



Universiteit Leiden

Op zoek naar de democratische meerwaarde van de hyperlocals in Leiden

Victor-Jan Vanparijs

S1934384

Masterscriptie Journalistiek en Nieuwe Media 2017-2018

Eerste lezer: Willem Koetsenruijter

Tweede lezer:

Datum: 4 februari 2019

Inhoudsopgave

INHOUDSOPGAVE	2
ABSTRACT	3
1. INLEIDING	4
1.1 AANLEIDING	4
1.2 VRAAGSTELLING	6
2. RELEVANTIE	7
3. THEORETISCH KADER	9
3.1 BURGERJOURNALISTIEK: OORSPRONG EN EIGENSCHAPPEN	9
3.2 BURGERJOURNALISTIEK EN TRADITIONELE JOURNALISTIEK: EEN LASTIG HUWELIJK	11
3.3 HYPERLOCALS	14
3.4 FUNCTIE VAN HYPERLOCALS	15
3.5 LOKALE NIEUWSWAARDEN	16
3.6 LOKALE JOURNALISTIEK, DEMOCRATIE EN MOGELIJKE MEERWAARDE VAN HYPERLOCALS	18
4. METHODE	19
4.1 <i>Corpus</i>	22
4.2 KWANTITATIEVE INHOUDSANALYSE	23
4.3 <i>De afgebakende periode</i>	23
4.4 <i>Betrouwbaarheid</i>	23
4.5 VERWACHTE RESULTATEN	24
4.6 SIGNIFICANT VERSCHIL	24
5. RESULTATEN	25
5.1 <i>Het 'Leidsch Dagblad-probleem'</i>	27
5.2 <i>Onderwerpen</i>	28
5.3 <i>Originaliteit</i>	32
5.4 <i>Lokaal</i>	33
5.5 <i>Informatienoodzaak</i>	34
5.6 <i>Democratische waarde</i>	35
5.7 HYPERLOCALS TEGENOVER LOKALE MEDIA	36
<i>Aantal 'lokale' berichten per medium</i>	37
<i>Onderwerpen</i>	38
INFORMATIENOODZAAK	39
ORIGINALITEIT	39
DISCUSSIE EN BEPERKINGEN	42
BIBLIOGRAFIE	44
BIJLAGEN	47
BIJLAGE 1: TOELICHTING BIJ ONDERWERPEN	47
BIJLAGE 2: CODEBOEK	49
BIJLAGE 3: SIGNIFICANTIETESTEN ALLE MEDIA	50
BIJLAGE 3: SIGNIFICANTIETESTEN ZONDER LEIDSCH DAGBLAD	55
BIJLAGE 5: INTERCODEURSBETROUWBAARHEIDSTESTEN	60
BIJLAGE 6: FREQUENTIETABEL ONDERWERPEN	60

Abstract

Al jaren is er een zekere bezorgdheid over lokale en regionale media in Nederland. Steeds meer kleine media verdwijnen en hebben de mogelijkheden niet meer in om een kwaliteitsvolle informatiestroom te waarborgen. Dit brengt de lokale democratie in gevaar, omdat de burger niet meer correct geïnformeerd wordt. Zo ontstaat er een informatietekort. Het gat dat lokale media achterlaten kan mogelijk opgevuld worden door burgerjournalisten, hyperlocals in het bijzonder. Deze vorm van burgerjournalistiek krijgt een enorme democratische potentie toegedicht. Het doel van voorliggend onderzoek is om te beoordelen of dat ook voor een gemeente met een divers medialandschap correct is.

In voorliggend onderzoek staat de vraag centraal in hoeverre hyperlocals in Leiden een democratische meerwaarde bieden ten opzichte van de traditionele media in de gemeente. Om dat te bepalen is het begrip ‘democratische meerwaarde’ geoperationaliseerd. Om een democratische functie te vervullen moet lokale journalistiek van goede kwaliteit zijn (Napoli et al, 2017). Daarom wordt in voorliggend onderzoek gebruik gemaakt van de methode van Napoli et al (2017), die aan de hand van een kwantitatieve inhoudsanalyse de kwaliteit van lokale journalistiek probeert te meten. Daarbij staan drie kwaliteitsindicatoren centraal, namelijk originaliteit, of een bericht al dan niet ‘lokaal’ is, en of dat bericht voldoet aan de informatienoodzaak van de gemeenschap. Deze indicatoren weerspiegelen enkele bedenkingen aangaande lokale en hyperlokale journalistiek, met name dat hyperlokale media veelal fungeren als doorgeefluik en weinig eigen producties hebben, dat lokale journalistiek zich steeds minder richt op ‘lokale’ berichtgeving en dat de kwaliteit van lokale journalistiek te wensen overlaat.

De resultaten tonen aan dat hyperlocals significant meer gekopieerde berichten verspreiden dan de overige media, maar wel meer berichten over economische ontwikkeling en maatschappelijke organisaties. Ook verspreiden hyperlocals significant meer ‘lokale’ berichten dan hun traditionele tegenhangers. De toegevoegde waarde van hyperlocals is echter verwaarloosbaar vanwege het kleine aantal berichten dat door deze media verspreid worden. Vervolgonderzoek zou zich kunnen richten op de kwalitatieve rollen en in hoeverre er op dat vlak verschillen zijn tussen hyperlocals en traditionele media.

1. Inleiding

1.1 Aanleiding

De lokale en regionale journalistiek in Nederland verkeert in zwaar weer (De Jong & Koetsenruijter, 2017, p. 5). Gelijktijdige veranderingsprocessen in de technologie, het mediagebruik en de mediasector zelf zijn hier verantwoordelijk voor (Buijs, 2014, p. 1). Het internet biedt de consument een vat vol ‘gratis’ en snel nieuws. Ook een daling in advertentie-inkomsten en krimpende nieuwsredacties zijn pijnpunten, waardoor de regionale journalistiek haar waakhondfunctie dreigt te verliezen (De Jong & Koetsenruijter, 2017). Goede regiojournalistiek vereist grote redacties, terwijl deze de laatste jaren alleen maar gekrompen zijn. Door de permanente deadline en de onophoudelijke nieuwsstroom hebben lokale en regionale journalisten steeds minder tijd voor onderzoek en verdieping (Buijs, 2014). Het probleem zit hem overigens niet zozeer in het aantal nieuwsaanbieders, maar wel in de kwaliteit van het nieuws (De Jong & Koetsenruijter, 2017).

Op gemeentelijk niveau bestaan er reeds lokale fondsen in steden als Leiden, Tilburg en Breda. De bedoeling van deze fondsen is om de lokale journalistiek te versterken, zodat inwoners beter geïnformeerd worden over wat er zich in de gemeente afspeelt en ze zodoende betrokken blijven bij de gemeenschap. Verder is het van groot belang dat deze fondsen verstrekt worden door stichtingen die ver van de gemeente afstaan. De gemeente of politiek mag zich onder geen beding gaan bemoeien met de journalistieke inhoud.

Hoewel regionale dagbladen klein zijn en soms weleens gekscherend de stempel van ‘het lokale sufferdje’ krijgen, hebben ze zeker een meerwaarde ten opzichte van grote, landelijke dagbladen. Volgens Buijs (2014) valt *“zonder hen de belangrijkste producent van onafhankelijke berichtgeving en de belangrijkste onafhankelijke waakhond van het publieke domein in de regio weg”* (p.9). Rimmer Mulder, oud hoofdredacteur van de Leeuwarder Courant, gaat zelfs nog een stapje verder: *“Als Trouw morgen niet meer bestaat is dat geen ramp, dan hebben we nog altijd andere landelijke kranten. Maar als De Gelderlander er morgen niet meer is, valt er een enorm gat in de nieuwsvoorziening van die grote provincie.”* (Pleijter, 2010).

Dat de lokale journalistiek onder druk staat, is dus een kwalijke ontwikkeling. Lokale journalistiek heeft drie belangrijke functies, namelijk een informatiefunctie, een verbindende functie en een bewakende functie (Buijs, 2014). De informatiefunctie houdt in dat de lokale journalistiek moet zorgen voor verspreiding van betrouwbare informatie. Buiten de informatievoorziening speelt

lokale journalistiek ook een belangrijke rol in het ontwikkelen van saamhorigheidsgevoel binnen gemeenschappen door te berichten over ontwikkelingen of evenementen in de regio (verbindende functie). De bewakende functie staat ook wel bekend als de waakhondfunctie, oftewel journalistiek als macht die de macht controleert.

Volgens Broersma (2014) moet de lokale journalistiek een platform bieden waar burgers elkaar ‘virtueel’ kunnen ontmoeten. Een regionaal dagblad draagt zo bij aan “*de schepping van een verbeelde gemeenschap van burgers die elkaar niet persoonlijk kennen, maar wel beseffen dat ze bij elkaar horen*”(p.14). Met andere woorden bevordert goede lokale journalistiek de sociale cohesie binnen een gemeenschap.

Ook de verandering in het productieproces op dagbladredacties is frappant: voor de komst van het internet was dit proces gericht op eens per etmaal een totaalpakket aan berichtgeving uitbrengen (Buijs, 2014, p. 2). Tegenwoordig zijn dagbladredacties echter multimediaal en crossmediaal producerende nieuwsdiensten, die permanent en onophoudelijk nieuwsberichten produceren via internet. Bijgevolg hebben de journalisten zelf nog maar weinig tijd over voor verdieping en onderzoek. Buiten de regionale dagbladen zijn er ook nog de omroepen. De lokale omroepen hebben echter te weinig financiële middelen terwijl regionale omroepen te veel gemeenten moeten bedienen (Landman, Kik, Hermans, & Hietbrink, 2015).

Naast de ‘gevestigde’ media kent Nederland ook honderden lokale nieuwssites, de zogenoemde ‘hyperlocals’. Deze vorm van journalistiek komt voort uit een groeiende onvrede vanuit burgerjournalisten over de beroepsjournalistiek, die niet langer zijn maatschappelijke verantwoordelijkheid lijkt te waarborgen (Drok, 2016). De websites worden geacht het ‘nieuws gat’ dat ontstaat door het afhaken van lokale en regionale media, (deels) op te vullen, al heerst er ook de nodige scepsis bij academici en professionele journalisten. Burgerjournalistiek is zeker niets nieuws, maar heeft zich door de komst van nieuwe technologieën en media wel razendsnel ontwikkeld.

Hoewel burgerjournalistiek zeker zijn waarde al heeft bewezen tijdens bijvoorbeeld de Arabische Lente en de Occupybeweging, menen critici, onder wie professionele journalisten, dat burgerjournalistiek te ongeregeld, te subjectief, zelfzuchtig, amateuristisch en onsamenhangend is in kwaliteit en bereik (Bowman & Willis, 2003). Tegenstanders menen ook dat burgers geen professionele en objectieve ‘gatekeepers’ kunnen zijn (Bakker & Van Kerkhoven, 2013). De websites zelf komen voort uit wat door Bakker & Van Kerkhoven (2013) werd aangeduid als het ‘ideaal van de burgerjournalistiek’: dat tekortkomingen in de lokale informatievoorziening door de burgers zelf worden aangevuld.

1.2 Vraagstelling

Burgerjournalistiek zou dus mogelijk een democratische meerwaarde kunnen bieden ten opzichte van de traditionele media. Aangezien nieuws tegenwoordig vooral online geconsumeerd wordt, is het aannemelijk dat deze meerwaarde moet komen van online initiatieven, zoals hyperlocals. In de inleiding schemerde al door dat burgerjournalistiek, evenals lokale journalistiek, een democratische functie wordt toegedicht. Deze scriptie wil onderzoeken in hoeverre hyperlocals daadwerkelijk een democratische meerwaarde bieden in het Leidse medialandschap, en op welke overige manieren hyperlocals de traditionele media al dan niet aanvullen. Er is al eerder onderzoek geweest naar het Leidse medialandschap, waaruit bleek dat Leiden een divers medialandschap heeft (De Jong & Koetsenruijter, 2017, p. 15). Er is geen gebrek aan nieuwskanalen. Zo wordt Leiden op verschillende niveaus bediend: op regionaal niveau door onder meer Omroep West, op lokaal niveau door De Leydenaer en op hyperlokaal niveau door websites als leiden.nieuws.nl en Leidse Glibber. Ook behoren streekzenders zoals Unity en Sleutelstad tot het medialandschap. Het gevarieerde aanbod maakt van Leiden een representatieve gemeente voor dergelijk onderzoek.

De hoofdvraag die in deze scriptie wordt beantwoord luidt als volgt: *in hoeverre bieden de hyperlocals in Leiden een democratische meerwaarde ten opzichte van de traditionele media in de gemeente?*

Om de onderzoeksvraag te beantwoorden, is het begrip ‘democratische meerwaarde’ geoperationaliseerd. Lokale journalistiek moet van goede kwaliteit zijn om het democratische proces te ondersteunen (Napoli, 2017). Om de democratische meerwaarde te bepalen moet dus eerst de kwaliteit van de lokale journalistiek bepaald worden. Om het begrip ‘kwaliteit’ meetbaar te maken zijn er drie kwaliteitsindicatoren gedistilleerd: 1) zo moet een artikel origineel zijn, 2) over een ‘lokaal’ onderwerp gaan en 3) aan de informatienoodzaak van de gemeenschap voldoen (Napoli et al, 2017). Er wordt veel gespeculeerd over de potentie van hyperlocals, maar in Leiden is hun democratische meerwaarde nooit verder onderzocht.

Eén van de moeilijkheden bij lokale nieuwsmedia zijn de hoge kosten van eigen berichtgeving, wat van ‘originaliteit’ een nuttige indicator maakt om onderscheid te maken tussen originele berichtgeving en gekopieerde berichten (Napoli et al, 2018).

De tweede indicator draait om ‘lokale’ berichtgeving. Om het democratische proces in de gemeente te ondersteunen moeten de lokale media informatie verspreiden over wat er leeft binnen de

gemeenschap in kwestie. Verhalen met een bredere focus zorgen echter voor een groter publiek, maar niet in het belang van de lokale democratie. In hoeverre een medium 'lokale' informatie verspreid is dus een andere belangrijke indicator voor de kwaliteit van lokale journalistiek.

Tot slot is er ook nog de essentiële informatienoodzaak. Deze indicator draait om de onderwerpen die belangrijk zijn voor het waarborgen van een goed geïnformeerde gemeenschap, zoals onderwijs, economische ontwikkelingen en politiek. Zo kan beoordeeld worden of lokale media voorzien in waardevolle en relevante informatie in plaats van, bijvoorbeeld, veel entertainment en nieuws over de vakantie van bekende Nederlanders. In het huidige medialandschap is de verleiding om minder inhoudelijk nieuws te verspreiden vaak groot, omdat het wel massaal wordt gelezen en dus zeer interessant kan zijn voor noodlijdende media (Napoli et al, 2018).

De vergelijking moet aan het licht brengen of er significante verschillen zijn tussen hyperlocals en traditionele media op het gebied van onderwerpselectie, originaliteit, focus op het lokale en berichtgeving die voldoet aan de informatienoodzaak. Er kan namelijk pas van een meerwaarde besproken worden als hyperlocals significant beter presteren op deze indicatoren.

2. Relevantie

De journalistiek is een beroep in beweging, en het denken over journalistiek vertoont op academisch niveau dan ook een zekere verdeeldheid. Het beroep 'journalist' is niet legitiem, in tegenstelling tot bijvoorbeeld dokter of advocaat: om journalist te zijn heeft men geen specifiek diploma nodig en er bestaan verder ook geen uniforme of universele regels voor wie deze titel wel en niet mag claimen. Een dokter, daarentegen, wordt pas beëdigd bij het halen van het benodigde diploma. Bijgevolg is de grens tussen professionele en burgerjournalistiek ook vaag, en regelmatig onderwerp van discussie. 'Kunnen amateurs ook journalist zijn?' of 'Is journalistiek daadwerkelijk een vak?' zijn grote vragen die in de literatuur vaak aan bod komen.

Traditionele media doen bij rampen, ongevallen en 'bijzondere' gebeurtenissen vaak een beroep op burgers: zo zijn er in nieuwsuitzendingen regelmatig amateurbeelden te zien van bijvoorbeeld overstromingen of branden. De maker van de beelden is nu geen consument, maar staat aan de andere kant van het productieproces. Deuze (2008) beschouwt dit als een vorm van *liquid journalism*, waarbij er geen strikt onderscheid meer te maken is tussen de nieuwsproducenten

(journalisten) en nieuwsconsumenten (het publiek). Iedereen kan op elk moment een rol spelen in de nieuws-of informatievoorziening, zoals in eerder vernoemd voorbeeld.

Buiten de traditionele media ondersteunen kunnen burgers ook zelf een journalistiek platform opzetten, zoals een blog of een hyperlokale website, beter bekend onder de naam *hyperlocal*. Dit zijn zelfstandige nieuwssites die geen relatie hebben met een bestaande uitgeverij of omroep (Landman et al, 2015, p. 13). Deze sites worden door een individu of groep gerund. De meningen over deze media zijn in de academische literatuur erg verdeeld: ze zouden een meerwaarde kunnen bieden door hiaten in de traditionele informatievoorziening te vullen (Drok, 2016, p. 23) al blijken hyperlocals lang niet altijd in staat om dat te doen (Metzgar, Kurpius, & Rowley, 2011, p. 73).

In tegenstelling tot traditionele media zijn hyperlocals meestal niet gebonden aan conventies en regels van de professionele journalistiek. Hierdoor hebben ze meer vrijheid, en kunnen ze mogelijk experimenteren met alternatieve journalistieke rollen, een divers onderwerpenaanbod, of onderbelichte meningen in hun berichtgeving. Dat particuliere nieuwssites bestaan, kan duiden op een gat in de traditionele informatievoorziening. Volgens het ideaal van de burgerjournalistiek, beschreven door Gillmor (2004) wordt er vanuit gegaan dat vooral burgers zelf de tekortkomingen in de lokale informatievoorziening aanvullen.

Deze scriptie probeert met de methode van Napoli et al. (2017) de kwaliteit van zowel de lokale als hyperlokale journalistiek in Leiden te beoordelen, en zodoende een eventuele (democratische) meerwaarde van de hyperlocals te bepalen. Door de media met elkaar te vergelijken kan er een uitspraak gedaan worden over een eventuele meerwaarde van hyperlocals ten opzichte van de traditionele media.

3. Theoretisch Kader

In dit hoofdstuk worden enkele veelvoorkomende theorieën en ideeën die relevant zijn voor dit onderzoek besproken. Omdat hyperlocals vallen onder burgerjournalistiek, wordt eerst dieper ingegaan op het fenomeen burgerjournalistiek en veelgehoorde kritieken. Vervolgens komt de lastige en soms paradoxale relatie tussen burgerjournalistiek en de traditionele media aan bod. Daarna zullen hyperlocals verder gedefinieerd worden, en wordt ook hun functie behandeld. Hierop aansluitend volgt een paragraaf over lokale nieuwswaarden en in hoeverre deze nieuwswaarden verschillen van de traditionele nieuwswaarden. Tot slot volgt nog een paragraaf over de relatie tussen lokale journalistiek en democratie en wordt dieper ingegaan op het begrip ‘democratische meerwaarde’.

3.1 Burgerjournalistiek: oorsprong en eigenschappen

Door de komst van het internet is het haast voor iedereen mogelijk geworden om journalistiek te bedrijven. Het internet biedt burgers veel en mogelijkheden om zich op een makkelijke manier uit te drukken en deel te nemen aan het publieke debat, bijvoorbeeld op weblogs, Twitter en andere sociale media (Bakker P. , 2013). Burgerjournalistiek wordt gezien als een alternatieve vorm van journalistiek die mogelijk een gat in de informatievoorziening van gevestigde media aanvult (Bowman & Willis, 2003). Onder burgerjournalistiek valt iedere vorm van journalistiek dat zich buiten het professionele proces om voltrekt (Drok, 2016). Hoewel burgerjournalistiek even oud is als journalistiek zelf, nam deze vorm van journalistiek pas echt een hoge vlucht met de opkomst van de nieuwe media. De technologie gaf de burgerjournalistiek een duwtje in de rug en is dus geen resultaat van uitsluitend ideologische of maatschappelijke motieven. (Drok, 2016, p. 56). Aan burgerjournalistiek ging civiele journalistiek vooraf, die wel puur uit een democratische ambitie ontstond, waarbij burgers zich gingen mengen in het journalistieke proces (Deuze M. , 2005). Burgerjournalistiek zet de traditionele functies van de journalistiek flink onder druk, aangezien websites die gerund worden door burgerjournalisten, waaronder hyperlocals, een gat in de informatievoorziening proberen op te vullen die door de traditionele media niet wordt vervuld (Barnett & Townend, 2015).

Burgerjournalistiek hanteert een *bottom-up* nieuwsstructuur, waarbij de agenda van de burger een leidende rol vervult en deze ook een inbreng hebben in het journalistieke proces (Drok, 2016, p. 54).

Burgerjournalistiek gebeurt vooral op lokaal niveau, door burgers die bekend zijn met de regio waar ze verhalen maken. Allan (2006) is er zelfs van overtuigd dat het gebruik van amateurjournalisten op lokaal niveau zorgt voor betere nieuwsverhalen, omdat amateurs in dit geval vaak beter op de hoogte zijn van de lokale ontwikkelingen en de context waarin een gebeurtenis plaatsvindt. Burgerjournalistiek is belangrijk voor de volledigheid van de informatievoorziening, zeker op lokaal niveau (Barnett & Townend, 2015). Traditionele media doen daarom steeds vaker een beroep op burgerjournalisten ter plekke bij een bijzondere gebeurtenis. Bij een ramp, bijvoorbeeld, wordt er al snel verslag gedaan door een burger die daar toevallig ter plekke is. Burgers die bovendien toevallig ergens aanwezig zijn kunnen veel sneller verslag doen dan ‘echte’ journalisten. Dit wordt door Deuze (2008) aangeduid als *liquid journalism*: er is geen onderscheid meer tussen journalisten (zij die het nieuws produceren) en hun publiek (zij die het nieuws consumeren). Iedereen kan zich op elk moment mengen in de nieuws-of informatievoorziening, buiten de professionele kaders om. Een bericht via Twitter de wereld insturen over een ongeval, brand of andere gebeurtenis is een simpel voorbeeld.

Aangezien het meeste nieuws tegenwoordig online wordt geconsumeerd, is snelheid vaak belangrijker dan *factchecken*. Zo worden video's van, bijvoorbeeld, demonstraties en overstromingen steeds vaker gebruikt in televisiejournaals of nieuwswebsites van grote mediaorganisaties. Dit is meer een vorm van *public journalism*, waarbij nieuwsorganisaties open staan voor de input van burgers maar zelf nog steeds verantwoordelijk zijn voor het eindproduct. Wel worden burgers zo uit hun traditionele gebruikersrol gehaald, en behandeld als onderdeel van in plaats van de doelgroep van het eindproduct.

Bottom-up vervangt top-down

Bowman & Willis (2003) zagen in de Zuid-Koreaanse website *Ohmynews* het eerste succesverhaal van burgerjournalistiek. Met de komst van het internet werd nieuws toegankelijker en persoonlijker, waarbij de consument kan klikken en kiezen wat voor nieuws hij of zij te zien krijgt. Zij beschreven deze nieuwe manier van nieuws consumeren als *nieuws à la carte*. *OhMyNews* was een van de eerste online nieuwsplatformen dat inspeelde op de snelheid, responsiviteit en de gemeenschapsgerichte aard van het internet. Door dit soort innovaties verliest de traditionele journalistiek zijn hegemonie als *gatekeeper*, en komt de concurrentie niet alleen van de technologie maar ook van het publiek dat normaal gesproken bediend werd door professionele journalisten (Bowman & Willis, 2003). Dat het publiek een actieve rol kon spelen in het nieuwsproces werd door Bowman & Willis (2003) aangeduid met de term *participatory journalism*, oftewel participatieve journalistiek. *‘The act of a citizen, or group of citizens, playing an active role in the*

process of collecting, reporting, analyzing and disseminating news and information. The intent of this participation is to provide independent, reliable, accurate, wide-ranging and relevant information that a democracy requires' (p.9).

Participatieve journalistiek kenmerkt zich door *bottom-up* nieuwsstructuur, in tegenstelling tot de traditionele *top-down* benadering. Bij de *top-down* structuur ligt de controle in handen van grote nieuwsorganisaties waarbij nieuws eerst door deze organisaties gefilterd wordt alvorens het publiek te bereiken. Bij *bottom-up* nieuws is er weinig of geen redactionele controle, noch een formele journalistieke *workflow*. Het grootste verschil tussen participatieve en traditionele journalistiek volgens Bowman & Willis (2003) ligt bij de organisatie en structuur. Traditionele media hebben een hiërarchische structuur en zijn gericht op commercie en advertenties. Participatieve journalistiek, aan de andere kant, ontstaat door gemeenschappen die een waardevolle dialoog, samenwerking en gelijkheid onder elkaar belangrijker vinden dan winst maken (p.12). Zo zou een hyperlocal bijvoorbeeld kunnen ontstaan door een groepje mensen die als doel hebben de gemeenschap waarin ze wonen goed te informeren met nieuws uit hun buurt. Bij traditionele mediabedrijven wordt de inhoud eerst gefilterd alvorens te publiceren, binnen deze gemeenschappen van burgerjournalistiek wordt er eerst gepubliceerd en daarna gefilterd. De volgorde bij het filteren en publiceren is hier dus omgekeerd.

3.2 Burgerjournalistiek en traditionele journalistiek: een lastig huwelijk

Niet enkel in de academische wereld heerst er verdeeldheid over de journalistieke professie. Uit de hoek van de professionele journalistiek klinkt doorgaans kritiek op burgerinitiatieven (Bakker T. , 2013). Critici menen dat burgerjournalistiek over het algemeen van povere kwaliteit is, en dat de inmenging van burgerjournalistiek professionele standaarden doet vervagen. De samenwerking brengt, volgens critici, het beroep in gevaar omdat het de professionele standaarden zoals neutraliteit en objectiviteit verzwakt (Bakker T. , 2013). Toch heeft deze kritiek niet verhinderd dat enkele vormen van burgerjournalistiek gevestigde waarden zijn geworden in het medialandschap, bijvoorbeeld politieke blogs (Bakker T. , 2013). Ook de kritiek vanuit professionele hoek lijkt niet altijd helemaal gerechtvaardigd. Nick Davies (2009) betoogde in zijn boek *Flat Earth News* immers dat de kwaliteit van de professionele journalistiek ook te wensen overlaat. De toegenomen werkdruk is één van de hoofdredenen dat er steeds vaker en sneller geproduceerd moet worden, wat goede onderzoeksjournalistiek quasi onmogelijk maakt.

Over het algemeen doen burgerjournalisten alleen maar mee aan wat Lasica (2003) beschreef als ‘willekeurige daden van journalistiek’: slechts af en toe nieuws en commentaar toevoegen aan geselecteerde onderwerpen in plaats van een volledige berichtgeving over het nieuws te bewerkstelligen; ook concentreren de meeste burgerjournalistieke websites zich alleen op specifieke nieuwsberichten of dekken ze het nieuws vanuit bepaalde ideologische perspectieven, waarbij ze onvolledig blijven.

Ook zou de manier van verslaggeving verschillen. Bij burgerjournalistiek zou de verslaggeving vooral opiniërend, commentariërend en evaluerend zijn over actuele gebeurtenissen in plaats van deze uit de eerste hand te melden (Bruns, 2010). Dit komt voort uit het niet-professionele en willekeurige karakter van burgerparticipatie in journalistieke praktijken. Burgerjournalisten hebben vaak niet de accreditatie, de middelen of de vaardigheden om belangrijke en minder belangrijke gebeurtenissen snel en accuraat te verslaan. Er zijn echter uitzonderingen, wanneer burgerjournalisten bijvoorbeeld per toeval aanwezig zijn bij een bijzondere gebeurtenis, zoals een gijzeling of auto-ongeluk. Het spontaan verslaan van deze gebeurtenissen kan volgens Lasica (2003) echter weer beschouwd worden als een willekeurige daad van journalistiek.

Volgens Bruns (2005) leunt de burgerjournalistiek op een proces wat door hem beschreven wordt als *gatewatching*, oftewel de nieuw manier van nieuws verspreiden. De *gatewatcher* legt slechts interessante bronnen aan het publiek voor, die extra informatie en context bieden aan de lezer. Voor het digitale tijdperk was een van de functies van de grootschalige traditionele journalistiek er een van *gatekeeping*: van al het nieuws dat binnenkwam moest er een selectie gemaakt worden wat wel en niet in de krant kwam. De ruimte was, zowel in de krant als op televisie, beperkt. Er werd daarom volgens Bruns (2005) gekeken naar wat de man in de straat wilde lezen. De journalist had als functie een gestage stroom van relevant nieuws richting hun publiek te waarborgen. Nu informatie en nieuws niet meer schaars zijn, is het zo goed als onmogelijk om de functie van *gatekeeper* te vervullen. Burgerjournalisten gaan aan deze eerder oude logica voorbij, en gebruiken ook gevestigde media als bron voor hun eigen berichten. Dit is wat Bruns (2005) bedoelt met *gatewatching*: burgerjournalisten houden constant in de gaten welke informatie er van andere nieuwsorganisaties voorhanden is en pikken de relevante berichten op voor hun eigen doeleinden. Zij attenderen anderen via hun eigen medium op relevante informatie. Dit kan bijvoorbeeld door middel van artikelen maken als reactie op andere publicaties.

Afhankelijkheid

Ook de kritiek werkt in dit geval *bottom-up*: kritiek op traditionele media is zelfs een terugkerend patroon in het discours over burgerjournalistiek, al is dat ook paradoxaal: daar de kritiek vaak beschouwd wordt als één van de pijlers van de burgerjournalistiek, heeft de burgerjournalistiek de traditionele journalistiek wel nodig om zowel de functie van criticaster als *gatewatcher* te vervullen. Ook kunnen de traditionele media een bron zijn voor achtergrondinformatie en als stimulans voor eigen werk (Bruns, 2005). Ondanks dat burgerjournalisten wel een nuttige bijdrage kunnen leveren door middel van *gatewatching*, blijft het gebrek een originele content en diepgaande onderzoeksjournalistiek volgens Bruns (2010) de achilleshiel van de burgerjournalistiek. Ook Landman et al. (2015) kwamen tot een soortgelijke vaststelling, namelijk dat hyperlocals niet direct nieuwe elementen toevoegen, maar slechts fungeren als doorgeefluik, wat hun afhankelijkheid van andere media onderstreept.

Het nadeel van de afhankelijkheid van de traditionele media is dat deze organisaties nog steeds de nieuwsagenda bepalen. Dit kan wel soms gebruikt worden door burgerjournalisten om aandacht te vragen voor andere opinies, maar het werk van de burgerjournalistiek heeft alleen een grote invloed als het ook terugkoppelt naar traditionele media en dus de traditionele nieuwsagenda (Bruns, 2010).

Aanvulling of vervanging?

Volgens Bakker (2013) zijn professionele journalisten hoe dan ook onvervangbaar, en kan het werk van amateurs ook gezien worden als iets complementairs, aangezien de zogenoemde *user-generated content* zich meer richt op entertainment dan hard nieuws en de gevestigde media dus eerder aanvult in plaats van bedreigt (p. 137). Om een aanvulling te zijn, moet er echter wel iets verschillen van de traditionele media. Zo kunnen deze alternatieve media experimenteren met verschillende journalistieke rollen, of onderbelichte onderwerpen meer aandacht (Bakker & Van Kerkhoven, 2013). Ook Bruns (2010) gelooft dat burgerjournalistiek als aanvulling dienen op gebieden die de professionals niet of onvolledig kunnen dekken, bijvoorbeeld op lokaal en hyperlokaal niveau

Meer participatie vanuit het publiek wordt door Bakker (2013) beschouwd als een waardevolle aanvulling aan de professionele journalistiek en het publieke debat. Participatie vanuit het publiek kan dus ook omarmd in plaats van weggedrukt worden, zeker omdat het actieve gebruik van

participatieve media slechts beperkt blijft tot een klein percentage van de bevolking (p.135). De zorg dat amateurs het medialandschap zullen domineren lijkt dus niet gegrond.

De burgerjournalistiek kan de grote mediaorganisaties aanvullen op drie niveaus. Ten eerste kan burgerjournalistiek de breedte van de journalistieke dekking uitbreiden door uit goede bronnen verslag te doen uit gebieden waar de traditionele journalistiek onderbemand is. Dit geldt zeker op lokaal en hyperlokaal niveau. Ten tweede kan het de diepte van de journalistieke verslaggeving verbeteren door gedetailleerder op lopende zaken in te gaan en meer perspectieven en kritische stemmen te horen. Ten derde wordt ook de kennis buiten nieuwscyclus tegenwoordig opgeslagen op internet, waardoor er steeds meer informatie voorhanden is, bijvoorbeeld op Wikipedia. Burgerjournalisten kunnen, net als iedereen, deze kennis aanvullen.

3.3 Hyperlocals

Burgerjournalisten kunnen zich dus op vele manieren mengen in het medialandschap. Buiten samenwerken met traditionele media is er ook een mogelijkheid tot het opzetten van een onafhankelijke, lokale nieuwswebsite, de zogenaamde *hyperlocal*.

Harte et al. (2019) verstaan onder hyperlokale journalistiek het type journalistiek dat zich op een kleiner niveau afspeelt dan het lokale en regionale, al is de grootte van het gebied waarin een hyperlocal actief is over het algemeen geen zinvol criterium om te bepalen wat wel en geen hyperlocal is. Zo bestaan er in Rotterdam hyperlocals die gericht zijn op de hele stad (Vers Beton, De Nieuwspeper), maar ook anderen die gericht zijn op specifieke stadsdelen of wijken (IJsselmonde Nieuws, Pernis Online). Volgens Hess & Waller (2017) zijn hyperlocals gewijd aan de verhalen en details van een bepaalde buurt, postcode of belangengroep binnen een bepaald geografisch gebied (p.2). De hyperlocal is een niche, waarbij het onderwerp van de niche een klein geografisch gebied is.

Landman et al. (2015) verstaan onder hyperlocals nieuwssites die “*zelfstandig opereren, waarbij geen sprake is van een relatie met een bestaande uitgever of omroep*” (p. 13). In Leiden zijn de websites van Sleutelstad en Unity dus geen hyperlocals, omdat zij verbonden zijn aan de gelijknamige radiozender en omroep. Barnett & Townend (2015) noemen hyperlocals “*online news or content services pertaining to a town, village, single postcode or other small, geographically defined community*”(p.37). Volgens Metzgar et al (2011) moet een hyperlocal voldoen aan zes eigenschappen: 1) de hyperlocal moet zich richten op een specifiek geografisch gebied, 2) zich

richten op de gemeenschap, 3) originele eigen inhoud bevatten, 4) primair op het internet opereren (dus geen verlengstuk zijn van een ander medium) 5) waargenomen gaten in de nieuws- en/of informatievoorziening opvullen en 6) burgerparticipatie bevorderen. Hyperlocals kunnen ook Twitteraccounts of Facebookpagina's zijn. Daarnaast hoeven ze niet per definitie onafhankelijk te zijn, maar zijn de meesten dat wel.

Harte et al. (2019) beschouwen hyperlokale journalistiek als een 'cultural practice', een vorm van handelen in de publieke sfeer, waarin het internet een soort openbare ruimte is. Ook kunnen hyperlocals gezien worden als een *alternative media practice*, waarbij banale onderwerpen naar de voorgrond geschoven worden. Over het belang van hyperlokale journalistiek en hyperlocals zijn de auteurs duidelijk: het belang van dit type journalistiek is uitzonderlijk groot. Het wordt gezien als de weg naar actief burgerschap (p.37).

3.4 Functie van hyperlocals

Naast vervullen van een taak ten behoeve van de democratie verbreden hyperlocals het journalistieke aanbod en zijn een nieuwe en alternatieve speler op de markt, die soelaas kunnen bieden nu steeds meer lokale media verdwijnen. Ze worden door de voorstanders gezien als een waardevolle toevoeging van het nieuwsecosysteem (Nielsen, 2015, p. 187). Volgens Harte et al. (2019) worden zulke websites in staat geacht het democratisch gat op te vullen die andere media achterlaten.

Buiten de 'nieuws-gaten' opvullen is er ook hoop dat hyperlocals effectief een waardevolle toevoeging zijn door meerdere perspectieven en onderwerpen aan te bieden, die anders zijn dan de traditionele media (p. 193). De hyperlokale media worden dus, door de voorstanders, in staat geacht de lokale media-inhoud te verbreden en deze inhoud op een innovatieve en frisse manier bij het publiek te brengen. Veel van deze argumenten blijven echter vooral speculaties en oppervlakkig (Nielsen, 2015).

Nielsen (2015) zoekt de functie van de hyperlocals vooral bij de motivatie van de initiatiefnemers zelf: wat zijn de beweegredenen voor het opstarten van een hyperlocal en welke rol willen zij spelen? De meeste hyperlocals zouden een sociale rol willen vervullen, vanuit ontevredenheid over het huidige medialandschap. Echter blijkt een algemene drijfveer of een bijbehorend patroon herkennen lastig, en is de drijfveer om een hyperlocal op te zetten specifiek per situatie, al lijkt 'het lokale nieuwsgat te willen vullen' een veel voorkomende motivatie. In Nederland worden hyperlocals volgens Nielsen (2015) vaak om die reden in het leven geroepen, maar slagen ze er door verkeerde keuzes vaak niet in om hun doel te bereiken (p.199).

De beweegredenen blijken soms minder idealistisch: zo zijn er medewerkers van hyperlocals die het gewoonweg als een manier zien om hun tijd in te vullen. Geld verdienen blijkt bovendien ook vaak een hoofdreden om met een hyperlocal te beginnen (Nielsen, 2015, p. 192)

Hyperlocals zijn erg kwetsbaar aangaande traditionele journalistieke conventies: aan de ene kant hebben ze geld nodig om te overleven, aan de andere kant willen ze onafhankelijk zijn. Door adverteerders en andere invloeden van buitenaf toe te laten riskeert men de geloofwaardigheid en onafhankelijkheid te verliezen (Nielsen, 2015, p. 197). In Nederland worden hyperlocals vaak opgericht met het doel om een lokaal nieuws-of informatiegat te dichten. Toch blijkt dat de gaten die traditionele media doorgaans laten vallen niet altijd met hoogwaardige alternatieven gevuld worden (Metzgar et al, 2011).

3.5 Lokale nieuwswaarden

Hyperlocals leggen in hun berichtgeving de nadruk op andere onderwerpen dan de traditionele media (Bakker T. , 2013), maar ook lokale media verschillen qua berichtgeving weer van de landelijke media. Noodzakelijkerwijs maakt elke redactie eigen keuzes over wat wel en niet interessant is, en over wat ze al dan niet brengen. Er wordt in de literatuur veel gespeculeerd over een lokaal nieuws-of informatiegat dat hyperlocals proberen op te vullen. Volgens Harte et al. (2019) ligt de focus van hyperlocals echter niet enkel op het brengen van nieuws volgens de traditionele conventies. Veel inhouden of hyperlokale websites lijken in eerste instantie niet nieuwswaardig volgens de traditionele normen van de journalistiek: veel nieuwsberichten van hyperlocals betwisten de aard van het nieuws zelf (Harte, D, Howells, & Williams, 2019). De focus ligt hierbij op alledaagse gebeurtenissen, zoals activiteiten rondom lokale aangelegenheden, bijvoorbeeld de opening van een winkel (p. 197). De drempel voor wat nieuwswaardig is ligt bij hyperlocals lager dan bij traditionele media. Door te berichten over wat onder de lokale bevolking leeft proberen hyperlocals een relatie op te bouwen met de gemeenschap, sociale cohesie te bevorderen en een weg naar actief burgerschap te bieden (p.199).

Goede berichtgeving over de dagelijkse kwesties is enkel mogelijk door journalisten die ingebed zijn in de omgeving. De objectiviteit in deze berichtgeving kan enigszins verloren gaan, maar dit kan voor de lezer bevrijdend werken in plaats van als negatief te worden ervaren (p.200). Ook wordt objectiviteit niet altijd als een vereiste beschouwd in de lokale journalistiek (Hess & Waller, 2017). Een journalist op lokaal niveau heeft immers een andere relatie met het publiek en staat ook anders in de gemeenschap. Hij bekijkt de zaak niet van bovenaf, maar staat er vaak middenin (p.88). Betrokkenheid kan ook als een vereiste beschouwd worden voor gedegen lokale journalistiek,

aangezien een journalist die middenin de doelgroep staat de interesses en zorgen van de lezer verstaat en hierop kan inspelen. De nieuwswaarde bij lokale journalistiek is anders, omdat de journalistiek zelf een ander doel heeft (p.89). Lokale journalisten moeten in staat zijn te interpreteren, te ‘*gatewatchen*’, door de bomen het bos zien en weten wat leeft binnen een bepaalde doelgroep (Bakker T. , 2013).

Nabijheid als belangrijkste nieuwswaarde

Hess & Waller (2017) beschouwen ‘proximity’, oftewel nabijheid, de belangrijkste nieuwswaarde in de lokale journalistiek. De ‘nabijheid’ van een onderwerp heeft betrekking tot informatie en gebeurtenissen die geografisch of fysiek dicht bij het publiek staan. In één adem wordt ook de nieuwswaarde ‘scope’ genoemd, oftewel de invalshoek, waarbij lokale journalisten grotere kwesties in een lokale context plaatsen om ze geschikt te maken voor de doelgroep. Een vliegtuigramp in Australië kan bijvoorbeeld wel nieuwswaardig zijn voor een lokaal medium in Leiden, als één van de inzittenden een Leidenaar is.

Daarnaast maken Hess & Waller (2017) ook nog onderscheid tussen ‘goed’ nieuws en ‘slecht’ nieuws, waarbij lokale media vooral de nadruk leggen op goed nieuws. Onder ‘goed’ nieuws valt het zogenoemde zachte nieuws, waarbij de nadruk vooral ligt op positieve verhalen en *infotainment*. Onderwerpen die onder *infotainment* vallen zijn onder meer entertainment, sport, *lifestyle*, human interest, nieuws over bekende Nederlanders en kunst.

Ook nieuws over, bijvoorbeeld, auto-ongelukken zou meer aanwezig zijn bij de lokale media aangezien de impact veel groter is in kleinere gemeenschappen dan op landelijk niveau. Ook is het ‘makkelijker’ om verslag te doen van een ongeluk of ander onverwacht nieuwswaardig gebeuren vanwege de nabijheid. Op landelijk niveau ligt dit, wederom, een stuk moeilijker.

Verder zijn lokale tradities en rituelen een goede bron voor lokaal nieuws. In Leiden spreekt het Leidens Ontzet de hele gemeenschap aan, maar elders in het land is dit onderwerp zo goed als irrelevant. Ook zijn overlijdens en bruiloften gebeurtenissen die vaak een groot deel van de gemeenschap aanspreken, en dus kunnen dit soort evenementen dienen als onderwerp in de lokale media.

De atypische nieuwswaarden van hyperlokale journalistiek worden door Hess & Waller (2017) gezien als manier van de hyperlocals om de normen, waarden en conventies van ‘normale’ journalistiek te betwisten: *‘A key role that many (perhaps even most) hyperlocal sites play is the*

provision of quite uncontroversial information about everyday life and activity in their communities' (p.110). Lokale journalistiek moet teruggaan naar de basis, met informatie die een link heeft met de 'normale' mens. De lokale journalistiek verwerpt zodoende de traditionele nieuwswaarden.

3.6 Lokale journalistiek, democratie en mogelijke meerwaarde van hyperlocals

Journalistiek wordt geacht een taak te vervullen ter ondersteuning van de democratie: voor het goed functioneren van een samenleving is goede journalistiek nodig, en dat geldt in het bijzonder op lokaal niveau. Een gemeenschap dient geïnformeerd te worden, maar door het wegvalen van lokale en regionale media moet het achtergebleven gat opgevuld worden.

Journalistiek wordt vaak gezien als de vierde macht, met een waakhondfunctie. Dit geldt in het bijzonder voor de lokale en regionale journalistiek, die de publieke opinie kan beïnvloeden en een oogje in het zeil kan houden bij de hogere machten. Dergelijke democratische perspectieven op lokale journalistiek gaan niet over wat journalistiek werkelijk doet, maar wel wat het zou moeten doen (Hess & Waller, 2017). Lokale journalistiek zou gezien kunnen worden als de vierde macht die ervoor moet zorgen dat het volk vertegenwoordigd wordt, en het volk informeert over zaken die de gemeenschap aangaan. Lokale journalistiek moet van goede kwaliteit zijn om maatschappelijke betrokkenheid te stimuleren en actief burgerschap te bevorderen (Hess & Waller, 2017; Napoli et al, 2017).

Net die kwaliteit waarborgen lijkt een groot knelpunt. Bezuinigingen bij de traditionele media hebben ertoe geleid dat er minder media voorhanden zijn en dat die media zich eerder beperken tot 112-nieuws, nieuwsberichten en steeds dezelfde bronnen. Door de eenzijdige en geringe berichtgeving ontstaat bij de burgers een informatietekort waardoor ze moeilijker deel kunnen nemen aan het democratische proces (Landman et al, 2015).

Traditionele media kunnen in die zin mogelijk aangevuld worden door hyperlocals. Zowel Barnett & Townend (2015) als Harte et al. (2019) zijn van mening dat hyperlocals het potentieel hebben om een democratische meerwaarde te bieden door een diversiteit aan nieuwsonderwerpen aan te bieden en te experimenteren met traditionele en alternatieve journalistieke rollen. Volgens Bakker & Van Kerkhoven (2013) is het probleem bij hyperlocals dat deze slechts fungeren als doorgeefluik voor andere content van derden. De afhankelijkheid van andere media, het gebrek aan lange adem en het gebrek aan eigen inhoud worden als grote tekortkomingen genoemd.

Goede lokale journalistiek wordt dus als onmisbaar beschouwd ter ondersteuning van het democratische proces. Om een uitspraak te kunnen doen over de democratische meerwaarde, is het dus nodig om onderzoek te doen naar de kwaliteit van lokale journalistiek.

Het begrip ‘kwaliteit’ blijft echter complex. Indicatief voor de kwaliteit van lokale journalistiek kan bijvoorbeeld de hoeveelheid nieuws over politiek in een stad zijn (De Jong & Koetsenruijter, 2017, p. 24). Napoli et al. (2017) gebruikten een methode om de kwaliteit van lokale journalistiek te meten, waarbij de drie belangrijkste indicatoren voor kwaliteit originaliteit, focus op lokale berichtgeving en informatienoodzaak zijn. Wanneer een bericht voldoet aan deze drie criteria, kan men spreken van ‘goede’ lokale journalistiek die waardevol is voor de democratie (Napoli et al, 2017). Met die methode kunnen bijvoorbeeld prestaties van lokale journalistiek in verschillende steden vergeleken worden, maar ook kunnen verschillende media met elkaar vergeleken worden.

4. Methode

In dit hoofdstuk wordt de onderzoeksmethode behandeld. Ten eerste wordt de gekozen methode toegelicht, en waarom juist deze methode nuttig is. Vervolgens worden de verschillende onderdelen van de methode behandeld, zoals de indicatoren en wanneer de verschillen significant zijn. Tot slot worden nog enkele hypothesen uitgesproken.

Deze scriptie probeert de democratische meerwaarde van hyperlocals ten opzichte van de traditionele media in Leiden bepalen. De eerste stap is Daarbij wordt gebruik gemaakt van de methode van Napoli et al. (2017). De methode moet ook toelaten om uitspraken te doen over de kwaliteit van de journalistiek en verder gaan dan de observatie of er ‘veel’ of ‘weinig’ journalistiek voor handen is. Lokale journalistiek van goede kwaliteit wordt namelijk als een belangrijke voorwaarde beschouwd voor het goed functioneren van een lokale democratie.

Daarbij worden alle geselecteerde media afzonderlijk gemeten, alsook de prestaties van de hyperlocals ten opzichte van de traditionele media in de gemeente. De ‘kwaliteit’ van journalistiek blijft echter een complex begrip. De onderzoekers werkten daarom een overzichtelijke doch ruwe methode uit om uitspraken te kunnen doen over de kwaliteit van lokale journalistiek, aan de hand van drie hoofdindicatoren.

De kwaliteit van lokale journalistiek wordt door Napoli et al. (2017) bepaald aan de hand van drie losse indicatoren, gevolgd door een gecombineerde variabele die aangeeft in hoeverre lokale journalistiek ‘degelijk’ is. De drie kwaliteitsindicatoren zijn: i) originaliteit, ii) of de berichtgeving ‘lokaal’ is en iii) of het voldoet aan de informatienoodzaak van de gemeenschap. Aan dit voorliggende onderzoek is echter nog een variabele toegevoegd. Ook het onderwerpenaanbod van de verschillende media is meegenomen in het resultatenhoofdstuk.

Hieronder een overzicht van de geselecteerde media. Bij De Leydenaer is gekozen om enkel het online aanbod mee te nemen. De Leydenaer is namelijk een weekblad, wat het onmogelijk maakt om te bepalen op welke dag een artikel gepubliceerd werd. Op de website is dit echter wel duidelijk te achterhalen. Ook ontbreken er enkele hyperlocals, zoals leidenlive.tv, 112hmregioleiden en hartvanleiden.org. Eerstgenoemde is een website die zich enkel richt op sport, en daarbij berichten van sportclubs rechtstreeks kopieert. De twee laatstgenoemden zijn hyperlocals die enkel 112-nieuws verzorgen en daarbij aggregeren van andere media. Zij vallen alle drie buiten de in deze scriptie gehanteerde opvatting van hyperlocal.

Soort Medium	Naam
Dagblad en nieuwssite	Leidsch Dagblad
Nieuwssite niet-landelijke commerciële omroep	Sleutelstad
Nieuwssite weekblad	De Leydenaer
Nieuwssite lokale publieke omroep	Unity.nu
Hyperlocal	Leiden.nieuws.nl
Hyperlocal	Leidse Glibber
Hyperlocal	Indebuurt Leiden

Bij het coderen van de berichtgeving van bovengenoemde media zijn er drie verschillende criteria:

1. Of een artikel origineel is (originaliteit)
2. Of het artikel betrekking heeft op de lokale gemeenschap
3. Of het artikel aan de essentiële informatienoodzaak van de gemeenschap voldoet (informatienoodzaak)

De eerste variabele is bedoeld om aggregatieberichten en andere niet-originele berichten te onderscheiden van originele berichtgeving. Zodoende kan beoordeeld worden hoe actief een medium is in het maken van eigen producties, én de veelgehoorde kritiek met betrekking tot kopieerbedrag verworpen of bevestigd worden. Een artikel werd als ‘origineel’ gecodeerd als het

niet eerst elders verscheen, of niet toegeschreven was aan een ander medium. Unity.nu heeft bijvoorbeeld een samenwerkingsverband met Omroep West, en kan hierdoor veel berichten rechtstreeks overnemen. Berichten op basis van Omroep West werden gecodeerd als niet-origineel.

Door te beoordelen of het artikel over de gemeenschap gaat kan uiteindelijk beoordeeld worden in hoeverre lokale journalistiek daadwerkelijk ‘lokaal’ is, en zo de gemeenschap voorziet van nieuws en informatie over, en die direct relevant is, voor de gemeenschap. De beschikbaarheid van lokaal nieuws en informatie over de gemeenschap wordt beschouwd als een belangrijke voorwaarde voor burgerparticipatie (Napoli et al. 2017). De mate waarin burgers deel kunnen nemen aan het democratische proces is een functie van de beschikbaarheid van lokaal nieuws en informatie over hun gemeenschap (Napoli et al, p. 9). Een artikel werd als ‘lokaal’ gecodeerd als het onderwerp een kwestie of evenement betrof die zich rondom de gemeente Leiden of zijn inwoners oriënteerde.

Napoli et al. (2017) benoemen acht categorieën van essentiële informatienoodzaak die tot stand kwamen aan de hand van een *literature review* door Friedland et al (2012). De gedachte achter de variabele is dat een gemeenschap in een gezonde democratie goed geïnformeerd moet zijn. De categorieën zijn:

1. *Noodgevallen en veiligheid*
2. *Zorg en welzijn*
3. *Onderwijs*
4. *Transport en verkeer*
5. *Natuur, milieu en ruimtelijke ordening*
6. *Economische ontwikkeling*
7. *Maatschappelijke organisaties*
8. *Politiek en bestuur*

De uitleg voor elke categorie staat in **bijlage 1**.

Naar verwachting zullen lang niet alle berichten ondergebracht kunnen worden in één van de acht categorieën. Daarom zullen artikelen die niet tot één van de acht categorieën behoren gecodeerd worden met een 9. Hieronder vallen bijvoorbeeld sportnieuws en nieuws over bekende Nederlanders. Het is zo mogelijk om een duidelijk onderscheid te maken tussen artikelen die aan de informatienoodzaak voldoen en artikelen die niet aan die noodzaak voldoen.

Napoli et al (2017) beschouwen bovengenoemde variabelen als een zeer bruikbare manier om te beoordelen of lokale journalistiek erin slaagt de centrale taak te vervullen, namelijk participatie en betrokkenheid binnen een gemeenschap stimuleren en zodoende bijdragen aan het democratische proces.

4.1 Corpus

Het corpus voor de inhoudsanalyse bestaat uit geschreven berichten van de eerder vermelde media: bij elk medium is de online berichtgeving geanalyseerd, behalve bij het Leidsch Dagblad, waar ook de papieren krant is meegenomen. De krant en aanhangende nieuwssite worden algemeen beschouwd als de belangrijkste journalistieke speler in de gemeente (De Jong & Koetsenruijter, 2017, p. 15). Om een eventuele democratische meerwaarde van de hyperlocals te bepalen is het onmogelijk om de krant buiten beschouwing te laten. Artikelen die zowel online als in de krant verschenen zijn slechts één keer gecodeerd. De artikelen van het Leidsch Dagblad zijn verzameld via LexisNexis en de bijbehorende nieuwssite. Alle overige berichten zijn verzameld op de websites van de media zelf. Bij LexisNexis is het mogelijk om alle berichten van een bepaald medium op een bepaalde dag te achterhalen. Zo werd er bijvoorbeeld gezocht naar alle artikelen van het Leidsch Dagblad op 29 oktober.

Bij De Leydenaer zijn enkel de artikelen die online verschenen meegenomen. Het blad verschijnt namelijk wekelijks, maar er is niet af te leiden op welke dag een artikel feitelijk gepubliceerd werd. Online is dit wel te achterhalen. Op de website van de Leydenaer is het mogelijk om het archief per dag weer te geven: zo kunnen alle artikelen van de samengestelde onderzoekswEEK makkelijk gevonden worden.

Bij Unity.nu was het een kwestie van terugzoeken naar de betreffende datum, en daarna alle berichten van de gezochte datum openen en coderen. Na het coderen is er nog tot twee keer toe gecontroleerd of alle berichten wel in het databestand stonden.

De website van Sleutelstad heeft de mogelijkheid om alle artikelen te zoeken die in een bepaalde maand verschenen zijn. Zo kun je terugzoeken naar alle artikelen die in november verschenen. Daarna is het een kwestie van teruggaan naar de gezochte datum. Ook bij Leidse Glibber was het mogelijk om de gepubliceerde berichten per maand terug te zoeken.

Zowel bij Indebuurt als Leiden.nieuws.nl was het verzamelen van de artikelen iets moeilijker. Het was niet mogelijk om op datum te zoeken. Dus werd er bij elke categorie op de website (sport, nieuws, politiek, cultuur....) gezocht naar berichten die in de onderzoekswEEK vielen. Ook hier is na het coderen meerdere keren gecontroleerd of er geen berichten over het hoofd gezien waren.

In totaal zijn er in de samengestelde onderzoekswEEK 982 berichten aangetroffen.

4.2 Kwantitatieve inhoudsanalyse

Om het corpus in kaart te brengen, is er gebruik gemaakt van een kwantitatieve inhoudsanalyse. Van elk gevonden bericht zijn eerst de standaardvariabelen genoteerd, zoals de titel en de datum van het artikel. Vervolgens zijn de onderzoeksvariabelen in een tabel gezet: welk medium, welk type medium, onderwerp, voldoet het artikel aan de informatie noodzaak, is het origineel en lokaal. (Zie het codeboek in bijlage 2 voor meer uitleg).

4.3 De afgebakende periode

Om de betrouwbaarheid van de resultaten enigszins te waarborgen raden Koetsenruijter & Van Hout (2014) aan om een samengestelde of artificiële week als steekproef te nemen wanneer de inhoud van kranten en dergelijke wordt geanalyseerd (2014). Voor een analyse wordt dan de maandag van de ene nieuwsweek gepakt, dinsdag van een andere nieuwsweek enzovoorts. Zo voorkomt men dat het nieuws gedomineerd wordt door één bepaalde gebeurtenis. De nieuwsweek bestaat uit de volgende dagen: Maandag 29 oktober 2018, Dinsdag 6 november 2018, Woensdag 14 november 2018, Donderdag 22 november 2018, Vrijdag 30 november 2018, Zaterdag 8 december 2018, Zondag 16 december 2018.

4.4 Betrouwbaarheid

Om de betrouwbaarheid van de resultaten te waarborgen is er eerst een test gedaan om de ICB (intercodeursbetrouwbaarheid) vast te stellen. Bij de onderwerpen ligt de KALPHA op 0,741. Bij 'lokaal' ligt de score op 1. De overige variabelen zijn niet interpreteerbaar en behoeven dus geen ICB-test. De testen zijn terug te vinden in bijlage 4.

4.5 Verwachte resultaten

Op basis van de bestudeerde literatuur is het mogelijk enkele hypothesen uit te spreken.

Ten eerste is de verwachting dat hyperlocals significant minder eigen producties hebben dan de traditionele media. In de bestudeerde literatuur kwam het kopieergedrag van hyperlocals uitgebreid aan bod en lijkt het gebrek aan eigen werk een van de grootste manco's. De verwachting is daarom ook dat deze kritiek toepasbaar is op de hyperlocals in Leiden.

Ten tweede is de verwachting dat de berichtgeving van hyperlocals zich minder zullen richten op het vervullen van de informatienoodzaak, en dus meer significant meer 'overige' onderwerpen in hun berichtgeving aan bod laten komen.

Ten derde is de verwachting dat de hyperlocals beter presteren op het gebied van 'lokale' berichtgeving. In het theoretisch kader kwam al naar voren dat hyperlocals zich richten op één geografisch gebied. Het gebied waarin hyperlocals actief zijn fungeert ook als onderwerp voor hun berichtgeving. Daarom lijkt het waarschijnlijk dat hyperlocals zich significant meer zullen richten op lokale berichtgeving, aangezien hun doelgroep en afzetmarkt ook kleiner zijn dan de overige media.

Tot slot is de verwachting dat er significant minder berichten gaat hebben die voldoen aan de drie kwaliteitsindicatoren (originaliteit, informatienoodzaak en lokale berichtgeving).

4.6 Significant verschil

Om van een meerwaarde van hyperlocals te spreken volstaat het niet om enkel op basis van de percentages en verschillen in frequenties uitspraken te doen. Het verschil tussen de media moet significant zijn. De significantietesten zijn uitgevoerd met behulp van de website <https://www.socscistatistics.com/tests/chisquare/Default2.aspx>. Alle significantieberekeningen zijn terug te vinden in bijlagen 3 en 4. Opvallende verschillen zijn opgenomen in het resultatenhoofdstuk.

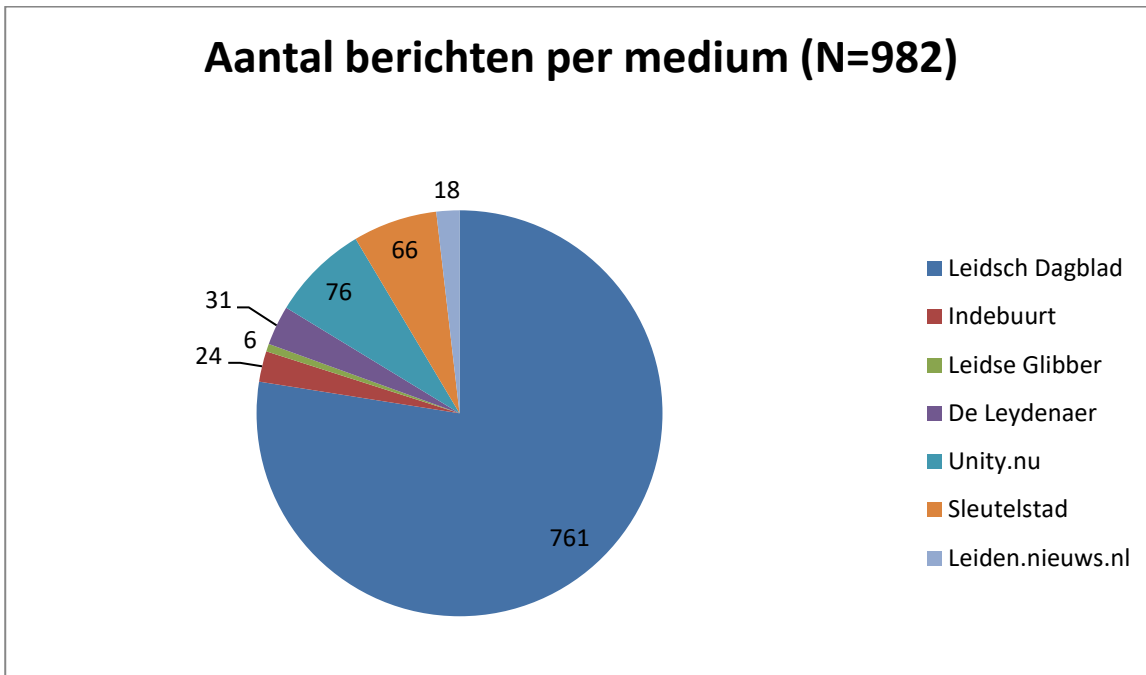
5. Resultaten

In dit hoofdstuk worden de resultaten van het onderzoek gepresenteerd. Eerst volgt een klein overzicht van de hoeveelheid artikelen die in de samengestelde nieuwsweek aangetroffen zijn, om een idee te geven van de verhoudingen in het Leidse medialandschap. Vervolgens volgen de bevindingen met betrekking tot de onderwerpen, de originaliteit, de lokale berichtgeving en de democratische waarde van de bestudeerde media. Ook wordt beargumenteerd dat het Leidsch Dagblad een geval apart is in het Leidse medialandschap, en wordt het corpus voor enkele testen ingekrompen.

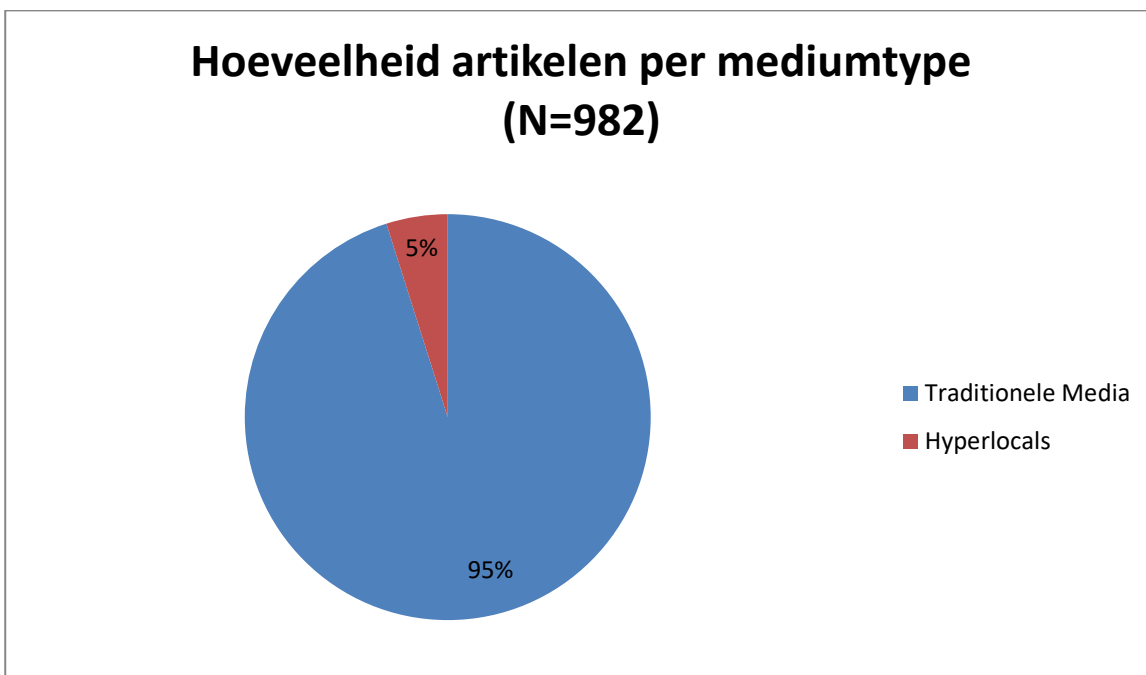
In deze scriptie zijn alle berichten uit de eerder benoemde samengestelde nieuwsweek onderzocht. In totaal zijn er 982 artikelen bij de geselecteerde media aangetroffen. Daarvan is 95,1% afkomstig van traditionele media. De klassieke media domineren dus het Leidse medialandschap.

Het Leidsch Dagblad is overduidelijk de grootste informatievoorzieners in de gemeente. Maar liefst 77,5% van alle berichten waren afkomstig van de krant of website. Hyperlocals vormden slechts 4,9% van het aantal berichten in de samengestelde nieuwsweek. Het aandeel hyperlokale berichtgeving in het Leidse medialandschap is dus bijzonder klein.

Tabel 1.1: Hoeveelheid aangetroffen berichten per medium in de samengestelde onderzoeksweek



Tabel 1.2: Hoeveelheid aangetroffen berichten in de samengestelde nieuwsweek per mediumtype



5.1 Het 'Leidsch Dagblad-probleem'

Het is duidelijk dat het Leidsch Dagblad veruit de grootste journalistieke speler is in de gemeente. Het is echter niet representatief om dit in zijn geheel af te zetten tegen de andere media in de gemeente: de krant en aanhangende nieuwssite richten zich niet enkel op Leiden: slechts 120 artikelen (15,8%) van het Leidsch Dagblad waren 'lokaal', dat wil zeggen een artikel met als onderwerp een kwestie georiënteerd rond de gemeente of zijn inwoners. Kortom: het grootste deel van de berichtgeving is niet lokaal, maar dat is ook eigen aan het medium.

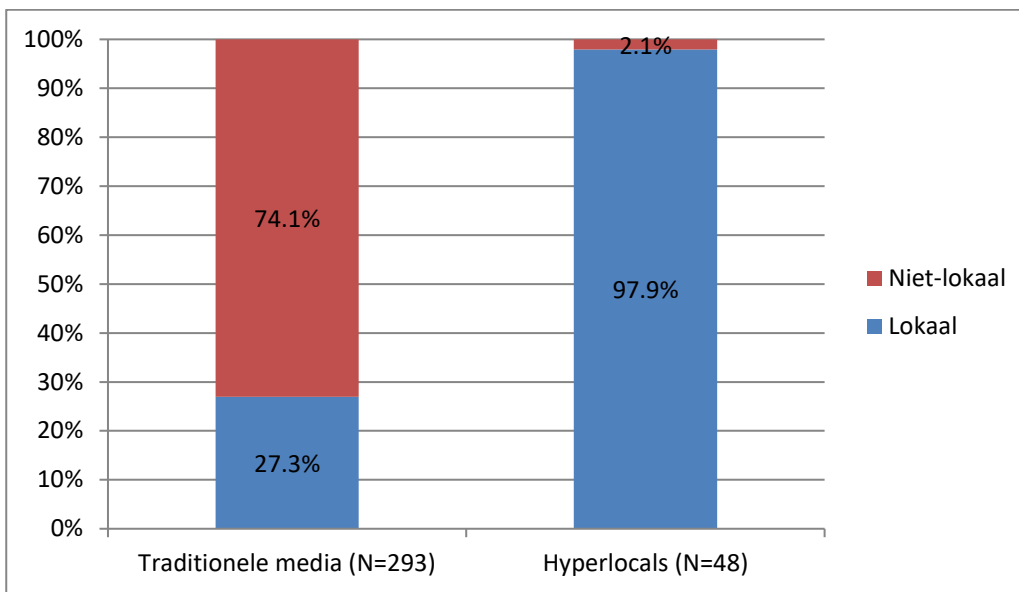
De krant is een van de titels van uitgeverij Holland Media Combinatie, onderdeel van de Telegraaf Media Groep (TMG). Naast De Persgroep is TMG één van de twee grote mediahuizen die actief zijn in Nederland. Naast het Leidsch Dagblad vallen onder meer de Telegraaf, het Haarlems Dagblad en het Noordhollands Dagblad onder dezelfde uitgever.

Het Leidsch Dagblad brengt niet enkel nieuws uit Leiden, maar ook onder meer binnen- en buitenlands nieuws, nationaal en internationaal sportnieuws. Ook kent de krant twee verschillende edities, elk met een eigen voorpagina: Leiden en omgeving, en Duin- en Bollenstreek. Procentueel is het lokale nieuwsaanbod in het Leidsch Dagblad dus niet heel hoog in vergelijking met de andere media. Opvallend: de lokale berichtgeving bij de hyperlocals bedraagt minstens 90% waarbij Indebuurt en Leidse Glibber zelfs een score van 100% halen. Wel produceerden deze media respectievelijk slechts 24 en 6 berichten in de onderzochte nieuwsweek.

Tabel 2.1: Percentage 'lokale' berichten per medium

Medium	Lokaal	Niet-lokaal	% lokaal
Leidsch Dagblad	120	641	15,8
De Leydenaer	29	2	93,5
Unity.nu	52	24	68,4
Sleutelstad	54	12	78,8
Indebuurt	24	0	100
Leiden.nieuws.nl	17	1	94,4
Leidse Glibber	6	0	100

Tabel 2.2: Hoeveel aangetroffen lokale berichten per mediumtype

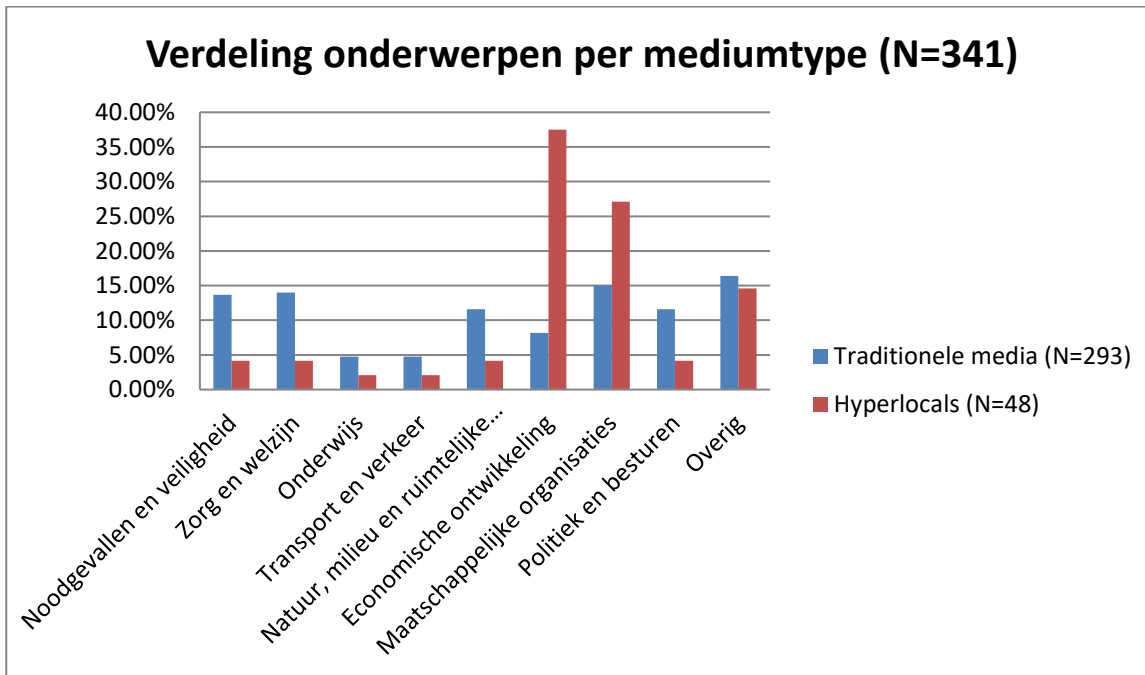


Bij de traditionele media is slechts 27,3% van de berichtgeving lokaal te noemen. Dat gemiddelde wordt wel drastisch naar beneden gehaald door het Leidsch Dagblad. Bij de hyperlocals daarentegen is 97,9% van de gecodeerde berichten lokaal. De hyperlocals maken zo hun naam waar door haast uitsluitend ‘lokale’ informatie naar buiten te brengen, en te berichten over wat er zich afspeelt binnen de gemeenschap. Hun aandeel in het informatieaanbod blijft echter wel heel klein.

5.2 Onderwerpen

Omdat dit onderzoek zich richt op lokale journalistiek in Leiden, is besloten om enkel het lokale aanbod van het Leidsch Dagblad verder te coderen op onderwerpen, originaliteit en informatienoodzaak. Het onderzoek van Napoli et al.(2018) richt zich ook enkel op lokale journalistiek. Een verslag van een voetbalwedstrijd van Barcelona, nieuws over Donald Trump of rellen in het Midden-Oosten vallen per definitie buiten de reikwijdte van dit onderzoek.

Tabel 3: De verdeling van onderwerpen per mediumtype in Leiden



In tabel 5.1 is de verdeling van de onderwerpen van de volledige lokale berichtgeving in een tabel gezet. De berichtgeving over economische ontwikkeling en maatschappelijke organisaties springen meteen in het oog. Liefst 37,5% van de hyperlokale berichtgeving ging over economische ontwikkeling, tegenover 8,19% van de traditionele media. Ook het aandeel berichten over maatschappelijke organisaties ligt bij de hyperlocals twaalf procentpunt hoger dan bij de traditionele media: 27,08% tegenover 15,02% ($X^2 = 4,3134/p < .05$). Ook het aandeel berichten over economische ontwikkeling ligt bij hyperlocals significant hoger dan bij de traditionele media ($X^2 = 32,8051/p < .05$).

	Traditionele media	Hyperlocals	Marginal Row Totals
Economische ontwikkeling	24 (36.09) [4.05]	18 (5.91) [24.72]	42
Geen economische ontwikkeling	269 (256.91) [0.57]	30 (42.09) [3.47]	299
Marginal Column Totals	293	48	341 (Grand Total)

The chi-square statistic is 32.8051. The p -value is . This result is significant at $p < .01$.

The chi-square statistic with Yates correction is 30.1473. The p -value is . Significant at $p < .01$.

Figuur 1: Significantietest onderwerp economische ontwikkeling

	Traditionele media	Hyperlocals	Marginal Row Totals
Maatschappelijke informatie	44 (48.98) [0.51]	13 (8.02) [3.09]	57
Geen maatschappelijke informatie	249 (244.02) [0.1]	35 (39.98) [0.62]	284
Marginal Column Totals	293	48	341 (Grand Total)

The chi-square statistic is 4.3134. The p -value is .037814. This result is significant at $p < .05$.

The chi-square statistic with Yates correction is 3.4902. The p -value is .061734. *Not* significant at $p < .05$.

Figuur 2: Significantietoets onderwerp economische ontwikkeling

	LD	Sleutelstad	Unity	Leydenaer	Leiden.nieuws.nl	Leidse Glibber	Indebuurt
Noodgevallen en veiligheid	9	12	18	1	1	0	1
Zorg en welzijn	13	7	17	4	0	0	2
Onderwijs	9	2	2	1	0	1	0
Transport/verkeer	11	0	2	1	0	1	0
Natuur, milieu en ruimtelijke ordening	12	8	11	3	2	0	0
Economische ontwikkeling	11	6	4	3	1	3	14
Maatschappelijke organisaties	17	6	8	13	12	1	0
Politiek en besturen	12	15	7	0	2	0	0
Overig	26	10	7	5	0	0	7

Tabel 4: Verdeling onderwerpen per medium

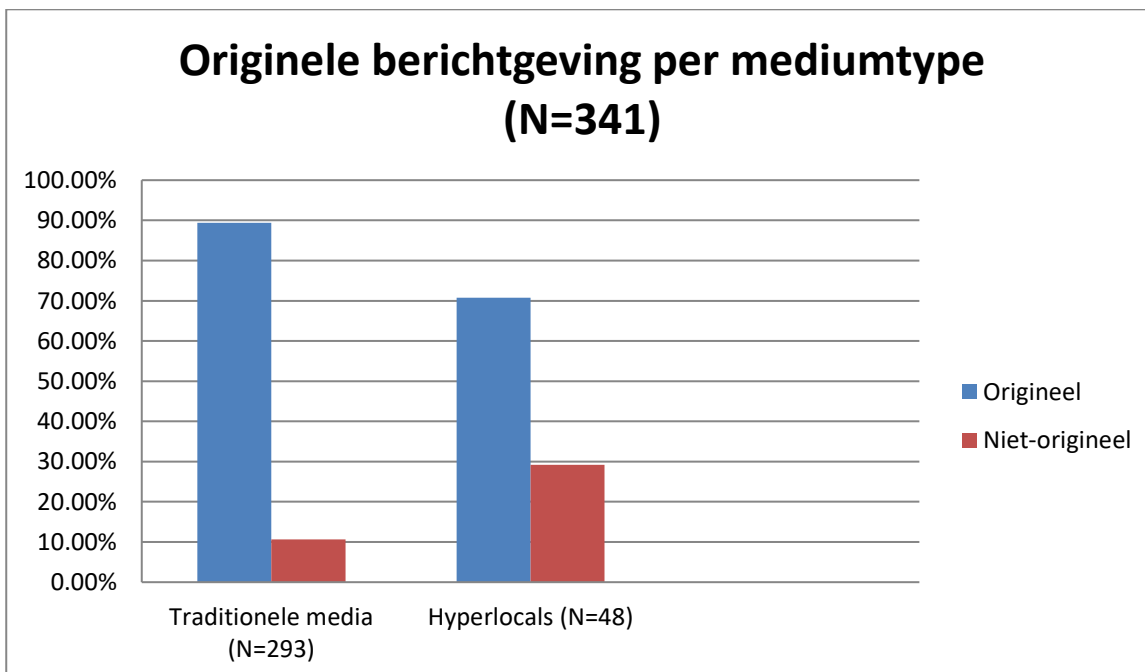
5.3 Originaliteit

Een terugkomende kritiek op hyperlocals is dat deze media weinig tot geen eigen inhoud produceren, maar slechts fungeren als doorgeefluik van andere media (Landman et al, 2015; Bakker & Van Kerkhoven, 2013). Eerder brachten Landman et al. (2015) al aan het licht dat kopieergedrag in zeer sterke mate aanwezig is bij hyperlocals (p.45). Ondanks de democratische potentie van hyperlocals schuldten de tekortkomingen in de afhankelijkheid van andere media binnen dezelfde gemeente, het gebrek aan lange adem en beperkte eigen inhoud (p.45).

Ook Harte et al. (2019) zijn niet overtuigd van de onafhankelijkheid van hyperlocals. Zo groeit de journalistieke markt, maar wordt het informatieaanbod niet groter omdat hetzelfde bericht steeds herkauwd wordt.

Om te beoordelen in hoeverre de hyperlokale berichtgeving in Leiden origineel is, en of de prestaties op dat vlak significant verschillen van de traditionele media, zijn alle berichten gecodeerd op herkomst. De herkomst van het bericht geeft aan of een bericht zelf gemaakt is met enige journalistieke toevoeging (origineel), of dat het bericht is overgenomen van een ander medium (niet origineel).

Tabel 5: Originale berichtgeving per mediumtype in Leiden



Bij de hyperlocals is 70,8% van de berichtgeving origineel. Dit tegenover 89,4% originele inhoud bij de traditionele tegenhangers. Het onderzoek toont aan dat vooral *leiden.nieuws.nl* uitzonderlijk

slecht presteert op het gebied van originaliteit. Maar liefst 12 van de 18 aangetroffen berichten bleken niet origineel te zijn (66,7%). Het verschil in originele berichtgeving tussen hyperlocals en traditionele media is significant ($\chi^2 = 12.4381/p < .05$). Daarmee lijkt ook de vaak voorkomende kritiek over gebrek aan eigen werk in Leiden gerechtvaardigd.

Figuur 3: significantietest bij originele berichtgeving

	Traditionele media	Hyperlocals	Marginal Row Totals
Origineel	262 (254.33) [0.23]	34 (41.67) [1.41]	296
Niet origineel	31 (38.67) [1.52]	14 (6.33) [9.28]	45
Marginal Column Totals	293	48	341 (Grand Total)

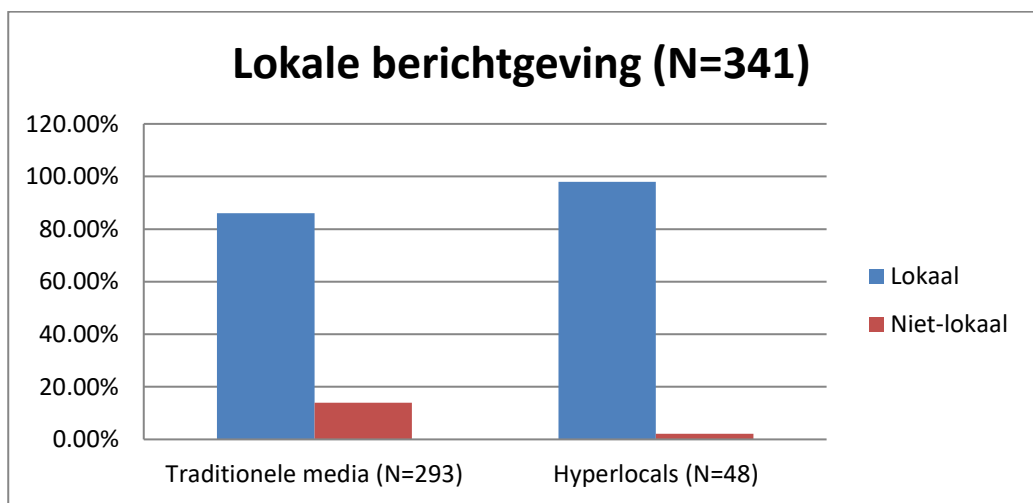
The chi-square statistic is 12.4381. The *p*-value is .000421. This result is significant at *p* < .05.

The chi-square statistic with Yates correction is 10.8684. The *p*-value is .000978. Significant at *p* < .05.

5.4 Lokaal

De beschikbaarheid van lokale informatie en lokaal nieuws is een belangrijke stap richting betrokkenheid en burgerparticipatie (Napoli et al, 2017; Napoli et al, 2018). Hess & Waller (2017) beschouwen de lokale aard en nabijheid van het nieuws als de belangrijkste eigenschap van lokale journalistiek: lokale media dienen zich te richten op wat er zich binnen de gemeenschap afspeelt en zijn leden te voorzien van relevante informatie om deel te kunnen nemen aan het democratische proces.

Tabel 6: Percentage 'lokale' berichtgeving bij traditionele en hyperlokale media



97,9% van de geanalyseerde hyperlokale berichtgeving is ‘lokaal’, tegenover 86,1% van de traditionele berichtgeving. Hyperlokale media verspreiden significant meer ‘lokale’ berichten dan de traditionele media in Leiden ($\chi^2=5,4169/p<.05$).

Figuur 4: Significantietest bij variabele ‘lokaal’

	Traditionele media	Hyperlocals	Marginal Row Totals
Lokaal	252 (256.91) [0.09]	47 (42.09) [0.57]	299
Niet lokaal	41 (36.09) [0.67]	1 (5.91) [4.08]	42
Marginal Column Totals	293	48	341 (Grand Total)

The chi-square statistic is 5.4169. The p -value is .019942. This result is significant at $p < .05$.

The chi-square statistic with Yates correction is 4.3703. The p -value is .036571. Significant at $p < .05$.

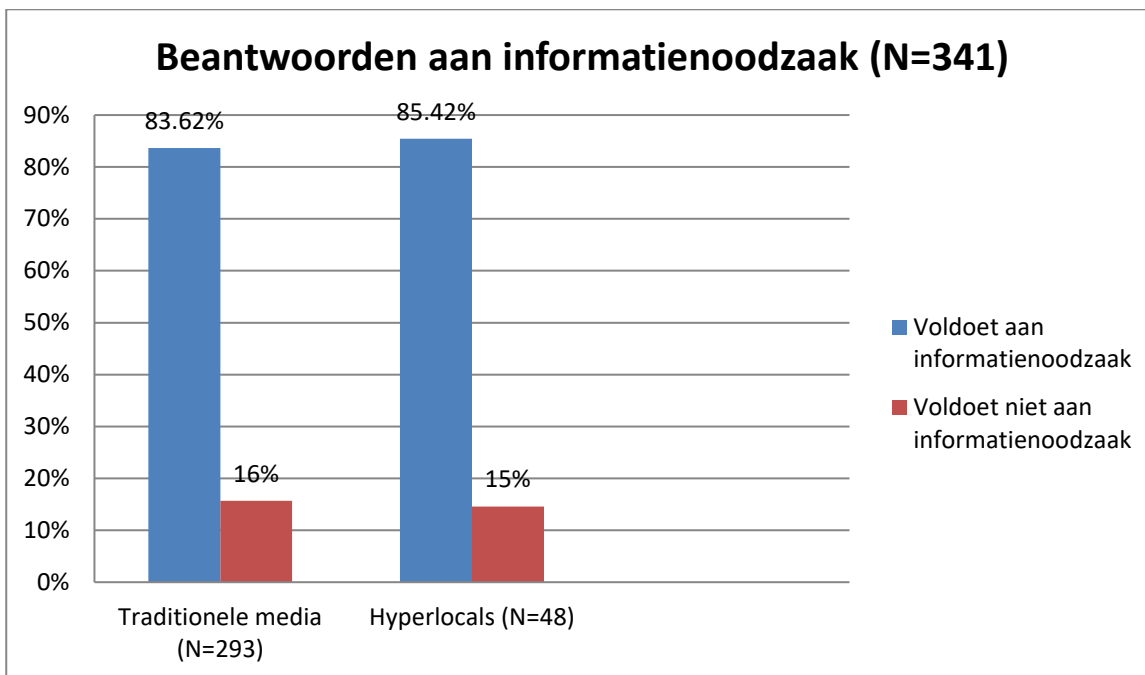
5.5 Informatienoodzaak

De derde variabele die onderzocht werd is de informatienoodzaak, met name in hoeverre de media voldeden aan de informatienoodzaak van de gemeenschap. Een goed geïnformeerde gemeenschap is immers essentieel voor een gezonde democratie (Napoli et al, 2017). ‘Goede informatie’ betekent in dit geval dat een bericht moet voldoen aan de informatienoodzaak van de gemeenschap.

Critical information needs of local communities are those forms of information that are necessary for citizens and community members to live safe and healthy lives; have full access to educational, employment, and business opportunities; and to fully participate in the civic and democratic lives of their communities should they choose (Friedland, 2012, p iv).

Om te bepalen welke berichten wel en niet aan de informatienoodzaakvoldoen, gebruikt hun onderzoek de acht categorieën uit de *literature review* van Friedland et al. (2012): 1) *Noodgevallen en veiligheid; Zorg en welzijn; Onderwijs; Transport en verkeer; Natuur, milieu en ruimtelijke ordening; economische ontwikkeling; maatschappelijke organisaties en politiek en besturen*. Elk artikel dat onder één van deze acht onderwerpen valt voldoet aan de informatienoodzaak van een gemeenschap. Berichten die niet onder een van die acht categorieën gevallen zijn gecodeerd onder ‘overig’. Alles wat onder de laatste categorie valt voldoet per definitie niet aan de

informatienoodzaak van de gemeenschap. Meer toelichting over de categorieën is te vinden in **bijlage 1**.



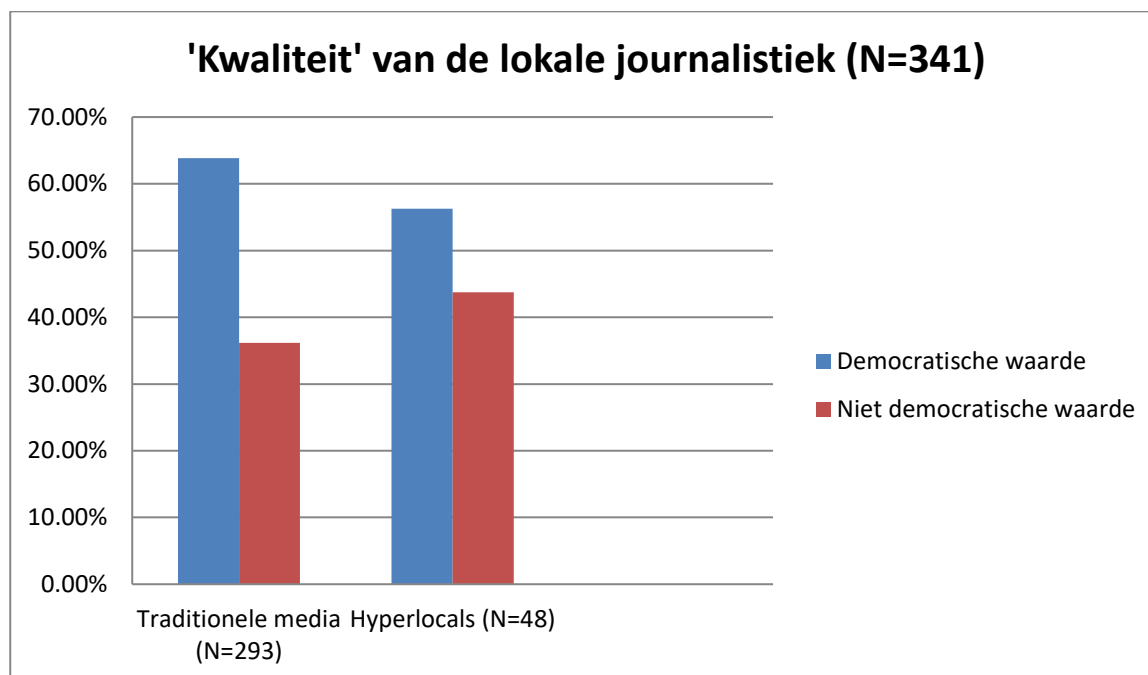
Tabel 7: Het beantwoorden van de lokale journalistiek aan de informatienoodzaak per mediumtype

Bij de traditionele media voldeden 245 van de 293 berichten een de informatienoodzaak van de gemeenschap, oftewel 83,6%. Bij de hyperlocals lag het percentage iets hoger met 85,4% (41 van de 48 berichten). Het verschil tussen de hyperlocals en traditionele media is echter niet significant te noemen ($\chi^2=0,0987/p<.05$). De berichtgeving van hyperlokale media voldoet dus net zo goed aan de informatienoodzaak van de gemeenschap als de traditionele berichtgeving.

5.6 Democratische waarde

De drie eerder behandelde variabelen (informatienoodzaak, lokaal, origineel) geven een indicatie, maar zeggen los van elkaar niks over de kwaliteit van de journalistiek. Een bericht kan namelijk over de lokale gemeenschap gaan, maar direct gekopieerd zijn. De drie variabelen combineren zegt echter wel iets over de kwaliteit. Een artikel wordt door Napoli et al. (2017) pas als waardevol voor de democratie beschouwd als het aan alle drie de variabelen voldoet. Of een bericht aan elk van de drie variabelen voldoet is een goede ruwe methode om de kwaliteit van lokale journalistiek te meten, en zodoende te beoordelen of lokale journalistiek bijdraagt aan de ondersteuning van het democratische proces binnen een gemeenschap. Door de verschillende media tegen elkaar af te zetten kan er een uitspraak gedaan worden over een eventuele democratische meerwaarde.

Tabel 8: Hoeveelheid berichten dat voldoet aan de drie kwaliteitsindicatoren



Van de traditionele media voldoet 63,82% van de berichtgeving aan de drie bovengenoemde criteria. Bij de hyperlocals is dit 56,25%. Het verschil is echter niet significant te noemen: de kwaliteit van de traditionele journalistiek ligt in Leiden dus niet significant hoger dan de kwaliteit van de hyperlocals ($\chi^2 = 1,0119/p > .01$).

5.7 Hyperlocals tegenover lokale media

Zoals reeds beschreven is het Leidsch dagblad een apart geval op het gebied van lokale journalistiek: de krant en nieuwssite zijn met voorsprong de belangrijkste journalistieke speler in het Leidse medialandschap, maar de krant en site zelf vallen niet onder lokale journalistiek. Mogelijk is het interessanter om te de hyperlocals te vergelijken met de rest van de (kleinere) traditionele media in Leiden: Sleutelstad, Unity.nu en De Leydenaer. Voegen ze bij deze relatief kleine media nog iets toe?

Traditioneel medium		Hyperlocal	
Sleutelstad	66	Indebuurt	24
Unity.nu	76	Leidse Glibber	6
De Leydenaer (online)	31	Leiden.nieuws.nl	18
Totaal	173		48

Tabel 9: Hoeveelheid artikelen in de samengestelde nieuwsweek

Wanneer men het Leidsch Dagblad buiten beschouwing laat, zijn er in de onderzoekswEEK in totaal 221 berichten verspreid. Daarbij zijn 173 (78,3%) berichten afkomstig van de traditionele media, en 48 berichten (21,7%) afkomstig van de hyperlocals. Unity.nu publiceerde 34,4% van de artikelen en is daarmee het grootste lokale medium wat betreft de kwantiteit. De grootste hyperlocal is Indebuurt, dat met 24 artikelen goed is voor 10,9% van het lokale nieuwsaanbod.

Bij Sleutelstad en Unity.nu vormt zich echter weer een soortgelijk probleem als bij het Leidsch Dagblad, namelijk dat hun afzetmarkt niet enkel Leiden zelf is, maar ook omliggende gemeenten zoals Leiderdorp, Voorschoten en Zoeterwoude. Enkel kijkend naar de berichten die over Leiden gaan houden we 135 berichten over bij de traditionele media.

Aantal 'lokale' berichten per medium

Traditioneel medium	Hyperlocal			Lokaal	Hyperlocal			
	Lokaal	Niet lokaal	Percentage lokaal		Lokaal	Niet lokaal	Percentage lokaal	
Sleutelstad	54	12	81,8	Indebuurt	24	0	100	
Unity.nu	52	24	68,4	Leidse Glibber	6	0	100	
De Leydenaer	29	2	93,5	Leiden.nieuws.nl	17	1	94,4	
	135	38	78,0		47	1	97,9	Gemiddelde

Tabel 10: Hoeveelheid lokale berichten per medium

De hyperlocals presteren overduidelijk beter met het publiceren van 'lokale' berichten ($\chi^2 = 10,2203/p < .05$). 97,9% van de hyperlokale berichtgeving heeft ook daadwerkelijk betrekking op Leiden. Bij de traditionele media is dit 78,0%. Bij hyperlocals zijn de aantallen van niet-lokale berichtgeving echter wel heel klein, wat een harde uitspraak doen over de significante verschillen lastig maakt.

Figuur 5: Significantietoets bij 'lokaal'

	Traditionele media	Hyperlocals	Marginal Row Totals
Lokaal	135 (142.47) [0.39]	47 (39.53) [1.41]	182
Niet lokaal	38 (30.53) [1.83]	1 (8.47) [6.59]	39
Marginal Column Totals	173	48	221 (Grand Total)

The chi-square statistic is 10.2203. The p -value is .001389. This result is significant at $p < .05$.

The chi-square statistic with Yates correction is 8.898. The p -value is .002855. Significant at $p < .05$.

Onderwerpen

Onderwerp	Traditionele media		Hyperlocal		
	Frequentie	Percentage	Frequentie	Percentage	
Noodgevallen en veiligheid	31	17,9	2	4,2	
Zorg en welzijn	28	16,2	2	4,2	
Onderwijs	5	2,9	1	2,1	
Transport en verkeer	3	1,7	1	2,1	
Natuur, milieu en ruimtelijke ordening	22	12,7	2	4,2	
Economische ontwikkeling	13	7,5	18	37,5	
Maatschappelijke organisaties	27	15,6	13	27,1	
Politiek en besturen	22	12,7	2	4,2	
Overig	22	12,7	7	14,6	
	173	100	48	100,0	Totaal

Tabel 11: onderwerpselectie per mediumtype

Ook zonder het Leidsch Dagblad verspreiden hyperlocals significant meer berichten met 'economische ontwikkeling' als onderwerp ($X^2 = 28,0149/p < .05$). Ook het onderwerp 'maatschappelijke organisaties' is weer significant meer aanwezig in de hyperlokale berichtgeving ($X^2 = 4,3137/p < .05$). In principe is ook het verschil bij 'noodgevallen en veiligheid' (X^2

=4,6261/p<.05). en ‘zorg en welzijn’ significant ($X^2=5,5946/p<.05$), al zijn de aantallen bij de hyperlocals ook hier te klein om harde uitspraken te kunnen doen.

Informatienoodzaak

Informatienoodzaak	Traditionele media		Hyperlocal		
	Frequentie	Percentage	Frequentie	Percentage	
Ja	151	87,3	41	85,4	
Nee	22	12,7	7	14,6	
	173	100	48	100	Totaal

Tabel 12: Informatienoodzaak per mediumtype

Zonder het Leidsch Dagblad voldoet 87,3% van de traditionele berichtgeving aan de informatienoodzaak tegenover 85,4% van de hyperlokale berichtgeving. Het verschil is niet significant te noemen.

Originaliteit

Eerder kwam al aan het licht dat hyperlocals significant minder originele berichten produceren dan de traditionele tegenhangers. Zonder het Leidsch Dagblad zijn de resultaten evenwel iets anders.

Herkomst	Traditionele media		Hyperlocal		
	Frequentie	Percentage	Frequentie	Percentage	
Origineel	143	82,7	34	70,8	
Elders	30	17,3	14	29,2	
	173	100	48	100	Totaal

Tabel 13: originele berichtgeving per mediumtype

Procentueel gezien publiceren de traditionele media meer eigen inhoud dan de hyperlocals. De grote ‘boosdoener’ bij de hyperlocals is leiden.nieuws.nl, waar slechts 27,8% van de berichtgeving origineel was. Bij Indebuurt (96,2%) en Leidse Glibber (100%) lag het percentage originele berichten een stuk hoger. Toch is het verschil bij tussen de hyperlocals en traditionele media op dit gebied niet significant niet significant door de lage frequenties in de tabel ($X^2=3,29545/p>.05$).

Democratische waarde	Traditionele media		Hyperlocal		
	Frequentie	Percentage	Frequentie	Percentage	
Ja	94	54,3	27	56,3	
Nee	79	45,7	21	43,8	
	173	100	48	100	Totaal

Tabel 14: Kwaliteit van lokale journalistiek volgens de criteria van Napoli et al (2017)

Van de traditionele media voldoet 54,3% van de berichtgeving aan de drie hoofdindicatoren (lokaal, origineel, informatienoodzaak). Bij de hyperlocals ligt dit percentage net iets hoger (56,3%), maar eerder was al bekend dat de afzetmarkt van de traditionele media groter is dan Leiden alleen: 78,0% van de berichten gingen over Leiden, terwijl dat bij de hyperlocals 97,9% was. De prestaties van de traditionele media zouden dus zelfs iets slechter zijn dan die van de hyperlocals, al is het verschil wel heel erg klein.

Conclusie

In het slothoofdstuk wordt antwoord gegeven op de hoofdvraag van deze scriptie: *in hoeverre bieden de hyperlocals in Leiden een democratische meerwaarde ten opzichte van de traditionele media in de gemeente?*

Daarna worden enkele beperkingen van dit onderzoek besproken, alsook punten voor een eventueel vervolgonderzoek.

In het onderzoek werden eerst de onderwerpen van de lokale media geanalyseerd. Er kon pas van een meerwaarde gesproken worden als hyperlocals over een bepaald onderwerp significant meer berichten verspreiden dan hun traditionele tegenhangers.

Uit de resultaten blijkt dat de hyperlocals op het gebied van onderwerpen inderdaad een meerwaarde bieden ten opzichte van de traditionele media. Ze verspreiden significant meer berichten met als onderwerp ‘economische ontwikkeling’ en ‘maatschappelijke organisaties’. Aangezien de twee categorieën vallen onder wat door Napoli et al (2017) essentiële informatienoodzaak genoemd werd, kan men wel degelijk van een meerwaarde spreken. In dat geval vullen de hyperlocals een gat op in de informatievoorziening. De toegevoegde waarde is echter verwaarloosbaar door het geringe aantal berichten die hyperlocals verspreiden.

Enigszins tegen de verwachting in verspreiden hyperlocals net zoveel relevante informatie als de traditionele media. In dit geval betekent ‘relevant’ dat de artikelen moeten voldoen aan de informatienoodzaak van de gemeenschap. De tweede hypothese stelde dat hyperlocals significant minder aan de informatienoodzaak zouden voldoen dan de traditionele media, en vooral de nadruk leggen op ‘overige’ onderwerpen. De resultaten wijzen uit dat dat niet zo is.

Daarna werden de data onderzocht op originaliteit. Een van de vaakst gehoorde kritieken over hyperlocals is namelijk het kopieergedrag van deze media. Daaraan werd ook de eerste hypothese gekoppeld, namelijk de verwachting dat hyperlocals significant minder eigen berichten zouden verspreiden dan de traditionele media. Deze kritiek blijkt ook voor Leiden gegrond, aangezien de hyperlokale media significant minder originele berichten verspreiden.

De hyperlocals presteren wel significant beter wat betreft het verspreiden van ‘lokale’ berichten, al is het lastig om hier een harde conclusie aan te verbinden gezien de aard van de traditionele media. Het Leidsch Dagblad is een regionaal medium, terwijl Unity en Sleutelstad zich niet uitsluitend op Leiden richten maar op de streek. Het enige traditionele medium dat zich nog uitsluitend op Leiden lijkt te richten is De Leydenaer.

Discussie en beperkingen

Omdat dit onderzoek het onderzoek voor een masterscriptie betrof, was de onderzoeksopzet redelijk beperkt. Zo zijn bijvoorbeeld televisie-of radio-uitzendingen van Unity en Sleutelstad niet meegenomen in het onderzoek.

Een tweede beperking is de manier waarom het begrip ‘kwaliteit’ gedefinieerd is. Een ‘goed’ lokaal bericht moest voldoen aan drie criteria. Het moest a) origineel zijn, b) gaan over een ‘lokale’ aangelegenheid en c) voldoen aan de informatienoodzaak van de gemeenschap. In andere onderzoeken bleek bijvoorbeeld de hoeveelheid nieuws over politiek en stad indicatief voor de kwaliteit van het nieuws (De Jong & Koetsenruijter, 2017, p. 24). Het begrip ‘kwaliteit’ kan op talloze manieren ingevuld worden. Zo zou ook een evenredige verdeling aan onderwerpen een manier zijn om de term ‘kwaliteit’ in te vullen. Elke invulling van het begrip zal zijn voor- en nadelen hebben. Zo zegt de in deze scriptie gebruikte methode niks over het genre, de lengte van de berichten en of er sprake is van diepgang.

Napoli et al. (2017) gebruikten ook maar acht categorieën in hun onderzoek met betrekking tot de onderwerpen van een artikel. Eerder onderzoeken van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek gebruikten bijvoorbeeld vijftien categorieën om lokale nieuwsberichten in te delen. Meer categorieën zouden ook toelaten om nóg nauwkeurigere uitspraken te doen over de verdeling van onderwerpen en waar deze verschillen zitten. Ook kan de meerwaarde op het gebied van onderwerpen zo nog nauwkeuriger bepaald worden. Bij Napoli et al. (2017) staat echter de informatienoodzaak centraal, en niet specifieke onderwerpen. De onderwerpvariabelen zijn vooral bedoeld om artikelen die aan de informatienoodzaak voldoen te onderscheiden van berichten die daar niet aan voldoen. Maar hoe vaak een bepaald onderwerp aan bod komt is niet relevant.

Ook de definitie van ‘hyperlocal’ blijft lastig. Mocht iemand anders een soortgelijk onderzoek doen naar hyperlocals in Leiden, zou die ook Sleutelstad en Unity, of De Leydenaer onder hyperlocals kunnen scharen. Ook zijn de aggregatiesites buiten beschouwing gelaten in dit onderzoek. Wanneer

dit wel gebeurt levert het ook andere resultaten op. Ook is er veel verloop bij de hyperlocals. Mocht dit onderzoek over een jaar nog eens plaatsvinden zijn er wellicht enkele hyperlocals gestopt, en nieuwe bijgekomen. De resultaten zijn daarom maar een momentopname.

Het onderzoek zegt iets over de verhoudingen tussen de media in Leiden, maar niet over de lokale journalistiek in Leiden in het algemeen. Door verschillende steden met elkaar te vergelijken kan men uitspraken doen over de prestaties van, bijvoorbeeld, hyperlocals in verschillende steden. Zo zou men ook een uitspraak kunnen doen over de kwaliteit van de lokale media in Leiden.

Uit de resultaten blijkt ook dat het aanbod van hyperlocals slechts 5% bedraagt in het Leidse medialandschap. Maar in hoeverre maken hyperlocals een verschil? Vinden de hyperlocals ook hun weg naar de consument? Cijfers over bezoekersaantallen, unieke bezoekers en welke artikelen goed gelezen worden zouden een beter inzicht kunnen geven in het bereik van hyperlocals en de mogelijke impact die ze hebben. Dat de websites bestaan en de informatie voorhanden is betekent niet dat het daarom ook geconsumeerd wordt. Dat ze slechts een klein aandeel hebben in het Leidse medialandschap wil, aan de andere kant, ook niet zeggen dat hun werk niet gelezen wordt.

Bibliografie

- Allan, S. (2006). *Online news: Journalism and the Internet*. McGraw-Hill Education.
- Bakker, P. (2013, Augustus 29). De overlevingsstrijd van hyperlokale nieuwssites. (S. v. Steen, Interviewer)
- Bakker, P., & Van Kerkhoven, M. (2013). Hyperlocal in Nederland. *Nieuwsvoorziening in de regio* , 75-94.
- Bakker, T. (2013). Citizens as political participants: The myth of the active online audience? *ASCoR*.
- Barnett, S. (2009). *Journalism, democracy and the public interest*.
- Barnett, S., & Townend, J. (2015). Plurality, policy and the local: can hyperlocals fill the gap? *Journalism Practice* , 332-349.
- Bowman, S., & Willis, C. (2003). *We media. How audiences are shaping the future of news and information*.
- Broersma, M. (2014). *Betrokken en gericht: Regionale journalistiek in de toekomst*. Heimdall.
- Bruns, A. (2005). *Gatewatching: Collaborative online news production*. Peter Lang.
- Bruns, A. (2010). News produsage in a pro-am mediasphere: Why citizen journalism matters. *News online: Transformations and continuities* , 132-147.
- Buijs, C. (2014). *Regiojournalistiek in spagaat. De kwaliteit van het redactieproces in de regionale journalistiek; een case-studie*. Den Haag: Boom Lemma.
- Carey, J. (1987). The press and public discourse. *The Center Magazine* , 4-16.
- Carlson, M. (2015). Boundaries of journalism: Professionalism, practices and participation. In M. Carlson, *The many boundaries of journalism* (pp. 1-18).
- De Jong, J., & Koetsenruijter, W. K. (2017). *Het versterken van lokale nieuwsmedia: naar een projectfonds Leidse journalistiek*. Leiden.
- Deuze, M. (2008). The changing context of news work: Liquid journalism for a monitorial citizenry. *International Journal of Communication*, 2, 18. *International Journal of Communication* , 848-865.
- Deuze, M. (2008). The professional identity of journalists in the context of convergence culture. *Observatorio* .
- Deuze, M. (2005). What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism* 6(4) , 442-464.
- Drok, N. (2016). *Perspectief voor publiek en professie: De waarde van civiele journalistiek in het netwerkmodel*.

- Friedland, L., Napoli, P., Ognyanova, K., Weil, C., & Wilson III, E. J. (2012). *Review of the literature regarding critical information needs of the American public*. Unpublished manuscript submitted to the Federal Communications Commission. http://transition.fcc.gov/bureaus/ocbo/Final_Literature_Review.pdf.
- Gieryn, T. (1983). Boundary-work and the demarcation of science from non-science: Strains and interests in professional ideologies of scientists. *American sociological review* , 781-795.
- Gillmor, D. (2004). We the media: The rise of citizen journalists. *National Civic Review* , 58-63.
- Goode, L. (2009). Social news, citizen journalism and democracy. *New media & society* , 1287-1305.
- Harte, D, Howells, R., & Williams, A. (2019). *Hyperlocal Journalism*. Londen: Routledge .
- Harte, D., Turner, J., & Williams, A. (2016). Discourses of enterprise in hyperlocal community news in the UK. *Journalism Practice* , 233-250.
- Hayes, A. S., Singer, J. B., & Ceppos, J. (2007). Shifting roles, enduring values: The credible journalist in a digital age. *Journal of Mass Media Ethics* , 262-279.
- Hermida, A. (2012). Tweets and truth: Journalism as a discipline of collaborative verification. *Journalism Practice* , 659-668.
- Hess, K., & Waller, L. (2017). *Local journalism in a digital world*. Macmillan International Higher Education.
- Koetsenruijter, W., & Van Hout, T. (2014). *Methoden voor Journalism Studies*. Amsterdam: Boom.
- Landman, L., Kik, Q., Hermans, E. A., & Hietbrink, N. R. (2015). *Nieuwsvoorziening in de regio 2014: "Gelukkig zijn hier geen journalisten"*. Diemen: AMB.
- Lasica, J. D. (2003). Blogs and journalism need each other. *Nieman reports* , 70-74.
- Lewis, S. C. (2012). The tension between professional control and open participation: Journalism and its boundaries. *Information, Communication & Society* , 836-866.
- Metzgar, E. T., Kurpius, D. D., & Rowley, K. M. (2011). Defining hyperlocal media: Proposing a framework for discussion. *New Media & Society* , 772-787.
- Napoli, M, P., Stonbely, S., McCollough, K., & Renninger, B. (2017). Local journalism and the information needs of local communities: Toward a scalable assessment approach. *Journalism Practice* , 373-395.
- Napoli, P., Weber, M., McCollough, K., & Wang, Q. (2018). *Assessing Local Journalism : News Deserts , Journalism Divides , and the Determinants of the Robustness of Local News*.
- Nielsen, R. K. (2015). *Local journalism: the decline of newspapers and the rise of digital media*. IB Tauris.

Pleijter, A. (2010, Maart 5). Opgeroepen op 2018, van De toekomst van de journalistiek:

<http://www.toekomstvandejournalistiek.nl/tag/lokale-journalistiek/>

Rosen, J. (2006, Juni 27). *The People Formerly Known as the Audience*. Opgehaald van Pressthink:

http://archive.pressthink.org/2006/06/27/ppl_frmr.html

Singer, J. (2015). Out of bounds: Professional norms as boundary markers. In J. Singer, *Boundaries of Journalism* (pp. 33-48).

Bijlagen

Bijlage 1: Toelichting bij onderwerpen

1. *Noodgevallen en risico's:*

- informatie over gevaarlijk weer; bedreigingen voor de openbare veiligheid en de openbare orde zoals terrorisme; waarschuwingen; AMBER alerts, informatie over politiewerk, ordehandhaving en openbare veiligheid; alle 112-melding waaraan hulpdiensten als politie, brandweer en ambulance te pas komen (overvallen, brand, inbraken, controles, arrestaties, veroordelingen)

2. *Zorg en welzijn*

- Informatie over lokale zorg (huisarts, tandarts, psychische zorg, ziekenhuizen, GGD); beschikbaarheid, kwaliteit en kosten van lokale gezondheidszorg; informatie over de lokale volksgezondheid en zijn diensten; preventiecampagnes; ziektes; vaccins; informatie over verzorgingstehuizen, uitvaart/crematoria/begraafplaatsen, verslaafden-en daklozenopvang, liefdadigheid (inzamelacties en sponsorlopen)

3. *Onderwijs*

- Informatie over lager/middelbaar/bijzonder/hoger onderwijs zoals hervormingen, kwaliteit, volwassenenonderwijs, taal-en andere cursussen; naschoolse opvang.

4. *Transport en verkeer*

- Informatie over infrastructuur via land, water en lucht. In de eerste plaats wegen en bereikbaarheid: wegwerkzaamheden, omleidingen en andere aanpassingen van verkeerssituaties zoals gevaarlijke kruispunten, plaatsing van verkeerslichten, tunnels en parkeergelegenheid in de gemeente. Ook openbaar vervoer (trein, metro, tram, bus), taxibedrijven, luchthaven en vliegverkeer.

5. *Natuur, milieu en ruimtelijke ordening*

- Informatie betreffende de lokale omgeving; bos- en natuurbeheer, groenvoorziening / plantsoendienst, volkstuintjes, kinderboerderijen, duurzaamheid (afvalscheiding zonnepanelen, windmolens, etc.). Ook informatie over gemeentelijke plannen die invloed heeft op het dagelijkse leven van de gemeenschap zoals de lucht-en waterkwaliteit, duurzaamheid; Ook het ter sprake brengen van gemeentelijke

regelgeving m.b.t. ruimtelijke ordening waar het de leefomgeving van de
gemeenschap aangaat.

6. *Economische ontwikkeling*

- Informatie over de lokale economie; Informatie over werkgelegenheid en mogelijkheden binnen de regio; beroepsopleidingen; herscholing; informatie over kansen voor kleine bedrijven zoals opstart hulp en kapitaal; informatie over grote economische ontwikkelingen 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 in de gemeente zijn gevestigd.

7. *Maatschappelijke organisaties*

- Informatie over instellingen binnen de gemeente, non-profit organisaties, verenigingen. Informatie over hun diensten, toegankelijkheid, mogelijkheden tot deelname; bibliotheken en andere informatiediensten; informatie over kunst en cultuur; recreatieve mogelijkheden; non-profitorganisaties en verenigingen; gemeenschapsgerichte sociale diensten en programma's; religieuze instellingen en programma's

8. *Politiek en bestuur*

- Informatie over lokale en regionale besturen en raden; schoolbesturen; verkiezingen; vergaderingen; informatie over waar en wanneer je kunt stemmen; lokaal beleid. Onder 'bestuur' wordt verder verstaan: fusie- en herindelingskwesties, beter bestuur (gedragscode), dienstverlening (bijv. aanstaande gemeenteraadsverkiezingen, openstelling gemeentehuis, afhalen paspoort, rijvaardigheids cursussen voor ouderen etc.) en personalia B&W, raadsleden en lokale afdelingen politieke partijen.

9. Artikelen die zich niet richten op één van de bovengenoemde acht onderwerpen

- Bijvoorbeeld informatie over BN'ers, vrije tijd, uitgaan, sport (infotainment).

Bijlage 2: Codeboek

Uitleg bij coderen van de artikelen in Excel.

A. Datum

Voer hier de datum in waarop het artikel gepubliceerd werd (DD-MM-YYYY)

B. Titel

Voeg hier de titel van het artikel in

C. Medium

Voeg hier het medium in die het bericht publiceerde

0 Leidsch Dagblad

1 Sleutelstad

2 Unity.nu

3 De Leydenaer

4 Leiden.nieuws.nl

5 Leidse Glibber

6 Indebuurt Leiden

D. Mediumtype

Voeg hier het mediumtype in die het bericht publiceerde

0 Traditioneel medium (Leidsch Dagblad, Sleutelstad, Unity.nu, De Leydenaer)

1 Hyperlocal (Leiden.nieuws.nl, Leidse Glibber, Indebuurt Leiden)

E. Onderwerp

Voeg hier het onderwerp van het artikel in (Uitleg bij de onderwerpen in bijlage 1)

1 *Noodgevallen en risico's*

2 *Zorg en welzijn*

3 *Onderwijs*

4 *Transport en verkeer*

5 *Natuur, milieu en ruimtelijke ordening*

6 *Economische ontwikkeling*

7 *Maatschappelijke organisaties*

8 *Politiek en bestuur*

9 *overig*

F. Informatienoodzaak

Voldoet het artikel aan de informatienoodzaak van de gemeenschap volgens de definitie van Napoli et al. (2017)?

0 Nee (nummer 9)

1 ja (nummer 1-8)

G. Originaliteit

Is het bericht origineel? (Zelf gemaakt met minstens enige journalistieke toevoeging)

0 Nee

1 Ja

H. Lokaal

Gaat het bericht over gebeurtenissen binnen de gemeente, inwoners of burgers die een band hebben met de gemeente?

0 Nee

1 Ja

I. Democratische waarde

Voldoet het bericht aan de drie kwaliteitsindicatoren van Napoli et al. (2017) en kan het bericht daardoor als waardevol voor de democratie beschouwd worden? (Automatisch uitgerekend door Excel)

0 Nee

1 Nee

2 Nee

3 Ja

Bijlage 3: Significantietesten alle media

Informatienoodzaak

	Traditionele media	Hyperlocals	Marginal Row Totals
Voldoet aan informatiebehoefte	245 (245.74) [0]	41 (40.26) [0.01]	286
Voldoet niet aan informatiebehoefte	48 (47.26) [0.01]	7 (7.74) [0.07]	55
Marginal Column Totals	293	48	341 (Grand Total)

The chi-square statistic is 0.0987. The p -value is .753439. This result is *not* significant at $p < .05$.

The chi-square statistic with Yates correction is 0.0105. The p -value is .918418. *Not* significant at $p < .05$.

Originaliteit

	Traditionele media	Hyperlocals	Marginal Row Totals
Origineel	262 (254.33) [0.23]	34 (41.67) [1.41]	296
Niet origineel	31 (38.67) [1.52]	14 (6.33) [9.28]	45
Marginal Column Totals	293	48	341 (Grand Total)

The chi-square statistic is 12.4381. The p -value is .000421. This result is significant at $p < .05$.

The chi-square statistic with Yates correction is 10.8684. The p -value is .000978. Significant at $p < .05$.

Lokaal

	Traditionele media	Hyperlocals	Marginal Row Totals
Lokaal	252 (256.91) [0.09]	47 (42.09) [0.57]	299
Niet lokaal	41 (36.09) [0.67]	1 (5.91) [4.08]	42
Marginal Column Totals	293	48	341 (Grand Total)

The chi-square statistic is 5.4169. The p -value is .019942. This result is significant at $p < .05$.

The chi-square statistic with Yates correction is 4.3703. The p -value is .036571. Significant at $p < .05$.

Democratische waarde

	Traditionele media	Hyperlocals	Marginal Row Totals
Democratische waarde	187 (183.88) [0.05]	27 (30.12) [0.32]	214
Niet overig	106 (109.12) [0.09]	21 (17.88) [0.55]	127
Marginal Column Totals	293	48	341 (Grand Total)

The chi-square statistic is 1.0119. The p -value is .314454. This result is *not* significant at $p < .05$.

The chi-square statistic with Yates correction is 0.7138. The p -value is .398179. *Not* significant at $p < .05$.

1. Onderwerp Noodgevallen en veiligheid

	Traditionele media	Hyperlocals	Marginal Row Totals
Noodgevallen en veiligheid	40 (36.09) [0.42]	2 (5.91) [2.59]	42
Geen noodgevallen en veiligheid	253 (256.91) [0.06]	46 (42.09) [0.36]	299
Marginal Column Totals	293	48	341 (Grand Total)

The chi-square statistic is 3.4359. The p -value is .063795. This result is *not* significant at $p < .05$.

The chi-square statistic with Yates correction is 2.6137. The p -value is .105943. *Not* significant at $p < .05$.

2. Zorg en welzijn

	Traditionele media	Hyperlocals	Marginal Row Totals
Zorg en welzijn	41 (36.95) [0.44]	2 (6.05) [2.71]	43
Geen zorg en welzijn	252 (256.05) [0.06]	46 (41.95) [0.39]	298
Marginal Column Totals	293	48	341 (Grand Total)

The chi-square statistic is 3.6139. The p -value is .057298. This result is *not* significant at $p < .05$.

The chi-square statistic with Yates correction is 2.7772. The p -value is .095615. *Not* significant at $p < .05$.

3. Onderwijs

	Traditionele media	Hyperlocals	Marginal Row Totals
Onderwijs	14 (12.89) [0.1]	1 (2.11) [0.59]	15
Geen onderwijs	279 (280.11) [0]	47 (45.89) [0.03]	326
Marginal Column Totals	293	48	341 (Grand Total)

The chi-square statistic is 0.7122. The p -value is .398707. This result is *not* significant at $p < .05$.

The chi-square statistic with Yates correction is 0.2156. The p -value is .642451. *Not* significant at $p < .05$.

4. Transport en verkeer

	Traditionele media	Hyperlocals	Marginal Row Totals
Transport en verkeer	14 (12.89) [0.1]	1 (2.11) [0.59]	15
Geen transport en verkeer	279 (280.11) [0]	47 (45.89) [0.03]	326
Marginal Column Totals	293	48	341 (Grand Total)

The chi-square statistic is 0.7122. The p -value is .398707. This result is *not* significant at $p < .05$.

The chi-square statistic with Yates correction is 0.2156. The p -value is .642451. *Not* significant at $p < .05$.

5. Natuur, milieu en ruimtelijke ordening

	Traditionele media	Hyperlocals	Marginal Row Totals
Natuur, milieu en ruimtelijke ordening	34 (30.93) [0.3]	2 (5.07) [1.86]	36
Geen natuur, milieu en ruimtelijke ordening	259 (262.07) [0.04]	46 (42.93) [0.22]	305
Marginal Column Totals	293	48	341 (Grand Total)

The chi-square statistic is 2.4161. The p -value is .120097. This result is *not* significant at $p < .05$.

The chi-square statistic with Yates correction is 1.6926. The p -value is .193258. *Not* significant at $p < .05$.

6. Economische ontwikkeling

	Traditionele media	Hyperlocals	Marginal Row Totals
Economische ontwikkeling	24 (36.09) [4.05]	18 (5.91) [24.72]	42
Geen economische ontwikkeling	269 (256.91) [0.57]	30 (42.09) [3.47]	299
Marginal Column Totals	293	48	341 (Grand Total)

The chi-square statistic is 32.8051. The p -value is . This result is significant at $p < .05$.

The chi-square statistic with Yates correction is 30.1473. The p -value is . Significant at $p < .05$.

7. Maatschappelijke Organisaties

	Traditionele media	Hyperlocals	Marginal Row Totals
Maatschappelijke informatie	44 (48.98) [0.51]	13 (8.02) [3.09]	57
Geen maatschappelijke informatie	249 (244.02) [0.1]	35 (39.98) [0.62]	284
Marginal Column Totals	293	48	341 (Grand Total)

The chi-square statistic is 4.3134. The p -value is .037814. This result is significant at $p < .05$.

The chi-square statistic with Yates correction is 3.4902. The p -value is .061734. *Not significant at $p < .05$.*

8. Politiek en besturen

	Traditionele media	Hyperlocals	Marginal Row Totals
Politiek en besturen	34 (30.93) [0.3]	2 (5.07) [1.86]	36
Geen politiek en besturen	259 (262.07) [0.04]	46 (42.93) [0.22]	305
Marginal Column Totals	293	48	341 (Grand Total)

The chi-square statistic is 2.4161. The p -value is .120097. This result is *not significant at $p < .05$.*

The chi-square statistic with Yates correction is 1.6926. The p -value is .193258. *Not significant at $p < .05$.*

9. Overig

	Traditionele media	Hyperlocals	Marginal Row Totals
Overig	48 (47.26) [0.01]	7 (7.74) [0.07]	55
Niet overig	245 (245.74) [0]	41 (40.26) [0.01]	286
Marginal Column Totals	293	48	341 (Grand Total)

The chi-square statistic is 0.0987. The p -value is .753439. This result is *not significant at $p < .05$.*

The chi-square statistic with Yates correction is 0.0105. The p -value is .918418. *Not significant at $p < .05$.*

Bijlage 3: Significantietesten zonder Leidsch Dagblad

Onderwerpen

1. Noodgevallen en veiligheid

	Traditionele media	Hyperlocals	Marginal Row Totals
Noodgevallen en veiligheid	31 (25.83) [1.03]	2 (7.17) [3.73]	33
Niet noodgevallen en veiligheid	142 (147.17) [0.18]	46 (40.83) [0.65]	188
Marginal Column Totals	173	48	221 (Grand Total)

The chi-square statistic is 5.5946. The p -value is .018016. This result is significant at $p < .05$.

The chi-square statistic with Yates correction is 4.5643. The p -value is .032646. Significant at $p < .05$.

2. Zorg en welzijn

	Traditionele media	Hyperlocals	Marginal Row Totals
Zorg en welzijn	28 (23.48) [0.87]	2 (6.52) [3.13]	30
Niet zorg en welzijn	145 (149.52) [0.14]	46 (41.48) [0.49]	191
Marginal Column Totals	173	48	221 (Grand Total)

The chi-square statistic is 4.6261. The p -value is .03149. This result is significant at $p < .05$.

The chi-square statistic with Yates correction is 3.6584. The p -value is .055788. *Not* significant at $p < .05$.

3. Onderwijs

	Traditionele media	Hyperlocals	Marginal Row Totals
Onderwijs	5 (4.7) [0.02]	1 (1.3) [0.07]	6
Geen onderwijs	168 (168.3) [0]	47 (46.7) [0]	215
Marginal Column Totals	173	48	221 (Grand Total)

The chi-square statistic is 0.0926. The p -value is .760883. This result is *not* significant at $p < .05$.

The chi-square statistic with Yates correction is 0.039. The p -value is .843372. *Not* significant at $p < .05$.

4. Transport en verkeer

	Traditionele media	Hyperlocals	Marginal Row Totals
Transport en verkeer	3 (3.13) [0.01]	1 (0.87) [0.02]	4
Geen transport en verkeer	170 (169.87) [0]	47 (47.13) [0]	217
Marginal Column Totals	173	48	221 (Grand Total)

The chi-square statistic is 0.0258. The p -value is .872424. This result is *not* significant at $p < .05$.

The chi-square statistic with Yates correction is 0.2037. The p -value is .651785. *Not* significant at $p < .05$.

5. Natuur, milieu en ruimtelijke ordening.

	Traditionele media	Hyperlocals	Marginal Row Totals
Natuur, milieu en ruimtelijke ordening	22 (18.79) [0.55]	2 (5.21) [1.98]	24
Geen natuur, milieu en ruimtelijke ordening	151 (154.21) [0.07]	46 (42.79) [0.24]	197
Marginal Column Totals	173	48	221 (Grand Total)

The chi-square statistic is 2.8376. The p -value is .092084. This result is *not* significant at $p < .05$.

The chi-square statistic with Yates correction is 2.023. The p -value is .154928. *Not* significant at $p < .05$.

6. Economische ontwikkeling

	Traditionele media	Hyperlocals	<i>Marginal Row Totals</i>
Economische ontwikkeling	13 (24.27) [5.23]	18 (6.73) [18.85]	31
Geen economische ontwikkeling	160 (148.73) [0.85]	30 (41.27) [3.08]	190
<i>Marginal Column Totals</i>	173	48	221 (Grand Total)

The chi-square statistic is 28.0149. The p -value is . This result is significant at $p < .05$.

The chi-square statistic with Yates correction is 25.5836. The p -value is . Significant at $p < .05$.

7. Maatschappelijke Organisaties

	Traditionele media	Hyperlocals	<i>Marginal Row Totals</i>
Maatschappelijke informatie	27 (22.7) [0.81]	2 (6.3) [2.93]	29
Geen maatschappelijke informatie	146 (150.3) [0.12]	46 (41.7) [0.44]	192
<i>Marginal Column Totals</i>	173	48	221 (Grand Total)

The chi-square statistic is 4.3137. The p -value is .037806. This result is significant at $p < .05$.

The chi-square statistic with Yates correction is 3.3686. The p -value is .066451. *Not* significant at $p < .05$.

8. Politiek en besturen

	Traditionele media	Hyperlocals	Marginal Row Totals
Politiek en besturen	22 (18.79) [0.55]	2 (5.21) [1.98]	24
Geen politiek en besturen	151 (154.21) [0.07]	46 (42.79) [0.24]	197
Marginal Column Totals	173	48	221 (Grand Total)

The chi-square statistic is 2.8376. The p -value is .092084. This result is *not* significant at $p < .05$.

The chi-square statistic with Yates correction is 2.023. The p -value is .154928. *Not* significant at $p < .05$.

9. Overig

	Traditionele media	Hyperlocals	Marginal Row Totals
Overig	22 (22.7) [0.02]	7 (6.3) [0.08]	29
Niet overig	151 (150.3) [0]	41 (41.7) [0.01]	192
Marginal Column Totals	173	48	221 (Grand Total)

The chi-square statistic is 0.1148. The p -value is .734707. This result is *not* significant at $p < .05$.

The chi-square statistic with Yates correction is 0.0095. The p -value is .922497. *Not* significant at $p < .05$.

Informatienoodzaak

	Traditionele media	Hyperlocals	Marginal Row Totals
Informatiebehoefte	151 (150.3) [0]	41 (41.7) [0.01]	192
Geen informatiebehoefte	22 (22.7) [0.02]	7 (6.3) [0.08]	29
Marginal Column Totals	173	48	221 (Grand Total)

The chi-square statistic is 0.1148. The p -value is .734707. This result is *not* significant at $p < .05$.

The chi-square statistic with Yates correction is 0.0095. The p -value is .922497. *Not* significant at $p < .05$.

Originaliteit

	Traditionele media	Hyperlocals	Marginal Row Totals
Origineel	143 (138.56) [0.14]	34 (38.44) [0.51]	177
Niet origineel	30 (34.44) [0.57]	14 (9.56) [2.07]	44
Marginal Column Totals	173	48	221 (Grand Total)

The chi-square statistic is 3.2954. The p -value is .069476. This result is *not* significant at $p < .05$.

The chi-square statistic with Yates correction is 2.5955. The p -value is .107171. *Not* significant at $p < .05$.

Democratische waarde

	Traditionele media	Hyperlocals	Marginal Row Totals
Democratische waarde	94 (94.72) [0.01]	27 (26.28) [0.02]	121
Geen democratische waarde	79 (78.28) [0.01]	21 (21.72) [0.02]	100
Marginal Column Totals	173	48	221 (Grand Total)

The chi-square statistic is 0.0556. The p -value is .813582. This result is *not* significant at $p < .05$.

The chi-square statistic with Yates correction is 0.0052. The p -value is .942659. *Not* significant at $p < .05$.

Bijlage 5: Intercodeursbetrouwbaarheidstesten

ReCal 0.1 Alpha for 2 Coders results for file "Betrouwbaarheid onderwerpen.csv"

File size: 90 bytes
N columns: 2
N variables: 1
N coders per variable: 2

	Percent Agreement	Scott's Pi	Cohen's Kappa	Krippendorff's Alpha (nominal)	N Agreements	N Disagreements	N Cases	N Decisions
Variable 1 (cols 1 & 2)	77.8%	0.733	0.736	0.741	14	4	18	36

Export Results to CSV [\(what's this?\)](#)

Select another CSV file for reliability calculation below:

Bestand kiezen | Geen bestand gekozen | Calculate Reliability

Save results history [\(what's this?\)](#)

ReCal 0.1 Alpha for 2 Coders results for file "Betrouwbaarheidstest lokaal .csv"

File size: 95 bytes
N columns: 2
N variables: 1
N coders per variable: 2

	Percent Agreement	Scott's Pi	Cohen's Kappa	Krippendorff's Alpha (nominal)	N Agreements	N Disagreements	N Cases	N Decisions
Variable 1 (cols 1 & 2)	100%	1	1	1	19	0	19	38

Export Results to CSV [\(what's this?\)](#)

Select another CSV file for reliability calculation below:

Bestand kiezen | Geen bestand gekozen | Calculate Reliability

Save results history [\(what's this?\)](#)

Bijlage 6: Frequentietabel onderwerpen

	LD	Sleutelstad	Unity	Leydenaer	Leiden.nieuws.nl	Leidse Glibber	Indebuurt
Noodgevallen en veiligheid	9	12	18	1	1	0	1
Zorg en welzijn	13	7	17	4	0	0	2
Onderwijs	9	2	2	1	0	1	0
Transport/verkeer	11	0	2	1	0	1	0
Natuur, milieu en ruimtelijke ordening	12	8	11	3	2	0	0
Economische ontwikkeling	11	6	4	3	1	3	14
Maatschappelijke organisaties	17	6	8	13	12	1	0
Politiek en besturen	12	15	7	0	2	0	0
Overig	26	10	7	5	0	0	7