperlocals in relatie tot een diverser nieuwsaanbod.

Een diverser nieuwsaanbod kan worden gesignaleerd wanneer er bijvoorbeeld een gelijkmatige verdeling is tussen instituten/de overheid en de burger als bronnen. Terwijl bij bijvoorbeeld een groter aandeel overheidsbronnen het nieuwsaanbod eenzijdig wordt door te veel top-down berichtgeving, welke valt binnen de informatiefunctie van de media. Zo kan andersom ook het aantal berichten dat mogelijk de representatiefunctie van de media vervult worden bekeken. Omdat er geen data beschikbaar is waaruit de controleerfunctie van de media blijkt, wordt deze functie verder buiten beschouwing gelaten. Om de verdeling te berekenen wordt zoals gezegd de HHI berekend.

Aangezien churnalism, niet-diverse berichtgeving, vaak gekopieerd is, is het belangrijk om ook de herkomst van een bericht als variabele te nemen. Gekopieerde berichten tasten namelijk de inhoudelijke diversiteit van een nieuwslandschap aan. De variabele herkomst is ook gecodeerd in de datasets van het SVDJ en het is daardoor mogelijk dit te controleren. De focus ligt hierbij op online berichten, omdat bij die berichten makkelijker vast te stellen is welk bericht gekopieerd is en welke niet. Dit komt onder andere doordat bij online berichten vaker een tijdstip van plaatsing te vinden is. De verdeling tussen gekopieerde berichten en originele berichten wordt vergeleken om te bepalen welk nieuwslandschap uit originelere berichten bestaat.

3.1.6 Herfindahl-Hirschman Index

Zoals in de vorige paragraaf besproken wordt de verdeling van berichten over categorieën vergeleken om te bepalen in welke stad het media-aanbod diverser is. Om deze vergelijking meer kracht bij te zetten zal voor elke indicator de Herfindahl-Hirschman Index (HHI) berekend worden. De HHI zorgt ervoor dat de concentratie van berichten over bepaalde categorieën per indicator in cijfers uit wordt gedrukt en er als het ware een tastbare maat voor diversiteit is.

De HHI komt oorspronkelijk uit de economie en was bedoeld om de marktconcentratie van bepaalde sectoren te meten. Marktwaakhonden konden zo bepalen of grote bedrijven bij een fusie een te groot aandeel van de markt in handen zouden krijgen. De HHI is echter wijder toepasbaar (Bondarenko, 2018). Zo wordt de HHI ook door wetenschappers gebruikt om de diversiteit van bevolkingsgroepen en migratiestromen te indexeren (Conway & Rork, 2010, p. 768; Jennissen & Roel, 2015, p. 11).

Uitgaande van de wijde toepasbaarheid van de HHI en gelet op de essentie van de HHI, die in wezen de mate van concentratie berekend over een verdeeld totaal dat bij elkaar altijd 100% is, zal de

HHI een bruikbaar instrument zijn voor dit onderzoek. Er zijn verschillende varianten op de HHI die tot een andere indexering leiden. De berekening van de HHI komt bij alle varianten tot stand door ten eerste te bepalen over hoeveel categorieën het totaal verdeeld is en vervolgens te bepalen hoe groot het aandeel in het totaal van elke categorie is. Tenslotte worden de aandelen van elke categorie gekwadraterd en bij elkaar opgeteld. De verschillen tussen de varianten liggen vooral in de notatie van het aandeel. In de scriptie zal het aandeel uitgedrukt worden in procenten, waarbij de notatie van 10% '0,10' zal zijn. Andere onderzoeken nemen het percentage als aandeel, waardoor de hoogst mogelijke score van de index 10.000 (100%²) is (Bondarenko, 2018). In deze scriptie zal de index echter een cijfer zijn dat tussen de 0 en de 1 ligt, om de leesbaarheid te vergroten. Het cijfer 0 betekent hierbij een zeer lage mate van concentratie, terwijl 1 betekent dat het totaal in maar één categorie voorkomt en dus uitermate geconcentreerd is. De volgende formule laat dit zien (Jennissen & Roel, 2015, pp. 11, 12; Bondarenko, 2018):

$$HHI = s_1^2 + s_2^2 + \dots + s_n^2$$

Hierbij is s het aandeel van een bepaalde categorie in het totaal (waarbij 10% wordt geschreven als 0,10) en n het aantal categorieën waarover het totaal verdeeld is. In deze scriptie wordt de HHI op honderdsten afgerond. Alle exacte berekeningen zijn te vinden in bijlage 7.

3.2 Codeurs en betrouwbaarheid

De coderingen voor het G4-onderzoek van het Stimuleringsfonds zijn handmatig gedaan door onderzoekers van het Stimuleringsfonds met behulp van studenten uit de regio van één van de grote vier steden. Er is voor een handmatige analyse gekozen, omdat het bij het coderen van de berichten belangrijk is de context van het bericht mee te nemen. Daardoor zijn eenvoudige, automatische zoektermen niet bruikbaar. De specifieke eigenschappen die iedere categorie heeft zouden door een automatisering dan niet altijd in een bericht herkend worden (Grimmer & Stewart, 2013).

Omdat het belangrijk is voor de betrouwbaarheid van het onderzoek dat alle verschillende groepen codeurs de nieuwsproducties op eenzelfde manier indelen, zijn er uitgebreide instructies gemaakt en meerdere bijeenkomsten geweest van de student-codeurs met de onderzoekers van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek.

De eerste bijeenkomsten zijn vooraf geweest om aan de hand van voorbeelden en mogelijke struikelblokken vragen weg te nemen over het coderen van nieuwsproducties in de toekomst. Daarbij ging het niet alleen om het indelen van berichten in de verschillende categorieën, maar ook om de vraag wat wel of geen nieuws is, welke berichten wel of niet meegenomen worden in het onderzoek.

Als training hebben de studenten vervolgens dagbladen en huis- aan huisbladen uit gemeenten uit het onderzoek van 2015 gecodeerd en die vergeleken met de manier waarop die destijds zijn gecodeerd.

Daarna is men begonnen met het coderen van de berichten die binnen het corpus van het huidige onderzoek vallen, terwijl er wekelijks plenaire sessies zijn gehouden om struikelblokken en grensgevallen te bespreken. Na afloop is er een test gedaan om de ICB (intercodeursbetrouwbaarheid) vast te stellen. De KALPHA voor de variabele onderwerp is betrouwbaar met een score van 0,726. De variabelen genres (0,492) en soort bronnen (0,431) zijn minder betrouwbaar. Dit laatste komt vermoedelijk doordat de codeurs in het geval van meerdere bronnen deze in verschillende volgorden hebben genoteerd. De gedetailleerde uitslag van deze test is te vinden in Bijlage 5.

Om de betrouwbaarheid van de data verder te waarborgen hebben de hoofdonderzoekers alle gecodeerde items steekproefsgewijs gecontroleerd en indien nodig opgeschoond, in het geval van extreme resultaten (Landman & Kik, 2015, pp. 17,18).

4 Resultaten

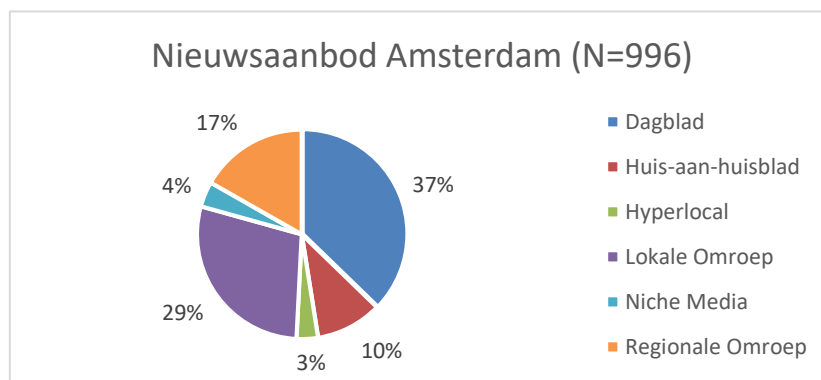
Met behulp van de datasets die door het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek zijn verzameld, is het mogelijk conclusies te trekken over de diversiteit van het nieuwsaanbod in de besproken steden tijdens de onderzoekswEEK. Naast het nieuwsaanbod wat betreft mediatypen, wordt ook de diversiteit op een aantal andere indicatoren besproken. Het gaat hier om achtereenvolgens het genre, het onderwerp en het brongebruik in berichten. Voor deze indicatoren wordt ook de Herfindahl-Hirschman Index (HHI) berekend. Ten slotte wordt ook de herkomst van de berichten geanalyseerd. Alle data zijn verzameld in de week van 12 tot en met 18 september 2016.

4.1 Opbouw Nieuwsecosystemen

Er zijn, zoals eerder in deze scriptie beschreven, twee hoofdtypen media. Traditionele media en alternatieve media. De traditionele media komen overeen met media die in de datasets gecodeerd zijn als dagblad, huis-aan-huisblad, lokale omroep en/of regionale omroep. Alternatieve media corresponderen met de hyperlocals en niche media uit de datasets.

Om te bepalen in welke gemeente alternatieve media het grootste aandeel hebben, wordt het totale nieuwsaanbod in de gemeente opgedeeld naar mediumtype. Het totale nieuwsaanbod uit berichten die afkomstig zijn van websites, print, radio en televisie. Het grootste nieuwsaanbod werd aangetroffen in Den Haag (1537 berichten), op afstand gevolgd door Amsterdam (996) en Utrecht (925).

4.1.1 Amsterdam



Figuur 1

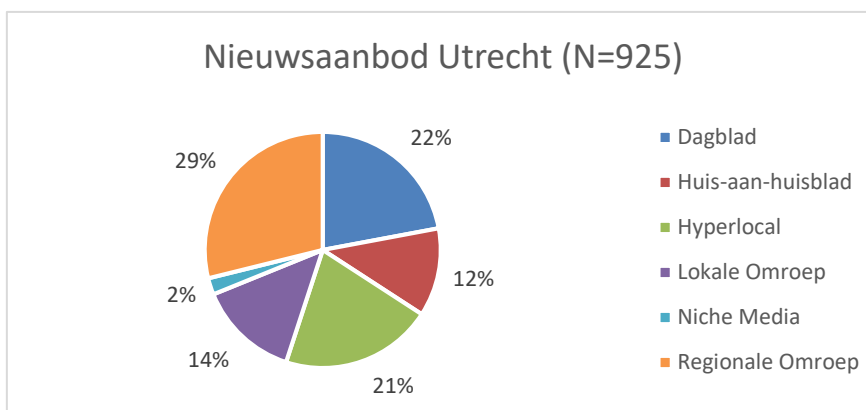
In Amsterdam blijkt de verdeling tussen alternatieve en traditionele media het minst gelijk. Dit is opmerkelijk, omdat juist in de grotere, nieuwsrijkere plaatsen meer alternatieve media verwacht werden (Landman & Kik, 2015, p. vii; Kurpius, Metzgar, & Rowley, 2010, p. 360). In Amsterdam is slechts 7% van het totaal aantal berichten afkomstig van alternatieve media (figuur 1). Hoewel Amsterdam de grootste categorie niche media (4%) heeft, zijn de hyperlocals in vergelijking met de andere gemeenten ver ondervertegenwoordigd. Opvallend is dat de niche media alleen in Amsterdam

een groter aandeel in het nieuwsaanbod hebben dan hyperlocals (3%). Dagbladen en lokale omroepen vullen een relatief groot deel van het totale nieuwsaanbod. Beiden leveren ruim meer dan een kwart van het nieuwsaanbod. Grote nieuwaanbieders in die categorieën in de hoofdstad zijn onder anderen Het Parool en AT5. Van de traditionele media zijn de categorieën regionale omroepen (17%) en huis-aan-huisbladen (10%) het kleinste. De HHI van het nieuwsaanbod in Amsterdam bedraagt 0,26.

4.1.2 Utrecht

In Utrecht hebben de alternatieve media een veel groter marktaandeel (figuur 2). Daar is 23% van de berichten geproduceerd door de alternatieve media. Omdat Utrecht de kleinste stad is, zowel qua inwoners als aantal berichten, is het grote aandeel van alternatieve media onverwacht.

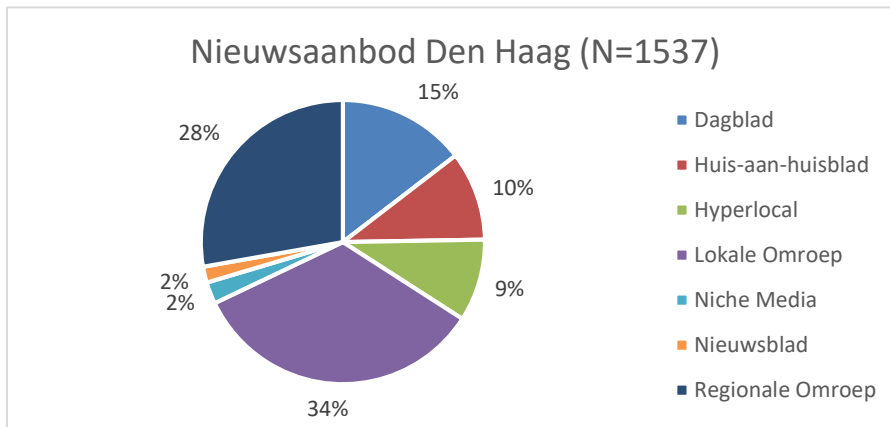
Naast een gelijkere verdeling tussen alternatieve en traditionele nieuwsmedia, zijn er in Utrecht minder grote uitschieters naar boven in als we naar de zes categorieën kijken dan in de Amsterdam. De grootste categorie is die van de regionale omroep met 29%, gevolgd door de dagbladen (22%). De dagbladen leveren maar nét iets meer nieuws dan de hyperlocals (21%). Ook in de HHI van Utrecht komt die gelijkere verdeling tussen alternatieve en traditionele media naar boven. De HHI is in Utrecht met 0,21 een stuk lager dan de HHI in Amsterdam. Wat betekent dat het nieuwsaanbod qua aanbieders minder geconcentreerd is.



Figuur 2

4.1.3 Den Haag

Hoewel Den Haag een veel groter aanbod van nieuws heeft, is dat verschil niet veroorzaakt door een relatief grotere aanwezigheid van alternatieve media (figuur 3). In deze gemeente is nog altijd maar 11% van de berichten afkomstig van alternatieve media. Hoewel de infosheet van het Stimuleringsfonds wel veel hyperlocals laat zien, zijn er veel niet actief geweest in de onderzoekswEEK, of alleen op Facebook actief, overeenkomstig met het idee dat alternatieve media vaak klein zijn. Deze komen dus niet naar voren in het onderzoek. Opvallend is het relatief kleine aandeel van de dagbladen. Zowel de lokale omroepen (zoals Den Haag FM), en de regionale omroep (RTV West) produceerden



Figuur 3

tijdens de onderzoekswEEK meer berichten dan de dagbladen. De HHI in Den Haag ligt tussen die van Utrecht en Amsterdam in met 0,23.

Omdat in de rest van de analyse de diversiteit tussen de gemeente met het grootste en kleinste percentage alternatieve media geanalyseerd wordt, vindt de vergelijking plaats tussen Amsterdam en Utrecht. Amsterdam had niet alleen het kleinste aandeel traditionele media in het nieuwsaanbod, daar was met twee dominante mediatypen ook het minst diverse aanbod van mediatypen. Dit is opvallend, omdat Amsterdam de grootste stad is. Hier gaat de veronderstelling dat in grotere steden meer hyperlocals voorkomen, dus niet op. Utrecht was een stuk diverser, met een duidelijke top drie aan grootste mediatypen, die ook nog eens qua percentage dichterbij de andere mediumtypen ligt. Ook de uitkomsten van HHI ondersteunen de stelling dat Utrecht in de onderzoekswEEK het meest diverse aanbod qua mediumtypen had, en Amsterdam het minste. Beide steden hadden wel ongeveer dezelfde productie (996 tegenover 925 berichten).

4.2 Genres

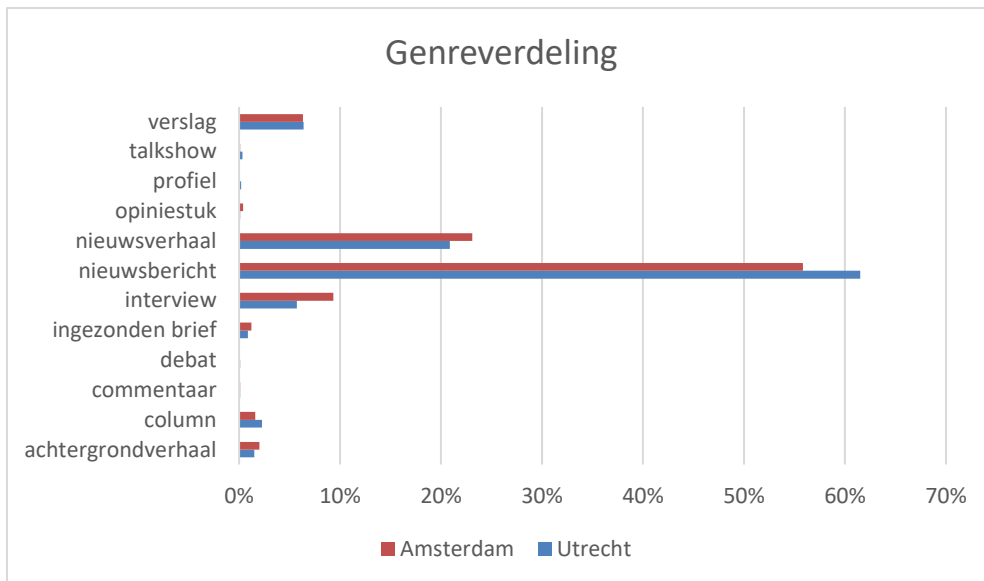
Zoals op te maken uit figuur 3 zijn de nieuwsberichten in zowel Amsterdam als Utrecht oververtegenwoordigd bij de genres. Dit strookt met het beeld dat Landman en Kik eerder schetsten, namelijk dat er vooral korte berichten worden geproduceerd (2015, pp. viii, 68, 86). Utrecht heeft het hoogste percentage nieuwsberichten: In Utrecht zijn namelijk 61% van de berichten een

nieuwsbericht, tegenover 56% in Amsterdam. Door het grotere aandeel van nieuwsberichten in Utrecht lijkt het nieuws daar homogener te zijn. In Utrecht wordt namelijk slechts in 39% van de berichten één van de overige elf genres gebruikt, in Amsterdam is dat vanzelfsprekend 44%.

In beide gemeenten op nummer twee staan de nieuwsverhalen. Dit genre is juist het grootste in Amsterdam, met 23,1%. Het aandeel nieuwsverhalen in Utrecht bedraagt 20,8%. Dit duidt erop dat er in Amsterdam tijdens de onderzoeksperiode nét iets vaker wordt gekozen voor een langere vorm voor het schrijven van nieuws. Bij de interviews is het verschil groter. In Amsterdam is er bij 9,3% van de berichten gekozen voor een interview-vorm, in Utrecht is dit slechts in 5,7% van de gevallen.

De genres commentaar, debat, opiniestuk, profiel en talkshow vormen ieder in beide gemeenten minder dan 1% van het totaal onderzochte berichten. Omdat door de geringe omvang één extra bericht in een van deze categorieën al een groot verschil kan maken, worden deze genres buiten beschouwing gelaten. De overige categorieën zijn groter, maar de verschillen tussen de twee gemeenten zijn erg klein (minder dan 1%). Toch heeft ook hier Amsterdam een voorsprong op Utrecht. Daar werden meer ingezonden brieven (0,9%-1,2%) en achtergrondverhalen (1,5%-2%) gevonden. In Utrecht had de column een groter aandeel (2,3%-1,6%). De verschillen in deze genres zijn dus minimaal.

De resultaten uit de onderzoekswEEK wijzen erop dat het nieuwsaanbod op het gebied van genres iets gelijkmatiger gespreid is in Amsterdam dan in Utrecht, al hebben de nieuwsberichten in beide gemeenten een overduidelijke meerderheid. In Amsterdam zijn wat minder nieuwsberichten en daardoor meer nieuwsverhalen, interviews en achtergrondverhalen. In Utrecht werden net iets meer columns geschreven. Eerder is vastgesteld dat Utrecht meer berichten van alternatieve media telt tijdens de onderzoekswEEK. Daardoor wordt het beeld dat er minder diepgaande of langere berichten worden geschreven in een stad met meer alternatieve media bevestigd (Chadha, 2015, p. 745). Het lijkt niet zo te zijn dat een groter aandeel van hyperlocals in een nieuwslandschap betekent dat onderbelichte genres, zoals achtergrondverhalen, eerder worden opgevuld. De HHI-scores bevestigen het beeld dat Utrecht een geconcentreerder aanbod had dan Amsterdam als het op genres aankomt. De HHI-score voor Amsterdam bedraagt 0,38. Utrecht heeft met 0,43 een stuk hogere HHI-score.



Figuur 3

4.3 Onderwerpen

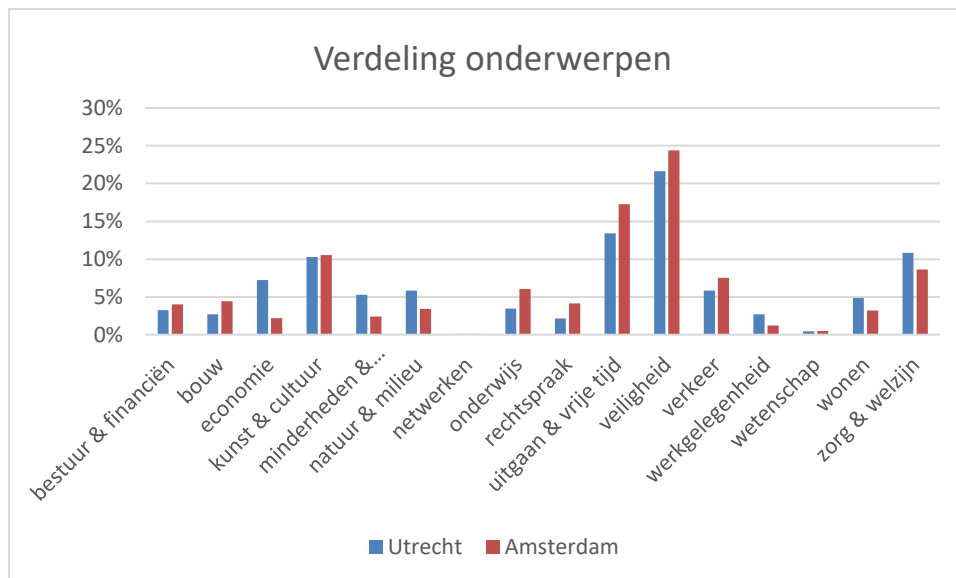
In de datasets van het SVDJ worden zestien verschillende onderwerpen onderscheiden. Ook bij de onderwerpen zijn er twee categorieën die behoorlijk groter zijn dan de andere categorieën: uitgaan & vrije tijd en veiligheid. Dat veiligheid in beide gemeenten het grootste onderwerp is ligt in de lijn der verwachting, gezien het in het theoretisch kader benoemde, 112-nieuws, dat gemakkelijk maken is. Ook het luchtigere onderwerp uitgaan & vrije tijd werd vaak verwacht.

Beide categorieën komen in Amsterdam het meeste voor, maar ook hier zijn de verschillen niet erg groot. Veiligheid komt bijna 3 procentpunt vaker voor in Amsterdam (24,4%) dan in Utrecht (21,6%), uitgaan & vrije tijd bijna 4 procentpunt vaker (17,3%-13,4%). Dat laatste is opmerkelijk, omdat verwacht werd dat alternatieve media vaker over dit onderwerp zouden berichten, en dit onderwerp dus vaker in een stad met meer alternatieve media zou voorkomen.

In Amsterdam gaat dus 41,5% over deze twee onderwerpen, in Utrecht is 35% van de artikelen gewijd aan de grootste onderwerpen. Logischerwijs heeft Utrecht iets meer nieuws over de andere, veelal kleinere, onderwerpen. Die 'winst' voor de kleinere onderwerpen is echter niet gelijkmatig verdeeld. In Utrecht gingen berichten veel vaker over economie (7% tegenover 2%), ook over minderheden & integratie, natuur & milieu, wonen en zorg & welzijn werd vaker geschreven. Ondanks het kleinere aandeel van de kleinere onderwerpen schreven de media in Amsterdam vaker over bestuur & financiën, bouw, onderwijs, rechtspraak en verkeer. De grotere hoeveelheid traditionele media in Amsterdam lijkt de grotere berichtgeving over rechtspraak en bestuur & financiën te kunnen verklaren.

De verschillen in het aandeel berichten over kunst & cultuur, netwerken en wetenschap zijn minder dan 1%, daardoor zijn de percentages nagenoeg gelijk.

Ook de HHI laat zien dat, hoewel de verschillen tussen Utrecht (0,11) en Amsterdam (0,13) niet groot zijn, het aanbod in Utrecht iets diverser is als het om onderwerpen gaat tijdens de onderzoekswEEK.



Figuur 4

4.4 Bronnen

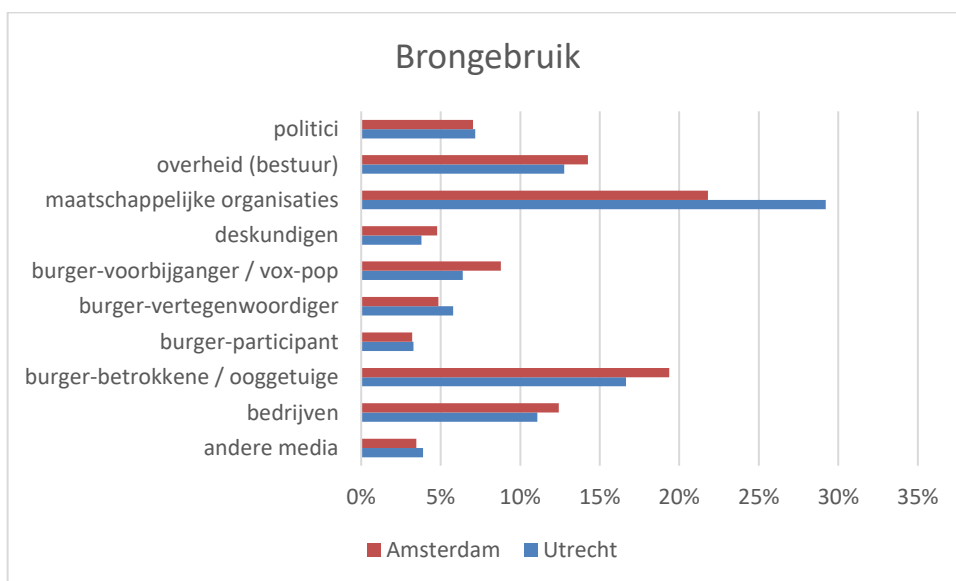
Om de verdeling over verschillende categorieën bronnen inzichtelijk te maken, zijn alle bronnen die in het nieuwsaanbod zijn aangetroffen gebruikt. Er wordt geen onderscheid gemaakt tussen een als eerste, tweede, derde of vierde aangevoerde bron in een stuk. Ook zijn de bronnen van berichten met meer dan één bron afzonderlijk meegenomen. Het aantal bronnen is dus niet gelijk met het aantal berichten van de vorige indicatoren.

In Amsterdam zijn 1151 bronnen gevonden, in Utrecht 1003. In Amsterdam zijn er nauwelijks meer bronnen per bericht: 1,16. In Utrecht zijn er slechts 1,09 bronnen per bericht aangetroffen. Zoals gezegd, betekent dat niet dat ieder bericht één bron of meer heeft; in Utrecht hadden 412 van de 925 (44,5%) berichten geen bron. In Amsterdam hadden 323 van de 996 (32,4%) berichten geen bron. Het niet gebruiken van een bron is één van de indicatoren van churnalism. Deze laatste cijfers uit de onderzoekswEEK wijzen er op dat er in Utrecht een veel hogere mate van churnalism gevonden kan worden. Dit strookt met de bevindingen van het RMO dat alternatieve media minder bronnen en vaker géén bronnen gebruiken dan traditionele media (2011, p. 58).

Gekeken naar de spreiding en diversiteit van de gebruikte bronnen blijkt dat wederom de grootste categorie in Amsterdam en Utrecht dezelfde categorie is. In Utrecht werd in 29,2% van de gevallen een maatschappelijk organisatie als bron opgevoerd, in Amsterdam was dat percentage 'slechts' 21,8%. Opnieuw zijn er categorieën waarvan de verschillen nauwelijks te onderscheiden zijn (minder dan 1% verschil). Deze categorieën zijn: andere media, burger-participant, burger-vertegenwoordiger, deskundige en politici.

De vier categorieën die overblijven zijn allemaal groter in Amsterdam. Zo wordt de overheid vaker als bron aangedragen (14,3% - 12,8%) net als bedrijven (12,4% - 11,1%). Het vaker aandragen van bronnen uit de overheid is zoals aangegeven in het theoretisch kader iets wat vaker wordt gezien bij traditionele media. Minder verwacht is het grotere aandeel van burger-betrokkene/ooggetuige (19,4%-16,7%) en burger-voorbijganger/vox-pop (8%-6,4%) bij de Amsterdamse bronnen. Hoewel er dus in Utrecht minder overheidsbronnen worden gebruikt, betekent dat niet dat er een groter aandeel van burgerbronnen is. Ook heeft het hogere aandeel van alternatieve media in Utrecht in deze week dus geen statistisch verband met een groter aandeel van burger- of alternatieve bronnen, zoals wel door Lindner werd aangenomen (2016, p. 4).

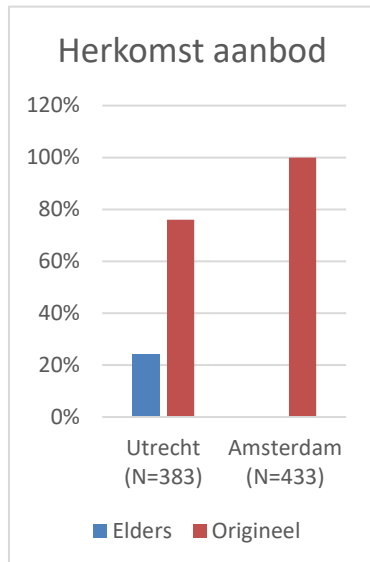
De HHI laat wederom een erg klein verschil zien tussen Utrecht en Amsterdam zien, waarbij Amsterdam (0,14) iets diverser is dan Utrecht (0,16). Hoewel er dus in Amsterdam meer bronnen werden gebruikt, wordt die hoeveelheid aan bronnen niet uitgedrukt in een beduidend hogere mate van diversiteit in het brongebruik, terwijl op basis van eerder onderzoek door Landman en Kik wel een beduidend gevarieerder brongebruik was verwacht in de stad met de minste alternatieve media, Amsterdam (2015, pp. 45, 71).



Figuur 5

4.5 Herkomst berichten

In de datasets van het SVDJ zijn alle online berichten gecodeerd op herkomst. Die herkomst geeft aan of een bericht zelf gemaakt is met enige journalistieke toevoeging (“herkomst origineel”) of dat het bericht een product is van copy-paste journalistiek (“herkomst elders”).



Figuur 6

De onderzoekers van SVDJ kozen ervoor om alleen online berichten te controleren, omdat de kans op knippen en plakken hierbij groter is en ze bovendien makkelijker te controleren zijn. Op een website staat namelijk nagenoeg altijd het tijdstip van plaatsing erbij, waardoor gemakkelijk is na te gaan welke bericht eerder of later op internet werd geplaatst. Ook televisie- en radio- fragmenten zijn om praktische redenen hierbuiten gelaten. Daardoor blijven er in Utrecht 383 berichten over die op deze variabele zijn gecodeerd, in Amsterdam zijn dat er 433.

In Utrecht werden 92 berichten gevonden die rechtstreeks van een ander medium, overheid, organisatie of instantie zijn overgenomen.

Dit staat gelijk aan bijna een kwart van het totaal (24%). Opvallend is dat er in Amsterdam geen enkel gekopieerd bericht werd gevonden.

Uit deze data blijkt dat in de onderzochte week in de stad met de meeste alternatieve media ook overduidelijk de meeste niet-originele berichten worden gevonden. Een verwachte uitkomst, aangezien het RMO al stelde dat alternatieve media vaker berichten kopiëren (2011, p. 58). Dit betekent ook dat het media-aanbod in Utrecht vertroebeld is. Er zijn namelijk meerdere ‘nieuwsberichten’ gevonden die niets inhoudelijks toevoegen aan het nieuwsaanbod in een gemeente. Een hoger percentage niet-originele berichten in een medialandschap duidt dus op minder inhoudelijke diversiteit van een medialandschap. Bovendien onderschrijven deze resultaten de opvatting dat met de opkomst van alternatieve media churnalism een nieuwe impuls krijgt, voor zover dit onderzoek dat kan aantonen.

4.6 Alternatieve vs. Traditionele Media

In deze paragraaf wordt verder ingegaan op de verschillen in diversiteit tussen alternatieve media en traditionele media in Amsterdam én Utrecht. Zo kunnen we bepalen of de alternatieve/traditionele media op zichzelf in deze twee steden een meer geconcentreerd, of juist gelijkmatiger gespreid aanbod oplevert als het gaat om genre, onderwerp en brongebruik van berichten in de onderzoeksweek. Ten slotte vergelijken we de herkomst van de twee categorieën.

In de gehele onderzoekswEEK zijn 1921 berichten aangetroffen. Van die berichten zijn er 286 afkomstig van alternatieve media en 1635 van traditionele media. Ook noemenswaardig is dat slechts een kwart (25,17%) van de alternatieve media uit Amsterdam komt. Dat is niet verwonderlijk, aangezien in het begin van dit hoofdstuk een selectie is gemaakt op de stad met de naar verhouding meeste en minste alternatieve berichten. Binnen de traditionele berichten is de afkomst anders: 56,51% is afkomstig uit Amsterdam.

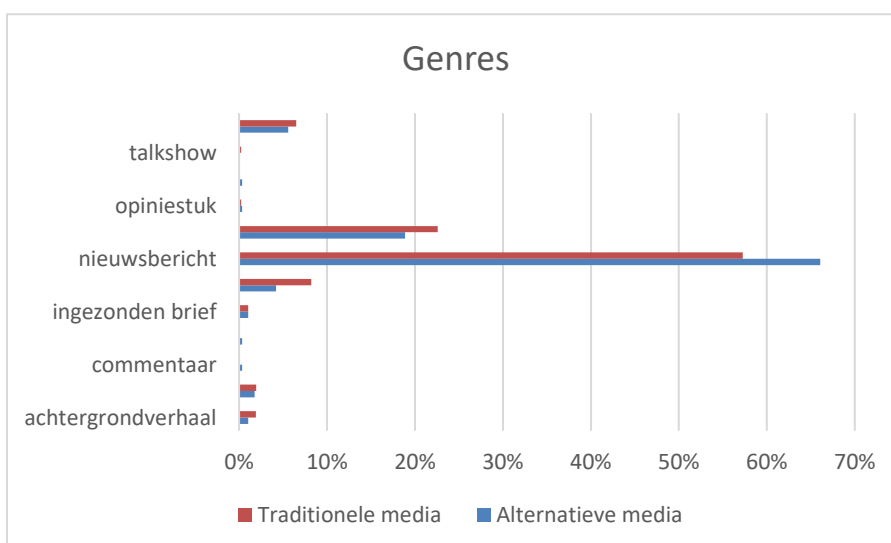
	HHI Alt. Media	HHI Trad. Media
Genres	0,48	0,39
Onderwerp	0,09	0,12
Brongebruik	0,15	0,15

In tabel 1 staan de berekende HHI-waarden (zie bijlage 7 voor de gehele berekening) voor de twee typen media voor de drie eerder genoemde variabelen. Uit die waarden valt op te maken dat traditionele

Tabel 1

media een stuk diverser zijn als het gaat om genres. Op het gebied van onderwerpen zijn juist de alternatieve media diverser, maar dat verschil is minder groot. Als het om brongebruik gaat is er geen noemenswaardig verschil tussen de HHI-score van beide mediatypen te ontdekken. Deze verhoudingen volgen in grote lijnen de resultaten van de vergelijking tussen Utrecht en Amsterdam. Ook daar was het grootste verschil te vinden tussen de gebruikte genres, waar Amsterdam, de stad met de meeste traditionele media, een stuk diverser was. Het kleine verschil in de HHI-score wat betreft onderwerpen en brongebruik was ook in de vergelijking tussen de twee steden te zien. In de rest van dit hoofdstuk wordt dieper ingegaan op de verschillen tussen alternatieve en traditionele media op het gebied van de specifieke variabelen.

4.6.1 Genres



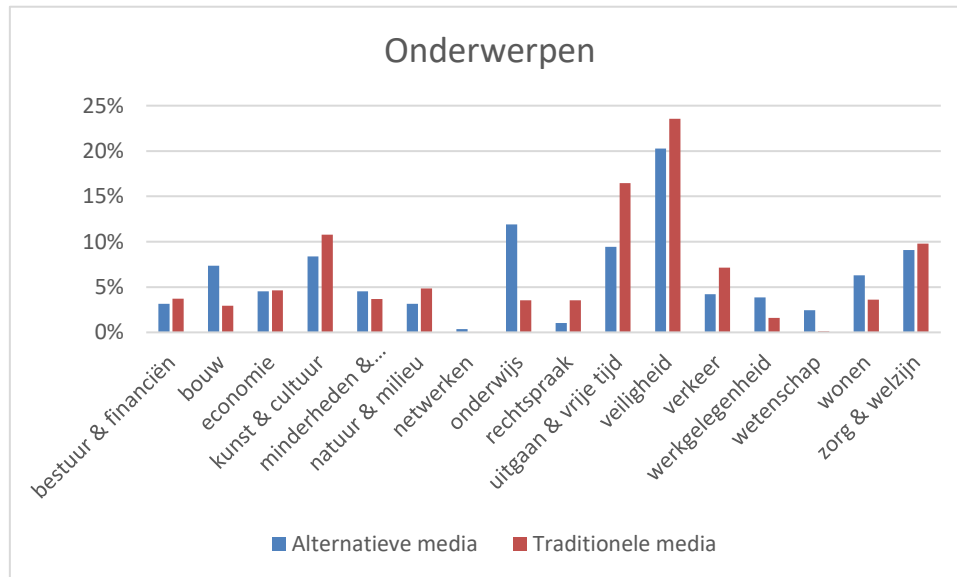
Figuur 7

In figuur 7 is duidelijk te zien dat de verhoogde concentratie van genres bij de alternatieve media te verklaren valt door het hoge percentage nieuwsberichten die in de onderzoekswEEK geproduceerd zijn. Ook bij traditionele media ligt

dat percentage hoog, maar bij alternatieve media zeker 9 procentpunt hoger (66% tegenover 57%).

Ook is te zien dat alle andere genres beter vertegenwoordigd zijn onder traditionele media. De veronderstelling dat traditionele media vaker kiezen voor een verdiepende of langere vorm van nieuwsberichten wordt hiermee voor de berichten tijdens de onderzoekswEEK bevestigd.

4.6.2 Onderwerpen

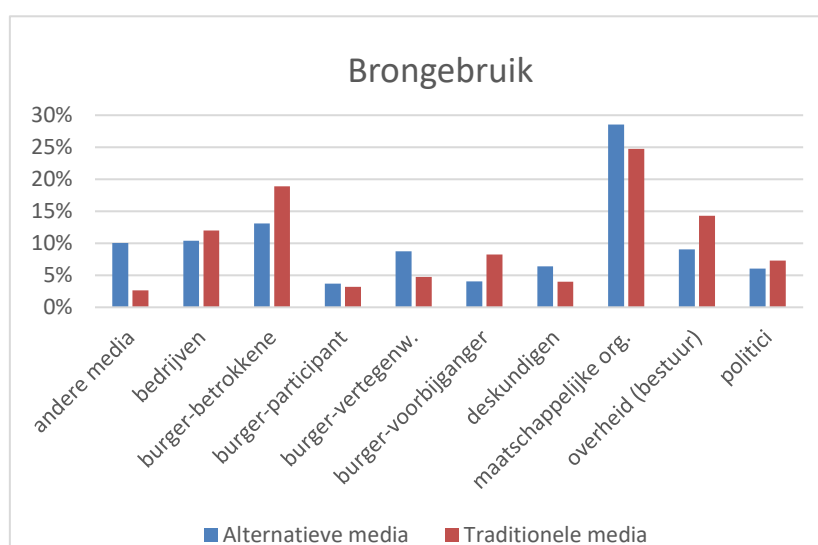


Uit figuur 8 is niet zonder meer op te maken waarom de spreiding onder traditionele media hoger is. Daarvoor lijkt het verschil in de mate van spreiding te klein te zijn. Wat wel opvalt aan de data in vergelijking met

Figuur 8

de theorie, is dat traditionele media vaker berichten over veiligheid (24% tegenover 20%) en kunst & cultuur (11% tegenover 8%), waar juist verwacht was dat alternatieve media dat vaker zouden doen. Wel bevestigd dit het in de theorie aangehaalde beeld van het Stimuleringsfonds dat ook traditionele media steeds vaker het 'makkelijke' 112-nieuws brengen.

4.6.3 Bronnen



In de hypothese was wel een gevarieerder en veelvuldiger brongebruik verwacht door traditionele media. Hoewel het brongebruik dus niet minder geconcentreerd is in bepaalde categorieën door traditionele media, blijkt wel dat zij, zoals verwacht, meer bronnen gebruiken. Er werden namelijk in 1635

Figuur 9

berichten 1856 bronnen ontdekt. Dit komt neer op 1,14 gebruikte bronnen per bericht. Bij alternatieve media werden er 298 bronnen in 286 berichten gevonden; 1,04 bronnen per bericht.

Uit de verdeling over categorieën, zoals te zien in figuur 9, worden enkele verwachtingen over het brongebruik van media tijdens de onderzoekswEEK bevestigd. Zo gebruiken alternatieve media inderdaad vaker andere media als bron (10%) dan traditionele media (3%). Bovendien werden bronnen uit de maatschappij, zoals burgers (30% ten opzichte van 35% bij traditionele media) en maatschappelijke organisaties (29% t.o.v. 25%) vaker door alternatieve media als bron opgevoerd tijdens de onderzoekswEEK. Ook blijkt dat traditionele media inderdaad vaker institutionele bronnen als de overheid (14% t.o.v. 9%) en politici (7% t.o.v. 6%) gebruikten, al is het verschil vooral in de laatste categorie minimaal.

4.6.4 Herkomst berichten

De laatste vergelijking die in dit hoofdstuk wordt gemaakt is een vergelijking tussen de herkomst van traditionele en alternatieve media tijdens de onderzoekswEEK. In deze vergelijking zijn alleen de berichten meegenomen waarvan tijdens de onderzoekswEEK de herkomst is vastgesteld. Daarom zijn slechts de online-berichten meegenomen.

Uit tabel 2 is af te lezen dat de herkomst van berichten afkomstig van traditionele media tijdens de onderzoekswEEK veel vaker origineel was, terwijl alternatieve media een groot deel van hun berichten letterlijk overnamen van derden. Het grote aandeel van alternatieve media in Utrecht verklaart dan ook waarom daar veel meer gekopieerde berichten werden gevonden dan in Amsterdam. Opnieuw wordt de hypothese, afgeleid van het rapport van de RMO, die stelt dat alternatieve media vaker berichten kopiëren, hiermee bevestigd (2011, p. 58).

Herkomst	Origineel	Elders
Alternatieve media	70%	30%
Traditionele media	98%	2%

Tabel 2

4.7 Conclusie van de resultaten

Uit de resultaten blijkt dat het nieuwsaanbod in Amsterdam met 7% tegen de verwachting in het minste uit berichten afkomstig van alternatieve media bestaat, gevolgd door Den Haag met 11%. In Utrecht was het aandeel van alternatieve media in het nieuwsaanbod het grootst met 21%. Omdat in het vervolg van de analyse een vergelijking tussen het nieuwsaanbod met het grootste en kleinste aandeel van alternatieve media afkomstige berichten is gedaan, zijn in het vervolg verschillende variabelen van het nieuwsaanbod in Utrecht en Amsterdam vergeleken. Bovendien zijn alle berichten van alternatieve media uit deze twee steden met berichten van traditionele media vergeleken.

Uit de data over genres in nieuwsberichten blijkt dat in beide steden het vaakst nieuwsberichten voorkomen. In Amsterdam is deze categorie echter kleiner, en worden er meer nieuwsverhalen geschreven. Ook werden er in Amsterdam meer interviews geschreven. Tussen de andere genres werden er slechts kleine verschillen gevonden in de twee steden. Ook de HHI toont aan dat Amsterdam pluriformer is op het gebied van genres, traditionele media zijn zelfs een stuk pluriformer op het gebied van genres tijdens de onderzoekswEEK. Het gebrek aan pluriformiteit op het gebied van genres in Utrecht ten opzichte van Amsterdam lijkt daarmee te herleiden naar het grotere aandeel van alternatieve media in Utrecht.

Op het gebied van onderwerpen is het aangetroffen nieuwsaanbod in beide steden vergelijkbaar. De HHI wijst uit dat Utrecht op het gebied van onderwerpen pluriformer was in de onderzochte week dan Amsterdam, maar het verschil is erg klein. In beide steden waren de meest voorkomende onderwerpen veiligheid en uitgaan & vrije tijd. Toch waren deze categorieën in Amsterdam nog groter dan in Utrecht. De opmerkingen in het onderzoek van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek dat ook traditionele media vaker 112-berichten schrijven lijkt hierdoor te worden ondersteund (Landman & Kik, 2015, pp. vii, 68, 86). In Utrecht waren de meeste andere onderwerpen groter, vooral berichten over economie werden meer gevonden. De marge die gevonden werd in beide steden lijkt overeenkomstig met de marge in de vergelijking tussen beide soorten media. Daar bleken alternatieve media nét iets pluriformer.

Aan de hand van het brongebruik tijdens de onderzoekswEEK kan de hypothese die stelt dat alternatieve media minder bronnen gebruiken worden bevestigd. In Utrecht zijn veel meer berichten zonder bron aangetroffen dan in Amsterdam, het gemiddeld aantal bronnen per bericht is in Amsterdam bovendien hoger. Wanneer het gaat om pluriformiteit van de bronnen blijken beide gemeenten qua HHI wederom erg dichtbij elkaar te liggen, waardoor nauwelijks is te zeggen welke stad pluriformer is op dit gebied. Alternatieve en traditionele media halen zelfs, weliswaar op tienden afgerond, dezelfde score.

In beide gemeenten zijn het vaakst maatschappelijke organisaties opgevoerd als bron. In Utrecht zijn dat er aanzienlijk meer. De verschillen bij andere (burger)bronnen zijn niet groot, maar in Amsterdam zijn, waar een redelijk verschil te ontdekken is, de meeste andere bronsoorten groter. In Utrecht zijn er niet meer burgerbronnen gebruikt dan in Amsterdam, terwijl dit wel verwacht was. Toch blijkt uit de vergelijking tussen traditionele en alternatieve media wel degelijk dat alternatieve media meer gebruik maakten van bronnen uit het maatschappelijke veld.

Het meest opvallende resultaat kwam uit de vergelijking van de herkomst van online berichten. In Utrecht blijkt bijna een kwart van de berichten een gevolg van copy-paste journalistiek. De herkomst van berichten in Amsterdam bleek volledig origineel. De data wijzen erop dat er in Utrecht meer alternatieve media aanwezig zijn en dat er ook meer sprake is van churnalism. Uit de vergelijking tussen alternatieve media en traditionele media lijken de meeste van deze gekopieerde berichten van alternatieve media af te komen. Slechts 2 procent van de door traditionele media geschreven berichten was niet origineel, bij alternatieve media lag dat percentage liefst 28 procentpunt hoger.

5 Conclusie

In dit afrondende hoofdstuk worden de conclusies uit de analyse teruggekoppeld aan de onderzoeksvraag en hypothese. Vervolgens worden de beperkingen van dit onderzoek besproken met suggesties voor vervolgonderzoek en worden er aanbevelingen gedaan. De onderzoeksvraag van deze scriptie luidt:

‘In welke mate staat het aandeel van alternatieve media binnen lokale medialandschappen in de grootste steden van Nederland in relatie tot de inhoudelijke diversiteit in deze landschappen?’

In het eerste deel van de scriptie is daartoe beschreven wat alternatieve media precies zijn en wat er geschreven is over verschillen tussen het nieuwsaanbod van traditionele en alternatieve media. Bovendien is het belang van pluriformiteit beschreven en wat pluriformiteit is. Ook de invloed die gatekeeping en churnalism op de pluriformiteit van de media hebben is besproken.

In het onderzoek is gebruikt gemaakt van datasets die in samenwerking met het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek tot stand zijn gekomen. Deze datasets bestaan uit gegevens over de totale nieuwsproductie in de week van 12 tot en met 18 september 2016 in de drie grootste gemeenten van Nederland; Amsterdam, Den Haag en Utrecht. Ten eerste werd gezocht naar de steden met het grootste en kleinste aandeel van alternatieve media in het nieuwsaanbod. Verwacht werd dat Amsterdam als grootste stad ook het hoogste aandeel berichten afkomstig van alternatieve media zou bevatten (Landman & Kik, 2015, p. vii; Kurpius, Metzgar, & Rowley, 2010, p. 360). Dit bleek echter Utrecht te zijn, terwijl Amsterdam het kleinste aandeel berichten van Alternatieve media bevatte. De pluriformiteit van de verschillende soorten nieuwsaanbieders bleek tevens in Utrecht het grootste en in Amsterdam het kleinste.

Vervolgens is de diversiteit op het gebied van genres, onderwerpen en bronnen geanalyseerd tussen de twee steden en tussen alternatieve en traditionele media. Hieruit blijkt dat in beide steden hetzelfde soort genre, onderwerp en brongebruik het meest voorkomt. Dit bleek ook het geval bij de twee soorten media. Toch is het aandeel van die categorieën verschillend. In Amsterdam en door traditionele media werden er minder nieuwsberichten, in de lengte van berichten de kortste categorie en vaak gelinkt aan snelle journalistiek, geschreven. Langere typen berichten, zoals nieuwsverhalen, werden juist vaker in Amsterdam en door traditionele media geschreven.

De hypothese dat traditionele media, en dus steden met een groter aandeel traditionele media, meer genres en vooral langere genres zouden schrijven, wordt wel ondersteund door de

bevindingen uit de onderzoekswEEK (Chadha, 2015, p. 745; Stimuleringsfonds voor de Journalistiek, 2016).

Over de pluriformiteit van onderwerpen is dat niet te zeggen. Resultaten wijzen uit dat juist in Utrecht en door alternatieve media een iets pluriformer aanbod werd geleverd. Wel blijkt het te kloppen dat zowel traditionele en alternatieve media vooral nieuws over hulpdiensten en veiligheid schrijven, zoals gesteld in het onderzoek van Landman en Kik (2015, pp. vii, 68, 86). De diversiteit aan bronnen was in Amsterdam iets groter. Dit is echter niet terug te leiden naar een pluriformere productie door traditionele media op het gebied van bronnen, zoals dat wel was verwacht (Landman & Kik, 2015, pp. 45, 71). Wél blijkt echter dat alternatieve en Utrechtse media een stuk minder bronnen per bericht gebruikten. Institutionele bronnen kwamen vaker voor in Amsterdam, zoals verwacht, maar ook burgers werden vaker als bron opgevoerd. De grootste categorie, maatschappelijke organisaties, was in Utrecht zo groot, dat dat ten koste ging van de brondiversiteit.

Behalve op het gebied van genres kunnen we dus aan de hand van de pluriformiteit op het gebied van onderwerpen en bronnen in de onderzoekswEEK niet zonder meer zeggen dat alternatieve media minder pluriform zijn, zoals door Kurpius, Metzgar en Rowley gesteld (2010, p. 237). Toch lijkt George (2017) gelijk te hebben met de vraagtekens die hij plaatst bij de claims dat alternatieve media voor toenemende pluriformiteit van de inhoud van berichten zorgen (p. 286)

De doorslaggevende factor is namelijk de herkomst van onlineberichten. Doordat in Utrecht bijna een kwart van de berichten overgenomen is van andere media en de berichten in Amsterdam allemaal origineel zijn, is het nieuwsaanbod in Utrecht een stuk minder pluriform. De inhoud van overgenomen berichten voegt namelijk niets toe aan het nieuwsaanbod. Deze verhoudingen vinden we terug in de vergelijking tussen alternatieve en traditionele media, waar alternatieve media maar liefst 28 procentpunt meer berichten gekopieerd bleken te hebben. Dat is in lijn met de uitspraken van de Raad voor Maatschappelijke Ontwikkelingen (RMO, 2011, p. 58).

Uit deze scriptie is gebleken dat er in Utrecht meer alternatieve media actief zijn dan in Amsterdam én dat de inhoud van het nieuwsaanbod in Utrecht minder pluriform is dan in Amsterdam. Wat deze scriptie niet heeft onderzocht is of er ook een causaal verband is tussen deze twee constatering, immers dat de stad met het meeste aanbod van alternatieve media het minst diverse nieuwsaanbod heeft, hoeft niet perse met elkaar te maken te hebben. Toch is daar wel een aanleiding voor te ontdekken in deze scriptie. Uit de twee vergelijkingen en de daarbij berekende HHI scores blijkt dat de pluriformiteit van het nieuwsaanbod in Utrecht erg lijkt op dat van alternatieve media. Alternatieve en traditionele media zijn echter maar een deel van het plaatje en zeker niet homogeen in hun werkwijze, vooral in verschillende steden.

Daar ligt nog ruimte voor vervolgonderzoek. Om de invloed van alternatieve media te kunnen vaststellen is er onderzoek nodig op twee aanvullende schalen. Ten eerste op een kleinere schaal, in dit geval in Utrecht zelf, om te bepalen of het wel degelijk zo is dat de alternatieve media daar verantwoordelijk zijn voor de kleinere diversiteit. Het zou ook kunnen zijn dat juist de traditionele media in Utrecht het slechter doen in vergelijking met Amsterdam en dat de alternatieve media in Utrecht juist pluriformer zijn dan hun Amsterdamse evenknieën, al lijkt dat gezien het enorm hoge aandeel niet-originele berichten, zowel in Utrecht als bij alternatieve media, onwaarschijnlijk.

Ten tweede is onderzoek op een grotere schaal nodig. Het gaat namelijk om een vergelijking tussen slechts twee steden, bij een vergelijking tussen andere steden zou het ook kunnen voorkomen dat de stad met het grootste aanbod alternatieve media het meest divers is. Wanneer de bevindingen van deze scriptie in andere vergelijkingen ook naar voren komen, kunnen er meer generaliserende uitspraken gedaan worden over de invloed van de aanwezigheid van alternatieve media op de diversiteit van het totale nieuwsaanbod.

Nieuw onderzoek zou zich ook kunnen richten op de herkomst van berichten. Aangezien hier het grootste verschil werd gevonden in de twee steden. Onderzoek kan zich richten op de vraag onder welke omstandigheden en bij welke soort alternatieve of traditionele media het kopiëren van berichten het meest voorkomt. De datasets van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek waren hierin te beperkt, omdat het alleen de herkomst van onlineberichten heeft onderzocht, terwijl er ook in geprinte media berichten letterlijk kunnen worden overgenomen. Oplettende lezers weten namelijk dat bijvoorbeeld huis-aan-huisbladen ook regelmatig persberichten, al dan niet afkomstig van de gemeente, letterlijk overnemen. Bovendien kwalificeerden onderzoekers alleen volledig gekopieerde berichten als niet-origineel. Het is wellicht waardevoller te onderzoeken welke media berichten slechts in een andere formulering overnemen. Dat getuigt immers ook van weinig journalistieke inbreng.

Bovendien moet de lezer er rekening mee houden dat deze scriptie uitgaat van de aanbodkant van het nieuws, zonder rekening te houden met naar welk soort aanbod de vraag het grootste is. Omdat organisaties, zoals in de theorie behandeld, op de vraag naar een bepaald soort berichtgeving inspelen, kan het zijn dat het aanbod daardoor verandert en meer of minder divers wordt. Bovendien is er geen rekening gehouden met dominerende nieuwsgebeurtenissen in de steden. Een niet-artificiële onderzoekswaak zou daarin uitkomst kunnen bieden.

Een andere beperking van deze scriptie is de manier waarop pluriformiteit bepaald is. Er zijn wellicht naast de geanalyseerde dimensies van pluriformiteit (genres, onderwerpen, bronnen en herkomst) nog meer dimensies van diversiteit. Een medialandschap hoeft niet perse minder divers te zijn wanneer er in hetzelfde genre over hetzelfde onderwerp veel wordt geschreven. Ook binnen

onderwerpen zijn er verschillen, dat zelfde geldt voor genres en bronnen. Een aanvullende dimensie zou geografisch kunnen zijn. Is het onderwerp van de nieuwsberichten wel evenredig over de stad verdeeld, of komt het meeste nieuws slechts uit een handjevol wijken? Komen de alternatieve media in wijken waar traditionele media niet komen of zijn zij in dezelfde wijken actief?

Tot slot, om terug te komen op het doel van dit onderzoek:

“De verwachting is dat dit onderzoek instanties helpt in hun overwegingen in welke delen van het medialandschap stimulering wenselijk is teneinde de pluriformiteit en diversiteit van het media-aanbod te waarborgen”

Nu blijkt dat alternatieve media tijdens de onderzoekswEEK niet aantoonbaar hebben bijdragen aan de diversiteit van het lokale medialandschap, ontstaat een kip-of-eikwestie. Moeten de alternatieve media dan minder gesteund worden, omdat ze niet aan de verwachtingen voldoen? Of moeten ze juist extra gestimuleerd worden, zodat de diversiteit kan verbeteren? Het lijkt in ieder geval verstandig om in het geval van (financiële) ondersteuning de nadruk te leggen op het creëren van originele inhoud, zodat de copy-paste journalistiek niet meer zo prominent naar voren komt.

Bibliografie

- Bailey, O. G., Cammaert, B., & Carpentier, N. (2008). Four approaches to alternative media. In *Understanding alternative media* (Vol. 1, pp. 3-34). Maidenhead: McGraw-Hill Education.
- Bakker, P. (1998). *Regionale journalistiek: de pluriformiteit voorbij*. Amsterdam: Het Spinhuis.
- Bakker, P. (2004). *Lokale & regionale media in Nederland. Verschuivingen in aanbod en gebruik 1981 – 2003*. Universiteit van Amsterdam, Amsterdam School of Communications Research ASCoR. Amsterdam: Bedrijfsfonds voor de Pers.
- Bardoel, J. (2002). *Journalistieke cultuur in Nederland*. Amsterdam University Press 351-465.
- Beunders, H. V. (2015). *Nieuwsvoorziening in de regio 2014: leegte in het landschap*. Diemen: AMB.
- Bondarenko, P. (2018). *Herfindahl-Hirschman index (HHI)*. doi:<https://academic-eb-com.ezproxy.leidenuniv.nl:2443/levels/collegiate/article/Herfindahl-Hirschman-index/623392>
- Brinkman, E. (2009). *De volgende editie*. Den Haag: De Tijdelijke Commissie Innovatie en Toekomst Pers. Retrieved 3 10, 2018, from <http://www.goc.nl/OnderzoekenPublicaties/Adviesrapport-Tijdelijke-Commissie-Innovatie-en-To>
- Bruning, T., & Elzerman, H. (2008, November 26). Steun de pluriforme pers. *De Volkskrant*.
- Carpenter, S. (2008). Source diversity in US online citizen journalism and online newspaper articles. *International Symposium on Online Journalism* (Vol. 4).
- Carpenter, S. (2010). A study of content diversity in online citizen journalism and online newspaper articles. *New Media & Society*, 12(7), 1064-1084.
- Chadha, M. (2015). The neighborhood local. *Digital Journalism*, 1-21.
- Chandler, D. &. (2011). Media functions. Oxford: Oxford University Press. Retrieved Mei 10, 2018, from In A Dictionary of Media and Communication: <http://www.oxfordreference.com.ezproxy.leidenuniv.nl:2048/view/10.1093/acref/9780199568758.001.0001/acre>
- Christians, C. G. (2009). *Normative theories of the media: journalism in democratic societies*. Urbana: University of Illinois Press.
- Commissariaat voor de Media. (2017, juni 29). *15 jaar Mediamonitor: pluriformiteit Nederlandse media in gevaar*. Retrieved 3 13, 2018, from www.cvdm.nl: <https://www.cvdm.nl/nieuws/pluriformiteit-nederlandse-media-gevaar-commissariaat-hijst-stormbal/>
- Commissariaat voor de Media. (z.d.). *Over het Cvdm*. Retrieved 3 13, 2018, from [CvdM.nl](http://www.cvdm.nl): <https://www.cvdm.nl/over-het-commissariaat-voor-de-media/>

- Conway, K., & Rork, J. (2010). "Going with the flow"--a comparison of interstate elderly migration during 1970-2000 using the (I)PUMS versus full census data. *The Journals of Gerontology. Series B, Psychological Sciences and Social Sciences*, 65(6), 767-771.
- Cuilenburg, & McQuail. (1982). *Media en pluriformiteit: een beoordeling van de stand van zaken (Vorstudies en achtergronden mediabeleid)*. 's-Gravenhage: Staatsuitgeverij.
- Davies, N. (2008). *Flat earth news*. London, UK: Chatto & Windus.
- Doyle, G. (1997). Consultant study on "media consolidation in europe: the impact on pluralism". *MM-CM (97) rev 12. Council of Europe 19 January 1998*.
- Doyle, G. (1998). Regulation of media ownership and pluralism in Europe: can the European Union take us forward? (European Responses to Media Ownership and Pluralism). *Cardozo Arts & Entertainment Law Journal*, 16, 451-473.
- Drok, N. (2015). Participatie in en via de journalistiek. *Tijdschrift Voor Communicatiewetenschap*, 43(1), 23-38.
- Ferreira, G. B. (2018). Gatekeeping changes in the new media age: the internet, values and practices of journalism. *Brazilian Journalism Research*, 14(2), 486-505.
- George, L. (2007). What's fit to print: the effect of ownership concentration on product variety in daily newspaper markets. *Information Economics and Policy*, 19(3-4), 285-303.
- Grimmer, J., & Stewart, B. M. (2013). Text as data: the promise and pitfalls of automatic content analysis methods for political texts. *Political Analysis*, 21(3), 267-297.
- Harnischmacher, M. (2015). Journalism after all: professionalism, content and performance – A comparison between alternative news websites and websites of traditional newspapers in German local media markets. *Journalism*, 16(8), 1062-1084.
- Hoffmann-Riem, W. (1987). National identity and cultural values: broadcasting safeguards. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 31(1), 57-72.
- IREX. (2003). *Media sustainability index*. Washington : USAID.
- Jennissen & Roel, e. a. (2015). *Migratie-diversiteit beter in beeld*. Den Haag: Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid.
- Johnston, J., & Forde, S. (2017). Churnalism. *Digital Journalism*, 5(8), 943-946.
- Koetsenruijter, W., & Van Hout, T. (2014). *Methoden voor Journalism Studies*. Amsterdam: Boom Uitgevers.
- Kroon, A. S. (2013). Copy-paste of journalistieke verdieping? Een onderzoek naar de manier waarop nieuwsfactoren in universitaire persberichten nieuwsselectie en redactionele bewerkingsprocessen beïnvloeden. *Tijdschrift Voor Communicatiewetenschap*, 41(3), 283-303.

- Kurpius, D., Metzgar, E., & Rowley, K. (2010). Sustaining hyperlocal media. *Journalism Studies*, 11(3), 359-376.
- Landman, L., & Kik, Q. (2015). *Nieuwsvoorziening in de regio 2014: "Gelukkig zijn hier geen journalisten"*. Diemen: AMB.
- Lindner, A. (2016). Editorial gatekeeping in citizen journalism. *New Media & Society*, 1177-1193.
- Metzgar, E. K. (2011). Defining hyperlocal media: proposing a framework for discussion. *New Media & Society*, 13(5), 772-787.
- Nadler, A. (2018). Nature's economy and news ecology. *Journalism Studies*, 1-17.
- Peruško, Z. (2010). The link that matters: media concentration and diversity of content. In B. Klimkiewicz, *Media freedom and pluralism: media policy challenges in the enlarged Europe* (Vol. 13, pp. 261-273). Budapest, Hongarije: Central European University Press.
- RMO. (2011). *De nieuwe regels van het spel: internet en publiek debat (Advies ; 49 159653770)*. Den Haag: Raad voor Maatschappelijke Ontwikkeling.
- Shoemaker, P. J., & Vos, T. P. (2009). *Gatekeeping theory*. New York: Routledge.
- Stimuleringsfonds voor de Journalistiek. (2016). *Utrecht: het nieuwsecosysteem van de stad in kaart*. Den Haag.
- van Cuilenburg, J. (2007). Media diversity, competition and concentration. In E. De Bens, *Media between culture and commerce* (pp. 25-54). Bristol, Verenigd Koninkrijk: Intellect.
- Van der Wurff, R. S. (2013). De effectiviteit van journalistieke gedragscodes: Een literatuurstudie. *Tijdschrift Voor Communicatiewetenschap*, 41(3), 231-250.
- Vergeer, M. (2006). *Lokale medialandschappen in Nederland 2005*. Onderzoek in opdracht van het Bedrijfsfonds voor de Pers.

Bijlage 1: Infosheet Utrecht

wat?	wie?
dagblad (papier)	AD Utrechts Nieuwsblad
dagblad (online)	ad.nl/utrecht
dagblad (facebook)	AD Utrechts Nieuwsblad op Facebook
dagblad (papier)	De Telegraaf

DAGBLADEN

huis-aan-huisblad (papier)	Stadsblad Zuidwest
huis-aan-huisblad (online)	stadsbladutrecht.nl
huis-aan-huisblad (facebook)	Stadsblad Utrecht op Facebook
huis-aan-huisblad (papier)	De Brug
huis-aan-huisblad (online)	brugutrecht.nl
huis-aan-huisblad (facebook)	Brug Utrecht op Facebook
huis-aan-huisblad (papier)	VAR NWS, ed. Leidsche Rijn
huis-aan-huisblad (online)	varnws.nl
huis-aan-huisblad (facebook)	VAR NWS op Facebook

H-A-H-BLADEN

regionale publieke omroep (televisie)	RTV Utrecht: Televisie (regionaal)
lokale publieke omroep (televisie)	Ustad: televisie (lokaal)
regionale publieke omroep (radio)	Radio M Utrecht (regionaal)
lokale publieke omroep (radio)	Bingo FM: radio (lokaal)
regionale publieke omroep (online)	rtvutrecht.nl
regionale publieke omroep (facebook)	RTV Utrecht op Facebook
lokale publieke omroep (facebook)	Bingo FM op Facebook
lokale publieke omroep (radio)	FunX (Utrecht)
lokale publieke omroep (online)	funx.nl
lokale publieke omroep (video)	FunX TV
lokale publieke omroep (Facebook)	FunX Utrecht op Facebook

OMROEPEN

krant	De Utrechtse Internet Courant (DUIC)
hyperlocal 'algemeen'	duic.nl
hyperlocal 'algemeen' (video)	DUIC TV
hyperlocal (Facebook)	DUIC op Facebook
hyperlocal 'algemeen'	nu.nl/utrecht

hyperlocal 'algemeen'	nieuws030.nl
hyperlocal (Facebook)	NIEUWS 030 op Facebook
hyperlocal 'algemeen'	destadutrecht.nl
hyperlocal (Facebook)	DeStadUtrecht.nl op Facebook
hyperlocal 'algemeen'	utrecht.nieuws.nl
hyperlocal (Facebook)	utrecht.nieuws.nl op Facebook
hyperlocal 'algemeen'	leidsche-rijn.nieuws.nl
hyperlocal (Facebook)	leidsche-rijn.nieuws.nl op Facebook
hyperlocal 'algemeen'	regioleidscherijn.nl
hyperlocal (Facebook)	Regio Leidscherijn op Facebook
hyperlocal 'algemeen'	Utrecht dichtbij
hyperlocal (Facebook)	Utrecht dichtbij op Facebook

HYPERLOCALS (ALGEMEEN)

hyperlocal 'niche'	dub.uu.nl
hyperlocal (Facebook)	DUB op Facebook
magazine	Trajectum
hyperlocal 'niche'	trajectum.hu.nl
hyperlocal (Facebook)	Trajectum op Facebook
magazine	Uit Agenda Utrecht
hyperlocal 'niche'	uitagendautrecht.nl
hyperlocal (Facebook)	Uit Agenda Utrecht op Facebook
hyperlocal 'niche'	indebuurt.nl/utrecht
hyperlocal (Facebook)	Indebuurt Utrecht op Facebook
hyperlocal 'niche'	uut.nl
hyperlocal (Facebook)	UUT op Facebook
hyperlocal 'niche'	112provincieutrecht.nl
hyperlocal (Facebook)	112 Provincie Utrecht op Facebook
hyperlocal 'niche'	bouwpututrecht.nl
hyperlocal (Facebook)	Bouwput Utrecht op Facebook
hyperlocal 'niche'	stadspodiumutrecht.nl
hyperlocal (Facebook)	Stadspodium Utrecht

HYPERLOCALS (NICHE, ONDERWERP)

wijkkrant	(Wijkkrant) Aanzet
hyperlocal 'buurt'	aanzetnet.nl
hyperlocal (Facebook)	Aanzet op Facebook
magazine	Binnenstadskrant
hyperlocal 'buurt'	binnenstadskrantutrecht.nl
hyperlocal (Facebook)	Binnenstadskrant op Facebook
hyperlocal 'buurt'	bollunetten.nl
magazine	Dreefnieuws
hyperlocal 'buurt'	echtovervecht.nl
hyperlocal (Facebook)	Dreefnieuws op Facebook
hyperlocal 'buurt'	Eigen Leidsche Rijn
hyperlocal (Facebook)	Eigen Leidsche Rijn op Facebook
hyperlocal 'buurt'	lombox.nl
hyperlocal (Facebook)	Lombox op Facebook
hyperlocal 'buurt'	noordsepark.nl
hyperlocal (Facebook)	Noordse Park op Facebook
wijkkrant	De Noordwester
hyperlocal 'buurt'	www.denoordwester.com
hyperlocal (Facebook)	De Noordwester op Facebook
wijkkrant	Oostkrant
hyperlocal 'buurt'	Oostkrant.com
hyperlocal (Facebook)	Oostkrant op Facebook
wijkkrant	Votulastkrant
hyperlocal 'buurt'	votulastkrant.nl
hyperlocal (Facebook)	Votulastkrant op Facebook
hyperlocal 'buurt'	wijkkrantwittevrouwen.nl
hyperlocal (Facebook)	Wijkkrant Witte Vrouwen op Facebook
hyperlocal 'buurt'	zoiszuilen.nl
hyperlocal (Facebook)	Zo is Zuilen op Facebook
hyperlocal 'buurt'	hartjeutrecht.com
hyperlocal (Facebook)	Hartje Utrecht op Facebook
hyperlocal 'buurt'	vinexvrouwetje.blogspot.nl

Bijlage2: Infosheet Amsterdam

dagblad (papier)	Het Parool
dagblad (online)	parool.nl
dagblad (facebook)	Het Parool op Facebook
dagblad (papier)	Metro
dagblad (online)	metro.nl/nieuws/amsterdam
dagblad (facebook)	Metro Amsterdam op Facebook
dagblad (papier)	De Telegraaf
dagblad (papier)	NRC Handelsblad

DAGBLADEN

huis-aan-huisblad (papier)	Stadsblad de Echo Amsterdam Nieuw West
huis-aan-huisblad (papier)	Stadsblad de Echo Amsterdam Noord
huis-aan-huisblad (papier)	Stadsblad de Echo Amsterdam Oost-Diemen
huis-aan-huisblad (papier)	Stadsblad de Echo Amsterdam West
huis-aan-huisblad (papier)	Stadsblad de Echo Amsterdam Zuid
huis-aan-huisblad (papier)	Stadsblad de Echo Amsterdam Zuidoost
huis-aan-huisblad (online)	echo.nl
huis-aan-huisblad (facebook)	Stadsblad de Echo Amsterdam West en Nieuw West op Facebook
huis-aan-huisblad (facebook)	(Stadsblad) De Echo Amsterdam-Noord op Facebook
huis-aan-huisblad (facebook)	Stadsblad de Echo Amsterdam Zuid op Facebook
huis-aan-huisblad (facebook)	Stadsblad de Echo Zuidoost op Facebook

huis-aan-huisblad (papier)	De Brug
huis-aan-huisblad (online)	debrugkrant.nl
huis-aan-huisblad (facebook)	De Brugkrant op Facebook

huis-aan-huisblad (papier)	dé Weekkrant De Westerpost
huis-aan-huisblad (online)	westerpost.nl
huis-aan-huisblad (facebook)	De Westerpost op Facebook

huis-aan-huisblad (papier)	Kompas Regiokrant
huis-aan-huisblad (papier)	Noord Amsterdams Nieuwsblad
huis-aan-huisblad (online)	rodi.nl
huis-aan-huisblad (facebook)	Kompas Regiokrant op Facebook
huis-aan-huisblad (facebook)	Noord Amsterdams Nieuwsblad op Facebook

H-A-H-BLADEN

regionale publieke omroep (televisie)	NH: Televisie (regionaal)
regionale publieke omroep (radio)	NH: Radio (regionaal)
regionale publieke omroep (online)	nhnieuws.nl

regionale publieke omroep
(facebook) NH Utrecht op Facebook

lokale publieke omroep (televisie) AT5: Televisie (lokaal)
lokale publieke omroep (online) at5.nl
lokale publieke omroep (Facebook) AT5 op Facebook
lokale publieke omroep (YouTube) In Amsterdam

lokale publieke omroep (televisie) SALTO 1: Televisie (lokaal)

lokale publieke omroep (televisie) SALTO 2: Televisie (lokaal)

lokale publieke omroep (radio) StadsFM aka 'Amsterdam FM'

lokale publieke omroep (radio) WereldFM

lokale publieke omroep (radio) CarribbeanFM

lokale publieke omroep (radio) Razo

lokale publieke omroep (radio) MokumRadio

lokale publieke omroep (online) amsterdamfm.nl

lokale publieke omroep (Facebook) Amsterdam FM op Facebook

lokale publieke omroep (Facebook) Salto Amsterdam op Facebook

lokale publieke omroep (radio) FunX (Amsterdam)

lokale publieke omroep (online) funx.nl

lokale publieke omroep (online) FunX TV

lokale publieke omroep (Facebook) FunX Amsterdam op Facebook

OMROEPEN

hyperlocal 'algemeen' nu.nl/amsterdam

hyperlocal 'algemeen' dichtbij.nl/amsterdam

hyperlocal (Facebook) Amsterdam dichtbij op Facebook

HYPERLOCALS (ALGEMEEN)

magazine Advalvas

hyperlocal 'niche' advalvas.nl

hyperlocal (Facebook) Advalvas op Facebook

magazine Folia

hyperlocal 'niche' folia.nl

hyperlocal (Facebook) Folia op Facebook

hyperlocal 'niche' amsterdamtoday.eu

hyperlocal (Facebook) Amsterdam Today op Facebook

magazine MUG Magazine

hyperlocal 'niche' mugweb.nl

hyperlocal (Facebook) MUG Magazine op Facebook

magazine	Uit Krant Amsterdam
magazine	A-mag
hyperlocal 'niche'	iamsterdam.com
hyperlocal (Facebook)	iAmsterdam op Facebook
hyperlocal 'niche'	112amsterdam.nl
hyperlocal (Facebook)	112amsterdam.nl op Facebook
hyperlocal 'niche'	nieuwsgetuige.nl
hyperlocal 'niche'	Volksnieuws uit Amsterdam-Noir
hyperlocal (Youtube)	Amsterdam-Noir op Youtube
hyperlocal (Facebook)	Amsterdam-Noir op Facebook
HYPERLOCALS (NICHE, ONDERWERP)	
hyperlocal 'buurt'	amsterdamcentraal.nl
hyperlocal (Facebook)	Amsterdam Centraal op Facebook
hyperlocal 'buurt'	dewestkrant.nl
hyperlocal (Facebook)	De Westkrant op Facebook
hyperlocal 'buurt'	oost-online.nl
hyperlocal (Facebook)	Oost-Online op Facebook
hyperlocal 'buurt'	bijlmerenzo.nl
hyperlocal (Facebook)	Bijlmerenzo op Facebook
wijkkrant	Buurtorganisatie 1018
hyperlocal 'buurt'	buurtorganisatie1018.nl
hyperlocal (Facebook)	Buurtorganisatie 1018 op facebook
hyperlocal 'buurt'	delflandpleinbuurt.nl
hyperlocal (Facebook)	delflandpleinbuurt op Facebook
hyperlocal 'buurt'	eigenwijks.nl
hyperlocal (Facebook)	Eigenwijks op Facebook
hyperlocal 'buurt'	ilovenoord.nl
hyperlocal (Facebook)	Ilovenoord op Facebook
hyperlocal 'buurt'	ilovezuidoost.nl
hyperlocal (Facebook)	Ilovezuidoost op Facebook
hyperlocal 'buurt'	jordaaninfo.nl
hyperlocal (Facebook)	Jordaaninfo op Facebook
hyperlocal 'buurt'	oudestadt.nl

hyperlocal (Facebook) Wijkcentrum d'Oude Stadt op Facebook

hyperlocal 'buurt' reguliers.net

hyperlocal (Facebook) Reguliersdwarstraat op Facebook

hyperlocal 'buurt' inzuid.amsterdam

hyperlocal (Facebook) In Zuid op Facebook

hyperlocal 'buurt' geheugenvanwest.amsterdam

hyperlocal (Facebook) Geheugen van West op Facebook

hyperlocal 'buurt' geheugenvanoost.amsterdam

hyperlocal (Facebook) Spaarndammerbuurt op Facebook

hyperlocal (Facebook) Zeeheldenbuurt op Facebook

hyperlocal 'buurt' westersite.nl

hyperlocal (Facebook) Westersite op Facebook

Bijlage3: Infosheet Den Haag

dagbladen
dagbladen
dagbladen

AD Haagse Courant
ad.nl/den-haag
AD Haagsche Courant op Facebook

dagbladen

De Telegraaf

dagbladen
dagbladen
dagbladen

Den Haag Centraal
denhaagcentraal.nl
Den Haag Centraal op Facebook

huis-aan-huisbladen
huis-aan-huisbladen
huis-aan-huisbladen

De Posthoorn
deposthoorn.nl
De Posthoorn op Facebook

huis-aan-huisbladen

Haags Nieuwsblad

huis-aan-huisbladen
huis-aan-huisbladen
huis-aan-huisbladen

Zuidwesterkrant
haagmedia.nl
Haagswijknieuws

huis-aan-huisbladen
huis-aan-huisbladen
huis-aan-huisbladen

De Loosduinse Krant
loosduinsekrant.nl
Loosduinse Krant op Facebook

huis-aan-huisbladen
huis-aan-huisbladen

HaagWest Nieuws
haagwestmedia.nl

huis-aan-huisbladen
huis-aan-huisbladen
huis-aan-huisbladen

Scheveningsche Courant
krant1.haagsekustmedia.nl
Scheveningsche Courant op Facebook

omroepen
omroepen
omroepen
omroepen

Omroep West: Televisie (regionaal)
Omroep West: Radio (regionaal)
omroepwest.nl
Omroep West op Facebook

omroepen
omroepen
omroepen
omroepen

Den Haag FM: Televisie (lokaal)
Den Haag FM: radio (lokaal)
denhaagfm.nl
Den Haag FM op Facebook

omroepen
omroepen

FunX: Radio (Den Haag)
funx.nl/den-haag

omroepen **FunX TV**
omroepen FunX Den Haag op Facebook

omroepen **cineacdenhaag.tv**
omroepen **(Vrienden van) Cineac Den Haag op Facebook**

HYPERLOCALS (ALGEMEEN) Den Haag Direct
HYPERLOCALS (ALGEMEEN) Den Haag Direct op Facebook

HYPERLOCALS (ALGEMEEN) Den Haag Dichtbij
HYPERLOCALS (ALGEMEEN) Den Haag Dichtbij op Facebook

HYPERLOCALS (ALGEMEEN) Edjes Vlog
HYPERLOCALS (ALGEMEEN) Edjes vlog op Facebook

HYPERLOCALS (ALGEMEEN) Haagsallerlei

HYPERLOCALS (ALGEMEEN) Haagspraak
HYPERLOCALS (ALGEMEEN) **Haagspraak op Facebook**

HYPERLOCALS (ALGEMEEN) Hagazine

HYPERLOCALS (ALGEMEEN) Omroep Scheveningen
HYPERLOCALS (ALGEMEEN) WTFTV
HYPERLOCALS (ALGEMEEN) WTFTV op Facebook

HYPERLOCALS (ALGEMEEN) Hart van Scheveningen
HYPERLOCALS (ALGEMEEN) **Scheveningsnieuws op Facebook**

HYPERLOCALS (NICHE, ONDERWERP) **Link**

HYPERLOCALS (NICHE, ONDERWERP) The Hague Online
HYPERLOCALS (NICHE, ONDERWERP) TheHagueOnLine op Facebook

HYPERLOCALS (NICHE, ONDERWERP) **Straatnieuws Den Haag**
HYPERLOCALS (NICHE, ONDERWERP) Straatnieuws Den Haag op Facebook

HYPERLOCALS (NICHE, ONDERWERP) **070magazine**

HYPERLOCALS (NICHE, ONDERWERP) **Leuk in Den Haag**
HYPERLOCALS (NICHE, ONDERWERP) Leuk in Den Haag op Facebook

HYPERLOCALS (NICHE, ONDERWERP) District8.net
HYPERLOCALS (NICHE, ONDERWERP) District8 op Facebook

HYPERLOCALS (NICHE, ONDERWERP)	Nieuws op beeld
HYPERLOCALS (NICHE, ONDERWERP)	Nieuws op beeld op Facebook
HYPERLOCALS (NICHE, ONDERWERP)	Regio15
HYPERLOCALS (NICHE, ONDERWERP)	Regio15 op Facebook

HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL / BUURT)	Archipelbuurt Den Haag
HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL / BUURT)	Benoordenhout Den Haag
HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL / BUURT)	Bezuidenhout Den Haag
HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL / BUURT)	Bohemen Den Haag
HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL / BUURT)	Bomen en Bloemenbuurt Den Haag
HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL / BUURT)	CentrumDH
HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL / BUURT)	DuindorpDH
HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL / BUURT)	Thuis in Duinoord
HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL / BUURT)	Geuzenkwartier
HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL / BUURT)	Groente & Fruitmarkt
HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL / BUURT)	Heesterbuurt
HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL / BUURT)	Houtwijk
HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL / BUURT)	Kijkduin
HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL / BUURT)	Kortenbos
HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL / BUURT)	Kraayenstein
HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL / BUURT)	Laakkwartier
HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL / BUURT)	Leidschenveen
HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL / BUURT)	Leyenburg Den Haag
HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL / BUURT)	Loosduinen
HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL / BUURT)	Mariahoeve
HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL / BUURT)	Marlot

HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL / BUURT)	Meer en Bos
HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL / BUURT)	MoerwijkDH
HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL / BUURT)	MorgenstondDH
HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL / BUURT)	Notenbuurt
HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL / BUURT)	Regentessekwartier
HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL / BUURT)	Rivierenbuurt
HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL / BUURT)	RustenburgOostbroek
HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL / BUURT)	ScheveningenDH
HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL / BUURT)	Schildersbuurt
HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL / BUURT)	Spoorwijk
HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL / BUURT)	Statenkwartier
HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL / BUURT)	Stationsbuurt
HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL / BUURT)	Transvaalkwartier
HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL / BUURT)	Valkenboskwartier
HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL / BUURT)	Van Stolkwijk
HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL / BUURT)	Vogelwijk
HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL / BUURT)	BouwlustVrederust
HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL / BUURT)	Vruchtenbuurt
HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL / BUURT)	Wateringseveld
HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL / BUURT)	YpenburgDH
HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL / BUURT)	Zeeheldenkwartier
HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL / BUURT)	Zuiderpark
HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL / BUURT)	Zuidwal
HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL / BUURT)	archipelwillemspark
HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL / BUURT)	Bewonersorganisatie Archipel & Willemspark

HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL /
BUURT)

Het Oude Centrum

HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL /
BUURT)

Moerbeiplein

HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL /
BUURT)

Reinkenstraat

HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL /
BUURT)

Reinkenstraat op Facebook

HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL /
BUURT)

Schilderwijk.nl

HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL /
BUURT)

Ypenburgsche Courant

HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL /
BUURT)

Wijkparknieuws

HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL /
BUURT)

Wijkpark Transvaal

HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL /
BUURT)

Zeeheldennieuws

HYPERLOCAL (NICHE, STADSDEEL /
BUURT)

Zeeheldennieuws

Bijlage 4: Codeerinstructie

Onderzoek Nieuwsecosystemen G4-steden (2016-2017)

Stimuleringsfonds voor de Journalistiek

Codeerinstructie (handleiding coderen deelonderzoek 1)

Inhoudsopgave

- | | |
|---------------------------------------|-------|
| 1) Inleiding | p. 2 |
| 2) Algemene informatie | p. 3 |
| 3) Handleiding bij het codeersjabloon | p. 9 |
| 4) Praktische informatie | p. 18 |

1. Inleiding

Beste onderzoeker,

Onderliggende handleiding dient als naslagwerk bij de codeerwerkzaamheden die je najaar 2016 zult uitvoeren voor het onderzoeksproject 'Nieuwsecosystemen van G4-steden'. Dit project borduurt voort op eerder onderzoek van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek: Onder de overkoepelende titel 'Nieuwsvoorziening in de regio' bracht we in de jaren 2012 t/m 2015 de stand van de lokale journalistiek in kaart: 1)infrastructuur voor lokaal nieuws; 2)lokaal nieuws online; 3)aanbod en gebruik van lokaal nieuws in 'kleine' en 'grote' gemeenten (>50.000 inwoners); 4)lokaal nieuws in regionale dagbladen, 2004 vs. 2014.

Deze codeerinstructie beperkt zich tot het eerste van vier deelonderzoeken, dat een antwoord moet geven op de vraag 'Welk lokaal nieuws wordt door nieuwsmedia gebracht?' Voor het tweede deelonderzoek ('Hoe worden lokale nieuwsgebeurtenissen verslagen?') waaraan je een bijdrage zult leveren, krijg je te zijner tijd een aanvulling op deze handleiding.

Bij dit eerste deelonderzoek ga je lokaal nieuws coderen op de offline en online platformen van regionale dagbladen, huis-aan-huisbladen, regionale en lokale publieke omroepen en niet-landelijke commerciële omroepen. Afgezien van deze traditionele nieuwsmedia worden ook particuliere nieuwssites in dit onderzoek meegenomen, de zogeheten 'hyperlocals'. Je codeert zowel audio en video (radio en televisie), als geschreven nieuwsberichten die je aantreft in printuitgave en digitaal: website, app & nieuwsbrief. NB: in het tweede deelonderzoek – waarbij de focus komt te liggen op enkele grote nieuwsgebeurtenissen – wordt ook de berichtgeving op facebook¹, twitter en youtube onder de loep genomen.

Welke titels en kanalen je precies moet coderen vind je terug in het infosheet van de te analyseren stad: hierin vind je eveneens terug in welke vorm en via welke aanvliegroute de nieuwsberichten in een medium worden geïnventariseerd. Radioprogramma's beluister je bijvoorbeeld niet live, maar laten we als mp3 via wetransfer opsturen door de omroep, zodat we die desgewenst later kunnen herbeluisteren. Toegang tot papieren kranten wordt digitaal verkregen, hiervan codeer je de ePaper (= replica van de papieren krant). Hoewel de inhoudsanalyse overwegend kwantitatief van aard is, biedt het coderen van nieuwsproducties – het tellen van berichten en het indiceren ervan op onderwerp, genre, brongebruik en originaliteit mogelijkheden om de kwaliteit van lokaal nieuws te beoordelen.

Om inzicht te krijgen in de kwantiteit en de kwaliteit van lokaal nieuws gaan we na hoeveel en wat voor lokaal nieuws er in G4-steden voor handen is, waaruit het aandeel van hyperlocals in de nieuwsvoorziening bestaat en welke rol is weggelegd voor verspreiding van lokaal nieuws via social media door media en niet-media (deelonderzoek 3). Dit doen we om een inzichtelijk te kunnen maken wat de eventuele toegevoegde waarde is van hyperlocals en social media binnen het nieuwecosysteem, ten opzichte van kranten en omroepen.

In deze handleiding vind je veel praktische informatie waarop je kunt terugvallen bij het coderen: wat te coderen, hoe het codeersjaboon in te vullen en hoe je ingevulde sjablonen (excelbestanden) upload naar de gezamenlijke dropbox die speciaal voor dit doel wordt ingericht. Het is zeker niet de bedoeling dat je onderstaand stuk uit je hoofd leert. Wel is het raadzaam dit stuk een aantal keer grondig door te lezen voorafgaand aan de codeurstrainingen op 10, 15 en 23 augustus.

Stimuleringsfonds voor de Journalistiek / email: quintkik@svdj.nl / telefoon: 06 55 14 50 69

¹ Voor zover een nieuwsmidium gebruik maakt van *instant articles* worden berichten ook meegenomen in het eerste deelonderzoek. In het infosheet vind je terug in hoeverre hiervan bij het betreffende medium sprake is.

2. Algemene informatie

Voor dit onderzoek ga je voor de aan jouw team toegewezen stad al het zelf geproduceerde nieuws coderen dat gedurende een volledige, aaneengesloten week zowel online als offline de revue passeert via de kanalen die zijn opgenomen in het infosheet.

Onder punt 2.1-2.6 volgt nadere toelichting.

2.1 Een volledige, aaneengesloten week

Onder een volle week verstaan we bij dit onderzoek alle afzonderlijke dagen (ma-di-wo-do-vr-za-zo) in de periode van 12 t/m 18 september 2016. Het excelbestand 'Infosheet [G4-stad]'² bevat een verdeling van nieuwsmedia over jou en je mede-onderzoekers, alsmede uitleg bij het verkrijgen van toegang tot deze nieuwsmedia (kolom E: instructies) en eventuele aandachtspunten (kolom F: bijzonderheden). Voor de selectie van te analyseren radio- en televisieprogramma's op regionale en lokale omroepen is een apart tabblad aangemaakt.

Voor zowel offline als online nieuwsmedia geldt: wacht met coderen bij voorkeur niet langer dan maximaal 3 dagen. De meeste media – ook de offline kranten en programma's – kun je benaderen via de website van het nieuwsmedium. Let op: Sommige media beperken hun archieffunctie voor pdf-krant of uitzending gemist-functie (UGF) tot hooguit één of enkele weken. Het infosheet maakt hier altijd melding van.³ Hetzelfde geldt voor offline kranten of programma's die niet online beschikbaar en derhalve achteraf moeten worden opgestuurd. Tip: Neem de tijd om het infosheet eerst grondig te bestuderen en plan je codeerwerkzaamheden vooruit.

2.2 online / offline

Soms lijkt de scheidslijn tussen offline en online niet altijd even helder. In de praktijk benader je bijna alle nieuwsproducties in digitale vorm, ook offline kranten, radio- en televisieprogramma's. Houdt er echter rekening mee dat nieuws dat je aantreft in een ePaper (pdf) en programma's die je via uitzendinggemist op de website (of als mp3) terugkijkt en –luistert, dient te beschouwen als offline nieuwsmedia. Radionieuwsbulletins en televisiejournals en talkshows / debatten op radio en televisie splits je op in afzonderlijk te coderen 'nieuwsberichten'.

Veel omroepen plaatsen geschreven nieuwsberichten op hun website, sommige vullen dit aan met een audio- en/of videofragment (afkomstig uit een al dan niet eerder uitgezonden radionieuwsbulletin of televisiejournal). Het geschreven bericht dien je te coderen als online nieuws; het audio- en/of videofragment heb je mogelijk al voorbij zien of horen komen in het offline televisie- of radioprogramma van diezelfde dag en gecodeerd als offline nieuws. Probeer dit vast te stellen en maak van een audio- of videofragment dat je niet hebt kunnen traceren melding in het codeersjabloon, kolom U (opmerkingen).

Zorg ervoor dat je bij het coderen van geschreven nieuws op websites 'incognito' te werk gaat. In de browser Chrome vind je rechts bovenin het scherm het menu 'Google Chrome aanpassen en beheren'; selecteer de optie 'Nieuw incognitovenster' (= Ctrl + Shift + N). Hiermee voorkom je dat Google naar verloop van tijd zoekresultaten 'op maat' gaat het aanbieden (= aan de orde bij het vaststellen van de originaliteit / herkomst van een bericht).

² Werk in uitvoering: de infosheets worden pas in de tweede helft van augustus voltooid.

³ Soms maken specifieke radioprogramma's geen deel uit van een 'uitzendinggemist-archief'; in die gevallen laten we ze als mp3 via wettransfer opsturen door de omroep.

Wacht met het coderen van online nieuws tenminste 24 uur, zodat het aantal reacties (kolom T) onder een bericht zo volledig is.

2.3 Nieuwsmedia

Binnen lokale medialandschap van een gemeente valt onderscheid te maken tussen lokale en regionale nieuwsmedia.

Lokale media zijn weekbladen, lokale omroepen en particuliere nieuwssites (hyperlocals).

- Een **weekblad** kan een gratis huis-aan-huisblad zijn maar ook een betaald of onbetaald nieuwsblad. Weekbladen kennen een verschijningsvorm van één of twee maal per week. Veel (maar lang niet alle) offline weekbladen hebben een website. Het nieuws wordt ofwel dagelijks ververst, dan wel het wordt eenmaal per week met het verschijnen van de papieren krant online gepubliceerd. Daarnaast bieden veel weekbladen via hun website toegang tot een ePaper of pdf-versie van de offline krant. Nogmaals: Een online geplaatste pdf dient te worden gecodeerd als offline nieuws; het betreft immers replica van de papieren krant. Het op zichzelf staande nieuws op de website codeer je uiteraard als online nieuws. NB: in een uitzonderlijke geval moet een fysiek exemplaar van een weekblad worden opgevraagd.
- Een **lokale (publieke) omroep** beschikt over tenminste één, maar dikwijls meerdere kanalen (radio, televisie, website) waarop nieuws kan worden aangetroffen. Offline nieuws verschijnt meestal in de vorm van dagelijks televisiejournaal en/of radionieuwsbulletins op halve uren, sporadisch worden ook programma's met achtergronden bij het nieuws uitgezonden. In het infosheet vind je op een separaat tabblad terug welke programma's beluistert en / of bekeken dienen te worden. Radio en televisie zijn offline nieuwsmedia, geschreven berichten op de website dien je als online nieuws te coderen.⁴ Bij de meeste lokale publieke omroepen bestaat een deel van het programma uit televisie zonder bewegend beeld, ofwel teksttv. Uit praktische overwegingen is dit, evenals teletekst, buiten dit onderzoek gehouden.
- Een particuliere nieuwssite of **hyperlocal**: de naam is ongelukkig gekozen aangezien het hier niet altijd om extreem lokale media gaat die op stadsdeel- of wijkniveau opereren. Met hyperlocals worden online nieuwskanalen bedoeld die niet horen bij de traditionele nieuwsmedia (uitgevers en omroepen), maar zelfstandig daarvan opereren. Dikwijls betreft het een nieuwssite of –blog van een gepensioneerde, ontslagen of voor zich begonnen journalist (of collectief), even zo vaak zijn het goedwillende amateurs of hobbyfotografen met een fetisj voor hulpdiensten (brandweer, politie of ambulance - 112).

Op een aantal van dit soort nieuwssites wisselen eigen content en doorgeplaatste (pers)berichten van andere media of de gemeente, lokale politieke partijen, middenstand, verenigingen, etc. elkaar af in wisselende verhoudingen, een praktijk waar overigens ook veel weekbladen en lokale omroepen zich online schuldig aan maken. Dit gebeurt lang niet altijd met bronvermelding: Van dergelijke vormen van plagiaat dien je melding te maken in het codeersjabloon, kolommen Q (originaliteit) en R (URL oorspronkelijke herkomst). Hoe je hierbij te werk gaat, is terug te lezen in hoofdstuk 3. en hyperlocals hebben niet de professionele standaard die je van een journalistiek medium zou verwachten.

Bovengenoemde media zijn in de meeste gevallen volledig gericht op één gemeente. Je kunt er vanuit gaan dat al het nieuws dat je hier aantreft, gecodeerd dient te worden.

⁴ Sommige lokale omroepen ontberen in het geheel lokaal nieuws op hun kanalen of plaatsen het nieuws van andere media door. In de G4-steden hoef je hier echter niet op bedacht te zijn.

Naast lokale nieuwsmedia zijn er in een gemeente ook regionale nieuwsmedia actief. Op hun kanalen tref je nieuws uit meerdere gemeenten aan. Afhankelijk van de dateline – in sommige gevallen ook de strekking van het bericht – codeer je het hier gevonden nieuws.

- Een **regionaal dagblad** is van oudsher het meest prominent aanwezige medium in een gemeente. Je zal dit met name merken aan de hoeveelheid berichten en de professionele uitstraling van de website/krant in vergelijking met veel lokale media. Vrijwel alle regionale dagbladen kennen een groot aantal edities; inlegkranten met een zelfstandige editietitel die gericht zijn op één of meerdere gemeenten. Voor de grotere gemeenten – rond de 100.000 inwoners en meer – geldt dat je hier verreweg de meeste nieuwsberichten zal aantreffen.
- In sommige gemeente heeft het **landelijk dagblad** een **regio-editie of –pagina**. Zo kent de Telegraaf een Metropool-pagina voor elk van de G4-steden, verschijnen van gratis krant Metro aparte edities in Amsterdam en Rotterdam (ook de website maakt dit onderscheid), heeft NRC een bijlage voor Rotterdam en maken de Volkskrant en Trouw gebruik van correspondenten voor afzonderlijke G4-steden: Volkskrant voor Amsterdam, Rotterdam / Den Haag en Utrecht en Trouw alleen één voor Rotterdam en één voor Den Haag.
- Een **regionale (publieke) omroep** is op alle kanalen (radio, televisie, website) actief met regionaal (provincie) en lokaal nieuws, hoewel dit laatste zich veelal beperkt tot de gemeente waar de redactie is gevestigd; meestal is dit de provinciehoofdstad. Offline nieuws verschijnt in de vorm van een dagelijks televisiejournaal en/of radionieuwsbulletins op halve uren, een aantal regionale omroepen heeft daarnaast ook programma's met achtergronden. Radio en televisie zijn offline nieuwsmedia, geschreven berichten op de website dienen als online nieuws te worden gecodeerd.
- Een **niet-landelijke commerciële omroep** is in tegenstelling tot lokale en regionale publieke omroepen niet door de overheid gefinancierd. In de praktijk zal je dit medium niet of nauwelijks tegenkomen, aangezien maar weinig van deze omroepen lokaal of regionaal nieuws verzorgen. NB: een aantal niet-landelijke commerciële omroepen beschikt over een televisiezender zonder bewegend beeld, ofwel kabelkrant. Evenals zijn publieke tegenhanger teksttv is dit mediumtype buiten het onderzoek gehouden.
- **Niche media**, specifiek gericht op **minderheden of expats**: voor zover deze kranten, omroepen en websites Nederlandse content bevatten gericht op bevolkingsgroepen in de te onderzoeken G4-steden worden zij in het onderzoek betrokken.
- **Niche media**, specifiek gericht op **één of enkele onderwerpen**: cultuur, economie, onderwijs etc.: denk aan Universiteitsbladen en daarvan afgeleide websites, uitmagazines of websites over gebiedsontwikkeling. Een voorwaarde is dat zij kunnen bogen op een onafhankelijke redactie en een wekelijkse verschijningsfrequentie.

2.4 Nieuws

Het Stimuleringsfonds heeft voor de G4-steden een definitieve lijst opgesteld (= infosheet) met actieve nieuwsmedia die meegaan in het onderzoek. Deze voldoen aan een aantal criteria:

1. **Territoriumvereiste**: het nieuwsmedium moet in aanleg gericht zijn op de te onderzoeken gemeente. Regionale omroepen en regionale dagbladen (& landelijke dagbladen met regio-edities) opereren op regio- of provincieniveau, maar berichten over daarbinnen liggende gemeenten en gaan om die reden mee in dit onderzoek. Neem ook de volgende aandachtspunten in acht:

- a. In eerste instantie selecteer je relevante nieuwsberichten op het voorkomen van de gemeentenaam in de dateline van het bericht. Tegelijkertijd moet je er op bedacht zijn dat de te coderen gemeente ook kan figureren in een bericht waarin een andere plaatsnaam figureert (of provincie, of zelfs helemaal geen aanduiding van de plaats waar het nieuws zich afspeelt).
 - b. In het geval van 'Utrecht' moet je extra alert zijn op het onderscheid tussen 'nieuws over de stad' en 'nieuws uit de gelijknamige provincie'.
 - c. Verder zijn in provinciehoofdsteden (Utrecht, Rotterdam) instellingen gevestigd als provinciaal bestuur, intergemeentelijke instanties en rechtbanken; nieuwsberichten met rechtsbankverslagen mogen bijvoorbeeld alleen gecodeerd worden als incident, dader en / of slachtoffer een link hebben met de te coderen gemeente.
 - d. Houdt ook rekening met het voorkomen in datelines van binnen de gemeente voorkomende stadsdelen (Amsterdam, Rotterdam) en wijken.
 - e. Het komt voor dat een dateline een gemeente vermeldt, maar dat in het te coderen bericht geen aanknopingspunten te vinden zijn voor nieuws over deze gemeente. In dat geval laat je het bericht links liggen.
2. Originaliteitsvereiste: Sommige media verweven gekopieerde content (bijv. persberichten, nieuwsberichten van andere media) met eigen nieuws; als basisregel geldt dat, om bij dit onderzoek te worden meegenomen, het nieuwsmedia voor een aanzienlijk deel eigen nieuws vervaardigen. Die selectie is overigens vooraf gemaakt.
 3. Frequentievereiste: het medium moet ten minste wekelijks nieuwe berichten plaatsen over de te onderzoeken gemeente.

2.5 Politiek nieuws

Nieuws over de lokale politiek: Indien de gemeente (Raad, B&W, ambtelijk apparaat, semi-overheid) een duidelijk te identificeren rol speelt in een nieuwsitem, geldt dat bericht als 'lokaal beleid' (codeersjabloon, kolom H). Dit betreft bestuurlijke (uitvoerende en wetgevende c.q. controlerende) aangelegenheden van lokale overheid. Je vindt hieronder een vijftal criteria waaraan je kunt afmeten of een bericht over lokale politiek c.q. beleid gaat:

1. Verslagen, voorbeschoouwingen, commentaren en reacties die te maken hebben met bijeenkomsten van gemeenteraad, raadscommissies en politieke partijen.
2. Artikelen die voorgenomen gemeentelijk beleid betreffen zoals bestemmingsplannen, subsidieaanvragen of verkeersmaatregelen. NB: de gemeentepagina in huis-aan-huisbladen gaat nooit mee! Dit zijn namelijk persberichten van de gemeente zelf.
3. Berichten die protesten of kritiek van inwoners of betrokkenen tegen het daadwerkelijke gemeentelijke beleid betreffen.
4. Artikelen over het beleid van provincies, waterschappen en intergemeentelijke en regionale instanties (o.a. stadsregio/stadsgewest, veiligheidsregio's, natuurbeheer), voor zover deze te maken hebben met het gemeentelijke beleid.
5. Berichten over het beleid van 'semi-overheid': dit zijn instanties die wettelijke taken of beleid van algemeen belang uitvoeren en die deels of geheel bestaan bij de gratie van publieke financiering: bedrijven uit de zogeheten quartaire sector (openbaar bestuur, openbare orde en veiligheid, sociale zekerheid, onderwijs en onderzoek, zorg en welzijn, cultuur en recreatie, maatschappelijke organisaties, infrastructuur, milieudienstverlening en volkshuisvesting).

Let op: Het figureren van de burgemeester, een wethouder of raadslid in een nieuwsbericht betekent niet automatisch dat het bericht over lokaal beleid gaat. Komt een gedragsdrager op een bijeenkomst om 'lintjes te knippen' en doet deze in het artikel verder geen nadere mededelingen over een specifiek beleidsterrein, dan geldt het bericht niet als lokaal beleid.

2.6 Informatie (≠ nieuws) die niet gecodeerd dient te worden

Onder het lokale nieuws dat meegaat in dit onderzoek, bevinden zich berichten die zich ophouden in een grijs gebied tussen nieuws en informatie. Indien je hier onzeker over bent, maak bij het betreffende bericht een aantekening in het codeersjabloon, kolom u (opmerkingen) en bespreek dit met de projectleider. Een aantal typen berichten dien je daarom bij voorbaat links te laten liggen:

1. Berichten zonder evident journalistieke input: familieberichten, (rouw)advertenties, horoscopen, weerberichten, verkeersinformatie, beurskoersen, prijsvragen, puzzels / sudoku's, recepten, programmaoverzichten, berichten met een service-achtig karakter, etc. NB: Berichten met journalistieke input zoals recensies codeert u alleen indien het lokale aangelegenheden betreft (rubrieken over boeken, cd's, films in bioscoop en op televisie etc. die (inter)nationaal zijn verschenen codeert u dus niet, een bespreking van een voorstelling in de plaatselijke schouwburg codeert u juist wél).
2. Alle typen nieuws waar een commercieel belang aan vast zit; hieronder vallen ook de 'prikbordberichten' ofwel sec aankondigingen. Denk hierbij ook aan reclames, advertenties, als zodanig aangemerkte advertorials, vacatures, aanbiedingen van cursussen, trainingen, workshops, etc. Als een artikel (veelal éénkolommer) eindigt met aanvangstijden, (entree-)prijzen en website-links, dan gaat het meestal om een advertorial of doorgeplaatst persbericht en kun je het artikel links laten liggen. Weeg zo zorgvuldig mogelijk het bericht, soms staat er voldoende nieuws in waardoor de balans naar de goede kant doorslaat. Probeer zo mogelijk vast te stellen dat het daadwerkelijk om een 1-op-1 doorgeplaatste content gaat (voor een toelichting hoe je hierbij te werk gaat, zie hoofdstuk 4, kolom Q (originaliteit) en R (URL herkomst)).
3. In dit onderzoek worden sportnieuws buiten beschouwing gelaten: Sportkaternen en wedstrijdverslagen worden niet gecodeerd. Mocht je echter een nieuwsbericht over sport aantreffen dat tevens de financiële of organisatorische aangelegenheden van een sportclub betreft – de aanleg van een nieuws sportveld, de exploitatie van horeca bij de sportaccommodatie – dan codeer je dit bericht wél. Dergelijke berichten hebben betrekking op sport, maar gaan in feite over bouw of economie.
4. Foto's zonder tekst: In principe kan een foto een enorme nieuws waarde hebben, maar zonder duiding van plaats, tijd en omstandigheden is een foto simpelweg niet te coderen. Staat er in het onderschrift voldoende informatie (zoals hierboven vermeld), dan wordt het bericht/de foto wel meegenomen.
5. Een historisch verslag is geen nieuwsbericht, tenzij het aanhaakt bij of opgehangen is aan een actueel nieuwsfeit. Het historisch verslag is een geliefd type bericht bij sites die een sterk regionaal karakter hebben. Vaak wordt naar aanleiding van een oude foto of iets dergelijks een bericht gepubliceerd over hoe het vroeger was in die regio. Dit zijn berichten zonder actualiteit en worden dus niet meegenomen in het onderzoek. Archeologische vondsten en dergelijke worden natuurlijk wél meegeteld.

6. Human interest-verhalen zijn geen nieuwsberichten, tenzij ze aanhaken bij een actueel nieuwsfeit en daarmee van algemeen belang zijn. Ter illustratie: een portret van een persoon, die al twintig jaar met hartproblemen kampt, is niet van algemeen belang. Hangt een dergelijk portret echter samen met een lokale inzamelingsactie ten behoeve van hartpatiënten in de te coderen gemeente, dan telt het weldegelijk mee als een nieuwsbericht.
7. Informatie van de gemeente: Deze persberichten van de gemeenten zelf (bekendmakingen, vergunningen, berichten van huishoudelijke aard, etc.), waaraan in sommige weekbladen hele pagina's zijn gewijd, zijn geen onafhankelijke journalistieke producties. In de meeste gevallen zijn ze te herkennen aan afwijkende typografie. Soms zijn hiervan afgeleide berichten te vinden (al dan niet bewerkt) op de websites van nieuwsmedia. In geval van twijfel over de herkomst – dit wil zeggen: je kunt niet onomstotelijk vaststellen dat het om een persbericht gaat – codeer je het bericht in de veronderstelling dat het een onafhankelijk nieuwsbericht betreft.

3. Handleiding bij het codeersjabloon

Algemene opmerkingen bij het codeersjabloon:

- De invulvelden zitten op slot. Probeer je iets in te voeren dat niet in overeenstemming is met het format, dan verschijnt de melding (dialoogvenster) *onjuiste invoer*. Druk vervolgens op *annuleren* en vul alsnog een geldige invoer in.
- Indien van toepassing: Mocht je vanwege eigen onderzoek extra zaken willen coderen dan in het huidige codeboek mogelijk is, dan kun je na of achter de laatste kolom (U / Algemene opmerkingen) zelf thema's toevoegen.
- Verander onder geen beding iets aan de door ons klaargezette kolommen en/of de volgorde daarvan! Houd je hier niet aan, dan levert dit later problemen op bij het overzetten naar één totaalbestand en wordt je vriendelijk doch dringend verzocht je veranderingen ongedaan te maken.

Kolom A – Naam codeur

Vul je voor- en achternaam in. Tip: Een handigheidje van Excel is dat je zichzelf herhalende informatie maar één keer hoeft in te voeren; kopieer je naam in regel naar regel 3 en 4 en selecteer vervolgens cellen A2 t/m A4 en sleep de cursor zo ver naar beneden als het aantal berichten dat je na 7 dagen in zijn totaliteit hebt gecodeerd. Deze tip heeft ook betrekking op kolommen B t/m E.

Kolom B – Gemeentenaam

Vermeld de naam van de gemeente (G4-stad) waarover je een nieuwsbericht codeert.

Kolom C – Mediumtype

Je vindt hier een dropdownmenu: kies uit de lijst het juiste mediumtype. Elk afzonderlijk excelbestand bevat de gecodeerde berichten van hooguit één mediumtype.

Kolom D – Titel nieuwsmedium

Vul de naam van het medium in, bijv. 'AD-Utrechts Nieuwsblad'. Als het om een online medium gaat, vermeld dan de URL t/m de '.nl'- extensie, bijvoorbeeld 'parool.nl' of rtvutrecht.nl (= 'www' of 'http' laat je hierbij achterwege).

Kolom E – Naam editie of programma

Indien je te maken hebt met een bepaalde editie van een dagblad (bijv. AD-Utrechts Nieuwsblad, editie stad), vul je in deze kolom 'editie stad' in. Bij het coderen van nieuwsberichten bij omroepen noteer je de naam van het radio- of tv-programma waarin je het bericht hebt aangetroffen (bijv. RTVNH, NH Nieuws = kolom D 'RTVNH', kolom E 'NH Nieuws'). NB: Bij het coderen van nieuwsberichten op websites laat je kolom E leeg.

Kolom F – Datum publicatie

Je vindt hier een dropdownmenu: kies uit de lijst de juiste datum.

Kolom G – Onderwerp

Een journalistieke productie kan vallen onder één van de zestien onderstaande onderwerpen. Achter het onderwerp staan tussen haakjes nadere toelichtingen. Je zult in het Excelbestand een dropdownmenu zien als je in een van de velden van kolom G gaat staan. De onderwerpen kunnen zijn:

- Bestuur & financiën: Nieuws dat de gemeentelijke begroting of bezuinigingen 'in het algemeen' betreft, anders gezegd het 'huishoudboekje'. Gaat het om uitgaven m.b.t. één specifiek beleidsterrein (bijv. zorg, onderwijs, verkeer, etc.), dan dient het bericht het bij dit onderwerp behorende etiket opgeplakt te krijgen. Onder 'bestuur' wordt verder verstaan: fusie- en herindelingskwesties, beter bestuur (gedragscode), dienstverlening (bijv. aanstaande gemeenteraadsverkiezingen, openstelling gemeentehuis, afhalen paspoort, rijvaardigheidskursussen voor ouderen etc.) en personalia B&W, raadsleden en lokale afdelingen politieke partijen.
- Bouw: Nieuws over ruimtelijke ordening in de zin van bestemmingsplannen met betrekking tot terreinen, panden en monumenten. Het ter sprake brengen van vergunningen is hier een belangrijke aanwijzing. NB: het dikwijls onder ruimtelijke ordening geschaarde 'natuur & milieu' wordt als afzonderlijk onderwerp aangemerkt.
- Economie: Nieuws over de lokale economie en de invloed die groot-, midden en kleinbedrijf daarop hebben, zoals blijkt uit jaarcijfers (omzet, winst & verlies), nieuwe producten en innovaties, maar ook verhalen over de lokale middenstand, agrarische sector of familiebedrijven die sinds jaar en dag in de gemeente zijn gevestigd.
- Kunst & cultuur: nieuws over uiteenlopende kunstuitingen (o.a. beeldende kunst, literatuur, architectuur), musea en tentoonstellingen, archeologische vondsten en (nieuwe) media. Ook een bespreking van een voorstelling valt hieronder; het verschil met het onderwerp 'uitgaan & cultuur' is dat bij kunst & cultuur dieper op een stroming of product wordt ingegaan, met veel oog voor detail.
- Minderheden & integratie: Nieuws waarin migrantengroepen c.q. nieuwe Nederlanders een hoofdrol vervullen en dat ingaat op integratievraagstukken (komst asielzoekerscentra, bouw moskeeën, religieus onderwijs, hoofddoekjes). Ook vluchtelingenopvang maakt hiervan deel uit. Onder 'minderheid' wordt verstaan: *"Een groep die geringer van aantal is dan de rest van de bevolking van een gemeente, waarvan de leden andere etnische, religieuze of linguïstische kenmerken vertonen en een solidariteit tonen gericht op het voortbestaan van hun cultuur."*
- Natuur & milieu: Nieuws betreffende bos- en natuurbeheer, groenvoorziening / plantsoendienst, volkstuintjes, kinderboerderijen, duurzaamheid (afvalscheiding zonnepanelen, windmolens, etc.). Ook het ter sprake brengen van gemeentelijke regelgeving m.b.t. ruimtelijke ordening waar het de leefomgeving binnen en buiten de bebouwde kom aangaat (denk aan luchtvervuiling, geluidsoverlast) vormt een belangrijke aanwijzing voor dit onderwerp.
- Netwerken: Nieuws inzake gas-, water- & elektriciteit-, riolering- & communicatie (kabel, glasvezel, 4G).
- Onderwijs: Nieuws over lager/middelbaar/hoger/bijzonder onderwijs en opvoeding.
- Rechtspraak: Rechtbankverslagen, deze codeer je echter alleen wanneer dader en / of slachtoffer afkomstig zijn uit de te onderzoeken gemeente of wanneer het incident waarvoor iemand terecht staat hier heeft plaatsgevonden.
- Uitgaan en vrije tijd: binnen- en buitenrecreatie, toerisme (van hotels tot campings), pretparken, festivals, kermis, carnaval (e.a. lokale folklore en gebruiken), eten & drinken, verenigingsleven (inclusief amateursport, voor zover het randvoorwaarden en geen verslagen/uitslagen betreft).
- Veiligheid: alle 112-meldingen waaraan hulpdiensten als politie, brandweer en ambulance te pas komen (ongevallen, inslaande brand, inbraken, alcohol- en

snelheidscontroles, arrestaties). Net als bij rechtspraak geldt: dergelijke berichten codeer je echter alleen wanneer dader en / of slachtoffer afkomstig zijn uit de te onderzoeken gemeente of wanneer het incident hier heeft plaatsgevonden. Ook terroristische dreiging en voorzorgsmaatregelen tegen aanslagen vallen hieronder.

- Verkeer: Nieuws betreffende infrastructuur via land, water en lucht. In de eerste plaats wegen en bereikbaarheid: Wegwerkzaamheden en aanpassingen aan verkeerssituaties zoals gevaarlijke kruisingen, plaatsing van verkeerslichten, een onverlichte tunnel of onbewaakte spoorwegovergang en parkeergelegenheid in de gemeente. Ook openbaar vervoer (trein, tram, metro, bus) vallen hieronder, alsmede taxibedrijven en luchthaven / vliegverkeer.
- Werkgelegenheid: Al het nieuws waarin zaken voorbij komen als lonen, pensioenen, werkloosheidsuitkeringen & uitkeringsinstanties (UWV), vakbonden & werkgeversorganisaties, reorganisaties en uitzendbureaus.
- Wetenschap: Nieuws over onderzoek aan universiteiten, gevestigd in de gemeente.
- Wonen: Nieuws met huisvesting als onderwerp, bijvoorbeeld koop- en huurwoningen, hypotheek, corporaties en huurtoeslag.
- Zorg & welzijn: Nieuws over medische zorg (huisarts, tandarts, psychische zorg, ziekenhuizen, GGD), verzorgingstehuizen, uitvaart/crematoria/begraafplaatsen, kinderopvang, verslaafden- en daklozenopvang, liefdadigheid (inzamelingsacties, sponsorlopen, etc.) en welzijn / gezondheid van de lokale bevolking. Denk hierbij ook aan de overheveling van zorgtaken van het Rijk naar de gemeente (Wet Maatschappelijke Ondersteuning, WMO) en het persoonsgebonden budget (pgb).

Let op: Sommige nieuwsberichten gaan over meer dan één onderwerp. Ga in die gevallen uit van het dominante onderwerp of de dominante invalshoek. Dit kun je afmeten aan het onderwerp waaraan de meeste regels worden gewijd en/of het onderwerp dat uit de kop (intro, lead) af te lezen valt. Hieronder een voorbeeldlijst met lastig in te delen onderwerpen:

- kerken, religie (afhankelijk van de context: kunst & cultuur, bouw of zorg & welzijn)
- land- en tuinbouw (economie of milieu & natuur)
- begraafplaatsen (bouw, zorg & welzijn of bestuur & financiën)
- groene energie (netwerken of natuur & milieu)
- afvalverwerking (netwerken of natuur & milieu)
- speelplaatsen (bouw of zorg & welzijn)
- vrijwilligerswerk (zorg & welzijn of economie)

Bovenstaande lijst is natuurlijk niet uitputtend, maar bedoeld om je een idee te geven van de verschillende 'smaken' die in nieuwsproducties kunnen voorbijkomen.

Kolom H - Lokaal beleid

In deze kolom vermeld je of het nieuwsitem betrekking heeft op lokaal beleid over de gemeente. Hiervoor is een aantal criteria opgesteld (zie paragraaf 2.5). Vermeld een '1' (= ja) of een '0' (= nee).

Kolom I - Titel artikel/item

Hier vermeld je de titel van het nieuwsitem. De titel dient in zijn geheel te worden overgenomen (d.w.z.: Geen afkortingen of weglating van woorden of zinsdelen). Mocht het nieuwsitem geen titel hebben (omdat het bijvoorbeeld voorbij komt in een radio- of

televisieprogramma), creëer dan zelf een kort en bondige titel voor het item. Tip: Je kunt eventueel ook op de website van de omroep op zoek gaan naar het bijbehorende, geschreven bericht en de titel hiervan overnemen.

Tip bij het knippen en plakken van titels: kies bij plakken voor optie 'plakken speciaal' en selecteer vervolgens 'niet-opgemaakte tekst', zodat de geplakte tekst het lettertype en de puntgrootte van het sjabloon overneemt. Indien het vak na het knippen meerdere regels beslaat (= het vak wordt na het plakken door Excel groter gemaakt), druk dan op de knop 'tekstterugloop' (= onder menubalk, tabblad Start) om er weer één regel van te maken.

Kolom J - Aantal woorden

Vermeld hier het aantal woorden waaruit een geschreven nieuwsbericht bestaat; laat hierbij titel en dateline & mogelijk aanwezige streamer of quote uit het bericht buiten beschouwing; tussenkopjes, inzet / kader en onderschriften bij foto's worden wel meegeteld. Bij het coderen van online nieuwsmedia en digitale replica's van offline dagbladen kun je voor het tellen van woorden de tekst online selecteren en in een leeg Word-document plakken. Word geeft altijd onderin je scherm in de statusbalk aan hoeveel woorden het document bevat. Maak je gebruik van een Apple computer, houd er dan rekening mee dat het aantal woorden standaard te hoog uitvalt. Apple computers lezen namelijk koppeltokens als aparte woorden. Maak in dit geval gebruik van het online hulpmiddel wordcounttool.com.

Bij een fysieke papieren krant of bij een website of ePaper waarvan de content op slot zit, probeer je het aantal woorden zo nauwkeurig mogelijk te schatten. Dit doe je door het aantal woorden per regel te tellen van de eerste vijf regels van het bericht; vervolgens tel je het aantal regels, dit vermenigvuldig je met het eerder vastgestelde gemiddeld aantal woorden per regel. NB: je hoeft bij het schatten niet aan te geven of een artikel 187 of 189 woorden telt; een schatting in eenheden van 50 woorden volstaat hier (150, 200, 250, etc.) Codeer je een video,- of audio-item, dan laat je dit veld leeg.

Kolom K - Aantal seconden

Vermeld hier het aantal seconden waaruit een audio- of video-item bestaat. Ook hier geldt, mocht je niet exact kunnen zien hoe lang een nieuwsitem is, beperk je dan tot een schatting afgerond op 30 seconden. Reken de tijd om in seconden: Een correcte invulling van het veld is simpelweg: 260. Een niet-correcte variant is '4 min 20 sec'; het codeersjabloon zal in dit laatste geval dan ook een foutmelding tonen.

Kolom L – Genre

Een nieuwsbericht of –productie kan vallen onder één van de voor dit onderzoek onderscheiden genres:

- Nieuwsbericht: kort bericht ('kortje', 'éénkolommer': indicatie is 100 woorden of 15-30 seconden), met alleen de nieuwsfeiten op een rijtje. Tenminste aan bod komen de vragen wie, wat, waar en wanneer, soms is er ook ruimte voor de vragen waarom en hoe. Sec aankondigingen tellen niet als nieuwsbericht (zie paragraaf 2.6 Informatie ≠ nieuws).
- Nieuwsverhaal: iets uitgebreider bericht (ca. 250-400 woorden of 30-90 seconden), zakelijk en feitelijk (wie, wat, waar en wanneer). De hoe- en waarom-vraag komen net iets vaker aan bod dan bij 'gewone' nieuwsberichten – en dan hooguit in 1 alinea – maar lang niet altijd. Een nieuwsverhaal kent meer dan één bron en bevat dikwijls

een citaat. Een follow-up stuk is vaak in de vorm van een nieuwsverhaal. Het actuele nieuws is de invalshoek c.q. het nieuws is leidend. Samengevat: Het verschil met een nieuwsbericht zit hem in de lengte, een grotere kans op beantwoording van de waarom en hoe-vraag en er wordt meer dan één bron geraadpleegd (citaat).

- Achtergrondverhaal / nieuwsanalyse: een langer artikel – vanaf 400 à 500 woorden (indicatief!) – waarin context bij en duiding aan nieuwsgebeurtenissen wordt gegeven. Achtergronden bij het nieuws leggen verband tussen oorzaken en gevolgen; het beantwoorden van de hoe- en waaromvraag is in dergelijke berichten cruciaal, de lezer/kijker/luisteraar moet het nieuws beter kunnen begrijpen en zich er een mening over kunnen vormen. Minstens zo cruciaal is het aanhalen van minstens twee (impliciete of expliciete) bronnen. Een variant op het achtergrondverhaal is de nieuwsanalyse, die zich onderscheidt door de journalist zelf meer aan het woord te laten in de rol van neutrale deskundige. Samengevat: het verschil met een nieuwsverhaal zit hem in de lengte, onontkoombaarheid van de beantwoording van de waarom en hoe-vraag en het raadplegen van tenminste twee bronnen.
- Verslag / reportage: Bericht over een gebeurtenis, bijeenkomst, evenement of incident, gemaakt vanuit de positie van de journalist als ooggetuige op locatie. Bestaat uit een selectie van eigen waarnemingen van de journalist, zo nodig aangevuld met reacties (quotes) van aanwezigen. Een meer uitgebreide variant is de reportage, waarbij de journalist streeft naar een zo volledig mogelijk beeld van de gebeurtenis door zijn verhaal naast eigen waarneming te baseren op research en verschillende bronnen.
- Interview / profiel / portret: (uitgebreid) vraaggesprek met één persoon (soms ook meerdere personen), naar aanleiding van een nieuwsfeit. De geïnterviewde geeft een toelichting op een actuele nieuwsontwikkeling of achtergrondinformatie bij al langer lopende nieuwskwesties. Een variant hierop is het profiel, waarbij in het interview de focus wordt gelegd bij de betrokkene zelf in plaats van het nieuwsfeit; voorts is er het portret waarin een schets wordt gegeven van het leven, denken en werken van een persoon. Actuele nieuwsgebeurtenissen vormen de aanleiding voor een profiel, terwijl een portret een afgewogen, analyserende beschrijving achteraf is.
- Debat: vraag- en antwoordgesprek, waarbij aan meerdere gasten dezelfde stellingen worden voorgelegd. Bij het coderen van een debat knip je het programma op in losse debatonderwerpen; elk van deze onderwerpen codeer je op een afzonderlijke regel in het codeersjabloon.
- Talkshow: live of opgenomen programma met twee of meer gasten die met elkaar en/of met de presentator in gesprek gaan. Bij het coderen van een talkshow knip je het programma op in losse gespreksitems; elk van deze items codeer je op een afzonderlijke regel in het codeersjabloon.
- Commentaar: (hoofdredactioneel) commentaar c.q. mening van het medium zelf (d.w.z. niet noodzakelijk van de redacteur).
- Opiniestuk: betoog / opiniërend stuk van de hand van een van buiten het medium afkomstige auteur. Het gaat om meningen, niet om feitelijke berichtgeving.
- Column: Persoonlijke ontboezeming over van alles en nog eens wat, meestal haaks staand op het nieuws. Een column wordt alleen meegenomen indien deze verband houdt met nieuws uit de te coderen gemeente en voor zover de column aanhaakt bij een actueel nieuwsfeit.

- Ingezonden brief: reactie c.q. mening van een lezer op een eerder in het medium verschenen publicatie. Een brief wordt alleen meegenomen indien deze verband houdt met nieuws uit de te coderen gemeente en voor zover de brief aanhaakt bij een actueel nieuwsfeit.
- Samengestelde producties: dien je op te splitsen in losse bestanddelen en vervolgens als afzonderlijke nieuwsberichten te coderen. Houdt rekening met artikelen / producties in kranten die op de voorpagina (van de editie) worden ingezet (dikwijls d.m.v. een nieuwsbericht) en die verderop in de krant worden 'vervolgd' (d.m.v. een nieuwsverhaal, reportage, achtergrondartikel etc.). Je dient deze artikelen in samenhang te lezen en ook als zodanig te coderen (d.w.z. overal hetzelfde onderwerp en, voor zover vermeld, ook dezelfde bronnen). Soms loopt het stuk door en wordt het letterlijk elders in de krant 'vervolgd' (= het verhaal loopt door), dit dien je als één nieuwsbericht te beschouwen.

Kolom M t/m P – Opgevoerde bronnen

Je kunt hier maximaal vier verschillende bronnen per nieuwsitem aangeven (per kolom één). Het figureren van actoren in het nieuwsbericht betekent lang niet altijd dat het hier om opgevoerde bronnen gaat. Opgevoerde bronnen zijn te herkennen aan expliciete quotes van betrokken actoren, maar er kan ook gebruik worden gemaakt door impliciete quotes (= parafrasering van de journalist / auteur van het artikel). Naast fysieke bronnen (in de vorm van personen) telt bijvoorbeeld een document (beleidsstuk, rapport, brief, etc.) als bron, aangezien hieruit kan worden ge-quote. Wel moet uit het nieuwsitem duidelijk naar voren komen wie of wat de bron is: Wees alert op werkwoorden als 'zegt', 'wil', 'vindt', etc.

Je kunt bij het coderen kiezen uit tien verschillende soorten opgevoerde bronnen, te weten:

- Overheid (bestuur): 'uitvoerende macht' = het college van Burgemeester en Wethouders en het bijbehorende ambtenarenapparaat en vaste commissies waarbinnen (deel)beleid wordt besproken (bijv. welstandscommissie). Op provincieniveau behoren gedeputeerden tot dit type bron, landelijk reken je ook de premier, ministers en staatssecretarissen en hun ministeries hiertoe. Persberichten afkomstig van de gemeente en onderzoeksrapporten in opdracht van de (lokale) overheid vallen er eveneens onder.
- Politici: 'wetgevende macht' = de gemeenteraad en leden & medewerkers van lokale afdelingen van politieke partijen en de lokale rekenkamers. Ook bronnen als partijprogramma's, persberichten of andere publicaties van politieke partijen worden hiertoe gerekend.
- Bedrijven: Individu dat vanuit zijn functie binnen een commercieel bedrijf iets zegt, van industrie in de regio tot boeren en lokale middenstand (winkeliers, horeca) die in die hoedanigheid worden bevraagd. NB: advocaten worden aangemerkt als 'bedrijven')
- Maatschappelijke organisaties: Particuliere organisaties in de samenleving die verschillende groepen, meningen en belangen vertegenwoordigen en een brugfunctie vervullen tussen individuele burgers en overheid. Denk bijvoorbeeld aan kerken, vakbonden / werkgeversverenigingen, milieubeweging en andere pressiegroepen, uiteenlopende sociale organisaties (NB: het gaat in dit geval om professionals, vrijwilligers worden ingedeeld bij de 'actieve burgerbronnen'). Ook 'semi-overheid' onder deze bron geschaard: alles wat behoort tot de zogeheten

quartaire sector⁵ ofwel niet-commerciële dienstverlening die deels of geheel wordt gesubsidieerd door de overheid: ziekenhuizen, verpleeghuizen, brandweer, justitie (politie en rechter, maar niet de advocaat: deze wordt tot 'bedrijven' gerekend), defensie, sociaal werk, cultuursector, wetenschapssector en scholen. Tot slot horen UWV, openbaar vervoer, woningbouwcorporaties en netwerkbeheer op het gebied van gas, water, elektriciteit, riolering en communicatie tot de maatschappelijke organisaties (= voor zover het NUTS-voorzieningen betreft, indien het geprivatiseerde instellingen betreft dienen zij als 'bedrijven' te worden aangemerkt).

- Deskundigen: Individuen of organisaties die vanuit beroep, functie of ervaring veel van een bepaald onderwerp afweten. Een bron wordt gecodeerd als 'deskundige' indien de vragen die deze beantwoord inhoudelijk betrekking hebben op het onderwerp en mits deze onafhankelijk is.
- Andere media: Een quote uit of verwijzing naar een ander nieuwsmedium of een journalist die wordt geïnterviewd, of deelneemt aan een talkshow of debat.

Voor dit onderzoek wordt onderscheid gemaakt tussen vier rollen waarin burgers kunnen worden opgevoerd als bron, variërend van passief tot actief. In de passieve rollen is de inhoudelijke inbreng van de opgevoerde burger beperkt, in de actieve rollen hebben burgers een belangrijke inhoudelijke rol of voorbeeldfunctie:

- burger als voorbijganger (vox-pop): Passieve rol bij uitstek. Deze personen zijn willekeurig gekozen en niet op grond van inhoudelijke overwegingen. Het is op voorhand onzeker of ze een zinvolle bijdrage aan het nieuwsbericht leveren.
- burger als betrokkene of ooggetuige: Eveneens een passieve rol. In dit geval staat de burger in verband met de nieuwsaanleiding. Aangezien deze burger op enigerlei wijze betrokken is bij het nieuwsfeit kan deze wel enige inhoudelijke informatie geven.
- burger als vertegenwoordiger: Hier wordt de burger opgevoerd als vertegenwoordiger namens een groep. Het gaat hierbij niet om een formele organisatie en de burger wordt niet opgevoerd in de hoedanigheid van een professional; is dit wel het geval, dan wordt deze bron ingedeeld bij maatschappelijke middenveld. De journalist heeft deze burger niet willekeurig gekozen en spreekt de vertegenwoordiger aan als lid van een groep. De burger als vertegenwoordiger zorgt voor een inhoudelijke bijdrage aan het nieuws en vervult daarmee een actieve rol.
- burger als participant: De participerende burger is net als de vertegenwoordiger een vrijwilliger en kan iemand zijn die protesteert, een probleem aankaart, de publiciteit zoekt of op een of andere wijze een voorbeeldrol vervult. Ook hier is sprake van een actieve rol. Belangrijk verschil met de burger als vertegenwoordiger is dat de participant namens zichzelf spreekt; de journalist spreekt hem of haar aan als individu.

Let op! Mochten er meer dan vier bronnen in het item voorkomen, dan kun je in het vak 'algemene opmerkingen' (kolom U) melding maken van de extra opgevoerde bronnen. Vermeldt de bronnen zoveel mogelijk in de volgorde waarin zij in het nieuwsbericht voorkomen; zo voorkom je dat je bij het coderen mogelijk bronnen over het hoofd ziet.

⁵ Sociaal Cultureel Planbureau: *Tot de quartaire sector worden een aantal maatschappelijke functies gerekend, te weten: openbaar bestuur, openbare orde en veiligheid, sociale zekerheid, onderwijs en onderzoek, zorg en welzijn, cultuur en recreatie, maatschappelijke organisaties, infrastructuur, milieudienstverlening en volkshuisvesting. Genoemde functies sporen min of meer met bedrijfstakken. Aldus afgebakend omvat de quartaire sector de gehele collectieve sector alsmede alle (private) non-profitorganisaties. De commerciële producenten die tot de quartaire sector worden gerekend behoren grotendeels tot twee categorieën: 1) producenten die voor een belangrijk deel uit collectieve middelen worden gefinancierd zoals vrijgevestigde medische beroepsbeoefenaren, apothekers en het openbaar vervoer, en 2) commerciële diensten die substituten zijn voor publieke of non-profitdiensten zoals particulier onderwijs en commerciële omroeporganisaties.*

Kolom Q – herkomst online nieuwberichten

Veel nieuwsberichten blijken gedeeltelijk bewerkte persberichten. Vooral online komt het nogal eens voor dat een nieuwsbericht 1-op-1 is overgenomen van derden zoals overheden, politieke partijen, bedrijven, politie.nl en / of organisaties uit het maatschappelijk middenveld. Dit gebeurt met citaten en al, lang niet altijd is daarbij sprake van bronvermelding. Dergelijke berichten moeten tijdens het coderen worden 'ontmaskerd' zodat zij later in de analysefase alsnog kunnen worden 'gediskwalificeerd'.

Bij het coderen van online nieuws moet je – in het bijzonder op de websites van lokale media (huis-aan-huisbladen, lokale omroepen en hyperlocals) – van elk nieuwsbericht zekerheidshalve nagaan of het niet geknipt en geplakt blijkt te zijn van de websites van derden. Je doet dit door een deel van het bericht te selecteren en vervolgens te plakken in het zoekvak van Google. Wees erop alert dat je hiervoor een zo opvallend mogelijke passage selecteert, bij voorkeur een met een citaat. Google toont in zijn resultaten waar het bericht is aangetroffen; dikwijls (maar niet altijd) staat bij elk bericht vermeldt wanneer het online werd geplaatst (= '3 uur geleden', '2 dagen geleden', etc.). Hoe langer geleden, des te aannemelijker het is dat deze website het bericht als eerste bracht.

Je vult in kolom Q een '1' in indien het bericht door het nieuwsmedium zelf is vervaardigd (= 'origineel'). Blijkt het bericht niet van het medium zelf afkomstig te zijn, dan vul je hier een '0' in. Neem bij het controleren de volgende aanwijzingen in acht:

- Kijk goed wat je knipt en plakt: Sommige websites zijn zo geprogrammeerd dat je met het knippen en plakken, afgezien van de door jouw geselecteerde passage, onbedoeld ook de URL van de website meekopieert. Vanzelfsprekend komt dan de website waarvan je het bericht kopieert als eerste bovendrijven.
- Voor het knippen en plakken selecteer je bij voorkeur niet de lead / intro van het artikel, maar een verderop in het artikel gelegen passage.
- Indien je de mogelijkheid hebt om een quote te knippen en plakken, maak hier dan gebruik van. Quotes worden in 'gejatte' artikelen vaak één-op-één overgenomen, terwijl andere delen van het artikel slechts worden omgebouwd.
- Tip: mocht je het bericht niet kunnen vinden via een Google-check, maar je voelt aan dat het een persbericht is, kijk dan vooral eens op de websites van (gemeentelijke) overheden, lokale afdelingen van politieke partijen, bedrijven, politie.nl of ander in het bericht genoemde instanties. Vaak vind je hier een bevestiging van je donkerbruine vermoeden.
- Het vaststellen van de herkomst beperk je in principe tot online geschreven nieuws (tenzij je het online gecodeerde item vrijwel 1-op-1 tegenkomt in de offline tegenhanger van het gecodeerde online medium).
- De praktijk van 'leentjebuurt spelen' wordt verhoudingsgewijs vaker aangetroffen bij lokale media dan bij hun regionale tegenhanger. Ook deze laatste bouwen persberichten van derden om, maar bij hen is de journalistieke bewerking toch net iets zichtbaarder dan de websites van huis-aan-huisbladen, lokale omroepen en hyperlocals laten zien.
- *Kun je de originaliteit niet vaststellen, dan krijgt het nieuwsbericht het voordeel van de twijfel en vul je een '1' in.*

Kolom R – URL herkomst online berichten

Indien een bericht niet van het onderzochte nieuwsmedium afkomstig blijkt te zijn (= je hebt in kolom Q een 0 ingevuld), kopieer dan in kolom R de volledige URL van de oorspronkelijke vindplaats; deze link dient later als bewijslast.

Kolom S – Reactievak

Indien een online nieuwsmedium de nieuwsconsument mogelijkheden biedt een reactie achter te laten, coderen we hier een '1', anders een '0'. Bij offline media kunt u dit niet nagaan: laat in dit geval deze kolom LEEG.

Kolom T – Aantal reacties

Als er een reactieveld aanwezig is, noteert u hier het aantal reacties op het moment van inventariseren. Dit getal kan natuurlijk variëren al naar gelang het moment van inventariseren. Daarom vragen wij u een online nieuwsmedium pas 24 uur na het verschijnen van een nieuwsbericht te inventariseren. Bij offline media kunt u dit niet nagaan: laat in dit geval deze kolom LEEG.

Kolom U - Algemene opmerkingen

Hierin kun je alles kwijt dat nadere aandacht verdient tijdens de gezamenlijke bespreking aan het eind van iedere week. Van nieuwsberichten waarbij je tijdens het coderen tegen onduidelijkheden aanloopt, maak je hier een aantekening.

4. Praktische informatie

Ieder nieuwsmedium wordt in een afzonderlijk excelbestand gecodeerd: de zogeheten codeersjablonen. Voor offline en een online kanalen van een en dezelfde nieuwstitel maak je aparte codeersjablonen aan; binnen offline omroep werk je voor televisie en voor radio eveneens binnen aparte sjablonen. Hierin codeer je de nieuwsproducties voor elk van de zeven afgesproken dagen.⁶ De door jou ingevulde codeersjablonen zullen na de inventarisatieperiode worden samengevoegd tot twee totaalbestanden, 1 offline en 1 online, zodat we hier later gebruik van kunnen maken bij deelonderzoek 2.

4.1 Dropbox

De codeersjablonen maak je zelf aan door een leeg codeersjabloon te downloaden en dit voorafgaand aan het coderen eerst op te slaan onder de volgende bestandsnaam:

[naam van medium (editie)]_[online óf offline]_NESG4.xls

NESG4 = Nieuwsecosystemen grote 4 steden

- Achter 'naam van medium' vermeldt je voor zover hiervan sprake is '(de editie)'.
- Achter 'offline' vermeldt je bij een omroep of het '(radio)' of '(tv)' betreft.
- Achter 'online' vermeldt je voor zover hiervan sprake is '(app)', '(video)', '(niewsbrief)' of '(facebook)'.

Voorbeelden:

Utrecht_AD (UN, ed. stad)_offline_NESG4

Rotterdam_RTV Rijnmond_online (facebook)_NESG4

Amsterdam_AT5_offline (radio)_NESG4

Ieder teamlid krijgt toegang tot de dropboxmap 'Nieuwsecosystemen G4'. Een leeg codeersjabloon vind je in de submap:

Dropbox/.../G4-onderzoek 2016-2017/uitvoering/codeersjabloon nieuwsecosystemen

Zodra het codeerwerk voor een medium c.q. dag is voltooid, upload je de bestanden naar het hiervoor bestemde dropbox-submap:

Dropbox/.../G4-onderzoek 2016-2017/uitvoering/upload [gemeente]

- Upload na voltooiing van de codeerwerkzaamheden voor een medium c.q. een dag te allen tijde de gecodeerde bestanden (óók als je nog niet alle dagen af hebt) naar de dropbox en maak met enige regelmaat ook lokale kopieën (back-up) van je werk. Hiermee voorkom je dat je bij een eventuele computer-crash, stroomuitval, vergissingen bij het opslaan etc. al het werk voor niets is geweest (en dus in je eigen tijd moet gaan repareren).
- De te coderen week loopt van maandag 12 t/m zondag 18 september. Voor het codeerwerk staan 3 á 4 weken ingepland.

Dropbox/.../G4-onderzoek 2016-2017/uitvoering/analyse totaalbestanden is de submap waarmee we na zondag 2 oktober aan de slag gaan voor deelonderzoek 2: de cases. Hierin vind je een totaalbestand offline en een totaalbestand online terug.

⁶ Wanneer je op een van de te coderen dagen geen nieuws aantreft en dit niet samenhangt met de frequentie waarmee een nieuwsmedium verschijnt of de frequentie waarmee een programma wordt uitgezonden, maak je hiervan een aantekening in kolom U (algemene opmerkingen) / cel 2. Zie ook de toelichting in hoofdstuk 3, onder kolom F (datum publicatie) en hoofdstuk 4, Belangrijke aandachtspunten.

In de map:

Dropbox/.../G4-onderzoek 2016-2017/uitvoering/infosheet nieuwsecosystemen

vind je een Excelbestand met een overzicht van welke titels en kanalen (offline & online / print, radio & televisie / website, digitale nieuwsbrief, app & facebook⁷) je de nieuwsproducties moet coderen: welke dagbladeditie, welke weekbladen (= de dag waarop ze verschijnen) en welke radio- en televisieprogramma's met nieuws en actualiteiten. Hierin vind je eveneens terug in welke vorm en via welke aanvliegroute de nieuwsberichten in een medium worden geïnventariseerd. Lees deze bestanden grondig door voordat je begint met coderen en houd hiermee rekening bij de verdeling en planning van de codeerwerkzaamheden.

De codeerinstructie vind je in de map:

Dropbox/.../G4-onderzoek 2016-2017/uitvoering/codeerinstructie nieuwsecosytemen

4.2 Belangrijke aandachtspunten

- Verschijnings- en uitzendfrequentie: Dagbladen verschijnen bijna elke dag, weekbladen verschijnen doorgaans één keer per week op een vaste dag, radio- en televisieprogramma's worden volgens een vast schema⁸ uitgezonden. Websites en radio- en televisieprogramma's kunnen ook op zondag nieuwe berichten bevatten.
- Gezamenlijke verantwoordelijkheid: Hoewel er in de laatste jaren veel ervaring is opgedaan met coderen en de inschatting van de hoeveelheid werk per mediumtype redelijk is te benaderen, is het is goed mogelijk dat bij nieuwsmedia in G4-steden veel meer nieuws wordt aangetroffen dan we tot dusver gewend waren. Voor het coderen van één week nieuws over de betreffende stad staan 3 weken tot jullie beschikking. Er is getracht het codeerwerk zo eerlijk mogelijk te verdelen. Aangezien je gezamenlijk verantwoordelijk bent voor het codeerwerk, spring je bij als duidelijk wordt dat je groepsgeenoot onevenredig veel codeerwerk heeft liggen.
- Coderen in groepsverband: We hebben afgelopen jaren gemerkt dat het voordelen oplevert wanneer je – zeker in het begin – in groepsverband codeert. Je kunt bij elkaar te raden gaan en elkaar op de hoogte houden van de vorderingen bij het coderen, alsmede tijdig achterstanden signaleren en deze gezamenlijk oplossen.
- Geen nieuws aangetroffen: Geef in het codeersjabloon van het betreffende medium altijd blijf ervan dat je elk van de afgesproken dagen hebt geïnventariseerd op aanwezigheid van nieuws, ook al tref je op sommige dagen geen nieuws aan. Noteer in het laatste geval in kolom U (Algemene Opmerkingen) / cel 2 'geen nieuws aangetroffen [op de volgende dagen]'. NB: Laat geen witregels tussen de dagen.
- Twee halve artikelen: Dagbladen opteren er nogal eens voor om een artikel op de voorpagina te laten beginnen en dit elders door te laten lopen. Wees alert op zinsneden als 'Zie ook p. x' of 'Vervolg op p. y'. Afhankelijk van de inhoud dien je dit te coderen als één bericht dan wel twee separate berichten. Vuistregels hierbij zijn: als de items afzonderlijk van elkaar te begrijpen zijn en een afgerond geheel vormen, dan codeer je ze afzonderlijk. Een artikel dat begint op de voorpagina en letterlijk wordt voortgezet elders in de krant codeer je daarentegen als één artikel. NB: kranten

⁷ In het eerste deelonderzoek codeer je berichten op facebookpagina's van een nieuwsmidium alleen indien hierbij gebruik is gemaakt van de functionaliteit 'instant articles'.

⁸ De zogeheten 'horizontale programmering': Op werkdagen beginnen op vaste tijdstippen dezelfde programma's.

plaatsen weliswaar vaak een nieuwe kop boven het tweede stuk over hetzelfde onderwerp, maar dat hoeft dus lang niet altijd op een nieuw artikel te duiden.

- 'Help, ik kom er niet uit': Mocht je bij het coderen van een nieuwsitem tegen problemen aanlopen – dit kan elk van de te coderen eenheden betreffen – maak hiervan dan een aantekening in kolom U (Algemene Opmerkingen). Al naar gelang de behoefte is er aan het einde van iedere week een live of telefonisch spreekuur om in dergelijke gevallen lastige knopen door te hakken.

4.3 Intercodeursbetrouwbaarheid (ICB)

- Week van 3-7 oktober, houdt rekening met een dag werk
- 10% van het gecodeerde materiaal hercoderen volgens een vaste verdeling (ntb)
- Nadere toelichting volgt in laatste week van september

Bijlage 5: ICB Codeurs Den Haag

Per variabele (lokaal beleid, onderwerp, genre, aantal bronnen) is de KALPHA berekend om iets te kunnen zeggen over de mate van betrouwbaarheid van de codering van de 6 codeurs.

KALPHA is Krippendorff's Alpha. Hiermee kun je de ICB berekenen van 3 of meer codeurs, anders dan de 'gewone' Cohen's KAPPA waar 2 codeurs met elkaar vergeleken worden.

Bij een KALPHA van 0.8 spreekt men van een goede betrouwbaarheid, tot een minimum 0.6/0.67. Onder 0.6 is de betrouwbaarheid van de codering niet goed genoeg om harde uitspraken te doen.

Variabele lokaal beleid: KALPHA 0.658 (aan de ondergrens, maar betrouwbaar)

Er kan vanuit gegaan worden dat de codeurs op dezelfde manier de artikelen hebben beoordeeld.

**ReCal 0.1 Alpha for 3+ Coders
results for file "Den haag lokaal beleid.csv"**

File size: 1027 bytes
N coders: 6
N cases: 79
N decisions: 474

Average Pairwise Percent Agreement

Average pairwise percent agr.	Pairwise pct. agr. cols 1 & 6	Pairwise pct. agr. cols 1 & 5	Pairwise pct. agr. cols 1 & 4	Pairwise pct. agr. cols 1 & 3	Pairwise pct. agr. cols 1 & 2	Pairwise pct. agr. cols 2 & 6	Pairwise pct. agr. cols 2 & 5	Pairwise pct. agr. cols 2 & 4	Pairwise pct. agr. cols 2 & 3	Pairwise pct. agr. cols 3 & 6	Pairwise pct. agr. cols 3 & 5	Pairwise pct. agr. cols 3 & 4	Pairwise pct. agr. cols 4 & 6	Pairwise pct. agr. cols 4 & 5	Pairwise pct. agr. cols 5 & 6
90.295%	94.937%	89.873%	92.405%	87.342%	93.671%	91.139%	93.671%	91.139%	88.608%	87.342%	87.342%	84.81%	92.405%	87.342%	92.405%

Fleiss' Kappa

Fleiss' Kappa	Observed Agreement	Expected Agreement
0.658	0.903	0.717

Average Pairwise Cohen's Kappa

Average pairwise CK	Pairwise CK cols 1 & 6	Pairwise CK cols 1 & 5	Pairwise CK cols 1 & 4	Pairwise CK cols 1 & 3	Pairwise CK cols 1 & 2	Pairwise CK cols 2 & 6	Pairwise CK cols 2 & 5	Pairwise CK cols 2 & 4	Pairwise CK cols 2 & 3	Pairwise CK cols 3 & 6	Pairwise CK cols 3 & 5	Pairwise CK cols 3 & 4	Pairwise CK cols 4 & 6	Pairwise CK cols 4 & 5	Pairwise CK cols 5 & 6
0.659	0.789	0.659	0.657	0.544	0.764	0.688	0.809	0.67	0.639	0.568	0.626	0.453	0.684	0.573	0.755

Krippendorff's Alpha (nominal)

Krippendorff's Alpha	N Decisions	$\sum_o o_c^{***}$	$\sum_c n_c(n_c - 1)^{***}$
0.658	474	428	160536

***These figures are drawn from [Krippendorff \(2007, case C\)](#).

Onderwerpen: KALPHA 0.726 (betrouwbaar)

Er kan vanuit gegaan worden dat de codeurs op dezelfde manier de artikelen hebben beoordeeld.

**ReCal 0.1 Alpha for 3+ Coders
results for file "Den Haag onderwerpen.csv"**

File size: 1073 bytes
N coders: 6
N cases: 79
N decisions: 474

Average Pairwise Percent Agreement

Average pairwise percent agr.	Pairwise pct. agr. cols 1 & 6	Pairwise pct. agr. cols 1 & 5	Pairwise pct. agr. cols 1 & 4	Pairwise pct. agr. cols 1 & 3	Pairwise pct. agr. cols 1 & 2	Pairwise pct. agr. cols 2 & 6	Pairwise pct. agr. cols 2 & 5	Pairwise pct. agr. cols 2 & 4	Pairwise pct. agr. cols 2 & 3	Pairwise pct. agr. cols 3 & 6	Pairwise pct. agr. cols 3 & 5	Pairwise pct. agr. cols 3 & 4	Pairwise pct. agr. cols 4 & 6	Pairwise pct. agr. cols 4 & 5	Pairwise pct. agr. cols 5 & 6
79.831%	86.076%	72.152%	91.139%	81.013%	82.278%	84.81%	73.418%	81.013%	88.608%	81.013%	70.886%	81.013%	78.481%	70.886%	74.684%

Fleiss' Kappa

Fleiss' Kappa	Observed Agreement	Expected Agreement
0.725	0.798	0.266

Average Pairwise Cohen's Kappa

Average pairwise CK	Pairwise CK cols 1 & 6	Pairwise CK cols 1 & 5	Pairwise CK cols 1 & 4	Pairwise CK cols 1 & 3	Pairwise CK cols 1 & 2	Pairwise CK cols 2 & 6	Pairwise CK cols 2 & 5	Pairwise CK cols 2 & 4	Pairwise CK cols 2 & 3	Pairwise CK cols 3 & 6	Pairwise CK cols 3 & 5	Pairwise CK cols 3 & 4	Pairwise CK cols 4 & 6	Pairwise CK cols 4 & 5	Pairwise CK cols 5 & 6
0.728	0.806	0.637	0.875	0.737	0.755	0.79	0.657	0.734	0.843	0.738	0.625	0.733	0.697	0.62	0.67

Krippendorff's Alpha (nominal)

Krippendorff's Alpha	N Decisions	$\sum_c O_{cc}$ ***	$\sum_c n_c(n_c - 1)$ ***
0.726	474	378.4	59194

***These figures are drawn from [Krippendorff \(2007, case C.\)](#)

Genres: KALPHA 0.492 (ondermaats, waarschijnlijk onbetrouwbaar)

Lastig om over genres uitspraken te doen. Van belang dat de lage ICB vermeld wordt wanneer er uitspraken worden gedaan over genres.

Daarnaast is er ook gekeken naar de betrouwbaarheid wanneer er alleen gekeken wordt naar het onderscheid tussen enerzijds nieuwsverhaal+bericht (samengevoegd) ten opzichte van context+achtergrond (alle overige genres samengevoegd). De betrouwbaarheid is daarbij : 0.534. Nog steeds te laag om hier harde uitspraken over te doen.

**ReCal 0.1 Alpha for 3+ Coders
results for file "Den haag genres clusters.csv"**

File size: 1027 bytes
N coders: 6
N cases: 79
N decisions: 474

Average Pairwise Percent Agreement

Average pairwise percent agr.	Pairwise pct. agr. cols 1 & 6	Pairwise pct. agr. cols 1 & 5	Pairwise pct. agr. cols 1 & 4	Pairwise pct. agr. cols 1 & 3	Pairwise pct. agr. cols 1 & 2	Pairwise pct. agr. cols 2 & 6	Pairwise pct. agr. cols 2 & 5	Pairwise pct. agr. cols 2 & 4	Pairwise pct. agr. cols 2 & 3	Pairwise pct. agr. cols 3 & 6	Pairwise pct. agr. cols 3 & 5	Pairwise pct. agr. cols 3 & 4	Pairwise pct. agr. cols 4 & 6	Pairwise pct. agr. cols 4 & 5	Pairwise pct. agr. cols 5 & 6
69.283%	67.089%	74.684%	74.684%	65.823%	67.089%	74.684%	72.152%	75.949%	53.165%	65.823%	63.291%	68.354%	78.481%	63.291%	74.684%

Fleiss' Kappa

Fleiss' Kappa	Observed Agreement	Expected Agreement
0.491	0.693	0.396

Average Pairwise Cohen's Kappa

Average pairwise CK	Pairwise CK cols 1 & 6	Pairwise CK cols 1 & 5	Pairwise CK cols 1 & 4	Pairwise CK cols 1 & 3	Pairwise CK cols 1 & 2	Pairwise CK cols 2 & 6	Pairwise CK cols 2 & 5	Pairwise CK cols 2 & 4	Pairwise CK cols 2 & 3	Pairwise CK cols 3 & 6	Pairwise CK cols 3 & 5	Pairwise CK cols 3 & 4	Pairwise CK cols 4 & 6	Pairwise CK cols 4 & 5	Pairwise CK cols 5 & 6
0.498	0.473	0.614	0.595	0.48	0.466	0.52	0.524	0.551	0.283	0.456	0.44	0.488	0.609	0.392	0.579

Krippendorff's Alpha (nominal)

Krippendorff's Alpha	N Decisions	$\sum_o o_{cc}^{***}$	$\sum_c n_c(n_c - 1)^{***}$
0.492	474	328.4	88524

***These figures are drawn from [Krippendorff \(2007, case C.\)](#)

Aantal bronnen: KALPHA 0.431 (ondermaats, waarschijnlijk onbetrouwbaar)

Hierbij is gekeken naar het aantal bronnen wat de codeurs hebben gevonden per artikel. (let op: Niet het soort bron). Hierop verschillen de codeurs erg van elkaar.

**ReCal 0.1 Alpha for 3+ Coders
results for file "Den Haag aantal bronnen.csv"**

File size: 1027 bytes
N coders: 6
N cases: 79
N decisions: 474

Average Pairwise Percent Agreement

Average pairwise percent agr.	Pairwise pct. agr. cols 1 & 6	Pairwise pct. agr. cols 1 & 5	Pairwise pct. agr. cols 1 & 4	Pairwise pct. agr. cols 1 & 3	Pairwise pct. agr. cols 1 & 2	Pairwise pct. agr. cols 2 & 6	Pairwise pct. agr. cols 2 & 5	Pairwise pct. agr. cols 2 & 4	Pairwise pct. agr. cols 2 & 3	Pairwise pct. agr. cols 3 & 6	Pairwise pct. agr. cols 3 & 5	Pairwise pct. agr. cols 3 & 4	Pairwise pct. agr. cols 4 & 6	Pairwise pct. agr. cols 4 & 5	Pairwise pct. agr. cols 5 & 6
58.143%	56.962%	60.759%	62.025%	65.823%	56.962%	55.696%	63.291%	48.101%	59.494%	51.899%	62.025%	53.165%	59.494%	56.962%	59.494%

Fleiss' Kappa

Fleiss' Kappa	Observed Agreement	Expected Agreement
0.43	0.581	0.266

Average Pairwise Cohen's Kappa

Average pairwise CK	Pairwise CK cols 1 & 6	Pairwise CK cols 1 & 5	Pairwise CK cols 1 & 4	Pairwise CK cols 1 & 3	Pairwise CK cols 1 & 2	Pairwise CK cols 2 & 6	Pairwise CK cols 2 & 5	Pairwise CK cols 2 & 4	Pairwise CK cols 2 & 3	Pairwise CK cols 3 & 6	Pairwise CK cols 3 & 5	Pairwise CK cols 3 & 4	Pairwise CK cols 4 & 6	Pairwise CK cols 4 & 5	Pairwise CK cols 5 & 6
0.432	0.429	0.479	0.483	0.552	0.426	0.387	0.487	0.285	0.462	0.357	0.495	0.356	0.424	0.406	0.445

Krippendorff's Alpha (nominal)

Krippendorff's Alpha	N Decisions	$\sum_c O_{cc}^{***}$	$\sum_c n_c(n_c - 1)^{***}$
0.431	474	275.6	59198

***These figures are drawn from [Krippendorff \(2007, case C\)](#).

Eerste bron: KALPHA: 0.412 (ondermaats, waarschijnlijk onbetrouwbaar)

Dit is een test van de betrouwbaarheid van de variabele: opgevoerde bron nr 1

Een reden waarom deze betrouwbaarheid laag is, is dat waarschijnlijk niet iedereen de gevonden bronnen in de juiste volgorde (volgorde van voorkomen in artikel) heeft gezet.

**ReCal 0.1 Alpha for 3+ Coders
results for file "Den Haag 1e bron.csv"**

File size: 1049 bytes
N coders: 6
N cases: 79
N decisions: 474

Average Pairwise Percent Agreement

Average pairwise percent agr.	Pairwise pct. agr. cols 1 & 6	Pairwise pct. agr. cols 1 & 5	Pairwise pct. agr. cols 1 & 4	Pairwise pct. agr. cols 1 & 3	Pairwise pct. agr. cols 1 & 2	Pairwise pct. agr. cols 2 & 6	Pairwise pct. agr. cols 2 & 5	Pairwise pct. agr. cols 2 & 4	Pairwise pct. agr. cols 2 & 3	Pairwise pct. agr. cols 3 & 6	Pairwise pct. agr. cols 3 & 5	Pairwise pct. agr. cols 3 & 4	Pairwise pct. agr. cols 4 & 6	Pairwise pct. agr. cols 4 & 5	Pairwise pct. agr. cols 5 & 6
51.308%	31.646%	60.759%	65.823%	62.025%	54.43%	34.177%	55.696%	58.228%	63.291%	34.177%	63.291%	64.557%	32.911%	54.43%	34.177%

Fleiss' Kappa

Fleiss' Kappa	Observed Agreement	Expected Agreement
0.411	0.513	0.174

Average Pairwise Cohen's Kappa

Average pairwise CK	Pairwise CK cols 1 & 6	Pairwise CK cols 1 & 5	Pairwise CK cols 1 & 4	Pairwise CK cols 1 & 3	Pairwise CK cols 1 & 2	Pairwise CK cols 2 & 6	Pairwise CK cols 2 & 5	Pairwise CK cols 2 & 4	Pairwise CK cols 2 & 3	Pairwise CK cols 3 & 6	Pairwise CK cols 3 & 5	Pairwise CK cols 3 & 4	Pairwise CK cols 4 & 6	Pairwise CK cols 4 & 5	Pairwise CK cols 5 & 6
0.424	0.229	0.529	0.564	0.525	0.435	0.262	0.474	0.481	0.538	0.255	0.559	0.548	0.242	0.444	0.268

Krippendorff's Alpha (nominal)

Krippendorff's Alpha	N Decisions	$\sum_c o_{cc}^{***}$	$\sum_c n_c(n_c - 1)^{***}$
0.412	474	243.2	38530

***These figures are drawn from [Krippendorff \(2007, case C\)](#).

Bijlage 6: UTRECHT: HET NIEUWSECOSYSTEEM VAN DE STAD IN KAART

Onderzoeksresultaten in vogelvlucht

Deelonderzoek 1: 1 week nieuws (maandag 12 september t/m zondag 18 september)

- Aantal nieuwsberichten (totaal van offline, online & Facebook): 858 (n)
 - o Aandeel dag- en huis-aan-huisbladen: 36,7%
 - o Aandeel omroep: 36,1%
 - o Aandeel zelfstandige nieuwssites: 27,2%
 - o Top 3: RTV Utrecht (36,1%), AD / UN (22,8%), DUIC (8,0%)

- Online nieuwsberichten (totaal online & Facebook): 425 (n)
 - o Aandeel traditionele media (websites kranten en omroepen): 45,2%
 - o Aandeel zelfstandige nieuwssites: 54,8%
 - o Top-3: RTV Utrecht (20,9%), AD / UN & DUIC (beide 16,2%)

- Politiek nieuws (totaal van offline, online & Facebook): 145 (n)
 - o Aandeel dag- en huis-aan-huisbladen: 42,1%
 - o Aandeel omroep: 27,6%
 - o Top-3: RTV Utrecht (27,6%), AD / UN (26,2%), DUIC (11,7%)

- Genres (totaal van offline, online & Facebook): 858 (n)
 - o Lokaal nieuws over Utrecht bestaat uit kortjes (57,7%), langere nieuwsverhalen (21,3%) en verdieping (verslagen, interviews, achtergronden, commentaren, 21,0%)
 - o Het leeuwendeel van de verdiepende berichten (n = 180) komt voor rekening van de traditionele media: dag- en huis-aan-huisbladen (46,7%) en omroepen (33,3%)
 - o Top-3: RTV Utrecht (33,3%), AD / UN (38,3%), DUIC (3%)

- Onderwerpen (totaal van offline, online & Facebook): 858 (n)
 - o Lokaal nieuws bestaat voor iets meer dan de helft uit bestuur & handhaving (politieberichten, rechtzaken) en nieuws op het gebied van cultuur & uitgaan.
 - o Ruim een derde (35,8%) van het nieuws bij omroepen (n = 310) betreft politieberichten', dag- en huis-aan-huisbladen (n = 315) leggen vergeleken met andere onderwerpkusters een iets zwaarder accent op cultuur & uitgaan (29,5%).
 - o Zelfstandige nieuwssites (n = 233) laten een iets evenwichtiger verdeling zien tussen de aandacht voor de vijf onderwerpkusters (naast de twee genoemde verder nog welzijn, ruimtelijke ordening en economie).

- Online reacties (totaal van offline, online & Facebook): 292 (n online) & 133 (n Facebook)
 - o Op websites wordt op 41,8% van de berichten gereageerd
 - o Op Facebook wordt op 51,9% van de berichten gereageerd
 - o Top-3 reacties op websites: DUIC (75,9%), RTV Utrecht (53,8%), AD / UN (35,7%)
 - o Gemiddeld aantal reacties per bericht: DUIC = 9, RTV Utrecht & AD / UN 6

Deelonderzoek 2: reconstructie 'Ongeluk op de Uithof'

- Kranten en omroepen domineren de verslaggeving over grote nieuwsgebeurtenissen (70% van de berichtgeving)
- Nieuwe ontwikkelingen binnen lopend nieuws worden relatief vaak (61%) als eerste naar buiten gebracht via Twitter en Facebook
- Bij het opvolgen van nieuws zijn media net iets vaker leidend dan volgend (54%): naast het

overnemen van informatie uit officiële mededelingen en persberichten gaan media net zo vaak zelf op zoek naar nieuwe informatie van betrokken en goed ingevoerde bronnen.

- Interessante (soms zelfs essentiële) aanknopingspunten, aangetroffen tussen online comments in de reactievakken onder nieuwsberichten, blijven grotendeels onaangeroerd.

Nieuwe invalshoeken binnen langlopende nieuwsgebeurtenissen blijven vaak onderbelicht.

Bijlage 7: HHI Berekeningen

HHI Onderwerpen	Kolom1	Kolom2	Kolom3	Kolom4	Kolom5	Kolom6	Kolom7
Amsterdam	Aantal berichten	Aandeel	Aandeel^2	Utrecht	Aantal berichten	Aandeel	Aandeel^2
bestuur & financiën	40	0,040160643	0,001612877	bestuur & financiën	30	0,032432432	0,001051863
bouw	44	0,044176707	0,001951581	bouw	25	0,027027027	0,00073046
economie	22	0,022088353	0,000487895	economie	67	0,072432432	0,005246457
kunst & cultuur	105	0,105421687	0,011113732	kunst & cultuur	95	0,102702703	0,010547845
minderheden & integratie	24	0,024096386	0,000580636	minderheden & integratie	49	0,052972973	0,002806136
natuur & milieu	34	0,034136546	0,001165304	natuur & milieu	54	0,058378378	0,003408035
netwerken	1	0,001004016	1,00805E-06	netwerken	1	0,001081081	1,16874E-06
onderwijs	60	0,060240964	0,003628974	onderwijs	32	0,034594595	0,001196786
rechtspraak	41	0,041164659	0,001694529	rechtspraak	20	0,021621622	0,000467495
uitgaan & vrije tijd	172	0,172690763	0,0298221	uitgaan & vrije tijd	124	0,134054054	0,017970489
veiligheid	243	0,243975904	0,059524242	veiligheid	200	0,216216216	0,046749452
verkeer	75	0,075301205	0,005670271	verkeer	54	0,058378378	0,003408035
werkgelegenheid	12	0,012048193	0,000145159	werkgelegenheid	25	0,027027027	0,00073046
wetenschap	5	0,00502008	2,52012E-05	wetenschap	4	0,004324324	1,86998E-05
wonen	32	0,032128514	0,001032241	wonen	45	0,048648649	0,002366691
zorg & welzijn	86	0,086345382	0,007455525	zorg & welzijn	100	0,108108108	0,011687363
	996 Totaal (HHI):		0,125911276		925 Totaal (HHI):		0,108387436
Berekening HHI Genres							
Amsterdam	Aantal berichten	Aandeel	Aandeel^2	Utrecht	Aantal berichten	Aandeel	Aandeel^2
achtergrondverhaal	20	0,020080321	0,000403219	achtergrondverhaal	14	0,015167931	0,000230066
column	16	0,016064257	0,00025806	column	21	0,022751896	0,000517649
commentaar	1	0,001004016	1,00805E-06	commentaar	1	0,001083424	1,17381E-06
ingezonden brief	12	0,012048193	0,000145159	debat	1	0,001083424	1,17381E-06
interview	93	0,093373494	0,008718609	ingezonden brief	8	0,008667389	7,51236E-05
nieuwsbericht	556	0,558232932	0,311624006	interview	53	0,057421452	0,003297223
nieuwsverhaal	230	0,230923695	0,053325753	nieuwsbericht	568	0,615384615	0,378698225
opiniestuk	4	0,004016064	1,61288E-05	nieuwsverhaal	193	0,209100758	0,043723127
talkshow	1	0,001004016	1,00805E-06	nieuwsbericht	1	0,001083424	1,17381E-06
verslag	63	0,063253012	0,004000944	opiniestuk	2	0,002166847	4,69523E-06
	996 Totaal (HHI):		0,378493895	profiel	3	0,003250271	1,05643E-05
				talkshow	59	0,063921993	0,004086021
				verslag	925 Totaal (HHI):		0,430646216
Berekening HHI Bronnen							
Amsterdam	Aantal berichten	Aandeel	Aandeel^2	Utrecht	Aantal berichten	Aandeel	Aandeel^2
andere media	40	0,034752389	0,001207729	andere media	39	0,03888335	0,001511915
bedrijven	143	0,124239791	0,015435526	bedrijven	111	0,110667996	0,012247405
burger-betrokkene / oogge	223	0,19374457	0,037536958	burger-betrokkene / oogge	167	0,166500499	0,027722416
burger-participant	37	0,03214596	0,001033363	burger-participant	33	0,032901296	0,001082495
burger-vertegenwoordiger	56	0,048653345	0,002367148	burger-vertegenwoordiger	58	0,05782652	0,003343906
burger-voorbijganger / vox	101	0,087749783	0,007700024	burger-voorbijganger / vox	64	0,063808574	0,004071534
deskundigen	55	0,047784535	0,002283362	deskundigen	38	0,037886341	0,001435375
maatschappelijke organisa	251	0,218071242	0,047555067	maatschappelijke organisa	293	0,292123629	0,085336215
overheid (bestuur)	164	0,142484796	0,020301917	overheid (bestuur)	128	0,127617149	0,016286137
politici	81	0,070373588	0,004952442	politici	72	0,071784646	0,005153035
Eindtotaal	1151 Totaal (HHI):		0,140373535	Eindtotaal	1003 Totaal (HHI):		0,158190434
HHI berekening ecosysteem							
Amsterdam	Aantal berichten	Aandeel	Aandeel^2	Utrecht	Aantal berichten	Aandeel	Aandeel^2
Dagblad	371	0,37248996	0,13874877	Dagblad	204	0,220540541	0,04863813
Huis-aan-huisblad	102	0,102409639	0,010487734	Huis-aan-huisblad	112	0,121081081	0,014660628
Hyperlocal	33	0,03313253	0,001097765	Hyperlocal	193	0,208648649	0,043534259
Lokale Omroep	284	0,285140562	0,08130514	Lokale Omroep	128	0,138378378	0,019148576
Niche Media	39	0,039156627	0,001533241	Niche Media	21	0,022702703	0,000515413
Regionale Omroep	167	0,167670683	0,028113458	Regionale Omroep	267	0,288648649	0,083318042
Eindtotaal	996 Totaal (HHI):		0,261286108	Eindtotaal	925 Totaal (HHI):		
Den Haag	Aantal berichten	Aandeel	Aandeel^2				
Dagblad	224	0,145738452	0,021239696				
Huis-aan-huisblad	156	0,101496422	0,010301524				
Hyperlocal	144	0,093689005	0,00877763				
Lokale Omroep	520	0,338321405	0,114461373				
Niche Media	38	0,024723487	0,000611251				
Nieuwsblad	28	0,018217306	0,00033187				
Regionale Omroep	427	0,277813923	0,077180576				
Eindtot+A1:H65aal	1537 Totaal (HHI):		0,23290392				

HHI berekening genres	Kolom1	Kolom2	Kolom3	Kolom4	Kolom5	Kolom6	Kolom7
Alternatief	Aantal berichten	Aandeel	Aandeel^2	Traditioneel	Aantal Berichten	Aandeel	Aandeel^2
achtergrondverhaal	3	0,01048951	0,00011003	achtergrondverhaal	31	0,018960245	0,000359491
column	5	0,017482517	0,000305638	column	32	0,019571865	0,000383058
commentaar	1	0,003496503	1,22255E-05	commentaar	1	0,000611621	3,7408E-07
debat	1	0,003496503	1,22255E-05	debat	0	0	0
ingezonden brief	3	0,01048951	0,00011003	ingezonden brief	17	0,010397554	0,000108109
interview	12	0,041958042	0,001760477	interview	134	0,081957187	0,00671698
nieuwsbericht	189	0,660839161	0,436708396	nieuwsbericht	936	0,572477064	0,327729989
nieuwsverhaal	54	0,188811189	0,035649665	nieuwsverhaal	369	0,225688073	0,050935106
opiniestuk	1	0,003496503	1,22255E-05	opiniestuk	4	0,002446483	5,98528E-06
profiel	1	0,003496503	1,22255E-05	profiel	1	0,000611621	3,7408E-07
talkshow	0	0	0	talkshow	4	0,002446483	5,98528E-06
verslag	16	0,055944056	0,003129737	verslag	106	0,064831804	0,004203163
	286	Totaal (HHI):	0,477822876		1635	Totaal (HHI):	0,390448615
HHI berekening onderwerpen							
Alternatief	Aantal Berichten	Aandeel	Aandeel^2	Traditioneel	Aantal Berichten	Aandeel	Aandeel^2
bestuur & financiën	9	0,031468531	0,000990268	bestuur & financiën	61	0,037308869	0,001391952
bouw	21	0,073426573	0,005391462	bouw	48	0,029357798	0,00086188
economie	13	0,045454545	0,002066116	economie	76	0,04648318	0,002160686
kunst & cultuur	24	0,083916084	0,007041909	kunst & cultuur	176	0,10764526	0,011587502
minderheden & integratie	13	0,045454545	0,002066116	minderheden & integ	60	0,036697248	0,001346688
natuur & milieu	9	0,031468531	0,000990268	natuur & milieu	79	0,048318043	0,002334633
netwerken	1	0,003496503	1,22255E-05	netwerken	1	0,000611621	3,7408E-07
onderwijs	34	0,118881119	0,01413272	onderwijs	58	0,035474006	0,001258405
rechtspraak	3	0,01048951	0,00011003	rechtspraak	58	0,035474006	0,001258405
uitgaan & vrije tijd	27	0,094405594	0,008912416	uitgaan & vrije tijd	269	0,164525994	0,027068803
veiligheid	58	0,202797203	0,041126705	veiligheid	385	0,235474006	0,055448008
verkeer	12	0,041958042	0,001760477	verkeer	117	0,071559633	0,005120781
werkgelegenheid	11	0,038461538	0,00147929	werkgelegenheid	26	0,015902141	0,000252878
wetenschap	7	0,024475524	0,000599051	wetenschap	2	0,001223242	1,49632E-06
wonen	18	0,062937063	0,003961074	wonen	59	0,036085627	0,001302172
zorg & welzijn	26	0,090909091	0,008264463	zorg & welzijn	160	0,097859327	0,009576448
	286	Totaal (HHI):	0,098904592		1635	Totaal (HHI):	0,120971112
HHI berekening onderwerpen							
Alternatief	Aantal Berichten	Aandeel	Aandeel^2	Traditioneel	Aantal Berichten	Aandeel	Aandeel^2
andere media	30	0,100671141	0,010134679	andere media	49	0,026400862	0,000697006
bedrijven	31	0,104026846	0,010821585	bedrijven	223	0,120150862	0,01443623
burger-betrokkene / ooggetuig	39	0,130872483	0,017127607	burger-betrokkene	351	0,189116379	0,035765005
burger-participant	11	0,036912752	0,001362551	burger-participant	59	0,031788793	0,001010527
burger-vertegenwoordiger	26	0,087248322	0,00761227	burger-vertgenw.	88	0,047413793	0,002248068
burger-voorbijganger / vox-po	12	0,040268456	0,001621549	burger-voorbijganger	153	0,082435345	0,006795586
deskundigen	19	0,063758389	0,004065132	deskundigen	74	0,03987069	0,001589672
maatschappelijke organisaties	85	0,285234899	0,081358948	maatschappelijke org	459	0,247306034	0,061160275
overheid (bestuur)	27	0,090604027	0,00820909	overheid (bestuur)	265	0,142780172	0,020386178
politici	18	0,060402685	0,003648484	politici	135	0,072737069	0,005290681
	298	Totaal (HHI):	0,145961894		1856	Totaal (HHI):	0,149379227