

# Lokale politiek in de media

*Kwalitatief onderzoek naar journalistieke waarden die lokale journalisten drijven in het berichten over lokale politiek*

Student: Marian Slingerland

Studentnummer: 417611

Begeleider: C.E. Aalberts

Tweede lezer: J.M. Engelbert

Master Media & Journalistiek

Erasmus School of History, Culture and Communication

Erasmus University Rotterdam

Master Thesis

*Juni 2017*

## ABSTRACT

Met de aanzienlijke uitbreiding van beleidstaken van gemeenten is het belang van lokaal politieke berichtgeving toegenomen. Burgers zijn namelijk grotendeels afhankelijk van de berichtgeving van lokale journalisten om goed geïnformeerd te worden over politieke zaken. Van oudsher handelen journalisten naar traditionele journalistieke waarden als: onpartijdig, objectief en eerlijk berichten, waarbij journalisten onafhankelijk en ethisch handelen en werken op basis van actualiteit en snelheid. Deze waarden zijn nauw verbonden met ontwikkelingen in de maatschappij en onderhevig aan veranderingen. Journalisten gebruiken de waarden om hun positie in de samenleving te legitimeren. Door het toegenomen belang van lokale journalistiek is het interessant te onderzoeken welke journalistieke waarden de journalisten drijven in het berichten over lokale politiek. Aan de hand van interviews zijn de perspectieven van lokale journalisten die berichten over de politiek geanalyseerd.

Uit de resultaten van de analyse kan geconcludeerd worden dat de lokale journalisten idealiter handelen naar de traditionele journalistieke waarden. Het naleven van deze journalistieke waarden wordt echter bemoeilijkt. De journalisten maken doorgaans keuzes die gedreven zijn door motieven die voortvloeien uit marktwerking of afhankelijkheidsrelaties, in plaats van keuzes die gedreven zijn door de journalistieke waarden. Commerciële belangen spelen een grotere rol dan het selecteren van onderwerpen die relevant of belangrijk zijn voor het goed informeren van de burger. Ook het onderhouden van een noodzakelijke relatie met gemeenteraadsleden, college van burgemeester en wethouder(s) en ambtenaren krijgt voorrang op het controleren van deze machthebbers. Deze noodzakelijke afhankelijkheidsrelatie is een nieuw inzicht dat een toevoeging is aan de literatuur.

Een andere bevinding is dat een onderscheid gemaakt kan worden tussen typen lokale journalisten. Zo blijkt dat onderscheid gemaakt kan worden op basis van soort nieuwsorganisatie, hoe de nieuwsorganisatie gefinancierd wordt en het dienstverband van de journalist. Deze journalisten maken verschillende afwegingen en op basis van verschillende motieven worden keuzes gemaakt. Door de verschillende afwegingen ten opzichte van de journalistieke waarden komt andere berichtgeving tot stand. Kortom, op lokaal niveau wordt veel belang gehecht aan de traditionele journalistieke waarden, maar de journalisten worden meestal door andere motieven gedreven in het berichten over lokale politiek.

**KEYWORDS:** *Lokale journalist, journalistieke waarden, lokale politiek, lokale media, journalistiek proces*

## Voorwoord

Na vijf jaar gewerkt te hebben ben ik naast mijn baan weer terug de studiebanken ingegaan. In 2014 ben ik vol enthousiasme begonnen met een schakeljaar Media Studies aan de Erasmus Universiteit. Ik heb de afgelopen drie jaar ervaren als druk, leerzaam en interessant. Tijdens de studie heb ik docenten en studiegenoten leren kennen, van wie ik veel heb geleerd en met wie ik vooral ook veel heb gelachen. Als kers op de taart sluit ik mijn master Media en Journalistiek af met deze scriptie.

Het onderwerp van de scriptie, dat over het vakgebied van de journalist gaat, heeft mijn persoonlijke interesse. Dit heb ik gecombineerd met lokale politieke berichtgeving op aanraden van mijn begeleider dr. Chris Aalberts. Ik heb soms met frisse tegenzin gewerkt aan de scriptie, zoals het transcriberen van de interviews, maar over het algemeen was het een positieve ervaring. Vooral het afnemen van de interviews heb ik met veel plezier gedaan.

Tot slot wil ik een aantal mensen bedanken. Allereerst mijn begeleider dr. Chris Aalberts voor de begeleiding, de eerlijke feedback en de positieve gesprekken tijdens het proces. Hij was altijd beschikbaar voor vragen en adviezen. Daarnaast wil ik alle geïnterviewden bedanken voor de tijd die zij belangeloos met mij doorgebracht hebben. Ook de mensen in mijn omgeving wil ik bedanken, zoals mijn partner, familie, vrienden en collega's. Zij hebben mij onvoorwaardelijke support gegeven en zij hebben mij geholpen in het behalen van dit resultaat.

Marian Slingerland

# Inhoudsopgave

<b>1. Inleiding</b>	<b>1</b>
1.1 <i>Wetenschappelijke relevantie</i>	3
1.2 <i>Maatschappelijke relevantie</i>	3
1.3 <i>Opbouw</i>	4
<b>2. Theoretisch kader</b>	<b>6</b>
2.1 <i>Lokale journalistiek</i>	6
2.2 <i>De journalist</i>	8
2.3 <i>Veranderende journalistieke waarden</i>	10
2.4 <i>Conclusie</i>	21
<b>3. Methode</b>	<b>23</b>
3.1 <i>Kwalitatief onderzoek</i>	23
3.2 <i>Interviews</i>	24
3.3 <i>Topiclijst</i>	25
3.4 <i>Respondenten</i>	27
3.5 <i>Analyse</i>	28
<b>4. Resultaten</b>	<b>31</b>
4.1 <i>Typen lokale journalisten</i>	32
4.2 <i>Persoonlijke motivatie</i>	33
4.3 <i>Marktwerking</i>	37
4.4 <i>Beroepsverantwoordelijkheid</i>	43
4.5 <i>Relationele afhankelijkheid</i>	52
<b>5. Conclusie en discussie</b>	<b>60</b>
5.1 <i>Samenvatting resultaten</i>	60
5.2 <i>Discussie</i>	62
5.3 <i>Beperkingen en vervolgonderzoek</i>	65
<b>Literatuurlijst</b>	<b>66</b>
<b>Appendix A – Open codering</b>	<b>71</b>
<b>Appendix B – Axiale en selectieve codering</b>	<b>80</b>

## 1. Inleiding

Het beleid rondom jeugdzorg, werk en inkomen, en zorg aan langdurig zieken en ouderen was voorheen de verantwoordelijkheid van het Rijk, maar sinds 2015 is deze verantwoordelijkheid bij gemeenten komen te liggen (Rijksoverheid, 2015a). Deze maatregel zorgt ervoor dat zorgbehoevenden in de ene gemeente beter af zijn, dan in een gemeente een paar kilometer verderop (Huisman, 2014). Voorheen werden deze beleidsbeslissingen door landelijke journalisten verslagen, maar omdat dit niet meer op nationaal niveau bepaald wordt, is het nu de taak van de lokale journalistiek om burgers goed te informeren over deze beleidsonderwerpen. Burgers krijgen veelal informatie over lokale besluitvorming via de media. Door de aanzienlijke uitbreiding van de beleidstaken van de gemeenten is het belang van de lokale journalistiek toegenomen (Kik & Landman, 2013).

Met het toegenomen belang van de lokale journalistiek, is ook de functie van lokale journalisten belangrijker geworden. Zij zijn degenen die berichten over de lokale politiek of over lokaal bestuurlijke aangelegenheden waarin burgemeester en wethouder(s), de gemeenteraad of het gemeentelijk apparaat een hoofdrol spelen (Kik & Landman, 2013). Vanwege het toenemende belang van de lokale journalistiek is het waardevol om inzicht te krijgen in het journalistieke proces van lokale journalisten. Lokale journalisten zijn journalisten, die informatie uit een bepaald afzetgebied verzamelen, produceren en publiceren (in de media) uit naam van een officiële nieuwsorganisatie ("Journalistiek", n.d.). Er bestaan geen algemeen geldende eisen om journalist te worden, maar in de loop der tijd kent de journalistiek min of meer overeenkomstige waarden, die richting geven aan de dagelijkse werkzaamheden van journalisten (Deuze, 2004; 2005; Witschge & Nygren, 2009). Deze waarden bestaan bijvoorbeeld uit: onpartijdig, objectief en eerlijk berichten, waarbij journalisten onafhankelijk en ethisch moeten handelen en werken op basis van actualiteit en snelheid (Deuze, 2004). Deze vanzelfsprekende journalistieke waarden, waarnaar journalisten handelen, veranderen of vervagen (Broersma, 2003; Hermans, Vergeer, & Pleiter, 2011; Van Vree & Azough, 2015).

Een andere belangrijke journalistieke waarde is bijvoorbeeld het overheidsbeleid kritisch volgen. Hierbij moet de journalist onafhankelijk opereren, maar deze waarde wordt door maatschappelijke ontwikkelingen op de proef gesteld. In de praktijk blijkt dat gemeenten de media in toenemende mate gebruiken voor eigen strategische doeleinden. Ze willen hiervoor zelfs investeren in middelen of inspanningen om positieve berichtgeving te bereiken.

Dit doen zij bijvoorbeeld door middel van het aannemen van persvoorlichters, die de journalisten voorzien van informatie (Harrison, 2006). Dit sluit aan op onderzoek van Franklin (2006), die concludeerde dat de lokale journalisten veelal vertrouwen op de persvoorlichters van de overheidsinstanties, in de berichtgeving over politieke en maatschappelijke aangelegenheden. Hierdoor verdwijnt het kritisch beschouwen en bevragen van overheidsinstanties naar de achtergrond. Dit heeft negatieve gevolgen voor het goed informeren van burgers over het overheidsbeleid en politieke besluitvorming (Franklin, 2006).

Ook zijn belangrijke journalistieke waarden als objectiviteit en informatie verifiëren onder druk komen te staan. De journalistiek wordt steeds vaker beschuldigd van berichtgeving die hype-achtig, oppervlakkig, eenzijdig of slordig is (Buijs, 2008). Dit terwijl het belang van accurate en onafhankelijke berichtgeving is toegenomen, omdat burgers voor een groot deel afhankelijk zijn van journalisten om goed geïnformeerd te worden over politieke zaken (Brants, 2015). De lokale berichtgeving uit bijvoorbeeld kranten wordt nu vervangen door de informatie op websites, die door professionele of wellicht niet-professionele journalisten zijn gemaakt (Deuze, 2004). Hoewel in de afgelopen jaren steeds meer professionalisering van de journalistiek heeft plaatsgevonden (Broersma, 2003), zou een verschraving van de kwaliteit van lokaal nieuws gaande zijn (Costera Meijer, Ilievski, & Kreemers, 2013). Mede door deze ontwikkelingen is de kritiek op de journalistiek toegenomen, waardoor de journalistieke kwaliteit steeds meer prioriteit op de publieke en politieke agenda krijgt (Groenhart, 2015).

Ook de manier waarop nieuws wordt geproduceerd, geconsumeerd en gefinancierd is fundamenteel veranderd, waardoor de journalistiek ook op lokaal niveau gedwongen wordt zichzelf aan te passen (Hermans et al., 2011; Harbers, 2015; Witschge & Schram, 2015). Daar het publiek steeds minder bereid is te betalen voor nieuws, wordt bijvoorbeeld steeds meer geëxperimenteerd met verdienmodellen (Broersma, 2003).

Journalisten hebben een belangrijke maatschappelijke taak, die wordt beïnvloed door verschillende ontwikkelingen die de journalistieke waarden op de proef stellen of veranderen (Van Vree & Azough, 2015). Er is een spanningsveld ontstaan tussen: enerzijds de journalistiek die een bevoorrechte positie in de samenleving inneemt, waarbij waarden en gedragsregels gehandhaafd worden en anderzijds de ontwikkelingen in de samenleving die zorgen voor een uitdaging deze positie te behouden en de bestaande waarden en gedragsregels niet aan te tasten (Deuze, 2008). De toekomst van de journalistieke professie ligt, volgens diverse onderzoekers, in het herijken van de verhouding tussen: de professionele waarden en veranderingen in de maatschappij, economie en technologie (Kovach & Rosenstiel, 2007;

Broersma & Peters in Bardoel & Wijfjes, 2015). Het is echter nog onduidelijk op basis van welke journalistieke waarden de journalisten handelen in de berichtgeving over de lokale politiek, omdat hier geen onderzoek naar gedaan is. Daarom wordt in dit onderzoek beoogd, antwoord te geven op de onderzoeksvraag: *Welke journalistieke waarden drijven lokale journalisten die berichten over lokale politiek?*

## 1.1 Wetenschappelijke relevantie

De focus van dit onderzoek is gericht op lokale journalisten die berichten over lokale politiek. Onderzoek naar journalisten uit de regio is in verhouding met landelijke journalisten onderbelicht gebleven, terwijl het overgrote deel van de journalisten werkt bij een lokaal of regionaal medium (Franklin, 2006).

Onderzoek naar journalistieke waarden is eerder uitgevoerd, maar vaak zijn deze onderzoeken niet specifiek gericht op lokale journalisten. Ook wordt in deze onderzoeken gefocust op slechts één of twee afzonderlijke journalistieke waarden (Reese, 1990; O'sullivan & Heinonen, 2008; Phillips, 2010; Hermans et al., 2011; Bardoel & Wijfjes, 2015; Broersma, 2015; Groenhart, 2015; Van Vree & Azough, 2015). Hermans et al. (2011) hebben kwantitatief onderzoek gedaan naar de journalistieke waarden in een veranderende omgeving. Opvallend is dat journalisten veel van de waarden belangrijk of zeer belangrijk vinden, maar het blijft onduidelijk op basis van welke waarden de journalisten keuzes maken in het journalistieke proces en wat zij daarvan vinden. Daarnaast maakt het onderzoek geen onderscheid tussen lokale en nationale journalisten. Door middel van kwalitatief onderzoek kan meer ingezoomd worden op de ideeën, meningen, gevoelens en overwegingen van lokale journalisten (Boeije, 2014). Hiermee vormen de inzichten uit dit onderzoek een aanvulling op de bestaande onderzoeken.

## 1.2 Maatschappelijke relevantie

De lokale journalistiek lijkt zich in een neerwaartse spiraal te bevinden. Concernvorming, teruglopende inkomsten, bezuinigingen, het uitbesteden van journalistieke processen en productie, maar ook de toenemende commercie en concurrentie zorgen ervoor dat de lokale journalistiek in zwaar weer verkeert (Buijs, 2014). Het gevolg is dat lokale politiek steeds minder wordt gevolgd, vooral in kleine gemeenten wordt hiervan nauwelijks nog verslag gedaan (Laeven, 2014).

Ook de politiek erkent dat lokale media in een crisis verkeren. Ieder jaar wordt twee miljoen euro geïnvesteerd in het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek, bedoeld voor de lokale journalistiek. Zo omschrijft de Rijksoverheid: “*Steeds meer lokale en regionale kranten, tijdschriften en omroepen verdwijnen [...] of moeten bezuinigen. Dit kan de democratie in gevaar brengen*” (Rijksoverheid, 2015b) en Minister Dekker van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap zegt: “*De regionale omroep heeft een hele belangrijke functie, omdat het nieuws om de hoek of in je buurt wordt verteld. Vanuit een eigen identiteit. Dat mag niet verdwijnen [...]*” (Rijksoverheid, 2015c). Broersma (2003) en Franklin (2006) beschrijven dat lokale media nog steeds belangrijk zijn om: het landelijke nieuws in context te zetten, te fungeren als bindmiddel van een gemeenschap in een complexer wordende samenleving en de democratie te waarborgen.

Een heterogeen informatieaanbod is een noodzakelijke voorwaarde voor een goed functionerende democratie. De verschillende maatschappelijke, economische en technologische ontwikkelingen hebben allemaal direct of indirect invloed op het functioneren van een lokale journalist. Dit roept vragen op rondom de journalistieke waarden waarnaar lokale journalisten handelen (O'sullivan & Heinonen, 2008).

Het analyseren van de lokale journalistiek blijkt des te belangrijker in een geglobaliseerde omgeving (zowel binnen als buiten de mediasector) waar veranderingen elkaar in hoog tempo opvolgen (Scase in Pilling, 2006). Dit onderzoek sluit aan op de discussie rondom het belang van een goed functionerende, professionele journalistiek in de regio, waarbij de opvattingen van journalisten centraal staan (Hermans et al., 2011). Uiteindelijk geeft het onderzoek inzicht in de waarden, waarnaar lokale journalisten handelen, die berichten over lokale politiek.

### 1.3 Opbouw

Om antwoord te geven op de hoofdvraag wordt in hoofdstuk 2 het theoretische kader geschetst waarbinnen het onderzoek plaatsvindt. Hierin wordt allereerst ingegaan op de lokale journalistiek en vervolgens wordt ingezoomd op de professie van de journalist. Gebaseerd op voorgaande onderzoeken worden de veranderingen en dilemma's van de afgelopen jaren rondom de journalistieke waarden, waarnaar lokale journalisten in theorie handelen, behandeld. Aan de hand van dit literatuuronderzoek kan gesteld worden dat nog niet veel bekend is over de manier waarop journalisten over lokale politiek berichten en dat onduidelijk is op basis van welke journalistieke waarden lokale journalisten handelen die berichten over



politiek. In hoofdstuk 3 wordt beschreven hoe onderzocht wordt wat journalisten beweegt tot het schrijven van berichten over lokale politiek en op basis van welke waarden deze berichtgeving tot stand komt. De resultaten van het onderzoek zullen in hoofdstuk 4 uiteengezet worden en in hoofdstuk 5 zal de conclusie volgen, waarbij een verband wordt gelegd tussen de bestaande literatuur en de resultaten uit dit onderzoek. Afsluitend worden aanbevelingen gedaan voor vervolgonderzoek.

## 2. Theoretisch kader

Dit onderzoek gaat over lokale journalisten die berichten over lokale politiek. Voor het beantwoorden van de hoofdvraag is in dit hoofdstuk een theoretische context geschetst. In het theoretisch kader wordt allereerst de huidige status van de lokale journalistiek uiteengezet. Vervolgens wordt de professie van de journalist beschreven. Hierin wordt het beroep van de journalist, de waarden en gedragsregels en de rolpercepties van journalisten uitgelicht. Vervolgens wordt ingezoomd op de journalistieke waarden. Omschreven wordt welke veranderingen in de journalistieke waarden in eerdere onderzoeken geconstateerd zijn. Hierbij wordt bijvoorbeeld de opkomst van publieksgerichtheid en de omslag naar transparantie in de journalistiek toegelicht. Veelal zijn de bestaande onderzoeken voor deze uiteenzetting niet specifiek gericht op de lokale journalistiek, omdat die onderzoeken er weinig zijn. Alleen de eerste paragraaf is gebaseerd op literatuur over lokale journalisten. De onderzoeken over de algemene journalistiek vormen de basis voor de tweede en derde paragraaf. Ten slotte wordt in de conclusie omschreven hoe deze bevindingen in dit onderzoek worden toegepast.

### 2.1 Lokale journalistiek

Lokale journalistiek bestaat uit journalisten die informatie uit een bepaald afzetgebied verzamelen, produceren en publiceren (in de media) uit naam van een officiële nieuwsorganisatie ("Journalistiek", n.d.). Deze lokale journalistiek bevindt zich in een crisis. In de jaren zeventig en tachtig was het hebben van een krant bijna vanzelfsprekend, maar in de jaren negentig begon een snelle daling van de oplages; het aantal huishoudens met krant daalde zestien procent tussen 1986 en 1999. Dit zou mede komen door de vergrijzing en het aantal opzeggers. In eerste instantie waren het voornamelijk de landelijke dagbladen, met een sterk politiek of religieus karakter, die te maken kregen met een afname van abonnees. Veel lezers van deze dagbladen stapten over naar een lokaal dagblad. Zo steeg de totale oplage van deze dagbladen tot midden jaren tachtig veel sneller dan de landelijke dagbladen. Uiteindelijk kwam in de midden jaren tachtig ook de daling bij de regionale en lokale dagbladen op gang en vanaf 1995 kwam deze daling in een stroomversnelling (Broersma, 2003). Hierdoor verloren lokale kranten de vanzelfsprekende maatschappelijke positie die zij decennialang hadden.

Nog steeds vinden zowel de politiek, wetenschap als de journalistiek alle lokale nieuwsmedia buitengewoon belangrijk (Deuze, 2004). Deze media bereiken nog steeds een groot publiek dankzij de optelsom van bereik in print en online (Deuze, 2004; Cebuco in

Buijs, 2014). Ook wanneer willekeurige burgers wordt gevraagd welk soort nieuws ze het belangrijkste vinden, dan komt nieuws uit de regio vrijwel altijd bovenaan te staan (Van Zanten, 2013). De plaatselijke media kunnen bijdragen aan het onderhouden van een gemeenschap, dat verder gaat dan alleen het presenteren van nieuwsfeiten (Buijs, 2014; McNair, 2006). Door het gemeenschappelijke referentiekader wordt een “*imagined community*” gecreëerd en wordt een gevoel versterkt van een eigen lokale identiteit (Anderson in Broersma, 2003, p.78). Omgekeerd is dit ook het geval; de lokale media zijn sterker in een regio waar de maatschappelijke binding hoog is (Buijs, 2014).

Naast het bindmiddel van de gemeenschap is het lokale nieuws ook belangrijk voor het geven van een aanvulling op het landelijke nieuws. De focus ligt op het uitleggen wat het landelijke nieuws betekent voor een plaats of regio. Dit is een belangrijke reden om het lokale nieuws te volgen (Broersma, 2003). Toch heeft de lokale journalistiek te maken met een crisis en is uit onderzoek gebleken dat de afgelopen jaren het lokale nieuwsaanbod van offline-nieuws afneemt. Het online lokale nieuwsaanbod is daarentegen flink gestegen, waardoor de toegang tot lokaal nieuws is verbeterd (Kik, Bakker, & Buijs, 2013).

De toename van online nieuws heeft echter niet geleid tot meer divers nieuws. In tegendeel, er zijn veel websites bijgekomen die geaggregeerd nieuws leveren in plaats van zelfgeproduceerd nieuws. Gemiddeld beschikt een gemeente over 29 nieuwsmedia, van omroepen, printmedia, internetsites, tot opzichzelfstaande initiatieven. Hiervan zijn tien unieke offline nieuwsmedia en zeven unieke online nieuwsmedia. Zelfstandige journalistieke initiatieven (dus niet de online versies van printmedia en omroepen of geaggregeerd nieuws) zijn vaker in gemeenten te vinden, waar meer kranten en omroepen actief zijn (Kik, Bakker, & Buijs, 2013).

Wanneer ingezoomd wordt op nieuws over lokale politiek, is te zien dat gemiddeld per week een zesde van het online nieuws van lokale nieuwsmedia over lokale politiek gaat. Dit lijkt veel, maar de burger kan online meer nieuws vinden over lokale cultuur, veiligheid en sport, dan over politiek. Daarnaast wordt de gemiddelde burger online slechts kort en bondig geïnformeerd over lokale beleidskwesties. Binnen de nieuwsberichten is beperkt ruimte voor duiding en ook diepgravende analyses hoeft de burger niet te verwachten. De dagbladen brengen het meeste nieuws over gemeentelijk of politiek beleid, gevolgd door de huis-aan-huisbladen en de lokale omroepen (Kik & Landman, 2013).

Per gemeente verschilt hoeveel nieuwsaandacht er is en hoeveel aandacht daarvan naar lokale beleidskwesties gaat. Gebleken is dat nieuwsmedia binnen grote gemeenten (>100.000 inwoners) meer aandacht besteden aan gemeentelijk beleid dan kleinere gemeenten

(<100.000). In gemeenten met minder dan 20.000 inwoners wordt online vrijwel geen aandacht besteed aan lokale politiek. Dus een aantal gebieden in Nederland moet het stellen zonder lokale informatie over politieke gebeurtenissen. Dit is een verontrustende conclusie, zeker omdat de burger afhankelijk is van de lokale nieuwsvoorziening (Kik & Landman, 2013).

Kortom, het belang van een rijk lokaal nieuwsaanbod wordt door politiek, wetenschap, journalistiek, overheid en publiek erkend. Er lijkt ook een toename te zijn van het nieuwsaanbod in de regio, maar dit is slechts een toename van veelal hetzelfde nieuws in plaats van een aanvulling op elkaar. Per regio zijn grote verschillen in het nieuwsaanbod te vinden. Vooral burgers van kleine gemeenten moeten het zonder nieuws over lokale politiek stellen.

## 2.2 De journalist

Er bestaat geen eenduidige definitie van het beroep journalist en er bestaan geen algemeen geldende eisen om journalist te worden (Deuze, 2005; Witschge & Nygren, 2009). Iedere burger kan zonder specifieke opleiding ongestraft de titel van journalist claimen en ook iedere burger heeft het recht zich te uiten in de media (Deuze, 2004; Witschge & Nygren, 2009; Shoemaker & Reese, 2014; Van Vree & Azough, 2015).

In de loop der tijd kent de journalistiek, zowel lokaal als nationaal, als beroep en beroepsgroep steeds meer samenhang. Er kunnen min of meer overeenkomstige waarden geformuleerd worden die journalisten richting geven in hun dagelijkse werk. Journalisten zelf gebruiken deze waarden om hun positie in de samenleving te legitimeren (Deuze, 2004; 2005; Witschge & Nygren, 2009). Zo beschrijven meerdere onderzoekers dat journalisten gelijksoortige waarden, motieven en termen delen, waarop ze professionele percepties, rollen en taken baseren, die tegelijkertijd op verschillende manieren worden geïnterpreteerd, geprioriteerd, gebruikt en toegepast (Deuze 2004, 2005; Witschge & Nygren, 2009; Van Vree & Azough, 2015). Deze, soms paradoxale waarden zijn continu onderhevig aan veranderingen (Reese, 1990; Deuze, 2004; Witschge & Nygren, 2009).

Hoewel journalisten deze waarden verschillend interpreteren, kunnen wel ideaaltypische journalistieke waarden worden geformuleerd. Op basis van deze waarden kan de beroepsgroep worden gedefinieerd (Deuze, 2004; 2005; Van Vree & Azough, 2015). Deuze (2004; 2005) omschrijft aan de hand van meerdere onderzoeken vijf ideaaltypische waarden: journalisten zijn dienstverleners aan het publiek, onpartijdig en objectief, ze moeten

autonoom werken en werken met het nieuws/de actualiteit en journalisten hebben een zeker gevoel voor ethiek (Golding & Elliott; Merritt; Kovach & Rosenstiel, in Deuze 2004; 2005). Deze waarden worden onderschreven door verschillende journalisten als fundament van hun werk (Deuze, 2004). Daarnaast zijn regels en gedragscodes opgesteld om deze journalistieke waarden meer concreet te omschrijven, zoals de Code van Bordeaux en de Gedragscode voor Nederlandse journalisten. De Raad voor de Journalistiek houdt hier toezicht op en doet hierover eventueel (niet-juridische) uitspraken (Evers, in Deuze, 2004).

De eerste journalistieke waarde is: *“journalisten zijn dienstverleners aan het publiek als waakhonden van de openbare orde en de publieke zaak”* (Deuze, 2004, p.78). Journalisten voelen zich verantwoordelijk om het publiek goed te informeren. Hierdoor groeit het zelfbewustzijn van de journalisten, dat het ertoe doet wat zij doen. De tweede waarde is: *“journalisten zijn onpartijdig, neutraal, objectief, eerlijk en (daardoor) geloofwaardig”* (Deuze, 2004, p.78). Kovach en Rosenstiel (2001) stellen dat *“afstandelijke en onafhankelijke 'waarheidsvinding' het basisprincipe van de journalistiek moet zijn”* (in Deuze, 2004, p.86). Zij concluderen dat deze waarde de journalistiek uniek maakt, in verhouding met communicatieprofessionals als: voorlichters, woordvoerders en pr-medewerkers. Vervolgens de derde waarde: *“journalisten moeten in hun werk autonoom, vrij en onafhankelijk zijn”* (Deuze, 2004, p.78). De journalisten stellen zich op als afzijdige waarnemers die zonder inmenging van buitenaf hun werk doen. *“Journalisten werken op basis van actualiteit, urgentie en (dus) snelheid”* is de vierde journalistieke waarde (Deuze, 2004, p.78). Voor journalisten is snelheid en tijd belangrijk, waardoor ze dagelijks te maken hebben met deadlines. Ook voor de waarde van het product is snelheid van belang. Tot slot de vijfde waarde: *“journalisten werken op basis van ethiek, validiteit en legitimiteit”* (Deuze, 2004, p.78). Bij het ethisch handelen maken journalisten afwegingen tussen bijvoorbeeld beroepscode, het redactiestatuut, de afspraken met de redactie, welke besluiten eerder genomen zijn en omstandigheden van de situatie.

Naast deze opgestelde waarden en gedragscodes hebben journalisten zelf ook een visie op welke taken zij belangrijk vinden in hun werk, dit is de rolperceptie. Zo hebben Deuze (2004) en Hermans et al. (2011) onderzoek gedaan naar de rolpercepties van Nederlandse journalisten. De rolpercepties zijn op te delen in: entertainer, informeerder, uitlegger of opvoeder. Binnen deze opdeling vinden journalisten het meest belangrijk: ingewikkelde informatie vertalen (94,3%) en duiden (91,4%), zodat informatie begrijpelijk en toegankelijk wordt voor het publiek. Het signaleren van nieuwe ontwikkelingen (92,7%) en het zo snel mogelijk nieuws doorgeven aan het publiek (78,5%) erkennen veel van de onderzochte

journalisten ook. De functie om instanties, zoals de politiek en de overheid kritisch te volgen, acht een ruime meerderheid van belang (71,1%), evenals misstanden openbaar maken (74,8%). Iets meer dan de helft vindt het ook belangrijk invloed uit te oefenen op de politieke agenda (50,4%).

Binnen deze functies is te zien dat de burger een centrale plaats inneemt, ook volgens de journalisten. Vier van de vijf journalisten beschouwen het als een belangrijke taak burgers te engageren (80,3%) en om discussies aan te zwengelen over onderwerpen die voor burgers relevant zijn (72,2%). De helft van de journalisten acht het belangrijk om de belangen van het publiek te behartigen en om burgers de mogelijkheid te geven hun mening te uiten of als spreekbuis te fungeren voor bepaalde (zwakkere) groepen in de maatschappij.

Uit voorgaande onderzoeken blijkt dat een journalist geen afgebakende taken en verantwoordelijkheden heeft. Op basis van opgestelde waarden en gedragscodes maken journalisten in de dagelijkse praktijk keuzes. De rolpercepties zijn de taken die ze zelf belangrijk vinden in hun werk. Uit voorgaande onderzoeken wordt niet duidelijk welke rolpercepties journalisten hebben die op lokaal niveau handelen. In dit onderzoek is belangrijk te achterhalen welke taken en verantwoordelijkheden lokale journalisten die berichten over politieke zaken zichzelf toekennen en welke plek zij in de maatschappij innemen. Dit leidt tot de deelvraag:

*Deelvraag 1: Welke rolperceptie hebben journalisten die berichten over lokale politiek?*

### **2.3 Veranderende journalistieke waarden**

Er is een aantal onderzoeken gedaan naar journalistieke waarden en op basis van deze onderzoeken worden de waarden uiteengezet. Deze onderzoeken zijn met name gericht op de journalistiek in het algemeen en hierin wordt lokale journalistiek meestal niet apart behandeld. Het is aannemelijk dat de veranderingen in de Nederlandse journalistiek ook op lokaal niveau toepasbaar is. Waar mogelijk is ingezoomd op de veranderingen in de lokale journalistiek. Allereerst komt de journalistieke rol van waakhond en gatekeeper aan bod, daarna wordt de rol van het publiek uitgesplitst in publieksgerichtheid en betrokkenheid. Aansluitend komt het toenemende belang van snelheid en kwantiteit van nieuws aan bod en ten slotte de omslag naar transparantie in de journalistiek.

### 2.3.1 De functie van waakhond

Journalisten worden de waakhonden van de openbare orde en de publieke zaak genoemd (Deuze, 2004; Witschge & Schram, 2015). De functie van waakhond komt ook terug in het faciliteren van het publieke debat en het overheidsbeleid kritisch volgen (Witschge & Schram, 2015). De journalistiek functioneert hierin als cruciale link tussen de machthebbers en de burgers, dit is ook het geval bij de lokale journalistiek.

Deze functie van waakhond lijkt te veranderen. Dit neemt niet weg dat de journalisten een regiefunctie in het maatschappelijke debat behouden, waarbij journalisten relevante thema's selecteren en op de agenda zetten (Evers, 2002; Bardoel & Wijfjes, 2015). In plaats van het bieden van grondstof voor het debat, is de journalist meer de regisseur van het debat geworden (Groenhart, 2015). Hierin lijkt de lokale journalistiek van weinig toegevoegde waarde, zo concludeert Franklin: *"The prospects for local media to provide a forum for local debate, for journalists to inform that debate and provide a stimulus for a healthy [...] democracy, seem slight"* (2006, p.14).

Daarnaast blijkt uit onderzoek van Franklin (2006) dat journalisten uit de regio liever samenwerken met de overheidsinstanties die economische en politieke macht hebben, dan ze te controleren. Na de verzuiling leken Nederlandse journalisten de banden met de politiek en het bedrijfsleven te hebben verbroken. Dit blijkt echter niet het geval, want het voortbestaan van de journalistiek is afhankelijk van deze partijen, die zij claimen te controleren en kritisch te beschouwen. Verschillende studies concluderen dat lokale journalisten buitengewoon nauwe en vriendschappelijke banden met nieuwsbronnen onderhouden of zelfs samenwerken met verschillende nieuwsbronnen (Deuze, 2004). Logischerwijs bestaat er een afhankelijkheidsrelatie tussen nieuwsbron en journalist, maar dit kan een belemmering zijn voor de onafhankelijkheid van de journalist. Dit spanningsveld is ondanks de ontwikkelingen in de maatschappij blijven bestaan.

Tegelijkertijd blijkt uit onderzoek dat de taak van journalisten om de machthebbers kritisch te beschouwen, bemoeilijkt wordt door persvoorlichters, communicatiemedewerkers of woordvoerders (Franklin, 2006). Zoals omschreven bij de maatschappelijke relevantie nemen gemeenten vaak persvoorlichters in dienst om positieve berichtgeving in de media te bereiken. Journalisten vertrouwen op de informatie van deze medewerkers (Franklin, 2006; Harrison, 2006; Bakker & Van Kerkhoven, 2013). Het overnemen van deze positieve berichtgeving brengt het goed informeren van burgers over het lokale overheidsbeleid en politieke besluitvorming in gevaar (Franklin, 2006).

Aan de hand van de bestaande literatuur kan geconcludeerd worden dat de functie van waakhond aan het veranderen is. De journalistieke waarden als: onafhankelijkheid, onpartijdigheid, objectiviteit, bedienen van het publiek en de machthebbers controleren, staan ter discussie. Het belang van de lokale journalistiek neemt toe om informatie over lokale politiek te verspreiden, terwijl onduidelijk is hoe lokale journalisten de rol van waakhond op zich nemen. De deelvraag hierbij is:

*Deelvraag 2: Hoe vatten lokale journalisten hun rol van waakhond op?*

### 2.3.2 Gatekeeping

De journalist heeft, van oudsher, de taak te bewaken welk nieuws wordt geselecteerd en hoe er over een onderwerp wordt bericht. Zij bepalen wat het publiek te zien, te horen en te lezen krijgt via de officiële nieuwsmedia (Deuze, 2005; Welbers, Van Atteveldt, Kleinnijenhuis, Ruigrok, & Schaper, 2015). Oftewel het proces van *gatekeeping* (Livingston & Bennett, 2003, p.364). Dit proces is echter aan maatschappelijke ontwikkelingen onderhevig, zoals veranderde leefpatronen en veranderende waarden en normen (Broersma, 2003; Van Vree & Azough, 2015). Waar voorheen de journalistiek een noodzakelijke schakel was in de productie van en de toegang tot maatschappelijke relevante informatie, lost de journalistiek nu op in een enorme hoeveelheid informatie, opinie, vermaak en sociaal verkeer, door het internet (Bardoel & Wijfjes, 2015). Het proces van *gatekeeping* gaat namelijk uit van een zendcultuur, waarin professionele journalisten het nieuws selecteren, produceren en distribueren. Maar verschillende mediawetenschappers stellen dat de actieve rol die het publiek speelt in het verspreiden van nieuws door het delen, becommentariëren en *liken*, een omslag heeft veroorzaakt naar een participatiecultuur.

Binnen de participatiecultuur wordt het proces van *gatekeeping* een proces van *gatematching*. Hierin bepaalt de journalist samen met het publiek wat relevant nieuws is; zodoende speelt het publiek een actieve rol in het journalistieke proces (Bruns, 2003, p.71-76). De rol van de journalist is meer het monitoren van alle informatie en het verwijzen naar beschikbare informatie. Ook is er het *gate opening* proces, waarbij de journalist geen enkele selectie meer doet en de gehele controle bij de gebruiker komt te liggen (Mitchelstein & Boczkowski, 2009, p. 571).

Op basis van deze literatuur kan geconcludeerd worden dat de selectie van nieuws niet alleen meer een verantwoordelijkheid van de journalisten is, maar dat het in toenemende mate bij het publiek komt te liggen. De vraag is of bij lokale journalisten ook sprake is van een



verschuiving van deze verantwoordelijkheid en of de waarde, dienstbaar zijn aan het publiek, nog relevant is. Op basis hiervan is de volgende deelvraag opgesteld:

*Deelvraag 3: Hoe vatten lokale journalisten hun rol als gatekeeper op?*

### 2.3.3 Publieksgerichtheid

Een belangrijke ontwikkeling volgens Broersma (2003) en Franklin (2006) is de toenemende concurrentie die invloed heeft op de publieksgerichtheid van journalisten. Door de technologische ontwikkelingen is veel informatie online en gratis beschikbaar. De lokale media zijn de afgelopen jaren, net als de landelijke media, aan het vernieuwen. Ze bevinden zich op verschillende platforms, zoals eigen websites en pagina's op sociale media. Dit zorgt voor een rijk lokaal medialandschap, maar tegelijkertijd voor erg veel concurrentie en voor weinig bereidheid om te betalen voor lokaal nieuws (Broersma, 2003). Het aantal lokale nieuwsmedia lijkt dus toe te nemen, maar in werkelijkheid neemt vooral het aantal aggregatiesites toe, volgens Bakker (in Laeven, 2014). Deze sites brengen gerecyclede informatie, waardoor er meer nieuwsmedia zijn, maar er minder nieuws is. De toenemende concurrentie heeft dus niet automatisch gezorgd voor meer verscheidenheid of kwalitatief hoogstaande journalistiek, maar juist voor meer van hetzelfde en soms zelfs verschraling van de berichtgeving (Bakker, 2004).

Daarnaast wordt de financiële situatie van nieuwsmedia op de proef gesteld. Traditionele lokale media hebben aan draagvlak ingeleverd door het geleidelijk afnemen van trouw publiek, waardoor adverteerders en investeerders afhaken. Het gevolg hiervan is, dat nieuwsorganisaties ervoor kiezen de kosten zo laag mogelijk te houden. Door bijvoorbeeld schaalvergroting en optimalisatie van het productieproces proberen ze het hoofd boven water te houden. Media met een eigen identiteit en geluid verdwijnen of zijn samengevoegd. Dit is een "*circulation spiral*", die niet makkelijk te doorbreken is en waarbij een fusie uitkomst kan bieden (Hendriks in Broersma, 2003, p.37).

Een andere belangrijke strategie voor nieuwsmedia om het hoofd boven water te houden is: publiek trekken door middel van het inspelen op hun wensen en behoeften (Deuze, 2004). Kennis van het publiek is hierbij cruciaal (Deuze, 2004; Karlsson, 2011). Uit onderzoek van Karlsson (2011) blijkt dat mediaorganisaties niet genoeg kennis hebben van de wensen en behoeften van hun publiek, terwijl het in kaart brengen van de wensen en behoeften de afgelopen jaren veel makkelijker is geworden. Het traditionele communicatiemodel van massamedia: "*one-to-many*", waarbij massamedia informatie naar

het publiek zenden, is verschoven naar een “*many-to-many*” communicatiemodel, waarbij interactie ontstaat tussen zenders en ontvangers (Hoffman & Novak, 1997, p. 44). Data, zoals: kijkcijfers, clicks, gesprekken met het publiek en de feedback van het publiek worden verzameld om kennis op te doen van de doelgroep. Zo kan het nieuws beter aansluiten op hun wensen en behoeften (Domingo, 2008; Witschge & Nygren, 2009).

Als gevolg hiervan voorziet Bruns (in Deuze, 2015, p.217) dat journalisten steeds meer van *publishing* naar *publicizing* gaan, wat inhoudt dat de journalist meer verantwoordelijkheid krijgt om zijn werk onder de aandacht te brengen bij het publiek (Deuze, 2015). Dit staat in contrast met het professionaliseringsideaal van een onafhankelijke journalistiek, maar het zou de publieksgerichtheid moeten verhogen (Deuze, 2015; Drok, 2015). Drok (2015) stelt dat de publieksgerichtheid juist is achtergebleven, met name bij de lokale journalistiek.

Kennis van de doelgroep kan ook zorgen voor betere banden met adverteerders of investeerders. Investeerders zijn meer geïnteresseerd in online nieuwsmedia die data verzamelen en dus meer kennis van de doelgroep hebben. Advertenties, advertorials, sponsoring en betaalde links zijn de meest voorkomende vormen van commerciële informatie (Evers, 2002). Hoewel journalisten misschien wel nieuws willen selecteren dat belangrijk is voor het publiek, spelen in toenemende mate de wensen van het publiek (wat ze willen lezen en zien) en de commerciële motieven een rol (Witschge & Nygren, 2009). De journalistieke uitingen moeten aantrekkelijk blijven voor lezers, kijkers en adverteerders om te kunnen voortbestaan (Bardoel & Wijfjes, 2015).

Ook lokale journalisten en redacties hebben de afgelopen jaren maatregelen genomen om kwaliteit te bieden en aantrekkelijk te blijven voor lezers, kijkers en adverteerders. Zo is de lokale journalistiek zich steeds meer gaan oriënteren op de toenemende beeld- en televisiecultuur, met als belangrijkste kenmerken: “*van hard nieuws naar zacht nieuws, nieuws verpakt als infotainment, van nieuwsfeiten naar meningen, verwevenheid van journalistiek en commercie, van verslaggeving naar duiding, actualiteitsdrift en kuddegedrag, van pluriformiteit naar convergentie en conformisme en van beroepsjournalist naar iedereen journalist*” (Buijs, 2008, p.56).

In het kort, publieksgerichtheid is ontstaan door toenemende concurrentie in het medialandschap en de commercialisering. Dit heeft invloed op de journalistieke waarden: onafhankelijkheid, betrouwbaarheid en objectiviteit. Commerciële belangen en aantrekkelijk nieuws brengen kunnen voorrang krijgen op de maatschappelijke taak om burgers goed te informeren. Onduidelijk is welke visie lokale journalisten hebben op het toenemende belang

van publieksgerichtheid of hoe dit een rol speelt op lokaal niveau. Daarom is de volgende deelvraag opgesteld:

*Deelvraag 4: Op welke manier spelen lokale journalisten in op hun publiek?*

#### 2.3.4 Betrokkenheid

De lokale gemeenschappen hebben plaats gemaakt voor een “*imagined community*”, ofwel een verbeeldende gemeenschap op basis van individuele eigenschappen en interesses (Anderson in Broersma, 2003, p.78). Keuzes worden gemaakt op basis van wisselende loyaliteiten en burgers wisselen daarbij niet alleen makkelijker van dagblad, televisiezender of internetpagina, maar ook van politieke partij, vriendenkring, leefstijl of maatschappelijke betrokkenheid. De nadruk ligt op zelfontplooiing, waarbij burgers recht menen te hebben op vervulling van individuele wensen en behoeften en daarbij neemt de betrokkenheid af (Broersma, 2003).

De betrokkenheid van het publiek bij het nieuws kan volgens Wijnberg gecreëerd worden door een meer verhalende journalistiek (in Harbers, 2015). In de afgelopen jaren is volgens verschillende onderzoeken een verschuiving gaande van de journalist als beschrijver naar duider. Het uitvoeren van de journalistieke waarde objectiviteit wordt hierdoor bemoeilijkt (Buijs, 2008; Bardoel & Wijfjes, 2015; Harbers, 2015). Het journalistieke interpreteren wordt dan ook steeds belangrijker, oftewel “*standpuntjournalistiek*” (Bardoel & Wijfjes, 2015, p.25) of “*meningenjournalistiek*” (Deuze, 2004, p. 45). Kenmerken als: hoor en wederhoor, scheiden van feiten en meningen, afstand tot bronnen en publiek, worden op de proef gesteld, omdat dit lastig te combineren is met interpretatie en duiding (Deuze, 2004; Bardoel & Wijfjes, 2015). Toch pleiten sommige journalisten voor meer verhalende journalistiek, met in de verslaggeving meer persoonlijke ervaringen, overtuigingen en emoties. Dit zorgt voor meer betrokkenheid bij een onderwerp, waardoor het publiek geboeid blijft (Wijnberg in Harbers, 2015).

Volgens onderzoek van Harbers (2015) wordt deze toename van duidend nieuws vaak afgedaan als oppervlakkig non-nieuws met als doel lezers te trekken. Dit zorgt ervoor dat bepaalde vormen, zoals bijvoorbeeld persoonlijke en verhalende journalistiek, bij voorbaat te kort worden gedaan. Hiervan is het gevolg dat weinig genuanceerd onderzoek is gedaan naar deze ontwikkelingen (Harbers, 2015). Het hoeft namelijk niet te betekenen dat de waarde objectiviteit volledig is weggevaagd. Door bijvoorbeeld duiding toe te schrijven aan

(officiële) bronnen, kan de journalist de rol van waardevrije waarnemer behouden (Deuze, 2004).

Een andere manier om het publiek te betrekken bij het nieuws is het inzetten van participatieve tools, die door de technologische ontwikkelingen mogelijk zijn. (Deuze, 2005; Atton, 2007; Domingo, 2008; Donsbach, 2014). Sociale media, fora en reactiemogelijkheden zijn voorbeelden van tools die allemaal bijdragen aan de interactie tussen nieuwsorganisatie en publiek (Domingo, 2008). De machtspositie van een nieuwsorganisatie wordt vervangen door een meer open gesprek tussen verschillende actoren, waardoor meer verbondenheid wordt gecreëerd met het publiek (Deuze, 2004; Domingo, 2008; Paulussen & Ugille, 2008; Stassen, 2010; Karlsson, 2011; Cissel, 2012). Het participeren in het journalistieke proces gebeurt in Nederland nog weinig, zo blijkt uit onderzoek van Costera Meijer en Groot Kormelink (2015), Drok (2015) en Van Vree en Azough (2015). Het delen van nieuws gebeurt met name offline, zoals op straat of bij de koffieautomaat.

Daarnaast zijn ook de grenzen tussen producent en consument aan het vervagen. Hierdoor ontstaan zogenaamde *prosumers*, oftewel burgers die zelfstandig nieuws produceren (Drok, 2015, p.263). De machtsverhouding tussen nieuwsorganisatie en publiek lijkt hierdoor verschoven. Het vergaren, produceren en verspreiden van nieuws wordt niet meer alleen bepaald door de journalisten van nieuwsorganisaties, maar in toenemende mate ook door het publiek (Donsbach, 2014). De Nederlandse burger heeft weinig interesse in het zelf produceren en verspreiden van nieuws, maar omdat het mondjesmaat toch voorkomt, pleiten verschillende journalisten voor meer nadruk op behoud van objectiviteit en feitelijkheid. Zij stellen dat deze waarden steeds belangrijker worden in een medialandschap waarin een overvloed aan onbetrouwbare informatie te vinden is, of informatie van slechte kwaliteit (Carlson, 2007).

Enerzijds zijn er onderzoekers die stellen dat een journalist overbodig wordt, omdat *“iedereen journalist kan zijn, maar niemand het nog is”* (Nossek in Bardoel & Wijfjes, 2015 p.12). Dit is één van de grootste bedreigingen van de journalistiek, omdat het een verlies aan kwaliteit en professionaliteit is. Anderzijds zijn er onderzoekers die stellen dat de rol van journalist juist belangrijker wordt, omdat zij de enorme hoeveelheid informatie kunnen filteren. Zij selecteren wat relevant is voor het publiek en beoordelen of de ene versie beter is dan de andere (Karlsson, 2011).

Oftewel, het lijkt lastig de Nederlandse burger te betrekken bij het nieuws. De algemeen maatschappelijke betrokkenheid neemt af; de burger onderneemt weinig om zelf te participeren in het nieuws door middel van reacties plaatsen, discussiëren of onderwerpen

aandragen. Ook zelf nieuws produceren komt in Nederland weinig voor. Het is nog onduidelijk in hoeverre een lokale journalist het publiek betreft bij het nieuws over lokale politiek. Daarom is de volgende deelvraag opgesteld:

*Deelvraag 5: In hoeverre betrekken lokale journalisten het publiek bij het berichten over lokale politiek?*

### 2.3.5 Snelheid en kwantiteit

Het werken onder tijdsdruk is voor journalisten geen ontwikkeling van de laatste tijd. Ook vóór de technologische mogelijkheden werkten journalisten met tijdsbeperkingen (Deuze, 2004). Deze ontwikkeling is in een stroomversnelling gekomen en tijd, snelheid en actualiteit worden nu de “*bouwstenen van de journalistiek*” genoemd (Deuze, 2004, p.89). Uit onderzoek van Franklin (2006) en Broersma (2015) is gebleken dat steeds minder journalisten meer werk moeten doen in minder tijd. Mede door deze ontwikkeling zijn de dagelijkse journalistieke werkzaamheden veelal gebaseerd op gestandaardiseerde formules en routines (Broersma, 2003; Deuze, 2004).

De routines die van oudsher bestonden, verdwijnen niet door de maatschappelijke ontwikkelingen, maar ze veranderen wel. Digitalisering geeft journalisten nieuwe creatieve mogelijkheden, maar tegelijkertijd zorgt de verhoogde snelheid van publiceren ervoor dat journalisten grotere behoefte hebben aan standaardisatie van de productie (Witschge & Nygren, 2009). Shoemaker en Reese hebben in 2014 omschreven hoe journalistieke routines invloed hebben op de selectie van nieuws. Zij gaan uit van routines die voortkomen uit drie domeinen: de nieuwsorganisatie als producent, het publiek als consument en de nieuwsbronnen als verschafter van informatie.

Høyer (in Shoemaker & Reese, 2014) omschrijft vijf journalistieke routines bij de productie van nieuws, te weten: het omschrijven van gebeurtenissen, de nieuwswaarde bepalen, interviewen, het toepassen van de omgekeerde piramide en objectiviteit nastreven. In de loop der jaren zijn de nieuwswaardige onderwerpen voor het publiek voorspelbaar geworden. De nieuwswaarde wordt beoordeeld aan de hand van zes criteria: het onderwerp is onderscheidend en belangrijk, bevat conflict of controversie, is ongebruikelijk of afwijkend, bevat human interest (onderwerpen over menselijke zorgen, problemen of gevoelens), is cultureel of geografisch nabij (Lee, Han, Shoemaker, & Cohen in Shoemaker & Reese, 2014). Aan de hand van deze nieuwswaarden wordt bepaald of en waar een nieuwsitem wordt geplaatst.

In de huidige maatschappij waar een toenemende concurrentie gaande is, zijn de nieuwswaarden soms niet meer genoeg. De nieuwswaarden worden soms extra benadrukt door het prikkelender of spannender brengen van onderwerpen (Vettehen, Beentjes, Nuijten, & Peeters, 2011). Op televisie wordt dit beoordeeld aan de hand van criteria als: het gebruik van prikkelende beelden en geluiden, het tempo van het nieuws op basis van het aantal camerashots, het aantal muziekgeluiden, ‘gewone mensen’ die reageren op een onderwerp en het aantal close-ups van personen. Bij geschreven teksten komt dit tot uiting in het gebruik van kleuren, foto’s en kortere verhalen met een opvallende/prikkelende kop (Franklin, 2006). Ook is een stroming ontstaan van berichtgeving die “*cynischer, harder en agressiever*” is geworden, om het publiek te blijven boeien (Patterson & Hallin in Deuze, 2004, p.86). De nieuwsjournalistiek wordt door deze ontwikkelingen in het publieke debat en in wetenschappelijke artikelen soms beschreven als beïnvloed door: impact, tabloid of sensatie (Vettehen et al., 2011).

De technologische ontwikkelingen zorgen ervoor dat het proces van standaardisatie van het nieuwsproces in een stroomversnelling is gekomen en de nadruk veel meer komt te liggen op de kwantiteit van nieuws (Witschge & Nygren, 2009). De 24-uurseconomie en het internet maken dat op elk moment van de dag nieuws gepubliceerd kan worden en dat is wat het publiek ook verwacht. De snelheid van het nieuws belemmert de journalist accuraat te zijn. Zo stelt Bakker dat voor onderzoeksjournalistiek geen tijd meer is (in Laeven, 2014). Uit onderzoek in Zweden en Engeland blijkt dat nieuwsfeiten worden gepubliceerd en achteraf pas gecontroleerd. Als de feiten niet kloppen worden correcties gepubliceerd. De verantwoordelijkheid van nauwkeurigheid wordt hiermee in toenemende mate bij de bronnen en het publiek gelegd (Witschge & Nygren, 2009).

De 24-uurseconomie zorgt ervoor dat niet alleen de hoeveelheid aan nieuws toeneemt, maar ook de diversiteit aan verschijningsvormen. Deze ontwikkelingen in het medialandschap hebben gevolgen gehad voor de beroepsvaardigheden, werkzaamheden en functies van de journalisten. Een voorbeeld hiervan is dat journalisten hun werkplek bijna niet meer verlaten (Franklin, 2006; Witschge & Nygren, 2009; Bakker, 2014). Het internet doorzoeken en telefoneren vervangen het fysiek ter plekke zijn van een journalist (Witschge & Nygren, 2009). Daarnaast moet een journalist door een toename van verschillende verschijningsvormen, *multi skilled* zijn (Witschge & Nygren, 2009, p.44; Bakker, 2014, p.597). Zeker op lokale redacties verwachten ze dat journalisten allround zijn, want zij verrichten de meest verschillende werkzaamheden (Pilling, 2006; Hermans et al., 2011).

Kortom, wanneer het gaat om snelheid en kwantiteit van nieuws is ook een spanningsveld met de journalistieke waarden merkbaar. Zo verstoort deze ontwikkeling de betrouwbaarheid, nauwkeurigheid en het proces van informatie verifiëren. Welke visie lokale journalisten op deze ontwikkeling hebben en hoe ze hiermee omgaan is nog onduidelijk, daarom is de volgende deelvraag opgesteld:

*Deelvraag 6: Op welke manier spelen snelheid en kwantiteit van nieuws een rol in het werk van lokale journalisten?*

### 2.3.6 Transparantie

Kovach en Rosentiel (in Deuze, 2004) stellen dat afstandelijke en onafhankelijke waarheidsvinding het basisprincipe van de journalistiek zou moeten zijn. Ook andere onderzoekers stellen dat objectiviteit een belangrijke waarde is in de journalistiek (Deuze, 2004; Broersma, 2015). Dit proces maakt de journalistiek uniek ten opzichte van andere professies (Deuze, 2004). Door bijvoorbeeld normen, routines en tekstuele conventies zou het journalistieke proces objectiever verlopen (Broersma, 2015). Uit onderzoek van Hermans et al. (2011) blijkt dat 69 procent van de Nederlandse journalisten objectiviteit zeer belangrijk vindt. Toch geven journalisten volgens Broersma (2015) geen weerspiegeling van de werkelijkheid, maar maken ze keuzes die representeren wat zij relevant of belangrijk vinden op basis van hun persoonlijkheid, ervaringen en overtuigingen. Er zijn drie verschillende perspectieven op het objectiviteitsideaal.

Davies stelt dat objectief berichten absoluut mogelijk is en dat de journalistiek zich in dit tijdperk juist kan onderscheiden van andere informatieverschaffers door objectief te berichten. Een tweede perspectief komt van Luyendijk en Wijnberg, die stellen dat objectiviteit ten principale onmogelijk is, maar dat het daarnaast ook niet nastrevenswaardig is. Journalisten moeten in plaats van een koele, afstandelijke observator meer verteller worden. Dat zou de betrokkenheid van de lezer en de interesse in het nieuws stimuleren. Daarnaast zijn er een aantal critici die stellen dat objectiviteit als strategie niet meer werkt. Profileren en her-ideologiseren moeten ervoor zorgen dat de journalistiek weer onderscheidend wordt (Broersma, 2015).

Een belangrijke nieuwe aanpak van journalisten is transparantie als aanvulling of vervanging van objectiviteit. Het vertrouwen in de professie zou geschonden zijn en door meer transparantie en verantwoording over de journalistieke werkwijze zou het vertrouwen van het publiek hersteld kunnen worden (Groenhart, 2015).

Transparantie is een fundamentele verandering in de journalistiek. Het verkondigen dat je waarheidsgetrouw handelt, is niet meer genoeg; de journalist moet bewijzen navolgbaar te zijn. Transparantie speelt een belangrijke rol in de verantwoording naar het publiek, in kwaliteitsborging, zelflegitimering en merkprofilering, maar ook als journalistiek gereedschap en als kenmerk van een "*community based journalism*" (Groenhart, 2015, p. 271). Ook voor het scheiden van redactionele en commerciële informatie is transparantie een kernbegrip. Nieuwsorganisaties moeten het publiek duidelijk maken wanneer het gaat om advertorials, advertenties of om betaalde publicaties of links (Evers, 2002). Het meer verantwoorden komt mede door het wantrouwen van het publiek en de journalistiek wil graag tegemoetkomen aan de wens om meer verantwoording (Groenhart, 2015).

Transparantie kan betekenen dat de journalistieke werkwijze onderdeel wordt van een bericht. Hierdoor worden de lezers of kijkers bewust van de journalistieke interventie en kunnen zij het nieuws beter op waarde inschatten (Karlsson, 2010; Groenhart, 2015; Harbers, 2015). Karlsson (2010) omschrijft dit als "*disclosure transparency*" (Karlsson, 2010, p. 537). Door verantwoording en openheid over het journalistieke proces krijgt het publiek extra informatie over bijvoorbeeld de selectie en productie van nieuws (Karlsson, 2010; Phillips, 2010). Daarnaast omschrijft Karlsson (2010, p. 538) nog een tweede vorm van transparantie: "*participatory transparency*". Het gaat hierbij om participatie en betrokkenheid van het publiek bij verschillende stadia in het journalistieke proces (Karlsson, 2010; Phillips, 2010; Groenhart, 2015; Kester & Kleppe, 2015). De samenwerking kan zorgen voor een verrijking van informatie.

Het lijkt hiermee of transparantie alleen voordelen heeft voor de journalistiek, maar toch kan meer transparantie tussen lezers en journalisten er juist voor zorgen dat het gezag van journalisten afneemt. Ook kan het de professionele autonomie aantasten. Dit komt doordat journalisten hun werkwijze moeten blootgeven, onder andere door aan te geven welke informatie nog onzeker of onduidelijk is, maar ook welke relatie de journalist tot zijn bronnen heeft (Groenhart, 2015).

Samengevat, transparantie lijkt een belangrijke ontwikkeling voor het journalistieke vakgebied. Deze ontwikkeling is nog niet eerder onderzocht bij lokale journalisten die berichten over lokale politiek. Door in de berichtgeving transparant te zijn, wordt de uitvoering van objectiviteit, professionele autonomie en bronbescherming bemoeilijkt. Het is interessant te onderzoeken welke visie lokale journalisten hebben op transparantie en welke rol transparantie speelt in de lokale journalistiek. De deelvraag die hiervoor is opgesteld, luidt als volgt:



## *Deelvraag 7: Hoe zien lokale journalisten hun rol op het gebied van transparantie?*

### **2.4 Conclusie**

Verskillende maatschappelijke, economische en technologische ontwikkelingen zorgen ervoor dat de journalistiek zoals voorheen niet meer bestaat. Ook de lokale journalistiek is onderhevig aan verschillende veranderingen, zoals: afname van abonnees, individualisering, commercialisering, afname van betrokkenheid, wisselende loyaliteiten van het publiek, de 24-uursecconomie, de economische crisis, concernvorming en toenemende concurrentie in de media. De lokale nieuwsmedia hebben dan ook vaak moeite het hoofd boven water te houden.

Daarentegen is door de aanzienlijke uitbreiding van de beleidstaken van gemeenten het belang van de lokale journalistiek juist toegenomen. Burgers zijn grotendeels afhankelijk van de berichtgeving van lokale journalisten over lokale politiek of lokaal bestuurlijke aangelegenheden, waarin burgemeester en wethouder(s), de gemeenteraad of het gemeentelijk apparaat een hoofdrol spelen. Lokale journalistiek is ook van belang voor een heterogeen informatieaanbod wat een noodzakelijke voorwaarde is voor een goed functionerende democratie. De verschillende maatschappelijke, economische en technologische ontwikkelingen hebben allemaal direct of indirect invloed op het functioneren van lokale journalisten. Dit roept vragen op rondom de journalistieke waarden waarnaar lokale journalisten handelen (O'sullivan & Heinonen, 2008).

Wel is duidelijk dat in een veranderde omgeving de journalistieke waarden zoals ze ooit bedacht zijn, niet een-op-een over te nemen zijn. Zo blijkt uit bestaande literatuur dat de functie van waakhond en de rol van het publiek verandert, objectiviteit ter discussie staat en concurrentie en commercie de journalistiek beïnvloeden. Waarden als: betrokkenheid, samenwerking, transparantie, interpretatie, publieksgerichtheid en snelheid van nieuws, lijken van toenemend belang in de journalistiek. Het is onduidelijk op welke waarden de berichtgeving over lokale politiek op dit moment gebaseerd is. De resultaten uit deze voorgaande onderzoeken worden meegenomen als richtinggevende concepten voor dit onderzoek, omdat aannemelijk is dat deze veranderingen in de journalistieke waarden ook van toepassing zijn op de lokale journalistiek.

Dit onderzoek is gericht op journalisten die berichten over lokale politiek, omdat onderzoek naar de journalistieke waarden onder deze journalisten nog ontbreekt. De vraag blijft bestaan welke taken en verantwoordelijkheden lokale journalisten zelf belangrijk vinden

in hun werk (rolperceptie) en welke rol de journalistieke waarden spelen in het berichten over lokale politiek. In hoeverre handelen journalisten naar de traditionele waarden uit de bestaande literatuur op lokaal niveau, of wijken ze hiervan af? En op basis van welke afwegingen worden keuzes gemaakt in het journalistieke proces?

### 3. Methode

Met de aanzienlijke uitbreiding van beleidstaken van gemeenten is het belang van lokaal politieke berichtgeving toegenomen. Burgers zijn namelijk grotendeels afhankelijk van de berichtgeving van lokale journalisten om goed geïnformeerd te worden over politieke zaken. Van oudsher handelen journalisten naar journalistieke waarden als: onpartijdig, objectief en eerlijk berichten, waarbij journalisten onafhankelijk en ethisch handelen en werken op basis van actualiteit en snelheid. Deze journalistieke waarden zijn nauw verbonden met ontwikkelingen in de maatschappij en onderhevig aan veranderingen. Nog onduidelijk is op basis van welke waarden lokale journalisten handelen, daarom wordt onderzocht: *Welke journalistieke waarden drijven lokale journalisten die berichten over lokale politiek?* Uit het theoretisch kader is gebleken dat een aantal thema's uit bestaande onderzoeken relevant zijn voor dit onderzoek. Op basis van de thema's zijn deelvragen geformuleerd. De zeven deelvragen zijn:

*Deelvraag 1: Welke rolperceptie hebben journalisten die berichten over lokale politiek?*

*Deelvraag 2: Hoe vatten lokale journalisten hun rol als waakhond op?*

*Deelvraag 3: Hoe vatten lokale journalisten hun rol als gatekeeper op?*

*Deelvraag 4: Op welke manier spelen lokale journalisten in op hun publiek?*

*Deelvraag 5: In hoeverre betrekken lokale journalisten het publiek bij het berichten over lokale politiek?*

*Deelvraag 6: Op welke manier spelen snelheid en kwantiteit van nieuws een rol in het werk van lokale journalisten?*

*Deelvraag 7: Hoe zien lokale journalisten hun rol op het gebied van transparantie?*

In dit hoofdstuk wordt beargumenteerd waarom gekozen is voor een kwalitatieve onderzoekbenadering voor het beantwoorden van de vragen. Daarnaast zal de manier van dataverzameling en data-analyse toegelicht worden.

#### 3.1 Kwalitatief onderzoek

Om antwoord te kunnen geven op de zeven deelvragen en uiteindelijk op de onderzoeksvraag, is gekozen voor een kwalitatieve onderzoekbenadering. Boeije (2014) omschrijft kwalitatief onderzoek als: “[...] strategieën voor de systematische verzameling, organisatie, en interpretatie van tekstueel materiaal dat is verkregen door gesprekken of observaties met het

*doel concepten te ontwikkelen die ons helpen om sociale verschijnselen in hun natuurlijke context te begrijpen met de nadruk op betekenissen, ervaringen, en gezichtspunten van alle betrokkenen” (p.22).*

Eén van de redenen om te kiezen voor een kwalitatieve benadering is, het achterhalen van persoonlijke ervaringen, gedachtegangen, keuzes en visies van lokale journalisten, wat voor dit onderzoek belangrijk is. Zij zijn de ervaringsdeskundigen en hun beleving is essentieel om mee te nemen. Ook wanneer uitkomsten uit de bestaande onderzoeken elkaar tegenspreken is een kwalitatieve onderzoekbenadering voor de hand liggend. Uit de bestaande onderzoeken zijn inzichten rondom de journalistieke waarden soms tegenstrijdig. Het is bijvoorbeeld niet helder of het objectiviteitsideaal, dat journalisten van oudsher nastreven, nog belangrijk of nastrevenswaardig is. Ook bestaan verschillende visies rondom het belang van transparantie.

Nog een reden om te kiezen voor kwalitatief onderzoek is, dat nog weinig onderzoek naar lokale journalistiek is gedaan en de journalistieke waarden nog niet in combinatie onderzocht zijn. Door middel van kwalitatief onderzoek kunnen minder gekaderde inzichten worden verkregen. Daarnaast volgen ontwikkelingen op het journalistieke vakgebied elkaar in snel tempo op, waardoor de uitkomsten van voorgaande onderzoeken snel zullen veranderen. Als laatste ligt het voor de hand een kwalitatieve onderzoekbenadering te kiezen, omdat in dit onderzoek de deelvragen een exploratief karakter hebben. De deelvragen zijn gericht op meningen of opvattingen van lokale journalisten.

## **3.2 Interviews**

Er is gekozen voor het afnemen van interviews. Interviews zijn: *“een gespreksvorm waarin een persoon – de interviewer – zich bepaalt tot het stellen van vragen over gedragingen, opvattingen, houdingen en ervaringen ten aanzien van bepaalde sociale verschijnselen, aan een of meer anderen – de participanten of geïnterviewden – die zich voornamelijk beperken tot het geven van antwoorden op die vragen”* (Boeije, 2014, p.78). Interviews zijn geschikt voor het verzamelen van rijke data, waarin het perspectief van de respondenten duidelijk wordt. Daarnaast bieden interviews de mogelijkheid voor respondenten om in eigen woorden te vertellen wat zij relevant vinden (Boeije, 2014). Dit zijn belangrijke redenen om te kiezen voor interviews; de input hieruit zorgt ervoor dat antwoord gegeven kan worden op de deelvragen.

In dit onderzoek is gekozen voor semi- of halfgestructureerde interviews, waarbij gebruik gemaakt wordt van een topiclijst. De topiclijst zorgt voor sturing, structuur en volledigheid van het interview en omvat thema's en mogelijke vragen rondom de journalistieke waarden die journalisten drijven in het dagelijks werk. Er zijn zeven thema's opgesteld die gebaseerd zijn op de deelvragen die zijn voortgekomen uit de bestaande literatuur zoals beschreven in hoofdstuk 2. Semi- of halfgestructureerde interviews maken het mogelijk door te vragen naar voorbeelden, details, gang van zaken, omstandigheden en gevolgen, zodat zowel de breedte als de diepte van een thema verkend kan worden (Legard, Keegan, & Ward, 2003; Boeije, 2014). In de volgende paragraaf is de topiclijst uitgewerkt.

Welke vragen gesteld worden, op welke manier en in welke volgorde, is tijdens het gesprek bepaald (Boeije 2014). Zo komen ook onderwerpen aan bod die de journalisten zelf aandragen die tot nieuwe inzichten leiden. Op basis van de antwoorden van de respondenten zijn verdiepende vervolgvragen gesteld om meer details, voorbeelden, gevolgen of omstandigheden te achterhalen. De vervolgvragen zijn niet vooraf uitgeschreven. Deze manier van dataverzameling heeft rijke data opgeleverd voor de analyse.

Dit is een flexibele methode van onderzoek, doordat tijdens het interview de vragen aangepast kunnen worden op de situatie van de onderzochten en om beter te kunnen waarnemen wat waargenomen zou moeten worden. Deze methode heeft als direct gevolg dat herhaling van het onderzoek lastig is (Boeije, 2014). Om de betrouwbaarheid van het onderzoek te verhogen is gekozen voor het terugkoppelen van de transcripten aan de respondenten. Op deze manier kan eventueel verkeerde informatie verwijderd of aangepast worden voor de analyse.

### **3.3 Topiclijst**

Ter voorbereiding op de interviews zijn de thema's uit de deelvragen omgezet in open vragen die tijdens het interview, wanneer relevant, voorgelegd zijn aan de geïnterviewden; dit is de topiclijst. Allereerst zijn de openingsvragen gesteld: hoe iemand journalist geworden is en waarom iemand journalist geworden is. Deze vragen zorgden ervoor dat journalisten zelf vertelden over verschillende onderwerpen die hen bezighielden in de dagelijkse praktijk. Vervolgens kon ingeschat worden wanneer de vragen uit de topiclijst relevant waren om te stellen.

Tijdens de interviews is gelet op uitspraken over onderwerpen om een koppeling te maken met de vragen uit de topiclijst. Voorbeelden van deze onderwerpen zijn opgenomen in de topiclijst. In tabel 1 is een overzicht te zien van de topiclijst die opgesteld is.

*Tabel 1: Topiclijst*

<b>Thema uit de deelvraag:</b>	<b>Vragen:</b>	<b>Tijdens interview gelet op uitspraken over bijvoorbeeld:</b>
<i>Rolperceptie</i>	Hoe ziet u uw rol als journalist? Welke (maatschappelijke) taken en verantwoordelijkheden vervult u als journalist van de lokale politiek?	Verantwoordelijkheden, taken, rol of functie.
<i>Rol van waakhond</i>	Op welke manier controleert u de machthebbers die het beleid bepalen? Welke dilemma's ervaart u hierbij?	Controleren overheid of kritisch beschouwen machthebbers.
<i>Gatekeeping</i>	Op welke manier komt u aan onderwerpen voor uw berichtgeving? Welke dilemma's komt u hierbij tegen?	Selectie nieuws of filteren informatie.
<i>Publieksgerichtheid</i>	Wat weet u van uw publiek? Op welke manier houdt u rekening met uw publiek in uw berichtgeving? Welke dilemma's brengt dit met zich mee?	Wensen en behoeften publiek, kennis doelgroep of aantrekkelijk nieuws produceren.
<i>Betrokkenheid</i>	Hoe creëert u betrokkenheid van het publiek bij het nieuws? Welke tools zet u in om uw publiek te betrekken bij het nieuws? Welke reacties, bijdragen krijgt u van uw publiek? Welke dilemma's ervaart u hierbij?	Interactie met publiek, betrokkenheid publiek, participeren, nieuws aanvullen of reageren op nieuws.
<i>Snelheid</i>	Hoe gaat u om met tijdsdruk in uw werk? Welke dilemma's brengt dit met zich mee?	Tijdsdruk, snelheid, actualiteit of routines.
<i>Transparantie</i>	Wat schrijft u over de totstandkoming van het nieuws? Welke dilemma's ervaart u hierbij?	Verantwoording afleggen, transparantie, vertrouwen of navolgbaar zijn.

Soms is afgeweken van de topiclijst wanneer een bepaald onderwerp om meer aandacht vroeg. Bijvoorbeeld wanneer een nieuw onderwerp tijdens een interview meerdere keren terugkwam. Deze nieuwe inzichten zijn tijdens het onderzoek gebruikt voor de vervolginterviews en de topiclijst is hierop aangepast (Boeije, 2014). Een voorbeeld van een onderwerp dat tijdens de interviews aan bod kwam, was: het belang van een netwerk. In de vervolginterviews is dit onderwerp ook aan de orde gekomen, hoewel het aanvankelijk niet op de lijst stond.

### 3.4 Respondenten

Bij het benaderen van lokale journalisten is gelet op bepaalde criteria waar ze voor het interview aan moeten voldoen. Een lokale journalist is iemand die informatie, in dit geval over lokale politiek, uit een bepaald afzetgebied verzamelt, produceert en publiceert (in de media) uit naam van een officiële nieuwsorganisatie (“Journalistiek”, n.d.). In deze definitie betekent berichtgeving over lokale politiek: berichten over lokaal bestuurlijke aangelegenheden waarin burgemeester en wethouder(s), de gemeenteraad of het gemeentelijk apparaat een hoofdrol spelen (Kik & Landman, 2013).

Daarnaast zijn criteria opgesteld voor het bereiken van een diverse groep. Er is gelet op de mediatypen waar lokale journalisten voor werken, bijvoorbeeld krant, internet, televisie of radio. Ook is getracht zoveel mogelijk verschillende gemeenten te vinden waar de journalisten over berichten. Bij de verscheidenheid aan gemeenten is specifiek gelet op de grootte van de gemeente, omdat uit voorgaand onderzoek is gebleken dat de hoeveelheid nieuws over lokale politiek sterk samenhangt met het aantal inwoners (Kik & Landman, 2013). Er is verschil gemaakt tussen kleine gemeenten, dit zijn gemeenten met minder dan 20.000 inwoners; gemeenten van gemiddelde grootte, tot 100.000 inwoners en tot slot grote gemeenten, meer dan 100.000 inwoners, op de peildatum 1 januari 2016.

Voor dit onderzoek zijn 15 lokale journalisten geïnterviewd. Deze journalisten zijn op drie verschillende manieren geselecteerd. Allereerst zijn lokale journalisten benaderd via redacties, die vooraf doelgericht geselecteerd zijn, ook wel “*purposive sampling*” (Boeije, 2014, p.61). Bij de redacties zijn contactgegevens opgevraagd van de journalisten die specifiek berichten over lokale politiek. Daarnaast zijn lokale journalisten benaderd via het netwerk van de onderzoeker en als laatste is via het zogenaamde “*snowball sampling*” geselecteerd (Gilbert, 2008, p.179). Oftewel, lokale journalisten waarbij een interview afgenomen is, is naar contactgegevens gevraagd van andere journalisten om die te kunnen

benaderen. Tijdens het afnemen van de interviews gaven journalisten zelf aan, dat ook het type journalist relevant is voor het onderzoek. Dit criterium is later toegevoegd en tijdens de selectie van de respondenten is bewust gezocht naar verschillende typen lokale journalisten om een completer beeld te kunnen schetsen. Hier is onderscheid gemaakt tussen: de journalist die werkt voor een betaald medium, een huis-aan-huismedium, een gesubsidieerde nieuwsorganisatie en de freelancer. Een freelancer werkt als zelfstandige ondernemer en krijgt betaalde opdrachten van betaalde lokale media of huis-aan-huismedia. De initiële criteria en aanvullende criteria zijn redelijk gewaarborgd in de selectie. Er zijn bijvoorbeeld meerdere journalisten uit Rotterdam geselecteerd en er zijn meer journalisten van huis-aan-huismedia geselecteerd dan van de andere typen journalisten. In tabel 2 is een overzicht van de respondenten te vinden.

*Tabel 2: Overzicht van respondenten*

	<b>Gemeente</b>	<b>Type journalist</b>	<b>Media</b>	<b>Grootte gemeente</b>
# 1.	Westvoorne / Brielle	Freelance	Krant en internet	Klein
# 2.	Capelle aan den IJssel	Subsidie	Radio, krant en internet	Gemiddeld
# 3.	Krimpenerwaard	Subsidie	Tv en radio	Gemiddeld
# 4.	Den Haag / Delft	Betaald medium	Krant en internet	Groot
# 5.	Nederlek / Krimpenerwaard	Freelance	Radio, tv, krant en internet	Klein en gemiddeld
# 6.	Giessenlanden	Huis-aan-huis	Krant en internet	Klein
# 7.	Lansingerland	Huis-aan-huis	Krant en internet	Gemiddeld
# 8.	Rotterdam	Betaald medium	Krant en internet	Groot
# 9.	Rotterdam	Subsidie	Internet	Groot
# 10.	Zuidplas / Capelle	Freelance	Krant en internet	Gemiddeld
# 11.	Vlaardingenveld	Huis-aan-huis	Internet	Gemiddeld
# 12.	Ridderkerk	Huis-aan-huis	Krant en internet	Gemiddeld
# 13.	Maassluis / Schiedam	Betaald medium	Krant en internet	Gemiddeld
# 14.	Eindhoven	Betaald medium	Krant en internet	Groot
# 15.	Nissewaard	Huis-aan-huis	Krant en internet	Groot

### 3.5 Analyse

Voor de analyse zijn alle interviews getranscribeerd. Deze teksten zijn vervolgens in drie fases gecodeerd. De data zijn allereerst gecodeerd aan de hand van het ‘labelen’ van tekstfragmenten, oftewel open coderen (Boeije, 2014). Deze labels zijn codes die de zin of het



stuk tekst het beste thematiseren. Dit is het inductieve stadium waarin exploratie overheerst. Na het open coderen zijn open codes ontstaan (appendix A), die in het volgende stadium axiaal zijn gecodeerd. Bij het axiaal coderen zijn belangrijke onderwerpen in het open coderen gecategoriseerd en worden verbanden tussen categorieën aangegeven (Boeije, 2014). Door het ordenen van de codes zijn ook een aantal irrelevante codes afgevallen (zoals de codes: 'ouder publiek' en 'cultuur per gemeente verschillend') en worden verbanden gelegd tussen de categorieën. Het selectief coderen is de laatste fase waarbij de kernthema's bepaald zijn op basis van de belangrijkste boodschap in de data. Andere categorieën kunnen vervolgens systematisch worden gekoppeld aan deze kernthema's (appendix B) (Strauss & Corbin, 1998; Boeije, 2014).

Uit het selectief coderen is gebleken dat vier kernthema's te onderscheiden zijn. Het eerste kernthema is persoonlijke motivatie. De open codes die geleid hebben tot categorieën tijdens de axiale codering zijn bijvoorbeeld: hobbyisten, leuk om te schrijven, maatschappelijke bijdrage leveren, imago journalist, drijfveer passie, politieke spelletje leuk, politiek hoort erbij, affiniteit politiek en mondjes voeden. Tijdens het axiaal coderen zijn deze codes gevormd tot categorieën bestaande uit: persoonlijke waarden, maatschappelijke taak, politieke motivatie en verschillende doelen. In het laatste stadium, het selectief coderen, zijn de categorieën samengevoegd tot het kernthema: persoonlijke motivatie.

Het tweede kernthema is marktwerking. Ten grondslag aan dit thema liggen open codes zoals: experimenteren verdienmodellen, verschraling/kaalslag, bezuinigingen, fuseren lokale media, afnemende advertentie-inkomsten, toenemende commerciële belangen, concurreren met kwaliteit, afname lokale journalisten en veranderende samenleving. Uit deze open codes zijn gedurende het axiaal coderen categorieën ontstaan als: concurrentiedruk, professionalisering, maatschappelijke ontwikkelingen, mate invloed economische positie en mate van commercialisering. Zo is dit kernthema uiteindelijk tot stand gekomen bij selectief coderen.

Beroepsverantwoordelijkheid is het derde kernthema. Voorbeelden van open codes die geleid hebben tot de categorieën tijdens het axiaal coderen zijn: informeren burgers, controleren volksvertegenwoordigers, begrijpelijk schrijven, uitlegger, monitoren internet, ongeschreven taken, nieuws in context zetten, journalisten ook foto's maken, hoor/wederhoor, verifiëren bronnen en tijdsdruk. De categorieën voortgekomen uit deze open codes zijn: rolperceptie, selectie van nieuws, productie van nieuws, ongeschreven verantwoordelijkheden, tijdsbeperkingen en omgang verantwoordelijkheid. Gedurende het

selectief coderen zijn deze categorieën samengevoegd tot het kernthema: beroepsverantwoordelijkheid.

Tot slot is relationele afhankelijkheid het vierde kernthema. De open codes die de basis vormen voor de categorieën gevormd tijdens het axiaal coderen, zijn bijvoorbeeld: relatiemanagement, publiek controleert, repercussies vanuit netwerk, vertrouwenspersoon, macht adverteerders, inmenging communicatie storend en fingerspitzengevoel. De categorieën uit het axiaal coderen, die ten grondslag liggen aan het kernthema, zijn: spanningsvelden, netwerken, wederzijdse afhankelijkheid, repercussies en betrokkenheid.

Kortom, door middel van het systematisch doorlopen van de stappen binnen de analyse zijn patronen en regelmatigheden in het tekstuele materiaal gevonden (Gilbert, 2008; Boeije, 2014). Aan de hand van de drie fases: open coderen, axiaal coderen en selectief coderen, zijn de kernthema's: persoonlijke motivatie, marktwerking, beroepsverantwoordelijkheid en relationele afhankelijkheid gevormd. Om navolgbaar te zijn, zijn de stappen uit de analyse opgenomen in appendix A en B. In het volgende hoofdstuk worden de resultaten uiteengezet.

## 4. Resultaten

In dit hoofdstuk worden de resultaten gepresenteerd. De bevindingen uit de interviews zijn samengevat in de vier kernthema's: persoonlijke motivatie, marktwerking, beroepsverantwoordelijkheid, en relationele afhankelijkheid. Journalisten vertellen over de persoonlijke waarden en overtuigingen die hen motiveren voor het vak. Deze persoonlijke motivatie wordt volgens de journalisten beïnvloed door de context waarin zij werken. Tevens blijkt uit de interviews dat de marktwerking binnen het medialandschap ervoor zorgt dat de context waarin zij werken continu onderhevig is aan veranderingen. Lokale journalisten ervaren een beroepsverantwoordelijkheid die soms moeilijk te stroomlijnen is met deze marktwerking. Een andere invloed die het uitvoeren van de beroepsverantwoordelijkheid bemoeilijkt zijn relationele afhankelijkheden. Het hebben van een netwerk in de gemeente en het onderhouden van relaties met bijvoorbeeld adverteerders en het publiek zijn volgens de journalisten belangrijk.

Daarnaast blijkt uit de analyse dat de lokale journalisten vinden dat er niet één type lokale journalist is, maar dat er verschillende typen zijn. De typen die deze studie onderscheiden zijn: de lokale journalist die werkt bij een betaald medium, een huis-aan-huisblad, een gesubsidieerde nieuwsorganisatie en een zelfstandig ondernemer. In de interviews zeggen de journalisten:

“Maar wat belangrijk voor jou is, is dat ik freelancer ben. Voor je onderzoek is het goed om iemand te nemen die in vaste dienst is.”

*Freelancer (Int. 1, p.15).*

“Ik weet alleen niet precies hoe (...) ze nou uitbetaald worden en wat nou precies de bedoeling is (...) Wij krijgen geen subsidie, dus dat is anders. Dan zou je met hen moeten praten.”

*Dagbladjournalist (Int. 14, p.308).*

Tussen deze vier typen journalisten bestaan verschillen, maar ook overeenkomsten. Allereerst worden de typen journalisten uitgelegd en vervolgens worden aan de hand van de vier ontdekte kernthema's de overeenkomsten en verschillen tussen deze groepen toegelicht.

## 4.1 Typen lokale journalisten

Uit de analyse blijkt dat vier verschillende typen lokale journalisten te onderscheiden zijn. Het onderscheid is gebaseerd op de soort nieuwsorganisatie, hoe de nieuwsorganisatie gefinancierd wordt, maar ook het dienstverband van de journalist speelt een rol.

Het eerste type is de lokale journalist die werkt bij een medium dat dagelijks nieuws produceert voor zowel krant als internet. Deze journalist werkt in dienst van een medium dat inkomsten genereert met de verkoop van advertenties en abonnementen. Deze media krijgen dus te maken met zowel de adverteerders die advertentieruimte kopen, als met het publiek dat bewust betaalt voor het nieuws. Dit kan bijvoorbeeld een abonnement op een krant zijn, maar ook steeds vaker wordt op internet een manier bedacht om het publiek te laten betalen voor nieuws. Deze lokale journalisten zullen in de rest van het onderzoek ‘dagbladjournalisten’ genoemd worden.

“Wij hebben dus met z’n tweeën elke dag verantwoordelijkheid voor de eerste vijf pagina’s. En we hebben (...) freelancers (...) want het zou natuurlijk niet kunnen om 5 pagina’s vol te schrijven, maar we hebben er wel de verantwoordelijkheid voor...”

*Dagbladjournalist (Int. 4, p. 53).*

Het tweede type is de lokale journalist die werkt bij een huis-aan-huismedium. Deze media produceren vaak één keer per week een krant en daarnaast verspreiden ze online nieuws. De nieuwsorganisaties worden volledig gefinancierd uit inkomsten van advertenties. De journalisten die werken voor een huis-aan-huismedium zijn in loondienst of zijn hobbyisten die een vrijwillige bijdrage leveren. Iedere inwoner heeft gratis toegang tot informatie van een huis-aan-huismedium. Ook op internet wordt dit nieuws steeds meer gepubliceerd op een website van een bestaande krant of op een nieuw initiatief zoals een *web only* nieuwsorganisatie; zij verspreiden alleen nieuws via het internet. De informatie is voor de inwoners gratis. Deze journalisten worden aangeduid als ‘weekbladjournalisten’.

“Het (...) is gewoon een bedrijf (...) dat draait op advertenties en als er onder de streep wat overblijft kosten minus opbrengsten dan, doe je dat goed. (...) Het is een krant zonder abonnees die echt gericht is op advertentie-inkomsten.”

*Weekbladjournalist (Int. 5, p.66).*

Het derde type is de lokale journalist die werkt bij een gesubsidieerd nieuwsmedium. Deze organisaties worden gesubsidieerd door de overheid, aangevuld met financiële schenkingen van bedrijven die hen een warm hart toedragen. De journalisten die werken voor deze organisaties zijn veelal vrijwilligers en soms een aantal betaalde krachten. Deze nieuwsorganisaties hebben niet als doel winst te maken. De informatie die verspreid wordt door deze media is, net als bij huis-aan-huismedia, gratis beschikbaar voor iedereen. Deze journalisten worden in dit onderzoek ‘subsidiejournalisten’ genoemd.

“Uiteindelijk is het belastinggeld wat naar ons toekomt als subsidie. Heel indirect betaalt de inwoner voor de omroep. Het is gemeenschapsgeld daar moet je gewoon goed mee omgaan...”

*Subsidiejournalist (Int. 3, p.39).*

Het laatste type is de journalist die werkt als zelfstandig ondernemer. Deze lokale journalist heeft minder direct te maken met de dilemma’s van een nieuwsorganisatie. Zij hebben een eigen bedrijf en moeten opdrachten vanuit redacties krijgen. De opdrachtgever kan zowel een redactie van een betaald medium zijn als van een huis-aan-huismedium. Er zijn geen freelancers gevonden die voor een gesubsidieerd medium werken, waarschijnlijk omdat daar weinig budget is voor externe krachten. Het tarief voor deze journalist wordt op verschillende manieren bepaald. Dit kan bijvoorbeeld zijn: per centimeter in de krant, per woord of een afgesproken bedrag per artikel. Deze journalisten worden verder aangeduid als ‘freelancers’.

“Meerdere opdrachtgevers heb ik (...) in verschillende gemeenten. En (...) ik werk dus per opdracht eigenlijk. Zo moet je het zien.”

*Freelancer (Int. 10, p.167-168).*

Alle vier de typen krijgen te maken met overeenkomstige en verschillende dilemma’s in het journalistieke proces. Bij ieder kernthema worden allereerst de overeenkomsten toegelicht en vervolgens wordt ingezoomd op de verschillen.

## 4.2 Persoonlijke motivatie

De lokale journalisten vertellen in de interviews de reden waarom ze journalist willen zijn en waarom ze berichten over lokale politiek. Persoonlijke waarden worden aangedragen als motieven om journalist te worden en fungeren als basis voor de keuzes die gemaakt worden in de dagelijkse praktijk. Een journalist vertelt:

“Als ik het werk niet gewoon leuk zou vinden, zou ik het niet doen. (...) Ik vind schrijven leuk, ik vind het leuk om uh als ik een gemeentelijk stuk krijg om van vier A4'tjes (...) drie alinea's te maken.”  
*Weekbladjournalist (Int. 12, p.223).*

De lokale journalisten vertellen ook dat het vervullen van een maatschappelijke taak een belangrijke reden is om te werken. In de interviews omschrijven ze dit bijvoorbeeld als:

“Ja omdat het me ligt (...). Maar ook omdat ik het belangrijk vind dat gewoon bepaalde zaken naar buiten komen, dat iedereen goed geïnformeerd is.”  
*Freelancer (Int. 1, p.3).*

“In Nederland is democratie heel belangrijk en elke vier jaar hebben we de kans om iemand te kiezen.. (...) En dan is het ook belangrijk dat je volgt of ze doen wat ze beloofd hebben.”  
*Dagbladjournalist (Int. 14, p.334).*

Uit de interviews blijken twee opvattingen over de politieke motivatie te bestaan: journalisten die specifiek gekozen hebben voor het schrijven over lokale politiek en journalisten die berichten over lokale politiek omdat het iets is dat erbij hoort:

“Nou dat was niet specifiek politiek in de begintijd. (...) Maar politiek (...) heb ik er wel altijd bij gedaan. Het maakt altijd wel onderdeel uit van mijn werk (...) omdat het erbij hoort..”  
*Dagbladjournalist (Int. 4, p. 47-48).*

“Ik vind het heerlijk... Politiek. De debatten, de spelletjes die gespeeld worden, ik hoor ook alles, iedereen lekt wel een keer.”  
*Weekbladjournalist (Int. 11, p.199).*

De persoonlijke doelen zijn afhankelijk van de verschillende typen lokale journalisten.

### *De dagbladjournalist*

De motivatie van een lokale journalist die werkt bij een betaald medium, is in de eerste plaats het verdienen van geld om rond te komen in het dagelijks leven. Zo vertelt een dagbladjournalist:

“De banen in de journalistiek liggen niet voor het oprapen en op een bepaalde leeftijd wil je toch een vast inkomen, als je een hypotheek of kinderen hebt.. Dat is voor mij ook belangrijk.”  
*Dagbladjournalist (Int. 13, p.307).*

Een andere reden om te werken als dagbladjournalist is status. De andere typen lokale journalisten ervaren dat zij ondergeschikt zijn aan de dagbladjournalisten. Zij ervaren dat voorrang en voorkeur gegeven wordt aan de dagbladjournalisten op het moment dat een scoop te melden is of als de politiek contact zoekt met de pers:

“En als grotere krant of betaalde krant ben je gewoon eerder aan de beurt [of] aan het woord, hè? Dat soort afwegingen worden aan de andere kant ook gemaakt. Zij maken de keuze voor het medium, ten behoeve van het effect. Grotere media hebben een groter bereik.”

*Subsidiejournalist (Int. 2, p.27).*

“Ik weet inderdaad wel dat [de betaalde krant] zeg maar.... Op het stadhuis (...) wanneer het gaat om prioriteit, boven [het gesubsidieerde medium] staat. Als [de betaalde krant] iets over een partij schrijft dan vinden ze dat toch wel belangrijker dan dat ze dat van ons vinden.”

*Subsidiejournalist (Int. 9, p.145).*

### *De weekbladjournalist*

Bij de huis-aan-huismedia werken journalisten in loondienst en vrijwilligers. Lokale journalisten in loondienst vertellen dat hun motivatie een inkomen is, net als de dagbladjournalisten. Daarnaast wordt lokale politiek in meerdere gemeenten verslagen door journalisten die een kleine inspanningsvergoeding krijgen die niet genoeg is om van te leven. Dit zijn bijvoorbeeld mensen die met pensioen of prepensioen zijn. Voor deze lokale journalisten is geld niet de voornaamste reden om als journalist te werken, maar zij zeggen dat een bijdrage willen leveren aan de maatschappij en een passie voor het schrijven redenen zijn om lokale politiek te verslaan. Een weekbladjournalist, die met prepensioen is, vertelt bijvoorbeeld:

“Ik ben met prepensioen een paar jaar (...) en ik dacht ik ga wat anders doen. (...) En ik kwam iemand tegen van vroeger die redacteur is van de grootste plaatselijke krant en die vroeg om een politiekverslaggever. Nou dat lijkt mij wel leuk. (...) Uit interesse.”

*Weekbladjournalist (Int. 7, p.101).*

### *De subsidiejournalist*

Om als journalist te werken bij deze organisaties is geld niet de voornaamste reden, omdat het geen fulltimebaan is, of omdat ze hier geen geld verdienen. De redenen die deze journalisten aandragen voor het produceren van nieuwsartikelen zijn: een bijdrage leveren aan de maatschappij, hobby, het werken aan hun naamsbekendheid en het opbouwen van een

netwerk, cv en imago. Het vrijwilligerswerk zou een goede opstap zijn naar een betaalde baan of het zou kunnen zorgen voor meer betaalde journalistieke opdrachten:

“Het is wel vaak zo dat het wel voor heel veel mensen een springplank is om wel een betaalde klus te krijgen ook via [dit medium], omdat er ook wel heel veel mensen werken bij andere mediaorganisaties.”  
*Subsidiejournalist (Int. 9, p. 152).*

### *De freelancer*

Dan als laatste de journalist die werkt als freelancer. De freelancers vertellen dat hun voornaamste motivatie het binnenhalen van opdrachten en het verdienen van geld is. De directe reden dat zij artikelen schrijven is geld verdienen met het artikel, maar de indirecte reden is dat zij hopen dat ze met het geschreven artikel ook een volgende opdracht binnenhalen:

“Je probeert natuurlijk en zo goed mogelijk stuk af te leveren.. Dat heeft namelijk weer invloed op de volgende opdracht.. En dat is anders dan wanneer je in vaste dienst bent..”  
*Freelancer (Int. 10, p.177).*

Ook deze groep geeft aan dat de artikelen die zij voor de nieuwsorganisaties schrijven kunnen bijdragen aan naamsbekendheid, opbouw van netwerk, cv en imago. Uit de interviews blijkt dat freelancers vaak, naast opdrachten van verschillende nieuwsorganisaties, ook andere werkzaamheden verrichten zoals bijvoorbeeld: commercieel tekstschrijver, voorlichter, of andere communicatietaken. Een freelancer vertelt:

“Vanaf 1995 (...) werk ik voor [een huis-aan-huisblad]. Daarnaast heb ik nog een tekstbureau en lever ik teksten voor websites en sociale media voor gemeenten en bedrijven. Op het ogenblik (...) heb ik daar het meeste werk aan. (...) Verder presenteer ik regelmatig dingen, dus dagvoorzitterschap of debatten leiden en een show aan elkaar praten.”  
*Freelancer (Int. 5, p.66).*

Kortom, de overeenkomstige redenen om te werken als journalist zijn: het vervullen van een maatschappelijke taak en de politieke motivatie. Daarnaast zijn tussen de typen journalisten verschillen gevonden. Geld verdienen staat voor drie groepen centraal, de dagbladjournalisten, de weekbladjournalisten (die betaald krijgen) en de freelancers. Hierbij hebben freelancers aanvullende redenen, namelijk: het binnenhalen van nieuwe opdrachten en het opbouwen van een netwerk, cv of imago. Bij de subsidiejournalisten is ook het opbouwen



van een netwerk, cv of imago een belangrijke reden om te werken. Het motief van weekbladjournalisten die geen vergoeding krijgen voor hun werk is, passie voor het schrijven. De journalisten maken dus in bepaalde situaties keuzes die gedreven zijn door persoonlijke motieven in plaats van keuzes die gedreven zijn door de journalistieke waarden.

De huidige markt speelt een belangrijke rol in de motivatie van lokale journalisten, oftewel de marktwerking beïnvloedt de journalist. In de volgende paragraaf wordt het thema marktwerking verder toegelicht.

### 4.3 Marktwerking

De lokale journalisten bevestigen dat het journalistieke vakgebied onderhevig is aan veranderingen en nauw verbonden is met ontwikkelingen in de markt. Door maatschappelijke ontwikkelingen ervaren alle lokale journalisten toenemende concurrentiedruk, professionalisering, bezuinigingen en fusies. De mate waarin de typen journalisten beïnvloed worden door marktwerking is gebaseerd op de manier waarop de nieuwsorganisatie gefinancierd is.

De concurrentiedruk is volgens alle typen lokale journalisten de afgelopen jaren toegenomen, wat onder andere geleid heeft tot minder lokale media. Via het internet is veel gratis nieuws beschikbaar en ook de hoeveelheid informatiestromen neemt toe, zoals gemeenten die zelf nieuws verspreiden. Concurrentie zorgt voor een toename aan kwaliteit, stellen de journalisten. Die kwaliteit kan gebruikt worden als middel om de nieuwsorganisatie te profileren. Op deze manier kan de concurrentiestrijd aangegaan worden met bijvoorbeeld berichten op Facebook en andere nieuwsmedia:

“Internet is langzamerhand reëel aan het worden (...). Het heeft een aantal hele goeie dingen gebracht, maar ook een aantal hele vervelende dingen. Gegeven is gewoon dat uh.. Er verschijnt zoveel vuil op internet... Dat.. uh allemaal idioten kunnen daar nu gewoon gebruik van maken.. (...) En misschien is er ook geen oplossing voor (...) maar kwaliteit komt altijd bovendrijven.”

*Subsidiejournalist (Int. 2, p.51-52).*

Niet in iedere gemeente zijn meerdere lokale media aanwezig die verslag doen van de lokale politiek. Op de plekken waar dit wel het geval is, zijn de verschillende typen lokale journalisten ook elkaars concurrenten. Om te kunnen concurreren op kwaliteit zijn nieuwsorganisaties de afgelopen jaren geprofessionaliseerd, zo vertellen de journalisten.

Journalisten die bij de huis-aan-huismedia werken vertellen bijvoorbeeld dat hun redacties steeds meer zijn gaan lijken op die van betaalde dagbladen, met redactiestatuten en -vergaderingen:

“Het is wel zo met het [huis-aan-huismedium] dat als je dan mensen vraagt dan zeggen ze dat krantje. Nou, dan ga ik steigeren. (...) Het is echt een nieuwsblad met een redactiestatuut met de redactie, met hoofdredactie, met best wel strenge richtlijnen... In de zin dat niet alles kan, wij mogen niet alles. (...) Het is echt gewoon een goed georganiseerd nieuwsblad.”

*Freelancer (Int. 5, p.79).*

“Wat dat betreft is de werkwijze volledig gelijk aan die van een dagblad.. (...) Maar dat is niet bij elk huis-aan-huisblad hetzelfde hoor. [Het huis-aan-huisblad] heeft gewoon heel veel geïnvesteerd in de redactie, zeg maar. (...) Het heeft gewoon veel weg van een uh.. Van een dagblad eigenlijk. Het hele redactionele gedeelte..”

*Freelancer (Int. 10, p.181).*

Naast de stelling dat de nieuwsredacties zijn geprofessionaliseerd, omschrijven de meeste lokale journalisten dat ook de communicatie vanuit de gemeenten de afgelopen jaren is geprofessionaliseerd. Dit is nog verschillend per gemeente, maar uit de interviews blijkt dat iedere gemeente een afdeling communicatie heeft:

“Gemeentes worden ook steeds professioneler met hun communicatiemensen en heel veel persberichten (...). Maar je ziet bij lokale bladen meer dat persberichten klakkeloos worden overgenomen, dus in die zin wordt de macht van gemeentes ook groter. (...) En ja, gemeentes vinden dat natuurlijk wel makkelijk en die communicatiemensen, die kun je het ook niet kwalijk nemen, dat is hun vak. (...) Het beeld wat het college van B&W naar buiten wil brengen gaat natuurlijk prefereren. Dat wordt dominerend.”

*Freelancer (Int. 1, p.9-10).*

“Iedereen heeft gewoon z'n eigen taak, zeg maar, in het spel, hè. (...) Dus voorlichters die proberen je vaak.... Proberen je toch op de één of andere manier op een ander pad te krijgen. (...) Er zitten soms wel eens voorlichters tussen waarvan je echt denkt van uh.... Die je gewoon echt letterlijk om de tuin aan het leiden zijn.”

*Dagbladjournalist (Int. 13, p.302-303).*

De lokale journalisten zijn het ook eens over de wankele economische positie van nieuwsorganisaties. Economisch gezien zijn de organisaties, volgens de journalisten, de afgelopen jaren achteruitgegaan, doordat bijvoorbeeld advertentie-inkomsten of schenkingen

teruggelopen zijn. Het is een neerwaartse spiraal, waarbij de afname van inkomsten heeft geresulteerd in fusies en/of bezuinigingen op personeelskosten waar de journalisten allemaal de gevolgen van ondervinden. Enerzijds wordt verkondigd dat kwaliteit het verschil kan maken en dat dit altijd boven komt drijven, maar anderzijds merken alle journalisten dat een neerwaartse spiraal is ingezet:

“De grote ontwikkeling is natuurlijk (...) wat de neergang van de politieke verslaggeving wordt genoemd. Sowieso de neergang van de regionale journalistiek en dat zit niet zozeer in de kwaliteit vind ik, (...) maar het is veel meer de mankracht die er niet is... Er is natuurlijk een slachting geweest in de dagbladjournalistiek. (...) En dan denk ik dat de hardste klappen in de regionale journalistiek zijn gevallen (...) simpelweg omdat daar de meeste mensen werken.”

*Dagbladjournalist (Int. 4, p.49).*

Deze ontwikkeling heeft geleid tot het verdwijnen van politieke redacties, zo blijkt uit de interviews. Alleen in grote steden bestaan nog gespecialiseerde politieke redacties met politiekverslaggevers. Over het algemeen wordt duidelijk dat de lokale journalisten naast de politiek ook berichten over andere domeinen en politiek in veel gemeenten geen specialisme meer is:

“Bij de meeste kranten is regioverslaggeving.. Zijn de meeste verslaggevers wel *allround*. (...) Ik was politiekverslaggever in Rotterdam en dan zit je wel op een hele grote redactie. We hadden een stadsredactie van 20 mensen, dat betekende wel dat ik puur politiek deed. (...) Dus ik zat de hele dag op het stadhuis en ik onderhield contacten met iedereen, want dan heb je de mogelijkheid om dat fulltime te doen. Maar dat zijn eigenlijk alleen de (...) grotere redacties die (...) dat kunnen. (...) Specialiseren ja... Hoe meer mensen je hebt, hoe meer je dat kunt doen natuurlijk.”

*Dagbladjournalist (Int. 4, p. 47-48).*

Het fuseren van nieuwsorganisaties kan volgens de journalisten ook te maken hebben met een maatschappelijke trend van de afgelopen jaren: het fuseren of herindelen van gemeenten. Het Rijk heeft meer taken en bevoegdheden aan gemeenten gegeven, waardoor een toename van de bestuurskracht van gemeenten wenselijk is. In de interviews zijn de herindelingen ook onderwerp van gesprek:

“Ik uh.. Ben destijds gevraagd voor de sport.. Daar begon het mee (...), maar al heel snel is daar de gemeenteraad bijgekomen. (...) Want toen had iedere gemeente nog een aparte gemeenteraad, hè? Nu is het natuurlijk van (...) de ene herindeling naar de andere herindeling.. En al die dorpen zijn

samengevoegd, want toen hadden alle dorpen nog een eigen gemeenteraad, dus alleen al onze titel hier (...) dat waren toen 24 dorpen, dus die hadden met 24 gemeenteraden te maken..”

*Weekbladjournalist (Int. 6, p.81).*

Een nieuwsorganisatie is tegenwoordig minder winstgevend en er moet meer gelet worden op de verkoop van nieuws. De mate waarin een journalist hiermee te maken krijgt is afhankelijk van het type journalist.

### *De dagbladjournalist*

De dagbladjournalisten constateren een afname van abonnees en advertentie-inkomsten. Deze groep heeft als enige te maken met de verkoop van nieuws aan het publiek. Dit zorgt ervoor dat zij rekening moeten houden met de marktwerking ten opzichte van zowel advertenties als klanten. Zij redeneren dat door sociale ontwikkelingen het niet meer vanzelfsprekend is dat elk huishouden een abonnement op een krant heeft. Op internet experimenteren deze nieuwsorganisaties met verdienmodellen, waarbij analyses en onderzoeken gedaan kunnen worden naar het publiek. Hiermee kan ingespeeld worden op de wensen en behoeften van het publiek en worden ze aantrekkelijker voor adverteerders:

“[De krant] heeft veel lezers verloren omdat het toch op internet staat. En zo zie je toch dat je de trouwe achterban overhoudt. (...) Wat je ziet is dat de inkomsten steeds meer verdiend en gegeneerd worden via internet. (...) Nu krijgt iedereen nog toegang maar straks word je verleid om jouw persoonlijke gegevens achter te laten, zodat ik weet wie je bent, hoe oud je bent en dat is natuurlijk voor adverteerders heel interessant. (...) Dat is het nieuwe model..”

*Dagbladjournalist (Int. 8, p.123).*

### *De weekbladjournalist*

De huis-aan-huismedia worden gefinancierd met advertentie-inkomsten. Ook de weekbladjournalisten hebben de afgelopen jaren een daling van advertentieopbrengsten bij hun media geconstateerd. Het aantal weekbladen is hierdoor de afgelopen jaren sterk afgenomen. De lokale journalisten stellen dat afhankelijk van de advertentieopbrengsten per week bepaald wordt of de geschreven stukken daadwerkelijk geplaatst kunnen worden. Ook de grootte van de krant is hiervan afhankelijk:

“Eerlijkheidshalve moet ik zeggen dat ze bijna alles plaatsen. (...) Het is een hele hoge uitzondering dat het er niet inkomt. Meestal is het dan een advertentie die het verziekt. (...) Advertenties komen er pas

op een vrij laat stadium in. (...) En soms komt er dan heel laat nog een advertentie bijvoorbeeld bij, dan gaan er wel een aantal dingen uit.”

*Weekbladjournalist (Int. 12, p. 226).*

Dagbladjournalisten verklaren kennis van de doelgroep te gebruiken om in te spelen op de wensen en behoeften van het publiek. Voor weekbladjournalisten is het inspelen op het publiek minder interessant. Wel willen ze weten wie het publiek is en hoeveel het nieuws gelezen wordt, omdat die informatie interessant is voor de adverteerders:

“Kijk, wij hebben heel veel exposure (...), we hebben gemiddeld zo'n 30.000 bezoekers per week. Dat meten we via Google Analytics, unieke IP-adressen, die worden gemeten en veel exposure levert veel gezien worden op, (...) voor bedrijven is dat dus heel interessant.”

*Weekbladjournalist (Int. 11, p.195).*

### *De subsidiejournalist*

De organisaties waar de subsidiejournalist werkt, krijgt alleen indirect te maken met marktwerking. Deze groep omschrijft dat de media deels afhankelijk zijn van geldschietters en deze geldschietters zijn weer afhankelijk van marktwerking. Tijdens de economische crisis van de afgelopen jaren hebben de subsidiejournalisten geconstateerd dat de schenkingen vanuit bedrijven minder geworden zijn:

“Bedrijven [willen] ons af en toe wel eens iets toestoppen, zonder dat ze daar echt een reclameboodschap voor terug hoeven. En het begint weer een beetje toe te nemen, want de afgelopen jaren door de economische situatie zeg maar.. Uh.. Was het wat minder..”

*Subsidiejournalist (Int. 3, p.43).*

De andere drie typen journalisten hebben verschillende opvattingen over de subsidiejournalist. Enerzijds bestaat het idee dat deze gesubsidieerde nieuwsorganisaties oneerlijke concurrenten zijn, die de marktwerking verstoren. Het gratis nieuws dat zij verspreiden komt van belastinggeld. Anderzijds is de opvatting dat de gesubsidieerde nieuwsorganisaties geen concurrenten zijn, omdat de kwaliteit van het nieuws niet te vergelijken is met het geproduceerde nieuws van bijvoorbeeld de dagbladjournalisten. Zo wordt in de interviews verteld:

“Sinds het internet (...) is de concurrentie natuurlijk enorm toegenomen. En eigenlijk komt dat niet eens door de andere nieuwsorganisaties. Die zijn er ook nog wel natuurlijk, maar dat zijn er juist veel minder

geworden de afgelopen jaren. We hebben hier in de buurt [een betaald medium] maar daar moeten mensen voor betalen en dat doen ze steeds minder.. En je hebt ook RTV, dat is wel een concurrent (...) en die krijgen nog subsidie ook, dat is natuurlijk ook niet goed voor de ontwikkelingen in de journalistiek.”

*Weekbladjournalist (Int. 15, p.347)*

“RTV Rijnmond... Dat wordt toch gezien als concurrent en ik zat intern en zei: wij spelen Eredivisie en zij onderin de eerste divisie. Dat klinkt arrogant maar is echt zo (...). Er zitten hele slechte journalisten.”

*Dagbladjournalist (Int. 8, p.127).*

### *De freelancer*

De journalisten beweren dat de bezuinigen op personeelskosten ervoor gezorgd hebben dat minder plaatsen beschikbaar zijn voor betaalde journalisten op nieuwsredacties, maar juist meer voor freelancers. De economische positie van een nieuwsorganisatie beïnvloedt, naar eigen zeggen, ook de freelancer. Zij merken dat ze minder opdrachten krijgen in economisch mindere tijden. Een subsidiejournalist die voorheen freelancer was stelt:

“Op het moment dat je daarvan moet leven, ja.. Dan is het mooi als je toch vaste opdrachtgevers hebt.. Ook van anderen hoor ik dat het buitengewoon lastig is om, zeg maar, voldoende werk te genereren waar ze gewoon goed.. Normaal van kunnen leven. Als het slecht gaat bij de nieuwsorganisatie, dan zorgen ze eerst dat de mensen in dienst werk hebben en jij komt als laatste aan de beurt..”

*Subsidiejournalist (Interview 2, p.28).*

Kortom, de journalisten maken in bepaalde situaties bij het berichten over de lokale politiek keuzes die gedreven zijn door motieven die voortvloeien uit marktwerking. Deze keuzes zijn dus niet gedreven door de journalistieke waarden. De toenemende concurrentie en professionalisering van redacties en communicatieprofessionals bij gemeenten, zijn voorbeelden van marktwerking. De organisaties waar subsidiejournalisten werken hebben minder last van economische ontwikkelingen, omdat ze gesubsidieerd worden. Daarentegen hebben de media waar de dagbladjournalisten werken erg veel last van marktwerking, omdat zij de enigen zijn die te maken hebben met inkomsten uit zowel advertenties als abonnementen. De weekbladjournalisten merken bij de nieuwsorganisaties de marktwerking met name door de advertentie-inkomsten; de freelancers merken indirect aan het aantal opdrachten, wat de economische positie van een nieuwsorganisatie is. De mate waarin

marktwerking de journalistieke waarden beïnvloedt, heeft voornamelijk te maken met de manier van financiering van de nieuwsorganisatie.

De marktwerking heeft ervoor gezorgd dat de beroepsverantwoordelijkheden die journalisten ervaren soms lastig uit te voeren zijn. In de volgende paragraaf wordt toegelicht welke beroepsverantwoordelijkheden lokale journalisten ervaren en hoe ze daarmee omgaan.

#### 4.4 Beroepsverantwoordelijkheid

De lokale journalisten ervaren, naar eigen zeggen, dat bepaalde verantwoordelijkheden en taken behoren tot het bedrijven van goede journalistiek. Veelal worden de traditionele taken en verantwoordelijkheden onderschreven door de journalisten in: de rolperceptie, de selectie en de productie van nieuws. Uit de gesprekken blijkt ook dat alle lokale journalisten ongeschreven verantwoordelijkheden en tijdsbeperkingen ervaren. De omgang met de taken en verantwoordelijkheden wordt echter per type wel verschillend ervaren.

Allereerst de rolperceptie van lokale journalisten. Journalisten vinden het informeren van de burgers en het controleren van de machthebbers of volksvertegenwoordiging een belangrijke taak. Er is echter verdeeldheid onder de lokale journalisten over de uitvoering van deze taak. Enerzijds blijkt dat de lokale journalisten overtuigd zijn van het feit dat ze deze taak goed kunnen uitvoeren, maar anderzijds wordt twijfel uitgesproken of deze taak wel mogelijk is, bijvoorbeeld omdat er veel in achterkamertjes gebeurt waar de journalist niet bij is:

“[Het controleren van de macht] kan ik niet waarmaken, want ik weet niet wat er in de achterkamertjes gebeurt. (...) Je ziet één bepaald aspect van iets. (...) Maar er zijn er waarschijnlijk veel meer (...) die ik er niet in kan betrekken., omdat ik ze niet weet [en] daar heb ik ook de tijd niet voor. (...) Ik heb een keer met een raadslid zitten bomen over de vraag: wat we nou weten hier en wat we niet weten. En toen kwamen we uit op een gemiddelde schatting dat we 60% weten van wat hier speelt en 40% niet.”

*Freelancer (Int. 10, p.249-250).*

Veelal wordt impliciet duidelijk dat de lokale journalist het als taak ziet invloed uit te oefenen op de politieke agenda. Sporadisch wordt hierover expliciet gesproken:

“Soms heb je ook een agenderende functie. Mijn collega [is het] afgelopen jaar heel erg betrokken geweest bij de lobby om uh... Wij noemen onszelf een *brainport*, een verschrikkelijke naam, maar voor de economische groei is dat heel belangrijk. Ik ben er persoonlijk van overtuigd dat door daar zoveel

aanwezig te zijn en door het continu ook als voorpaginanieuws te houden. Dat wij mee hebben geholpen om die erkenning ook uiteindelijk te krijgen.”

*Dagbladjournalist (Int. 14, p.334-335).*

Daarnaast wordt het filteren van informatie aangedragen als belangrijke verantwoordelijkheid. Hierbij wordt het voorbeeld gegeven: het scheiden van feiten, meningen en geruchten, voordat het nieuws gepubliceerd wordt en het selecteren van relevant nieuws. Lokale journalisten beroepen zich op ervaring bij het inschatten van de nieuwswaarden. De ervaring leert dat politieke onderwerpen weinig gelezen worden. Om toch lezers te trekken worden politieke onderwerpen geselecteerd op nabijheid die impact en controversie bevatten. De journalisten stellen: hoe dichterbij huis, hoe meer mensen het raakt en hoe groter de verschillen van mening in de gemeenteraad, hoe beter het wordt gelezen:

“Er zijn natuurlijk onderwerpen, waarvan je weet: (...) dat is interessant. En dat is wat minder interessant. (...) Je weet al van tevoren wat in de raad voor vuurwerk gaat zorgen (...). [Een onderwerp] zorgde voor twee spanten eigenlijk (...) in de raad. [...] Een aantal partijen waren voor, een aantal tegen. Dan weet je dat dat toch wel een heel interessant onderwerp is. (...) Ook voor de inwoners.”

*Freelancer (Int. 10, p. 176).*

“Algemene besluiten die de gemeenteraad allemaal moet (...) nemen, ja dan. Ik denk dat de burger uh heel erg geïnteresseerd is in wat hem of haar... Ja, je zou bijna kunnen zeggen... Als het ze persoonlijk raakt, of in ieder geval in de straat of in de wijk is.”

*Weekbladjournalist (Int. 6, p.83).*

De journalisten beweren dat de selectie van onderwerpen ook afhankelijk is van de concurrentie. Wanneer een artikel gepubliceerd wordt, volgen de andere media vaak met hetzelfde onderwerp. Zeker wanneer een primeur gepubliceerd wordt, nemen media de onderwerpen snel van elkaar over. Sterker nog, journalisten vertellen dat strategieën bedacht zijn om te zorgen dat andere media de informatie niet overnemen of ‘stelen’:

“Soms dan hou je dingen achter, omdat andere kranten ermee aan de haal gaan... (...) Als ik het al op vrijdag op internet zet... Gaat [een andere krant] ermee vandoor, want [die krant] heeft weinig journalisten en die zitten dus de hele tijd onze site te bekijken en dan halen zij dingen eraf en dan gaan zij met het verhaal aan de haal. (...) Dat zijn gewoon ordinaire jatpraktijken.”

*Freelancer (Int. 5, p.77).*



De journalisten vertellen dat bij de productie van nieuws de traditionele beroepswaarden het meest belangrijk zijn, zoals: objectiviteit, neutraliteit, ethisch handelen, onafhankelijkheid, waarheidsvinding, eerlijkheid, gebalanceerd nieuws brengen en het omschrijven van de werkelijkheid, maar ook het overbrengen van begrijpelijke informatie. Daarbij vermelden ze dat inlevingsvermogen een belangrijke vaardigheid is om toegankelijk te kunnen schrijven:

“De journalist moet eerlijk en integer te werk gaan en transparant zijn over waar de informatie vandaan komt. Eerlijk hun werk proberen te doen. Met eerlijke bedoelingen geschreven, bedoel ik. Onbevooroordeeld en onbevangen. De journalist probeert gewoon te beschrijven wat er gebeurd is. Daar ga je, denk ik, als lezer impliciet vanuit. (...) Dus de uitgangspunten van de journalistiek zijn onveranderd. Die moet je behouden. Of uh... Aanhouden.”

*Dagbladjournalist (Interview 4, p.62-63).*

“Wij proberen (...) de journalistieke principes in acht te nemen. (...) En overigens vind ik dat ook een goed journalistiek gebruik hoor. Dat je je werk op een behoorlijke manier doet.”

*Weekbladjournalist (Int. 6, p.97-98).*

Daarnaast komt het duiden van informatie aan bod. Er bestaan onder de journalisten twee opvattingen rondom het duiden van nieuws. De ene journalist ziet duiden als het nieuws voorzien van context en de andere journalist ziet het duiden meer als het delen van een gedachtegang van een journalist. Uit de interviews blijkt dat de journalisten het eens zijn over het belang van het geven van meer verdieping en aanvulling. Alleen notuleren van bijvoorbeeld een raadsvergadering en het letterlijk overnemen van informatie uit persberichten of andere media, is niet voldoende:

“Maar... je kunt gemeenteraadsvergadering verslaan als zijnde dat je notulen maakt, of je kunt gaan duiden. Zeggen.... Vertellen wat er gebeurd is, bijvoorbeeld, nou anderhalf jaar geleden bracht dezelfde partij een heel ander standpunt naar voren. Dat is vreemd. Of je kunt gaan fact-checken.”

*Weekbladjournalist (Int. 11, p.196).*

“Er is maar een handvol mensen zeg maar... In de journalistiek... (...) Die a de structuur heeft en b ook laten we zeggen de *mindset* heeft om zich, zeg maar, te distantiëren van de waan van de dag en om met een zekere beschouwing het nieuws te duiden. (...) Het wordt pas anders als iemand je meeneemt in zijn gedachtegoed of gedachtegang.”

*Subsidiejournalist (Int. 2, p.21).*

De lokale journalisten maken duidelijk dat de verantwoording van de totstandkoming van het nieuws voornamelijk bestaat uit: transparant zijn waar de informatie vandaan komt en kunnen aantonen dat hoor en wederhoor is toegepast. Ook als informatie is overgenomen van een politieke partij of van de gemeente moet duidelijk zijn waar de informatie vandaan komt. Daarmee worden volgens hen de journalistieke uitgangspunten nageleefd:

“Lezers willen ook gewoon inderdaad zien dat je zo uh transparant bent, dus op het moment dat ik bijvoorbeeld een artikel schrijf over de D66 en ik ben bijvoorbeeld lid van VVD, dan willen ze dat ook lezen, want (...) dan weten ze gewoon van wie ik ben en waarom ik misschien eventueel een bepaalde invalshoek zou hebben gekozen.”

*Subsidiejournalist (Int. 9, p. 158).*

Ook het eerlijk en waarheidsgetrouw berichten is een belangrijk uitgangspunt. De journalisten redeneren dat dit hoort en dat je fouten niet kunt permitteren. Zodra iets in de gepubliceerde berichtgeving niet klopt, wordt dat vrijwel direct opgemerkt door het publiek, via bijvoorbeeld een email of een reactie op de website bij het artikel:

“Ik heb een paar dingen geleerd: complimenten krijg je niet zo snel en uh... En als iets niet goed is, dan weten mensen je heel goed te vinden. (...) In grote lijnen is het echt wel zo dat mensen reageren als iets fout gaat. (...) Soms heb je heel onbewust een foutje of een fout gemaakt en dan uh... Doordat het al online staat, reageren de mensen (...) en dan kun je het voor de krant nog corrigeren.”

*Weekbladjournalist (Int. 6, p.98).*

“Gewoon je bericht schrijven, volgens de regels van het ouderwetse handwerk. En je hebt natuurlijk een enorm, uh.. Je lezers zijn natuurlijk je controleur. (...) De lezers melden zich wel hoor, dat is juist goed en dat moet je ook zien als een kans.”

*Dagbladjournalist (Int. 4, p.60).*

De journalisten ervaren, naar eigen zeggen, meer tijdsdruk dan voorheen. Deze tijdsdruk wijten ze enerzijds aan marktwerking en anderzijds aan een toename van ongeschreven taken en verantwoordelijkheden. Als oorzaken voor de toename van deze ongeschreven verantwoordelijkheden wordt het internet genoemd. Deze ongeschreven taken zijn bijvoorbeeld het produceren van foto's, video's en artikelen binnen een bepaalde tijd. Zo wordt omschreven dat de snelheid van nieuws soms in strijd is met zorgvuldigheid:

“Het is wel een feit dat het heel erg op freelancers drijft, en die komen niet toe aan alle traditionele waardes. Je probeert te roeien met de riemen die je hebt, terwijl tegelijkertijd die taken van de

gemeenten steeds zwaarder worden, plus dat die politieke cultuur en maatschappelijke cultuur gewoon veel meer verhard, veel agressiever wordt, dat is gewoon heel jammer.”

*Freelancer (Int. 1, p.8).*

“Je merkt wel eens dat door de snelheid (...) er gewoon van je verwacht wordt dat je snel een bericht maakt (...) en dan wil je iets checken en soms is daar dan geen tijd voor. (...) Dan moet je wel eens een bericht maken wat niet helemaal uh... Waarvan je niet helemaal 100% zeker weet of dat dan wel klopt en dan schrijf je het, hè, wel zo op.”

*Dagbladjournalist (Int. 14, p.288).*

Een andere ongeschreven verantwoordelijkheid is het monitoren van het internet. De lokale media hebben vaak naast een televisie- of radioprogramma of krant ook een website en een pagina op sociale media. De journalisten vertellen dat er meerdere keren is ingegrepen bij misdragingen van het publiek op het internet, door bijvoorbeeld ongepaste reacties of uit de hand gelopen discussies. Hierin kan impliciet de rol van de journalist als opvoeder ontdekt worden. Over het algemeen zijn de journalisten het eens dat ze zich niet moeten mengen in discussies online, maar wel moeten ingrijpen wanneer bepaalde fatsoensnormen overschreden worden:

“Bij een collega-nieuwsorganisatie (...) kun je volstrekt anoniem de meest verschrikkelijke dingen zeggen. (...) Wij tolereren geen seksisme, racisme, discriminatie al dat soort niet. Dat is weleens eerder gebeurd, maar dan halen we dat er gelijk af. En krijgt diegene gelijk een waarschuwing. (...) Het is twee keer gebeurd dat twee verschillende personen daar mee doorgingen, nou dan blokkeren we ze.”

*Weekbladjournalist (Int, 11, p.210)*

“Voor- en tegenstanders van een bepaald onderwerp gaan echt met elkaar in discussie. (...) Daar willen we graag het podium voor zijn, uiteraard. Maar daar kunnen we ons absoluut niet in mengen. (...) We houden het wel in de gaten, hè? (...) Als het daar echt uit de hand gaat lopen (...) dan zouden we wel ingrijpen en inderdaad een bericht posten.”

*Weekbladjournalist (Int, 6, p.94)*

Als laatste vinden journalisten dat de toename van tijdsdruk bepaalde verantwoordelijkheden in de weg staat. Veel van de journalisten omschrijven het fenomeen ‘agendajournalistiek’ in de politieke berichtgeving. Oftewel, de verschillende commissievergaderingen en raadsvergaderingen worden niet meer (allemaal) bijgewoond of volledig via de stream beluisterd, maar op basis van de agenda wordt bekeken of onderwerpen interessant zijn. Nadat de journalist het geselecteerde onderwerp in de vergadering afgeluisterd of bijgewoond

heeft, wordt beoordeeld of het interessant genoeg is om erover te berichten. Als er niks interessants op de agenda staat, zal een journalist de vergadering niet volgen:

“Ik kijk gewoon naar die vergaderingen en die agenda’s en wat erop staat, dat is gewoon een kwestie van ervaring, dat leer je op een gegeven moment wel, je weet het nooit helemaal zeker, wat relevant is. (...) Of ik kijk het van thuis vandaan, want tegenwoordig wordt er heel veel via internet uitgezonden.”  
*Freelancer (Int. 1, p.4).*

“Maar we kijken wel meer dan vroeger naar de agenda. (...) Als de agenda echt heel weinig boeiends in petto heeft (...) dan haken we af. (...) Ik maak ook mee.. Regelmatig zelfs... Dat zelfs een dagblad niet meer komt. Ik ben heel vaak de enige journalist die nog (...) aanwezig is..”  
*Weekbladjournalist (Int. 6, p.82-84).*

Uit de interviews blijkt dat de typen verschillend omgaan met bepaalde taken en verantwoordelijkheden.

#### *De dagbladjournalist*

De dagbladjournalisten hebben, zoals eerder benoemd, niet alleen te maken met het aantrekken van adverteerders, maar ook met het aantrekken van abonnees. De journalisten geven tijdens de interviews aan dat lokale politiek niet het meest aantrekkelijke nieuws is voor het publiek. Lezers zouden dit nieuws zelfs saai en moeilijk te begrijpen vinden. De dagbladjournalisten geven als enige journalisten aan dat zij naast een informerende taak, ook een ‘entertainmentfunctie’ hebben en ze steeds meer afgerekend worden op het aantal lezers of clicks. Dit vinden de journalisten zelf een slechte ontwikkeling:

“Mijn bezwaar en ook grote zorg is dat het steeds meer gaat om aantallen. (...) Vroeg of laat word ik er natuurlijk ook op afgerekend. Ik kan nog zo'n mooie politieke analyse maken, (...) maar dat zal het nooit winnen van een zwerver die zijn broek laat zakken op de Coolsingel. (...) Dat genereert meer bezoekers (...) en daar heb ik intern ook grote zorgen over uitgesproken.”  
*Dagbladjournalist (Int. 8, p.124).*

Bij de betaalde media is het aantal lezers van belang. Naar eigen zeggen besteden de dagbladjournalisten extra aandacht aan de wensen en behoeften van het publiek, door bewuste invalshoeken te kiezen. De politieke berichten worden bijvoorbeeld in een human interest jasje gestoken om publiek te trekken. Dit doen zij door een politiek onderwerp te benaderen vanuit de consequenties voor het publiek, in plaats van vanuit de gemeenteraadsleden. Ook

sensatieachtig schrijven wordt genoemd als strategie om lezers te trekken, waarbij bijvoorbeeld de kop van een artikel iets doet verwachten dat interessanter is dan het daadwerkelijk is:

“Je probeert het (...) altijd wel feitelijk te houden, maar nou ja, je kunt het ook heel sensatieachtig opschrijven hè, ik bedoel uh.. Wij hebben hier vaak collega's, die zitten ook altijd wel een beetje op dat spoor van dat uh...dat het sensationeel moet zijn, ofzo. (...) Dat je dat altijd net eventjes uh wat gelikter moet opschrijven, ofzo.”

*Dagbladjournalist (Int. 13, p.306).*

“Ouderwetse politieke verslaggeving is dan van... CDA vindt dit en ook de VVD eist dat er onmiddellijk maatregelen moeten komen uh. En de wethouder zegt we hebben geen geld punt. Veel interessanter is het schrijven vanuit een perspectief van mensen die hier last van hebben, ook voor de lezers. (...) Als er nou iemand is die (...) daar schade van ondervindt en daardoor zijn woongenot is verminderd. Die persoon te laten vertellen.”

*Dagbladjournalist (Int. 4, p.54).*

Tijdens de interviews zijn de weekbladjournalisten, subsidiejournalisten en de freelancers kritisch op de dagbladjournalisten. Er worden beschuldigingen geuit van onvolledig onderzoek en bewust of onbewust selectief berichten over onderwerpen. Daarnaast wordt ze kwalijk genomen voor het 'laaghangende fruit' te gaan. Hiermee wordt bedoeld dat door de tijdsdruk prioriteit wordt gegeven aan de onderwerpen die op korte termijn of makkelijk tot succes leiden. In sommige gevallen beamen de dagbladjournalisten dit zelf. Ook krijgt de dagbladjournalist kritiek op de manier van ethisch handelen en de maatschappelijke betrokkenheid. Deze eigenschappen zouden minder van belang zijn bij dagbladjournalisten dan bij de andere typen. Bij de dagbladjournalisten draait het veel meer om het maken van indruk dan om de maatschappelijke belangen behartigen:

“Ik wist gewoon als ik dat [stuk schrijf] dan ben ik maatschappelijk gewoon niet verantwoord bezig.. Als ik voor [een betaald medium] had gewerkt (...), had mijn chef gezegd schrijven, gaaf verhaal. Sensatie! Heel dat plan op losse schroeven. Nou, ik heb het niet gedaan. (...) Zij houden van sensatie (...), want je schrijft die wethouder helemaal naar de god zijn gloria en je ziet hem gewoon een jaar niet meer of nooit meer, want een collega doet het volgende verhaal.”

*Freelancer (Int. 5, p.75).*

### *De weekbladjournalist*

De weekbladjournalist ervaart zelf ook tijdsdruk en bij de huis-aan-huismedia wordt soms ook aan ‘agendajournalistiek’ gedaan. Wel zijn met name deze journalisten naar eigen zeggen het meest te vinden in de raadzaal bij de gemeente. Ondanks de tijdsdruk lijkt het belang van het volgen van de vergaderingen groot, alhoewel dit nog per huis-aan-huismedium kan verschillen. Zo reageerde een journalist van dit medium via de mail op een uitnodiging voor een interview met: “*De politieke berichten die wij plaatsen krijgen wij van de gemeente aangeleverd.*” Hieruit blijkt dat ook aan ‘copy-paste journalistiek’ wordt gedaan, wat meteen ook de kritiek van andere typen journalisten is op de weekbladjournalisten:

“Vroeger was het zo van uh... dan kwam de gemeente met een persbericht en dat kopieerde en plakte je en daar haalde je eventueel nog wat taalfouten uit, of je gaf het een eigen sausje. Dat gebeurt nog steeds want er zijn heel veel kranten die dat nog steeds zo doen, vanwege tijdgebrek.”

*Freelancer (Int. 5, p.69).*

Er zijn ook huis-aan-huismedia die bewust kiezen om niet te berichten over lokale politiek. Een andere journalist reageerde via de mail: “*We plaatsen wel eens wat door politieke partijen aangeleverde kopij, maar het echte lokale politieke nieuws vind je in [de betaalde krant]. De filosofie van De Persgroep Nederland [...] is dat het politieke nieuws in het dagblad thuishoort.*” Zij ervaren geen enkele verantwoordelijkheid in het berichten over lokale politiek.

### *De subsidiejournalist*

De subsidiejournalisten ervaren ook tijdsdruk in hun werk. Deze journalisten geven aan dat de tijdsdruk niet direct verband houdt met veranderingen in werkzaamheden, maar meer met het feit dat deze journalisten vaak vrijwilligers zijn, die naast de journalistiek ook andere verplichtingen hebben. Door de tijdsdruk wordt ook hier gedaan aan ‘agendajournalistiek’ en aan ‘copy-paste journalistiek’, oftewel het letterlijk overnemen van de (pers)berichten van de gemeente of de aangeleverde kopij:

“Het komt inderdaad wel regelmatig voor dat iemand uit het stadhuis zelf iets naar ons toestuurt en anderzijds is het ook weleens dat wij zoiets hebben van, uh of dat wijzelf iemand benaderen van goh zouden jullie hier en daar iets over willen schrijven.”

*Subsidiejournalist (Int. 9, p.147).*

Naast de verantwoordelijkheid die de subsidiejournalisten ervaren in het berichten over lokale politiek hebben zij ook verantwoording af te leggen aan de subsidieverstrekker. De subsidiejournalisten vertellen dat alle financiële uitgaven verantwoord moeten worden. Wel geeft deze groep journalisten aan dat duidelijke, vooraf opgestelde afspraken gemaakt zijn over de verantwoording die zij moeten afleggen:

“We moeten uiteraard financiële verantwoording afleggen. Uh.. Wat we met het geld gedaan hebben. Dat is logisch want anders dan hebben ze helemaal geen idee. (...) En wij vinden dat we dat ook niet kunnen maken, want uiteindelijk is het belastinggeld wat naar ons toekomt als subsidie.”

*Subsidiejournalist (Int. 3, p.39).*

### *De freelancer*

Ook de freelancers ervaren hoge tijdsdruk en dat op basis van tijdsoverwegingen keuzes gemaakt worden. Zij bepalen in samenspraak met de redactie van de opdrachtgever of zij aanwezig moeten zijn bij bijvoorbeeld vergaderingen of andere evenementen. De vergaderingen worden, naar eigen zeggen, uit tijdsoverwegingen liever via de stream gevolgd dan vanuit de raadzaal:

“Als het van huis uit kan doe ik dat en dat scheelt heel veel tijd, want als je het de dag erna zelfs doet, hoef je de rest niet allemaal af te luisteren. Dat is vooral voor een freelancer wel belangrijk. (...) Het lastige is als je freelancer bent. Dan is de tijd waarvoor wordt betaald, uiteindelijk beperkt.”

*Freelancer (Int. 1, p.4-5).*

Daarnaast speelt bij de freelancer een andere factor een rol in de beroepsverantwoordelijkheid. Het tarief voor de freelancer wordt op verschillende manieren bepaald, zoals bijvoorbeeld per woord, per artikel of per centimeter. Het gevaar hiervan is dat nieuws ‘opgeblazen’ wordt om geld te verdienen, zo veronderstellen de andere typen journalisten. De freelancers onderschrijven dat zij een belangrijke verantwoordelijkheid hebben in het schrijven van relevant nieuws, in plaats van het produceren van zo veel mogelijk nieuws om geld te verdienen. De redactie speelt hierin een belangrijke rol, want zij kunnen de artikelen afkeuren wanneer het niet relevant is:

“Bij elk stuk wat ik aanlever krijg ik meer geld. (...) Daar zit natuurlijk ook een gevaar in hè? (...) Het gevaar is natuurlijk dat (...) freelancers gaan denken van: ja ik blaas dat stuk lekker op. Hè? Ik maak het belangrijker dan dat het werkelijk is. En nu zou ik dat niet zo heel vlug doen... Maar goed ik heb dat wel gezien in mijn tijd (...) als coördinator.”

*Freelancer (Int. 10, p.179).*

Alle typen journalisten ervaren vooral de traditionele journalistieke uitgangspunten als beroepsverantwoordelijkheden. Hierbij wordt ‘burgers op een begrijpelijke manier informeren’ vaak genoemd, aangevuld met termen als bijvoorbeeld: objectief, onafhankelijk, eerlijk en waarheidsgetrouw. Deze verantwoordelijkheden ervaren ze bij de selectie en de productie van nieuws, maar ook bij de verantwoording die ze moeten afleggen. Daarnaast ondervinden de lokale journalisten naar eigen zeggen een toename van tijdsdruk, maar de redenen hiervoor verschillen per type. Veel lokale journalisten bekritisieren elkaar over de omgang met de beroepsverantwoordelijkheden. De dagbladjournalist die kiest voor het laaghangend fruit, de weekbladjournalist en de subsidiejournalist die de berichten vanuit de gemeente kopiëren en plakken en de freelancer die verhalen opblaast. De journalisten maken in bepaalde situaties keuzes die gedreven zijn door tijdsdrijfveren. Deze drijfveren bemoeilijken het toepassen van de journalistieke waarden.

Tijdens de interviews is gebleken dat de keuzes die journalisten maken beïnvloed worden door de beroepsverantwoordelijkheden die zij ervaren. Een andere factor die de journalistieke keuzes beïnvloedt, bestaat uit het rekening houden met allerlei gevoeligheden en belangen. Zo beschrijven de journalisten relationele afhankelijkheden als belangrijk onderdeel van de dagelijkse praktijk. In de volgende paragraaf wordt dit verder toegelicht.

#### **4.5 Relationele afhankelijkheid**

Met de relationele afhankelijkheid wordt bedoeld dat journalisten in bepaalde situaties bij het berichten over de lokale politiek keuzes maken die gedreven zijn door drijfveren die voortvloeien uit bestaande relaties. Deze keuzes zijn dus niet gedreven door journalistieke waarden. Uit de interviews blijkt dat de lokale journalisten op een bepaalde manier rekening houden met allerlei belangen, verhoudingen, machtsfactoren, besluitprocessen en gedragingen om hun vak goed uit te oefenen. De groepen waar de journalist rekening mee moet houden zijn: de adverteerder, de inwoners, gemeenteraadsleden, het college van burgemeester en wethouder(s) en ambtenaren. Dit alles wordt door de lokale journalisten omschreven als het



netwerk waarbinnen zij werkzaam zijn en waarmee ze een band moeten onderhouden om goed te kunnen functioneren:

“Je moet wel echt heel lang investeren voordat je echt een netwerk hebt opgebouwd. Gewoon eigenlijk kennis maken (...) met iedereen (...). Ik denk dat heel veel mensen dat niet door hebben maar, uh... (...) het basiswerk van de journalistiek bestaat vooral gewoon echt uit contacten leggen. Vooral ervoor zorgen dat mensen weten wie je bent. Dat je uh... Dat je.... Ja, dat je er uiteindelijk voor zorgt dat ze jou als eerste weten te... Dat ze jou als eerste bellen als ze nieuws hebben bijvoorbeeld.”

*Dagbladjournalist (Int. 13, p.269-270).*

De journalistieke waarden staan in contrast met relaties onderhouden en zorgen voor spanningsvelden, zeker omdat beschadiging van de relatie negatieve gevolgen kan hebben.

Alle journalisten ervaren deze spanningsvelden:

“Ik denk dat het belangrijk is dat je een goede balans hebt tussen een kritische journalist en iemand die vertrouwen wekt. En je kunt wel als een gek een olifant door de porseleinkast duwen, maar dan heb je het na drie weken wel gezien natuurlijk.”

*Freelancer (Int. 10, p.193).*

“Ik ken iedereen (...) en je kunt dan iets voor hen betekenen en zij iets voor jou. (...) En de gunfactor, die moet je hebben, of creëren. (...) Door vertrouwen, vriendelijk zijn, mensen niet afbranden, eerlijk zijn.. Open zijn. Uh... Ja, en toch soms iets niet publiceren.”

*Weekbladjournalist (Int. 11, p. 206).*

Zoals omschreven bij marktwerking is het van belang dat er voor het bestaan van een medium adverteerders zijn. Een warme band onderhouden met de adverteerders achten de journalisten dan ook van belang. Deze band is een licht omstreden band, zo blijkt uit de interviews. Een aantal journalisten vindt dat deze band er absoluut niet mag zijn en dat adverteerders totaal geen invloed mogen hebben op het nieuws. Hierbij worden de redactiestatuten genoemd als bescherming van de onafhankelijkheid. Toch blijkt uit de interviews dat soms wel degelijk rekening gehouden wordt met de adverteerder in de berichtgeving. Deze band tussen media en adverteerders of tussen journalisten en adverteerders is dus niet alleen cruciaal voor het bestaan van het medium, maar ook in strijd met de journalistieke waarden:

“Ik heb eigenlijk natuurlijk niks te maken met de adverteerder. Uh.. Ik ben er natuurlijk wel keen op. En uh alert. Als er bijvoorbeeld gedoe is met een adverteerder. (...) dan ben ik natuurlijk wel voorzichtig met... Wat ik schrijft over wat er aan de hand is.”

*Weekbladjournalist (Int. 7, p.116).*

Volgens de journalisten is de afhankelijkheid van adverteerders een proces. Wanneer een adverteerder ontevreden is, bijvoorbeeld met de inhoud van de berichtgeving of met het aantal consumenten, zal een adverteerder beslissen om niet meer te adverteren bij het medium. Wanneer meerdere adverteerders besluiten niet meer te adverteren, kan dit betekenen dat een nieuwsorganisatie failliet gaat of dat andere strategieën bedacht moeten worden om te overleven. Door deze afhankelijkheid hebben de adverteerders macht in handen:

“Er zit natuurlijk wel een wrijfpunt, tussen commercie en redactie (...). Er kan vanuit commercie een reactie komen van... Joh: zou je dat wel plaatsen? (...) De meeste keren schrijven we daar toch over. (...) Je mag niet subtieler schrijven over de adverteerders dat heeft weer te maken met de statuten van de krant... Kijk, soms is het wel lastig... Omdat er toch bepaalde pressie komt van de redactie van: het is toch een goede adverteerder. (...) Er is dus wel een wederzijdse afhankelijkheid. (...) Negen van de tien andere huis-aan-huisbladen gaat dat stuk dan niet plaatsen... dat kritische stuk, want die zijn als de dood... Het gaat natuurlijk niet zo goed met de kranten dus wordt de afhankelijkheid van de adverteerders groter.”

*Freelancer (Int. 5, p.66).*

De lokale journalisten geven aan dat bij sommige media de gemeente een grote inkomstenbron is, bijvoorbeeld als subsidieverstrekker of adverteerder. Dit maakt dat de lokale journalist ook bij de berichtgeving over lokale politiek (tot op zekere hoogte) rekening houdt met de belangen van de gemeente. De lokale journalisten argumenteren dat de journalisten die werken bij een medium waarbij de inkomsten afhankelijk zijn van de gemeente minder kritisch zijn en eenzijdiger nieuws brengen:

“Je netwerk is gewoon heel belangrijk, ik moet nu [in een nieuwe stad] mijn netwerk gaan opbouwen, om los te kunnen komen van al die informatiestromen die toch wel op je af komen. Je hebt kranten die varen op de gemeente, voor 90% is dat gemeentelijk nieuws. En dat is eenzijdig en ook niet altijd betrouwbaar.”

*Dagbladjournalist (Int. 4, p.63).*

De lokale journalisten specificeren de band met inwoners op twee manieren: als nieuwsbron en als publiek, waarmee ze een goede band willen onderhouden. De journalisten hebben baat

bij een goede band met nieuwsbronnen, omdat inwoners de vrijheid hebben te kiezen voor journalisten die ze attenderen op nieuwswaardige onderwerpen. Deze keuze van de inwoners wordt veelal gemaakt op basis van vertrouwen, loyaliteit of toegankelijkheid. Aan de journalist de taak in te schatten of het nieuwswaardig is en te filteren welke belangen deze nieuwsbronnen hebben:

“Als mensen ons direct bellen over gemeentelijke zaken... Dan moet ik heel eerlijk zeggen dan hebben ze er vaak zelf belang bij. (...) En dan vind ik het ook wel weer uh.. Uh.. Een taak van onze journalisten om daar doorheen te prikken. Wij moeten ons niet voor het karretje laten spannen van... Een winkelier of een particulier die... Een conflict heeft met de gemeente en dan de pers als spreekbuis uh.. Opvoert. (...) Daar waarschuw ik binnen de redactie ook altijd voor. (...) En ja vanuit de gemeenteraad uh... Soms hebben er partijen (...) belang bij (...) even iets uh.. Uh.. In te fluisteren. Van: hey heb je in de gaten dat die en die... Dat het daar en daar. (...) En vaak probeert degene (...) daar weer politiek garen bij te spinnen want. Haha.. Zo werkt het.”

*Weekbladjournalist (Int. 6, p.90).*

De relatie met het publiek is volgens de lokale journalisten gebaseerd op vertrouwen. De journalisten stellen dat ontevredenheid van het publiek kan betekenen dat zij geen nieuws meer consumeren van dat medium. Dit betekent minder lezers en daar is de adverteerder weer niet blij mee. Veelal suggereren journalisten dat het publiek verwacht dat wat in krant staat waar is:

“Onwijs interessante doelgroep. En in Rotterdam en omgeving lezen de mensen [de betaalde krant].. Of in ieder geval veel. En vertrouwen is heel belangrijk, je moet ervan uit kunnen gaan dat het klopt wat in de krant staat.”

*Dagbladjournalist (Int. 4, p.62).*

Een andere groep waar een warme band mee onderhouden wordt, is de gemeente met het college van burgemeester en wethouder(s), de gemeenteraadsleden, de ambtenaren van de gemeente en in het bijzonder de afdeling communicatie van de gemeente. Journalisten vertellen hiermee een band te onderhouden, omdat ze afhankelijk zijn van de informatie die ze van deze partijen krijgen. Tegelijkertijd wordt dit als een lastige band ervaren, omdat een journalist deze democratisch gekozen personen ook wil controleren en fouten of misstappen aan het daglicht wil brengen. Meerdere journalisten hebben onenigheid gehad met politieke personen, waardoor de band beschadigd werd, maar later weer werd opgebouwd:

“Ik zit wel te bedenken, er is wel één [iemand]. Zij heeft een spoor van vernieling achter zich uh gelaten en zij zorgt nu nog steeds voor problemen. (...) Maar zij wil bijvoorbeeld niet meer met [de krant] praten. (...) In haar ogen, hebben wij haar kapotgemaakt. (...) Dat is wel iemand die kan ik niet bellen. (...) En als niemand meer wil reageren, ja, dan wordt het wel lastig.”

*Dagbladjournalist (Int. 13, p.299-300).*

“De afdeling communicatie weet nu ook van mij, (...) ze moeten niks weghouden of achterhouden. Als ik iets aangeef en ik heb twee bronnen dan zeggen niet dat het niet klopt, dan geven ze hoogstens aan: nou er zit een kern van waarheid in, maar we mogen er niks over zeggen. (...) De relatie tussen mij en de politiek is ook veranderd. Uh.. Het is allemaal wat informeler geworden (...), maar ik heb wel ruzie gehad met een wethouder. (...) Hij belde me op: ik wil dat je dat verandert en dat eruit haalt. Ik zeg nee, dat is zo gegaan. (...) Dan heb je even een paar dagen ruzie.”

*Weekbladjournalist (Int. 11, p.201-203).*

De journalisten die in meerdere gemeenten verslag doen van de politiek lichten toe dat er een verschil in gemeentecultuur bestaat. Een aantal journalisten heeft direct contact met bijvoorbeeld de wethouder(s), maar er zijn ook gemeenten waarbij de wethouders niet direct te bereiken zijn. Via ambtenaren en vaak via de afdeling communicatie van een gemeente proberen journalisten in contact te komen met een wethouder of burgemeester. Veelal vertellen de journalisten dat een burgemeester een woordvoerder heeft, die hen te woord staat. Deze gemeentecultuur heeft invloed op de journalisten:

“De enige die niet in deze stad vrij benaderbaar voor mij is, is de burgemeester. [Daar zit] een woordvoerder [tussen] met wie ik kan lezen en schrijven. (...) Raadsleden zeggen ook altijd: oh ja dat is het kantoor van [de journalist] en dan zie ik die ambtsleden ook vaak een praatje maken, en dan zie ik de burgemeester ook weleens, maar daar zit dan een zekere afstand.”

*Dagbladjournalist (Int. 8, p.137).*

“Het is wel heel leuk om uh.. (...) Twee gemeenten te volgen, die uh allebei wel heel erg op zichzelf staan, maar wel in hetzelfde gebied liggen, dus ook wel raakvlakken hebben. Maar wel heel uh... [De ene stad] is Rotterdam in het klein, zeg maar. Met alle uh allerlei vergelijkbare problemen. En [de andere stad] is een soort van dorp. (...) Maar toch ook weer niet, weet je wel. Dus ook wel weer een stad. (...) Ja dat is eigenlijk wel leuk om twee verschillende gemeentes te volgen. (...) Ze verschillen heel erg van elkaar.”

*Dagbladjournalist (Int. 13, p. 268).*

Uit de interviews blijkt dat deze communicatieprofessionals gezien worden als obstakel bij het controleren van de macht; zij vertragen het journalistieke proces, maar aan de andere kant

zorgen ze voor een grotere hoeveelheid informatiestromen vanuit de gemeente. Per gemeente varieert de mate van inmenging. Zo vertellen de journalisten dat er gemeenten zijn die voor het publiceren alles willen controleren, maar er zijn ook gemeenten die achteraf nog proberen invloed uit te oefenen op het gepubliceerde nieuws:

“Zeg maar als ik met een wethouder uh.. Even een gesprekje wil dan meld ik dat aan maar dat gaat tegenwoordig altijd langs de afdeling uh... Communicatie. Die moeten daar altijd naar kijken. Uh. Nou en die vinden dat meestal wel goed (...), maar vervolgens het stuk dat ik schrijf. Dat willen ze dan eerst zien en beoordelen. Dat gaat dus altijd langs de communicatieafdeling. En daar zit een vertraging in... En daar zit ook wel een soort betutteling in.”

*Weekbladjournalist (Int. 7, p. 106-107)*

“Ik wilde per se een reactie van [de] wethouder (...), want in het jaar daarvoor hadden we gemerkt dat hij dat altijd afhoudt, dus hij (...) reageert niet, eh... Nooit persoonlijk, altijd via zijn woordvoerder eh... En dan krijg je een nietszeggend antwoord. (...) Dus ik heb iets gedaan wat ik anders niet deed. Namelijk concepttekst van mijn verhaal doorsturen naar de voorlichter. (...) Nou, toen kreeg ik terug te horen van (...) de wethouder zelf kon niet reageren, want hij zat in het buitenland. (...) Dus hebben we gepubliceerd en (...) daar was hij zeer, zeer ongelukkig over. En toen kreeg ik dus daags daarna bezoek van de fractie eh.. (...) Die waren het daar absoluut niet mee eens.”

*Dagbladjournalist (Int. 14, p.327).*

De journalisten stellen dat het cruciaal is een warme band met raadsleden en ambtenaren en het college van burgemeester en wethouder(s) te onderhouden. Deze band onderhouden journalisten bijvoorbeeld door aanwezig te zijn bij de vergaderingen, borrels bij te wonen of vergelijkbare activiteiten. Toch kunnen lang niet alle journalisten aanwezig zijn bij deze bijeenkomsten, waardoor de band de afgelopen jaren is verslechterd, stelt een aantal journalisten. Meestal is deze kritiek gericht op de dagbladjournalisten en/of de freelancers. Dit heeft invloed op de manier hoe je je werk uitoefent als journalist. Zo wordt uitgelegd dat een onenigheid met een raadslid ervoor kan zorgen dat de lokale journalist buitengesloten wordt. Bijvoorbeeld door deze journalist niet meer te woord willen staan of niet meer uit te nodigen voor bijeenkomsten. De kans dat de lokale journalist nog iets ‘in de wandelgangen’ hoort is ook vrij klein. Een journalist vertelt over de band met de gemeenteraad:

“Vooraf even met mensen spreken. De gewoonte is dat je iedereen een hand gaat geven of als ik er al ben komen ze mij een hand geven. Dus (...) iedereen begroet elkaar. En soms ga ik wat eerder weg, dan denk ik dan ga ik thuis wel eventjes online opzoeken wat er gezegd is. Maar er is bijvoorbeeld na iedere

gemeenteraadsvergadering een borrel. Een drankje en een bitterballetje. Dan wordt er dus eindeloos nagebabbel. Daar worden de dingen uitgewisseld. Ja daar probeer ik dus ook altijd wel te blijven.”  
*Weekbladjournalist (Int. 7, 119-120).*

De journalisten uiten ook kritiek op elkaar wanneer het aankomt op betrokkenheid of voelsprietten in de gemeente. De journalisten die niet in de omgeving wonen waarover ze berichten, weten volgens de andere journalisten te weinig over wat er echt speelt:

“De redacteuren wonen hier niet (...) daar merk je al dat een stuk beleving mist. (...) Ik woon al 40 jaar [hier] dus ik ken (...) de drie dorpen, (...) dus ik weet waarover het gaat.. En als ik niet begrijp waarover het gaat dan ga ik er kijken om er goed over te kunnen schrijven.”  
*Weekbladjournalist (Interview 7, p.103).*

“Bij [een krant] werken correspondenten (...) en die hebben een slogan. Uh.. ‘Wij van hier’ (...). Alsof ze zo betrokken zijn. Terwijl de redactie ergens achterin Rotterdam zit en helemaal niet hier.”  
*Weekbladjournalist (Int. 11, p.211).*

De typen journalisten krijgen allemaal te maken met deze afhankelijkheidsrelaties. Alleen de freelancers hebben nog een extra partij waar ze rekening mee moeten houden.

### *De freelancer*

De freelancer heeft te maken met het netwerk, maar omschrijft ten opzichte van de andere lokale journalisten, de redactie als belangrijke relatie. De redactie rekent erop dat de freelancer alleen artikelen schrijft over onderwerpen die relevant zijn. Andersom rekent de freelancer erop dat de artikelen worden afgenomen en dat hieruit nieuwe opdrachten voortkomen:

“Je overlegt van tevoren met je coördinator, van joh, dit staat op de agenda, ik verwacht wel dat dit wat wordt. Maar wat je ook zegt, het is een bepaald risico in zekere zin. Je weet nooit 100% zeker dat het geplaatst wordt. (...) Je moet goed contact onderhouden met je opdrachtgever. Over waar je over gaat schrijven, zodat je niet voor niks werkt... Omdat het dan toch niet geplaatst wordt.”  
*Freelancer (Int. 1, p.5).*

“Je probeert natuurlijk een zo goed mogelijk stuk af te leveren. Dat heeft namelijk weer invloed op de volgende opdracht.. En dat is anders dan dat je in vaste dienst bent.”  
*Freelancer (Int. 10, p. 179).*

Ook wordt van de freelancers gezegd dat ze te weinig betrokken zijn bij de nieuwsorganisatie en de gemeente, want deze groep hoeft er alleen maar voor zorgen dat de opdrachten van de nieuwsredacties uitgevoerd worden:

“Kijk, ik werk gewoon voor [de krant], ik ben hier in dienst. (...) Ik voel hart voor de zaak. (...) Hart voor de krant. En ik kan me voorstellen, want ik ben ook freelancer geweest, als je allerlei verschillende opdrachten doet.. Je probeert die zo goed mogelijk te doen, maar (...) dan is er gewoon meer afstand. (...) Voel je gewoon minder een band... Minder commitment is er dan, met een uh.. (...) Met een redactie, met je lezersgroep, gewoon met... Met alles eigenlijk... Gewoon met de krant.”

*Dagbladjournalist (Int. 13, p. 286).*

De beroepsverantwoordelijkheden die de lokale journalisten ervaren in hun werk, staan soms in contrast met de banden die ze moeten onderhouden met verschillende groepen in de samenleving. Bijvoorbeeld objectiviteit, onafhankelijkheid en zorgvuldigheid komen in het geding door de afhankelijkheidsrelaties die bestaan tussen journalist en adverteerders, publiek, gemeenteraadsleden, college van burgemeester en wethouder(s) en ambtenaren. Deze afhankelijkheid bestaat ook doordat onenigheid met één van deze partijen, op welke manier dan ook, schadelijke gevolgen kan hebben. Wanneer het vertrouwen van het publiek is geschaad, willen ze bijvoorbeeld de krant niet meer lezen, als de adverteerders ontevreden zijn, willen ze niet meer adverteren of wanneer de lokale politiek ontevreden is, willen ze de journalist niet meer te woord staan. De freelancer heeft daarnaast nog een afhankelijkheidsrelatie met de redactie. Wanneer de redactie ontevreden is, willen ze een artikel niet afnemen en geven ze geen nieuwe opdrachten meer. Kortom, de banden met de adverteerder, lokale politiek en het publiek is niet alleen cruciaal voor het bestaan van het medium, maar tegelijkertijd vaak in strijd met de journalistieke waarden, zo erkennen ook de lokale journalisten. In het volgende hoofdstuk worden de conclusies uiteengezet.

## 5. Conclusie en discussie

Gemeenten hebben de afgelopen jaren steeds meer beleidstaken overgenomen van het Rijk. Voorheen werden deze beleidsbeslissingen door de landelijke journalisten verslagen, maar omdat deze beslissingen op lokaal niveau worden genomen, is dit nu de taak van de lokale journalisten. Dit is een belangrijke taak, omdat burgers vooral informatie over lokale besluitvorming via de media krijgen. Het belang van lokale journalistiek is toegenomen, maar tegelijkertijd verkeert deze journalistiek in zwaar weer. Maatschappelijke en technologische ontwikkelingen lijken ervoor te zorgen dat veranderingen in traditionele journalistieke waarden niet te voorkomen zijn. Via interviews zijn opvattingen, meningen, persoonlijke ervaringen, gedachtegangen, keuzes en visies van lokale journalisten geanalyseerd, om antwoord te geven op de onderzoeksvraag:

*Welke journalistieke waarden drijven lokale journalisten die berichten over lokale politiek?*

Er zijn in totaal 15 interviews afgenomen en aan de hand van het transcriberen en analyseren van de interviews zijn de belangrijkste resultaten uiteengezet, die uiteindelijk antwoord geven op de onderzoeksvraag.

### 5.1 Samenvatting resultaten

In deze studie wordt onderzoek gedaan naar de journalistieke waarden die journalisten drijven in het berichten over de lokale politiek. In de eerste plaats worden lokale journalisten gedreven door traditionele journalistieke waarden als: burgers op een begrijpelijke manier, zo snel mogelijk, onpartijdig, objectief, neutraal, onafhankelijk, eerlijk, gebalanceerd en waarheidsgetrouw informeren. Hierbij moeten ze ethisch handelen en hebben ze de taak machthebbers te controleren en kritisch te beschouwen. Over het algemeen houden de ondervraagde journalisten vast aan deze waarden, maar door verschillende ontwikkelingen komen ze onder druk te staan. Lokale journalisten maken daardoor veelal keuzes op basis van persoonlijke motieven of motieven die voortvloeien uit marktwerking of afhankelijkheidsrelaties, in plaats van motieven die gedreven zijn door de journalistieke waarden.

Marktwerking heeft invloed op de traditionele waarden en dit is alom bekend in de journalistiek. De toenemende concurrentie en professionalisering van redacties en



communicatieprofessionals bij gemeenten zijn hier voorbeelden van. Commerciële belangen spelen een grotere rol dan het selecteren van onderwerpen die relevant of belangrijk zijn voor het goed informeren van de burger. Ook het aantrekken van lezers krijgt meer prioriteit dan het waarheidsgetrouw en eerlijk berichten. De journalistieke waarden worden dus geschaad, vanwege bijvoorbeeld commerciële belangen. Deze ontwikkelingen zijn niet nieuw, maar uit dit onderzoek is gebleken dat ook op lokaal niveau door marktwerking het naleven van de traditionele journalistieke waarden wordt bemoeilijkt.

Waar de marktwerking expliciet invloed heeft op de waarden, heeft de relationele afhankelijkheid vooral impliciet invloed. Dit zijn afhankelijkheidsrelaties tussen lokale journalisten en adverteerders, publiek, gemeenteraadsleden, college van burgemeester en wethouder(s) en ambtenaren. Onenigheid met één van deze groepen kan zorgen voor negatieve gevolgen voor de journalist: wanneer het vertrouwen van het publiek is geschaad, kopen ze bijvoorbeeld de krant niet meer, als adverteerders ontevreden zijn, willen ze niet meer adverteren of wanneer raadsleden ontevreden zijn, willen ze de journalist niet meer te woord staan. De journalist is dermate afhankelijk van deze externe partijen dat concessies gedaan worden aan de traditionele waarden, waardoor de berichtgeving niet objectief en onafhankelijk tot stand komt. Ook machthebbers worden niet meer gecontroleerd, maar ze worden te vriend gehouden. Deze relaties worden subtiel onderhouden, omdat de journalisten zich geen slechte naam kunnen permitteren en deze afhankelijkheidsrelaties indruisen tegen het idee van onafhankelijkheid. Deze afhankelijkheid wordt dus niet nadrukkelijk benoemd, maar heeft wel invloed op de berichtgeving en schaden traditionele waarden als: het controleren van de macht, objectiviteit en onafhankelijkheid.

Op basis van het onderzoek kan gesteld worden dat lokale journalisten in verschillende mate gedreven en beïnvloed worden bij het berichten over lokale politiek. De mate waarin ze beïnvloed worden is afhankelijk van het type journalist. Uit dit onderzoek blijkt dat onderscheid gemaakt kan worden tussen journalisten op basis van: de soort nieuwsorganisatie, hoe de nieuwsorganisatie gefinancierd wordt en het dienstverband van de journalist. Allereerst de dagbladjournalisten, die in dienst zijn bij nieuwsorganisaties die dagelijks nieuws produceren. Deze organisaties worden gefinancierd door inkomsten van abonnees en advertenties. Ten tweede de weekbladjournalisten, die vaak wekelijks een gratis krant produceren en/of dagelijks op internet gratis nieuws verspreiden. Deze nieuwsorganisaties worden volledig gefinancierd uit inkomsten van adverteerders en hier werken betaalde journalisten en vrijwilligers. Daarnaast zijn er subsidiejournalisten, zij werken bij een nieuwsorganisatie die bestaat van subsidies, eventueel aangevuld met schenkingen van

bedrijven. De journalisten die hier werken zijn voor het overgrote deel vrijwilliger en het nieuws dat zij verspreiden is gratis. Het laatste type is de freelancer, die werkt als zelfstandig ondernemer. Deze journalist moet opdrachten krijgen van redacties. De opdrachtgever kan zowel een redactie van een betaald medium zijn als van een huis-aan-huismedium.

Deze typen journalisten maken verschillende afwegingen en op basis van verschillende motieven worden keuzes gemaakt. Zo bekritisieren de journalisten elkaar op het niet naleven van de journalistieke waarden. De dagbladjournalisten kiezen voor onderwerpen die op korte termijn of makkelijk tot succes leiden en selecteren niet de onderwerpen die relevant zijn voor het goed informeren van de burger. De weekbladjournalisten en de subsidiejournalisten kopiëren en plakken berichten van de gemeente, daardoor wordt de onafhankelijkheid van de journalist en de objectiviteit van de berichtgeving aangetast. De freelancers blazen verhalen op om geld te verdienen, in plaats van waarheidsgetrouw te berichten. Deze keuzes worden meestal uit tijdsbeperingen gemaakt, maar schaden de journalistieke waarden.

Kortom, idealiter worden de journalisten gedreven door de traditionele journalistieke waarden. Toch zorgen externe factoren ervoor dat het handelen naar deze waarden bemoeilijkt wordt en keuzes niet gedreven worden door motieven die de journalistieke waarden centraal stellen. Motieven die voortvloeien uit marktwerking zijn expliciet, omdat deze alom bekend zijn en de motieven die voortvloeien uit relationele afhankelijkheid zijn impliciet, omdat deze er eigenlijk niet mogen zijn. De journalist maakt afwegingen om toch de nieuwsorganisatie, en indirect zichzelf, veilig te stellen voor een ondergang. De traditionele waarden zoals onafhankelijk, waarheidsgetrouw, eerlijk en objectief burgers informeren over relevante onderwerpen en machthebbers controleren worden hiermee wel geschaad. Daarnaast kan een verschil gemaakt worden tussen typen lokale journalisten. De mate waarin de externe factoren zoals marktwerking en relationele afhankelijkheid invloed hebben op de journalist is afhankelijk van: de soort nieuwsorganisatie waar de journalist werkt, de financiering van de nieuwsorganisatie en het dienstverband van de journalist. Deze typen journalisten maken verschillende keuzes, waardoor ander soort berichtgeving tot stand komt die in meer of mindere mate de journalistieke waarden schaadt.

## 5.2 Discussie

In deze paragraaf wordt bekeken hoe de resultaten van dit onderzoek zich verhouden ten opzichte van de bestaande literatuur. Zo blijkt uit de bestaande literatuur dat de functie van

waakhond en de rol van het publiek verandert, objectiviteit ter discussie staat en concurrentie en commercie de journalistiek beïnvloeden (Deuze, 2004; Franklin, 2006; Witschge & Nygren, 2009; Bardoel & Wijfjes, 2015; Drok, 2015). Waarden als: betrokkenheid, samenwerking, transparantie, interpretatie, publieksgerichtheid en snelheid van nieuws lijken van toenemend belang in de journalistiek (Witschge & Nygren, 2009; Broersma, 2015; Drok, 2015; Harbers, 2015). Uit deze studie blijkt dat de traditionele waarden, zoals Deuze (2004) heeft geformuleerd, idealiter voorrang krijgen op bijvoorbeeld de veranderingen die door de marktwerking ontstaan zijn en op de relationele afhankelijkheden. Toch blijken de van oudsher geformuleerde waarden ook op lokaal niveau niet houdbaar, bijvoorbeeld doordat het voortbestaan van de nieuwsorganisaties en beroepsgroep volledig afhangt van externe partijen, die journalisten daarom tevreden willen houden. Deze conclusie sluit aan bij de conclusies van Broersma (2003), Deuze (2008) Hermans et al. (2011) en Van Vree en Azough (2015). Tegenstrijdige verantwoordelijkheden en belangen bemoeilijken het traditionele journalistieke proces dermate, dat het opnieuw bekijken en beoordelen van de waarden op basis van nieuwe informatie en middels opgedane ervaringen noodzakelijk lijkt, zoals ook Kovach en Rosenstiel (2007), Broersma en Peters (in Bardoel & Wijfjes, 2015) stellen.

Uit de analyse is gebleken dat onderscheid te maken is in typen journalisten, gebaseerd op de soort nieuwsorganisatie, hoe de nieuwsorganisatie gefinancierd wordt en het dienstverband van de journalist. Deze typen lokale journalisten zijn onderling divers, want ze maken andere afwegingen ten opzichte van de journalistieke waarden, waardoor ander soort berichtgeving tot stand komt. Tot dusver heeft de literatuur geen aandacht besteed aan deze verschillende journalisten. De bestaande onderzoeken zijn vooral gericht op dagbladjournalisten of freelancers. In de literatuur blijven de subsidiejournalisten en de weekbladjournalisten die onbetaald werk verrichten onderbelicht. Zij hebben wel degelijk een groot aandeel in de verzameling, productie en verspreiding van lokaal politiek nieuws. Ten opzichte van de waarden maken ze verschillende afwegingen, maar onduidelijk is of zij op andere gebieden ook andere afwegingen maken. Door het onderzoeken van de onbetaalde subsidiejournalisten en weekbladjournalisten kan een ander beeld ontstaan van de lokale berichtgeving en het lokale medialandschap. De context die geschetst wordt in de huidige literatuur is niet volledig door het ontbreken van deze onbetaalde journalisten.

De verschillende relaties die de journalisten onderhouden worden in de bestaande literatuur slechts gedeeltelijk beschreven. Uit deze studie blijkt dat de relaties met het publiek, adverteerders, gemeenteraadsleden, college van burgemeester en wethouder(s) en ambtenaren noodzakelijk zijn voor het voortbestaan van een medium. De bestaande literatuur beschrijft

dat de relaties tussen journalist en deze groepen een keuze is: 'journalisten willen liever samenwerken met overheidsinstanties dan ze te controleren' (Franklin, 2006). Onenigheid tussen journalisten en één van deze groepen kan negatieve gevolgen hebben die een belemmering kunnen zijn voor het goed uitoefenen van het vak. Een negatief gevolg is bijvoorbeeld dat een gemeenteraadslid de journalist niet meer te woord wil staan, of de adverteerder wil niet meer adverteren, waardoor nieuwsorganisaties inkomsten misgelopen. Uit deze studie blijkt dus dat de afhankelijkheid zo groot is dat het geen keuze is, maar noodzaak.

De relaties met het publiek en de adverteerder worden in de literatuur al beschreven, maar een nieuw inzicht is dat het noodzakelijk is om relaties te onderhouden met gemeenteraadsleden, college van burgemeester en wethouder(s) en ambtenaren. Deze afhankelijkheid is niet alleen heel schadelijk voor de onafhankelijkheid van de journalist, maar staat ook haaks op het kritisch beschouwen en controleren van de macht. Hiermee kan de betrouwbaarheid van de berichtgeving ook in twijfel getrokken worden en lijken waarden als objectief en waarheidsvinding naar de achtergrond te verdwijnen.

Een laatste aandachtspunt is de inmenging van communicatieprofessionals en de uitwerking hiervan op de lokale berichtgeving. De inmenging van communicatieprofessionals is in eerder onderzoek van Franklin (2006), Harrison (2006) en Bakker en Van Kerkhoven (2013) geconstateerd. Gebleken is dat de inmenging per gemeente verschilt. Er zijn gemeenten waar de communicatieprofessional alles checkt en gemeenten waar heel af en toe iets achteraf bekeken wordt. Belangrijker zijn de gevolgen van de inmenging. Het controleren van de machthebbers is een belangrijke journalistieke waarde, maar door de inmenging kan een journalist deze functie niet goed uitoefenen. Het is dus een gevaar voor een goed functionerende democratie als een communicatieprofessional te veel invloed heeft op de berichtgeving. Daarnaast blijkt bijvoorbeeld dat er steeds minder lokale journalisten zijn, waardoor berichten vanuit gemeenten letterlijk overgenomen worden om tijd te besparen. Communicatieprofessionals van gemeenten hebben dan de vrijheid om positieve berichtgeving te verspreiden en deze professionals handelen niet naar de journalistieke waarden. Deze conclusies zijn een gevaar voor het controleren van de machthebbers, een goed functionerende democratie, maar zeker ook een gevaar voor het goed informeren van de burger dat belangrijke uitgangspunten zijn voor journalisten.

Lokale journalisten die berichten over politiek maken doorgaans keuzes die gedreven worden door andere motieven dan de journalistieke waarden. Hierdoor worden de journalistieke waarden geschaad. Het schaden van de journalistieke waarden zorgt voor een

discussie rondom de houdbaarheid van de lokale journalistiek. De journalistieke waarden legitimeren de positie van de journalist in de samenleving (Deuze, 2004; 2005; Witschge & Nygren, 2009), maar als die waarden niet meer volledig nageleefd worden wat is dan de toegevoegde waarde van de lokale journalist die bericht over politiek?

### 5.3 Beperkingen en vervolgonderzoek

Deze studie heeft ook een aantal beperkingen. Allereerst is gekozen voor een kwalitatieve benadering. Dit heeft als beperking dat de vragen tijdens de interviews gesteld zijn op inschatting van de onderzoeker. Ook de analyse is gedeeltelijk afhankelijk van de interpretatie van de onderzoeker. Ondanks dat het proces volgens de literatuur beschreven is, verloopt de analyse niet in een rechte lijn van transcripten naar conclusies (Boeije, 2014). De vraag is of dezelfde resultaten ontdekt worden als het onderzoek herhaald wordt. De stadia van het coderen zijn inzichtelijk gemaakt in appendix A en B om navolgbaar te zijn.

Ondanks dat deze studie nieuwe inzichten heeft opgeleverd, zorgt het ook voor nieuwe vragen. Het zou goed zijn om vervolgonderzoek te doen naar de verschillende typen lokale journalisten, dit zou kwantitatief onderzocht kunnen worden als aanvulling op dit onderzoek. Subsidiejournalisten en weekbladjournalisten (en vooral de vrijwilligers die hier werken) blijven nog onderbelicht, terwijl zij een groot aandeel hebben in de lokale nieuwsvoorziening. In dit onderzoek is de groep subsidiejournalisten en weekbladjournalisten te klein om verschillen vast te stellen, hier zou vervolgonderzoek naar gedaan kunnen worden. Ook kunnen in aanvulling op dit onderzoek andere genres onderzocht worden dan de lokale politiek om een completer beeld te krijgen.

Tot slot is in dit onderzoek gekozen voor een eenzijdige benadering, namelijk het handelen van de journalist vanuit het perspectief van de journalist. Daarnaast is veel gesproken over andere groepen, zoals adverteerders, het publiek en de groepen binnen de gemeente. In vervolgonderzoek zou gefocust kunnen worden op deze groepen als aanvulling op dit onderzoek. Bijvoorbeeld de rol van de communicatieprofessional zou verder onderzocht kunnen worden. Uit dit onderzoek blijkt dat de communicatieprofessional een rol in het journalistieke proces inneemt. De vraag is: is er een verschuiving van journalist naar communicatieprofessional? Of neemt het publiek steeds meer taken over van de journalist? Ook de rol van de gemeenteraadsleden kunnen onderzocht worden. Een resultaat uit dit onderzoek is dat zij een grote invloed hebben op het functioneren van een journalist, maar de vraag is: hoe ervaren zij hun rol in het journalistieke proces? Of in hoeverre spelen ze in op deze macht?

## Literatuurlijst

- Atton, C. (2007). Current issues in alternative media research. *Sociology Compass*, 1(1), 17-27. DOI: 10.1111/j.1751-9020.2007.00005.x.
- Bakker, P. (2004) *Lokale & Regionale Media in Nederland. Verschuivingen in aanbod en gebruik 1981 – 2003* (research report). Retrieved from: [http://mrb.lynx-01.nl/Uploads/Files/lok\\_reg\\_media\\_nl.pdf](http://mrb.lynx-01.nl/Uploads/Files/lok_reg_media_nl.pdf)
- Bakker, P., & Van Kerkhoven, M. (2013). Hyperlocal in Nederland: De nieuwe nieuwswebsites in de praktijk. In Q. Kik, & L. Landman (Red.), *Nieuwsvoorziening in de regio* (pp. 75-94). Diemen: AMB.
- Bakker, P. (2014) Mr. Gates Returns. *Journalism Studies*, 15(5), 596-606. DOI: 10.1080/1461670X.2014.901783.
- Bardoel, J., & Wijfjes, H. (2015). Journalistieke cultuur in Nederland: een professie tussen traditie en toekomst. In J. Bardoel (Red.), *Journalistieke cultuur in Nederland* (pp. 11-27). Amsterdam: University Press.
- Boeije, H.R. (2014). *Analyseren in kwalitatief onderzoek. Denken en doen*. Amsterdam: Boom Onderwijs.
- Brants, K. (2015). Van medialogica naar publiekslogica? Verschuivende verhoudingen tussen journalistiek, politiek en publiek. In J. Bardoel (Red.), *Journalistieke cultuur in Nederland* (pp. 237-253). Amsterdam: University Press.
- Broersma, M. (2003). *Tegen de trend. Regionale journalistiek in een veranderde samenleving*. Meppel: Krips.
- Broersma, M. (2015). Objectiviteit als professionele strategie. Nut en functie van een omstreden begrip. In J. Bardoel (Red.), *Journalistieke cultuur in Nederland* (pp. 163-181). Amsterdam: University Press.
- Bruns, A. (2003). Gatewatching, not gatekeeping: Collaborative online news. *Media International Australia Incorporating Culture and Policy*, 107(1), 31-44. DOI: 10.1177/1329878X0310700106.
- Buijs, K. (2008). *Journalistieke kwaliteit in het crossmediale tijdperk*. Den Haag: Boom Lemma.
- Buijs, K. (2014). *Regiojournalistiek in spagaat. De kwaliteit van het redactieproces in de regionale journalistiek; een case-studie*. Den Haag: Boom Lemma.
- Carlson, M. (2007). Blogs and journalistic authority. *Journalism Studies*, 8(2), 264-279. DOI: 10.1080/14616700601148861

- Cissel, M. (2012). Media Framing: a comparative content analysis on mainstream and alternative news coverage of Occupy Wall Street. *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 3(1), 67-77. Retrieved from: <https://www.elon.edu/docs/e-web/academics/communications/research/vol3no1/08CisselEJSpring12.pdf>.
- Costera Meijer, I., Ilievski, D., & Kreemers, D. (2013). *Waardevolle Journalistiek voor de regio. Onderzoek naar nieuwsbereik, nieuwswaardering en kwaliteit van regionale en lokale journalistiek* (research report). Retrieved from: <https://www.svdj.nl/wp-content/uploads/2015/12/Waardevolle-journalistiek-voor-de-regio-030913.pdf>.
- Costera Meijer, I., & Groot Kormelink, T. (2015). Clicken, ckecken, delen, snacken, linken. Het veranderend gebruik van journalistiek. In J. Bardoel (Red.), *Journalistieke cultuur in Nederland* (pp. 289-308). Amsterdam: University Press.
- Deuze, M. (2004). *Wat is journalistiek?* Amsterdam: Het Spinhuis.
- Deuze, M. (2005). What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism*, 6(4), 442-464. DOI: 10.1177/1464884905056815.
- Deuze, M. (2008). Understanding journalism as newswork: How it changes, and how it remains the same. *Westminster Papers in Communication and Culture*, 5(2), 4-23. DOI: <http://doi.org/10.16997/wpcc.61>.
- Domingo, D. (2008). Interactivity in the daily routines of online newsrooms: Dealing with an uncomfortable myth. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(3), 680-704. DOI: 10.1111/j.1083-6101.2008.00415.x.
- Donsbach, W. (2014). Journalism as the new knowledge profession and consequences for journalism education. *Journalism*, 15(6), 661-677. DOI: 10.1177/1464884913491347.
- Drok, N. (2015). Terug naar het publiek. Civiele journalistiek in de netwerksamenleving. In J. Bardoel (Red.), *Journalistieke cultuur in Nederland* (pp. 255-269). Amsterdam: University Press.
- Evers, H. (2002). *Internetjournalistiek. Nieuwe ethische vragen?* (Adobe PDF version). Retrieved from: <https://www.svdj.nl/wp-content/uploads/2015/12/040402-S10-Internetjournalistiek.-Nieuwe-ethische-vragen.pdf>
- Franklin, B. (2006). Attacking the devil? Local journalists and local newspapers in the UK. In B. Franklin (Red.), *Local journalism and local media. Making the local news*. (pp. 3-15). London: Routledge.

- Harrison, S. (2006). Local government public relations and the local press. In B. Franklin (Red.), *Local journalism and local media. Making the local news.* (pp. 175-188). London: Routledge.
- Gilbert, N. (2008). *Researching social life* (third edition). London: Sage.
- Groenhart, H. (2015). Transparante journalistiek. Verantwoording als antwoord op de vertrouwenscrisis. In J. Bardoel & H. Wijfjes (Red.), *Journalistieke Cultuur in Nederland.* (pp. 271-288). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Harbers, F. (2015). De revanche van de subjectieve ervaring. Personalisering in de geschreven journalistiek. In J. Bardoel (Red.), *Journalistieke cultuur in Nederland* (pp. 123-141). Amsterdam: University Press.
- Hermans, L., Vergeer, M., & Pleiter, A. (2011). *Nederlandse journalisten in 2010. Onderzoek naar de kenmerken van de beroepsgroep, professionele opvattingen en het gebruik van digitale media in het journalistieke werk.* Nijmegen: Radboud Universiteit.
- Hoffman, D.L., & Novak, T.P. (1997). A New Marketing Paradigm for Electronic Commerce. *The Information Society*, 13(1), 43-54. DOI: 10.1080/019722497129278.
- Huisman, C. (2014, september 29). Betere zorg? Verhuis naar een andere gemeente. *Volkskrant*. Retrieved from: <http://www.volkskrant.nl/wetenschap/betere-zorg-verhuis-naar-een-andere-gemeente~a3758217/>
- Journalistiek. (n.d.). In *Prisma woordenboek Nederlands* (Versie 2.2.1).
- Karlsson, M. (2010). Rituals of transparency. Evaluating online news outlets' uses of transparency rituals in United States, United Kingdom and Sweden. *Journalism Studies*, 11(4), 535-545. DOI: 10.1080/14616701003638400.
- Kester, B.C.M., & Kleppe, M. (2015). Acceptatie, professionalisering en innovatie. Persfotografie in Nederland, 1837-2014. In J. Bardoel & H. Wijfjes (Red.), *Journalistieke Cultuur in Nederland* (pp. 53-76). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Kik, Q., Bakker, P., & Buijs, L. (2013). Meer lokaal nieuwsaanbod, meer van hetzelfde nieuws. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 41(4), 387-401. Retrieved from: <http://search.proquest.com/openview/0130a858176b413c7cd76a622873655b/1?pq-origsite=gscholar>.
- Kik, Q., & Landman, L. (2013). Wie waakt er in de regio? Inhoudsanalyse van lokaal georiënteerde nieuwsmedia in 80 Nederlandse gemeenten. In Kik, Q. & Landman, L. (Red.), *Nieuwsvoorziening in de regio* (pp. 29-60). Diemen: AMB.



- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2007). *The elements of journalism*. New York: Three Rivers Press.
- Laeven, J. (2014, maart 11). Lokale verslaggeving: snel, kort, goedkoop. *Het NRC Handelsblad*. Retrieved from: <https://www.nrc.nl/nieuws/2014/03/11/lokale-verslaggeving-snel-kort-goedkoop-1355027-a248508>.  
41(4), 505-530. DOI: 10.1177/0093650212467031.
- Legard, R., Keegan, J., & Ward, K. (2003). In-depth interviews. In J. Ritchie & J. Lewis (Eds.), *Qualitative research practice: A guide for social science students and researchers* (pp. 138-169). London: Sage.
- Livingston, S. & Bennett, W.L. (2003). Gatekeeping, Indexing, and Live-Event News: Is Technology Altering the Construction of News? *Political Communication*, 20(4), 363-380. DOI: 10.1080/10584600390244121
- McNair, B. (2006). News from a small country: the media in Scotland. In B. Franklin (Red.), *Local journalism and local media. Making the local news*. (pp. 37-48). London: Routledge.
- Mitchelstein, E., & Boczkowski, P. J. (2009). Between tradition and change. A review of recent research on online news production. *Journalism*, 10(5), 562-586. DOI: 10.1177/1464884909106533.
- O'sullivan, J., & Heinonen, A. (2008). Old values, new media: Journalism role perceptions in a changing world. *Journalism Practice*, 2(3), 357-371. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/17512780802281081>.
- Paulussen, S., & Ugille, P. (2008). User generated content in the newsroom: Professional and organisational constraints on participatory journalism. *Westminster Papers in Communication and Culture*, 5(2). DOI: <http://doi.org/10.16997/wpcc.63>.
- Phillips, A. (2010). Transparency and the new ethics of journalism. *Journalism Practice*, 4(3), 373-382. DOI:10.1080/17512781003642972.
- Pilling, R. (2006). Local journalists and the local press: waking up to change? In B. Franklin (Red.), *Local journalism and local media. Making the local news*. (pp. 104-114). London: Routledge.
- Reese, S. D. (1990). The news paradigm and the ideology of objectivity: A socialist at the Wall Street Journal. *Critical Studies in Media Communication*, 7(4), 390-409. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/15295039009360187>.

- Rijksoverheid (2015a). *Decentralisatie van overheidstaken naar gemeenten* (nieuwsbericht). Retrieved from: <https://www.rijksoverheid.nl>
- Rijksoverheid (2015b). *Persvrijheid bewaken* (nieuwsbericht). Retrieved from: <https://www.rijksoverheid.nl>.
- Rijksoverheid (2015c). *Efficiëntere regionale omroep blijft herkenbaar in de regio* (nieuwsbericht). Retrieved from: <https://www.rijksoverheid.nl>.
- Shoemaker P.J., & Reese, S.D. (2014). Routines as conceptual model. In P.J. Shoemaker & S.D. Reese (Red.), *Mediating the Message in the 21st Century. A media sociology perspective* (pp.168-177). New York: Routledge.
- Stassen, W. (2010). Your news in 140 characters: exploring the role of social media in journalism. *Global Media Journal: African Edition*, 4(1). Retrieved from: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail/detail?sid=c8dbe47c-cac3-44ea-8791-6e210698e79a%40sessionmgr103&vid=0&hid=128&bdata=JkF1dGhUeXBIPWlwLGNvb2tpZSx1cmwsdWlkJnNpdGU9ZWwhvc3QtbGl2ZSZzY29wZT1zaXRl#AN=49832000&db=cms>.
- Strauss, A., & Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research. Techniques and procedures for developing grounded theory*. London: Sage (pp. 3-25).
- Van Vree, F., & Azough, R. (2015). Beroep: Journalist. Beeldvorming, professionalisering en ethiek. In J. Bardoel (Red.), *Journalistieke cultuur in Nederland* (pp. 33-52). Amsterdam: University Press.
- Van Zanten, R. (2013). Voorwoord. In Kik, Q. & Landman, L. (Red.), *Nieuwsvoorziening in de regio* (pp.1-3). Diemen: AMB
- Vettehen, P.H., Beentjes J., Nuijten, K., & Peeters, A. (2011). Arousing characteristics in Dutch television news 1990-2004: an exploration of competitive strategies. *Mass Communication and Society*, 14(1), 93-112. DOI: 10.1080/15205431003615893.
- Welbers, K., Van Atteveldt, W., Kleinnijenhuis, J., Ruigrok, N., & Schaper, J. (2015). News selection criteria in the digital age: Professional norms versus online audience metrics. *Journalism*, 1-17. DOI: 10.1177/1464884915595474.
- Witschge, T., & Nygren, G. (2009). Journalism: A profession under pressure? *Journal of Media Business Studies*, 6(1), 37-59. Retrieved from: <http://eprints.gold.ac.uk/2128/>.
- Witschge, T., & Schram, E. (2015). Journalistiek ondernemerschap. Tussen nichemarkt en maatschappelijk nut. In J. Bardoel (Red.), *Journalistieke cultuur in Nederland* (pp. 327-342). Amsterdam: University Press.

## Appendix A – Open codering

Knip-en-plakjournalistiek	Human interest leest prettig
Vroeger kon meer	Gemeente als adverteerder
Journalist als notulist	Begrijpelijk schrijven
Tipgevers	Toegankelijk schrijven
Formats vullen	Uit de regio heeft voordelen
Onkunde jonge journalisten	Niet uit regio minder grip op nieuws
Experimenteren verdienmodellen	Ruzie met politici
Journalistieke attitude	Anonieme bronnen niet wenselijk
Hoor en wederhoor toepassen	Hoor wederhoor
Burgers informeren	Verifiëren bronnen
Delen informatie	Lezers controleren
Waardeoordeel geven	Maatschappelijke gevolgen inschatten
Nieuws duiden	Antiwaarde sensatie
Steeds meer bureaufactie	Relatiemanagement
Geen tijd voor onderzoek	Journalist is mens
Functie uitgehold in journalistiek	Journalist is onderdeel maatschappij
Politieke bubbel gevaar	Opstapfunctie
Empathie	Stelen info van elkaar
Waakhond/controleren macht	Ongeschreven taken
Gemakzucht	Journalist als merk
Papegaaien	Opvoedfunctie
Journalistieke verandering	Cultuur per gemeente belangrijk
Nieuwe taken	Meerdere gemeenten verslaan
Tweerichting	Fuseren gemeenten
Vertrouwen in journalist	Raadsvergadering niet meer volgen
Gevaar PR en communicatie	Onderwerpen die inwoners raken
Kwaliteit is houdbaar	Agendajournalistiek
Verschraling regiopolitieke verslaggeving	Via internet vergadering volgen
Experimenteren strategieën	Volgen wel wenselijk
Ethisch besef	Metten wat gelezen wordt
Kritiek op effectbejag	Dichtbij de mens staan
Antiwaarde invloed media op politiek	Persoonlijk raken
Minder zichtbaar in regio	Laagdrempelige onderwerpen kiezen
Minder aanwezig in regio	Als enige aanwezig bij vergaderingen
Nieuws in context zetten	Politiek bereikbaar voor journalist
De lezer kiest	Banden onderhouden met politiek
Afhankelijk van netwerk	Advertentie-inkomsten afname
Afhankelijk van bronnen	Journalist ook foto's maken

Afhankelijkheidsrelaties	Freelancers ingezet
Repercussies	Onderscheiden op kwaliteit
Afhankelijkheid gemeente	Advertentie aparte afdeling
Afhankelijkheid relatie coalitie	Rekening houden met adverteerder
Toename commercie	Journalistieke waarden boven commercie
Toename freelancers	Human interest interessant
Sensatie belichten	Afdeling communicatie persberichten
Concurrentie zorgt voor kwaliteit	Band communicatie verschilt
Gratis nieuws	Afschermen bestuursleden
Gratis = onbetrouwbaar	Contoleren macht
Kwaliteit bronnen beoordelen	Oppassen met spreekbuis inwoner
Afname persoonlijk contact	Persoonlijke belangen nieuwsbron afwegen
Bezuinigingen	Voelsprietten
Waarheidsvinding	Op ervaring handelen
Verandering in journalistiek	Monitoren niet reageren
Concurreren met kwaliteit	Mogelijkheden participatie
Advertenties	Online ingrijpen wanneer nodig
Controleren machthebbers	Tijdsdruk
Verschraling redacties	Geen strategie voor participatie
Geen kritische journalisten	Advertenties dalen
Wederzijdse afhankelijkheid	Lastig geld verdienen met journalistiek
Afhankelijkheidsrelaties	Hoor wederhoor
Journalist enige die macht controleert	Journalistieke principes in acht nemen
Kennis overdragen aan burgers	Fouten niet permitteren
Cherry picking op basis van agenda	Controle burgers
Beperkte tijd	Continu keuzes afwegen
Tips vanuit netwerk	Schrijven leuk
Streamen vergadering	Onpartijdigheid belangrijk
Persoonlijk contact belangrijk	Oordeel aan lezer
Publieke mening belangrijk	Beleving mist journalist buitenaf
Nabijheid	Afhankelijk advertentie hoeveel ruimte
Prikkelen van lezer	Vaak opstapfunctie
Cultuur per gemeente verschillend	Netwerk belangrijk
Onderwerpen per gemeente	Werken met deadline
Entertainmentfunctie	Bezuinigen gemeenten
Gebalanceerd nieuws brengen	Gemeente als adverteerder
Geen tijd voor echt onderzoek	Gemeente zelf producent
Kranten verdwijnen	Inmenging afdeling communicatie
Minder betaald	Inmenging betuttelend
Belang gemeenten neemt toe	Hoor en wederhoor toepassen

Toename taken gemeente	Tijdsdruk
Politiek mondiger en agressiever	Wederhoor duurt lang
Publiek mondiger	Actualiteit voor hoor wederhoor
Geen tijd om rekening te houden met waarden	Spanningsvelden
Internet geen goede bron	Goodwill kweken
Gemeenten professionaliseren	Permitteren gezichtsverlies
Toename persberichten	Belangen afwegen
Macht gemeenten in journalistiek neemt toe	Netwerk
Aantrekkelijk en informerend schrijven	Betaald per centimeter
Gemeentepolitiek te moeilijk voor gewone burger	Toestemming communicatie nodig
Gemeentepolitiek saai voor burger	Controle communicatie
Invalshoek vanuit politiek en vanuit burger	Keen op adverteerder
Inschatten van bedoelingen burger en politiek	Idealiter geen band adverteerder
Selecteren op ervaring	Plaatsing afhankelijk van ruimte
Vaak dezelfde burgers reageren/tippen	Templates vullen
Anoniem reageren onwenselijk	Service berichten overnemen gemeente
Omgang met anonieme bronnen verschillend	Social media als nieuwsbron
Bronnen verifiëren	Duiding = diepgang
Minder aandacht voor gemeentepolitiek in media	Duiding = analyse of beschouwing
Weinig journalisten bij vergaderingen	Mondjes voeden met werk
Drijfveer passie niet geld	Woorden afhankelijk van ruimte
Gevaar verdwijnen gemeentepolitieke journalistiek	Digital first strategie
Lichaamstaal belangrijk (niet via internet)	Verdienmodel betalen met data
Goodwill creëren	Online van belang voor adverteerder
Subsidie	Macht adverteerders
Burger en politiek melden zich	Afgerekend op aantal lezers
Onafhankelijkheid belangrijk	Tijdsdruk
Selecteren op gevoel	Filmpjes maken ook taak
Voelsprietten van de samenleving	Twitteren ook taak
Bereikbaar zijn belangrijk	Primeur geeft kick
Aanvulling verdieping op vergaderingen	Nepnieuws gevaar voor betrouwbaarheid
Nabijheid raakt interesse	Journalist als merk
Bedienen burgers	Begrijpelijk schrijven
Kanaliseren politiek	Groter bereik door internet
Belang netwerk	Aantrekkelijk presenteren nieuws
Vindbaar zijn	Redactie controleert
Onpartijdigheid belangrijk	Verdienmodellen lastig
Antiwaarde doorgeefluikje zijn	Concurrentiedruk
Continu relatiemanagement	Onpartijdig en onafhankelijk
Publiek oud	Afstand nemen van het onderwerp

Doelgroep alle inwoners	Goed stuk doet pijn bij mensen
Social media gebruik voor organisatie	Zelf op onderzoek uit
Monitoren social media	Voelsprietten dat er spanning is
Informeren van de inwoners	Groot netwerk voordeel
Restrictie, secuur vanuit gemeente	Band met communicatie gemeente
Inmenging afdeling communicatie obstakel	Begrijpelijk schrijven
Aantrekkelijkheid voor publiek van belang	Respect verdienen netwerk
Spelen met grenzen	Antiwaarde doorgeefluikje zijn
Keuzes op basis van maatschappelijke verantwoordelijkheid	Tijdsdruk
Fusies mediaorganisaties	Gemoederen kunnen hoog oplopen
Fusies gemeenten	Relevantie op impact
Betrokkenheid burgers door nabijheid	Vertaler
Politieke verslaggeving voor ernaast	Sturende taak
Neergang van de politieke verslaggeving	Aantrekkelijk schrijven
Veranderde samenleving	Duidelijk schrijven
Cultuurverandering politiek	Transparant info vandaan komt
Minder een op een contact met bestuurders	Netwerk belangrijk
Minder doortastende journalistiek	Democratische proces controleren
Vertrouwensband opbouwen	Relevantie op impact
Goodwill en credits opbouwen	Nalezen betrokkenen
Erosie	Direct contact politiek
Kiezen voor laaghangend fruit	Samenwerking politiek
Selectie nieuws zelf of met vaste medewerkers en redactie	Ondergeschikt aan betaald medium
De krant moet vol	Stukken publiceren van politici
Redacties worden kleiner	Tijdgebrek
Door freelancers redacties kwetsbaarder	Vrijwilligers
Freelancers zijn flexibel	Veelal samenwerkingen
Freelancers geen belasting, pensioen ed.	Opstapfunctie
Interessanter invalshoek vanuit inwoner dan vanuit politiek	Naam opbouwen journalist
Meer to-the-point schrijven	Reacties publiek
Vroeger ongeschoolde journalisten	Geruchten van feiten scheiden
Filteren belangrijk	Leuk om te schrijven
Antenne voor feitelijke ontwikkelingen en sentimenten	Deadlines
Streven naar schrijven over de werkelijkheid	Burgers informeren
Onbevangen en onbevooroordeeld	Werken met portefeuilles bij grote redacties
Het draait om vertrouwen	Opdrachtgevers
Steeds bewijzen	Meerdere gemeenten verslaan
Lezers als controleur	Agendajournalistiek
Publiek agressief (internet)	Verduidelijken
Diepere laag in het nieuws zoeken	Relevantie op consequenties

Filteren geruchten en feiten	Afhankelijk van band politiek benaderbaar
Essentieel voor de samenleving	Vertrouwensbasis
Behoeft aan nieuws evident	Vrijheid belangrijk
Macht adverteerders	Volksvertegenwoordiging controleren
Afhankelijkheid van adverteerders prru sociaaleconomisch	Minder journalisten
Lezers gaat impliciet uit van vertrouwen journalist	Gemeenten zonder politiekverslaggever
Toename informatiestroom	Betaalde media wetrekken uit regio
Informatiepositie is kleiner (door afname netwerk)	Betaalde media kiezen voor grote kruimels
Formeel adverteerders geen invloed	Regio politiekverslaggevers minder
Informeel adverteerders te vriend houden	Betrokkenheid burger minder door minder lokale journalisten
Wrijfpunt redactie en commercie	Laagdrempelig nieuws brengen
Afhankelijkheid adverteerders wordt groter	Relevantie op impact
Wordt er niet rijk van	Controverse interessant
Werken met templates	Bestuurlijke vernieuwing om betrokkenheid te vergroten
Om naamsbekendheid te vergroten als journalist	Afname artikel belangrijk
Antiwaarde geïnstitutionaliseerd werken	Freelancer anders dan vaste dienst
Invalshoek consequenties voor burger (omslag)	Per artikel betaald
Invalshoek vanuit inwoner strategie prettig lezen	Freelancer verkoopt opgeblazen stukken
Werken vanuit eigen intuïtie	Begrijpelijk schrijven
Antiwaarde kritiekloos schrijven	Professionele redactie zoals dagblad
Begrijpelijk voor alle lagen in de bevolking	Onafhankelijkheid belangrijk
Journalist van buitenaf laat zich makkelijk dingen aansmeren	Vertrouwen belangrijk
Moeilijke scheiding tussen journalist en persoon	Vertrouwen niet schaden
Bescherming bronnen	Repercussies
Anonieme bronnen moeten verifieerbaar zijn	Nabijheid raakt interesse
Haat-liefde verhoudingen	Verantwoording vertrouwen en bronnen
Aanzien als journalist	Anonieme bron onbetrouwbaar
Imago als journalist	Gevaar lokale media verdwijnen
Profileren als merknaam	Eigen inzicht journalist
Begrijpelijk, relevant nieuws publiceren	Kaalslag
Modereren ongeschreven taak	Bezuinigingen
Online publicatie uitstellen om jatpraktijken	Bezuinigingen personeelskosten
Mensen tegen zichzelf in bescherming nemen	Fuseren lokale media
Redactiestatuu	Verdienmodel web only adverteren
Freelancer krijgt opdrachten	Analyseren publiek
Weinig betrokkenheid onderwerp	Analyseren aantallen
Anders dan andere lokale media	Gebalanceerd nieuws
Vroeger anders	Fact-checken
Notulist van de samenleving	Duiden
Willen scoren	Kop aantrekkelijk, geen sensatie

Nieuwsbron Twitter	Oprolbaar schrijven
Snelheid door 24uur	Alles online doorplaatsen
Nu opleiding journalist	Objectief
Waarde hoor/wederhoor	Altijd aanwezig bij vergaderingen
Verdienmodellen lastig	Vertrouwenspersoon
Informeren van de inwoners	Gunfactor
Verschillende functies	Netwerk
Toename bureaufuncties/kantoorbaan	Relatie afdeling communicatie
Bezuinigingen	Checken
Redactiecultuur invloed op journalist	Hoor en wederhoor toepassen
Nieuwtjes brengen	Geen vriendjes worden, maar band onderhouden
Waakhond/contoleren macht	Spanningsveld communicatie
Dienen publiek	Vertrouwensbasis
Duiden = beschouwing	Niet alleen politiekverslaggever
Gedachtegoed of gedachtegang	Concurrentiedruk
Verdienmodellen lastig	Overnemen/herschrijven nieuws concurrenten
Verschraling/kaalslag	Gemoederen kunnen hoog oplopen
Social media gebruik voor organisatie	Snelheid en zorgvuldigheid bijten elkaar
Tweerichtingsverkeer	Publiceren dan corrigeren
Gedachtegoed kopen met nieuws	Publiek meldt fouten
Mening verkondigen mag	Monitoren internet
Globalisering	Ingrijpen reacties te bond
Waakhond/contoleren macht voorwaarde	Netwerk bijhouden
Eigen tegenspraak organiseren	Onafhankelijkheid belangrijk
Grote ego's in politiek	Objectief
Minder nieuws lezen publiek	Ondergeschikt aan betaald medium
Minder vraag naar nieuws	Neergekeken op huis-aan-huismedia
Ethisch besef journalist	Uit de regio voordelen
Mist ethisch besef = niet houdbaar	Betrokkenheid mist bij buitenaf journalisten
Op geld bewuste journalistiek	Relaties onderhouden
Effectbejag	Primeur geeft kick
Vergaderingen niet meer volgen	Persberichten positieve verhaal
Fuseren lokale media	Context en interpretatie
Abonnees houden voor overleven	Leuk om te schrijven
Gemeente adverteerder, dus samenwerken	Politieke interesse
Journalist betrouwbaar	Hoofd- van bijzaken scheiden
Waarde: kwaliteit wint	Last van verstoorde relaties
Afhankelijk bronnen en netwerk	Hobby
Toename communicatie van gemeente	Aanwezig bij vergaderingen
Communicatie = concurrentie journalist	Gezichtsuitdrukkingen belangrijk voor journalist



Repercussies vanuit netwerk	Plaatsing afhankelijk van advertenties
Repercussie niet te woord staan	Persoonlijk contact belangrijk
Freelancers lastig geld verdienen	Voorkeur politici ander lokaal medium
Freelancer gaat om verkoop verhaal	Concurrentiedruk
Dynamiek afhankelijk van dienstverband	Primeur geeft kick
Freelancer meer afstand	Stelen info van elkaar
Commercie = sensatie	Gemeente adverteerder, dus samenwerken
Persoonlijk contact belangrijk	Communicatie obstakel
Bezuinigingen	Netwerk belangrijk
Minder personeel	Vertrouwen belangrijk
Communicatie van gemeenten spinnen	Inwoners informeren
Waarde: waarheidsvinding	Repercussies
Discretie journalist	Afhankelijkheidsrelatie adverteerder
Toename concurrentiedruk	Verschraling regiopolitieke verslaggeving
Moreel besef	Freelancers lastig geld verdienen
Waarde journalist kritisch zijn	Concurrentie social media
Opleiding journalist van belang	Ervaring met mislopen netwerk
Wederzijdse afhankelijkheid	Zonder netwerk geen baan
Politici worden afgeschermd	Afhankelijkheidsrelaties
Vrijwilliger anders dan geld verdienen	Rekening houden met gevarieerde doelgroep
Geen winstoogmerk	Gebalanceerd nieuws
Politieke spelletje leuk	Controleren machthebbers
Lichaamstaal belangrijk (niet via internet)	Persoonlijke interesse
Goodwill kweken	Journalist van buitenaf mist achtergrond
Waarde onafhankelijkheid	Publiek selecterend
Maatschappelijke taak	Schrijven leuk
Fingerspitzengevoel	Meerdere gemeenten verslaan
Belang voelsprietten in de regio	Expres van buitenaf, zodat afstand gehouden wordt
Filteren belangrijk	Netwerk belangrijk
Niet alles kun je volgen	Toegankelijk zijn
Meerdere werkzaamheden en taken	Tijdsdruk
Als hobby journalist	Agendajournalistiek
Aanvulling op vergadering	Gevoelige onderwerpen interessant
Selectie op gevoel	Inschatten impact
Kanalisor	Keuzes op basis van ervaring
Contactpersonen in de regio	Controverse interessant
Goeie contacten met nieuwsbronnen	Valt of staat met netwerk
Agendasetting	Relatie soms op het spel zetten
Onafhankelijkheid belangrijk	Soms actualiteit voor zorgvuldigheid
Geluid bewoners doorgeven	Publiceren voor controleren

Geen doorgeefluik	Toename snelheid van nieuws
Geen partijgedachte uitstralen	Primeur geeft kick
Ruzie met politici	Concurrentiedruk
Netwerken	Stelen info van elkaar
Ouder publiek	Informatiestroom toegenomen
Onderzoek naar publiek	Toename freelancers
Poging andere doelgroepen aanspreken	Na-apen
Reacties monitoren	Verschraling regiopolitieke verslaggeving
Invloed gemeente minimaal	Freelancers missen hart voor de zaak
Geen verantwoording publiek	Huis-aan-huis amateuristisch of hobbyisten
Verantwoording gemeente	Checken regel, maar soms uitzondering
Informeren van de inwoners	Korte tijd publiceren
Gemeenten bepalen of meewerken	Afname bereidheid betalen nieuws
Restricties gemeenten	Betrouwbaar belangrijk
Communicatie van gemeente storend	Internet zorgt voor versnelling
Geld verdienen	Maatschappelijke bijdrage leveren
Belemmering communicatie	Weinig lezers lokale politiek
Giften of schenkingen	Reageren op iedereen wenselijk
Subsidie	Ervaring inschatten reageren
Sluikreclame	Gemeentecultuur belangrijk
Maatschappelijke gevolgen inschatten	Repercussies
Fusies van gemeenten	Wederhoor duurt lang
Politiekverslaggever omdat het erbij hoort	Eigen taak in het spel
Affiniteit politiek	Primeur door netwerk
Laaghangend fruit	Voorlichter probeert te sturen
Makkelijk scoren	Afkeer copy past journalistiek
Inleven/hun taal spreken	Persberichten nooit vertrouwen
Controleren volksvertegenwoordiging	Objectief kan niet
Journalist aan mode onderhevig	Sensatieachtig schrijven niet wenselijk, gebeurt wel
Scherper geschreven dan vroeger	Banen niet voor het oprapen
Human interest belichten	Antiwaarde kritiekloos schrijven
Filteren belangrijk	Kunnen niet overal bijzijn
Integer zijn	Tijdsdruk
Communicatie = concurrentie journalist	Bezuinigingen
Antiwaarde macht te kakken zetten	Advertentie-inkomsten minder
Antiwaarde = mening circus	Gemeentewebsite als nieuwsbron
Lezers als controleur	Agendasetting
Verantwoording hoeft niet, eigen val	Redactie overleggen
Lezers vertrouwen media	Weinig tijd voor onderzoek
Behoefte nieuws blijft	Hoor en wederhoor toepassen

Experimenteren verdienmodellen	Monitoren internet
Doelgroep in kaart brengen	Ingrijpen reacties te bond
Transparant info vandaan komt	Ongenuanceerde reacties
Duiden is niet becommentariëren	Wijzen op fouten in reacties
Niet goed dan verlies je geloofwaardigheid	Internetredactie
Uitgangspunten journalistiek onveranderd	Netwerk belangrijk
Minder journalisten	Via communicatie reageren
Minder spontaan nieuws, door afname netwerk	Controleren machthebbers
Informatiepositie van belang	Afhankelijk van band politiek benaderbaar
Toename informatiestroom gemeenten	Primeurs door netwerk
Freelancer opdrachtgevers	Analyseren publiek
Naast journalist andere werkzaamheden	Adverteerder heeft macht
Adverteerder heeft macht	Primeur geeft kick
Lobbyist	Houden aan beroepsidealën
Macht adverteerders niet wenselijk	Meerdere genres
Wederzijdse afhankelijkheid	Informeren en uitleggen voor burgers
Commerciële belangen ondergeschikt	Onpartijdig en onafhankelijk
Antiwaarde kritiekloos schrijven	Begrijpelijk schrijven
Werken met templates	Vertrouwenspersoon
Netwerk, gemeente, vergaderingen beginpunten	Hoor en wederhoor toepassen
Overlegstructuur redactie	Traditionele principes wenselijk
Meerdere gemeenten verslaan	Controleren machthebbers
Antiwaarde: geïnstitutionaliseerd werken	Netwerk belangrijk
Human interest gevolgen inwoner	Netwerk bijhouden
Copy paste gebeurt nog veel	Ervaring inschatten relevantie en impact
Persbericht met eigen sausje	Redactie controleert
Krenten uit de pap halen	Passie

## Appendix B – Axiale en selectieve codering

### **Kernthema: Persoonlijke motivatie**

Persoonlijke waarden

Maatschappelijke taak

Politieke motivatie

Verschillende doelen

### **Kernthema: Marktwerking**

Concurrentiedruk

Professionalisering

Maatschappelijke ontwikkelingen

Mate invloed economische positie

Mate van commercialisering

### **Kernthema: Beroepsverantwoordelijkheid**

Rolperceptie

Selectie van nieuws

Productie van nieuws

Ongeschreven verantwoordelijkheden

Tijdsbeperkingen

Omgang verantwoordelijkheid

### **Kernthema: Relationele afhankelijkheid**

Spanningsvelden

Netwerken

Wederzijdse afhankelijkheid

Repercussies

Betrokkenheid