

Regionale nieuwsmedia: het verbindende element in de regio

Onderzoek naar de representatie van sociale cohesie in regionale
Limburgse nieuwsmedia.

R.W.J.G van Peij (s2090538)
Dr. A.W.M. Koetsenruijter
Dr. J.P. Burger
Master Journalistiek & Nieuwe Media
07-11-2019

Inhoudsopgave

Voorwoord	3
Samenvatting	4
1. Inleiding	6
1.1 Aanleiding	6
1.2 Relevantie	7
1.3 Vraagstelling	8
2. Theoretisch kader	10
2.1 Functies van de regionale journalistiek	10
2.2 Het concept ‘sociale cohesie’	12
2.3 Het model van de negen dimensies van sociale cohesie	16
2.4 Bevindingen van Leupold et al. (2016)	18
2.5 De Limburgse identiteit	21
2.6 Harde en zachte nieuwsonderwerpen	25
3. Methode	27
3.1 Kwalitatieve inhoudsanalyse	27
3.2 Coderen	27
3.3 Corpus	28
3.4 Beperkte kwantitatieve analyse	28
4. Resultaten	30
4.1 Dimensie sociale netwerken	31
4.2 Dimensie vertrouwen in andere mensen	36
4.3 Dimensie acceptatie van diversiteit	40
4.4 Dimensie identiteit	44
4.5 Dimensie vertrouwen in openbare instellingen	54
4.6 Dimensie perceptie van rechtvaardigheid	59
4.7 Dimensie solidariteit en behulpzaamheid	61
4.8 Dimensie respect voor sociale regels	64
4.9 Dimensie burgerlijke participatie	68
4.10 Beperkte kwantitatieve analyse	72
5. Conclusie & discussie	
5.1 Conclusie	74
5.2 Discussie	82
Literatuur	85

Voorwoord

Voor u ligt de *masterscriptie 'Regionale nieuwsmedia: het verbindende element in de regio'*. Deze scriptie is geschreven in het kader van mijn afstuderen aan de opleiding Journalistiek & Nieuwe Media aan de Universiteit van Leiden en markeert het einde van mijn studietijd. Ik heb in korte tijd ontzettend veel geleerd tijdens deze opleiding, maar ben ook blij dat ik me vanaf nu volledig kan gaan focussen op mijn journalistieke baan bij Editie NL.

De inspiratie voor dit onderwerp heb ik opgedaan tijdens mijn werk bij de Limburgse nieuwswebsite *ILimburg* (2015-2017). Als geboren en getogen Limburger stond ik tijdens deze periode nooit zo stil bij de stelselmatige verwijzingen naar Limburgse cultuurelementen, zoals het carnaval, schutterijen, het mijnverleden en de streektaal, in de berichtgeving van *ILimburg*. Pas toen ik in 2017 verhuisde naar Leiden kwam ik erachter dat prominente verwijzingen naar de provinciale cultuur niet bij elk regionaal nieuwsmedium vanzelfsprekend zijn. Bij Omroep West zijn lijken dit soort verwijzingen veel minder aan de orde te zijn. Logisch ook, want in Zuid-Holland voelen inwoners zich veel minder verbonden met de provincie waarin ze wonen dan Limburgers. In die periode raakte ik steeds meer gefascineerd door de verbindende functie van de regionale nieuwsmedia.

Ik was dan ook blij verrast dat ik kon kiezen voor het scriptieonderwerp 'stimulering van de regionale journalistiek', aangezien dit betekende dat ik onderzoek kon gaan doen naar de manier waarop sociale cohesie wordt gerepresenteerd in de berichtgeving van regionale nieuwsmedia. De stimulering van regionale journalistiek door de overheid wordt namelijk vaak gelegitimeerd met een beroep op die cohesie.

Zonder de hulp van een aantal mensen was dit onderzoek niet tot stand gekomen. Mijn dank gaat allereerst uit naar de goede begeleiding van dr. Willem Koetsenruijter. Door de reeks hoorcolleges heb ik veel geleerd over de huidige stand van de regionale journalistiek. Bovendien heb ik veel profijt gehad van de opbouwende kritiek die hij gedurende het proces op mijn scriptie heeft gegeven. Daarnaast wil ik ook graag mijn studiegenoten van de werkgroep bedanken voor het uitwisselen van ideeën. Dit onderzoek was evenmin tot stand gekomen zonder mijn vriend die altijd een luisterend oor heeft geboden, waardoor ik regelmatig tot nieuwe inzichten kwam. Ook heeft hij mij geholpen bij het maken van de beperkte kwantitatieve analyse, door als tweede codeur een aantal nieuwsartikelen te analyseren. Tot slot wil ik mijn collega's van Editie NL en familie bedanken die mij motiveerden om die scriptie "nu eindelijk eens af te ronden".

Ik wens u veel leesplezier toe.

Romy van Peij. (Utrecht, 7 november 2019)

Samenvatting

Door de komst van het internet dat vol staat met gratis nieuws en forse bezuinigingen op nieuwsredacties staat de regionale journalistiek onder druk. Daarmee staat ook een belangrijke functie van de regionale journalistiek onder druk, namelijk het bevorderen van de sociale cohesie. Maar ondanks dat het steunen van de regionale journalistiek door middel van journalistieke fondsen veelal wordt gelegitimeerd met een beroep op die sociale cohesie is het vooralsnog onduidelijk hoe dit abstractie concept vorm krijgt in nieuwsartikelen. Vanwege de onduidelijkheid die hierover bestaat, wordt in dit onderzoek antwoord gegeven op de vraag: *'Hoe wordt sociale cohesie gerepresenteerd in de berichtgeving van Limburgse nieuwsmedia?'* De regionale nieuwswebsite *ILimburg* en de regionale krant *De Limburger* vormen de casestudy in dit onderzoek, aangezien Limburgers zich sterk verbonden lijken te voelen met de provincie waarin ze wonen.

Om de onderzoeksvraag te beantwoorden is een kwalitatieve inhoudsanalyse uitgevoerd aan de hand van het model van de negen dimensies van sociale cohesie, ontwikkeld door Leupold, Klinger & Jarren (2016). Deze onderzoekers hebben het abstracte concept vertaald naar negen concrete categorieën van sociale cohesie, die het vertrekpunt vormen voor de analyse. Er zijn ongeveer 150 nieuwsartikelen van *ILimburg* en *De Limburger* gecodeerd om na te gaan aan de hand van welke nieuwsonderwerpen sociale cohesie wordt gerepresenteerd. Dit houdt in dat bij elke dimensie van sociale cohesie is nagegaan op welke manier deze precies tot uiting komt in nieuwsartikelen.

Om te onderzoeken of het model van de negen dimensies van sociale cohesie ook kwantitatief te operationaliseren is, is er vervolgens nog een beperkte kwantitatieve analyse uitgevoerd. Zo hebben twee getrainde codeurs een kwantitatieve analyse uitgevoerd op een corpus van 30 nieuwsartikelen en gecodeerd welke dimensie voorkomt per artikel. Vervolgens is aan de hand van Krippendorff's Alpha berekend in welke mate de antwoorden overeenstemmen.

Uit de kwalitatieve inhoudsanalyse blijkt dat een aantal dimensies, zoals de **dimensies sociale netwerken, identificatie en respect voor sociale regels**, vooral tot uiting komen aan de hand van zachte nieuwsonderwerpen. Dit zijn bijvoorbeeld artikelen over criminaliteit of over het belang van gezelschapsverenigingen, Limburgse tradities en regionale gebruiken. Opvallend daarbij is dat Limburgse media zich als het gaat om de invulling van zachte nieuwsonderwerpen erg onderscheiden door te verwijzen naar zaken die deel uitmaken van de Limburgse identiteit, zoals drugscriminaliteit, schutterijen, de mijngeschiedenis en het dialect. In de berichtgeving van *De Limburger* en *ILimburg* komen zachte nieuwsonderwerpen dus tot uiting aan de hand van verwijzingen naar regionale waarden, die typerend zijn voor Limburg.

Als het daarentegen gaat om de representatie van harde nieuwsonderwerpen is het tegenovergestelde waarneembaar. Zo komen de dimensies **vertrouwen in openbare instellingen** en **burgerlijke participatie** met name tot uiting in harde nieuwsonderwerpen, zoals verkiezingsopkomst en het functioneren van politieke en openbare instellingen. Uit de geanalyseerde nieuwsartikelen komt naar voren dat Limburgse media – als het gaat om de invulling van harde nieuwsonderwerpen – niet onderscheidend zijn. Als regionale krant en nieuwswebsite brengen zij enkel nieuws over het functioneren van openbare instellingen, zoals de brandweer die een brandje heeft geblust, en de verkiezingsopkomst in een bepaalde gemeente en zijn er geen specifieke Limburgse onderwerpen waarneembaar. De manier waarop harde nieuwsonderwerpen tot uiting komen in artikelen van *De Limburger* en *Limburg* zijn dus niet typerend voor Limburg.

Uit de beperkte kwantitatieve analyse blijkt tot slot dat het model van de negen dimensies van sociale cohesie van Leupold et al. (2016), dat in deze scriptie is gehanteerd, ook kwantitatief te operationaliseren is. Aan de hand van Krippendorff's Alpha is namelijk berekend dat er een hoge mate van overeenstemming bestaat tussen de antwoorden die beide codeurs hebben gegeven. Slechts in een aantal gevallen gaven beide codeurs een verschillend antwoord en was het niet precies duidelijk welke dimensie in een bepaald artikel werd gerepresenteerd. Een aantal dimensies zouden daarom wat aanscherping behoeven.

1. Inleiding

1.1 Aanleiding

“Goede, degelijke en onafhankelijke journalistiek in de regio staat onder druk” (NVJ, 2018). Door de komst van het internet dat vol staat met gratis, altijd en overal toegankelijk nieuws en door krimpende nieuwsredacties als gevolg van bezuinigingen, hebben journalisten bij regionale media steeds minder tijd voor onderzoek en verdieping (De Jong & Koetsenruijter, 2017a; Scott, 2005, blz. 90). Uit onderzoek van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek blijkt dat de gemeentepolitiek steeds minder wordt gevolgd door journalisten van lokale media (Kik & Landman, 2013). Zo zijn de perstribunes bij gemeenteraadsvergaderingen steeds minder gevuld en is de berichtgeving veelal gebaseerd op persberichten (van den Bos, 2019). Hierdoor dreigt de regionale journalistiek haar waakhondfunctie te verliezen, want zonder degelijke en onafhankelijke journalistiek zijn burgers niet in staat om de overheid te controleren (Norris, 2014, blz. 525; De Jong & Koetsenruijter, 2017b, 5).

Naast de informatie- en waakhondfunctie hebben regionale nieuwsmedia nóg een belangrijke functie. Zo verbinden zij:

“ [...] mensen in de regio en brengen een aanbod waarin veel mensen zich kunnen herkennen. Door de verschillende gemeenschappen in regio's te laten zien wat ze gezamenlijk hebben, maar ook waarin ze van elkaar verschillen, dragen regionale omroepen bij aan de sociale cohesie en tolerantie in hun provincie” (RPO, 2017, 8).

Het bevorderen van de sociale cohesie wordt dus gezien als een belangrijke functie van regionale nieuwsmedia. In lijn met Janowitz's (1952) conclusie dat regionale journalistiek de gemeenschappelijkheid versterkt in plaats van verschillen benadrukt, dienen regionale media volgens tal van onderzoekers als de 'sociale lijm' die gemeenschappen bij elkaar houdt (Lowrey, 2004, 284). De dekking van verschillende aspecten van het dagelijks leven, zoals sociale evenementen en sport kan mensen, net als nieuws over publieke zaken en gebeurtenissen, helpen bij het ontwikkelen van een gemeenschapsgevoel (Nielsen, 2015, 15).

Mede door de belangrijke rol die regionale journalistiek speelt bij het bevorderen van de sociale cohesie, zijn in Engeland en Denemarken fondsen opgezet om de regionale journalistiek te versterken (De Jong & Koetsenruijter, 2017b, 43). Zo stelt de Britse BBC jaarlijks bijna tien miljoen euro beschikbaar voor 150 lokale journalisten. In Denemarken ontvangen redacties van lokale nieuwsmedia daarnaast op structurele wijze een overheidssubsidie (ibid, 43). Ook in Nederland worden journalistieke fondsen opgezet om de situatie te verbeteren en de regionale journalistiek te bevorderen. Op gemeentelijk niveau

gebeurt dit in de steden Amersfoort, Tilburg, Den Haag en Leiden (ibid, 39). De afgelopen jaren is op provinciaal niveau in Noord-Brabant, Groningen en Zeeland geëxperimenteerd met mediafondsen. Zo wordt door het Mediafonds van de provincie Groningen sinds 2017 een jaarlijkse subsidie van 100.000 euro uitgekeerd aan de regionale Groningse nieuwsmedia (van den Bos, 2019).

1.2 Relevantie

Zoals hierboven is beschreven, wordt het bevorderen van de sociale cohesie beschouwd als een van de belangrijkste functies van regionale journalistiek. Bij veel journalistieke fondsen wordt het steunen van de regionale journalistiek door de overheid dan ook gelegitimeerd met een beroep op die sociale cohesie, maar het is vooralsnog onduidelijk hoe dat tot uiting komt in nieuwsartikelen van regionale media. Deze onduidelijkheid heeft vooral te maken met het feit dat sociale cohesie een nogal abstract concept is, want ondanks de alomtegenwoordigheid in de academische literatuur bestaan er uiteenlopende definities van sociale cohesie, waarbij de betekenis per auteur verschilt.

Waar academici het wel over eens lijken te zijn, is dat sociale cohesie als iets wenselijks voor de samenleving moet worden gezien en dat regionale journalistiek de sociale cohesie in een samenleving kan bevorderen (Janowitz, 1952; Forrest & Kearns, 2001; Lowrey, 2004). Maar ondanks dat het steunen van de regionale journalistiek veelal wordt gelegitimeerd met een beroep op die sociale cohesie is het vooralsnog onduidelijk hoe dat vorm krijgt in nieuwsartikelen van regionale media. Hoe wordt dit abstracte concept gerepresenteerd in een nieuwsartikel? Naar wat voor soort zaken wordt er dan verwezen? We weten dat sociale cohesie moet worden beschouwd als de mate waarin mensen zich in een bepaalde samenleving met elkaar verbonden voelen. Betekent dit dan dat er in nieuwsartikelen naar sociale netwerken als sportverenigingen wordt verwezen? Of naar bepaalde regionale tradities waarmee mensen zich kunnen identificeren? Vanwege de onduidelijkheid die hierover bestaat, is een onderzoek naar de representatie van sociale cohesie in regionale nieuwsmedia – zowel voor de academische discipline *journalism studies*, als voor de praktijk van de regionale journalistiek – relevant.

In deze scriptie gaat het voornamelijk om een analyse van de manier waarop sociale cohesie vorm krijgt in nieuwsonderwerpen. Mogelijk komt dit ook op een bepaalde manier tot uiting in de schrijfstijl en vormgeving van nieuwsartikelen, maar dat wordt in deze scriptie buiten beschouwing gelaten.

1.3 Vraagstelling

Aangezien sociale cohesie wordt beschouwd als een van de belangrijkste functies van regionale journalistiek en als legitimering van journalistieke fondsen geldt, is het interessant om te kijken naar de manier waarop sociale cohesie vorm krijgt in de berichtgeving van regionale nieuwsmedia. Twee voorbeelden van regionale media die sterk lijken in te spelen op het bevorderen van de sociale cohesie zijn de regionale nieuwswebsite *ILimburg* en de regionale krant *De Limburger*. Zo komen in de nieuwsartikelen veelal onderwerpen aan bod waarmee wordt ingespeeld op het regionale karakter van de provincie, zoals de eeuwenoude traditie van het carnaval, de mijnen en natuurlijk de streektaal. Bewoners van deze provincie lijken zich vaak ook echt een ‘Limburger’ te voelen, iets dat in provincies als Noord-Holland of Zuid-Holland veel minder aan de orde is. Kortom, Limburg is een provincie met een sterke regionale identiteit en aan de hand van stelselmatige verwijzingen naar de Limburgse cultuur en tradities lijken de Limburgse nieuwsmedia een sterke verbindende factor te zijn onder burgers (Remie, 2019). Om deze redenen vormen de regionale media van Limburg de casestudy in deze scriptie. De onderzoeksvraag die in deze scriptie wordt beantwoord is dan ook als volgt:

‘Hoe wordt sociale cohesie gerepresenteerd in de berichtgeving van Limburgse nieuwsmedia?’

Om antwoord te kunnen geven op de onderzoeksvraag wordt een kwalitatieve inhoudsanalyse uitgevoerd aan de hand van het model van de negen dimensies van sociale cohesie, ontwikkeld door Leupold, Klinger & Jarren (2016). Dit model is ontwikkeld voor het analyseren van de manier waarop sociale cohesie wordt gerepresenteerd in nieuwsartikelen. Het dient als vertrekpunt van waaruit wordt geanalyseerd op welke wijze sociale cohesie vorm krijgt in nieuwsartikelen van Limburgse regionale media. De focus ligt in deze scriptie op de nieuwswebsite *ILimburg* en de regionale krant *De Limburger*, zodat er een uitspraak kan worden gedaan over de Limburgse regionale media in het algemeen. Besloten is om enkel nieuwsartikelen van de geschreven pers te onderzoeken en video-items uit nieuwsuitzendingen van de regionale omroep buiten beschouwing te laten, omdat het model door Leupold et al. (2016) ook alleen op geschreven nieuwsartikelen wordt toegepast. Bovendien bestaat er een grote gelijkens tussen de nieuwsonderwerpen die in video-items van de regionale omroep en geschreven nieuwsartikelen van de regionale krant aan bod komen. Zowel de Limburgse regionale omroep als de geschreven pers doen namelijk verslag van dezelfde nieuwswaardige gebeurtenissen in Limburg.

Om te analyseren of het model van de negen dimensies van sociale cohesie ook kwantitatief te operationaliseren is, wordt na de kwalitatieve inhoudsanalyse nog een beperkte kwantitatieve analyse uitgevoerd.

2. Theoretisch kader: drie taken van regionale journalistiek en het concept sociale cohesie

In dit hoofdstuk worden allereerst de drie belangrijkste taken van regionale journalistiek besproken, namelijk de journalistieke waakhond- en informatiefunctie, het vergroten van de politieke betrokkenheid en het versterken van de sociale cohesie. Deze laatstgenoemde theoretische functie van regionale journalistiek vormt het kader van waaruit naar de onderzoeksvraag wordt gekeken. De overige taken worden beknopt toegelicht, omdat deze informatie enkel ter achtergrondinformatie dienen.

Vervolgens wordt het concept ‘sociale cohesie’ gedefinieerd en het model van de negen dimensies van sociale cohesie van Leupold et al. (2016) toegelicht. Met behulp van dit model kan worden geanalyseerd op welke manier sociale cohesie wordt gerepresenteerd in nieuwsartikelen. Het model van Leupold et al. (2016) vormt daarom het vertrekpunt van waaruit wordt geanalyseerd op welke manier sociale cohesie vorm krijgt in Limburgse regionale media.

2.1 Drie theoretische functies van regionale journalistiek

Dat regionale journalistiek een belangrijk democratisch instrument is, wordt in veel onderzoeken benadrukt (Nielsen, 2015, 32). Journalistiek wordt vaak aangeduid als ‘de vierde macht’. Dit houdt in dat de journalistiek, naast de rechtsprekende, de wetgevende en de uitvoerende macht van de Trias Politica van Montesquieu, de macht is die de macht controleert (De Jong & Koetsenruijter, 2017, 31). Meestal is kennis uit de eerste hand bij burgers niet beschikbaar en de media vervullen deze controlerende taak (Bakker & Bosch, 2011, 20). Naast het informeren van burgers over de gebeurtenissen in hun omgeving is het namelijk de taak van de pers om burgers te informeren over de misstanden van beleidsmakers, politici en andere autoriteiten (ibid, 31). Dankzij deze informatie worden mensen in staat gesteld om de autoriteiten te controleren en deel te nemen aan het democratisch proces door te discussiëren en te stemmen (Bakker & Bosch, 2011, 20). Dit wordt ook wel de journalistieke waakhondfunctie genoemd en dit wordt door journalisten en onderzoekers doorgaans als belangrijkste functie van de regionale journalistiek beschouwd (Marder, 1999).

Daarnaast wordt in talloze onderzoeken genoemd dat regionale journalistiek de politieke betrokkenheid van inwoners vergroot (De Jong & Koetsenruijter, 2017b, 5). Zo blijkt dat regionale nieuwsmedia een positief effect hebben op de verkiezingsopkomst (Ali, 2006, 109, Nielsen, 2015, 40). Uit hun studie naar regionaal Spaanstalig televisienieuws en Latijns-Amerikaanse stemmers in de Verenigde Staten concludeerden Oberholzer-Gee en

Waldfoegel (2009) dat de verkiezingsopkomst met vier procent steeg bij mensen die het regionaal nieuws volgden. Omgekeerd leidde de afwezigheid van regionaal nieuws tot een lagere verkiezingsopkomst (Nielsen, 2015, 40).

Ook uit Deens onderzoek van Baekgaard et al. (2014) blijkt dat regionale nieuwsvoorziening een positief effect heeft op de verkiezingsopkomst bij regionale verkiezingen, maar dit is alleen het geval als nieuwsmedia burgers informeren over belangrijke politieke kwesties. Hierdoor wordt het informatieniveau onder mensen namelijk verhoogd en dit leidt tot een hogere verkiezingsopkomst (ibid, 521). Uit deze onderzoeken blijkt dus dat de kwaliteit van regionale nieuwsmedia de hoogte van de opkomstcijfers beïnvloedt (De Jong & Koetsenruijter, 2017b, 32).

Tot slot wordt in veel onderzoeken bevestigd dat regionale journalistiek de sociale cohesie in een gemeenschap kan bevorderen (De Jong & Koetsenruijter, 2017, 43). Regionale nieuwsmedia creëren een gedeeld begrip van wat het betekent om bij een gemeenschap te horen: wat de normen en waarden zijn en wat als normaal wordt beschouwd en wat niet. In navolging van de conclusie van Janowitz (1952) dat lokale media de gemeenschappelijkheid in een gemeenschap versterken in plaats van de verschillen te benadrukken, dienen regionale media als de ‘sociale lijm’ die gemeenschappen bij elkaar houdt (Lowrey et al., 2008, 284). Volgens Ali (2016) zijn lokale nieuwsmedia dan ook essentieel voor de samenhang binnen gemeenschappen (ibid, 109).

Kees Buijs (2014) focust zich in zijn onderzoek nadrukkelijk op regionale kranten en de manier waarop de regionale krant kan bijdragen aan het bevorderen de sociale samenhang in een maatschappij. Volgens hem dragen kranten bij aan het onderhouden van een gemeenschap door een gemeenschappelijk referentiekader te creëren voor burgers, een ‘imagined community’ (ibid, 10). Een voorbeeld hiervan is de Leeuwarder Courant, die meewerkte aan de definiëring van de Friese identiteit. De regionale krant: *“is een vast referentiepunt voor een groot deel van de bevolking. Ze zorgt voor een dagelijks terugkerende gemeenschappelijke ervaring en is daarmee een samenbindend element”*, aldus Rimmer Mulder, oud-hoofdredacteur van de Leeuwarder Courant (ibid, 10). Regionale journalistiek fungeert dus als een sociaal bindmiddel en kan het gevoel van mensen versterken tot een specifieke regio of provincie met een eigen regionale identiteit te behoren (Wadbring & Bergström, 2015; Buijs, 2014, 9; Hellekant, 2016).

Ook Nielsen (2015) benadrukt de belangrijke rol die regionale journalistiek speelt bij het saamhorigheidsgevoel binnen gemeenschappen door het bieden van een reeks gemeenschappelijke referenties. De dekking van verschillende aspecten van het dagelijks leven van mensen, zoals sociale evenementen en sport kan mensen, net als nieuws over publieke zaken en gebeurtenissen, helpen bij het ontwikkelen van een gemeenschapsgevoel

door middel van gedeelde ervaringen (ibid, 15). Zo heeft empirisch onderzoek aangetoond dat regionale nieuwsmedia niet alleen het informatieniveau en de civiele en politieke betrokkenheid onder burgers vergroten, maar mensen ook het gevoel geven dat ze ergens bij horen, ‘community belonging’ (Kim & Ball-Rokaech, 2006).

Hierboven zijn de verschillende taken van regionale journalistiek beschreven. In de volgende paragrafen wordt het concept ‘sociale cohesie’ nader in kaart gebracht.

2.2 Het concept ‘sociale cohesie’

Volgens Schnabel et al. (2008) is de volgende karakterisering van het concept tijd ook van toepassing op het concept ‘sociale cohesie’: “*Je weet wat het is totdat je het probeert uit te leggen*”. Het is dus absoluut niet eenvoudig om het concept ‘sociale cohesie’ te definiëren. Dit is met name te wijten aan het feit er de afgelopen twintig jaar veel onderzoek is gedaan naar sociale cohesie in verschillende wetenschappelijke disciplines. Er bestaan dus talloze uiteenlopende definities van het concept ‘sociale cohesie’. In de volgende paragraaf worden de meest gangbare definities van het concept toegelicht, namelijk de sociologische benadering van de socioloog David Lockwood (1999), de pragmatische benadering van het begrip sociale cohesie door Chan, To en Chan (2006) en tot slot de multidimensionale definitie van Delhey & Dragolov (2016).

Sociologische benadering sociale cohesie

Het begrip sociale cohesie vindt zijn oorsprong in de moderne sociologie en werd in 1893 door Emile Durkheim, die als een van de grondleggers van de sociologie wordt beschouwd, geïntroduceerd als metafoor voor de ‘lijm’ die mensen in een samenleving verbindt (Durkheim, 1984; Chan et al., 2006, 274). De socioloog David Lockwood (1999) was een van de eersten die het concept definieerde:

“Social cohesion refers to a state of strong primary networks (like kinship and local voluntary organizations) at communal level” (ibid, 65).

Volgens Lockwood (1999) zijn familie, vrienden en lokale gemeenschappen, oftewel primaire sociale relaties, de bron van sociale cohesie. Daarnaast zijn maatschappelijke netwerken als verenigingen essentieel bij het bevorderen van de sociale samenhang in een samenleving, omdat zij ervoor zorgen dat mensen deelnemen aan maatschappelijke activiteiten (Vanwing et al., 2008, 262).

Pragmatische benadering sociale cohesie

Naast deze sociologisch geïnspireerde opvatting van Lockwood (1999) hebben Chan et al. (2006) de elementen van sociale cohesie op meer pragmatische wijze geïdentificeerd, met het doel om de mate van sociale cohesie in een samenleving te kunnen meten. De studie wordt veelvuldig gebruikt als methode voor het meten van het niveau van sociale cohesie in een samenleving. Chan et al. (2006) hebben hun omschrijving van sociale cohesie gebaseerd op de algemene betekenis van het woord. Volgens de *Collins Cobuild English Language Dictionary* verwijst het woord ‘cohesie’ in het dagelijkse gebruik naar een toestand waarbij verschillende elementen aan elkaar kleven of samenhangen om een effectief geheel te vormen (ibid, 288-289). Vandaar dat sociale cohesie volgens Chan et al. (2006) simpelweg moet worden opgevat als de samenhang die er bestaat tussen (groepen) mensen in een samenleving. Ze noemen drie criteria voor onderlinge samenhang tussen mensen:

- Mensen kunnen andere leden van de samenleving helpen, vertrouwen en er mee samenwerken.
- Ze delen een gemeenschappelijke identiteit.
- Deze twee gevoelens komen tot uiting in gedrag, zoals het helpen van andere mensen (ibid, 289).

Met de bovenstaande drie criteria in gedachten, definiëren Chan et al. (2006) sociale cohesie als volgt:

“Social cohesion is a state of affairs concerning both the vertical and the horizontal interactions among members of society as characterized by a set of attitudes and norms that includes trust, a sense of belonging and the willingness to participate and help, as well as their behavioural manifestations” (ibid, 290).

Volgens Pepijn van Houwelingen (2016), die onderzoek deed naar indicatoren van sociale cohesie in Japan, omvat deze definitie van sociale cohesie alle belangrijke aspecten. Zowel verticale verbindingen (tussen overheid en burgers) als horizontale verbindingen (tussen burgers en groepen onderling) worden vermeld. Daarnaast worden zowel subjectieve gevoelens – normen en waarden, gevoel van verbondenheid, vertrouwen – als gedragsuitingen (politieke en sociale participatie) genoemd. In de wetenschappelijke literatuur worden deze mentale karakteristieken en gedragsuitingen als hoofdmethoden

gebruikt voor het meten van sociale cohesie in een samenleving. Door te vragen naar vertrouwen (bijvoorbeeld: ‘Vindt u dat mensen in het algemeen te vertrouwen zijn?’) of door diverse vormen van participatie te meten wordt doorgaans de mate van sociale cohesie in een bepaalde samenleving gemeten (ibid, 155).

In de voorgaande paragrafen zijn twee verschillende benaderingen van het concept sociale cohesie besproken, namelijk de theoretisch geïnspireerde opvatting van de socioloog David Lockwood en de pragmatische benadering van Chan et al. (2006), die wordt gebruikt om de mate van sociale cohesie in een samenleving te meten.

In deze scriptie wordt de multidimensionale definitie van sociale cohesie – ontwikkeld door Delhey & Dragolov (2016) – toegepast, omdat deze definitie de fundering is van het model van Leupold et al. (2016). Dit model biedt hulp bij het analyseren van op welke manier sociale cohesie wordt gerepresenteerd in nieuwsartikelen. Voor de ontwikkeling van het model hebben Leupold et al. (2016) zich gebaseerd op de multidimensionale definitie van Delhey & Dragolov (2016), omdat dit een extreem gedetailleerde definitie is van sociale cohesie, waarbij het concept is onderverdeeld in negen verschillende dimensies. De onderzoekers hebben deze negen abstracte categorieën van sociale cohesie vertaald naar concreet meetbare aspecten. Door middel van een kwantitatieve analyse van 1300 nieuwsartikelen uit lokale, Duitse kranten hebben ze vervolgens onderzocht op welke manier sociale cohesie hierin wordt gerepresenteerd.

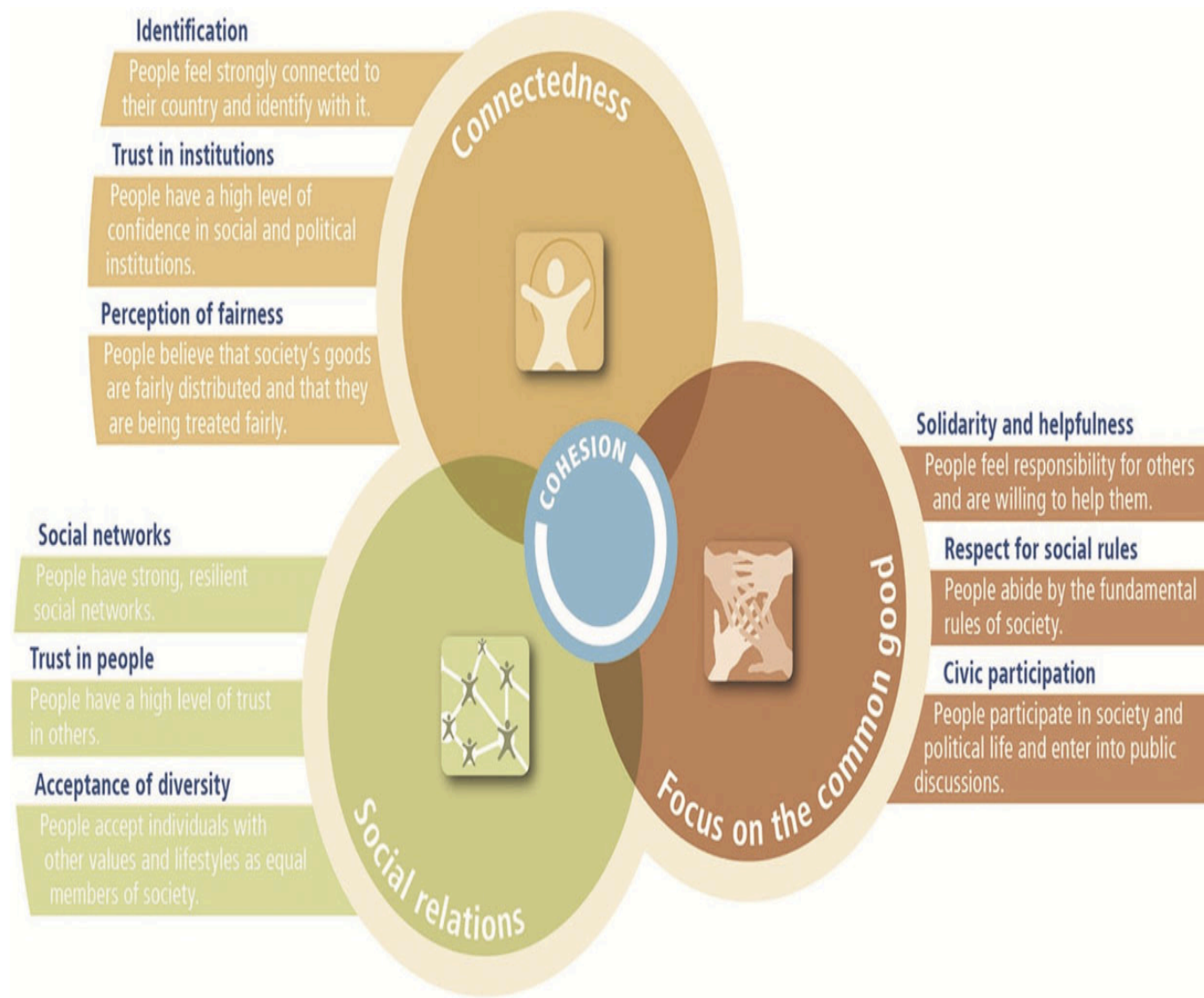
Net als bij de studie van Leupold et al. (2016) wordt in het kader van deze scriptie geanalyseerd op welke manier sociale cohesie wordt gerepresenteerd in nieuwsartikelen. Het verschil tussen beide onderzoeken is dat Leupold et al. (2016) kwantitatief onderzoek hebben gedaan naar de representatie van sociale cohesie. Zij hebben dus geteld hoe vaak een bepaalde categorie van sociale cohesie voorkomt in nieuwsartikelen. In deze scriptie wordt daarentegen op kwalitatieve wijze onderzocht hoe die verschillende categorieën van sociale cohesie vorm krijgen in Limburgse nieuwsmedia. Het model van de negen dimensies van sociale cohesie – ontwikkeld door Leupold et al. (2016) – dient dan ook als verstrekpunt van waaruit wordt geanalyseerd op welke manier sociale cohesie vorm krijgt in de nieuwsartikelen van Limburgse nieuwsmedia.

In de volgende paragraaf wordt eerst de multidimensionale definitie van het concept sociale cohesie van Delhey & Dragolov (2016) besproken en vervolgens het model van Leupold et al. (2016) voor het analyseren van de wijze waarop sociale cohesie wordt gerepresenteerd in nieuwsartikelen.

Multidimensionale definitie sociale cohesie

Delhey & Dragolov (2016) hebben een definitie ontwikkeld die op veel manieren voortbouwt op de studie van Chan et al. (2016). Ze identificeren drie domeinen van sociale cohesie: 1) sociale relaties, 2) verbondenheid en 3) focus op het algemeen belang (ibid, 165).

Figuur 1. De drie domeinen van sociale cohesie (Delhey & Dragolov, 2016).



Het domein van de sociale relaties verwijst naar de horizontale relaties die leden van een samenleving onderling onderhouden. Dit domein heeft drie dimensies: **sociale netwerken**, **vertrouwen in mensen** en **acceptatie van diversiteit**. De eerste gaat in op de banden die mensen met elkaar hebben, bijvoorbeeld lid zijn van dezelfde vereniging of deelnemen aan activiteiten in de buurt. De **dimensie vertrouwen in mensen** verwijst naar het niveau van

vertrouwen dat gemeenschapsleden in elkaar hebben. **Acceptatie van diversiteit** verwijst ten slotte naar de mate waarin mensen met verschillende etnische achtergronden worden geaccepteerd (Leupold et al., 2016, 5).

Het domein verbondenheid verwijst naar de verticale relaties tussen degenen die macht hebben en degenen die onderworpen zijn aan macht: tussen instellingen, de overheid en leden van de samenleving. Ook dit domein heeft drie dimensies, namelijk **identificatie** (hoe sterk voelen mensen zich verbonden met hun lokale gemeenschap), **vertrouwen in instellingen** (hoe sterk is hun vertrouwen in sociale en politieke instellingen) en een **perceptie van rechtvaardigheid** (hebben mensen de overtuiging dat alle middelen eerlijk worden verdeeld?) (Leupold et al., 2016, 5).

De focus op het algemeen belang is het derde domein van sociale cohesie volgens Delhey & Dragolov (2016). Het algemeen welzijn weerspiegelt de *“actions and attitudes of the members of society that demonstrate responsibility for others and for the community as a whole”* (ibid, 165). Bepaalde handelingen of houdingen van gemeenschapsleden dragen dus bij aan het algemeen welzijn van een gemeenschap. Alweer maken Delhey en Dragolov onderscheid tussen drie dimensies: de **dimensie solidariteit en behulpzaamheid** verwijst naar de bereidheid van mensen om elkaar te helpen; de **dimensie respect voor sociale regels** verwijst naar mensen die zich houden aan de fundamentele regels van de samenleving; de **dimensie burgerparticipatie** verwijst tot slot naar het deelnemen van burgers aan de samenleving en het politieke leven (Leupold et al., 2016, 6).

Volgens Delhey & Dragolov (2016) zijn deze drie domeinen van sociale cohesie van gelijk belang en hun definitie luidt als volgt:

“A cohesive society is characterised by resilient social relationships, a positive emotional connectedness between its members and the community, and a pronounced focus on the common good” (ibid, 164-165).

2.3 Het model van de negen dimensies van sociale cohesie

Zoals in de vorige paragraaf al duidelijk is geworden, hebben Leupold et al. (2016) een kwantitatief onderzoek gedaan naar de manier waarop sociale cohesie wordt gerepresenteerd in drie soorten lokale media (lokale dagbladen, reclamebladen en tabloids) in de Duitse steden Saarbrücken, Essen en Kiel. De onderzoekers hebben een kwantitatieve inhoudsanalyse uitgevoerd met behulp van de zojuist besproken negen dimensies van sociale cohesie. Zij hebben deze abstracte categorieën vertaald naar meetbare aspecten van sociale cohesie, zoals die in tabel twee zijn getoond. Bij het coderen moesten de onderzoekers beslissen of in de

eerste 150 woorden van een artikel werd verwezen naar een van de negen dimensies van sociale cohesie (ibid, 11).

Figuur 2. Model van de negen dimensies van sociale cohesie voor inhoudsanalyse (Leupold et al., 2016, blz. 9).

Dimensies	Aspecten m.b.t sociale cohesie
<u>Sociale relaties</u> 1. Sociale netwerken families of vrienden.	Elke verwijzing naar clubs, verenigingen, en solidariteit tussen groepen,
2. Vertrouwen in andere mensen	Expliciete verwijzingen naar vertrouwen of wantrouwen tussen buren of naar/ tegen leden van de samenleving in het algemeen.
3. Acceptie van diversiteit	Verwijzingen naar minderheden (bijvoorbeeld migranten, vluchtelingen of homoseksuelen) en eisen voor acceptatie of tolerantie voor deze groepen.
<u>Verbondenheid</u> 4. Identificatie	Verwijzingen die een wij-gevoel of een trots gevoel om te leven in een stad of regio onder burger teweegbrengen (bijvoorbeeld de regio als toeristische bestemming, prestaties van regionale beroemdheden, het prijzen van lokale gebruiken).
5. Vertrouwen in instellingen	Verwijzing naar het (slecht) functioneren openbare instellingen (bijv. lokaal en regionaal bestuur of politieke partijen) ; artikels waarin de relatie tussen burgers en openbare instellingen wordt besproken.
6. Perceptie van rechtvaardigheid	Verwijzingen naar economische ongelijkheid en gelijke kansen, en de vraag wie verantwoordelijk is.
<u>Focus op het algemeen belang</u> 7. Solidariteit en behulpzaamheid	Verwijzingen naar donatiecampagnes, initiatieven om burgers te helpen en vrijwilligerswerk.

8. Respect voor sociale regels	Verwijzing naar incidenten waarbij de wet en algemeen erkende gedragsregels worden erkend, genegeerd of overtreden.
9. Burgerlijke participatie	Verwijzingen naar vormen van politieke participatie (bijv. verkiezingsopkomst, burger-activisme); burgerparticipatie vereist actieve burgers die ernaar streven om hun eigen omgeving te beïnvloeden.

2.4 Bevindingen van Leupold et al. (2016)

Hoewel de domeinen volgens Delhey & Dragolov (2016) alle drie even belangrijk zijn voor een samenhangende gemeenschap blijkt uit het onderzoek van Leupold et al. (2016) dat ze niet in gelijke mate worden gerepresenteerd in de lokale Duitse media. In overeenstemming met de verwachting blijkt namelijk dat er minder vaak in artikelen wordt verwezen naar de dimensies die de individuele relaties tussen burgers onderling beschrijven, zoals de **dimensies vertrouwen in andere mensen, perceptie van eerlijkheid en acceptatie van diversiteit**. Aan de andere kant zijn de dimensies die gemeenschapskenmerken beschrijven, zoals verwijzingen naar de lokale politiek en de activiteiten van lokale clubs en verenigingen, veelvoorkomende onderwerpen in de artikelen (ibid, 6). De representatie van sociale cohesie in lokale Duitse media wordt dan ook gedomineerd door artikelen over clubs en verenigingen (**dimensie sociale netwerken**), lokale politiek (**dimensie vertrouwen in openbare instellingen**), burgerbetrokkenheid bij de gemeenschap (**dimensie burgerlijke participatie**) en tot slot enkele kanttekeningen over lokale criminaliteit (**dimensie respect voor sociale regels**) (ibid, 12).

Naast de mate waarin de verschillende dimensies worden gerepresenteerd in Duitse lokale kranten is de manier waarop de verschillende dimensies tot uiting komen ook relevant. Uit het onderzoek van Leupold et al. (2016) blijkt namelijk dat een groot aantal artikelen neutraal zijn in hun verslaggeving over de **dimensies sociale netwerken, solidariteit en behulpzaamheid en burgerparticipatie**. De **dimensies acceptatie van diversiteit en identificatie** worden vooral positief gerepresenteerd, terwijl de **dimensies vertrouwen in andere mensen, vertrouwen in instellingen en respect voor sociale regels** overwegend vanuit een negatief oogpunt worden gerepresenteerd (ibid, 13).

Het lijkt misschien vreemd dat de **dimensies vertrouwen in instellingen en respect voor sociale regels** overwegend vanuit een negatief oogpunt worden gerepresenteerd in Duitse lokale krantenartikelen, omdat sociale cohesie doorgaans wordt beschouwd als iets dat wenselijks is. Op het eerste gezicht werd daarom ook verwacht dat er meestal positief of

neutraal naar deze dimensies van sociale cohesie wordt verwezen. Uit de analyse van artikelen van Duitse lokale kranten blijkt echter dat dit niet het geval is en er voornamelijk op negatieve wijze wordt verwezen naar beide dimensies (Leupold et al., 2016, 6-7).

Dit valt te verklaren uit het feit dat regionale media niet uitsluitend berichten over positieve gebeurtenissen. Integendeel, uit de invloedrijke nieuwswaardentheorie van Galtung en Ruge (1965) blijkt dat negativiteit een belangrijke nieuwswaarde is, want hoe negatiever een gebeurtenis is, des te groter de kans is dat het wordt opgepikt door nieuwsmedia (Galtung & Ruge, 1965, 70-71). Uit psychofysiologisch onderzoek van Soroka & McAdams (2015) blijkt namelijk dat negatief nieuws sterkere en langer aanhoudende reacties onder mensen teweegbrengt dan positief nieuws. Hieruit volgt dat journalisten eerder geneigd zijn om over negatieve zaken te berichten, met het doel om aandacht te trekken (ibid, 4). Duitse lokale kranten verwijzen dus niet alleen naar de aanwezigheid van bepaalde dimensies van sociale cohesie, maar verwijzen daarnaast naar het ontbreken van indicatoren van sociale cohesie, door middel van negatieve berichtgeving (Leupold, 2016, 6-7).

Naast het gegeven dat negativiteit een belangrijke nieuwsfactor is, wordt er om nog een andere reden regelmatig vanuit een negatief oogpunt verwezen naar de **dimensie vertrouwen in instellingen**. Zo zijn journalisten van lokale media in de loop van de tweede helft van de twintigste eeuw namelijk steeds kritischer geworden in hun berichtgeving over het functioneren van openbare instellingen (Leupold et al., 2016, 7; Ekström, Johansson & Larsson, 2007).

Terwijl sociale cohesie op ongeveer gelijke wijze wordt gerepresenteerd in verschillende steden, bestaan er tot slot grote verschillen tussen de manieren waarop sociale cohesie wordt gerepresenteerd in de verschillende krantentypes. Zo focussen lokale dagbladen en reclamebladen zich meer op nieuws over lokale clubs en verenigingen, evenals het slecht functioneren van de lokale politiek en sport (**dimensie sociale netwerken en vertrouwen in instellingen**). De lokale dagbladen van de steden Saarbrücken, Kiel en Essen hebben volgens Leupold et al. (2016) namelijk een redactie die zich bezighoudt met het verifiëren van lokaal politiek nieuws en sportnieuws. Reclamebladen hebben volgens de onderzoekers daarentegen slechts een beperkte redactie en publiceren veelal persberichten van lokale instellingen, clubs en verenigingen (ibid, 16).

Tabloids rapporteren daarentegen veel vaker over de **dimensies van identificatie en respect voor sociale regels**. Met betrekking tot sociale cohesie focussen tabloids zich in hun artikel veelal op misdaad en wat kan worden beschouwd als abnormaal gedrag. Daarnaast publiceren tabloids meer artikels waarin uitspraken worden gedaan over positieve identificatie met de stad of regio. Tabloids houden zich dus vast aan hun berichtgeving van zacht nieuws, schandalen en verhalen die negatieve emoties vertolken (Leupold et al., 2016, 16-18).

In deze scriptie vormt bovenstaand model van de negen dimensies van sociale cohesie, die zijn vertaald van abstracte categorieën naar concrete aspecten van sociale cohesie, het vertrekpunt. Aan de hand hiervan wordt geanalyseerd op welke manier sociale cohesie wordt gerepresenteerd in nieuwsartikelen van Limburgse regionale media. In het Methode-hoofdstuk wordt toegelicht op welke manier de kwalitatieve inhoudsanalyse wordt uitgevoerd en wat hierbij de functie is van het model van Leupold et al. (2016). Bovendien wordt door de onderzoeker in het Resultaten-hoofdstuk kritiek geuit op het model van Leupold et al. (2016), aangezien bepaalde dimensies van sociale cohesie verbetering en aanscherping behoeven.

2.5 De Limburgse identiteit

In deze paragraaf wordt verdere toelichting gegeven op een van de negen dimensies die in het model van Leupold et al. (2016) aan bod is gekomen, namelijk de **dimensie identificatie**. Zoals al duidelijk is geworden, gaat deze dimensie in op de verbondenheid tussen mensen en de regio waarin ze leven. De **dimensie identificatie** krijgt vorm in nieuwsartikelen aan de hand van verwijzingen die een wij-gevoel en een trots gevoel om te leven in een regio onder burgers teweegbrengen (Leupold et al., 2016, 9). Het gaat dus over de manier waarop *De Limburger* en *ILimburg* verwijzen naar onderwerpen waarmee Limburgers zich kunnen identificeren. Voordat er in het Resultaten-hoofdstuk wat kan worden uitgelegd over de wijze waarop de **dimensie identificatie** tot uiting komt in artikelen van Limburgse media, moet duidelijk zijn met welke onderwerpen Limburgers zich kunnen identificeren. Kortom, uit welke factoren bestaat nou precies de Limburgse identiteit?

Geschiedenis van Limburg

Het besef van een eigen Limburgse identiteit is pas in de twintigste eeuw ontstaan als gevolg van de toenemende integratie van deze provincie in de Nederlandse staat. Daarvoor was er volgens Ad Knotter, directeur van het Sociaalhistorisch Centrum voor Limburg, en cultuurhistoricus Carla Wijers geen sprake van een diepgewortelde Limburgse identiteit met eigen tradities. Dit valt volgens Wijers (2009) en Knotter (2008) te verklaren vanuit de geschiedenis van het ontstaan van de provincie. Het gebied dat tegenwoordig de Nederlandse provincie Limburg vormt, was eeuwenlang een lappendeken van staten en hertogdommen die afwisselend hoorden bij de Spanjaarden, Fransen en Habsburgers. Limburg ontstond in 1815 toen voormalige Franse departementen werden samengevoegd en deel gingen uitmaken van het toenmalige Koninkrijk der Verenigde Nederlanden. De samengevoegde gebieden hadden daarvoor dus amper verband met elkaar gehad (Knotter, 2008, 357). Tijdens de Belgische opstand in 1839 werd Limburg opgesplitst in een westelijk Belgisch deel en een oostelijk Nederlands deel en sindsdien bestaan er twee provincies met dezelfde naam, Nederlands Limburg en Belgisch Limburg (Cornips & Knotter, 2016, blz. 137).

Het oostelijke deel van Limburg wordt dus onderdeel van Nederland, maar blijft lid van de Duitse bond, een samenwerking tussen onafhankelijke Duitse staten. Tot de Duitsers in 1867 fuseren, waarbij ze ook Limburg opeisen. Nederland staat dat als eigenaar van het land niet toe en er wordt zelfs bedreigd met oorlog. Maar dan wordt door de grote Europese landen ingegrepen. Tijdens het verdrag van Londen in 1867 wordt Limburg definitief aan Nederland toegewezen. Sindsdien is het huidige Limburg 152 jaar onderdeel van Nederland.

Uit dit overzicht van de territoriale geschiedenis van het gebied blijkt dat er binnen de Limburgse grenzen geen sprake kon zijn van een diepgewortelde en gemeenschappelijke

identiteit die een oorsprong zou hebben voor het ontstaan in 1867 (Cornips & Knotter, 2016, 137). Het besef van eigenheid ontstond in Limburg pas een eeuw later, toen deze provincie in toenemende mate integreerde in de Nederlandse staat. Tijdens dit proces beseften Limburgers steeds meer dat zij bepaalde zaken gemeenschappelijk hadden waarmee zij van de nationale norm afweken, en begonnen zij dit ‘anders zijn’ te koesteren (ibid, 137).

Het Limburgse besef van eigenheid

In de agrarische samenleving van de negentiende eeuw was het merendeel van de inwoners van Limburg nog sterk gericht op de lokale omgeving (Cornips & Knotter, 2016, 143). Dit was te wijten aan de structuur van de Limburgse samenleving in die tijd: dunbevolkt, laag-ontwikkeld, agrarisch en traditioneel (Vek, 2015, 22). Het dagelijks leven speelde zich met name af rondom de boerderij. Identiteiten waren in die tijd dan ook sterk lokaal gekleurd (Cornips & Knotter, 2016, 143). Dat veranderde aan het begin van de twintigste eeuw, toen er mede door infrastructurele ontwikkelingen en de ontwikkeling van de kolenindustrie in Limburg, sprake was van een toenemende integratie van Limburg in de Nederlandse staat (Nissen, 2009, 89).

De mijnbouw betekende het einde van de agrarische dorpsamenleving en veranderde de arbeidssituatie en levensstijl van veel Limburgers. Zo werkte men niet langer zelfstandig op de akkers rond zijn huis of was hij niet meer aangewezen op de soms karige opbrengst of burenhulp, maar kregen mijnwerkers vaste werktijden en een vast loon (Nissen, 2009, 89). Bovendien trok de werkgelegenheid in de mijnen veel mensen van buiten de provincie aan, die in de volksmond al snel ‘Hollanders’ werden genoemd (ibid, 89). De overwegend katholieke Limburgers voelden zich minderwaardig ten opzichte van de protestantse ‘Hollanders’, aangezien de leidinggevende functies in de mijnen en in het openbaar bestuur vooral werden bekleed door hoger opgeleide niet-Limburgers (Vek, 2015, 26).

Door het oprukken van een nieuwe vorm van levensonderhoud en de komst van veel Hollanders ontstond er angst voor het verliezen van de provinciale tradities. Met name het katholieke geloof, de eigen folklore en het dialect moesten volgens velen verdedigd gaan worden tegen de komst van niet-Limburgers. Dit wakkerde een hernieuwde interesse aan in het eigen dialect, de Limburgse cultuur en geschiedenis en kwam onder meer tot uiting in het in 1922 opgerichte maandblad *De Nedermaas*. Dit blad was compleet gevuld met literaire, historische en culturele bijdragen over Limburg (Nissen, 2009, 91). In 1925 werd daarnaast de Limburgse Liga opgericht. Deze laatstgenoemde vereniging probeerde de in hun ogen toenemende Hollandse invloed op Limburgse tradities en het katholieke geloof tegen te gaan door het behoud van de Limburgse taal te bevorderen en de handhaving van het Rooms-Katholieke geloof (Cornips & Knotter, 2016, blz. 146). In 1926 werd tot slot de Limburgse

dialectvereniging Veldeke opgericht. Het opbloeien van het regionale zelfbewustzijn in Limburg aan het begin van de twintigste eeuw is dus een reactie op de industrialisering, modernisering en de grootscheepse immigratie van niet-Limburgers. Dit ging gepaard met het romantiseren van de traditionele Limburgse samenleving en het benadrukken van hetgeen waarin Limburgers afwijken van anderen, zoals het dialect en de katholieke geschiedenis (Nissen, 2009, 89-91; Vek, 2015, 34).

Profilering van de Limburgse identiteit

In de jaren zestig van de vorige eeuw leidde de mijnsluiting, de ontzuiling én de daarmee gepaard gaande eenwording van Nederland ertoe dat de eigen identiteit in Limburg steeds meer werd geprofileerd. Door het sluiten van de mijnen werd niet alleen dit stukje Limburgse geschiedenis gemythologiseerd, er kwamen daarnaast een aantal nieuwe identiteitsdragers bij, zoals fanfares, schutterijen en het carnaval (de Groot, 2015, 14).

Tot die tijd bepaalde de mijn het leven van veel Limburgs niet alleen economisch gezien, maar ook op sociaal terrein. Daarnaast was een groot deel van het particuliere en openbare leven met het katholieke geloof doordrenkt. Toen in de jaren zestig de steenkoolmijnen werden gesloten “*en de deconfessionalisering de maatschappelijke positie van de kerk uitholde*” vielen de twee belangrijkste zekerheden weg (Meeuwissen, 2009, 173). In die context werden vervolgens de fanfares opgericht, de schutterijen en de carnavalsverenigingen uit het verleden opgepakt en als typisch Limburgse tradities ingevoerd (Mathijssen, 2011, 25). En met name omdat die tradities zo verschilde van het Noord-Hollandse polsstokspringen of klompdansen “*kwam de nadruk te liggen op het anders zijn van deze provincie*” (ibid, 25).

Traditionele verenigingen als fanfares en schutterijen werden dus in de jaren zestig opgepakt uit het verleden en gingen deel uitmaken van de Limburgse identiteit. De – misschien wel – bekendste traditie die in dezelfde periode werd omgedoopt tot ‘typisch’ Limburgse traditie en identiteitsdrager is het Limburgse carnaval.

Het Limburgse carnaval

Een van de duidelijkste voorbeelden van moderne identiteitsvorming in Limburg is de carnavalstraditie. Na de Tweede Wereldoorlog werd het carnaval uitsluitend gevierd in de katholieke provincies Limburg en Noord-Brabant. In de decennia daarna componeerden ook Hollandse artiesten carnavalsliedjes en sloeg het feest aan in de provincies boven ‘de grote rivieren’ (Wijers, 2009, 142). Deze verhollandsing van het carnaval werd in Limburg met argusogen bekeken. Sinds haar opname in het koninkrijk der Nederlanden had Limburg zich namelijk achtergesteld gevoeld ten opzichte van de protestante provincies. Er moest iets

gebeuren om te voorkomen dat de Hollandse variant van het carnaval ook in dit opzicht dominant zou worden.

Als reactie daarop vond er in de jaren zestig een opleving plaats van het feest. Zo stampen in die periode de carnavalsverenigingen in Limburgse dorpen en steden massaal uit de grond. De Limburgse *vastelaovend* werd vanaf toen verbeeld als een traditie die naadloos aansluit bij de levensstijl van Limburgers. Als basis van die levensstijl werd het van oudsher dominante katholieke geloof naar voren geschoven:

“De beeldvorming van de gezellige, bourgondische, katholieke Limburger tegenover de serieuze, zuinige, calvinistische Hollander kreeg een functie in de verklaring, waarom het feest boven de grote rivieren nooit zo gevierd kon worden als in het zuiden” (Wijers, 2009, 146).

Met de opleving van het carnaval werd het provinciaal gemeenschapsgevoel versterkt en werd een belangrijke identiteitsdrager van de provincie Limburger gevormd (Wijers, 2009, 145). Tijdens de *vastelaovend* is er sprake van een gemeenschappelijke ‘tegengroep’, namelijk de Hollanders, en zijn Roermondenaren, Venlonaren en Maastrichtenaren in de eerste plaats Limburgers. Ze vormen dus een eenheid onder de narrenkap (Dohmen, 2000).

Het Limburgse mijnverleden

De afgelopen decennia is in Limburg ook het mijnverleden een identiteitsbepalende factor geworden, maar lange tijd wilden Limburgers niets meer te maken hebben met de mijnen. Toen de mijnen in 1965 werden gesloten, had dit voor veel gezinnen enorme gevolgen. Kostwinners werden opeens werkeloos. Mijnwerkers die op leeftijd waren kregen lage pensioenen of kwamen, als gevolg van het zware en smerige werk, terecht in de WAO met ernstige lichamelijke problemen als stoflongen en rugproblemen (Knotter, 2013; NOS, 2015; van der Kaaij, 2012). Om die redenen ontstond er een afkeer ten opzichte van de mijnen en werd in Limburg bijna alles vernietigd wat daarmee te maken had, aan oude mijnschachten en bovengrondse gebouwen (Knotter, 2012):

“Trauma is misschien een groot woord, maar het sluiten van de mijnen en de erfenis daarvan - werkloosheid, stoflongen en lage pensioenen - lag te vers in het geheugen. Het grote publiek dacht dus: haal maar weg die zoi” (van der Kaaij, 2012).

Dit duurde totdat in 1990 een oud-werknemer van de staatsmijn in Terwinselen een lijkenhuisje van die mijn ontdekte die aan de sloop had weten te ontkomen. Daarin werden

mijnwerkers die waren omgekomen, opgebaard. Op initiatief van de gemeenschap werd het een kapel ter nagedachtenis aan alle omgekomen mijnwerkers. Volgens Knotter (2013) viel dit initiatief ongeveer samen met de omslag die in Limburg eind twintigste eeuw zichtbaar werd. Er werden allerlei initiatieven in het leven geroepen om het mijnverleden te behouden en te herinneren. Zo werden een aantal mijnkoloniën aangewezen als rijksmonumenten. Daarnaast is platform De Mijnen, een samenwerkingsverband van particuliere organisaties en erfgoedinstellingen, opgericht om het Mijnverleden van Zuid-Limburg door middel van evenementen en een onderwijsprogramma te versterken. Het heeft dus een paar decennia geduurd voordat de negatieve herinneringen aan de mijnen zijn overwonnen, maar nu vormt het mijnverleden een belangrijk element van de Limburgse identiteit (Knotter, 2013).

In dit deelhoofdstuk is duidelijk geworden dat Limburg geen eeuwenoude, diepgewortelde identiteit heeft. Pas in de loop van de twintigste eeuw is in Limburg een besef van eigenheid ontwikkeld en zijn een aantal belangrijke identiteitsdragers, zoals het carnaval, het mijnverleden en de schutterijen, ontstaan.

In de volgende paragraaf wordt toegelicht wat er over het algemeen wordt verstaan onder 'harde' en 'zachte' nieuwsonderwerpen, aangezien deze scheiding tussen nieuwsonderwerpen in het Resultaten-hoofdstuk verder aan bod komt.

2.6 Harde en zachte nieuwsonderwerpen

In het resultatenhoofdstuk wordt besproken dat bepaalde dimensies van het model van Leupold et al. (2016) in nieuwsartikelen van Limburgse media specifiek tot uiting komen aan de hand van harde nieuwsonderwerpen en bepaalde dimensies worden gerepresenteerd aan de hand van zachte nieuwsonderwerpen. Daarom is het belangrijk dat er in deze paragraaf alvast wordt toegelicht wat er precies wordt verstaan onder harde en zachte nieuwsonderwerpen.

In de communicatiewetenschappen wordt al tientallen jaren onderzoek gedaan naar hard en zacht nieuws (Reinemann, Stanyer, Scherr, & Legnante, 2011, 222). In de jaren zeventig onderzocht de socioloog Tuchman (1973) voor het eerst het verschil tussen harde en zachte nieuwsonderwerpen op het gebied van nieuwswaardigheid. Uit dit onderzoek kwam naar voren dat hard nieuws informatie bevat met een hoog nieuwswaardigheidsgehalte dat zo snel mogelijk moet worden gepubliceerd (ibid, 112-113). Voorbeelden van hard nieuws zijn nieuwsberichten over economie, politiek, wetenschap en technologie (Reinemann et al., 2011; Patterson, 2000; Glogger & Otto, 2019; Boczkowski & Peer, 2011). Zacht nieuws bevat daarentegen weinig of geen nieuwswaarde en wordt met name gepubliceerd om emoties op te wekken bij het publiek en mensen te amuseren. Zacht nieuws gaat bijvoorbeeld over

onderwerpen als sport, human interest, sport en op entertainment gebaseerde verhalen (Reinemann et al., 2011; Patterson, 2000; Glogger & Otto, 2019; Boczkowski & Peer, 2011).

Bij het onderwerp ‘criminaliteit’ kan echter niet vooraf worden bepaald of dit moet worden ingedeeld bij hard nieuws of zacht nieuws. Als in een artikel de belangrijkste focus ligt op de misdaad zelf – met details over de daders, geweld en slachtoffers, maar zonder verwijzing naar de grotere maatschappelijke context – valt het bericht onder ‘zacht’ nieuws. Als in een misdaadverhaal echter aandacht is voor de gevolgen van de criminaliteit op de samenleving of het strafbeleid wordt het beschouwd als een hard nieuwsverhaal (Curran, Salovaara-Moring, Coen & Iyengar, 2010, 4)

In dit theoretisch kader is toelichting gegeven over het model van de negen dimensies van sociale cohesie van Leupold et al. (2016), de Limburgse identiteit en tot slot harde en zachte nieuwsonderwerpen. Dit zijn allemaal theorieën en concepten die een belangrijke rol spelen bij de kwalitatieve inhoudsanalyse van nieuwsartikelen van Limburgse media. Maar voordat de resultaten van de inhoudsanalyse kunnen worden besproken, dient eerst nog toelichting te worden gegeven over de toegepaste onderzoeksmethode.

3. Methode

In deze scriptie wordt de onderzoeksvraag ‘*Hoe wordt sociale cohesie gerepresenteerd in Limburgse, regionale nieuwsmedia?*’ beantwoord door middel van een kwalitatieve inhoudsanalyse van nieuwsartikelen uit de krant *De Limburger* en online nieuwsplatform *ILimburg*.

3.1 Kwalitatieve inhoudsanalyse

In dit onderzoek wordt een kwalitatieve inhoudsanalyse toegepast. Het doel van deze methode is dat er uitspraken kunnen worden gedaan over – en betekenis kan worden gegeven aan – de manier waarop de negen dimensies van sociale cohesie tot uiting komen in de berichtgeving van Limburgse nieuwsmedia. In tegenstelling tot een kwantitatieve inhoudsanalyse, waarbij de nadruk hoofdzakelijk ligt op de frequentie van een bepaalde dimensie, wordt er bij een kwalitatieve inhoudsanalyse namelijk betekenis toegekend aan opvallende patronen (Koetsenruijter & van Hout, 2014). In deze scriptie wordt dus niet onderzocht hoe vaak elke dimensie van sociale cohesie voorkomt in nieuwsartikelen. In plaats daarvan wordt onderzocht aan de hand van welke nieuwsonderwerpen sociale cohesie wordt gerepresenteerd in de berichtgeving Limburgse regionale media.

Volgens Wester (1995) dient aan de hand van de literatuurstudie eerst te worden bepaald welke aspecten belangrijk zijn. In deze scriptie zijn dat de negen dimensies van sociale cohesie, die door Leupold et al. (2016) zijn toegelicht en vertaald naar meetbare aspecten van sociale cohesie. Bij het analyseren van nieuwsartikelen uit *De Limburger* en van *ILimburg* wordt geregistreerd aan de hand van welke nieuwsonderwerpen deze categorieën vorm krijgen. Hierbij dient een iteratieve werkwijze te worden toegepast. Dit houdt in dat de onderzoeker voortdurend schakelt tussen de theorie en het onderzoeksmateriaal en op deze manier opvallende patronen kan ontdekken in de nieuwsartikelen (Koetsenruijter & Van Hout, 2014).

3.2 Coderen

Het model van de negen dimensies van sociale cohesie, die door Leupold et al. (2016) zijn vertaald naar concrete categorieën, vormt het vertrekpunt voor de kwalitatieve inhoudsanalyse. Dit houdt in dat bij elke specifieke categorie van sociale cohesie wordt nagegaan aan de hand van welke nieuwsonderwerpen dat precies vorm krijgt in nieuwsartikelen van *De Limburger* en *ILimburg*. Hoe wordt bijvoorbeeld de **dimensie sociale netwerken** gerepresenteerd in de nieuwsartikelen? Deze dimensie wordt door Leupold et al. (2016) toegelicht als de banden die mensen met elkaar hebben, zoals lid zijn van dezelfde vereniging of deelnemen aan activiteiten in de buurt. De onderzoekers hebben deze abstracte

categorie vertaald naar concrete kenmerken van sociale cohesie die in nieuwsartikelen zijn terug te vinden, zoals verwijzingen naar clubs, verenigingen en solidariteit tussen groepen. Maar naar wat voor onderwerpen wordt er dan verwezen in een nieuwsartikel van Limburgse, regionale media? Waarschijnlijk wordt hierin regelmatig verwezen naar Limburgse eredivisieclubs als Fortuna Sittard of VVV Venlo, waar veel Limburgse voetballiefhebbers fan van zijn. Maar hoe krijgt dit precies vorm in een nieuwsartikel? En als er wordt gesproken over solidariteit tussen groepen, hoe krijgt dit dan vorm in een nieuwsartikel?

3.3 Corpus

Voor deze inhoudsanalyse is gebruik gemaakt van een corpus bestaande uit nieuwsartikelen van *De Limburger* en *ILimburg*. Aangezien het alleen om regionaal nieuws gaat, is er bij de krant voor gekozen om alleen de nieuwsartikelen uit de sectie met regionaal nieuws te analyseren. Op de nieuwswebsite *ILimburg* staan enkel berichten met regionaal nieuws. Om ervoor te zorgen dat alle negen dimensies van sociale cohesie in het corpus worden gerepresenteerd en om een verscheidenheid aan voorbeelden te kunnen tonen, is besloten om een open corpus te hanteren van nieuwsartikelen vanaf januari 2015 tot en met juni 2019. Dit houdt in dat alle nieuwsartikelen uit deze tijdsperiode mogen worden geanalyseerd en als voorbeeld voor de resultaten mogen dienen. De inhoudsanalyse van nieuwsartikelen kan als ‘volledig’ worden beschouwd als het punt van datasaturatie is bereikt. Dit wil zeggen dat de onderzoeker net zolang doorgaat met analyseren tot het punt waarop er bijna geen nieuwe informatie en opvallende zaken meer wordt ontdekt (Van Hout & Koetsenruijter, 2014, 167).

3.4 Beperkte kwantitatieve analyse

Om te onderzoeken of het model van de negen dimensies van sociale cohesie ook kwantitatief te operationaliseren is, wordt na de kwalitatieve inhoudsanalyse nog een beperkte kwantitatieve analyse uitgevoerd. Dit gaat als volgt in zijn werk: bij de kwalitatieve analyse is duidelijk geworden dat de **dimensie identificatie** in nieuwsartikelen vorm krijgt aan de hand van verwijzingen naar traditionele Limburgse gebruiken. Vervolgens wordt nagegaan of deze resultaten ook kwantificeerbaar kunnen worden gemaakt. Er wordt dan een beperkt corpus genomen van dertig nieuwsartikelen uit *De Limburger* en *ILimburg* en geteld hoe vaak de **dimensie identificatie** scoort, en de **dimensie sociale netwerken** enzovoorts. De onderzoeker analyseert dan een artikel waarin het gaat over de Limburgse vlaai die op steeds meer plekken in Nederland wordt verkocht. Dit is het prijzen van lokale gebruiken en daarom dient dit artikel te worden ingedeeld bij de **dimensie identificatie**.

Om te controleren of hetzelfde onderzoek door iemand anders uitgevoerd dezelfde resultaten oplevert, wordt deze beperkte kwantitatieve analyse door een getrainde tweede

codeur uitgevoerd. Het is hierbij van belang dat alle artikelen op dezelfde manier worden geanalyseerd, via een uitgewerkt codeboek (zie bijlage 1). Voorafgaand aan de analyse is aan de tweede codeur zorgvuldig uitgelegd op welke manier elke dimensie van sociale cohesie vorm krijgt in nieuwsartikelen en waaraan deze te herkennen zijn. Ook zijn, samen met de hoofdonderzoeker, een aantal voorbeeldartikelen geanalyseerd. Vervolgens is de intercodeurbetrouwbaarheid gemeten tussen de resultaten van de twee codeurs, die aantoont in welke mate de antwoorden overeenstemmen.

Om de intercodeurbetrouwbaarheid te meten is Krippendorff's alpha gebruikt (Krippendorff, 2004). Dit is een waarde die aangeeft in welke mate de overeenkomst tussen verschillende beoordelingen op toeval berust. Een Krippendorff's alpha die lager is dan 0,45 betekent een slechte betrouwbaarheid. Als dit de uitkomst van de beperkte kwantitatieve analyse is, betekent dit dat het model van de negen dimensies van sociale cohesie nog niet kwantitatief kan worden toegepast. De negen verschillende dimensies behoeven dan nog verdere aanscherping. Ligt de waarde tussen 0,45 en 0,75 dan wordt gesproken van een matige betrouwbaarheid. Een waarde hoger dan 0,75 staat voor een hoge betrouwbaarheid. Als dat het geval is, kan worden geconcludeerd dat het model van de negen categorieën van sociale cohesie – dat dat in deze scriptie wordt gehanteerd – niet alleen kwalitatief te operationaliseren is, maar ook in kwantitatief onderzoek hanteerbaar is (ibid, 429).

4. Resultaten

Voordat de resultaten van de kwalitatieve inhoudsanalyse worden besproken, wordt de definitie van sociale cohesie beknopt herhaald. Hierin komen de drie besproken domeinen van sociale cohesie naar voren, namelijk het domein van de sociale relaties dat verwijst naar de horizontale relaties die leden van een samenleving onderling onderhouden. Daarnaast het domein ‘verbondenheid’ dat verwijst naar de verticale relaties tussen degenen die macht hebben en degenen die onderworpen zijn aan macht: tussen openbare instellingen, de overheid en leden van de samenleving. Tot slot het domein ‘focus op het algemeen belangrijk’ dat verwijst naar de handelingen van mensen die positief bijdragen aan het algemeen welzijn van een gemeenschap (Leupold et al. 2016, 5-6). De definitie van sociale cohesie luidt als volgt:

“Een cohesieve samenleving wordt gekenmerkt door veerkrachtige sociale relaties, een positieve emotionele verbondenheid tussen de leden van de gemeenschap en een uitgesproken focus op het algemeen welzijn” (ibid, 6).

Zoals duidelijk is geworden uit het model van Leupold et al. (2016) zijn de drie domeinen van sociale cohesie onderverdeeld in negen dimensies van sociale cohesie. Naar aanleiding van het gegeven dat Limburgse regionale media in hun berichtgeving sterk lijken in te spelen op het bevorderen van de sociale cohesie, wordt verdacht dat de negen dimensies tot uiting komen in nieuwsartikelen uit *De Limburger* en van *ILimburg*. Maar hoe worden deze negen dimensies van sociale cohesie gerepresenteerd in Limburgse regionale nieuwsmedia? Deze vraag wordt in dit hoofdstuk beantwoord.

4.1 Dimensie sociale netwerken

De eerste dimensie die in het model van Leupold et al. (2016) aan bod komt is de **dimensie sociale netwerken**. Deze gaat in op de banden die mensen met elkaar hebben, bijvoorbeeld lid zijn van dezelfde vereniging of deelnemen aan activiteiten in de buurt (ibid, 5). Zoals in paragraaf 2.2 is besproken, zijn sociale netwerken als verenigingen volgens de socioloog Lockwood (1999) essentieel bij het bevorderen van de sociale samenhang, want zij zorgen ervoor dat mensen deelnemen aan maatschappelijke activiteiten. De **dimensie sociale netwerken** komt in nieuwsartikelen tot uiting als er wordt verwezen naar clubs, verenigingen en solidariteit tussen groepen (Leupold et al., 2016, 9). Maar hoe krijgt deze dimensie precies vorm in nieuwsartikelen uit *De Limburger* en van *1Limburg*?

Sportverenigingen

Allereerst wordt de **dimensie sociale netwerken** gerepresenteerd in artikelen waarin wordt verwezen naar Limburgse sportverenigingen en alles wat daarmee te maken heeft. Denk bijvoorbeeld aan wedstrijduitslagen, een speler die om de een of andere reden vertrekt naar een andere vereniging, een sporter die gewond raakt of de aanstelling van een nieuwe coach. Een voorbeeld is het artikel waarin wordt besproken dat de handballers van de Geleense profhandbalclub de Lions het volgende seizoen worden gecoacht door een nieuwe trainer, namelijk Christoph Jauernik. Zo is te lezen:

“Christoph is een jonge, moderne coach die graag met de nieuwste technieken werkt. We hopen met hem voor een frisse wind te zorgen”, stelt bestuurslid technische zaken Jeroen Hofman. ‘Daarnaast sluit de speelstijl van Jauernik naadloos aan op de visie van Lions’” (van der Wilt, 2019).

Een ander artikel waarin de **dimensie sociale netwerken** duidelijk tot uiting komt is het artikel waarin de winst van de Kerkradse profvoetbalclub Roda JC en het wedstrijdverloop wordt besproken (89). Een citaat uit het artikel:

“Roda JC ontsnapte in de eerste minuut al aan een achterstand. Een doelpunt van Volendam werd afgekeurd wegens buitenspel. Dat was een waarschuwing voor de Kerkradse club. Wakker geschrokken scoorde de thuisploeg prompt de 1-0. De 20-jarige Mart Remans, die in de basis startte omdat Gyliano van Velzen niet fit was, opende de score in de zesde minuut” (Bouwens, 2018).

Wat opvalt bij het analyseren van nieuwsartikelen waarin wordt verwezen naar sportverenigingen is dat deze worden gedomineerd door nieuws over de vier Limburgse

profvoetbalclubs. Dit valt te verklaren uit het feit dat Limburg – voor een in verhouding kleine provincie – relatief veel profvoetbalclubs telt, met elk een fanatieke achterban.

In de hierboven besproken nieuwsartikelen wordt de **dimensie sociale netwerken** dus gerepresenteerd aan de hand van verwijzingen naar Limburgse sportverenigingen. Deze invulling van de **dimensie sociale netwerken** is niet typerend voor Limburgse media, maar in plaats daarvan is nieuws over sportverenigingen algemeen kenmerkend voor regionale nieuwsmedia. Dit is namelijk iets waar ook andere regionale media over berichten.

Typisch Limburgse verenigingen

Naast sportverenigingen komt de **dimensie sociale netwerken** tot uiting in artikelen waarin wordt verwezen naar ‘typisch Limburgse’ verenigingen, zoals schutterijen, fanfares en carnavalsverenigingen. Zoals in paragraaf 2.5 is besproken, zijn deze verenigingen vanaf de jaren zestig een wezenlijk deel gaan uitmaken van de Limburgse identiteit. In die periode vielen de twee belangrijkste zekerheden in het leven van veel Limburgers weg, namelijk de mijnen en de grote invloed van de katholieke kerk. In een staat van desoriëntatie werden vervolgens de carnavalsverenigingen en fanfares opgericht, de schutterijen, en andere folklorische tradities opgepakt uit het verleden en als typisch Limburgse tradities ingevoerd. Het rijke verenigingsleven werd dus een belangrijk vangnet en de schutterijen en fanfares werden de nieuwe identiteitsdragers van de regio (Meeuwissen, 2009, 173).

Ook vandaag de dag zijn schutterijen, fanfares en carnavalsverenigingen in Limburg essentieel bij het bevorderen van de sociale cohesie, want zij brengen mensen samen en zorgen ervoor dat zij deelnemen aan maatschappelijke activiteiten. Een voorbeeld van een nieuwsartikel waarin de **dimensie sociale netwerken** duidelijk tot uiting komt is het artikel over schutterij Sint Laurentius uit Spaubeek die in mei haar 400-jarig jubileum heeft gevierd:

“In het jaar dat Hugo de Groot werd veroordeeld wegens hoogverraad, het schip van Willem IJsbrantszoon Bontekoe explodeerde en Hiëronymus het beeld Manneken Pis creëerde, zag ook schutterij St. Laurentius het levenslicht. De Spaubeekse vereniging noteert mentaal 1619 in de boeken en daarmee viert de schutterij dit jaar haar 400-jarig jubileum” (Zwets, 2019).

Met ruim zeventig geüniformeerde leden is de Spaubeekse vereniging – zo valt in het artikel te lezen – een schutterij van de buitencategorie. Zo neemt het ledenaantal bij bestaande schutterijen in Limburg over het algemeen af en zijn verschillende schutterijen opgeheven, omdat er te weinig leden waren. De reden waarom St. Laurentius nog steeds gedijdt, is volgens secretaris Henri Willems dat het binnen de schutterij niet gaat om de prijzen die

worden gewonnen: *“Als ik kijk naar onze vereniging, is het uitgangspunt dat je vrienden bent. Ik zie de leden vaker dan mijn eigen familie. De schutterswereld verboedert”* (Zwets, 2019). En dit is ook het achterliggende belang van schutterijen en de reden waarom zij in de 16^e en 17^e eeuw zijn opgericht, zo wordt in het artikel toegelicht:

“In tegenstelling tot wat altijd gedacht wordt, zijn schutterijen niet opgericht om te beschermen. Tegen de legers die ten tijde van de 80-jarige oorlog rondzwierven was de schutterij echt niet bestand. De reden ligt volgens hem in broederschap: in de roerige tijden van de 16e eeuw - de kerk was in oproer, legers plunderden, er was economische malaise en er waren misoogsten - had de mens behoefte aan een broederschap die hem kon helpen bij het leven na de dood” (Zwets, 2019).

Tegenwoordig speelt die broederschap ook bij St. Laurentius een zeer belangrijke rol. In het artikel benadrukt secretaris Willems dat niet zozeer de prestaties of het schieten een rol spelen bij St. Laurentius, maar juist de saamhorigheid tussen leden en binding met mensen uit het dorp. Zo valt tot slot in het nieuwsartikel te lezen:

“We zijn een vriendengroep. We hebben een jonge voorzitter die alles energiek oppakt. Onder de Spaubeekse bevolking staan we hoog aangeschreven. Wij hebben een goede binding met het dorp. Dat klinkt misschien oubollig, maar zo is het wel. We zijn 400 jaar, diepgeworteld in de gemeenschap. Als we geen functie zouden hebben, bleven we niet bestaan” (Zwets, 2019).

In bovenstaand nieuwsartikel wordt de **dimensie sociale netwerken** gerepresenteerd aan de hand van verwijzingen naar een typisch Limburgse vereniging, namelijk schutterij Sint Laurentius. Hieruit blijkt dat dit soort verenigingen essentieel zijn bij de bevordering van sociale cohesie in Limburgse steden en dorpen, want het belangrijkste uitgangspunt van een schutterij is dat je mensen samenbrengt en verboedert.

Hetzelfde kan worden gezegd over Limburgse carnavalsverenigingen. In het hieronder besproken artikel uit *De Limburger* wordt duidelijk dat carnavalsverenigingen niet alleen de saamhorigheid onder zijn eigen leden vergroot, maar ook onder verschillende verenigingen en burgers die bij de evenementen aanwezig zijn. In het artikel wordt een portret geschetst van de 89-jarige Jo Jacobs, oftewel ‘moeder van de Rumunjse vastelaovend’ (‘moeder van de Roermondse carnaval’) die veertig jaar geleden vrijwilligster was in verzorgingshuis Camillus in Roermond. Om het leven van de bejaarden en zieken wat meer kleur te geven, richtte ze carnavalsvereniging De Parelhoeders op:

“Ze bombardeerde eigenhandig een van bewoners tot prins en prinses en organiseerde letterlijk een ‘optocht’ door de gangen van de verzorgingsflat. Compleet met rollators, infuusrekken, rolstoelen en rijdende ziekenhuisbedden. Een traditie was geboren. En Jo zou het vijftien jaar volhouden. Met hart, ziel en eigen portemonnee zette ze zich in, om de klanken van het vrolijkste feest van het jaar te laten echoën binnen de gangen van het anders zo stil en grijze Camillus” (De Limburger, 2018b).

Ook liep Jo samen met het prinsenpaar vanaf de start van het carnavalsseizoen alle prinserecepties en bonte avonden af in Roermond en omstreken en ze werden - zo wordt in het artikel beschreven – *“overal met vlag en wimpel binnengehaald”* (De Limburger, 2018b).

“Carnaval verbreedert en al die carnavalsverenigingen begrepen heel goed dat je als prins of prinses van de Parelhoenders misschien wel je laatste carnaval viert, omdat de meesten vaak al oud en ziek waren” (De Limburger, 2018b).

Het maakt niet uit hoe arm, rijk, jong of oud je bent. Met carnaval ziet iedereen er hetzelfde uit en is iedereen gelijk, zo staat in het artikel beschreven. Het feest brengt dus mensen van verschillende leeftijdscategorieën en achtergronden samen en dat saamhorigheidsgevoel is volgens Jo precies waar het met carnaval om draait. Twintig jaar geleden gaf ze het stokje over aan de jongere generatie, maar het carnavalsvirus liet haar niet meer los. Zo valt te lezen:

“Nog steeds bezoekt ze elk jaar zowat alle carnavalsfestiviteiten in de regio Roermond. Zonder schmink, zonder clownsneus, zonder hoedje, enkel en alleen verkleed in een kleurrijke blouse. ‘Misschien ben ik wel de saaiste carnavaliste die je bedenken kunt, maar o man, wat kan ik genieten van dat feest. Die saamhorigheid, die warmte, die gezelligheid, dat vind je alleen maar met carnaval. Vrijheid en eindeloze zorgeloosheid, dat is wat ik voel als ik ergens bij die hossende meute binnenkom’” (De Limburger, 2018b).

In het zojuist besproken artikel wordt de **dimensie sociale netwerken** ook gerepresenteerd aan de hand van verwijzingen naar een typisch Limburgse vereniging, namelijk een carnavalsvereniging. Dit soort verenigingen spelen – zo blijkt uit het artikel – een belangrijke rol bij het vergroten van het saamhorigheidsgevoel tussen mensen van verschillende leeftijden en achtergronden.

De hierboven besproken artikelen over een schutterij en een carnavalsvereniging

bevatten geen of weinig informatiewaarde en zijn niet geschreven met het doel om mensen te informeren. In plaats daarvan zijn deze human interest-verhalen geschreven met het doel om emoties op te wekken en het publiek te amuseren. De **dimensie sociale netwerken** wordt dan ook met name gerepresenteerd aan de hand van zachte nieuwsonderwerpen.

Terugkijkend naar de manier waarop de **dimensie sociale netwerken** tot uiting komt, wordt duidelijk dat *De Limburger* en *ILimburg* zich erg vasthouden aan verenigingen die deel uitmaken van de Limburgse identiteit. Door te verwijzen naar carnavalsverenigingen, schutterijen en fanfares lijken de Limburgse media zich te willen differentiëren van andere regionale nieuwsmedia, om het gevoel van burgers te versterken tot een bepaalde provincie met een eigen identiteit te behoren. Concluderend kan dus worden gesteld dat de invulling van de **dimensie sociale netwerken**, met verwijzingen naar schutterijen, fanfares en carnavalsverenigingen, onderscheidend is voor Limburgse regionale nieuwsmedia. Als het gaat om de **dimensie sociale netwerken** profileren *De Limburger* en *ILimburg* zich dus nadrukkelijk als Limburgse nieuwsmedia.

Bovendien lijken de Limburgse regionale media aan de hand van hun representatie van de **dimensie sociale netwerken** erg in te willen spelen op het bevorderen van de sociale cohesie tussen burgers onderling. Dit sluit volledig aan bij de theorie van paragraaf 2.1 over de belangrijke rol die regionale journalistiek speelt bij het saamhorigheidsgevoel binnen gemeenschappen door het bieden van een reeks gemeenschappelijke referenties. De dekking van verschillende aspecten van het dagelijks leven van mensen, zoals nieuwsartikelen over de prestaties van Limburgse sportclubs en het belang van gezelschapsverenigingen, kan bijdragen tot het ontwikkelen van een gemeenschapsgevoel door middel van gedeelde ervaringen (Nielsen, 2015, 15).

4.2 Dimensie vertrouwen in andere personen

De **dimensie vertrouwen in andere personen** verwijst naar het niveau van vertrouwen dat gemeenschapsleden in elkaar hebben. Deze komt tot uiting in nieuwsartikelen waarin expliciete verwijzingen staan naar vertrouwen of wantrouwen tussen burens of tegen leden van de samenleving in het algemeen (Leupold et al., 2016, 9).

Limburgers en Hollanders

Een voorbeeld hiervan is het artikel waarin de resultaten van het onderzoek naar de Limburgse identiteit worden beschreven, uitgevoerd door *De Limburger* en het Limburgs Museum. Voor het onderzoek zijn bijna zeshonderd inwoners aan de hand van enquêtes ondervraagd. De meest opvallende uitkomst is dat Limburgers wantrouwen koesteren tegen nieuwkomers uit andere delen van het land, de zogenoemde ‘Hollanders’. Een groot deel van de ondervraagden vindt namelijk dat de Limburgse identiteit en cultuur door de ‘Hollanders’ wordt bedreigd. Zo valt te lezen:

“Opvallend: de inmenging van niet in Limburg geboren Nederlanders wordt zowel door links als door rechts-populistisch - respectievelijk 59 en 58 procent van de ondervraagden uit die groepen - ingeschat als factor die de ‘typisch Limburgse’ cultuur op termijn kan gaan aantasten” (Urlings, 2017).

Het beeld dat Limburgers wantrouwen koesteren ten opzichte van ‘Hollanders’ past volledig in de theorie over het ontstaan van het Limburgs zelfbewustzijn. Zoals in paragraaf 2.5 is besproken, bestaat de angst dat met de komst van mensen uit andere delen van het land de Limburgse cultuur wordt aangetast al ruim een eeuw lang. Deze gevoelens zijn aan het begin van de twintigste eeuw ontstaan (Cornips & Knotter, 2016, 143). Door het oprukken van de mijnindustrie die de traditionele, agrarische manier van leven in Limburg aantastte en de grootscheepse immigratie van werkzoekende mensen uit andere delen van Nederland, ontstond er angst voor het verliezen van de provinciale tradities. Met name het katholieke geloof, de eigen folklore en het dialect moesten volgens velen verdedigd gaan worden tegen de komst van protestante ‘Hollanders’. Dit wakkerde een regionaal zelfbewustzijn aan en kwam onder meer tot uiting in de oprichting van maandblad *De Nedermaas*, de Limburgse Liga en de Limburgse dialectvereniging Veldeke (Cornips & Knotter, 2016, 146).

De manier waarop de **dimensie vertrouwen in andere personen** tot uiting komt in het nieuwsartikel over wantrouwen jegens de ‘Hollanders’ is typerend voor Limburgse nieuwsmidia. Deze gevoelens van wantrouwen, die hedendaags ook nog bij veel Limburgers

aanwezig zijn, speelden namelijk een belangrijke rol in het ontstaan van het Limburgs zelfbewustzijn.

Sentiment bestaat online

In het zojuist besproken nieuwsartikel over het wantrouwen dat Limburgers koesteren ten opzichte van ‘Hollanders’ krijgt de **dimensie vertrouwen in andere personen** dus duidelijk vorm. Wat opvalt in het artikel is dat de expliciete verwijzingen naar wantrouwen tussen geboren en getogen Limburgers en mensen uit andere delen van het land neutraal worden beschreven aan de hand van de onderzoeksuitkomsten. Journalisten van Limburgse regionale media lijken in dit voorbeeld dus keurig te doen wat ze hebben geleerd en laten geen oordeel vellen, maar beschrijven enkel de resultaten van het enquêteonderzoek.

Dit betekent echter niet dat het sentiment dat Limburgers wantrouwen koesteren tegen ‘Hollanders’ niet bestaat. Als je de onderstaande reacties leest die onder het Facebook-bericht van *ILimburg* zijn geplaatst, wordt duidelijk dat dit sentiment wel degelijk bestaat onder inwoners van Limburg:

Facebook reactie 1:

[Richo Eurlings](#) Moeten de huilanders maar geen uitgesproken mening uiten over de limburgers en de identiteit van de limburgers in gevaar brengen door zich niet aan te passen in ons gebied of ons stelselmatig kleineren in de (sociale) media. Het is een kwestie van geduld.

Facebook reactie 2:

[Mark Wierds](#) Ik ben voor mijn werk vaak onderweg in de rest van Nederland en je krijgt overal commentaar op het feit dat je Limburgse bent, naast dat ze vaak denken dat je Belg of Duitser bent. Dit zou zo maar eens de oorzaak van de bedreiging kunnen zijn. Ik voel me eerst Limburger, dan Nederlander en dan Europeaan 😊

De **dimensie vertrouwen in andere mensen** komt dus het duidelijkst tot uiting in de reacties die op social media onder nieuwsberichten worden geplaatst. Hierin worden door Limburgers namelijk expliciete verwijzingen gemaakt over het wantrouwen dat zij koesteren ten opzichte van mensen uit andere delen van Nederland.

Een vergelijkbaar voorbeeld van een nieuwsartikel waarin de dimensie vertrouwen in andere mensen duidelijk wordt gerepresenteerd, is het artikel waarin de bevindingen worden besproken van het enquêteonderzoek naar het vertrouwen dat Limburgers hebben in vluchtelingen. Met het onderzoek wilden *De Limburger* en de regionale omroep *LI* analyseren of de massale aanrandingen door een groep Noord-Afrikaanse mannen tijdens de nieuwjaarsnacht van 2016 in Keulen de publieke opinie heeft veranderd. Er werden zo’n

zeshonderd Limburgers ondervraagd aan de hand van enquêtes. Het belangrijkste resultaat was dat een groot deel van de Limburgers geen vertrouwen heeft in de integratie van vluchtelingen en de gebeurtenissen in Keulen dat wantrouwen hebben versterkt. Zo valt in het artikel te lezen:

“Acht van de tien Limburgers denken dat vluchtelingen niet goed om kunnen gaan met de gelijkheid tussen mannen en vrouwen in de Westerse samenleving. De helft denkt dat het cultuurverschil zo groot is dat integratie onmogelijk is en dat de Westerse cultuur wordt bedreigd. De grootschalige aanranding en beroving onlangs in Keulen heeft dat gevoel significant versterkt” (Janssen, 2016).

Ook bij dit voorbeeld lijken journalisten te doen wat ze tijdens hun journalistieke opleiding hebben geleerd. Zo worden de expliciete verwijzingen naar wantrouwen tussen Limburgers en vluchtelingen neutraal beschreven aan de hand van het enquêteonderzoek. Maar ook bij dit voorbeeld bestaat het sentiment dat Limburgers wantrouwen koesteren ten opzichte van vluchtelingen wel op sociale media. Zoals in de volgende reacties die door Limburgers onder het nieuwsbericht op Facebook zijn geplaatst:

Facebook reactie 3:

[Claudia Veneziano-Stura](#) Ondanks de grootschalige aanrandingen en berovingen in Keulen, de criminaliteit die stijgt en de angst onder de bevolking de miljarden wat dit kost, blijven ze de vluchtelingen binnen halen. Dat ze schijt hebben aan eigen volk is wel duidelijk

Facebook reactie 4:

[Patrick Hsm](#) Pim Fortuyn had ons gewaarschuwd! Iedereen moet gewoon in opstand komen tegen deze ongebreidelde stroom economische migranten.

Facebook reactie 5:

[Virginia Den Hollander](#) Die willen helemaal niet integreren, maar droom allemaal lekker verder, ze doen in Den Haag toch lekker wat ze willen

De dimensie **vertrouwen in andere personen** wordt dus duidelijk gerepresenteerd in artikelen waarin de uitkomsten worden beschreven van enquêteonderzoeken naar het vertrouwen dat Limburgers hebben in ‘Hollanders’ en de integratie van vluchtelingen. In dit soort artikelen worden verwijzingen naar wantrouwen tussen burgers door journalisten neutraal beschreven. Uit reacties die onder deze nieuwsberichten op Facebook worden geplaatst, blijkt echter dat verwijzingen naar het niveau van vertrouwen dat mensen in elkaar

hebben, op social media veel explicieter aanwezig zijn. Er wordt dan door Limburgse Facebook-gebruikers nadrukkelijk beschreven dat ze geen vertrouwen hebben in de integratie van vluchtelingen en zich bedreigd voelen door 'Hollanders'.

4.3 Dimensie acceptatie van diversiteit

De **dimensie acceptatie van diversiteit** verwijst naar de mate waarin mensen met verschillende etnische achtergronden worden geaccepteerd en krijgt vorm in nieuwsmedia als er wordt verwezen naar minderheden (bijvoorbeeld homoseksuelen, migranten of vluchtelingen) en naar eisen voor acceptatie of tolerantie voor deze groepen (Leupold et al., 2016, 9).

In de voorgaand besproken **dimensie vertrouwen in andere mensen** werd ook een artikel over vluchtelingen als voorbeeld aangehaald. Dit ging over de mate van vertrouwen dat Limburgers hebben in vluchtelingen. Bij de **dimensie acceptatie van diversiteit** ligt de nadruk op de acceptatie van minderheden. Deze categorieën liggen echter erg dicht bij elkaar en kan tot verwarring leiden, zo wordt duidelijk aan de hand van het eerste voorbeeld.

Vluchtelingen

Een van de manieren waarop de **dimensie acceptatie van diversiteit** vorm krijgt in *De Limburger* en op *ILimburg* zijn nieuwsartikelen waarin wordt verwezen naar vluchtelingen die in eerste instantie niet worden geaccepteerd in hun nieuwe woonplaats, maar dankzij een bepaald initiatief uiteindelijk wel worden geaccepteerd. Een voorbeeld hiervan is het nieuwsartikel over de Eritrese vluchtelingen die ouderen helpen in de Limburgse gemeente Arcen. In het artikel wordt beschreven dat dorpelingen niet stonden te springen om de komst van acht vluchtelingen. Zo valt te lezen:

“Of ze misschien hun sieraden moest verstoppen? Of de jongens ook eten en drinken? Of je ze wel kunt verstaan? Het was wel even wennen voor de inwoners van Arcen toen er ineens acht Eritrese vluchtelingen waren die gratis hun hulp aanboden bij klussen in de tuin, het afvoeren van grof huisvuil en het verwijderen van oude meubels. Wie zijn die mannen dan? Zijn ze wel te vertrouwen” (Janssen, 2017)?

Aangezien de vluchtelingen in eerste instantie dus niet werden geaccepteerd door inwoners van Arcen, besloot Niek Broeren hier wat aan te doen:

“Arcen is een klein dorp waar je elkaar altijd tegenkomt, dan is het fijn als mensen positief over elkaar kunnen zijn. Voordat de jongens hier kwamen was er nogal wat argwaan in het dorp. Het waren alleenstaande mannen, zou dat wel goed gaan? Bovendien werden ze in woningen geplaatst die aanvankelijk zouden worden gesloopt en waarvoor de bewoners, de bejaarden, moesten verhuizen. Dat viel ook niet echt lekker. Ik vond het nodig om wat positiviteit te brengen” (Janssen, 2017).

En dus besloot de 25-jarige Broeren om samen met de nieuwkomers ouderen in het dorp te gaan helpen met zware klusjes in huis en tuin. *“Hij wilde een brug te slaan tussen de inwoners van Arcen en de Afrikaanse vluchtelingen. Laten zien dat er geen kwaad zit in deze jongens”* (Janssen, 2017). Het animo onder de dorpelingen was meteen groot en de ervaringen met de mannen goed. Dit heeft er dan ook uiteindelijk voor gezorgd dat de Eritrese vluchtelingen werden geaccepteerd in Arcen. Zo vertelt nieuwkomer Mohammedomar Adem aan het eind van het artikel:

“In het begin groette niemand ons, nu zwaaien de mensen. Dat voelt goed, want we willen graag meedoen. Bovendien is het goed voor onze taal, ons netwerk en vriendschappen” (Janssen, 2017).

In het zojuist besproken artikel wordt de **dimensie acceptatie van diversiteit**, die verwijst naar de mate waarin mensen met verschillende etnische achtergronden worden geaccepteerd, duidelijk gerepresenteerd. Zo wordt er beschreven dat de Eritrese vluchtelingen door de dorpelingen in eerste instantie met ‘argwaan’ en ‘wantrouwen’ worden bekeken. Maar dit negatieve beeld verdwijnt langzamerhand vanaf het moment dat ze klusjes gaan doen voor ouderen in het dorp.

Bij dit voorbeeld was het lastig om onderscheid te maken tussen de **dimensie acceptatie van diversiteit** en de voorgaand besproken **dimensie over vertrouwen in andere personen** (mate van vertrouwen dat gemeenschapsleden in elkaar hebben). Er wordt in het artikel namelijk een aantal keer beschreven dat dorpelingen wantrouwen koesteren tegenover de Eritrese vluchtelingen en dat is precies waar de laatstgenoemde dimensie over gaat. In principe zou dit voorbeeld dus kunnen worden ingedeeld bij beide dimensies en dit toont aan dat de overlappings problematisch zijn en tot verwarring kunnen leiden. Toch ligt de nadruk in het artikel meer op de uiteindelijke acceptatie van de Eritrese vluchtelingen en is er daarom voor gekozen om dit voorbeeld in te delen bij de **dimensie acceptatie van diversiteit**.

LHBT'ers

Een andere manier waarop de **dimensie acceptatie van diversiteit** vormt krijgt in Limburgse regionale media zijn nieuwsartikelen waarin wordt verwezen naar LHBT'ers (lesbiennes, homo's, biseksuelen of transgenders) en eisen voor acceptatie of tolerantie voor deze mensen. Een voorbeeld is het artikel over het ‘roze’ kerstdiner dat afgelopen Kerstmis in Venlo werd gehouden, in aanloop naar Roze Zaterdag 2019. Het diner werd georganiseerd in

samenwerking met Resto VanHarte, dat met het aanbieden van gezamenlijke maaltijden strijdt tegen eenzaamheid bij ouderen:

“De organisatoren willen hiermee aandacht vragen voor roze ouderen die problemen ondervinden bij de acceptatie van hun geaardheid. ‘Sommige ouderen gaan zelfs weer de kast in op het moment dat zij in een verzorg- of verpleeghuis terechtkomen. Daar willen we aandacht voor vragen’, zegt Hans Lenders van Roze Zaterdag 2019” (Benders, 2018).

In bovenstaand artikel wordt dus verwezen naar een minderheid, homoseksuele of ‘roze’ ouderen, en er wordt een initiatief beschreven waarmee organisatoren willen bijdragen aan meer aandacht en acceptatie voor homoseksuele ouderen en hun geaardheid.

Een ander voorbeeld van een artikel waarin de **dimensie acceptatie van diversiteit** wordt gerepresenteerd is het artikel over de regenboogvlag die in verschillende Limburgse gemeenten en het gouvernement in Maastricht werd gehesen tegen de Nashville-verklaring. In deze verklaring worden transgenderisme en homoseksuele relaties worden afgewezen. In het nieuwsartikel wordt beschreven dat een Limburgse stichting die opkomt voor LHBT’ers, stichting B Sassy, de straat op ging om zich uit te spreken tegen de Nashville-verklaring en te eisen voor acceptatie voor Limburgse LHBT’ers. Ze gingen onder meer naar de Weertse protestantse kerk om te vragen naar hun mening over de Nashville-verklaring. Zo valt te lezen:

“De stichting B Sassy uit Weert, die opkomt voor LHBT'ers, ging op pad om de Weertse protestantse kerk te vragen naar hun mening over de Nashville-verklaring. Leden van de kerk reageerden hoofdschuddend en verbolgen op de inhoud van de verklaring. ‘Wij werden positief verrast door de open houding van de leden met betrekking tot het onderwerp homoseksualiteit’, laat B Sassy weten” (Tiems, 2019a).

Ook in dit artikel wordt duidelijk verwezen naar een minderheid, namelijk LHBT’ers, en wordt beschreven dat verschillende Limburgse gemeenten, Stichting B Sassy en de Weertse protestantse kerk oproepen voor acceptatie van LHBT’ers als tegenreactie op de Nashville-verklaring.

Terugkijkend naar de manier waarop de **dimensie acceptatie van diversiteit** tot uiting komt, wordt duidelijk dat *De Limburger* en *ILimburg* niet onderscheidend zijn. In heel Nederland worden initiatieven in het leven geroepen om bij te dragen aan de acceptatie van

minderheden als vluchtelingen, statushouders of LHBT'ers en dit zijn geen specifieke Limburgse nieuwsonderwerpen.

Wat opvalt uit de geanalyseerde nieuwsartikelen is dat Limburgse media in hun representatie van de **dimensie acceptatie van diversiteit** sterk lijken in te spelen op het bevorderen van het saamhorigheidsgevoel tussen inwoners. Dit sluit geheel aan bij de theorie van paragraaf 2.1 over dat regionale journalistiek kan bijdragen aan het bevorderen van de sociale cohesie in een gemeenschap (De Jong & Koetsenruijter, 2017, 43). In de hierboven besproken artikelen van *De Limburger* en *ILimburg* wordt duidelijk verwezen naar minderheden als LHBT'ers en vluchtelingen, de problemen die zij ondervinden op het gebied van acceptatie en eisen voor tolerantie ten opzichte van die groepen. Hiermee creëren de regionale media een gedeeld begrip van wat het betekent om bij een gemeenschap te horen: wat de normen en waarden zijn en wat als sociaal gewenst gedrag wordt beschouwd en wat niet (Lowrey et al., 2008, 284). De invulling van de **dimensie acceptatie van diversiteit** door Limburgse media is dus in het algemeen typerend voor regionale nieuwsmedia.

4.4 Dimensie identificatie

De vierde dimensie van sociale cohesie die in het model van Leupold et al., (2016) aan bod komt is de **dimensie identificatie**. Deze gaat in op hoe sterk mensen zich verbonden voelen met hun regionale gemeenschap en krijgt in nieuwsartikelen vorm aan de hand van verwijzingen die een wij-gevoel en een trots gevoel om te leven in een stad of regio onder burgers teweegbrengen (Leupold et al., 2016, 9). Denk bijvoorbeeld aan verwijzingen naar de regio als toeristische bestemming, het prijzen van regionale gebruiken en prestaties van regionale beroemdheden.

Zoals in paragraaf 3.4.33 is besproken dragen regionale nieuwsplatforms als *De Limburger* en *ILimburg* volgens Kees Buijs (2014) bij aan het onderhouden van een gemeenschap door een gemeenschappelijk referentiekader te creëren voor burgers (ibid, 10). Met regelmatige verwijzingen naar regionale beroemdheden en Limburgse tradities wordt het gevoel van burgers tot een bepaalde provincie met een eigen cultuur te behoren, versterkt (Wadbring & Bergström, 2015; Buijs, 2014, 9; Hellekant e.a., 2016)

Regionale beroemdheden

Allereerst wordt de **dimensie identificatie** in Limburgse regionale media gerepresenteerd door middel van verwijzingen naar prestaties van bekende Limburgers, zoals muzikanten (André Rieu) acteurs (Huub Stapel), actrices (Chantal Janzen), politici (Frans Timmermans, Lilianne Ploumen, Geert Wilders) en sporters (Tom Dumoulin, Max Verstappen). Het gaat vaak om mensen die ook landelijke bekendheid hebben verworven. In *De Limburger* en op *ILimburg* is deze manier van refereren naar de **dimensie identificatie** dominant aanwezig.

Een voorbeeld hiervan is het artikel over violist en orkestleider André Rieu, waarin wordt besproken dat hij door een jury, bestaande uit vijf zakenmensen, is uitgeroepen tot 'Limburgse Ondernemer van het Jaar'. Op het eerste oog lijkt deze titel misschien niet zo goed te passen bij een van de bekendste Limburgers van het land, maar zoals in het artikel duidelijk wordt, heeft de jury hier goede redenen voor:

“Diens ontdekking van de wals ergens in een stoffige vergeethoek van de klassieke muziek als een genre dat een breed internationaal publiek enorm aanspreekt. ‘Hij bracht zo de innovatie van de eeuw in een sector die van subsidies aan elkaar hangt.’ Ook voor het onderdeel ‘impact op Limburg’ slaagt de Maastrichtse walskoning met vlag en wimpel. Radix vertelt hoe DSM met Rieu-dvd’s Chinese zakenrelaties wist te charmeren. ‘We vertelden erbij dat hij onze buurman is.’ Ria Joosten wijst op de economische impact van de optredens in Maastricht: ‘In die weken is er in de verre omtrek geen hotelkamer of restauranttafel meer te krijgen’” (Gerritsen, 2018).

Een ander voorbeeld van een nieuwsartikel waarin de **dimensie identificatie** wordt gerepresenteerd door middel van verwijzingen naar de prestaties van een bekende Limburgse sporter is het artikel over Formule 1-coureur Max Verstappen. Hierin wordt beschreven dat Verstappen het nieuwe seizoen bij de Grand Prix van Australië goed is begonnen met een derde plek. Zo valt te lezen:

“De 21-jarige Limburger begon de race van de vierde startplek. In de 31ste opende Verstappen de aanval op Ferrari-coureur Sebastian Vettel. Met een fraaie inhaalmanoeuvre ging hij de Duitser voorbij. De twee Mercedesen lagen op dat moment te ver voor om nog in te halen” (Tiems, 2019b).

In Limburgse media wordt niet enkel verwezen naar de prestaties van bekende Limburgse personen, maar ook naar onbekende Limburgers die iets bijzonders hebben verricht of een prijs hebben gewonnen. Dit is mogelijk omdat burgers zich beter kunnen identificeren met iemand die net zo ‘gewoon’ is als zij zelf, dan met een regionale of landelijke beroemdheid. Een voorbeeld hiervan is het artikel over Daisy Mertens, een Venrayse basisschoollerares, die is genomineerd voor de titel ‘Beste Leraar ter Wereld’:

“Daisy Mertens (31) uit Venray is genomineerd voor de Global Teacher Prize. Twee weken lang moest ze haar mond houden, maar nu mag het hoge woord eruit: ze is genomineerd voor de titel 'beste leerkracht ter wereld'. Ook maakt ze kans op één miljoen dollar aan prijzengeld. Daisy is juf op een basisschool in Helmond. Ze werd in 2016 al uitgeroepen tot beste leraar van Nederland” (1Limburg, 2018).

Regionale gebruiken

Ten tweede krijgt de **dimensie identificatie** vorm in nieuwsartikelen van Limburgse regionale media waarin de regionale cultuur en tradities worden geprezen. Een voorbeeld hiervan is het artikel waarin wordt beschreven dat Limburgers ‘zeer trots’ zijn op hun provinciale gebruiken. Zo blijkt uit onderzoek van de NOS naar het provinciegevoel in Nederland dat Limburgers zich “*veel meer verbonden voelen met hun provincie dan met Nederland*” (Janssen, 2019). Maar wat zijn nou de regionale tradities en gebruiken waar Limburgers het meest trots op zijn? Dat komt als volgt in het artikel naar voren:

“Limburgers zijn vooral trots op hun tradities en cultuur. Op de gemoedelijkheid en de bourgondische leefstijl. Op het carnaval en op hun dialect. Dat zijn volgens de

onderzoekers de grootste trotsmakers. ‘De vastelaovend is een traditie die ervoor zorgt dat je je maximaal verbonden voelt met je omgeving’” (Janssen, 2019).

Carnaval

Naast de gemoedelijkheid en de bourgondische leefstijl zijn Limburgers dus het meest trots op tradities als het carnaval, dat in Limburg *vastelaovend* wordt genoemd. Maar wat betekent deze traditie nou precies voor Limburgers?

Het carnaval is sinds de jaren zestig van de vorige eeuw een volksfeest dat de saamhorigheid onder Limburgse burgers vergroot, zo is in paragraaf 2.5 besproken. Voor die tijd werd in Limburg, waar het merendeel van de bevolking katholiek was, juist van burgers verwacht dat zij niet deelnamen aan dit ‘zedeloze feest’. Toen in de jaren zestig door de ontzuiling en het sluiten van de mijnen de twee belangrijkste zekerheden in het leven van veel Limburgers wegvielen, was er behoefte aan nieuwe tradities en verenigingen die mensen samenbrachten. In dat perspectief werden in Limburg massaal carnavalsverenigingen in dorpen en steden opgericht en carnavalstradities in het leven geroepen. En werd het volksfeest geleidelijk aan opgenomen in het culturele erfgoed van de provincie Limburg (Wijers, 2009, 144-146).

Vandaag de dag wordt het sociale aspect van de *vastelaovend* nog steeds gezien als belangrijkste element van het volksfeest. In het artikel over de première van *Nao ’t Zuuje*, de film waarin BNNVARA-presentator Lex Uiting wordt gevolgd als prins van de Venlose carnavalsvereniging Jocus, wordt dit duidelijk. Hoewel Uiting de hoofdrol speelt in de filmdocumentaire draait *Nao ’t Zuuje* niet alleen om hem als prins. In plaats daarvan heeft de regisseur – zo valt in het artikel te lezen – aan de hand van verschillende verhaallijnen geprobeerd om de ware kracht van het carnaval in de film vast te leggen:

“De prins die de zieken troost. De Venlose, wonend in Haarlem, worstelend met een echtscheiding, die in het feestgedruis troostende woorden ontvangt. Het opgaan in de massa van de Boètezitting, de rijke traditie van de Boerenbruiloft. Vastelaoveszanger Hay van de Ham die wetend dat zijn einde nadert nog één keer carnaval viert. Drie dagen alle zorgen wil vergeten. Met zijn zoon Jeroen, in 2012 Jocusprins. Met zijn kleinzoon, adjudant op school. Jeroen vertelt het verhaal van de vastelaovesfamilie, af en toe in tranen. ‘Als baby lag ik met de boerenbruiloft al in de wagen tussen de kaasblokjes’” (Verstraelen, 2018).

Met deze verschillende verhaallijnen in *Nao ’t Zuuje* hebben de makers vastgelegd wat carnaval voor mensen betekent. Dat kan in een aantal woorden worden samengevat, namelijk

“feesten in saamhorigheid en verbondenheid”. Het is – zo wordt beschreven in het artikel – volgens velen: *“de periode waarin we verkleed en geschminkt met een drankje op even alle verschillen opzijzetten. Lief en leed delen”* (Verstraelen, 2018). En als je kijkt naar de talloze artikelen over dit onderwerp lijkt dat saamhorigheidsgevoel voor Limburgse carnavalsvierders dé essentie van *vastelaovend* te zijn.

Naast dit sociale aspect van het carnaval, is de *vastelaovend* tegenwoordig een belangrijk onderdeel van de Limburgse identiteit. Maar dit is lang niet altijd zo geweest. Zoals in paragraaf 2.5 is besproken, was het carnaval tot in de jaren vijftig van de twintigste eeuw geen identiteitsbepalende factor in de provincie. Pas op het moment dat het carnavalsfeest in de jaren zestig ook aansloeg in de provincies ‘boven de grote rivieren’ vond er een opleving plaats van het Limburgse carnaval (Wijers, 2009, 142). In Limburg werd deze verhollandsing van het carnaval namelijk met argusogen bekeken. Sinds haar opname in het koninkrijk der Nederlanden had Limburg zich achtergesteld gevoeld ten opzichte van de protestante provincies. Er moest iets gebeuren om te voorkomen dat de Hollandse variant van het carnaval ook in dit opzicht dominant zou worden. Als reactie daarop werden in de jaren zestig door heel Limburg carnavalstradities, zoals de viering van de elfde van de elfde, in het leven geroepen (ibid, 142-143).

De Limburgse *vastelaovend* werd vanaf toen verbeeld als een traditie die naadloos aansluit bij de levensstijl van Limburgers. Als basis van die levensstijl werd het van oudsher dominante katholieke geloof naar voren geschoven. *“De beeldvorming van de gezellige, bourgondische, katholieke Limburger tegenover de serieuze, zuinige, calvinistische Hollander kreeg een functie in de verklaring, waarom het feest boven de grote rivieren nooit zo gevierd kon worden als in het zuiden”* (Wijers, 2009, 146). Met de opleving van het carnaval werd het provinciaal gemeenschapsgevoel versterkt en werd een belangrijke identiteitsdrager van de provincie Limburger gevormd (ibid, 145).

Een belangrijk aspect van het carnaval als onderdeel van de Limburgse identiteit is de traditionele Limburgstalige carnavalsmuziek. In het artikel over de *Blauwe Zaoterdaag*, een kleinschalig carnavalsfeest dat elk jaar op de Kwartelenmarkt in Venlo wordt georganiseerd, komt dit duidelijk tot uiting. In tegenstelling tot andere pleinen waar voor de jeugd afwisselend carnavalsmuziek met popmuziek wordt gedraaid, worden op de Kwartelenmarkt enkel nostalgische Limburgse *vastelaovesliedjes* gedraaid: *“het draait hier om samen genieten, samen sjoenkelen, samen meezingen”* (Seuren, 2018). En dat samen meezingen van Limburgse carnavalsmuziek kan mensen – naast dat het voor veel plezier zorgt – bijvoorbeeld ook helpen bij het oproepen van mooie herinneringen, zo vertelt Annie Teeuwsen, een van de aanwezigen op het plein:

“Ik ben elk jaar op het plein te vinden om de vastelaovend in te luiden. De sfeer. De liedjes. Ik ken ze allemaal. Zing ze allemaal mee. Ze roepen mooie herinneringen op. Aan mijn man die zeven jaar geleden overleden is. Hij genoot ook altijd van carnaval. Hij zat ook jaren in de raad van elf” (Seuren, 2018).

In bovenstaande artikelen wordt het carnaval dus gerepresenteerd als traditie die het provinciaal gemeenschapsgevoel onder burgers versterkt en onderdeel is van de Limburgse identiteit. Dit valt volledig samen met de theorie over het carnaval dat vanaf de jaren zestig deel uitmaakt van het Limburgse, culturele erfgoed. Dit begint al bij de traditionele Limburgse carnavalsliedjes die – ondanks de regionale verschillen in dialect – tijdens carnaval in elk dorp en stad luidkeels worden meegezongen. Het is de periode waarin Limburgers zich massaal verkleden en schminken, even alle verschillen onder elkaar opzijzetten en met elkaar genieten van de Limburgse carnavalsmuziek. Tijdens de *vastelaovend* voelen Venlonaren, Roermondnaren en Maastrichtenaren in de eerste plaats een Limburger (Wijers, 2009, 145). De verschillen tussen de verscheidene regio's worden genegeerd (Dohmen, 2000). In de Limburgse regionale nieuwsmedia wordt dus naar de *vastelaovend* verwezen als typisch Limburgse traditie die een wij-gevoel onder inwoners teweegbrengt. Het verwijzen naar de *vastelaovend* is daarom een typisch Limburgse invulling van de **dimensie identificatie**.

Dialect

Daarnaast krijgt de **dimensie identificatie** in Limburgse regionale nieuwsmedia vorm aan de hand van verwijzingen naar het Limburgs dialect. Een voorbeeld hiervan is het artikel waarin wordt beschreven dat het Limburgs door de Rijksoverheid officieel gaat worden erkend als regionale taal:

“In een convenant dat na de zomer wordt afgesloten, spreken gemeenten, provincie en het Rijk af dat zij zich samen zullen inspinnen voor het behouden en het stimuleren van het Limburgs taalgebruik. In de overeenkomst zal staan dat het Limburgs wordt erkend als zelfstandig en volwaardig onderdeel van het Nederlands taalsysteem” (Peeters, 2019).

Als motivering voor het erkennen van het Limburgs als officiële streektaal wordt het onderzoek naar het provinciegevoel in Nederland aangehaald. Daaruit kwam naar voren dat Limburgers zeer trots zijn op hun tradities en cultuur, waaronder het dialect, en dat zou

volgens minister van Binnenlandse Zaken Kajsa Ollongren moeten worden gekoesterd. Zo valt te lezen:

“In Limburg is die trots groter dan in veel andere provincies. Dat is bijzonder en moeten we waarderen en koesteren. Het convenant vormt een erkenning van de grote betekenis die de Limburgs taal heeft voor de mensen in deze provincie” (Peeters, 2019).

In bovenstaand artikel komt de **dimensie identificatie** dus duidelijk tot uiting aan de hand van verwijzingen naar een onderdeel van de Limburgse identiteit, namelijk het dialect. Maar wat betekent dat dialect nou precies voor Limburgers? Dat komt naar voren in het artikel over de Dag van de Moedertaal, waarin het belang van de moedertaal – de taal waarin je denkt – wordt toegelicht. Het Limburgs dialect is voor veel Limburgers de moedertaal. In het artikel wordt beschreven dat er een nauwe band bestaat tussen iemands identiteit en moedertaal. Zo is taal niet enkel een *“verzameling klanken en woorden waarmee zinnen gebouwd kunnen worden”* (Urlings, 2018). Het Limburgs dialect weerspiegelt daarnaast:

“[...] de cultuur, de manier van denken, de levensvisie van degenen die de taal spreken. Dat zie je in Limburg terug in tradities als carnaval, in de humor, in de muziek. Zelfs als we elkaar verrot schelden. Veel daarvan kán alleen maar in het Limburgs, raakt in vertaling zijn essentie, zijn ziel kwijt” (Urlings, 2018).

In bovenstaande nieuwsartikelen wordt het dialect gerepresenteerd als de drager van de Limburgse cultuur en identiteit. Het wordt in de provincie al ruim een eeuw lang beschouwd als een belangrijk bindend element, ook al bestaan er in Limburg tal van verschillende dialecten en wordt in elke regio weer een andere vorm dialect gesproken. Met regelmatige verwijzingen naar het dialect als drager van de Limburgse cultuur en identiteit lijkt sterk te worden ingespeeld op het versterken van het saamhorigheidsgevoel onder burgers. Ook dit is een invulling van de **dimensie identificatie** die typerend is voor Limburgse nieuwsmedia.

[Mijnverleden](#)

Een andere manier waarop de **dimensie identificatie** wordt gerepresenteerd in Limburgse regionale media zijn artikelen waarin wordt verwezen naar het mijnverleden als onderdeel van de Limburgse identiteit. Sinds de jaren negentig is het mijnverleden een belangrijk element van de Limburgse identiteit. Maar het heeft een aantal decennia geduurd voordat de negatieve herinneringen aan de mijnen werden overwonnen, zo is duidelijk geworden in paragraaf 2.5. Door de mijnsluiting in 1965 verloren tienduizenden mensen hun baan en maatschappelijk houvast. Er kwamen niet genoeg nieuwe banen voor de oud-mijnwerkers en

hierdoor kwamen veel koempels terecht in de WAO of sociale werkvoorziening met klachten als stoflongen. Lange tijd wilden Limburgers niets meer te maken hebben met de mijnen en dit zorgde ervoor dat dat in de jaren na de sluiting van de steenkoolmijnen bijna alles wat aan die industrie herinnerde, werd gesloopt (Knotter, 2013).

Dat veranderde toen in de jaren negentig een lijkenhuisje van een voormalige mijn, op initiatief van een oud-mijnwerker, werd veranderd in een kapel ter nagedachtenis aan alle omgekomen koempels. Vanuit een behoefte om slachtoffers van de mijnarbeid te herdenken, werden vanaf toen allerlei initiatieven in het leven geroepen om het mijnverleden, te behouden en te herinneren (Knotter, 2013). Een voorbeeld van zo'n initiatief is het Jaar van de Mijnen dat in 2015, vijftig jaar nadat de sluiting van de Limburgse mijnen werd aangekondigd, werd georganiseerd. Een jaar lang werden talloze evenementen, tentoonstellingen en projecten georganiseerd om stil te staan bij het mijnverleden en dit te herdenken.

Dit komt duidelijk tot uiting in het artikel waarin het belang van het Jaar van de Mijnen werd besproken in de ogen van initiatiefnemer Martijn Hermans en Heerlens wethouder Barry Braeken. Hun beider opa's waren koempels en zij zijn om die reden enorm geïnteresseerd in het mijnverleden. Maar ondanks dat de sluiting van de mijnen bepalend is geweest voor hoe de regio er hedendaags uitziet (krimpregio, economische instabiliteit), weet het merendeel van de jonge generatie volgens Hermans en Braeken te weinig over de streek waarin ze opgroeien. En dat willen de initiatiefnemers rechte trekken:

“Wat kunnen we nu en in de toekomst met onze mijngeschiedenis? ‘De interesse en de behoefte is er. Zowel bij jongeren als bij ex-mijnwerkers’, weet Martijn Hermans. ‘Het zou mooi zijn als de jongeren van nu straks, als de laatste Limburgse koempel het tijdelijke voor het eeuwige heeft verruild, het erfgoed van de mijnen gaan beheren. Dat is nodig, want deze regio is over twintig of dertig jaar nog steeds een voormalige mijnstreek. Maar om daaraan een eigen invulling te kunnen geven, moeten de jongeren van nu eerst de betekenis van de mijnen weten’” (Beijer, 2014).

Het onderwijs heeft dan ook een belangrijke plek ingenomen tijdens het Jaar van de Mijnen in 2015. Zo valt te lezen:

“We willen tijdens dat jaar graag een doorlopende leerlijn voor het basisonderwijs ontwikkelen. Het is toch te gek dat wij in onze geschiedenislessen alles over de Romeinen leren en bijna niets over onze eigen streek” (Beijer, 2014).

Tijdens het Jaar van de Mijnen 2015 zijn onder meer lessen ontwikkeld over de mijnhistorie die op basisscholen door heel Limburg worden gegeven. Daarnaast is een nieuw Nederlands

Mijnmuseum ontwikkeld om het mijnverleden te herinneren en jongere generaties er kennis mee te laten maken. En dat is volgens de initiatiefnemers zo belangrijk, want:

“Je moet weten waar je vandaan komt. Op de hoogte zijn van je eigen geschiedenis. Ik wil aan de hand van een zoektocht naar het verleden het heden kunnen verklaren.”
Barry Braeken: ‘Wij moeten onze afkomst niet verloochenen en onze identiteit en trots terugvinden’” (Beijer, 2014).

In het bovenstaande nieuwsartikel wordt naar het mijnverleden verwezen als belangrijk onderdeel van de Limburgse geschiedenis en identiteit. Het heeft lang geduurd voordat de traumatische herinneringen aan de mijnen – gevaarlijk werk, stoflongen, werkloosheid – werden overwonnen (Knotter, 2012). Maar juist vanwege het feit dat het mijnverleden veel invloed heeft gehad op hoe de regio Zuid-Limburg er vandaag de dag uitziet, moeten Limburgers trots zijn op deze geschiedenis, zo wordt in het artikel beschreven. Om mijnwerkers te eren en het Limburgse mijnverleden te herinneren, zijn initiatieven als het Jaar van de Mijnen van groot belang. Met de invulling van de **dimensie identificatie** aan de hand van verwijzingen naar het mijnverleden als belangrijk element van de Limburgse identiteit zijn Limburgse nieuwsmedia dus onderscheidend.

Limburgse streekproducten

Tot slot nog een artikel waarin de **dimensie identificatie** wordt gerepresenteerd aan de hand van verwijzingen naar ‘typisch’ Limburgse kwaliteitsproducten, tradities en regionale evenementen, denk aan Limburgse stroop, vlaai, schutterijen, Pinkpop en de Amstel Gold Race. Wat opvalt uit het geanalyseerde corpus is dat dit soort verwijzingen prominent aanwezig zijn in nieuwartikelen uit *De Limburger* en op *ILimburg*. Het lijkt er dus op er in Limburgse media graag trots wordt uitgesproken over streekproducten, tradities en regionale evenementen. Kortom, ze profileren zich graag als Limburgs met een bijbehorende identiteit. Bij het uitdragen van zo’n provinciale identiteit is sprake van ‘selectief shoppen’. Er worden tradities en producten toegeëigend als ‘provincie-eigen’, zoals de vlaai en het carnaval: typisch Limburgs, al komen deze eigenlijk uit Duitsland. Daarnaast wordt teruggesproken op unieke geschiedenis: Limburg als provincie van de schutterijen, al vind je die ook terug in Brabant en Zeeland (Schraevesande & Vriesema, 2015).

Een voorbeeld van een artikel waarin dit duidelijk tot uiting komt, is het artikel over het logo van Limburg. Hierin staat beschreven dat een aantal initiatiefnemers een logo voor Limburg willen gaan ontwerpen, want zo vragen zij zich in het krantenbericht af:

“Waarom heeft Limburg geen smoel, terwijl hier toch zoveel gebeurt wat de moeite waard is? Of het nu om muziek gaat, de maakindustrie, het landschap, winkelen, carnaval, cultuur, wielrennen, logistiek, festivals en ga zo maar door” (Kamps, 2017).

Volgens de initiatiefnemers heeft Limburg genoeg om trots op te zijn en dat moet de provincie eindelijk eens gaan uitdragen door middel van een beeldmerk. Het logo zal bestaan uit een brede ‘L’ met daarin afgedrukt de kwaliteitsproducten, tradities en evenementen waar de provincie trots op is. Zo valt te lezen:

“Een beeldmerk dat uitstraalt hoe trots Limburg is op zijn kwaliteitsproducten, zoals stroop, bier, vlaai, Livar-vlees, maar ook op Pinkpop, de Amstel Gold Race, André Rieu, de schutterijen, vastelaovend en de Mini’s van VDL Nedcar. De keuze op een grote L als ondergrond ligt voor de hand, want die letter is immers de eerste letter van de naam van de provincie. Icoontjes moeten vervolgens al die Limburgse succesnummers verbeelden” (Kamps, 2017).

Bovenstaand voorbeeld is een typisch Limburgse invulling van de **dimensie identificatie**, aangezien er wordt verwezen naar zaken als vlaai, schutterijen en Pinkpop die worden uitgedragen als elementen van de Limburgse identiteit. Door positieve stereotypen te omarmen en niet in te gaan op negatieve stereotypen proberen journalisten van *De Limburger* en *ILimburg* het gevoel van inwoners te versterken tot een bepaalde provincie met een eigen cultuur te behoren. In hun interpretatie van de **dimensie identificatie** zijn Limburgse media dus onderscheidend.

De hierboven besproken artikelen over carnaval, het dialect, het mijnverleden enzovoorts bevatten geen of weinig informatiewaarde en zijn niet geschreven met het doel om mensen te informeren. In plaats daarvan zijn deze human interest-verhalen geschreven met het doel om emoties op te wekken en het publiek te amuseren. De **dimensie identificatie** wordt dan ook met name gerepresenteerd aan de hand van zachte nieuwsonderwerpen.

Terugkijkend naar de wijze waarop de **dimensie identificatie** – die met name tot uiting komt in zachte nieuwsonderwerpen – wordt gerepresenteerd, wordt duidelijk dat *De Limburger* en *ILimburg* zich erg vasthouden aan de tradities en evenementen die door hen worden uitgedragen als elementen van de Limburgse identiteit. Door te verwijzen naar zaken als het dialect, de *vastelaovend* en het mijnverleden lijken de Limburgse media zich te willen differentiëren van andere regionale media. Om het gevoel van burgers te versterken tot een bepaalde provincie met een eigen identiteit te behoren. Dit verbindt mensen met elkaar, en

juist het versterken van het saamhorigheidsgevoel onder burgers is een van de taken van regionale media, zo is in paragraaf 2.1 duidelijk is geworden.

Een belangrijke kanttekening die hierbij moet worden gemaakt is dat wanneer er in nieuwsartikelen wordt verwezen naar carnaval(verenigingen), schutterijen en dialect(verenigingen) het lastig is om onderscheid te maken tussen de **dimensie identificatie** en de voorheen besproken **dimensie sociale netwerken**. De eerstgenoemde gaat in op hoe sterk mensen zich verbonden voelen met de regio waarin ze leven en de twee gaat in op de banden die mensen met elkaar hebben. Zoals duidelijk is geworden, kunnen beide dimensies worden gerepresenteerd in artikelen over carnavalsverenigingen, schutterijen of dialectverenigingen kunnen.

Tot slot lijken Limburgse regionale media in hun representatie van de **dimensie identificatie** erg in te spelen op het versterken van de sociale cohesie tussen burgers onderling. Dit sluit volledig aan bij de theorie over de belangrijke rol die regionale journalistiek speelt bij het saamhorigheidsgevoel door een gemeenschappelijk referentiekader te creëren (Buijs, 2015, 10). Door in nieuwsartikelen te verwijzen naar Limburgse tradities en cultuur, zoals het dialect, het carnaval, schutterijen, het mijnverleden en vlaai dragen regionale media bij aan de definiëring van de Limburgse identiteit. De regionale krant en nieuwswebsite fungeren daardoor als een sociaal bindmiddel en kunnen het gevoel van inwoners versterken tot een bepaalde provincie met een eigen regionale cultuur te behoren (Wadbring & Bergström, 2015).

4.5 Dimensie vertrouwen in instellingen

De **dimensie vertrouwen in instellingen** is de vijfde dimensie die aan bod komt in het model van (Leupold et al., 2016) en gaat in op de relatie tussen burgers en openbare instellingen en hoe sterk hun vertrouwen is in sociale en politieke instellingen. De dimensie krijgt vorm in nieuwsmedia als er in artikelen wordt verwezen naar het (slecht) functioneren van openbare instellingen, zoals de politie, regionaal bestuur of politieke partijen (Leupold et al., 2016, 9). Deze artikelen zijn geschreven met het doel om mensen te informeren en bevatten een bepaalde nieuwswaarde. De **dimensie vertrouwen in instellingen** komt dan ook enkel tot uiting in harde nieuwsonderwerpen.

Een voorbeeld van een artikel waarin de deze dimensie wordt gerepresenteerd met referenties naar het functioneren van openbare instellingen is het artikel over mestfraude. In het artikel wordt beschreven dat de Fiscale Inlichtingen en Opsporingsdienst (FIOD) en de opsporingsdienst van de Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit (NVWA) bij tien locaties in Limburg zijn binnengevallen, in het kader van een onderzoek naar mestfraude. Daarbij is *“aan miljoenen euro’s in beslag genomen”* (Tiems, 2018a). Zo is in het artikel te lezen:

“Niet alleen het mestadviesbureau in Heythuysen is maandagochtend doorzocht. Ook de woningen van de drie leidinggevend en de extern adviseur werden bezocht door het FIOD en de NVWA. Verder hebben er ook bij vijf veehouders invallen plaatsgevonden. Volgens het OM is er administratie in beslag genomen. Daarnaast is er beslag gelegd op onroerende zaken om de incasso van eventuele toekomstige boetes zeker te stellen” (Tiems, 2018a).

Uit het artikel wordt niet duidelijk of de FIOD en de opsporingsdienst van de NVWA goed of slecht hebben geopereerd in Limburg, omdat het functioneren van de openbare instellingen op neutrale wijze is beschreven. Er wordt enkel beschreven wát deze twee openbare instellingen precies hebben gedaan. Zo zijn zij bij een mestadviesbureau en bij een aantal veehouders binnengevallen. Daarnaast hebben ze administratie in beslag genomen. Maar dit is niet altijd het geval bij de representatie van de **dimensie vertrouwen in instellingen**. Hieronder wordt beschreven dat er ook nieuwsartikelen zijn waarin deze dimensie op negatieve wijze wordt gerepresenteerd. Er wordt dan niet neutraal verwezen naar het functioneren van openbare instellingen, maar juist naar het slecht functioneren van openbare instellingen.

Slecht functioneren openbare instelling

Academici en beleidsmakers beschouwen sociale cohesie als iets dat wenselijk is. Op het eerste gezicht werd daarom ook verwacht dat er meestal positief of neutraal naar de dimensies

van sociale cohesie zou worden verwezen. Uit de analyse van nieuwsartikelen van Limburgse regionale media blijkt echter dat dit niet het geval is en er ook op negatieve wijze wordt verwezen naar de **dimensie vertrouwen in instellingen**. Dit valt te verklaren uit het feit dat regionale media niet uitsluitend berichten over positieve gebeurtenissen. Zoals in paragraaf 2.3 is besproken, blijkt uit talloze onderzoeken dat negativiteit een belangrijke nieuwswaarde heeft (Galtung & Ruge, 1965; Soroka & McAdams, 2015). Regionale Limburgse nieuwsmidia verwijzen dus niet alleen naar de aanwezigheid van bepaalde dimensies van sociale cohesie, maar zullen nog vaker verwijzen naar het ontbreken van indicatoren van sociale cohesie, door middel van negatieve berichtgeving (Leupold et al., 2016, 6-7).

Daarnaast wordt er om nog een andere reden regelmatig vanuit een negatief oogpunt verwezen naar **de dimensie vertrouwen in instellingen**. Zoals in paragraaf 2.1 is besproken, wordt journalistiek vaak aangeduid als ‘de vierde macht’. Hiermee wordt bedoeld de journalistiek naast de wetgevende, de uitvoerende en de rechtsprekende macht van de Trias Politica van Montesquieu, de macht is die de macht controleert (De Jong & Koetsenruijter, 2017, 31). Naast het informeren van burgers over de gebeurtenissen in hun omgeving, is het namelijk de taak van de pers om misstanden van beleidsmakers, politici en andere autoriteiten aan de kaak te stellen en burgers hierover te informeren (ibid, 31). Dit wordt ook wel de journalistieke waakhondfunctie genoemd (Norris, 2014, 525). Deze waakhondfunctie, het informeren van burgers over ‘public affairs’, wordt door journalisten en onderzoekers doorgaans als belangrijkste rol van de regionale journalistiek beschouwd.

Een voorbeeld van het artikel waarin de **dimensie vertrouwen in instellingen** op negatieve wijze wordt gerepresenteerd is het artikel over de vertraging in de ‘Hasani-zaak’. Bekim Hasani, een uitgeprocedeerde asielzoeker, stierf eind 2016 tijdens zijn arrestatie in een winkelcentrum in Maastricht. Omdat de doodsoorzaak niet duidelijk was en geen schuldige kon worden aangewezen, besloot justitie om niemand strafrechtelijk te vervolgen. De weduwe van de man was het daar niet mee eens en diende – zo valt in het artikel te lezen – een klacht in wegens het vervolgen. “*Maar na 1,5 jaar is haar zaak nog steeds niet in behandeling genomen*”, terwijl dat normaal gesproken binnen vier weken gebeurt (van Beek, 2018). Zo valt te lezen:

“De weduwe van Bekim Hasani, de Nederlandse Gerty, diende bij het gerechtshof in Den Bosch echter een klacht in wegens het niet-vervolgen. Die zogeheten artikel-12-procedure is nog niet in behandeling genomen als gevolg van nalatigheid van het parket in Maastricht. Dat verzuimde anderhalf jaar lang om een ‘ambtsbericht’ op te stellen voor het hof, iets wat in artikel-12-zaken normaliter binnen vier weken gebeurt” (van Beek, 2018).

Met de zinsdelen ‘als gevolg van nalatigheid en ‘verzuimde anderhalf jaar lang’ wordt het functioneren van het Openbaar Ministerie Parket Limburg overwegend vanuit een negatief oogpunt gerepresenteerd. In dit artikel wordt dus duidelijk verwezen naar het slecht functioneren van het Openbaar Ministerie Parket Limburg. Als het OM niet zo lang had verzuimd was deze situatie geen nieuws geweest, want juist de negativiteit is een belangrijke factor voor het nieuwswaardig maken van dit verhaal.

De Rooms-Katholieke Kerk

Een invulling van de **dimensie vertrouwen in openbare instellingen** die typerend is voor Limburgse media zijn nieuwsartikelen over het misbruik binnen de Rooms-Katholieke Kerk. Ondanks de toenemende secularisatie noemt twee derde van de Limburgers zich katholiek, zo blijkt uit cijfers van het CBS (CBS, 2016). Het slecht functioneren van de Rooms-Katholieke Kerk als openbare instelling is een onderwerp dat prominent aanwezig is in de berichtgeving van Limburgse media. Dit heeft te maken met het feit dat het onderwerp zoveel Limburgers aanspreekt en de katholieke kerk – zoals in hoofdstuk 2.5 is besproken – een wezenlijk onderdeel is van de Limburgse identiteit. Vanwege het beperkte aantal belijders van het katholieke geloof, zal dit onderwerp bij andere regionale nieuwsmedia een minder prominente plaats innemen. Daarom is het thema ‘misbruik binnen de katholieke kerk’ typerend voor Limburgse nieuwsmedia.

Een voorbeeld is het artikel over de schokkende cijfers van het seksueel misbruik binnen de katholieke kerk. Daarin wordt beschreven dat het schandaal de Rooms-Katholieke Kerk ruim zeven miljoen euro aan schadevergoedingen heeft gekost. In Nederland werd bijna dertig miljoen aan smartengeld uitgekeerd, een groot deel daarvan ging naar Limburgse slachtoffers. Dat blijkt uit het eindrapport van het Meldpunt Seksueel Misbruik Katholieke Kerk:

“In totaal werd in Nederland 28,5 miljoen aan schadevergoeding uitgekeerd. Het Bisdom Roermond moest ruim twee miljoen euro betalen. De Broeders van Maastricht keerden 1,1 miljoen uit. Voor de slachtoffers van internaat Maria ter Engelen in Bleijerheide werd door andere ordes en bisdommen een speciaal fonds opgericht om in totaal voor 1,5 miljoen euro aan schadevergoedingen te betalen” (Bots, 2017).

Een verwijzing naar het seksueel misbruik binnen de katholieke kerk is dus een interpretatie van de **dimensie vertrouwen in openbare instellingen** die kenmerkend is voor Limburgse regionale nieuwsmedia.

Geen typisch Limburgse onderwerpen

Afgezien van het onderwerp ‘misbruik binnen de katholieke kerk’ zijn *De Limburger* en *1Limburg* niet onderscheidend in hun invulling van de **dimensie vertrouwen in openbare instellingen**. Naast landelijke openbare instellingen (NVA, FIOD, Rijksoverheid) en provinciale openbare instellingen (Openbaar Ministerie Parket Limburg) krijgt de dimensie vorm aan de hand van verwijzingen naar het functioneren van lokale openbare instellingen, zoals de lokale brandweer. Een voorbeeld hiervan is het artikel over de brandende auto in de Zuid-Limburgse plaats Gulpen. Hierin wordt beschreven dat de lokale brandweer werd gealarmeerd naar aanleiding van rookontwikkeling in een straat: “*Rond 12:30 uur kwam er een melding vanaf de Dwarsstraat in Gulpen, meldt Brandweer Mechelen op Facebook*” (Roberts, 2019). Ter plaatse ontdekte de brandweer dat de rook uit een van de garageboxen kwam, die vervolgens werd geopend. Zo valt te lezen:

“De brandweer opende de garage en trof een geparkeerde auto aan die vlam had gevat. Om de auto goed te kunnen blussen, trokken de hulpverleners het voertuig met een lier naar buiten. Om ervan overtuigd te zijn dat de brand zich niet naar de naastgelegen garage zou verspreiden, werd die door de brandweer opengeboren” (Roberts, 2019).

In het bovenstaande artikel wordt de **dimensie vertrouwen in openbare instellingen** dus gerepresenteerd aan de hand van een verwijzing naar het functioneren van Brandweer Mechelen, een lokale instelling. Het is de taak van regionale nieuwsmedia als *De Limburger* en *1Limburg* om te berichten over dit soort kleine branden die door de brandweer worden geblust of akkevietjes waarmee de lokale politie te maken krijgt. Dit lijkt namelijk een van de belangrijkste redenen te zijn waarom mensen regionale media volgen: ze willen weten wat er in hun nabije omgeving gebeurt. Meestal hebben de nieuwsartikelen dan ook enkel een regionale impact en worden ze alleen door inwoners van Limburg gelezen.

In bepaalde gevallen heeft een nieuwsbericht echter nationale impact en wordt het opgepikt door landelijke nieuwsmedia. Een voorbeeld hiervan is het recente artikel over drievoudig moordverdachte Thijs H. De 27-jarige man wordt verdacht van het doodsteken van een vrouw in de Scheveningse Bosjes en het doden van een echtpaar op de Brunsummerheide bij Heerlen. In het artikel van *De Limburger* wordt beschreven dat de verdachte na zijn laatste moord ontsnapte uit de ggz-instelling Mondriaan in Maastricht. Zo valt te lezen:

“De van drie moorden verdachte Thijs H. ontsnapte woensdagochtend van een gesloten afdeling van ggz-instelling Mondriaan in Maastricht. Hij profiteerde van de chaos door een steekincident eerder die ochtend. Ruim veertien uur bracht hij in vrijheid door voor de politie hem oppakte. H. had zich de avond daarvoor zelf bij de instelling gemeld en werd daar vervolgens opgenomen op de gesloten afdeling” (Banach & Bots, 2019).

In dit artikel krijgt de **dimensie vertrouwen in instellingen** vorm aan de hand van verwijzingen naar het functioneren van ggz-instelling Mondriaan in Maastricht. Korte tijd nadat het artikel van *De Limburger* online stond, werd het nieuws overgenomen door de grootste landelijke nieuwswebsites, zoals de NOS, het RTL Nieuws en het AD. Dit heeft te maken met de omvang van het nieuws, namelijk een drievoudige moord op verschillende locaties in Nederland. Opvallend daarbij is dat de nieuwsaanleiding (Thijs H. ontsnapte na steekincident van gesloten afdeling in ggz-instelling) en bijkomende informatie in het artikel van *De Limburger* niet anders wordt beschreven dan in artikelen van landelijke nieuwsmedia, in die zin dat er geen Limburgse draai aan wordt gegeven. *De Limburger* doet enkel verslag van de gebeurtenis, omdat het zich afspeelt in een Maastrichtse ggz-instelling. Maar wat betreft het onderwerp is dit geen typisch Limburgse invulling van de **dimensie vertrouwen in instellingen**.

Uit de analyse van nieuwsartikelen blijkt dat de manier waarop nieuws wordt gebracht over het functioneren van openbare instellingen opererend in Limburg, niet onderscheidend is voor Limburgse regionale media. Net als andere regionale omroepen in Nederland brengen zij nieuws over wat er in de provincie speelt, ook als het gaat om het (slecht) functioneren van openbare instellingen. Dat kan variëren van nieuws over een kleine garagebrand die door de lokale brandweer (openbare instelling) is geblust of een drievoudig moordverdachte die uit een ggz-instelling (openbare instelling) in Maastricht is ontsnapt. Afgezien van het thema ‘misbruik binnen de Rooms-Katholieke Kerk’ zijn er op het gebied van het functioneren van openbare instellingen geen specifieke Limburgse onderwerpen waarneembaar. De manier waarop de **dimensie vertrouwen in openbare instellingen** vorm krijgt in nieuwsartikelen van *De Limburger* en *ILimburg* is dus niet typerend voor Limburgse media, maar algemeen kenmerkend voor regionale nieuwsmedia.

1.6 Dimensie perceptie van rechtvaardigheid

De **dimensie perceptie van rechtvaardigheid** gaat over of gemeenschapsleden de overtuiging hebben dat alle middelen eerlijk worden verdeeld. Deze dimensie kan in nieuwsmedia worden gerepresenteerd als in artikelen wordt verwezen naar economische ongelijkheid (en de vraag wie verantwoordelijk is) en gelijke kansen (Leupold et al., 2016, 9). In nieuwsartikelen van Limburgse media wordt de **dimensie perceptie van rechtvaardigheid** minder geprofileerd dan andere dimensies. Het was dan ook lastig om een artikel te vinden waarin deze dimensie duidelijk tot uiting komt. Dit is te wijten aan het feit dat in deze dimensie de focus met name ligt op individuele standpunten van burgers, namelijk of zij vinden dat er sprake is van rechtvaardigheid of niet. En dat is doorgaans niet iets dat in artikelen van Limburgse regionale media wordt besproken.

Terugblikkend op de uitkomsten van de resultatenanalyse tot nu toe lijken *De Limburger* en *ILimburg* in artikelen namelijk vooral de gemeenschappelijkheid onder burgers te willen versterken. In plaats van de verschillen te benadrukken door te verwijzen naar gevoelens van ongelijkheid die heersen onder individuele burgers. Daarmee lijken de Limburgse regionale media dus uitstekend te voldoen aan een van de belangrijkste functies van de regionale journalistiek, zoals die in paragraaf 2.1 is besproken, namelijk het versterken van de sociale samenhang onder inwoners.

Economische ongelijkheid

Een manier waarop de **dimensie perceptie van rechtvaardigheid** vorm krijgt in Limburgse nieuwsmedia is aan de hand van verwijzingen naar economische ongelijkheid tussen inwoners en initiatieven die in het leven zijn geroepen om deze ongelijkheid te verkleinen. Een voorbeeld hiervan is het nieuwsartikel over Sven Geurts, een 15-jarige scholier uit Simpelveld, die in het kader van het project 'Baas van Morgen' voor een dag de baas is van vervoersorganisatie Arriva Limburg:

“Sven Geurts uit Simpelveld neemt het stokje over van Patrice van Bergen als directeur van Arriva Limburg. De 15-jarige scholier uit Simpelveld is de nieuwe baas, vóór een dag tenminste. Sven mag er een dag meelopen. Zo laat de 'echte' directeur hem de werkplaats zien waar het onderhoud van de bussen plaats vinden. “Het is wel heel sjiek om te zien,” vertelt Sven. De scholier, met een passie voor auto's, kijkt zich de ogen uit” (Kusters, 2019).

Het project 'Baas van Morgen' is georganiseerd door de Zuid-Limburgse vestiging van JINC. Dit is een landelijke organisatie die zich hard maakt voor gelijke kansen van jongeren met een

sociaaleconomische achterstand, door hen op weg te helpen te helpen naar een betere start op de arbeidsmarkt: “*We willen ze rolmodellen bieden, want die zijn er minder in een gebied zoals Parkstad*” (Kusters, 2019). Want ondanks dat ze dezelfde kwaliteiten hebben, zijn jongeren relatief gezien minder succesvol als ze in een regio (Parkstad) opgroeien waarin sprake is van een relatief hoge werkloosheid en laag opleidingsniveau.

In dit artikel wordt verwezen naar economische ongelijkheid tussen Limburgse inwoners en een initiatief dat in het leven is geroepen om de ongelijkheid onder jongeren te verkleinen. Een kanttekening die hierbij moet worden gemaakt is dat dit voorbeeld ook kan worden ingedeeld bij de **dimensie solidariteit en behulpzaamheid**. Deze dimensie verwijst naar de bereidheid van mensen om elkaar te wonen en krijgt in artikelen vorm aan de hand van verwijzingen naar initiatieven om burgers te helpen. Afhankelijk van hoe ernaar wordt gekeken, kan het artikel over het project ‘Baas van Morgen’ bij beide dimensies worden onderverdeeld. Zowel de **dimensie solidariteit en behulpzaamheid** als de **dimensie perceptie van rechtvaardigheid** behoeven dus wat aanscherping.

4.7 Dimensie solidariteit en behulpzaamheid

De **dimensie solidariteit en behulpzaamheid** verwijst naar de bereidheid van mensen die in dezelfde regio wonen om elkaar te helpen. Deze krijgt in nieuwsartikelen vorm aan de hand van verwijzingen naar initiatieven om burgers te helpen, zoals donatiecampagnes, en vrijwilligerswerk (Leupold et al., 2016, 9).

Inzamelingsactie

De **dimensie solidariteit en behulpzaamheid** wordt met name op positieve wijze gerepresenteerd in *De Limburger* en op *ILimburg*. Een voorbeeld hiervan is het artikel over het grote succes van een inzamelingsactie voor de Voedselbank, georganiseerd door de regionale omroep L1 in samenwerking met de Voedselbank Limburg. Voor deze actie werden mensen opgeroepen om lang houdbare producten in te leveren bij verschillende voedselbanken verspreid door Limburg. Deze oproep resulteerde in een recordopbrengst:

“Bij de actie L1 Samen voor de Voedselbank is een recordaantal van 346.971 producten ingezameld. De totale waarde van die voorlopige opbrengst komt neer op zo'n 636.331,45 euro” (Caelen, 2018).

In het artikel wordt beschreven dat de ingezamelde voedingsproducten bestemd zijn voor de verschillende voedselbanken in Limburg. *“Deze kunnen daarmee vele honderden gezinnen die het financieel zwaar hebben het komende jaar voorzien van eten” (Caelen, 2018).* Er wordt duidelijk verwezen naar een initiatief om burgers te helpen, namelijk een inzamelingsactie, georganiseerd door de regionale omroep en een vrijwilligersorganisatie. De **dimensie solidariteit en behulpzaamheid** komt positief tot uiting, aangezien in het artikel wordt beschreven dat de inzamelingsactie – met een recordaantal ingezamelde producten in vergelijking met voorgaande jaren – een groot succes was.

Vrijwilligerswerk

Een ander voorbeeld is het artikel over het werk dat wordt uitgevoerd door vrijwilligers van LimburgsOog, de stichting voor blinden en slechtzienden mensen in Limburg. Om geld op te halen voor het organiseren van activiteiten voor slechtzienden en blinden, zamelen vrijwilligers van de stichting duizenden flessen- en pottendoppen in. Daarnaast worden speciale doppen gesorteerd, want die brengen meer geld op dan normale doppen. Zo valt in het artikel te lezen:

“Vrijwilligster Angeliek van der Velden uit Belfeld is inmiddels de dopenvrouw uit de buurt. Met regelmaat staan er dozen en tassen vol doppen op de stoep. Haar huis staat vol met dozen, gevuld met honderden kilo's doppen. Regelmatig brengt ze deze naar de oud ijzer-boer. Dat de doppen niet alleen per kilo geld opleveren, ontdekte Angeliek toen een opkoper speciale bierdoppen zocht. Hij betaalde veel meer dan de kiloprijs. Sindsdien gaat iedere dop eerst door Angeliëks handen en worden speciale doppen gesorteerd (van Broekhoven, 2018).

In bovenstaand artikel staat niet zozeer de inzamelingsactie en het aantal ingezamelde producten centraal, zoals bij het vorige voorbeeld het geval was. In plaats daarvan staat het vrijwilligerswerk centraal. Aan de hand van een voorbeeld, vrijwilligster Angeliek uit Belfeld, wordt uitgebreid in het artikel beschreven wat de taken zijn van een vrijwilliger bij de Stichting LimburgsOog en wat het werk inhoudt.

Terugkijkend naar de wijze waarop de **dimensie solidariteit en behulpzaamheid** wordt gerepresenteerd, lijken de Limburgse media in hun representatie van deze dimensie sterk in te willen spelen op het bevorderen van de sociale cohesie tussen burgers onderling. Dit sluit volledig aan bij de theorie van paragraaf 2.1 over de belangrijke rol die regionale journalistiek speelt bij het saamhorigheidsgevoel binnen gemeenschappen. Met de dekking van verschillende, positieve aspecten van het dagelijks leven van mensen wordt de gemeenschappelijkheid in een gemeenschap versterkt in plaats van dat de verschillen worden benadrukt. Denk hierbij aan artikelen over inzamelingsacties voor de Voedselbank en vrijwilligers die zich inzetten voor het goede doel. Daarmee dienen regionale media als de ‘sociale lijm’ die gemeenschappen bij elkaar houdt (Lowrey et al., 2008, 284).

Vrijwilligerswerk gedwarsboomd

Zoals zojuist al is belicht, wordt de dimensie solidariteit en behulpzaamheid met name op positieve wijze benaderd. Het komt echter ook wel eens voor dat de dimensie op negatieve wijze wordt gerepresenteerd. In een nieuwsartikel wordt dan bijvoorbeeld verwezen naar initiatieven om burgers te helpen die zijn mislukt of gedwarsboomd. Een voorbeeld hiervan is het artikel over de vandalen die vernielingen hebben verricht aan speeltoestellen van een natuurspeeltuin in Maastricht, die wordt beheerd en onderhouden door vrijwilligers. Afgezien van de enorme schade, die in het artikel op zo'n 4000 euro wordt geschat, balen de vrijwilligers enorm van de ravage. De speeltuin zou een week later namelijk open moeten gaan voor het zomerseizoen. Het kost de vrijwilligers dus een hoop werk en tijd om de rotzooi op te ruimen en de speeltuin klaar voor bezoekers te maken. Zo valt te lezen:

“De vernielers sloegen de glazen van een kas in. Ook een ander toestel werd gesloopt. ‘Je schrikt van de schade’, reageert Mark de Mooij, penningmeester van Natuurspeeltuin De Mergelhoof. "Het kost ons als vrijwilligers een hoop werk om het op te ruimen. Daarbij gaat de speeltuin 30 maart open” (Parren, 2019a).

Uit bovenstaande voorbeelden blijkt dat Limburgse media niet onderscheidend zijn in het verwijzen naar de **dimensie solidariteit en behulpzaamheid**. De nieuwsonderwerpen die in deze dimensie aan bod zijn gekomen, denk aan inzamelingsacties voor het goede doel of vrijwilligers die een buurtspeeltuin onderhouden, zijn niet typerend voor *De Limburger* en *ILimburg*. Dit zijn namelijk ook zaken waar andere regionale nieuwsmedia over berichten. In plaats daarvan is nieuws over inzamelingsacties en vrijwilligerswerk dus kenmerkend voor regionale nieuwsmedia in het algemeen.

1.8 Dimensie respect voor sociale regels

De **dimensie respect voor sociale regels** verwijst naar mensen die zich houden aan de fundamentele regels van de samenleving. Het versterken van de sociale samenhang is een van de belangrijkste taken van regionale media, zo is besproken in hoofdstuk 2.1. Daarom zou men kunnen verwachten dat deze dimensie wordt gerepresenteerd aan de hand van verwijzingen naar incidenten waarbij de wet en algemeen erkende gedragsregels worden nagestreefd (Leupold, 2016). Uit de analyse blijkt daarentegen dat de **dimensie respect voor sociale regels** in artikelen van Limburgse media uitsluitend vanuit negatief oogpunt wordt gerepresenteerd, met referenties naar incidenten waarbij de wet wordt genegeerd of overtreden.

Dit valt net als bij de **dimensie vertrouwen in instellingen** te verklaren aan de hand van het feit dat negativiteit een belangrijke nieuwsfactor is (Galtung & Ruge, 1965). Zoals al in paragraaf 2.4 is besproken, blijkt uit psychofysiologisch onderzoek dat negatief nieuws sterkere en langer aanhoudende reacties onder mensen teweegbrengt dan positief nieuws. Hieruit volgt dat journalisten, met het doel om aandacht te trekken eerder geneigd zijn om over negatieve zaken te berichten (Soroka & McAcams, 2015).

Bovendien vervullen de Limburgse regionale media een belangrijke informatiefunctie. Meestal is kennis uit de eerste hand bij burgers niet beschikbaar en de media vervullen deze taak (Bakker & Bosch, 2011, 20). Het is namelijk de taak van de pers om mensen te informeren over de gebeurtenissen in hun omgeving, zoals criminaliteit. Om deze redenen wordt in artikelen van *De Limburger* en *ILimburg* niet alleen verwezen naar de aanwezigheid van bepaalde indicatoren van sociale cohesie, maar nog vaker naar het ontbreken van deze indicatoren door middel van negatieve berichtgeving.

Drugscriminaliteit

Een typisch Limburgse invulling van de **dimensie respect voor sociale regels** zijn nieuwsartikelen over drugscriminaliteit in de vorm van hennepkwekerijen, drugslaboratoria of dumpingen van chemisch drugsafval. Hoewel drugscriminaliteit niet enkel in Limburg, maar in verschillende delen van Nederland een probleem is, zijn de zojuist genoemde uitingen van drugscriminaliteit kenmerkend voor Limburg (en Noord-Brabant). Zo worden er, in vergelijking met andere provincies, in Limburg jaarlijks enorm veel hennepkwekerijen opgerold per hoofd van de bevolking opgerold (Sekhuis, 2019; Tijhaar, 2018). Vanwege de grensligging concentreert de productie van synthetische drugs zich daarnaast vooral in Limburg en door de landelijke omgeving vinden er relatief veel dumpingen plaats van drugsafval (Parren & Janssen, 2019; Peeters, 2019).

Een voorbeeld is het artikel over een enorme hoeveelheid gedumpte jerrycans in het buitengebied van Maria Hoop. Vermoedelijk bevatten de vaten afvalstoffen van de productie van synthetische drugs. Boeren die 's ochtends vroeg al aan het werk waren, zagen de vaten liggen in de berm van de weg. Zo valt te lezen:

“Het gaat in totaal om 85 jerrycans met een inhoud van 25 liter. Volgens de brandweer zitten er 'met een aan zekerheid grenzende waarschijnlijkheid' afvalstoffen van de productie van synthetische drugs in” (Horricks, 2018).

Een ander artikel waarin de dimensie respect voor sociale regels tot uiting komt op typisch Limburgse wijze is het artikel over een team van de Landelijke Faciliteit Ondersteuning Ontmantelen (LFO) van de politie dat een groot drugslab heeft ontmanteld in een loods op een afgelegen terrein in Maastricht. In het artikel wordt beschreven dat het drugslab ontdekt werd:

“[...] nadat een melding bij de brandweer binnenkwam dat er rook uit het dak van een bedrijf kwam. Ook was er sprake van een weeïge geur. Politie en brandweer ontdekten vervolgens na het openen van de toegangsdeur een redelijk groot drugslab. Volgens een medewerker van NFO werd er in het lab amfetamine geproduceerd” (Tiems, 2018c).

De afgelopen tien jaar zijn dit specifieke nieuwsonderwerpen geworden die prominent aanwezig zijn in artikelen van *De Limburger* en *ILimburg*. Deze onderwerpen worden veel minder teruggevonden bij andere regionale omroepen. Tegen wil en dank is drugscriminaliteit onderhand onderdeel geworden van de Limburgse identiteit. De representatie van de **dimensie respect van sociale regels** aan de hand van artikelen over een ontmanteld drugslab, een opgerolde hennepkwekerij of chemisch drugsafval dat in een weiland is gedumpt, is dan ook onderscheidend voor Limburgse regionale media. Het zijn nieuwsonderwerpen die typerend zijn voor *De Limburger* en *ILimburg*.

Bedrijven, overheidsinstellingen en burgers

Afgezien van het onderwerp 'drugscriminaliteit' zijn *De Limburger* en *ILimburg* niet onderscheidend in hun invulling van de **dimensie respect voor sociale regels**. Zo komt deze dimensie verder tot uiting in nieuwsartikelen over incidenten waarbij de wet of algemeen erkende gedragsregels worden overtreden door bedrijven. Een voorbeeld hiervan is het artikel over het Venlose bedrijf Euroturbine waarin wordt beschreven dat de eigenaar en twee

medewerkers zich schuldig hebben gemaakt aan illegale export en daarom de wet hebben overtreden. Het Openbaar Ministerie heeft celstraffen geëist tegen de drie Limburgse mannen, zo valt te lezen:

“Eigenaar Parviz T. uit Venlo moet, als het aan justitie ligt, drie jaar achter de tralies. Tegen Jan H. uit Weert en Nadia H. uit Roggel is twintig maanden celstraf geëist. Het trio wordt verdacht van illegale export van turbine-onderdelen naar Iran en het werken in een crimineel samenwerkingsverband. Hoofdverdachte Parviz T. wordt ook nog beschuldigd van witwassen en belastingfraude” (van Kampen, 2018).

Voor het overtreden van de wet hangt het bedrijf daarnaast nog een boete van ruim vijf ton boven het hoofd.

Daarnaast wordt de **dimensie respect voor sociale regels** gerepresenteerd in artikelen met verwijzingen naar overheidsinstellingen of semioverheidsinstellingen die de wet of algemeen erkende gedragsregels overtreden of negeren. Een voorbeeld hiervan is het artikel over de Universiteit Maastricht die door organisatie Beter Onderwijs Nederland (BON) voor de rechter wordt gesleept. De universiteit zou de wet hebben overtreden door het Engels zonder goede reden als voertaal te gebruiken:

“Lesgeven in het Engels zou vooral gebeuren om meer buitenlandse studenten te trekken en daar inkomsten mee te genereren. ‘Dat is oneigenlijk gebruik van publieke middelen’, vindt de organisatie. Overschakelen op Engels leidt volgens BON ‘onherroepelijk tot taalverschraling’ en ‘slechtere kwaliteit van het onderwijs’. Daarmee zouden de universiteiten de wet overtreden” (Kuijpers, 2018).

Volgens de wet op het hoger onderwijs moeten onderwijsinstellingen de Nederlandse taalvaardigheid bij Nederlandstalige studenten bevorderen en dat zou bij de Universiteit van Maastricht niet het geval zijn.

Tot slot wordt de **dimensie respect voor sociale regels** in Limburgse regionale nieuwsmedia gerepresenteerd aan de hand van verwijzingen naar burgers die de wet hebben genegeerd. Een voorbeeld hiervan is het artikel over de opengebroken sleutelkastjes. Hierin wordt beschreven dat dieven in het Limburgse dorp Posterholt de sleutelkastjes van drie seniorenwoningen hebben opengebroken. Vervolgens hebben zij de dieven bij twee woningen binnengedrongen en hebben ze geld en sieraden gestolen. Zo valt te lezen:

“De dieven sloegen toe bij kastjes op de Nieuw Holsterweg en de Zwartemolenweg, zo schrijft de politie op Facebook. Bij twee seniorenwoningen hebben de inbrekers ook de voordeur geopend. Hier werden vooral dure sieraden ontvreemd” (Tiems, 2018b).

De bovenstaande artikelen waarin de **dimensie respect voor sociale regels** vorm krijgt aan de hand van verwijzingen naar bedrijven, overheidsinstellingen of burgers die de wet overtreden, zijn niet typerend voor Limburg. Dit soort wetsovertredingen en criminaliteit komen namelijk in heel Nederland voor. Aangezien regionale media verslag doen van strafbare feiten die door bedrijven, openbare instellingen en burgers in een bepaalde regio worden gepleegd, zullen ook andere regionale media hierover berichten. Uit de analyse van nieuwsartikelen blijkt dus dat de wijze waarop de **dimensie respect voor sociale regels** invulling krijgt in artikelen van *De Limburger* en *ILimburg* – afgezien van het onderwerp ‘drugscriminaliteit’ – niet onderscheidend is voor deze regionale media.

De hierboven besproken artikelen over drugscriminaliteit, diefstal en fraude moeten volgens de theorie over hard en zacht nieuws, zoals die in paragraaf 2.6 is besproken, worden onderverdeeld bij zacht nieuws. Dit vanwege het feit dat de nadruk in het nieuwsartikel ligt op de misdaad en niet op de invloed van het incident op de maatschappij. De dimensie komt dus vrijwel alleen tot uiting in zachte nieuwsonderwerpen.

4.9 Dimensie burgerlijke participatie

De **dimensie burgerlijke participatie** is de laatste dimensie die aan bod komt in het model van Leupold et al., (2016) en verwijst naar het deelnemen van burgers aan het politieke leven. Deze dimensie komt in nieuwsartikelen tot uiting als er wordt verwezen naar vormen van politieke participatie, zoals verkiezingsopkomst en burger-activisme.

Verkiezingsopkomst

Een manier waarop de **dimensie burgerlijke participatie** in Limburgse regionale media wordt gerepresenteerd, zijn nieuwsartikelen over de verkiezingsopkomst. Net als bij andere regionale media wordt dit onderwerp na elke verkiezing breed uitgemeten in artikelen van *De Limburger* en *ILimburg*. Een voorbeeld hiervan is het artikel over de opkomst bij de afgelopen Europese verkiezingen. Hierin wordt beschreven dat de opkomst bij de Europese verkiezingen in Limburg het laagst was van alle Nederlandse provincies. Slechts 37,2 procent van de Limburgse stemgerechtigden heeft de moeite genomen om naar de stembus te gaan, zo valt te lezen: *“Utrecht had de hoogste opkomst onder de provincies met 48,5 procent. Limburg is hekkensluiter met 37,2 procent* (De Limburger, 2019a).

Echter, het is niet het geval dat in Limburg altijd sprake is van een lage verkiezingsopkomst, in vergelijking met andere provincies. Zo komt in het artikel over de Statenverkiezingen van 2019 naar voren dat Limburg een hoge opkomst kende, bijna gelijk aan het landelijke gemiddelde: *“Limburg kende een hoge opkomst. Ongeveer 54 procent van de kiezers maakte de gang naar de stembus, fors meer dan de 46 procent vier jaar geleden. Vooral het Forum profiteerde van het grote aantal uitgebrachte stemmen”* (Hubers, 2019). Omdat de opkomst in Limburg juist zo wisselend is per verkiezing, is er geen sprake van een opvallend en terugkerend thema dat in artikelen van *De Limburger* en *ILimburg* kan worden teruggevonden.

Bovendien zijn er – als het gaat om verkiezingsopkomst – in elke provincie gemeenten zijn die ver boven of onder het provinciale gemiddelde scoren. In Noord-Brabant is dat de gemeente Rucphen, in Groningen is dat Pekela, in Zuid-Holland gaat het om Rotterdam en in Limburg scoort de gemeente Heerlen altijd ver onder het provinciale gemiddelde (Volkskrant, 2019). Samen met de vraag hoe het komt dat de verkiezingsopkomst in een bepaalde gemeente een stuk lager is dan in de rest van de provincie wordt door regionale nieuwsmedia verslag gedaan over de maatregelen die worden genomen in de opkomst te verhogen.

Een voorbeeld waarin dit duidelijk tot uiting komt in Limburgse regionale media is het artikel over de maatregelen die door de gemeente Heerlen worden genomen tegen de lage verkiezingsopkomst. Hierin wordt beschreven dat de opkomst voor de Statenverkiezingen iets

hoger was dan bij de gemeenteraadsverkiezingen vorig jaar, maar met 44 procent nog steeds het op een na laagste opkomstpercentage van het land is. *“Dieptepunt vormde de opkomst bij het stembureau in zorgcentrum Plataan: 28,9 procent”* (Vos, 2019). Daarom wil de gemeente Heerlen iets doen aan de lage opkomst bij verkiezingen. Zo komen er onder andere meer stembureaus en extra verkiezingsborden:

“De ervaring leert dat hoe dichterbij die zijn, hoe groter de animo. Bij de stempassen komt een brief van de burgemeester. Ook met openingstijden kunnen we experimenteren. Je zou midden in de nacht met een mobiel bureau bij het station kunnen staan. Jongeren vinden dat prachtig, aldus burgemeester Roemer” (Vos, 2019).

Daarnaast heeft het stadsbestuur gesprekken in hun wijken gevoerd en zijn er scholen bezocht. Ook burgemeester Roemer heeft veel met burgers gepraat, zo valt in het artikel te lezen. Wat hem met name opviel was *“het enorme cynisme over de politiek”* (Vos, 2019).

“Als je mensen hoort die 25 jaar niet hebben gestemd... Die krijg je niet terug naar de stembus met een paar borden erbij. Het is soms ontluisterend. Per wijk verschilt het enorm. Hier moet jaren aan gewerkt worden. Ook landelijk” (Vos, 2019).

De belangrijkste response moet volgens Roemer dan ook komen van de politiek, de Heerlense gemeenteraad. Zo valt tot slot te lezen: *“Het geruzie, het niet serieus nemen van kiezers, de pijn bij de achterblijvers in de samenleving ... daar zult u zelf mee aan de slag moeten”* (Vos, 2019). Omdat de verkiezingsopkomst juist zo wisselend is in Limburg en er veel verschillen bestaan tussen gemeenten zijn er – als het gaat om het thema ‘verkiezingsopkomst’ – geen duidelijke onderwerpen aan te wijzen die kenmerkend zijn voor Limburgse media. In hun representatie van de **dimensie burgerlijke participatie** zijn Limburgse media dus niet onderscheidend.

De hierboven besproken artikelen over verkiezingsopkomst moeten volgens de theorie over hard en zacht nieuws, zoals die in paragraaf 2.6 is besproken, worden onderverdeeld bij hard nieuws. Deze artikelen gaan namelijk over politiek en zijn geschreven met het doel om mensen te informeren en bevatten een bepaalde nieuwswaarde.

De **burgerlijke participatie** komt dan ook enkel tot uiting in harde nieuwsonderwerpen.

Burgeractivisme

Daarnaast krijgt de **dimensie burgerlijke participatie** vorm in artikelen over burgeractivisme. Carnavalsoptochten zullen in Limburg door sommige mensen als een

bepaalde vorm van burgeractivisme worden beschouwd. Zo wordt tijdens de carnavalsperiode in vrijwel elk Limburg dorp of stad een optocht georganiseerd, waarin groepen meelopen met een zelfverzonnen thema, bijpassende kostuums, een versierde wagen en een zinspreuk om extra duiding te geven. Het thema heeft meestal betrekking op een noemenswaardige gebeurtenis die kortgeleden in het nieuws is gekomen, zoals het misbruik in de Rooms-Katholieke kerk of een ambtenaar die is opgestapt nadat een sekschat met een minderjarige openbaar is geworden. Aan de hand van zo'n nieuwswaardig thema worden de autoriteiten tijdens de carnavalsoptocht vaak op de hak genomen of kritiek geuit op politici. Dit komt duidelijk tot uiting in het artikel over de carnavalsoptocht in Maastricht, waarin wordt teruggeblikt op voorgaande jaren. Zo was het nieuws over voormalig burgemeester Onno Hoes en zijn 'toyboy' een veelvoorkomend thema in de carnavalsoptocht van 2015:

“Tempeleers-woordvoerder Odin Wijnhoven was in 2015 stadsprins, in het jaar dat de amoureuze avonturen van burgemeester Onno Hoes werden gepersifleerd met teksten als ‘Ut toyboy Hoes’” (Philippens, 2019).

In het artikel werden daarnaast verwachtingen uitgesproken over de belangrijkste thema's in de carnavalsoptocht van 2019. Zo verwachtte de woordvoerder van de Maastrichtse stadscarnavalsvereniging *De Tempeleers* dat de recente spionage-affaire wel eens een belangrijk thema kon blijken:

“Woordvoerder Wijnhoven beseft dat de spionagekwestie een aantrekkelijk onderwerp zal zijn. ‘Ga maar na: de ontslagdreiging van ambtenaren lekt uit via vertrouwelijke notulen, gevolgd door een heus recherche-onderzoek naar de daders, compleet met het checken van 41 mailaccounts en verhoren in het stadhuis’” (Philippens, 2019).

Het op de hak nemen van de autoriteiten is dus iets wat vaak in carnavalsoptochten wordt gedaan. Daarbij wordt er wel duidelijk onderscheid gemaakt tussen politieke statements en persiflage. Het maken van politieke statements is in optochten over het algemeen niet toegestaan, maar een duidelijke persiflage wel. Zo valt te lezen:

“Carnaval is traditioneel het feest waarbij de autoriteiten drie dagen lang op de hak genomen worden. Bij de machseuverdrach in het stadhuis gebeurt dat via het otoriteite toeke. ‘Klopt’, zegt Wijnhoven. ‘De notabelen een spiegel voorhouden tijdens de optocht is geen enkel probleem. Als het maar duidelijk persiflerend is en binnen de

‘sjräöm’ (lijntjes) blijft.’ Dan komen de beperkingen: ‘Op de man spelen mag niet, geen politieke statements, het mag geen demonstratief karakter hebben’” (Philippens, 2019).

Ondanks het feit dat tijdens een carnavalsoptocht de autoriteiten worden bespot en kritiek wordt geuit op de beslissingen van politici, vallen carnavalsoptochten niet onder de noemer van burgeractivisme. Volgens de definitie draait het bij burgeractivisme namelijk om politieke statements “die voortkomen uit een zorg of een belang uit de gemeenschap” (van den Berg & van Venetië, 2013). En juist bij een carnavalsoptocht zijn politieke statements niet toegestaan. Het mag daarnaast geen demonstratief karakter hebben. Om deze redenen is een artikel over een carnavalsoptocht geen geldig voorbeeld van hoe de **dimensie burgerlijke participatie** vorm krijgt in Limburgse media. Het wordt daarom niet verder meegenomen in de conclusie.

Geldige voorbeelden van hoe de **dimensie burgerlijke participatie** wordt gerepresenteerd in Limburgse media zijn artikelen over burgeractivisme, denk hierbij aan klimaatactivisme, protestbeweging van de Gele Hesjes, LHBT-activisme en mensenrechtenactivisme. Een voorbeeld hiervan is het artikel over een zogenoemde ‘die-in’ op de Markt in Maastricht. Hierin staat beschreven dat er – om aandacht te vragen voor het klimaat – zo’n vijftig klimaatactivisten voor dood op de grond gingen liggen. Zo valt te lezen:

“De klimaatactivisten deden een zogenoemde 'die-in' om te laten zien wat er gebeurt als er niets wordt gedaan tegen klimaatverandering. Volgens een correspondent trok de actie bekijks van omstanders. Eerder waren deze protesten ook al op verschillende treinstations” (Parren, 2019b).

Natuurlijk is deze invulling van de **dimensie burgerlijke participatie** niet typerend voor Limburgse regionale media. Er wordt in het hele land actiegevoerd voor het klimaat en daar berichten regionale nieuwsmedia over. Het thema ‘klimaatactivisme’ is dus niet kenmerkend voor *De Limburger* en *ILimburg*. Verder komen er ook geen opvallende vormen van burgeractivisme naar voren uit het corpus die kenmerkend zijn voor Limburgse media. In deze dimensie zijn ze dus niet onderscheidend.

4.10 Beperkte kwantitatieve inhoudsanalyse

Om te onderzoeken of het model van de negen dimensies van sociale cohesie ook kwantitatief te operationaliseren is, volgt nu nog een beperkte kwantitatieve analyse. Zo is een beperkt corpus van dertig nieuwsartikelen uit *De Limburger* en *1Limburg* genomen en geteld hoe vaak elke dimensie scoort. Om te controleren of hetzelfde onderzoek door iemand anders dezelfde resultaten oplevert, is deze beperkte kwantitatieve analyse door een getrainde tweede codeur uitgevoerd (zie bijlage 2). Vervolgens is de intercodeurbetrouwbaarheid gemeten, die aantoonde in welke mate de antwoorden van de twee codeurs overeenstemmen.

De intercodeurbetrouwbaarheid voor deze variabele is berekend voor twee codeurs en leverde een Krippendorff's Alpha op van 0,85. Deze waarde staat voor een hoge betrouwbaarheid en betekent dat het model van de negen dimensies van sociale cohesie dat in deze scriptie is ontwikkeld niet alleen helpt bij kwalitatief onderzoek, maar ook in kwantitatief onderzoek hanteerbaar zijn (Krippendorff, 2004, blz. 429). Tijdens het analyseren van de dertig nieuwsartikelen en het beantwoorden van de vraag welke dimensie tot uiting komt in een bepaald artikel bestond er tussen de twee codeurs dus met name overeenstemming. Toch waren er vijf artikelen waarbij de codeurs een andere dimensie hebben ingevuld. Door deze verschillende beoordelingen nader te analyseren, is duidelijk geworden dat de verschillende antwoorden zijn ingevuld bij artikelen waarover tijdens de kwalitatieve analyse ook al verwarring bestond.

Een van de vijf artikelen waarbij de twee codeurs allebei een andere dimensie hebben gekozen, is het artikel over een 15-jarige scholier uit Simpelveld die in het kader van het project 'Baas van Morgen' voor een dag de baas is van vervoersorganisatie Arriva Limburg. Het project is georganiseerd door de Limburgse vestiging van JINC, de organisatie die zich hard maakt voor gelijke kansen van jongeren met een sociaaleconomische achterstand, door hen op weg te helpen naar een betere start op de arbeidsmarkt. Want ondanks dat ze dezelfde kwaliteiten hebben, zijn jongeren relatief gezien minder succesvol als ze in Park opgroeien, een vergrijzend gebied waarin veel sprake is van werkloosheid.

De hoofdonderzoeker heeft het artikel ingedeeld bij de **dimensie perceptie van rechtvaardigheid** (verwijzingen naar ongelijkheid en gelijke kansen), omdat naar haar mening de sociaaleconomische ongelijkheid bij jongeren het hoofdonderwerp is. De tweede codeur heeft dit artikel echter ingedeeld bij de **dimensie solidariteit en behulpzaamheid** (verwijzingen naar vrijwilligerswerk en initiatieven om elkaar te helpen), want volgens hem is het vrijwilligersproject dat is opgezet om anderen te helpen het hoofdonderwerp. De antwoorden zijn allebei juist, het is maar net hoe de artikelen worden geïnterpreteerd. Maar dit geeft wel aan dat er verwarring kan ontstaan over beide dimensies en deze verdere aanscherping behoeven wanneer ze voor kwantitatief onderzoek worden

gebruikt.

Een ander artikel waar de twee codeurs anders over hebben geoordeeld is het artikel over de vertraging in de 'Hasani-zaak'. De uitgeprocedeerde asielzoeker stierf een paar jaar geleden tijdens zijn arrestatie in een Maastrichts winkelcentrum. Omdat de doodsoorzaak niet duidelijk was en geen schuldige kon worden aangewezen, besloot justitie om niemand strafrechtelijk te vervolgen. De weduwe van de man was het daar niet mee eens en diende een klacht in wegens het-vervolgen. Maar na anderhalf jaar is die zaak nog altijd niet in behandeling genomen, terwijl dat normaal gesproken binnen vier weken wordt afgehandeld.

De hoofdonderzoeker heeft dit artikel ingedeeld bij de **dimensie vertrouwen in openbare instellingen** (verwijzingen naar het functioneren van openbare instellingen), omdat in dit artikel duidelijk wordt verwezen naar het slecht functioneren van het Openbaar Ministerie Parket Limburg. De tweede codeur heeft het artikel daarentegen ingedeeld bij de **dimensie perceptie van rechtvaardigheid** (verwijzingen naar ongelijkheid en gelijke kansen), omdat volgens hem juist centraal staat dat Hasani ongelijk behandeld wordt ten opzichte van andere mensen. Hierbij geldt ook weer dat beide antwoorden mogelijk zijn. Het is duidelijk afhankelijk van hoe je een artikel interpreteert. Ook deze dimensies zouden dus verdere aanscherping behoeven wanneer ze bij kwantitatief onderzoek worden gehanteerd.

Aan de hand van deze beperkte kwantitatieve analyse is dus duidelijk geworden dat het model van de negen dimensies van sociale cohesie kwantitatief te operationaliseren is. In die zin dat er met behulp van de dimensies ook een kwantitatieve inhoudsanalyse op nieuwsartikelen kan worden uitgevoerd. Maar hoewel dit beperkte onderzoek een Krippendorff's Alpha opleverde van 0,85, zouden een aantal dimensies wel wat verdere aanscherping kunnen behoeven.

5. Conclusie & discussie

In dit hoofdstuk wordt er een antwoord geformuleerd op de onderzoeksvraag en worden de belangrijkste bevindingen van deze scriptie besproken. Onder de kop ‘discussie’ worden daarnaast de beperkingen van het onderzoek benoemd en worden er suggesties gegeven voor vervolgonderzoek.

5.1 Conclusie

Ter afsluiting van het onderzoek wordt in dit hoofdstuk de volgende onderzoeksvraag: ‘Hoe wordt sociale cohesie gerepresenteerd in de berichtgeving van Limburgse regionale nieuwsmidia?’ beantwoord. Het antwoord op deze vraag bestaat uit een bespreking van de manier waarop de negen dimensies van sociale cohesie tot uiting komen in nieuwsartikelen van Limburgse media en een eindconclusie.

Dimensie vertrouwen in andere personen

Wat volledig samenvalt met de theorie over het ontstaan van het Limburgs zelfbewustzijn is dat tijdens de analyse verschillende manieren zijn teruggevonden waarop Limburgers hun wantrouwen tegenover ‘Hollanders’ vormgeven. Zo komt de **dimensie vertrouwen in andere personen** in Limburgse media onder meer tot uiting in een nieuwsartikel waarin wordt beschreven dat Limburgers wantrouwen koesteren ten opzichte van ‘Hollanders’. Uit een enquêteonderzoek dat onder honderden Limburgers is uitgevoerd blijkt dat zij vinden dat de Limburgse cultuur en identiteit wordt bedreigd door de komst van mensen uit andere delen van Nederland. Deze gevoelens van wantrouwen vinden hun oorsprong in het begin van de twintigste eeuw. Toen er als gevolg van de oprukkende mijnindustrie een grote stroom van werkzoekenden uit andere delen van het land naar Limburg trok, ontstond er angst voor het verliezen van de eigen tradities, zoals het katholieke geloof en het dialect. Uit de Facebook-reacties die onder het artikel zijn geplaatst, blijkt dat deze gevoelens van wantrouwen ook hedendaags nog sterk aanwezig zijn bij veel Limburgers. De manier waarop de **dimensie vertrouwen in andere personen** tot uiting komt in het nieuwsartikel over wantrouwen jegens de ‘Hollanders’ is dus typerend voor Limburgse nieuwsmidia.

Dimensie sociale netwerken

Wat daarnaast volledig overeenkomt met de theorie over het ontstaan van de Limburgse identiteit is de representatie van de **dimensie sociale netwerken** in artikelen van *De Limburger* en *ILimburg*. Deze dimensie, die ingaat op de banden die mensen met elkaar hebben, wordt in Limburgse regionale media in het bijzonder gerepresenteerd in artikelen over typisch Limburgse verenigingen, zoals carnavalsverenigingen, fanfares en schutterijen.

Deze verenigingen maken al een halve eeuw onderdeel uit van de Limburgse identiteit. Door de mijnsluiting en de ontzuiling in de jaren zestig van de vorige eeuw vielen voor veel Limburgers de belangrijkste zekerheden weg. In die tijd vormden deze typisch Limburgse verenigingen een belangrijk sociaal vangnet.

Ook vandaag de dag zijn schutterijen, fanfares en carnavalsverenigingen in Limburg essentieel bij het bevorderen van de sociale cohesie, want zij brengen mensen samen en zorgen ervoor dat zij deelnemen aan maatschappelijke activiteiten. Dit sociale aspect komt duidelijk naar voren in nieuwsartikelen van *De Limburger* en *ILimburg*. Door te verwijzen naar dit soort typisch Limburgse verenigingen lijken de Limburgse media zich te willen differentiëren van andere regionale nieuwsmedia, om het gevoel van burgers te versterken tot een bepaalde provincie met een eigen identiteit te behoren. De representatie van de **dimensie sociale netwerken**, door middel van verwijzingen naar traditionele Limburgse verenigingen, is dus kenmerkend voor Limburgse media.

Dimensie identificatie

Ook in hun representatie van de **dimensie identificatie** zijn Limburgse media onderscheidend. Deze dimensie, die ingaat op hoe sterk burgers zich verbonden voelen met hun regionale gemeenschap, komt tot uiting in artikelen waarin de Limburgse cultuur en tradities worden geprezen. Denk hierbij aan artikelen waarin wordt benadrukt dat de *vastelaovend* het saamhorigheidsgevoel onder burgers versterkt, of het mijnverleden een belangrijk stukje Limburgse geschiedenis is dat moet worden gekoesterd. Dit soort verwijzingen naar regionale tradities en evenementen – die worden uitgedragen als elementen van de Limburgse identiteit – zijn prominent aanwezig in de berichtgeving van *De Limburger* en *ILimburg*. In hun invulling van de **dimensie identificatie** zijn de Limburgse regionale media dus onderscheidend.

Uit wijze waarop de **dimensies sociale netwerken** en **identificatie** vorm krijgen in nieuwsartikelen blijkt dat beide dimensies met name tot uiting komen in zachte nieuwsonderwerpen met weinig of geen informatiewaarde, die bedoeld zijn om lezers te amuseren. Denk hierbij aan een artikel over het jubileum van een schutterij of het dialect dat – als drager van de Limburgse cultuur – officieel wordt erkend als regionale taal. Opvallend is dat Limburgse media zich als het gaat om de invulling zachte nieuwsonderwerpen erg onderscheiden van andere regionale media door te verwijzen naar regionale waarden als de *vastelaovend*, het dialect, schutterijen, de mijngeschiedenis, fanfares en vlaai. Dit lijken ze te doen om het gevoel van burgers te versterken tot een bepaalde provincie met een eigen regionale identiteit te behoren.

Dimensie respect voor sociale regels

Dit geldt eveneens voor de **dimensie respect voor sociale regels**, die verwijst naar incidenten waarbij de wet en algemeen erkende gedragsregels worden overtreden. Ook deze dimensie komt vooral tot uiting in zachte nieuwsonderwerpen, want nieuws over criminaliteit waarbij de focus ligt op de gepleegde misdaad en niet op de gevolgen voor de maatschappij, wordt beschouwd als zacht nieuws. Als het gaat om de invulling van de **dimensie respect voor sociale regels** lijken Limburgse media zich te onderscheiden door in artikelen te verwijzen naar drugscriminaliteit in de vorm van hennepkwekerijen, chemische drugslaboratoria of drugsdumpingen. Aangezien deze specifieke vormen van drugscriminaliteit relatief gezien vaak voorkomen in Limburg zijn deze tegen wil en dank onderdeel geworden van de Limburgse identiteit. Het thema ‘drugscriminaliteit’ is dan ook prominent aanwezig in de berichtgeving van *De Limburger* en *ILimburg*. Als het gaat om de invulling van het zachte nieuwsonderwerp ‘criminaliteit’ kan dus worden geconcludeerd dat Limburgse media erg onderscheidend zijn door te verwijzen naar specifieke, regionale vormen van criminaliteit.

Dimensie vertrouwen in instellingen

Dit in tegenstelling tot de **dimensie vertrouwen in openbare instellingen**. Deze dimensie komt tot uiting in harde nieuwsonderwerpen, zoals het (slecht) functioneren van politieke en openbare instellingen. Afgezien van het thema ‘misbruik binnen de Rooms-Katholieke Kerk’ zijn *De Limburger* en *ILimburg* niet onderscheidend in hun representatie van de **dimensie vertrouwen in openbare instellingen**. Als regionale krant en nieuwswebsite brengen zij nieuws over het (slecht) functioneren van openbare instellingen die opereren in Limburg. Dat kan variëren van artikelen over het Openbaar Ministerie Parket Limburg die een strafzaak – als gevolg van nalatigheid – te lang heeft verzuimd, de lokale brandweer die een brandje heeft geblust of een Limburgse ggz-instelling die een patiënt heeft laten ontsnappen. Afgezien van het thema ‘misbruik binnen de katholieke kerk’ zijn er op het gebied van het functioneren van openbare instellingen geen specifieke Limburgse onderwerpen waarneembaar. De manier waarop de **dimensie vertrouwen in openbare instellingen** vorm krijgt in nieuwsartikelen van *De Limburger* en *ILimburg* is over het algemeen dus niet onderscheidend.

Dimensie burgerlijke participatie

Ook de manier waarop de **dimensie burgerlijke participatie** wordt gerepresenteerd in artikelen van Limburgse media is niet onderscheidend. Deze dimensie komt met name tot uiting aan de hand van harde nieuwsonderwerpen, zoals verkiezingsopkomst. Dat kan zowel gaan over een relatief lage verkiezingsopkomst in vergelijking met andere provincies of een relatief hoge verkiezingsopkomst. Juist omdat de opkomst in Limburg zo wisselend is per

verkiezing, is er geen sprake van een opvallend en terugkerend thema dat in artikelen van *De Limburger* en *ILimburg* kan worden teruggevonden. In hun representatie van de **dimensie burgerlijke participatie** en het harde nieuwsonderwerp ‘verkiezingsopkomst’ zijn Limburgse media dus niet onderscheidend.

Concluderend kan dus worden gesteld dat er bepaalde dimensies zijn, zoals de **dimensies sociale netwerken, identificatie en respect voor sociale regels**, die met name tot uiting komen in zachte nieuwsonderwerpen. Dit zijn bijvoorbeeld artikelen over verenigingen, tradities, regionale gebruiken en criminaliteit. Opvallend daarbij is dat Limburgse media zich als het gaat om de invulling van zachte nieuwsonderwerpen erg onderscheiden door te verwijzen naar zaken die deel uitmaken van de Limburgse identiteit, zoals drugscriminaliteit, schutterijen, de mijngeschiedenis en het dialect. Zachte nieuwsonderwerpen komen in artikelen van *De Limburger* en *ILimburg* dus tot uiting aan de hand van verwijzingen naar regionale waarden, die typerend zijn voor Limburg.

Als het daarentegen gaat om de representatie van harde nieuwsonderwerpen is het tegenovergestelde waarneembaar. Zo komen de dimensies **vertrouwen in openbare instellingen en burgerlijke participatie** met name tot uiting in harde nieuwsonderwerpen, zoals verkiezingsopkomst en het functioneren van politieke instellingen. Uit de geanalyseerde nieuwsartikelen komt naar voren dat Limburgse media – als het gaat om de invulling van harde nieuwsonderwerpen – niet onderscheidend zijn. Als regionale krant en nieuwswebsite brengen zij enkel nieuws over regionale politiek en verkiezingsopkomst en zijn er geen specifieke Limburgse onderwerpen waarneembaar. De manier waarop harde nieuwsonderwerpen tot uiting komen in artikelen van *De Limburger* en *ILimburg* zijn dus niet typerend voor Limburg.

Op de vraag hoe Limburgs deze uitkomst precies is, kan vanuit twee perspectieven antwoord worden gegeven, namelijk het perspectief ‘typerend voor Limburgse media’ en het perspectief ‘differentiatie ten opzichte van andere regionale media’. Vanuit het eerstgenoemde perspectief kan worden geconcludeerd dat verwijzingen naar Limburgse cultuurelementen, oftewel regionale waarden, in Limburgse media prominent aanwezig zijn. Zoals in de voorgaande alinea’s is besproken, komen deze regionale waarden met name tot uiting in zachte nieuwsonderwerpen. Vanwege het feit dat die regionale waarden typerend zijn voor de Limburgse identiteit is de manier waarop zachte nieuwsonderwerpen tot uiting komen in artikelen van *De Limburger* en *ILimburg* typerend voor deze Limburgse media. Harde nieuwsonderwerpen komen daarentegen tot uiting in artikelen waarin wordt verwezen naar de brandweer die een brandje heeft geblust en kunnen niet direct in verband worden gebracht met de Limburgse identiteit.

De vraag hoe typisch Limburg deze uitkomst is ten opzichte van andere regionale media is lastiger te beantwoorden, aangezien in deze scriptie alleen artikelen van Limburgse media zijn geanalyseerd. Wel kan worden beweerd dat elke regio bepaalde regionale waarden heeft. Zo heeft Limburg de Limburgse vlaai, heeft Gouda de Goudse koeken, Noord-Brabant de Brabantse worstenbroodjes en Friesland de Elfstedentocht. Bij de manier waarop zachte nieuwsonderwerpen tot uiting komen in artikelen van regionale media, zoals human interest-verhalen zijn verwijzingen naar dit soort regionale waarden vermoedelijk prominent aanwezig. Daarentegen is een brandje dat door de regionale brandweer wordt geblust niet iets dat typerend is voor bepaalde regionale media, maar overal voorkomt. Wanneer er vanuit dit perspectief naar de uitkomst wordt gekeken, kan dus worden gesteld dat deze uitkomst niet typisch Limburgs is, maar vermoedelijk ook geldt voor andere regionale nieuwsmedia.

Dimensie acceptatie van diversiteit

Wat daarnaast nog uit het geanalyseerde corpus aan nieuwsartikelen van Limburgse media naar voren komt, is dat verschillende dimensies om bepaalde redenen op positieve wijze worden gerepresenteerd, terwijl andere dimensies vanuit negatief oogpunt vorm krijgen. Een voorbeeld van een dimensie die over het algemeen op positieve wordt gerepresenteerd is de **dimensie acceptatie van diversiteit**. Zo krijgt de dimensie in nieuwsartikelen van *De Limburger* en *ILimburg* vorm als er wordt verwezen naar LHBT'ers en vluchtelingen, de problemen die zij ondervinden op het gebied van acceptatie én initiatieven die in het leven zijn geroepen om de acceptatie van deze mensen te vergroten. Met dit soort positief nieuws over de acceptatie van minderheden creëren de Limburgse media een gedeeld begrip van wat het betekent om bij een gemeenschap te horen: wat de normen en waarden zijn en wat als sociaal gewenst gedrag wordt beschouwd en wat niet. Hiermee lijken zij een bijdrage te willen leveren aan de sociale samenhang in de regio, wat volledig samenvalt met de theorie over dat het versterken van het saamhorigheidsgevoel een van de belangrijkste functies is van de regionale journalistiek.

Dimensies identificatie & sociale netwerken

Dit is hetzelfde geval bij de **dimensies identificatie** en **sociale netwerken**, die in nieuwsartikelen ook met name vanuit positief oogpunt vorm krijgen, aan de hand van positieve verwijzingen naar typisch Limburgse tradities, verenigingen en cultuuruitingen. Door in nieuwsartikelen te verwezen naar het dialect, het carnaval, schutterijen en het mijnverleden dragen *De Limburger* en *ILimburg* bij aan de definiëring van de Limburgse

identiteit. Zij fungeren als een sociaal bindmiddel en kunnen het gevoel van inwoners versterken tot een bepaalde provincie met een eigen regionale cultuur te behoren. In hun representatie van de **dimensies identificatie** en **sociale netwerken** lijken Limburgse media dus ook erg in te spelen op het versterken van het saamhorigheidsgevoel tussen burgers onderling.

Dimensie solidariteit en behulpzaamheid

Ook in hun representatie van de dimensie solidariteit en behulpzaamheid, die in Limburgse media vooral op positieve wijze tot uiting komt door middel van verwijzingen naar vrijwilligersinitiatieven om burgers te helpen, lijken *De Limburger* en *1Limburg* sterk in te willen spelen op het bevorderen van de sociale cohesie tussen inwoners. Met de dekking van positieve aspecten van het dagelijks leven, zoals artikelen over inzamelingsacties voor de Voedselbank en talloze vrijwilligers die zich inzetten voor het goede doel, wordt de gemeenschappelijkheid in de regio versterkt in plaats van dat de verschillen worden benadrukt. Met verwijzingen naar acties die de solidariteit in een gemeenschap benadrukken, lijken Limburgse media de sociale samenhang tussen burgers te willen versterken.

Dimensie vertrouwen in openbare instellingen

Een voorbeeld van een dimensie die in Limburgse media daarentegen overwegend vanuit negatief oogpunt wordt gerepresenteerd is de **dimensie vertrouwen in openbare instellingen**. Door in artikelen te verwijzen naar het slecht functioneren van openbare instellingen, zoals het Openbaar Ministerie Parket Limburg, een Limburgse ggz-instelling of het misbruik binnen de katholieke kerk, lijken Limburgse media niet het saamhorigheidsgevoel onder burger te willen vergroten. In plaats daarvan vervullen zij een andere belangrijke functie van de regionale journalistiek: de informatie- en waakhondfunctie. Dit valt volledig samen met de theorie over de belangrijkste functies van de regionale journalistiek. Het is namelijk de taak van de pers om misstanden van openbare, politieke instellingen aan de kaak te stellen. Deze waakhondfunctie komt dus duidelijk tot uiting in de representatie van de **dimensie vertrouwen in openbare instellingen**.

Dimensie respect voor sociale regels

Dit geldt eveneens voor de **dimensie respect voor sociale regels**, die in het algemeen ook op negatieve wijze tot uiting komt aan de hand van verwijzingen naar incidenten waarbij de wet wordt overtreden. De dimensie krijgt vorm in nieuwsartikelen over drugscriminaliteit, diefstal, belastingfraude door bedrijven en automobilisten die na een ongeluk doorrijden. In hun representatie van de **dimensie respect voor sociale regels** lijken *De Limburger* en

ILimburg niet in te willen spelen op het versterken van de sociale cohesie, maar aan een andere belangrijke taak van regionale media te voldoen, namelijk de informatiefunctie. Het is namelijk de taak van de pers om mensen te informeren over misdaadgebeurtenissen in hun omgeving. Bovendien is negativiteit een belangrijke nieuwsfactor. Om deze redenen wordt in artikelen van Limburgse media niet alleen verwezen naar de aanwezigheid van bepaalde indicatoren van sociale cohesie, maar nog vaker naar het ontbreken van deze indicatoren, door middel van negatieve berichtgeving.

Dimensie perceptie van rechtvaardigheid

Tot slot wordt ook de **dimensie perceptie van rechtvaardigheid** in Limburgse media over het algemeen vanuit negatief oogpunt gerepresenteerd. Deze dimensie komt tot uiting in artikelen als er wordt verwezen naar ongelijkheid tussen burgers en wordt in Limburgse media minder geprofileerd dan andere dimensies. Dat komt volledig overeen met de theorie over de belangrijke functies van regionale nieuwsmedia. In plaats van verschillen te benadrukken door te verwijzen naar gevoelens van ongelijkheid die heersen onder burgers, lijken *De Limburger* en *ILimburg* in hun artikelen namelijk vooral de gemeenschappelijkheid onder burgers te willen versterken door te verwijzen naar de Limburgse cultuur en tradities. Dit is duidelijk tot uiting gekomen in de bespreking van de **dimensies sociale netwerken en identiteit**. Daarmee voldoen de Limburgse regionale media dus opnieuw aan een van de belangrijkste functies van de regionale journalistiek, namelijk het versterken van de sociale samenhang onder inwoners.

Wat dus kan worden geconcludeerd is dat er bepaalde dimensies zijn, namelijk de dimensies **acceptatie van diversiteit, identificatie, sociale netwerken en solidariteit en behulpzaamheid**, die met name vanuit positief oogpunt worden gepresenteerd in artikelen van Limburgse media. Door middel van positieve berichtgeving over de onderwerpen ‘acceptatie van minderheden’, ‘regionale verenigingen en tradities’ en ‘vrijwilligersinitiatieven’ lijken *De Limburger* en *ILimburg* de sociale samenhang onder burgers te willen versterken. Daarmee voeren de Limburgse media dus een van de belangrijkste taken van de regionale journalistiek uit, namelijk het indirect versterken van de sociale samenhang. Maar er zijn ook dimensies, namelijk de **dimensies vertrouwen in openbare instellingen en respect voor sociale regels**, die met name op negatieve wijze tot uiting komen in artikelen van *De Limburger* en *ILimburg*. Aan de hand van negatieve berichtgeving over het slecht functioneren van openbare instellingen en situaties waarbij de wet wordt overtreden, lijken de Limburgse media aan andere belangrijke functies van de regionale journalistiek te voldoen, namelijk de informatie- en waakhondfunctie.

Samenvattend

In deze scriptie is de vraag ‘*Hoe wordt sociale cohesie gerepresenteerd in Limburgse regionale media?*’ beantwoord aan de hand van het model van Leupold et al. (2016) van de negen dimensies van sociale cohesie. Door middel van een kwalitatieve analyse, is onderzocht op welke manier die negen dimensies van sociale cohesie vorm krijgen in nieuwsartikelen van *De Limburger* en *1Limburg*. Om te onderzoeken of dit model ook kwantitatief te operationaliseren is, is er daarnaast door twee verschillende codeurs een beperkte kwantitatieve analyse uitgevoerd op een corpus van dertig nieuwsartikelen. Op de vraag welke dimensie voorkomt in een bepaald artikel gaven beide codeurs vaak hetzelfde antwoord en dit leverde een Krippendorff’s Alpha op van 0,85. Deze waarde staat voor een hoge betrouwbaarheid en betekent dat het model van de negen dimensies van sociale cohesie ook bij kwantitatief onderzoek kan worden gehanteerd. In sommige gevallen was het echter wel lastig om te kiezen welke dimensie in een bepaald artikel wordt gerepresenteerd, aangezien meerdere antwoorden juist waren. Een paar dimensies kunnen daarom wel wat aanscherping gebruiken, namelijk de **dimensies perceptie van rechtvaardigheid en behulpzaamheid en solidariteit**.

5.2 Discussie

In deze scriptie is duidelijk geworden op welke manier sociale cohesie wordt gerepresenteerd in de berichtgeving van Limburgse nieuwsmedia. Het bevorderen van de sociale cohesie in

een regio wordt beschouwd als een van de belangrijkste functies van de regionale journalistiek. Het subsidiëren van regionale nieuwsmedia door middel van bijvoorbeeld journalistieke fondsen wordt door de overheid dan ook gelegitimeerd met een beroep op die sociale cohesie. Aangezien de waarde van regionale journalistiek dus ligt in het bevorderen van de sociale cohesie, is het belangrijk om zicht te hebben op de manier waarop dat in nieuwsartikelen vorm krijgt. Het uitdragen van de Limburgse identiteit is klaarblijkelijk een manier waarop Limburgse nieuwsmedia de sociale samenhang onder inwoners proberen te bevorderen. Zo zijn verwijzingen naar Limburgse waarden, tradities en gebruiken prominent aanwezig in de berichtgeving. Dit in tegenstelling tot de landelijke media, die in artikelen veel minder verwijzen naar nationale waarden en zich veel minder bezighouden met het uitdragen van de Nederlandse identiteit.

De bevindingen uit deze scriptie kunnen worden gebruikt bij vervolgstudies. Zo kan het bijvoorbeeld interessant zijn om te analyseren op welke manier sociale cohesie wordt gerepresenteerd in artikelen van andere regionale nieuwsmedia. Met name bij regionale nieuwsmedia waarbij niet zo duidelijk sprake is van een sterke provinciale identiteit, zoals Het Noord-Hollands Dagblad of Omroep West (Zuid-Holland). Net als bij *De Limburger* en *Limburg* het geval is, worden deze regionale nieuwsmedia door de overheid gesubsidieerd of ondersteund met een journalistiek fonds. Aangezien het subsidiëren door de overheid wordt gelegitimeerd met een beroep op die sociale cohesie, zou het interessant zijn om te onderzoeken op welke manier dit vorm krijgt in de berichtgeving van bijvoorbeeld Het Noordhollands Dagblad en Omroep West. In Limburgse media wordt sociale cohesie duidelijk gerepresenteerd aan de hand van verwijzingen naar typisch Limburgse verenigingen, tradities en de Limburgse identiteit. Maar hoe wordt sociale cohesie gerepresenteerd in artikelen van regionale nieuwsmedia waarbij een sterke provinciale identiteit veel minder voor de hand ligt?

De onderzoeksresultaten uit deze scriptie zijn een aanvulling op de bestaande literatuur op het gebied van de representatie van sociale cohesie in nieuwsartikelen. Voor zover bekend zijn Leupold et al. (2016) de enige onderzoekers die een model hebben ontwikkeld voor het analyseren van de manier waarop sociale cohesie wordt gerepresenteerd in nieuwsartikelen. Zij hebben een kwantitatieve inhoudsanalyse toegepast op artikelen van Duitse lokale kranten en geteld hoe vaak elke dimensie voorkomt in de berichtgeving. De nadruk ligt bij hen dus hoofdzakelijk op de frequentie van een bepaalde dimensie.

In deze scriptie is daarentegen op kwalitatieve wijze onderzocht op welke manier sociale cohesie wordt gerepresenteerd in de berichtgeving van Limburgse media, aan de hand van welke nieuwsonderwerpen. In tegenstelling tot een kwantitatieve analyse wordt er bij een

kwalitatieve inhoudsanalyse betekenis toegekend aan opvallende patronen. Neem bijvoorbeeld de dimensie sociale netwerken. Leupold et al. (2016) hebben deze abstracte categorie vertaald naar concrete kenmerken van sociale cohesie die in nieuwsartikelen zijn terug te vinden, zoals verwijzingen naar clubs, verenigingen en solidariteit tussen groepen. Vervolgens hebben zij aan de hand van een kwantitatieve inhoudsanalyse onderzocht dat deze dimensie relatief gezien vaak voorkomt in artikelen van Duitse lokale kranten, maar ze hebben niet gekeken op welke manier dit dan precies vorm krijgt. In dit scriptieonderzoek is duidelijk geworden dat deze dimensie in Limburgse media wordt gerepresenteerd aan de hand van verwijzingen naar Limburgse sportverenigingen en typisch Limburgse verenigingen, zoals schutterijen, fanfares en carnavalsverenigingen. Deze typisch Limburgse verenigingen spelen vandaag de dag nog steeds een belangrijke rol in het bevorderen van de sociale samenhang. Om deze redenen vormen de bevindingen uit dit scriptieonderzoek een aanvulling op de bestaande literatuur.

Dit onderzoek kent ook een aantal beperkingen. Een van die beperkingen is dat de kwalitatieve analyse slechts door één onderzoeker is uitgevoerd. Dit zorgt er enerzijds voor dat de artikelen van Limburgse media op consistente wijze zijn geanalyseerd en de opvallende boodschappen uit die artikelen stelselmatig zijn beschreven. Aan de andere kant kan dit worden beschouwd als een beperking, want er wordt slechts vanuit het perspectief van één persoon geanalyseerd. Zo bestaat er de kans dat bepaalde, opvallende zaken niet door de onderzoeker worden herkend. Of dat de onderzoeker bevooroordeeld is over bepaalde zaken.

Om de kans te minimaliseren dat er bepaalde zaken niet herkend zouden worden gedurende het onderzoek, zijn de nieuwsartikelen meerdere malen geanalyseerd. Daarnaast is een beperkte kwantitatieve analyse uitgevoerd om de kans te verkleinen dat de onderzoeker bevooroordeeld is over bepaalde onderwerpen. Zo is een corpus van dertig nieuwsartikelen genomen en aangegeven naar welke dimensie in een bepaald artikel wordt verwezen. Om te controleren of hetzelfde onderzoek door iemand anders dezelfde resultaten oplevert, is deze beperkte kwantitatieve analyse door een getrainde, tweede codeur uitgevoerd. Uit dit onderzoek bleek dat de antwoorden van beide codeurs in grote mate met elkaar overeenstemden en dat de hoofdonderzoeker dus niet bevooroordeeld was in haar analyse.

Vanwege een beperkt tijdsbestek is er geen kwantitatief onderzoek gedaan naar de representatie van sociale cohesie in Limburgse media. De focus ligt in dit onderzoek op de manier waarop – aan de hand van welke nieuwsonderwerpen – de negen dimensies van

sociale cohesie tot uiting komen in de berichtgeving. Er is dus niet geteld hoe vaak een bepaalde dimensie van sociale cohesie tot uiting komt in de berichtgeving. Dit kan worden beschouwd als een beperking van het onderzoek. Uit onderzoek van Leupold et al. (2016) blijkt namelijk dat bepaalde dimensies in de berichtgeving van Duitse lokale kranten vaker voorkomen dan andere dimensies en dus een belangrijkere rol spelen. Het kan dus zo zijn dat de **dimensie identificatie** veel vaker voorkomt en een veel belangrijkere rol speelt in de berichtgeving van Limburgse nieuwsmedia dan de **dimensie burgerlijke participatie**. Maar dat is in deze scriptie buiten beschouwing gelaten. Voor vervolgonderzoek zou het daarom interessant zijn om op kwantitatieve wijze te onderzoeken welke dimensies het vaakst aan bod komen en de belangrijkste rol spelen in de berichtgeving van Limburgse media. Aan de hand van een beperkte kwantitatieve analyse is in deze scriptie bewezen dat het model van de negen dimensies van sociale cohesie ook te operationaliseren is in kwantitatief onderzoek. Vervolgonderzoek zou dus moeten uitwijzen wat voor Limburgse media de populairste manieren zijn om te verwijzen naar sociale cohesie.

Tot slot zou het interessant zijn voor vervolgonderzoek om te onderzoeken welke nieuwsonderwerpen kunnen bijdragen aan het bevorderen van de sociale cohesie in een regio, aan de hand van expert-interviews met antropologen, sociologen en etnologen. In dit onderzoek is geanalyseerd aan de hand van welke nieuwsonderwerpen sociale cohesie vorm krijgt in nieuwsartikelen van Limburgse media, aangezien het bevorderen van de sociale cohesie een belangrijke functie is van regionale journalistiek. Bovendien wordt de subsidiering van regionale media door de overheid vaak gelegitimeerd met een beroep op die sociale cohesie. Te verwachten valt dan ook dat regionale nieuwsmedia daar erg bewust mee bezig zijn. Het zou daarom interessant zijn om te onderzoeken welke nieuwsonderwerpen nu echt bijdragen aan het bevorderen de sociale samenhang in een bepaalde regio. Journalisten zouden daar bij het schrijven van nieuwsartikelen dan bedachtzamer op kunnen inspelen.

Literatuur

- 't Hart, H., Boeije, H., & Hox, J. (2005). *Onderzoeksmethoden* (7e ed.). Amsterdam. Nederland: Boom onderwijs.
- Ali, C. (2016). The Merits of Merit Goods: Local Journalism and Public Policy in a Time of Austerity. *Journal of Information Policy*, 6(1), blz. 105-128.
- Baekgaard, M., Jensen, C., Mortensen, P. B., & Serritzlew, S. (2014). Local news media and voter turn-out. *Local Government Studies*, 40 (4), 518-532.
- Bakker, P., & Bosch, K. (2011). *Hyperlocal in de praktijk. Lokale media en informatievoorziening in Bunschoten en Leusden*. Paper gepresenteerd op de Politicologenetmaal, Amsterdam, Nederland. Geraadpleegd via https://www.narcis.nl/publication/RecordID/oai%3Ahbokennisbank.nl%3Asharekit_hu%3Aoi%3Aasurfsharekit.nl%3A012b7c8c-eeaf-4ef5-85d0-21e9abb5b9b1
- Berg, C. van der & Venetië, E. van. (2013). *Burgeractivisten: de vijf geheimen van hun succes. Elke David heeft een goddelijke kracht nodig om Goliath te lijf te gaan*. Onderzoeksproject Universiteit Leiden. Geraadpleegd op 28 april 2019, via <https://docplayer.nl/1875054-Burgeractivisten-de-vijf-geheimen-van-hun-succes-elke-david-heeft-een-goddelijke-kracht-nodig-om-goliath-te-lijf-te-gaan.html>
- Bergström, A. & Wadbring, I. (2015). Beneficial yet crappy: Journalists and audiences on obstacle and opportunities in reader comments. *European Journal of Communication*, 15(2).
- Bernsen, R. (2005). En dan nu de regionale omroep. *NRC*. Geraadpleegd via <https://www.nrc.nl/nieuws/2005/04/13/en-dan-nu-de-regionale-omroep-10466987-a773052>
- Boczkowski, P. J., & Peer, L. (2011). The Choice Gap: The Divergent Online News Preferences of Journalists and Consumers. *Journal of Communication*, 61(5), 857-876.
- Bos, M., van den (2019). Tegels lichten met overheidssteun. *NRC-Handelsblad*. Geraadpleegd op 4 juli 2019, via <https://www.nrc.nl/nieuws/2019/07/16/tegels-lichten-met-overheidssteun-a3967278>
- Buijs, K. (2014). *Regiojournalistiek in spagaat. De kwaliteit van het redactieproces in de regionale journalistiek; een case-studie* (proefschrift). Geraadpleegd via <http://repository.ubn.ru.nl/handle/2066/131556>
- CBS. (2016, 22 december). Helft Nederlanders is kerkelijk of religieus. *CBS*. Geraadpleegd op 22 mei 2019, via <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2016/51/helft-nederlanders-is-kerkelijk-of-religieus>
- Chan, J., To, H. & Chan, E. (2006) Reconsidering Social Cohesion: Developing a Definition and Analytical Framework for Empirical Research. *Social Indicators Research*. Volume 75, Issue 2, pp 273–302

- Cornips, L., & Knotter, A. (2016). De uitvinding van Limburg: de territorialisering van geschiedenis, taal en identiteit. *Studies over de Sociaal-Economische Geschiedenis van Limburg/Jaarboek van het Sociaal Historisch Centrum voor Limburg*. 2016, Jaarboek 2016(LXI). 137.
- Curran, J., Salovaara-Moring, I., Coen, S., & Iyengar, S. (2009). Crime, foreigners and hard news: A cross-national comparison of reporting and public perception. *Journalism*, 11, 3-19.
- Delhey, J. & Dragolov, G. (2016). Happier together. Social cohesion and subjective well-being in Europe. *International Journal of Psychology*, Vol. 51, No. 3, 163–176.
- De Jong, J. & Koetsenruijter, W. (2017)a. Elke stad verdient een mediafonds. *De Nieuwe Reporter*. Geraadpleegd via <http://www.denieuwereporter.nl/2017/05/elke-stad-verdient-een-mediafonds/>
- De Jong, J. & W. Koetsenruijter (2017)b. *Het versterken van lokale nieuwsmedia: naar een Projectfonds Leidse Journalistiek*. Geraadpleegd via: https://www.scribd.com/document/347042739/Het-versterken-van-lokale-nieuwsmedia-naar-een-Projectfonds-Leidse-Journalistiek#from_embed
- Dohmen, J. (2000). Limburger bestaat niet. *NRC Handelsblad*. Geraadpleegd op 25 mei 2019, via <https://www.nrc.nl/nieuws/2000/11/14/limburger-bestaat-niet-7518299-a914368>
- Durkheim, E. (1984). *The Division of Labour in Society* (W. D. Halls, Trans.). Houndmills/London: MacMillan
- Ekström, M., & Johansson, M., & Larsson, L. (2006). Journalism and Local Politics: A Study of Scrutiny and Accountability in Swedish Journalism. *Journalism Studies* 7 (2): 292–311.
- Forrest, R., & Kearns, A. (2001). Social cohesion, social capital and the neighbourhood. *Urban Studies*, 38(12), 2125-2143.
- Glogger, I., & Otto, L.P. (2019). Journalistic Views on Hard and Soft News: Cross-Validating a Populair Concept in a Factorial Survey. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Volume 96(3), 811-829.
- Groot, K. de (2015, 9 oktober). *Kneppelfreed: Waarom Fries wel een rijkstaal is en Limburgs niet*. Uitgeverij Jonge Historici. Geraadpleegd op 18 juni 2019, via <http://www.jhsg.nl/koen-de-groot-taalnatie/>
- Heldring, J. (2008). De onmisbare andere. *NRC Handelsblad*. Geraadpleegd op 22 juni 2019, via <https://www.nrc.nl/nieuws/2008/10/30/de-onmisbare-andere-11631799-a1208193>
- Hellekant, E. (2016). *The state of local journalism. A comparative study of local journalistic output in three Swedish municipalities*. Karlstads University. Geraadpleegd via <http://www.diva-portal.se/smash/get/diva2:956374/FULLTEXT01.pdf>

- Houwelingen, P. van (2016). Indicatoren voor sociale cohesie. *Mens en maatschappij*, Volume 91, 2, blz. 153-171.
- Howitt, D., & Cramer, D. (2005). *Introduction to Research Methods in Psychology*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Janowitz, M. (1952). *The community press in an urban setting* (2nd ed.). Chicago: University of Chicago Press.
- Kik, Q., & Landman, L. (2013). *Nieuwsvoorziening in de regio*. Het Stimuleringsfonds voor de Pers - Den Haag. Geraadpleegd op 5 juni 2017, via <https://www.svdj.nl/wp-content/uploads/2015/12/Nieuwsvoorziening-in-de-regio.pdf>
- Kim, Y., & Ball-Rokeach, S. (2006). Community Storytelling Network, Neighborhood Context, and Civic Engagement: a Multilevel Approach. *Human Communication Research*, Volume 32, Issue 4, blz. 411-439.
- Knotter, A. (2008). Limburg bestaat niet. Paradoxen van een sterke identiteit. *BMGN-Low Countries Historical Review*, 123(3), 354-367.
- Knotter, A. (2009). *Dit is Limburg! Opstellen over de Limburgse identiteit*. Waanders Uitgevers. Sociaal Historisch Centrum voor Limburg.
- Knotter, A. (2012). *Mijnwerkers in Limburg. Een Sociale Geschiedenis*. Nijmegen: Uitgeverij Vantilt.
- Kasper, J. D. P., & Knotter, A. (2013). *Na de mijnsluiting, herstructurering en reconversie in internationaal perspectief*. Roermond: Stichting Behoud Mijnhistorie.
- Koetsenruijter, W. & Van Hout, T. (2014). *Methoden voor journalism studies*. Den Haag: Boom Lemma.
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: an introduction to its methodology*. Thousand Oaks: Sage
- Larock, Y., et al. (2005) *Spoor zoeken. Handboek sociaal-cultureel werk met volwassenen*. Academia Press.
- Lowrey, W., Brozana, A., & Mackay, J. B. (2008). Toward a measure of community journalism. *Mass Communication and Society*, 11(3), 275-299.
- Marder, M. (1999): *Journalism - This Is Watchdog Journalism*. In Nieman reports (53) Cambridge, Massachusetts.
- Maso, I. & Smaling, A. (1998). *Kwalitatief onderzoek: praktijk en theorie*. Amsterdam: Uitgeverij Boom.
- Mathijssen, M. (2011). *De Limburger als de ander*. Letterkundig Centrum Limburg. Geraadpleegd via https://www.dbnl.org/tekst/math004limb01_01/math004limb01_01.pdf

Meeuwissen, J. (2009). Waar het uniform regeert! Collectieve identiteitsprocessen en de bloei van de Limburgse blaasmuziek (1950-1970). In A. Knotter (Red.), *Dit is Limburg! Opstellen over de Limburgse identiteit* (blz. 151-186). Sociaal Historisch Centrum voor Limburg.

Kaaij, M. van der (2012, 30 november). Limburgs trots en trauma. *Trouw*. Geraadpleegd op 28 juni 2019, via <https://www.trouw.nl/nieuws/limburgs-trots-en-trauma~b53e3bbe/>

Mortelmans, D. (2007). *Handboek kwalitatieve onderzoeksmethoden (1e dr. ed.)*. Leuven ; Voorburg: Acco.

Nielsen, R.K. (2015). *Local Journalism. The decline of newspapers and the rise of digital media*. I.B.Tauris & Co.

Nissen, P. (2009). Constructie en deconstructie van het katholieke Limburg. In A. Knotter (Reds.), *Dit is Limburg! Opstellen over de Limburgse identiteit (99-126)*. Sociaal Historisch Centrum voor Limburg

NOS (2015). Limburgs trots en trauma: 50 jaar na de mijnsluitingen. *NOS*. Geraadpleegd op 4 juni 2019, via <https://nos.nl/artikel/2075860-limburgs-trots-en-trauma-50-jaar-na-de-mijnsluitingen.html>

Norris, P. (2014). Watchdog Journalism. In M. Bovens (Red.), *The Oxford Handbook of Public Accountability* (pp. 524-543). Oxford: Oxford University Press.

NVJ. (2018, 26 april). *De kracht en urgentie van regionale journalistiek*. Geraadpleegd op 28 mei 2019, via <https://www.nvj.nl/nieuws/kracht-en-urgentie-regionale-journalistiek>

Oberholzer-Gee, F., & Waldfogel, J. (2009) "Media Markets and Localism: Does Local News En Espanol Boost Hispanic Voter Turnout?" *American Economic Review* 99, no. 5blz. 2120-2128.

Parren, D., & Janssen, R. (2019, 15 april). Zorgelijk: drugsdumpingen in Limburg blijven toenemen. *1Limburg*. Geraadpleegd op 22 april 2019, via <https://www.1limburg.nl/zorgelijk-drugsdumpingen-limburg-blijven-toenemen>

Patterson, T.E. (2000) *Doing Well and Doing Good: How Soft News Are Shrinking the News Audience and Weakening Democracy*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Reinemann, C., Stanyer, J., Scherr, S. and Legnante, G. (2011) Hard and Soft News: A Review of Concepts, Operationalizations and Key Findings. *Journalism*, 13 (2), 1-19.

Remie, M. (2019, 3 maart). Als Limburg lacht, drinkt en huilt om het leven. *NRC Handelsblad*. Geraadpleegd op 5 juli 2019, via <https://www.nrc.nl/nieuws/2019/03/03/als-limburg-lacht-drinkt-en-huilt-om-het-leven-a3907851>

Reulink, N., & Lindeman, L. (2005). *Kwalitatief onderzoek*. Dictaat Radboud Universiteit Nijmegen. Geraadpleegd via [http://www.cs.ru.nl/~tomh/onderwijs/om2%20\(2005\)/om2_files/syllabus/kwalitatief.pdf](http://www.cs.ru.nl/~tomh/onderwijs/om2%20(2005)/om2_files/syllabus/kwalitatief.pdf)

Sekhuis, S. (2019, 8 april). Meeste opgerolde hennepplantages in Limburg. *De Limburger*. Geraadpleegd op 3 april 2019, via https://www.limburger.nl/cnt/dmf20190408_00100246/meeste-opgerolde-hennepplantages-in-limburg

Stichting Regionale Publieke Omroep (2017). *Begroting RPO 2018*. Geraadpleegd via <https://www.stichtingrpo.nl/wp-content/uploads/2019/01/Meerjarenbegroting-2018-2022-RPO.pdf>

Schraevesande, F., & Vriesema, I. (2015, 14 maart). De 12 provinciën. Waarom wordt de provinciale identiteit in de ene provincie sterk beleefd, en in de andere bijna niet? Een zoektocht per provincie. *NRC Handelsblad*. Geraadpleegd op 5 juli 2019, via <https://www.nrc.nl/nieuws/2015/03/14/de-12-provincien-1474965-a938555>

Schnabel, P., Bijl, R., & De Hart, J. (2008). *Betrekkelijke betrokkenheid: Studies in sociale cohesie: Sociaal en Cultureel Rapport 2008*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.

Soroka, S., & McAdams, S. (2015) News, Politics, and Negativity. *Political Communication* 32 (1): 1–22. doi:10.1080/10584609.2014.881942.

Tuchman G (1973) Making news by doing work: Routinizing the unexpected. *The American Journal of Sociology* 79(1): 110–131.

Uffelen, X. van & Leunissen, M. (2019). Bekijk hier de opkomst bij provinciale en Europese verkiezingen in uw gemeente. *De Volkskrant*. Geraadpleegd op 24 juli 2019, via <https://www.volkskrant.nl/nieuws-achtergrond/bekijk-hier-de-opkomst-bij-provinciale-en-europese-verkiezingen-in-uw-gemeente~ba4a4e38/>

Vanwing, P., Meurs, T., Buffel, T., Lombaerts, K., & Pauw, W. (2008). *Adviesrapport: Eigenschappen en positie van niet formele educatie in het sociaal-cultureel volwassenenwerk*. Vrije Universiteit Brussel. Geraadpleegd via http://www.sociaalcultureel.be/doc/Doc/wetensch_ onderzoek_1.pdf

Vek, B. (2015). *Vreemdelingen aan het kolenfront: Limburg, kolen en arbeidsmigranten* (Onderzoeksseminar Universiteit Utrecht). Geraadpleegd van [https://dspace.library.uu.nl/bitstream/handle/1874/315625/Scriptie%20OSIII%20\(Bob%20Vek\).docx?sequence=1](https://dspace.library.uu.nl/bitstream/handle/1874/315625/Scriptie%20OSIII%20(Bob%20Vek).docx?sequence=1)

Wester, F.(Ed.). (2006). *Inhoudsanalyse: theorie en praktijk*. Deventer: Kluwer.

Wijers, Carla (2009). In één hand de rozenkrans, in de andere hand een glas bier. De Limburgse identiteit onder de loep. In A. Knotter (Reds.), *Dit is Limburg! Opstellen over de Limburgse identiteit (127-153)*. Sociaal Historisch Centrum voor Limburg

Zelizer, B., & Allan, S. (2010). *Keywords in News & Journalism Studies*. Open University Press.

Geciteerde nieuwsartikelen uit De Limburger en 1Limburg:

- Limburg. (2018, 14 december). Venrayse juf genomineerd voor beste leraar ter wereld. *Limburg*. Geraadpleegd op 31 januari 2019, van <https://www.limburg.nl/venrayse-juf-genomineerd-voor-beste-leraar-ter-wereld>
- Banach, B., & Bots, P. (2019, 10 mei). Thijs H. ontsnapte na steekincident van gesloten afdeling. *De Limburger*. Geraadpleegd op 7 juni 2019, van https://www.limburger.nl/cnt/dmf20190510_00105068/moordverdachte-thijs-h-ontsnapte-na-steekincident-van-gesloten-afdeling-mondriaan
- Beek, S. van (2018, 16 november). Weduwe bij arrestatie omgekomen Hasani wacht al anderhalf jaar op rechtszaak. *De Limburger*. Geraadpleegd van 3 mei, van https://www.limburger.nl/cnt/dmf20181115_00080689/weduwe-hasani-wacht-al-anderhalf-jaar-op-rechtszaak
- Benders, G. (2018, 18 december). Roze kerstdiner moet ouderen uit de kast houden. *Limburg*. Geraadpleegd op 2 februari 2019, van <https://www.limburg.nl/roze-kerstdiner-moet-ouderen-uit-de-kast-houden>
- Beijer, W. (2014, 7 maart). Waar we vandaan komen. *De Limburger*. Geraadpleegd 4 april 2019, van <https://arc.mgl.x-cago.com/vw/article.do?id=DDL-20140307-01008HE001&words=Wat+kunnen+we+nu+en+in+de+toekomst+met+onze+mijngeschiedenis>
- Bots, P. (2017, 18 december). Misbruik kost RK kerk in Limburg 7 miljoen. *De Limburger*. Geraadpleegd op 2 mei 2019, van https://www.limburger.nl/cnt/dmf20171218_00052494/misbruik-kost-rk-kerk-in-limburg-7-miljoen
- Bouwens, J. (2018, 14 december). Roda JC doet goede zaken na winst op Volendam. *Limburg*. Geraadpleegd op 2 februari 2019, van <https://www.limburg.nl/roda-jc-doet-goede-zaken-na-winst-op-volendam>
- Broekhoven, R. van (2019, 27 maart). Duizenden doppen voor Limburgse blinden en slechtzienden. *Limburg*. Geraadpleegd op 7 juni 2019, van <https://www.limburg.nl/duizenden-doppen-voor-limburgse-blinken-en-slechtzienden>
- Caelen, S. (2018, 13 december). L1 Samen voor de Voedselbank levert 346.971 producten op. *Limburg*. Geraadpleegd op 7 juni 2019, van <https://www.limburg.nl/l1-samen-voor-de-voedselbank-levert-346971-producten-op>
- De Limburger. (2018a, 26 mei). Opkomst hoger dan in 2014, Limburg hekkensluiter. *De Limburger*. Geraadpleegd op 11 mei 2019, van https://www.limburger.nl/cnt/dmf20190527_00107423/opkomst-hoger-dan-in-2014-limburg-hekkensluiter
- De Limburger. (2018b, 10 februari). Jo Jacobs (89) is 'de moeder van de Rumunjse vastelaovend'. *De Limburger*. Geraadpleegd op 9 oktober 2018, van https://www.limburger.nl/cnt/dmf20180209_00055752/jo-jacobs-89-is-de-moeder-van-de-rumunjse-vastelaovend
- Gerritsen, W. (2018, 4 december). 'Briljant wat hij doet': André Rieu ondernemer van het jaar. *De Limburger*. 4 februari 2019, van https://www.limburger.nl/cnt/dmf20181204_00082915/briljant-wat-hij-doet-andre-rieu-ondernemer-van-het-jaar

- Horrichs, S. (2018, 16 december). Grote hoeveelheid drugsafval gedumpt bij Maria Hoop. *ILimburg*, 25 mei 2019, van <https://www.1limburg.nl/grote-hoeveelheid-drugsafval-gedumpt-bij-maria-hoop>
- Hubers, A. (2019, 21 maart). Nieuwkomer FvD maakt klapper in Statenverkiezingen. *ILimburg*. Geraadpleegd op 25 mei 2019, van <https://www.1limburg.nl/nieuwkomer-fvd-maakt-klapper-statenverkiezingen>
- Kampen, M. van (2018, 30 oktober). Celstraffen en forse boetes geeïst in zaak-Euroturbine. *De Limburger*. Geraadpleegd op 11 mei 2019, van https://www.limburger.nl/cnt/dmf20181030_00078938/celstraffen-en-forse-boetes-geest-in-zaak-euroturbine
- Kamps, P. (2017, 8 augustus). Dit logo moet Limburg van zijn 'Calimero-complex' afhelpen. *De Limburger*. Geraadpleegd op 4 februari 2019, van https://www.limburger.nl/cnt/dmf20170608_00041618/dit-logo-moet-limburg-van-zijn-calimero-complex-afhelfen
- Kuijpers, F. (2018, 17 mei). 'Verengelste' Universiteit Maastricht voor rechter gesleept. *ILimburg*. Geraadpleegd op 11 mei 2019, van <https://www.1limburg.nl/verengelste-universiteit-maastricht-voor-rechter-gesleept>
- Kusters, T. (2019, 24 januari). 15-jarige Sven is de nieuwe baas van Arriva. *ILimburg*. Geraadpleegd op 7 juni 2019, van <https://www.1limburg.nl/15-jarige-sven-de-nieuwe-baas-van-arriva>
- Janssen, J. (2016, 24 januari). Limburg heeft geen vertrouwen in integratie vluchteling. *ILimburg*. Geraadpleegd op 2 oktober 2018, van <https://www.1limburg.nl/limburg-heeft-geen-vertouwen-integratie-vluchteling?context=section-4762>
- Janssen, J. (2017, 19 december). Eritrese vluchtelingen helpen ouderen: 'In het begin groette niemand ons, nu zwaaien ze'. *De Limburger*. Geraadpleegd op 2 oktober 2018, van https://www.limburger.nl/cnt/dmf20171218_00052530/eritrese-vluchtelingen-helpen-ouderen-in-het-begin-groette-niemand-ons-nu-zwaaien-ze
- Janssen, J. (2019, 11 maart). Limburgers zijn trots, al is het dialect soms ook gênant. *De Limburger*. Geraadpleegd op 5 mei 2019, van https://www.limburger.nl/cnt/dmf20190312_00096012/limburgers-zijn-trots-al-is-het-dialect-soms-ook-genant
- Parren, D. (2019a, 17 maart). Vandalen vernielen toestellen in natuurspeeltuin. *ILimburg*. Geraadpleegd op 7 juni 2019, van <https://www.1limburg.nl/vandalen-vernieren-toestellen-natuurspeeltuin>
- Parren, D. (2019b, 18 april). Voor klimaat 'doodliggen' in centrum Maastricht. *ILimburg*. Geraadpleegd op 11 mei 2019, van <https://www.1limburg.nl/voor-klimaat-doodliggen-centrum-maastricht>
- Philippens, J. (2019, 22 februari). Spionage in de optocht mag, maar geen politieke statements of demonstraties. *De Limburger*. Geraadpleegd op 25 mei 2019, van https://www.limburger.nl/cnt/dmf20190222_00093770/spionage-in-de-optocht-mag-maar-geen-politieke-statements-of-demonstraties

- Peeters, J. (2019, 16 maart). Limburgs wordt volwaardige streektaal. *De Limburger*. Geraadpleegd op 3 mei 2019, van https://www.limburger.nl/cnt/dmf20190315_00096773/limburgs-wordt-volwaardige-streektaal
- Robert, S. (2019, 26 mei). Rook in garage leidt naar brandende auto. *ILimburg*. Geraadpleegd op 7 juni 2019, van <https://www.1limburg.nl/rook-garage-leidt-naar-brandende-auto>
- Seuren, E. (2018, 12 februari). ‘Samen genieten, samen sjoenkelen, samen zingen’. *De Limburger*. Geraadpleegd op 31 januari 2019, van <https://arc.mgl.x-cago.com/vw/article.do?id=DDL-20180212-02001VL002&words=kwartelenmarkt>
- Tiems, J. (2018a, 19 november). Mestfraude: miljoenen in beslag genomen bij invallen Limburg. *ILimburg*. Geraadpleegd op 3 mei, van <https://www.1limburg.nl/mestfraude-miljoenen-beslag-genomen-bij-invallen-limburg>
- Tiems, J. (2018b, 19 november). Sleutelkastjes opengebroken: dieven aan de haal met sieraden. *ILimburg*. Geraadpleegd op 11 mei 2019, van <https://www.1limburg.nl/sleutelkastjes-opengebroken-dieven-aan-de-haal-met-sieraden>
- Tiems, J. (2018c, 15 oktober). Ontmanteling drugslab: tientallen vaten met chemicaliën. *ILimburg*. Geraadpleegd op 25 mei 2019, van <https://www.1limburg.nl/ontmanteling-drugslab-tientallen-vaten-met-chemicalien>
- Tiems, J. (2019a, 8 februari). Limburg hijst regenboogvlag tegen Nashville-verklaring. *ILimburg*. Geraadpleegd op 4 februari 2019, van <https://www.1limburg.nl/limburg-hijst-regenboogvlag-tegen-nashville-verklaring>
- Tiems, J. (2019b, 17 maart). Max Verstappen begint F1-seizoen ijzersterk met podiumplek. *ILimburg*. Geraadpleegd op 2 februari 2019, van <https://www.1limburg.nl/max-verstappen-begint-f1-seizoen-ijzersterk-met-podiumplek>
- Urlings, G. (2017, 16 oktober). Zo zijn de Limburgers... *De Limburger*. Geraadpleegd op 8 oktober 2018, van <https://arc.mgl.x-cago.com/vw/article.do?id=DDL-20171016-01010GO001&words=de+inmenging+van+niet+in+Limburg+geboren+Nederlanders>
- Urlings, G. (2018, 21 februari). De taal van het gevoel. *De Limburger*. Geraadpleegd op 8 oktober 2018, van <https://arc.mgl.x-cago.com/vw/article.do?id=DDL-20180221-02008HL002&words=Dat+zie+je+in+Limburg+terug+in+tradities+als+carnaval,+in+de+humor,+in+de+muziek>
- Verstraelen, J. (2018, 8 januari). Ontroerende vastelaovesfilm Nao 't Zuuje. *De Limburger*. Geraadpleegd op 31 januari 2019, van https://www.limburger.nl/cnt/dmf20180108_00053412/ontroerende-vastelaovesfilm-nao-t-zuuje
- Vos, S. (2019, 1 april). Roemer kondigt maatregelen aan tegen lage verkiezingsopkomst in Heerlen. *De Limburger*. Geraadpleegd op 25 mei 2019, van https://www.limburger.nl/cnt/dmf20190401_00099100/roemer-kondigt-maatregelen-aan-tegen-lage-verkiezingsopkomst-in-heerlen

Wilt, T. van der (2019, 6 maart). Lions bevestigt aanstelling Duitse trainer. *De Limburger*. Geraadpleegd op 11 november 2018, van https://www.limburger.nl/cnt/dmf20190306_00095312/lions-bevestigt-aanstelling-duitse-trainer

Zwets, M. (2019, 11 mei). Vier eeuwen broederschap bij schutterij St. Loar Spaubeek: 'Ik zie de leden vaker dan mijn eigen familie'. *De Limburger*. Geraadpleegd op 8 oktober 2018, van https://www.limburger.nl/cnt/dmf20190510_00105063/vier-eeuwen-broederschap-bij-st-loar-spaubeek

Bijlage 1

Codeboek

Codeur 2: Guy Elbersen

Aan de hand van dit codeboek dient de tweede codeur te toetsen of de negen categorieën of dimensies van sociale cohesie ook in kwantitatief onderzoek hanteerbaar. Er is een beperkt corpus genomen van dertig nieuwsartikelen uit *De Limburger* en *Limburg* en geteld hoe vaak elke dimensie scoort. Hoe vaak scoort bijvoorbeeld de dimensie 'identificatie', en de dimensie 'sociale netwerken', enzovoorts?

Variabele 1: de negen dimensies van sociale cohesie volgens het model van Leupold et al. (2016)

- 1. Dimensie 'sociale netwerken': gaat in op de banden die mensen met elkaar hebben, bijvoorbeeld lid zijn van dezelfde vereniging of deelnemen aan activiteiten in de buurt.
Komt tot uiting in nieuwsartikelen aan de hand van verwijzingen naar verenigingen, clubs en solidariteit tussen groepen, vrienden en familie.
> bijvoorbeeld een artikel over het eerste elftal van een voetbalvereniging die heeft gewonnen**

- 2. Dimensie 'vertrouwen in andere mensen': gaat in op het niveau van vertrouwen dat gemeenschapsleden in elkaar hebben. Komt tot uiting in nieuwsartikelen aan de hand van expliciete verwijzingen naar vertrouwen of wantrouwen tussen burens of naar/tegen leden van de samenleving in het algemeen.
> bijvoorbeeld een artikel waarin wordt beschreven dat inwoners van een wijk wantrouwen koesteren ten opzichte van de nieuwe bewoners, Syrische vluchtelingen**

- 3. Dimensie 'acceptatie van diversiteit': gaat in op de mate waarin mensen met verschillende sociaal-culturele achtergronden worden geaccepteerd.
> bijvoorbeeld een artikel waarin een initiatief wordt beschreven dat als doel heeft de acceptatie van statushouders te vergroten**

- 4. Dimensie 'identificatie': gaat in op hoe sterk mensen zich verbonden voelen met hun regionale gemeenschap. Komt tot uiting in nieuwsartikelen met verwijzingen die een wij-gevoel of een trots gevoel om te leven in een regio teweegbrengen.
> bijvoorbeeld een artikel waarin regionale gebruiken worden geprezen of de prestaties van een beroemdheid.**

5. Dimensie ‘vertrouwen in instellingen’: gaat in op hoe sterk het vertrouwen van burgers is in sociale en politieke instellingen.

> bijvoorbeeld een artikel over het (slecht functioneren van openbare instellingen (regionaal bestuur of politieke partijen).

6. Dimensie ‘perceptie van rechtvaardigheid’: gaat in op of mensen de overtuiging hebben dat alle middelen eerlijk worden verdeeld.

> bijvoorbeeld artikelen waarin wordt verwezen naar economische ongelijkheid en gelijke kansen, en de vraag wie verantwoordelijk is.

7. Dimensie ‘solidariteit en behulpzaamheid’: gaat over de bereidheid van mensen om elkaar te helpen.

> bijvoorbeeld artikelen met verwijzingen naar donatiecampagnes, initiatieven om burgers te helpen en vrijwilligerswerk.

8. Dimensie ‘respect voor sociale regels’: gaat over of mensen zich houden aan de fundamentele regels van de samenleving.

> bijvoorbeeld artikelen over incidenten waarbij de wet en algemeen erkende gedragsregels worden erkend of overtreden.

9. Dimensie ‘burgerparticipatie’: verwijst naar het deelnemen van burgers aan de samenleving en het politieke leven.

> bijvoorbeeld artikelen waarin wordt verwezen naar vormen van politieke participatie (zoals verkiezingsopkomst) of burgeractivisme.

Onderz. 1	Onderz. 2
8	8
4	4
3	3
3	3
8	8
7	6
5	5
9	9
4	4
1	1
9	9
3	2
4	4
7	7
1	1
6	5
1	1
4	4
7	7
8	8
4	4
5	5
7	7
8	8
4	4
8	8
5	5
8	7
3	3
9	9