

~~HYPER~~LOKALE WAARDE(N)

Op zoek naar de democratische meerwaarde van particuliere nieuwssites in Rotterdam

Student Name: Chantal van de Velde, BA

Student Number: 454536

Supervisor: Dr. Bernadette Kester

Second reader: Dr. Jiska Engelbert

Master Media Studies - Media & Journalistiek

Erasmus School of History, Culture and Communication

Erasmus University Rotterdam

Master's Thesis

August 2016

Abstract

Het doel van dit onderzoek was om de democratische meerwaarde te achterhalen van hyperlokale journalistieke producties in Rotterdam. Er is gekeken naar de manier waarop *hyperlocals* nieuws rapporteren en in hoeverre zij daarmee een aanvulling zijn op het lokale medialandschap. Door het hanteren van een gemengde onderzoeksmethode konden *hyperlocals* ten opzichte van de professionele lokale journalistiek worden vergeleken. Daarnaast biedt het onderzoek een bijdrage aan het in kaart brengen van de nieuwsecologie van Rotterdam voor het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek (SVDJ).

Het theoretisch kader biedt meer inzicht in de rolpercepties van de journalistiek en diens verhouding en verplichtingen naar de democratische samenleving. Daarnaast is een beeld van democratische meerwaarde gevormd met bijbehorende verwachtingen met betrekking tot de *hyperlocals*. Door uitvoering van een gemengde methode is op kwantitatieve wijze naar de diverse onderwerpen en journalistieke rollen gekeken die *hyperlocals* rapporteren. Op kwalitatieve wijze zijn de journalistieke rollen verder uitgewerkt met de roloperationalisering van Mellado (2015) als leidraad. Het onderzoek heeft gekeken in hoeverre *hyperlocals* deze traditionele journalistieke rollen al dan niet uitvoeren en in hoeverre zij er hun eigen unieke uitvoering op nahouden.

Uit de resultaten bleek dat de *hyperlocals* en lokale omroepen niet veel van elkaar verschilden qua onderwerpselectie. Bij beiden was binnen de afgebakende periode een gebrek aan Wetenschap en Onderwijs gerelateerde artikelen. Verder waren de meest frequente onderwerpen, waaronder bijvoorbeeld Uitgaan & Vrije tijd, vrijwel identiek. Wat betreft journalistieke rollen was de verdeling van frequenties ook vrijwel gelijk. Bij *hyperlocals* was echter sprake van volledige afwezigheid van de waakhondsfunctie (*Watchdog*) en een hogere mate van interventie (*Intervention*) ten opzichte van de lokale omroepen.

Veel van de traditionele journalistieke dimensies uit het model van Mellado (2015) waren terug te vinden in de hyperlokale artikelen. Verder zijn aan de hand van de kwalitatieve inhoudsanalyse drie nieuwe thema's opgesteld – Thuishoren, Inbedding, en Trots – die meer inzicht bieden in de *hyperlokale* functies. Al in al leek de meerwaarde van *hyperlocals* vrij bescheiden, maar dat wil niet zeggen dat zij niet meetelt. *Hyperlocals* laten een positief beeld zien van de lokale gemeenschap en versterken sociale cohesie. Met enige sepsis met betrekking tot financiële motieven kan gezegd worden dat de democratische meerwaarde, ook al gering, wel degelijk aanwezig is.

KEYWORDS: *hyperlocal, journalistiek, democratie, nieuwswaarden, rollen*

Dankwoord

Het is geen gemakkelijke opgave geweest. Sterker nog, er zijn tijden geweest wanneer ik dacht dat ik het fysiek en mentaal niet meer aankon. Mijn zelfvertrouwen is tijdens het proces vrijwel volledig uitgeroeid, maar met dank aan mevrouw Mulder (praktijkondersteuner GGZ) heb ik deze enigszins weten op te bouwen.

Jacqueline en Nathalie, mijn leedgenoten, hebben mij de laatste loodjes helpen tillen door het tonen van begrip en het uitten van bemoedigende woorden. We blijven zand scheppen, want dan komt het allemaal wel goed. *'Lobi joe' both <3*

Ik wil eveneens mijn begeleidster Bernadette bedanken om het vertrouwen in mij niet te verliezen. Hoewel ik niet altijd even zen was, is er uiteindelijk toch nog iets van gekomen.

Mijn ouders, *God bless them*, droogden mijn tranen en zeiden dat het allemaal goed zou komen. Niet nu, dan volgend jaar wel. Ze hebben mij nooit gepusht, zolang ik maar m'n best zou doen. Hoewel ik het mezelf heb opgelegd, heb ik het mede uit dank voor hun steun nog niet opgegeven.

Tot slot is er nog de man wie ik niet zonder kan; de liefdevolle hypocriet die niet wil dat ik me nog meer zorgen maakte over zijn problemen; wiens T-shirts meermaals in de wanhopige motregen zijn beland; mijn rots in de branding, steun en toeverlaat en alle andere relevante synoniemen... *m4 goi1 saai3, Yu Chien; ngo5 oi3 nei5.*

Chantal van de Velde

Rotterdam, 1 augustus 2017

Inhoudsopgave

Abstract	2
Dankwoord	3
Hoofdstuk 1: Inleiding	6
1.1. Aanleiding.....	7
1.2. Relevantie.....	8
1.2.1. Wetenschappelijk.....	8
1.2.2. Maatschappelijk	9
1.3. Vraagstelling	10
Hoofdstuk 2: Theoretisch Kader	11
2.1. Inleidende paragraaf	11
2.2. Journalistiek en democratie	11
2.3. Journalistieke rollen en de impact van nieuws	13
2.4. Burgerparticipatie, burgerjournalistiek en de <i>hyperlocal</i>	15
2.4.1. Alternatieve journalistiek	15
2.4.2. Participatie vs. journalistiek	16
2.4.3. Hyperlocal (community)	17
2.5. Democratische meerwaarde	18
2.5.1. Onderwerpen en rollen	18
2.5.2. Verwachtingen	19
2.5.3. Sensitizing concepts	20
Hoofdstuk 3: Methode	22
3.1. Onderzoeksopzet.....	22
3.2. Dataverzameling.....	23
3.3. Methode bij onderzoek naar Onderwerpen	24
3.3.1. Operationalisering.....	24
3.3.2. Intercodeursbetrouwbaarheid	25
3.4. Methode bij onderzoek naar Journalistieke Rollen.....	26

3.4.1. Dataverzameling.....	26
3.4.2. Kwantitatieve Roloperationalisering.....	27
3.4.3. Kwalitatieve Rollen.....	29
Hoofdstuk 4: Resultaten.....	31
4.1. Onderwerpen.....	31
4.1.1. Dataverzameling.....	31
4.1.2. Frequentie.....	32
4.1.3. Statistieken.....	33
4.2. Journalistieke rollen – kwantitatief.....	34
4.2.1. Achtergrondinformatie.....	34
4.2.2. Benaderingen.....	34
4.2.3. Dimensies.....	35
4.3. Journalistieke rollen - kwalitatief.....	37
4.3.1. Journalistieke dimensies.....	37
4.3.2. Nieuwe thema's.....	42
Hoofdstuk 5: Conclusie.....	47
5.1. Antwoord op de onderzoeksvragen.....	47
5.1.2. Journalistieke rollen.....	48
5.1.3. Democratische meerwaarde van <i>hyperlocals</i>	49
5.2. Discussie en vervolgonderzoek.....	52
Literatuurlijst.....	54
Bijlage 1 – Operationalisering SVDJ.....	57
Bijlage 2 – Codeboom kwalitatieve inhoudsanalyse.....	61

Hoofdstuk 1: Inleiding

“Wie deel wil nemen aan het democratisch proces – door te stemmen, te discussiëren of op een andere manier actief te zijn – heeft informatie nodig om deze acties op te baseren” (Bakker & Bosch, 2011, p. 1). Maar als we kijken naar het huidige medialandschap kunnen we spreken van een democratisch tekort in de nieuwsvoorziening, vooral op het gebied van lokale en regionale journalistieke media (Hietbrink & Hermans, 2015). In gemeenten met minder dan 50.000 inwoners, zoals Bunschoten en Leusden (Bakker & Bosch, 2011), blijkt het aanbod ver onder de maat. Daarnaast zijn er weliswaar steeds meer aanbieders van nieuws, maar dat betekent geenszins dat er meer nieuws is (Landman, Kik, Hermans, & Hietbrink, 2015). Veel nieuws wordt letterlijk overgenomen of enigszins herschreven; lokale media zijn vooral een doorgeefluik en dragen daardoor maar matig bij aan de informatievoorziening (Bakker & Bosch, 2011).

Recente claims stellen dat alternatieve vormen van journalistiek, zoals *hyperlocal* websites en blogs, mogelijk het democratisch tekort in de nieuwsvoorziening kunnen aanvullen (Harcup, 2016). De *hyperlocals* worden ook wel beschreven als “in-betweeners”: “citizens who are not employed as full-time journalists yet are also not part of what is considered to be the typical audience” (Ahva, 2016, p. 142). Hun achtergrond is even divers als de manier waarop deze zelfstandigen vormgeven aan hun particuliere nieuwssites (Bakker & Bosch, 2011). “A broader view of both the current activities and aspirations of most hyperlocal sites suggests a potentially major role in compensating for the decline of traditional local media and making a genuine contribution to local plurality” (Barnett & Townend, 2015, p. 344). Barnett en Townend (2015) vragen zich af of deze *hyperlocal* vorm van compensatie echter wel gedefinieerd kan worden als ‘journalistiek’.

De lokale journalistiek staat echter onder druk van hoge verwachtingen: “Local media provide the informational backbone of what people know about social life in their city” (Leupold, Klinger, & Jarren, 2016, p. 1), maar door de toename van sociale fragmentatie en percepties van identiteit en gemeenschap lijkt deze rol steeds belangrijker te worden. Wat het publiek als waardevolle journalistiek beschouwt (Costera Meijer & Bijleveld, 2016), zou kunnen aanwijzen hoe deze sociale cohesie tot stand kan worden gebracht. “[But] the popular news the public supposedly wants, and the quality news it supposedly needs, are usually incompatible regarding what counts as important information in a democratic society” (Costera Meijer & Bijleveld, 2016, p. 827).

Wat als waardevol wordt beschouwd is echter onderhevig aan verandering. Zo is het concept “shareability”, deelbaarheid op sociale media, een nieuw criteria voor nieuwsselectie geworden (Harcup & O'Neill, 2016). Het is de vraag of bepaalde selectiecriteria, zoals entertainment, drama, conflict en beroemdheden, daadwerkelijk enige democratische waarde met zich meedragen, of juist bijdragen aan sociale fragmentatie in de maatschappij. “The world to which traditional normative

standards might once have been applied has changed, and not necessarily for the worst” (McNair, 2000, p. 209). Om de stroom van negatief nieuws, slechts één van de meest voorkomende nieuwswaarden, tegen te gaan, publiceren sommige media juist positief nieuws. “Good news stories were less committed to journalism’s core function, such as holding power accountable and providing the public with information necessary for creating an informed electorate” (McIntyre, 2016, p. 223). Maar de waarde van positief nieuws uit zich onder andere in het onderdrukken van angst, het voorkomen van depressie, behoud van geestelijke gezondheid en het vormgeven aan positieve sociale interacties in de gemeenschap: “Resourceful social ties, such as emotional support from and socialization with neighbors, serve as a source of social support that residents can rely on in times of need” (Yamamoto, 2016, p. 1).

Het huidige onderzoek doet een poging de democratische meerwaarde van *hyperlocals* ten opzichte van de traditionele lokale media in kaart te brengen.

1.1. Aanleiding

Het PEW Research Center heeft bijna zeven jaar geleden onderzoek uitgevoerd naar de nieuwsecologie, ofwel het netwerk van nieuwsplatformen en publicaties, van de Amerikaanse stad Baltimore. Het *Project for Excellence in Journalism* (PEJ) heeft hierbij gekeken naar de herkomst van het nieuws in het snel veranderende medialandschap en daarnaast welke rollen nieuwe media spelen op het gebied van informatievoorziening (Pew Research Center: Journalism & Media staff, 2010). Daaronder vallen onder andere particuliere nieuwssites (*hyperlocals*) en hoe zij zich gedragen ten opzichte van de traditionele media. Het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek (SVDJ) heeft in de afgelopen jaren enkele onderzoeken uitgevoerd naar de nieuwsvoorziening in Nederlandse gemeenten met de conclusie dat er in gemeenten met minder dan 50.000 inwoners vrijwel geen journalisten (meer?) te vinden zijn (Landman, Kik, Hermans, & Hietbrink, 2015). In 2016 voert het Stimuleringsfonds wederom onderzoek uit naar nieuwsecologieën, maar ditmaal meer in lijn met het onderzoek uit Baltimore. Door de nieuwsecologieën van Nederlands vier grootste steden in kaart te brengen: Amsterdam, Rotterdam, Den Haag en Utrecht, hopen de onderzoekers inzicht te krijgen in de omvang en aard van het lokale stedelijke nieuws en in hoeverre het aanbod van particuliere nieuwssites (*hyperlocals*) een aanvulling is op het aanbod van traditionele media. Het huidige onderzoek focust zich voornamelijk op de nieuwsecologie van de stad Rotterdam en zal zich specifiek richten op de democratische meerwaarde van particuliere nieuwssites ten opzichte van de traditionele media. Vooralsnog hebben ‘nieuwe aanbieders’, de *hyperlocals*, het gat in de nieuwsvoorziening niet kunnen dichten, maar in een aantal grote gemeenten gaat het goed, aldus Landman en Kik (2015). Men zou naar aanleiding hiervan een positiever scenario verwachten in een grote stad met ongeveer 633.471 inwoners, zoals Rotterdam.

1.2. Relevantie

1.2.1. Wetenschappelijk

Het in kaart brengen van de nieuwsecologie van Nederlands vier grootste steden sluit aan op een ander doel van het Stimuleringsfonds, namelijk het onderbouwen en/of uitdiepen van de toekomstscenario's in het rapport over 'journalistiek2025' (Kasem, Van Waes, & Wannet, 2015). Naast het vormen van aanbevelingen en oplossingen voor de journalistieke sector moet het belang van zowel de professionele als de particuliere journalistiek voor de samenleving als geheel duidelijker worden aan de hand van vier potentiële toekomstscenario's. "Deze werelden reflecteren de spanning tussen professionele en burgerjournalistiek, de onzekere toekomst van Nederlandse mediaconcerns en titels, de rol van internet en algoritmes in de productie en verspreiding van nieuws en de manier waarop in 2025 voor kwaliteitsjournalistiek betaald wordt" (Kasem, Van Waes, & Wannet, 2015, p. 4). Maar terwijl het rapport vooral inhaakt op het belang en de toekomst van traditionele nieuwsmedia, zal mijn thesisonderzoek dieper ingaan op het eerste punt: de spanning tussen deze en particuliere nieuwsmedia (*hyperlocals*). Specifieker gesteld: Wat is de (democratische) meerwaarde van deze *hyperlocals* ten opzichte van de traditionele nieuwsmedia in het huidige en/of toekomstige medialandschap?

De vier toekomstscenario's van het Stimuleringsfonds bieden aandachtspunten die zich mogelijk al in het huidige medialandschap manifesteren. *Wisdom of the crowd* behandelt voornamelijk een wereld waarin start-ups en (virtuele) samenwerkingsverbanden een grote rol spelen en de definitie van wat nieuws is, wordt bepaald door het publiek (*the crowd*). *A handful of apples* schetst een wereld waarin megaconcerns de maatschappelijke agenda's bepalen en waarbij het nieuws slimmer gepersonaliseerd wordt; van traditionele media is vrijwel geen sprake. Ook in de wereld zoals weergegeven in het scenario getiteld *The Shire* zijn traditionele media nauwelijks meer te vinden, maar wisselen zowel professionele als burgerjournalisten nieuws uit op community-sites. Voorzichtigheid omtrent technologische toepassingen zorgt voor een breed aanbod kleinschalige, vaak lokaal/regionaal gerichte titels. Het scenario *Darwin's Game* is de enige wereld waarin traditionele media nog een redelijk grote rol spelen. Zij hebben zich anders opgesteld; transparanter, toegankelijker; en zijn opnieuw relevant, omdat zij voldoen aan de hoge eisen van het publiek. Het is duidelijk dat in het merendeel van de wereldbeelden het publiek bepaald wat de toekomst wordt; vooral in de vorm van burgerparticipatie of burgerjournalistiek.

Het onderhavige thesisonderzoek kan door het in kaart brengen van de Rotterdamse nieuwsecologie uitspraken doen over de verhoudingen tussen traditioneel nieuws, particulier nieuws (*hyperlocals*) en burgerparticipatie op lokaal niveau. Bij het in kaart brengen van de nieuwsecologie moet er dus een onderscheid worden gemaakt tussen deze drie groeperingen: Wanneer is

burgerparticipatie burgerjournalistiek? En wat onderscheid de nieuwsproducerende particuliere burger van de freelance journalist? Daarnaast draagt het thesisonderzoek bij aan het meten van de meerwaarde van *hyperlocals* in grote steden ten opzichte van kleine gemeenten. Volgens Hietbrink en Hermans (2015) was de meerwaarde (*added value*) van *hyperlocals* slechts 6%, maar zoals eerder is vermeld, heeft dit hoogstwaarschijnlijk te maken met het gebrek aan zowel professionele als burgerjournalisten in gemeenten met minder dan 50.000 inwoners (Landman, Kik, Hermans, & Hietbrink, 2015). Het thesisonderzoek zal zich richten op de democratische meerwaarde van *hyperlocals* ten opzichte van traditionele lokale media en zal deze meten aan de hand van kwantitatieve en kwalitatieve analyse van onderwerpen en rollen. Het meten van deze rollen is een aanvulling op het onderzoek van Mellado (2015). Waar Mellado (2015) inzicht biedt op het gebied van professionele journalistieke rollen en een operationalisering daarvan, zal het thesisonderzoek inzicht proberen te bieden op het gebied van *hyperlocal* rollen en kijken of deze vergelijkbaar zijn.

1.2.2. Maatschappelijk

In drie van de vier toekomstscenario's van 'journalistiek2025' (Kasem, Van Waes, & Wannet, 2015) wordt de rol van het publiek, oftewel de burger, als informatievoorzieners steeds belangrijker. De vraag is of het publiek echter wel bereid en in staat is om particuliere nieuwssites, zowel niche als algemeen, in stand te houden. Dit thesisonderzoek wil in kaart brengen in hoeverre de *hyperlocal* al invulling geeft aan de toekomstscenario's van het Stimuleringsfonds. Als dit niet het geval is, kan het onderzoek eventuele gebreken/tekortkomingen binnen de informatievoorziening aantonen, zodat zichtbaar wordt in welke leemte(s) particuliere nieuwssites zouden kunnen voorzien. Door te kijken naar de onderwerpen en nieuwsgenres in de berichtgeving van deze algemene en niche nieuwssites en deze te vergelijken met het aanbod van reguliere/traditionele stedelijke media kan een inschatting worden gemaakt in hoeverre *hyperlocals* een aanvulling zijn op het huidige reguliere nieuwsaanbod of er juist mee concurreren. Daarnaast is het beoordelen van de kwantiteit en kwaliteit van *hyperlocal* nieuws van belang als het gaat om het invullen van democratische waarden.

In het theoretisch kader zal duidelijk worden op wat voor manieren *hyperlocals* invulling zouden kunnen geven aan deze democratische waarden, bijvoorbeeld door het tot stand brengen van sociale cohesie (Leupold, Klinger, & Jarren, 2016), het beïnvloeden of nieuw leven inblazen van bepaalde normen en waarden (Harte, Turner, & Williams, 2016) en informatie aanleveren voor een actieve deelname in democratische processen (Bakker & Bosch, 2011). De aan- dan wel afwezigheid van lokale media en de diversiteit van de berichtgeving heeft invloed op de beeldvorming van de lokale burger en kan enerzijds saamhorigheid tot stand brengen, maar anderzijds sociale fragmentatie versterken (Leupold, Klinger, & Jarren, 2016). Dit is mogelijk afhankelijk van de populatiedichtheid van gemeenten en steden (Landman, Kik, Hermans, & Hietbrink, 2015). Het

thesisonderzoek zal een beeld proberen te vormen van de kwantiteit en kwaliteit van *hyperlocal* berichtgeving aan de hand van originaliteit en gerichtheid op de lokale gemeenschap (Napoli, Stonbely, McCollough, & Renninger, 2016). “To accompany the (ever-relevant) concerns of democracy and the public sphere we also need a ‘greater focus on the social and cultural dimensions of hyperlocal news’” (Harte, Williams, & Turner, 2017, p. 173). De manier waarop *hyperlocals* invulling geven aan de informatievoorziening, bijvoorbeeld door het aanleveren van positief nieuws (McIntyre, 2016), zegt mogelijk iets over welke gebreken zich voordoen in de lokale nieuwsvoorziening of welke waarden actief worden nagestreefd door de lokale bevolking.

1.3. Vraagstelling

Binnen het Rotterdamse nieuwsecosysteem:

- *Welke ONDERWERPEN worden door hyperlocals behandeld in vergelijking tot traditionele nieuwsmedia?*

- *Welke journalistieke ROLLEN vervullen hyperlocals in vergelijking tot traditionele nieuwsmedia?*

- *In hoeverre ondersteunen hyperlocals vanuit hun onderwerpselectie en journalistieke taakopvatting (rollen) het lokale DEMOCRATISCH PROCES?*

Hoofdstuk 2: Theoretisch Kader

2.1. Inleidende paragraaf

In het theoretisch kader zal onder andere worden behandeld wat de verhouding is tussen de (traditionele) journalistiek en democratie. Verder zullen de journalistieke rollen en de impact ervan uiteen worden gezet. Daarnaast is het van belang om het onderscheid te maken tussen de verschillende vormen journalistiek om de *hyperlocal* beter te kunnen definiëren. Zo zullen alternatieve vormen van journalistiek worden behandeld en het verschil tussen burgerparticipatie en burgerjournalistiek worden vastgesteld, alvorens de definitie van *hyperlocal* voor dit onderzoek vast te leggen. Tot slot zal democratische meerwaarde worden omschreven met de verwachtingen voor het Rotterdamse medialandschap en de *sensitizing concepts* die op democratische meerwaarde zouden kunnen wijzen bij de kwalitatieve inhoudsanalyse.

2.2. Journalistiek en democratie

Al voor de eeuwwisseling is de journalistieke professe bezig geweest met zichzelf te ontwikkelen en aan te passen in een veranderend medialandschap. Volgens Glasser en Craft (1998) was de ontwikkeling van *public journalism* een richting waarmee de rol van de journalistiek in de democratische samenleving kon worden geherdefinieerd en nieuw leven kon worden ingeblazen. Deze nieuwe vorm van journalistiek, waarbij het volk en daarmee de burger meer betrokken is, gaat er echter vanuit dat de democratie in verval is (Glasser & Craft, 1998). Het publieke debat raakt daarbij ook in verval en het zou dan aan de journalistiek zijn om dit weer op te bouwen. Het probleem is dat er geen concrete, systematische methode aan ten grondslag ligt waaraan de journalist zich dan zou moeten houden: “Public journalism lacks, by default or perhaps by design, a coherent public philosophy” (Glasser & Craft, 1998, p. 19). Dit maakt het moeilijk om te bepalen *hoe* de journalistiek daadwerkelijk te werk kan gaan om het democratische proces te ondersteunen of te verbeteren. De vraag is of *public journalism* zijn hervormende belofte waar kan maken.

Volgens McNair (2000) is er echter helemaal geen sprake van democratisch verval. Integendeel, aan de hand van politieke of parlementaire journalistiek beweert hij dat er sprake is van voortdurende progressie ondanks het veranderende medialandschap waarin financiële prikkels de kwaliteit van het nieuws aantasten. Hoewel er volgens hem sprake is van progressie, is de situatie nog verre van ideaal. Het heersende pessimisme schetst het beeld van de burger die wordt verleid om passief ‘triviaal infotainment’ te consumeren in plaats van serieuze politieke verslaggeving tot zich te nemen (McNair, 2000). Hoewel politiek nieuws wellicht niet het enige soort nieuws is dat zou kunnen bijdragen aan een betere democratie, lijkt het er op dat vooral een hoogopgeleide elite alleen kwaliteit toekent aan rationale en serieuze nieuwsproducten.

Deze politieke, economische of andersoortige elite kan per regio variëren, maar het komt

erop neer dat zij indirect invloed uitoefent op de diverse keuzes die journalisten tijdens het nieuwsproces moeten maken: “The power of tribal chiefs and religious leaders, the interests of local businesses, the presence of illegal traffickers and militia groups, the authority of military and police officials, and the functioning of local courts continue to affect the decisions that newsrooms constantly make, the subjects they cover, and the risks they take” (Waisbord, 2007, p. 126). Daarnaast blijft journalistiek volgens Waisbord (2007) vooral een lokaal instituut, wat wil zeggen dat zij vooral wordt beïnvloed door lokale gebeurtenissen ongeacht de trend van globale mediatisering. Dat betekent ook dat zij gevoelig is voor ongeschreven sociale en culturele normen en waarden die gelden op lokaal niveau: “it is, above all, a lived local experience affecting decisions and daily behaviors of local news production” (Waisbord, 2007, p. 126). In het kader van dit onderzoek, zou dit kunnen betekenen dat dezelfde ‘lokale regels’ gelden voor zowel traditionele lokale media als *hyperlocals*.

Wat het volgen van deze ongeschreven regels precies doet voor de democratie is nog niet helemaal duidelijk. Men zou kunnen beargumenteren dat het hanteren van deze regels het sentiment van de lokale bewoners weerspiegelt, maar er is ook kritiek op deze benadering. Luisteren naar het publiek zou de kwaliteit van het nieuws (nog) verder omlaag halen (Costera Meijer, 2012). Burgers lijken echter meer waarde te hechten aan participatie, representatie en presentatie in het nieuws dan dat zij verlangen naar triviaal *infotainment*; “not for the sake of participation as such, but to enable a more valuable, more truthful, multi-vocal journalism” (Costera Meijer, 2012, p. 766). Als nieuwsmedia zich daadwerkelijk democratischer willen opstellen moeten zij waardevol zijn voor de burger en bijdragen aan diens ‘*quality of life*’ (Costera Meijer, 2012).

Volgens Nielsen (2017) moeten we echter wel realistisch blijven; we kunnen niet zomaar van de journalistiek verwachten dat zij iedere democratische rol in de maatschappij kan vervullen. Sterker nog, volgens sommigen kan journalistiek geen democratie produceren waar nog geen democratie bestaat (Conboy, 2017). “Where there *is* democracy, however, (...) journalism can provide a number of different services to help establish or sustain representative government” (Schudson, 2008, p. 12). Deze services zullen in de volgende paragrafen uitvoeriger worden behandeld als rollen of taakopvattingen die met de journalistieke professie geassocieerd worden. De meest voor de hand liggende daarvan is het verschaffen van actuele en relevante informatie. “Providing people with relatively accurate, accessible, diverse, relevant, and timely independent information about public affairs may not seem like much to ask of journalism” (Nielsen, 2017, p. 9). Maar is alleen informatie verschaffen wel voldoende?

2.3. Journalistieke rollen en de impact van nieuws

Als van de journalistiek wordt verwacht dat zij bijdraagt aan de *'quality of life'* van burgers en het democratische proces, hoe gaat zij dan vervolgens te werk? De manier waarop journalisten hun taak/rol in de maatschappij opvatten en hoe zij deze tot uiting brengen in hun journalistieke publicaties is van essentieel belang voor wat de burger uiteindelijk te horen, zien of te lezen krijgt (Mellado, 2015). Het onderscheid tussen de evaluatie (*evaluative*) en uitvoering (*performative*) van journalistieke rollen zijn respectievelijk te definiëren als de idealen die worden nagestreefd en de manier waarop de journalist haar werk in de praktijk uitvoert (Mellado, 2015). Het nastreven van een bepaald ideaal betekent echter niet dat dit altijd in de inhoud tot uiting komt. "It is one thing, for example, to be committed to the citizen-oriented role of journalism as an ideal, but entirely another to work in the newsroom, where editors demand five or more stories from a journalist on a daily basis, and where journalists constantly get feedback on their computer identifying the most-clicked articles on the newspaper website" (Mellado, 2015, p. 598). Hoe journalistieke rollen uiteindelijk tot uiting komen in een nieuwsartikel kan dus afhankelijk zijn van bepaalde geprofessionaliseerde journalistieke processen en routines, maar kan ook door individuele attitudes van de journalist, of door externe factoren zoals *likes* en *clicks* worden beïnvloed (Reese & Shoemaker, 2016).

Nielsen (2017) noemde al twee rollen die van journalisten worden verwacht in een democratie, zoals bijvoorbeeld het aanbieden van een forum voor publiek debat en het aan de kaak stellen van economische, politieke en sociale ongelijkheden. Maar hoeveel men ook van journalistiek verlangt; journalistiek laat zich niet alleen door anderen reguleren. "Professionele waarden en normen vormen de grondslag voor journalistieke zelfregulering" (Hermans, Vergeer, & Pleijter, 2012, p. 31). Deze zelfregulering kan geleid worden door diverse nieuwswaarden (Harcup & O'Neill, 2016), waaronder selectiecriteria als exclusiviteit, relevantie en impact van een verhaal; maar het in acht nemen van klassieke waarden als objectiviteit, feitelijkheid en betrouwbaarheid zijn hierbij ook van belang (Hermans, Vergeer, & Pleijter, 2012). Het kan echter ook voorkomen dat (een groep) journalisten zich volledig afkeert van een bepaalde rol, bijvoorbeeld een die gericht is op interpretatie of duiding (Willnat, Weaver, & Choi, 2013).

De hierboven beschreven regulering van en door journalistiek heeft voor veel diversiteit en verandering in het medialandschap gezorgd. Voor Mellado (2015) was het daarom ook niet duidelijk hoe de journalistieke rollen zich eigenlijk manifesteren in journalistieke producties. Op basis van literatuuronderzoek kwam zij onder andere tot een aantal (op empirie gebaseerde) dimensies die een bepaalde rol vertegenwoordigen, zoals bijvoorbeeld de journalistieke waakhond. De zes dimensies van Mellado (2015); *Intervention*, *Watchdog*, *Loyal-facilitator*, *Service*, *Infotainment* en *Civic* (zie Tabel 3.1); kunnen met elkaar overlappen. Ze bieden echter de mogelijkheid om enerzijds

de aan- dan wel afwezigheid van de manifestatie van journalistieke rollen vast te stellen en anderzijds de mate van intensiteit, gemeten op een doorlopende schaal, van deze rollen te bepalen in uiteenlopende journalistieke producties. Ongeacht het mediatype kan op deze manier worden bepaald uit welke componenten journalistieke roluitvoering bestaat (Mellado, 2015).

De zes dimensies zijn in drie verschillende benaderingen ondergebracht, namelijk het standpunt van de journalist (*Presence of the Journalistic Voice*), een actieve dan wel passieve houding ten opzichte van de boodschap die wordt uitgedragen; de relatie tussen journalisten en machthebbers (*Power Relations*), zoals de overheid; en de benadering van het publiek (*Audience Approach*) waarbij burgerlijke belangen, waaronder informatievoorziening, entertainment en steun, worden behartigd (Mellado, 2015).

Onder de eerste benadering (*Presence of the Journalistic Voice*) valt de *Intervention* dimensie. Dit betekent dat de 'stem' van de journalist doorklinkt in de journalistieke inhoud. Is die stem er niet, dan is sprake van neutrale berichtgeving en plaatst de journalist zich op een zekere afstand van de feiten. Bij een actieve houding daarentegen kiest de journalist vaak een positie en komt het voor dat zij deze promoot. Een operationalisering van de interveniërende rol heeft de volgende kenmerken (indicatoren): beschrijft hoe de journalist zijn standpunt naar de voorgrond haalt, of naar de achtergrond drukt door actief een kant te kiezen, het desbetreffende fenomeen te interpreteren, een voorstel te doen of eisen te stellen; door het gebruik van bijvoegelijke naamwoorden, of het schrijven in de ik-vorm. Het evalueren/beoordelen van een bepaalde kwestie staat tegenover een rapportering/registratie met enkel de harde feiten. Het toevoegen van bijvoegelijke naamwoorden bijvoorbeeld zorgt ervoor dat de feiten minder voor zich spreken. Objectiviteit in journalistieke publicaties is inmiddels een betwistbaar concept, aangezien het selecteren van bepaalde feiten en broncitaten als subjectief gezien kan worden. Maar de mate van journalistieke 'inmenging' in een bericht kan ook als wenselijk worden ervaren: "For example, watchdog journalism may become adversarial when journalists take sides, promote or use adjectives in their reporting" (Mellado, 2015, p. 604). Het uitvoeren van een waakhondfunctie vereist meer dan een houding van passieve objectiviteit.

Onder de tweede benadering (*Power Relations*) vallen twee dimensies. Beide hebben te maken met de houding die journalisten aannemen ten opzichte van de autoriteiten. Deze machthebbers bevinden zich op het politieke, economische of socio-culturele vlak en oefenen in diverse contexten invloed uit. De rol van de journalist als waakhond (*Watchdog*) is om deze machthebbers in de gaten te houden. Het controleren van de zittende macht en hen dwingen tot het afleggen van verantwoording zou corruptie en andere schandalen zoveel mogelijk moeten voorkomen. Het in twijfel trekken van uitspraken, het uiten van kritiek en het naar boven brengen van verborgen informatie zijn een aantal manieren waarop de journalist een waakhondrol kan

vervullen. De *Loyal-facilitator*, de tweede rol binnen het machtsverhoudingsperspectief, staat daarentegen aan de kant van de machthebbers. Zij uit zich voornamelijk positief over de politieke en/of economische elite, licht nationale prestaties en beleid toe en houdt vaderlandsliefde in stand (Mellado, 2015).

Onder de derde benadering (*Audience Approach*) vallen ten slotte de overige drie dimensies die verschillende omgangsvormen met het publiek belichten: de *Service*, *Infotainment* en *Civic* dimensies. Deze zijn respectievelijk gericht op de rechten en het eigenbelang van het publiek, waarbij voornamelijk advies wordt gegeven voor het dagelijks leven; een markt gedreven journalistiek met een narratieve en visuele stijl om het publiek voornamelijk te entertainen; en een burgergerichte vorm van journalistiek die het publiek informeert en stimuleert om zich in het publieke debat te kunnen mengen. De *Service* rol, die in dienst staat van de burger, adviseert en geeft tips over hoe om te gaan met persoonlijke problemen variërend van bijvoorbeeld burenruzies tot inefficiënte overheidsmedewerkers, maar het kan ook lijken op consumentenadvies in de vorm van het vergelijken van kwaliteit en het vinden van de beste prijs voor een product. De *Infotainment* rol kan verschillende maten van personalisatie, privéleven, sensatie en dergelijke bevatten om het publiek te entertainen. Deze hangen vaak ook met elkaar samen. De nadruk op emotie en schandaal ligt mogelijk ten grondslag aan een commerciële insteek. Bij de *Civic* rol wordt er echter op een andere manier antwoord gegeven op de wensen van het publiek, namelijk door de burger zelf een actievere rol toe te delen. Hoewel de journalist de burger nog steeds informatie verschaft, bijvoorbeeld over de werking van lokale politiek, doet zij dit onder andere door het steunen en promoten van actieve burgerbewegingen en activiteiten om zo impact te maken op lokaal niveau.

2.4. Burgerparticipatie, burgerjournalistiek en de *hyperlocal*

2.4.1. Alternatieve journalistiek

Harcup (2016) beschrijft dat alternatieve vormen van journalistiek mogelijk het democratisch tekort in de nieuwsvoorziening kunnen aanvullen. “Recent years have seen claims that some examples of online alternative journalism in the form of hyperlocal and local blogs are helping to address society’s ‘democratic deficit’ by subjecting the actions of the powerful to increased public scrutiny, in a process that has been described as ‘monitorial citizenship’” (Harcup, 2016, p. 639). De controlerende burger voert hierbij in feite de eerdergenoemde journalistieke rol van waakhond uit die onder andere verantwoording bij machthebbers afdwingt (Mellado, 2015).

Er valt echter enig onderscheid te maken tussen alternatieve media en alternatieve journalistiek. Journalistiek bedrijven door middel van alternatieve media – bijvoorbeeld sociale media, maar ook het uitgeven van buurtkrantjes, nieuwsbrieven en pamfletten – is iets anders dan alternatieve journalistiek bedrijven via traditionele media. Volgens Harcup (2006) is er sprake van

een hybride situatie waarbij een kruisbestuiving kan plaatsvinden en meerdere mediatypen kunnen worden toegepast. "Consideration of the perspectives of 'hybrid' practitioners, who have a range of journalistic experiences across alternative and mainstream media, can inform our understanding of journalism itself" (Harcup, 2006, p. 361). Maar hoe zit het dan met de controlerende burger die weinig tot geen journalistieke ervaring heeft, maar wel degelijk met alternatieve mediavormen kan omgaan?

2.4.2. Participatie vs. journalistiek

De eerdergenoemde journalistieke rollen (Mellado, 2015) hebben onder meer betrekking op hoe journalisten omgaan met het publiek. Hierbij vervult de *Civic* rol niet alleen een informerende, maar vooral ook een motiverende functie; een die het publiek oproept tot actie en betrokkenheid. Maar als burgers zelf besluiten om deze rol op zich te nemen, lijkt het erop dat we te maken hebben met een alternatieve vorm van journalistiek. Waar burgerparticipatie zich kan uiten in het voeren van discussies op sociale media, laat burgerjournalistiek zich uit op door burgers zelf beheerde platformen, bijvoorbeeld in de vorm van blogs.

Volgens Nip (2006) geeft de *Civic* rol invulling aan de zogeheten *public journalism*. In deze variant luistert de journalist naar de verhalen en ideeën van burgers, maar kiest zij zelf wat er uiteindelijk wordt behandeld en op welke manier. De burgers - in tegenstelling tot de consumenten bij *Infotainment*, of de cliënten bij de *Service* rol - worden gekenmerkt als individuen waar niet alleen naar geluisterd wordt, maar die ook behandeld worden als gelijken: "To ask people to deliberate with others goes beyond asking them to express their opinions; it involves demanding 'a certain standard of citizenship – which includes civility, mutual respect, informed participation, a willingness to listen and respond'" (Nip, 2006, pp. 214, 215). Burgerparticipatie kan hierdoor beschreven worden als de betrokkenheid van burgers met deze *public* variant van journalistiek.

Maar hoewel bij *public journalism* de journalist uiteindelijk nog steeds de meeste taken vervult, van het verzamelen van feiten tot aan het publiceren van het nieuwsbericht, worden in andere vormen van journalistiek deze taken overgenomen door burgers. Hier worden twee varianten soms met elkaar verward, namelijk *participatory* en *citizen journalism* (Nip, 2006). In de eerste variant neemt de burger deel aan een journalistiek proces door enigszins onafhankelijk van journalistieke professionals content te genereren. Daarnaast produceren professionals hun eigen content. "User contribution is solicited within a frame designed by the professionals" (Nip, 2006, p. 216). De journalistieke professionals voegen de twee varianten samen en publiceren en promoten het eindproduct. Bij *citizen journalism* zijn de burgers volledig verantwoordelijk voor het verzamelen, vormen en produceren van het eindproduct. Hoewel de burger als individu, groep of non-profit organisatie te werk kan gaan, zijn er bij dit proces absoluut geen professionele journalisten

betrokken.

In dit onderzoek ga ik uit van bovenstaande definities: Zowel *public* als *participatory journalism* zijn te scharen onder burgerparticipatie, waarbij de burger een beperkte bijdrage levert aan het nieuwsproces. *Citizen journalism* daarentegen wordt vertaald naar burgerjournalistiek, waarbij de burger verantwoordelijk is voor alle handelingen die leiden tot het journalistieke eindproduct. Hierbij is het natuurlijk mogelijk dat zij journalisten als voorbeeld nemen.

2.4.3. Hyperlocal (community)

In sommige gevallen worden de bijdragen van burgers gebruikt om volledige nieuwswebsites in te vullen. “New media entrepreneurs who adopt participatory journalism tend to focus on hyperlocal news. In these products, user contribution forms (almost) the entire content” (Nip, 2006, p. 217). De definitie van een *hyperlocal* en wat *hyperlocal* nieuws is, is echter omstreden. Zo experimenteren mainstream nieuwswebsites ook met lokaal aangeleverde content van burgers (burgerparticipatie) (Nip, 2006). In andere gevallen wordt *hyperlocal* nieuws gezien als een zelfstandig, door burgers opgezette, nieuwssite (burgerjournalistiek). Nip (2006) beschrijft hoe beide varianten, zowel *public* als *citizen journalism*, zich beperken tot een bepaald gebied; zij richten zich op de lokale gemeenschap. Deze gemeenschap (*community*) moet echter wel aan een aantal voorwaarden voldoen om als een eenheid van burgers beschouwd te kunnen worden. Zo moet er volgens Nip (2006) een gevoel van thuishoren (*belonging*), gedeelde voorschriften (*forms*), interacties (*interactions*) en sociale banden (*social ties*) tussen leden van de desbetreffende gemeenschap zijn.

Wat de lokale van de hyperlokale journalistiek onderscheidt is het gemeenschaps-element. “To be local is to be practical and embodied. It requires individuals, groups, organisations or institution to be anchored in a particular locale and have in-depth understanding of that place that has developed over time” (Hess & Waller, 2016, p. 263). Waar *local* zich beperkt tot dorpen, steden en gemeenten, gaat de *hyperlocal* zelfs op buurt- of straatniveau te werk. “[Hess and Waller] argue that a ‘sense of place’ can be articulated not only in geographically based stories, but also within the digital networks that radiate out from this core physicality” (Robinson, 2014, p. 117). Tegenwoordig is het dus ook mogelijk om door middel van online discussies gemeenschappen (*communities*) op websites te vormen (Nip, 2006).

Volgens Robinson (2014) bestaat er ook zoiets als *community journalism* dat een zekere nabijheid tot burgers probeert te realiseren. “This means journalists practicing from a locus of community with the primary focus on the citizens who make up that community” (Robinson, 2014, p. 113). Maar volgens haar definitie kunnen deze ‘journalisten’ ook zelf burgers zijn, zolang ze maar persoonlijk betrokken zijn bij het uitvoeren van journalistiek binnen de gemeenschap en met het welzijn van de desbetreffende gemeenschap vooropgesteld. Deze ‘*in-betweeners*’, ofwel “citizens

who are not employed as full-time journalists yet are also not part of what is considered to be the typical audience” (Ahva, 2016, p. 142) kunnen ook als *hyperlocals* worden beschouwd. Daarnaast bevestigen Harte, Williams & Turner (2017) de behoefte van *hyperlocals* om hun gemeenschap (*community*) te willen verbeteren.

In dit onderzoek definieer ik de *hyperlocal* als een, of een aantal, zelfstandige burger(s) die onafhankelijk zijn van de invloed van journalisten of journalistieke instanties. Dat wil niet zeggen dat zij deze niet als voorbeeld kunnen nemen. Wat vooral van belang is, is dat zij binnen en voor een kleine gemeenschap te werk gaan. Hoewel het discutabel is of de definitie *hyperlokaal* in tegenstelling tot *local* van toepassing is, afhankelijk van de grootte van de gemeenschap, wordt de definitie van *hyperlocal* als zelfstandige burger binnen het huidige onderzoek gehanteerd om het onderscheid te maken tussen journalisten die op lokaal niveau opereren of inbreng van burgers verwerken en burgers die op lokaal niveau opereren (*hyperlocals*). *Hyperlocals* zijn echter meer dan gewone burgers in de zin dat zij te werk gaan met een journalistieke doelstelling: er zal in dit onderzoek dus worden gekeken naar het journalistieke product van deze zelfstandige burgers.

2.5. Democratische meerwaarde

2.5.1. Onderwerpen en rollen

In dit onderzoek doe ik een poging de meerwaarde van *hyperlocals* in Rotterdam in kaart te brengen, met name de democratische meerwaarde. Wat hieronder wordt verstaan zal in de volgende paragrafen duidelijker worden. De meerwaarde van al dan niet hyperlokale journalistiek kan onder andere worden gemeten aan de hand van het aantal beschikbare media (*infrastructure*); het aantal berichten dat deze media uitbrengen (*quantity*); en of deze origineel, gericht zijn aan de gemeenschap en aan de informatiebehoefte voldoen (*performance*) (Napoli, Stonbely, McCollough, & Renninger, 2016). Het onderzoek van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek (SVDJ) zal een deel van deze eigenschappen in kaart brengen, maar dit zegt nog niets over de potentiële democratische meerwaarde die *hyperlocals* kunnen bieden.

Naast de behoefte om de lokale gemeenschap te verbeteren, hebben *hyperlocals* volgens Harte et al (2017) inmiddels ook bewezen dat zij zowel op economisch als democratisch niveau meerwaarde kunnen bieden. Volgens Harte et al (2017, p. 163) creëren *hyperlocals* een ruimte waarin burgerjournalistiek plaatsvindt; “such sites include spaces for participation from audience members and include coverage of civic opportunities for readers and citizens” en bieden zij een divers aanbod aan nieuwsopwerpen. Hoewel Harte et al (2017) benadrukken dat een aantal traditionele nieuwsmedia dit echter ook doen, stellen zij dat *hyperlocals* het vervullen van democratische waarden nieuw leven inblazen door te experimenteren met traditionele en alternatieve journalistieke rollen (Harte, Williams, & Turner, 2017). Welke (alternatieve) rollen dit

dan zijn en hoe zij tot uiting komen, is echter niet duidelijk. Het huidige onderzoek zal daarom zowel kwantitatief als kwalitatief onderzoek doen naar respectievelijk de onderwerpen en de rollen, die door *hyperlocals* worden behandeld en uitgevoerd en in hoeverre zij daarmee het democratisch proces steunen.

2.5.2. Verwachtingen

Naar verwachting zullen *hyperlocals* op een andere manier journalistiek bedrijven dan hun professionele tegenhangers, wat mogelijk een meerwaarde voor de democratie met zich meebrengt. Maar het is echter ook mogelijk dat *hyperlocals* slechts een doorgeefluik zijn en zelf geen originele berichten leveren (Bakker & Bosch, 2011). Met name op politiek gebied bevatten nieuwe digitale media, zoals *hyperlocals*, geen origineel nieuws. “Wie deel wil nemen aan het democratisch proces - door te stemmen, te discussiëren of op een andere manier actief te zijn - heeft informatie nodig om deze acties op te baseren” (Bakker & Bosch, 2011, p. 4). Het probleem van het democratisch tekort in de nieuwsvoorziening is echter dat ook traditionele lokale media maar matig bijdragen aan deze informatievoorziening (Bakker & Bosch, 2011).

Het onderzoek van Bakker en Bosch (2011) beperkt zich echter tot Bunschoten en Leusden en richt zich niet op de grote steden, waar mogelijk veel meer *hyperlocals* aanwezig zijn afhankelijk van de populatiedichtheid en het aantal gevestigde traditionele media (Lowrey & Kim, 2016). “The decline of local media – including, in some towns, the wholesale disappearance of local newspapers – leaves citizens starved of information and local institutions less accountable” (Barnett & Townend, 2015, p. 332). Barnett & Townend (2015, p. 344) bevestigen dat *hyperlocals* de potentie hebben om vitale democratische en burgerrollen (*civic roles*) te vervullen: “a broader view of both the current activities and aspirations of most hyperlocal sites suggests a potentially major role in compensating for the decline of traditional local media and making a genuine contribution to local plurality”. Maar het is moeilijk te generaliseren over de focus, vorm en grootte van de *hyperlocal* (nieuws)sites. Door het Rotterdamse nieuwsecosysteem in kaart te brengen, aan de hand van het onderzoek van het Stimuleringsfonds, moet duidelijk worden in hoeverre (hyper)lokale media aanwezig zijn en hoe zij zich profileren.

Nu lokale media worden bedreigd door een teruglopend aantal nieuwslezers en de druk van sociale fragmentatie binnen gemeenschappen zwaarder wordt, onder andere door een instroom van migranten, zijn volgens Leupold et al (2016) *hyperlocals* steeds belangrijker voor de beeldvorming van hun gemeenschap en het tot stand brengen van sociale cohesie. “However, while social cohesion is similarly reported across cities, we found wide variation across newspaper types. Depending on whether readers prefer local newspapers, weekly advertisers or tabloids, they are presented with different images of their local society” (Leupold, Klinger, & Jarren, 2016, p. 1). De vraag is of dit ook

geldt voor het Rotterdamse nieuwsecosysteem.

De verwachtingen zijn niet rooskleurig. Of *hyperlocals* de weggevallen taken van de traditionele lokale media overnemen en het gebrek aan kwantiteit en kwaliteit aanvullen, komt slechts ten dele tot uiting. “Research in a sample of twenty municipalities, highly indicative for the Dutch local media landscape as a whole, shows that *hyperlocals* only have a small (6%) and very unevenly distributed (three quarter of the items in two municipalities) added value to the local media landscape, when it comes to local public policy matters” (Hietbrink & Hermans, 2015, p. 9). Maar dat wil niet zeggen dat *hyperlocals* niet op een andere manier meerwaarde kunnen aanleveren met betrekking op veranderende, al dan niet journalistieke, nieuwswaarden in het medialandschap (Harcup & O'Neill, 2016).

2.5.3. Sensitizing concepts

In dit onderzoek wordt de operationalisering van Mellado (2015) als leidraad voor de journalistieke rollen gebruikt. Haar operationalisering van de roluitvoering door professionele journalisten zal in dit onderzoek getoetst worden op de inhoud van hyperlokale nieuwsartikelen; er wordt gekeken in hoeverre deze traditionele rollen zich manifesteren bij *hyperlocals*. Daarbij vormen de andere *sensitizing concepts* hier mogelijk een aanvulling op. Zij beschrijven de mogelijkheid dat *hyperlocals* er andere rollen en/of handelingen op nahouden.

De meest prominente eigenschap die aan de *hyperlocals* is toegewezen is het gemeenschapselement. Volgens Harte, Williams en Turner (2017) hebben *hyperlocals* de behoefte om hun gemeenschap (*community*) te verbeteren. Dit kunnen zij op verschillende manieren doen, maar een die aansluit bij het aanvullen van het democratisch tekort in de nieuwsvoorziening is het aanbieden van informatie, met name informatie die betrekking heeft op wat er gaande is in iemands nabije omgeving. Het informeren over al dan niet politieke evenementen, gebeurtenissen, meetings en dergelijke gaat vaak gepaard met een oproep tot actie en/of participatie: “Overall, 28 per cent of all posts in our content analysis contained a direct invocation to readers to participate in some form of community endeavor (Harte, Williams, & Turner, 2017, p. 167). Het bieden van informatie over dit soort evenementen zou bijvoorbeeld een aanwijzing zijn voor het versterken van een gemeenschapsgevoel.

Dit gevoel wordt door Nip (2006) beschreven als een ‘*sense of belonging*’; wat ik zou vertalen als een gevoel van thuishoren. “To bring people together, to share so you know what’s about because otherwise you don’t know what’s actually going on in your area. (...) it’s all about being a community, isn’t it, I guess” (Harte, Turner, & Williams, 2016, p. 246). Maar daarnaast horen gedeelde voorschriften (*forms*), interacties (*interactions*) en sociale banden (*social ties*) volgens Nip (2006) ook bij de uitvoering van betrokken, hyperlokale journalistiek. Ze beschrijft hoe de journalist

hiermee in gesprek gaat met de burgers, in plaats van ze te beleren. De belangrijkste aspecten hiervan zijn de nadruk op burgerschap (*citizenship*), gemeenschap (*community*) en beraad (*deliberation*). Deze concepten en hun eigenschappen zijn leidend geweest bij de analyse. Bijvoorbeeld het bespreken of aankaarten van problemen in de buurt. Indien er sprake was van dit soort uitingen, werd dit als aanwijzing gezien voor democratische meerwaarde voor de lokale gemeenschap.

Tot slot spreken Hess en Waller (2016) van een zogeheten '*sense of place*'. Dit plaatsbesef betekent dat de lokale nieuwsvoorzieners een diepgegrond begrip heeft van de plaats in kwestie die is opgebouwd over een langere tijdsperiode. Het tonen van dit begrip, bijvoorbeeld door middel van het geven van (achtergrond)informatie over lokale kwesties, biedt naar mijns inziens eveneens een democratische meerwaarde voor de lokale gemeenschap, mits de nieuwsvoorzieners voldoende is ingebed. "This is required to build legitimacy as an authoritative public voice and to meet the audience's special informational needs" (Hess & Waller, 2016, p. 264), zoals bijvoorbeeld de vereisten voor een goed geïnformeerde democratie. *Hyperlocals* zouden zich echter ook nog middenin het proces van inbedding kunnen begeven. Het is daardoor mogelijk dat zij zich proberen te richten op de kwaliteiten, eigenschappen en/of geschiedenis van de stad om zichzelf en de gemeenschap dieper in te graven en meer cohesie tot stand proberen te brengen.

Hoofdstuk 3: Methode

In dit hoofdstuk bespreek ik de achtergrond, dataselectie en de opzet/uitvoering van mijn onderzoek dat bestaat uit zowel een kwantitatief als kwalitatief deel. In het kwantitatieve deel heb ik eerst het onderzoek naar de onderwerpen van nieuwsartikelen uiteengezet. Hierin wordt uitgelegd welke rol het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek heeft gespeeld voor dit deel van mijn onderzoek.

Vervolgens komt de kwantitatieve analyse van journalistieke rollen aan bod waarin ik uitleg hoe ik gebruik heb gemaakt van de operationalisering zoals voorgesteld door Claudia Mellado (2015). In het volgende deel beschrijf ik hoe ik de journalistieke rollen in de *hyperlocal*-berichten vanuit een kwalitatieve benadering analyseer.

3.1. Onderzoekopzet

Voor het beantwoorden van de onderzoeksvraag was het noodzakelijk een gemengde onderzoeksmethode te gebruiken; zowel een kwantitatieve als kwalitatieve analyse zijn uitgevoerd om erachter te komen of en hoe particuliere nieuwssites, oftewel *hyperlocals* het democratisch proces in de maatschappij steunen. In andere woorden: geven *hyperlocals* ten opzichte van traditionele (lokale) media, zoals omroepen en huis-aan-huisbladen, een andere invulling aan het nieuwsproces, of zijn zij een aanvulling op de bestaande nieuwsvoorziening en creëren zij daarmee een democratische meerwaarde? Om de hoofdvraag met betrekking tot een 'democratische meerwaarde' te kunnen beantwoorden, heb ik zowel gekeken naar 1. de diverse onderwerpen van nieuwsartikelen (kwantitatief) en 2. de verscheidene rollen die de schrijvers in hun stukken manifesteren (kwantitatief en kwalitatief). Het kwantitatieve artikelen afkomstig van zowel traditionele media als particuliere nieuwssites. Het kwalitatieve onderzoek gaat dieper in op de *hyperlocals* en betreft om die reden alleen een steekproef van particuliere nieuwssites. Het voordeel van deze gemengde aanpak is dat de het kwalitatieve deel een aanvulling is op het kwantitatieve deel en daarmee meer inzicht biedt in de resultaten en leidt tot de beantwoording van de onderzoeksvragen.

Binnen het kwantitatieve deel van het onderzoek zijn de *hyperlocals* afgezet tegen de 'traditionele' lokale media, allereerst om een beeld te krijgen van de onderwerpen die door de desbetreffende media zijn gepubliceerd. Vervolgens zal aan de hand van de roloperationalisering van Mellado (2015) worden gekeken in hoeverre lokale omroepen en *hyperlocals* daadwerkelijk voldoen aan de desbetreffende rolconcepties. Deze kunnen een beeld geven van een mogelijk verband tussen het onderwerp van een nieuwsartikel en de rol van de journalist.

Binnen het kwalitatieve deel is alleen naar de *hyperlocals* gekeken. De verwachting was dat de *hyperlocals* op een andere manier invulling geven aan de traditionele rollen en een meer alternatieve weg inslaan. De vraag daarbij is of deze rollen dan nog wel hetzelfde blijven, of dat

hyperlocals hun eigen journalistieke rollen construeren. Het kwalitatieve onderzoek geeft aan de hand van thematische analyse een beeld van *hoe* deze media al dan niet afwijkende rollen vervullen.

3.2. Dataverzameling

Voor de afbakening van een bepaalde tijdsperiode en daarmee het verzamelen van de data is gekozen voor een doorsnee aaneengesloten week in september. Om precies te zijn: de week van maandag 12 tot zondag 18 september, 2016. Doorsnee wil zeggen dat de week geen noemenswaardige vakantie- en/of feestdagen kent en er naar verwachting dus geen al te voorspelbare gebeurtenissen plaatsvinden. Daarnaast sloot deze week aan bij de week die het Stimuleringsfonds van de Journalistiek hanteerde in het G4 onderzoek naar de nieuwsecosystemen van de vier grootste Nederlandse steden. Voor eventueel vervolgonderzoek biedt dit de mogelijkheid om de resultaten van het huidige onderzoek met betrekking tot Rotterdam te vergelijken met, of voort te zetten in de andere drie steden.

De te analyseren artikelen zijn geselecteerd aan de hand van een lijst die is opgesteld door onderzoekers binnen het G4 onderzoek van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek (SVDJ). Hieronder vallen onder andere de dagbladen met regionale edities zoals het AD en De Telegraaf, maar dus ook de lokale omroepen (bijvoorbeeld RTV Rijnmond) en de kleine zelfstandigen (zoals Vers Beton, de Middellandman). De verschillende nieuwsvoorzieners; regionale, lokale en hyperlokale journalisten; zijn toegewezen aan één van de drie codeurs binnen het Rotterdam onderzoek. Persoonlijk was ik verantwoordelijk voor het coderen van de *hyperlocals* op diverse facetten die door het G4 onderzoek zijn afgebakend. Slechts een klein deel van het G4 onderzoek was functioneel voor mijn thesis: het coderen van de onderwerpen.

De SVDJ lijst van alle *hyperlocal* nieuwsoutlets is bij het selecteren van de artikelen allereerst gefilterd op medium. Ik heb ervoor gekozen om alleen artikelen van de *hyperlocal* websites te selecteren, aangezien dit het meest aansloot bij mijn onderwerp: Uit eerder onderzoek bleek dat de meeste lokale 'operateurs' *web-based* zijn (Harte, Williams, & Turner, 2017, p. 167). Veel particuliere zelfstandigen gebruiken geen ander medium dan hun website, sociale media, zoals Facebook, uitgezonderd. Die laatste werden, indien aanwezig, vooral ingezet om terug te verwijzen naar de website.

Voor de vergelijking met de traditionele lokale omroepen was deze aanpak gecompliceerder, aangezien huis-aan-huisbladen voornamelijk als print verschijnen. Deze bladen waren echter allemaal via de desbetreffende websites als PDF bestand te verkrijgen. Vandaar dat ook voor de lokale omroepen het materiaal enkel via de websites is verzameld om consistentie te bewaren.

3.3. Methode bij onderzoek naar Onderwerpen

Dit onderzoek richt zich op de potentiële democratische meerwaarde van *hyperlocals* en wil dit meten aan de hand van onderwerpen die in deze nieuwsmedia aan bod komen en de journalistieke rollen die journalisten daarin manifesteren. Het vergelijken van *hyperlocals* met lokale omroepen aan de hand van onderwerpen en rollen kon het beste worden gedaan op kwantitatieve wijze. Bij het vergelijken van de data kon hier namelijk gebruik worden gemaakt van een chi-kwadraattoets om te testen of de distributie van frequenties al dan niet op toeval berust. Bovendien vereist het coderen van de onderwerpen een zekere mate van betrouwbaarheid die gewaarborgd wordt door het werk te laten uitvoeren door meerdere codeurs en de intercodeursbetrouwbaarheid te toetsen.

Het onderzoek van Mellado (2015) is de grootste leidraad geweest bij het vormen van dit thesisonderzoek. Ik heb besloten om haar zes-dimensionele roloperationalisering niet alleen toe te passen op traditionele journalistieke producten, maar juist (ook) op de kleine particuliere nieuwssites waar veel minder over bekend is. Daarmee kon mijn onderzoek een aanvulling zijn op haar onderzoek én meer inzicht bieden (voor het SVDJ) in de Rotterdamse nieuwsecologie.

3.3.1. Operationalisering

Elk bericht is onder één onderwerp ondergebracht. Op basis van het SVDJ-onderzoek is de codering van onderwerpen beperkt tot een vooraf opgestelde lijst van opties: bestuur & financiën, bouw, economie, kunst & cultuur, minderheden & integratie, netwerken, onderwijs, rechtspraak, uitgaan & vrije tijd, veiligheid, verkeer, werkgelegenheid, wetenschap, wonen en zorg & welzijn. Onderwerpen als sport en politiek zijn buiten beschouwing gelaten, omdat uit eerder SVDJ-inhoudsonderzoek bleek dat sportberichten steevast 20% van het totale nieuwsaanbod uitmaakten (Kik, Landman, Hermans, & Hietbrink, 2014). “Aangezien het regio-onderzoek zich in bijzondere mate toelegt op de nieuwsproducten die het lokaal beleid aangaan – en dat type bericht nooit of zelden in de sportkatern wordt aangetroffen – is besloten sportprogramma’s en katernen niet nogmaals uit te kammen op nieuws” (Kik, Landman, Hermans, & Hietbrink, 2014, p. 14). Dit besluit geldt sindsdien dus ook voor het onderzoek naar de nieuwsecologie van de vier grote Nederlandse steden en ook voor dit thesisonderzoek. Immers, journalistieke rollen manifesteren zich niet het meest in de sportkaternen. Er zijn uitzonderingen: indien een artikel over de aanleg van een nieuw sportveld of het faillissement van een club gaat, is dit wél meegenomen; het artikel heeft dan geen betrekking op sport, maar respectievelijk op bouw en economie.

Politieke berichten worden daarentegen binnen het G4 onderzoek gecodeerd als de aanwezigheid van ‘lokaal beleid’. Hierbij moet de gemeente (raad, burgemeester en wethouders, ambtelijk apparaat, semi-overheid) een duidelijke speler in het nieuwsbericht zijn. Artikelen met betrekking tot bestemmingsplannen; verslagen en commentaren; protest of kritiek van inwoners

tegen gemeentelijk beleid; en taken van algemeen belang zijn hier voorbeelden van. ‘Lintjes knippen’ daarentegen niet (Kik & Landman, Nieuwsvoorziening in de regio, 2013, pp. 31, 32). Politiek is anderzijds niet als onderwerp meegenomen, omdat de gemeente op meerdere vlakken, lees: onderwerpen, een rol kan spelen.

3.3.2. Intercodeursbetrouwbaarheid

Een aparte bijeenkomst was gepland voor het toetsen van de intercodeursbetrouwbaarheid. De drie betrokken codeurs kregen een nieuw samengestelde dataset van 77 artikelen (totaal 80; drie artikelen kwamen dubbel voor) om te analyseren. De artikelen hoefden ditmaal niet op nieuwswaarde/relevantie beoordeeld te worden. Dit om ervoor te zorgen dat geen van deze artikelen buiten beschouwing zou worden gelaten en elke codeur ieder artikel zou coderen. De codering is onafhankelijk uitgevoerd. Voor dit onderzoek was ik persoonlijk verantwoordelijk voor het berekenen van de intercodeursbetrouwbaarheid van de Rotterdamse onderzoekers.

Cohens K is uitgevoerd om te bepalen in hoeverre de codeurs het eens waren wat betreft de gerapporteerde onderwerpen in de nieuw geselecteerde lokale artikelen (N=77). De codeurs waren het vrijwel roerend met elkaar eens; er was een hoge mate van overeenkomst tussen ieder codeurspaar: codeur 1 vs. 2: $K = .964$, $p < .000$; codeur 1 vs. 3: $K = .946$, $p < .000$; codeur 2 vs. 3: $K = .946$, $p < .000$.

3.4. Methode bij onderzoek naar Journalistieke Rollen

De journalistieke rollen zijn op zowel kwantitatieve als kwalitatieve wijze gecodeerd. De kwantitatieve codering is gedaan aan de hand van de operationalisering van Mellado (2015). De kwalitatieve codering is hier mogelijk een aanvulling op en is uitgevoerd door middel van thematische analyse. Na de dataselectie is eerst de kwantitatieve methode uiteengezet met daarop volgend de kwalitatieve uitvoering.

3.4.1. Dataverzameling

In totaal zijn er 21 *hyperlocal* websites geïdentificeerd door het SVDJ, waarvan slechts veertien daadwerkelijk artikelen publiceerden in de afgebakende tijdsperiode. De lokale omroepen, hoewel kleiner in aantal (tien in totaal), bleken actiever. Uit het totaal aantal aangetroffen berichten van de lokale media is een zo representatief mogelijke steekproef van 60 artikelen getrokken: 30 artikelen (uit een totaal van 138) van de tien traditionele omroepen en 30 artikelen (uit totaal 126) van de veertien *hyperlocal* nieuwssites.

Hoewel er meer *hyperlocal* sites bleken te zijn, publiceerden deze slechts 70 artikelen die voldeden aan de eisen van de SVDJ codeerinstrucies. De lokale omroepen waren goed voor 138 artikelen. Hoewel bij beide groepen sprake was van één of twee *outliers*, leek een steekproef van 30 artikelen ruim voldoende; aangezien dit aantal al bijna uit de helft van alle *hyperlocal* artikelen bestond. Voor het thesisonderzoek heb ik echter wegens een gebrek aan representativiteit besloten om *alle* *hyperlocal* artikelen die online stonden in de week van 12-18 september mee te nemen. Ook de artikelen die volgens het SVDJ als niet-nieuwswaardig werden beschouwd, zoals bijvoorbeeld een artikel over een vermiste poes. Dit bracht het aantal *hyperlocal* artikelen op een totaal van 126. Deze uitbreiding is echter niet gedaan voor de lokale omroepen, omdat deze door de andere onderzoekers zijn gecodeerd. Dit betekent dat eventuele alternatieve onderwerpen en rolvullingen van lokale omroepen niet zijn geanalyseerd. De focus van dit thesisonderzoek ligt echter op de *hyperlocals* en hoe zij zich onderscheiden van de traditionele media. Aangezien dit onderscheid vooral zal worden gemeten aan de hand van de kwalitatieve analyse, die alleen zal kijken naar de 30 *hyperlocal* artikelen, werd dit niet als een probleem beschouwd voor de lokale omroepen.

Aangezien hetzelfde *hyperlocal* steekproef eveneens is gebruikt voor de kwalitatieve analyse, was het van belang dat de selectie van artikelen zo representatief mogelijk zou zijn voor het totaal aantal aangetroffen berichten. Volgens Schreier (2012) is het belangrijkste criterium voor kwalitatieve analyse namelijk dat de volledige diversiteit van de dataset wordt gereflecteerd in de selectie van het materiaal. Als een dataset zou bestaan uit interviews met diverse belangengroepen, dan zou op zijn minst één interview van iedere groep geselecteerd moeten worden voor het te analyseren materiaal. Hetzelfde gold voor de lokale nieuwssites; op z'n minst één artikel van iedere

site is meegenomen voor de analyse. Indien aanwezig is voor elke site de steekproef steeds met één artikel uitgebreid. Bij de laatste selectieronde is de rest van het materiaal verhoudingsgewijs aangevuld. Het aantal artikelen dat op deze manier is bepaald was mede afhankelijk van het aantal sites dat daadwerkelijk publiceerde en de hoeveelheid artikelen per site. Dat wil zeggen dat als site 1 drie keer zoveel publiceerde als site 2, er in de laatste selectieronde gekozen is voor aanvulling van het materiaal met een artikel van site 1 in plaats van site 2 om zo de representatie van de dataset in stand te houden.

Normaal gesproken is rekening houden met diverse tijdstippen tijdsperioden ook van belang, zoals de verschillende dagen in een week. In dat geval zou per dag een artikel geselecteerd kunnen worden. Het huidige onderzoek hanteert echter een gemiddelde week, waarbij het minder noodzakelijk is om op z'n minst één artikel per dag te hebben. Bovendien werd bij oriëntatie van de nieuwssites, vooral bij de *hyperlocals*, duidelijk dat zij lang niet altijd regelmatig en al zeker niet dagelijks iets publiceerden.

3.4.2. Kwantitatieve Roloperationalisering

Voor het kwantitatief coderen van de journalistieke rollen is de operationalisering van Mellado (2015) gebruikt die schematisch is weergegeven in Tabel 1. Het schema geeft bovenaan de drie overkoepelende benaderingen (*journalistic voice, power relations, audience approach*) met zes onderliggende dimensies weer; ieder met hun eigen criteria. Deze criteria zijn gebruikt om de artikelen te coderen op zowel dimensie als benadering. In het Excelbestand is voor iedere gevonden benadering gespecificeerd om welke dimensie het ging (bijvoorbeeld Audience Approach: Civic).

Het advies van Mellado (2015) om op zoek te gaan naar manifeste uitingen is opgevolgd; de criteria zijn als richtlijn gebruikt voor het vinden van de rolmanifestaties. Het gaat inderdaad om een richtlijn, omdat niet alle criteria in een artikel aanwezig hoeven te zijn om een dimensie te bevestigen: "The proposed six dimensions can be seen as reflective measurement models – where the dimensions exist independently of the measures used, and where adding or dropping an item does not change the conceptual domain of the dimension" (Mellado, 2015, p. 603). Dat betekent dat de aanwezigheid van een dimensie ook op basis van een nieuw criterium kon worden bepaald. Aangezien overlap tussen de benaderingen en dimensies ook mogelijk was is er een top drie van manifestaties opgesteld. Dit bleek voldoende, aangezien het maximaal aantal gevonden benaderingen per artikel op drie uitkwam.

Tabel 3.1. Schematische operationalisering traditionele journalistieke rollen

Dimensions of Journalistic Role Performance					
Presence of the Journalistic Voice	Power Relations		Audience Approach		
Intervention	Watchdog	Loyal-Facilitator	Service	Infotainment	Civic
Taking sides	Questioning	Support institutional activities	Impact on everyday life	Personalization	Citizen perspective
Interpretation	Critiques	Promote national or regional policies	Tips and advice (grievances)	Private life	Citizen demand
Proposals/demands	Denouncing	Positive image political elite	Tips and advice (individual risks)	Sensationalism	Citizen questions
Adjectives	Conflict	Positive image economic elite	Consumer Advice	Scandal	Credibility of citizens
First person	Coverage of trials and processes	Highlight country's progress		Emotion	Support of citizen movements
	Investigative reporting	Comparison of the country/region with the rest		Morbid	Educating on duties and rights
	External research	Highlight national's triumphs			Background information
		Promotion of the country			Information on citizen activities
		Patriotism			Local impact

Uit Mellado (2015, p. 602)

3.4.2.1. Validiteit & Betrouwbaarheid

Hoewel er geen intercodeursbetrouwbaarheid kon worden uitgevoerd voor de kwantitatieve rollen, is er wellicht sprake van enige overdraagbare bekwaamheid van de codeur met betrekking tot de hoge intercodeursbetrouwbaarheid van de gecodeerde Onderwerpen. Dit alleen is echter niet voldoende om de betrouwbaarheid van de kwantitatieve rollen te waarborgen. Door het onderzoek wederom te beperken tot een afgebakende periode worden de effecten van externe activiteiten gereduceerd. Het model van Mellado (2015) biedt heldere instructies voor de repliceerbaarheid van het onderzoek en hoewel het hier niet gaat om een gestandaardiseerde methode, is er weinig sprake van onduidelijkheid in het onderscheiden van de indicatoren.

Wat betreft de inhoudsvaliditeit is het van belang dat het model van Mellado (2015) een accurate weergave is van alle mogelijke rollen in het journalistieke landschap. Bij de uitvoering van dit thesisonderzoek worden de door Mellado (2015) opgestelde benaderingen, dimensies en indicatoren als zo goed als volledig beschouwd. Er bestaat een kans dat zij niet volledig overeenkomen met het hyperlokale medialandschap. Hoewel Mellado (2015) aangeeft dat rollen kunnen overlappen en indicatoren niet altijd allemaal aanwezig hoeven te zijn, betekent dit voor het huidige niet dat de validiteit niet kan worden gewaarborgd. Het aantal keren dat haar onderzoek is

geciteerd door anderen en het feit dat het gepubliceerd is in een hooggewaardeerd wetenschappelijk tijdschrift bevestigen de bekwaamheid van Mellado (2015).

3.4.3. Kwalitatieve Rollen

Mellado (2015) heeft in haar onderzoek expliciet aangeraden om op kwantitatieve wijze op zoek te gaan naar manifeste rollen in journalistieke artikelen, maar wijst kwalitatief onderzoek niet af: “On the contrary, qualitative analysis might be necessary to analyze aspects that are difficult to reach through a quantitative study” (Mellado, 2015, p. 609). Vandaar dat ik in mijn thesisonderzoek ook heb gekozen om gebruik te maken van een kwalitatieve inhoudsanalyse.

3.4.3.1. Sensitizing Concepts

Zoals besproken in het theoretisch kader heeft eerder onderzoek aangetoond dat hyperlokale journalistiek de potentie heeft om het democratisch tekort in de nieuwsvoorziening aan te vullen. In mijn thesisonderzoek heb ik geprobeerd te achterhalen wat de manier is waarop *hyperlocals* dit doen en of deze al dan niet aansluit op de traditionele roluitvoering uit het model van Mellado (2015). Bij de literatuuriëntatie zijn een aantal concepten naar voren gekomen die mogelijk een aanwijzing zouden kunnen zijn voor wat er zoal in het hyperlokale medialandschap gaande is. Hieronder valt onder andere wat er wordt verstaan onder democratische meerwaarde, op welke manier kan worden bijgedragen aan de gemeenschap; met name door een gemeenschapsgevoel of *sense of belonging* en *sense of place* te creëren.

3.4.3.2. Data-analyse

De data-analyse is uitgevoerd aan de hand van de uiteenzetting van Boeije (2010) over kwalitatieve analyse. Hierbij speelden de stappen van open, axiaal en selectief coderen vanzelfsprekend een grote rol. Het open coderen vereiste het opbreken van de artikelen in fragmenten/segmenten bestaande uit korte zinnen die al dan niet bij elkaar gegroepeerd zijn. Dit was onder andere afhankelijk van hoe de zinnen onderling van elkaar overeenkomen qua onderwerp. Ook indien een opeenvolgende zin voortbouwt op de eerste, zijn twee zinnen vaak als één segment worden opgenomen. Om overzicht te bewaren zijn deze segmenten in een Word tabel worden geplaatst. De segmenten in de rijen van de eerste kolom en in de aangrenzende kolommen de bijbehorende codes, sub- en hoofdcategorieën voor ieder segment. Voor het codeerproces is geen speciale software gebruikt. Microsoft Office Word en eventueel Excel uitgezonderd.

Bij het open coderen, de eerste fase van het codeerproces, werd er niet zozeer gekeken naar de relevantie van de segmenten. Ieder segment is voorzien van een code aan de hand van de *sensitizing concepts* en systematische benadering van de codeur. Pas bij latere rondes zijn, indien van toepassing, segmenten achterwege gelaten bij een gebrek aan relevantie; als zij niet representatief

bleken te zijn voor een groot deel van de dataset. Voor het huidige thesisonderzoek zullen alle segmenten in ieder geval worden bewaard en dus niet zomaar worden weggegooid.

Bij het axiaal coderen zijn de codes en bijbehorende fragmenten meerdere malen doorlopen om ze te controleren op representativiteit en overeenkomst met andere codes. Indien er bijvoorbeeld sprake was van meerdere formuleringen voor hetzelfde onderwerp, zijn de codes onder een gezamenlijke noemer geplaatst. Bij het oriënteren op voorkomen van bepaalde hoofd- en subthema's zijn de opmerkelijke thema's/categorieën op papier uiteengezet in een woordweb. Hierdoor was het eenvoudiger om hoofd- van subcategorieën te onderscheiden door het visualiseren van connecties; het was makkelijker een hoofdcategorie vinden doordat deze verbonden was vele anderen.

Tot slot is er bij het selectief coderen wederom gecontroleerd welke segmenten relevant waren voor het opstellen van de definitieve categorieën. Indien categorieën teveel op zichzelf stonden, zijn deze buiten beschouwing gelaten.

3.4.3.3. Validiteit & Betrouwbaarheid

De validiteit en betrouwbaarheid van kwalitatief onderzoek zit hem voornamelijk in de consistentie en transparantie van de uitvoering en de achtergrond van de codeur. Vanzelfsprekend streefde ik hiernaar door consequent te coderen en bij herhaalrondes goed te controleren en te vergelijken, zoals ook genoemd door Silverman (2011). Hoewel de *sensitizing concepts* enigszins leidend waren, heb ik wel met kritische blik naar de artikelen gekeken met het doel de hieruit afgeleide assumpties te falsificeren.

Hoofdstuk 4: Resultaten

4.1. Onderwerpen

De deelresultaten wat betreft de onderwerpen in lokale nieuwsartikelen zijn in drieën gedeeld. Allereerst zal ik wat meer achtergrondinformatie bieden met betrekking tot de steekproef; vervolgens is de intercodeursbetrouwbaarheid aan de hand van de SVDJ-uitvoering gerapporteerd; en tot slot: een overzicht van de frequentie en percentages van de onderwerpen per groep (*hyperlocal* vs. lokale omroep) en de bijbehorende statistische toets(en).

4.1.1. Dataverzameling

In de week van 12-18 september zijn in totaal In totaal zijn er 264 lokale nieuwsartikelen aangetroffen. Deze zijn alle gebruikt voor het beantwoorden van de onderzoeksvraag naar welke onderwerpen in de hyperlokale media aan bod komen. Van het totaal zijn 126 artikelen gepubliceerd door veertien *hyperlocals* (Gers!; Vandaag en Morgen; Vers Beton; De Nieuwspeper; De Buik van Rotterdam; Rotterdams Onderwijs Magazine; Aktiegroep Oude Westen; Noordereiland; IJsselmonde Nieuws; Pernis Online; Zevenkamp Rotterdam; Nesselande.info; Pendrecht; en Hoek van Holland Magazine). De resterende 138 artikelen zijn door tien lokale omroepen (De Havenloods (3x): Alexander, Noord, IJsselmonde/Zuid; De Botlek; Overschiese Krant; Hart van Holland; De Ster; De Rozenburgse Courant; Weekblad Hoogvliet; en De Hoekse Krant) geplaatst. Per website loopt het aantal artikelen dat in die week is geplaatst sterk uiteen. Zo was De Nieuwspeper verantwoordelijk voor 45 artikelen, terwijl de sites van het Rotterdams Onderwijs Magazine en Aktiegroep Oude Westen slechts één artikel in de afgebakende periode publiceerden.

Tabel 4.1 Totaal aantal aangetroffen berichten per hyperlokale en lokale omroep website

Hyperlocal		Omroep	
Gers!	31	De Havenloods: Alexander	21
Vandaag en Morgen	6	De Havenloods: Noord	27
Vers Beton	5	De Havenloods: IJsselmonde/Zuid	29
De Nieuwspeper	45	De Botlek	14
De Buik van Rotterdam	6	Overschiese Krant	13
Rotterdams Onderwijs Magazine	1	Hart van Holland	11
Aktiegroep Oude Westen	1	De Ster	1
Noordereiland	3	Rozenburgse Courant	6
IJsselmonde Nieuws	9	Weekblad Hoogvliet	9
Pernis Online	7	De Hoekse Krant	7

Zevenkamp Rotterdam	4	
Nesselande.info	3	
Pendrecht	4	
Hoek van Holland Magazine	1	
Totaal	126	138

Voor het coderen van de onderwerpen was de verhouding van het aantal nieuwsartikelen niet van belang, aangezien alle artikelen zouden worden gebruikt voor de analyse. Voor het coderen van de kwantitatieve rollen (Hoofdstuk 4.2) moest echter wel rekening worden gehouden met het uitbalanceren van de steekproef in verband met de representativiteit van de dataset.

4.1.2. Frequentie

In Tabel 4.2 is de frequentie en het percentage van alle aangetroffen onderwerpen te vinden voor zowel hyperlokale artikelen als de artikelen van de lokale omroepen. Uit de frequentie is op te maken dat *hyperlocals* verantwoordelijk zijn voor al het lokale nieuws met betrekking tot Bestuur & financiën en Minderheden & integratie. Hoewel dit dus 100 procent van het lokale bestuurs- en integratienieuws uitmaakt, was dit respectievelijk slechts 3,2 procent en 2,4 procent van de totale hoeveelheid *hyperlocal* publicaties.

Tabel 4.2 Onderwerpfrequentie en percentages van alle aangetroffen lokale artikelen

Onderwerp	<i>Hyperlocal</i>		Omroep	
	Frequentie	Percentage	Frequentie	Percentage
Bestuur & financiën	4	3,2	-	-
Bouw	7	5,6	7	5,1
Economie	5	4,0	4	2,9
Kunst & cultuur	24	19,4	37	26,8
Minderheden & integratie	3	2,4	-	-
Natuur & milieu	7	5,6	11	8,0
Netwerken	2	1,6	1	,7
Onderwijs	-	-	4	2,9
Rechtspraak	2	1,6	3	2,2
Uitgaan & vrije tijd	41	33,1	22	15,9
Veiligheid	16	12,9	17	12,3
Verkeer	1	,8	11	8,0
Werkgelegenheid	1	,8	1	,7

Wetenschap	-	-	-	-	
Wonen	2	1,6	1	,7	
Zorg & welzijn	9	7,3	19	13,8	
	124	100	138	100	Totaal

Note: Zie Bijlage 1. voor de operationalisering van de onderwerpen

Lokale omroepen bleken op hun buurt verantwoordelijk voor alle berichtgeving met betrekking tot onderwijs. Maar ook hier was slechts sprake van 2,9 procent van de totale hoeveelheid publicaties.

Zowel *hyperlocals* als lokale omroepen hebben niets over wetenschappelijke onderwerpen geschreven. Daarnaast was er een vrijwel identieke top drie van onderwerpen waarover het meest werden gepubliceerd, namelijk: Uitgaan & vrije tijd, Kunst & cultuur en Veiligheid.

4.1.3. Statistieken

De chi-kwadraattoets (χ^2) is in eerste instantie uitgevoerd om na te gaan of de verdeling van frequenties al dan niet van elkaar verschillen. Met een waarde van $\chi^2(14) = 32.648$, $p < 0.01$ bleek er dus sprake te zijn van een significant verschil tussen de twee groepen. Het verschil in frequenties was dus geen toeval. In andere woorden lijkt het aannemelijk dat een verschil in frequenties per onderwerp te danken is aan het medium; een kenmerk dat typerend is voor een *hyperlocal* of een omroep veroorzaakt het frequentieverschil per onderwerp.

Voor een chi-kwadraattoets is het echter een vereiste dat ieder item een minimale frequentie heeft van één en dat minder dan 20 procent van het materiaal een frequentie lager dan vijf heeft (Salkind, 2011). Omdat van de 16 onderwerpen 53,3 procent minder dan vijf frequenties scoorde, oftewel sommige onderwerpen simpelweg niet voorkwamen in de lokale artikelen, is Fisher's Exact test, ook wel bekend als de Fisher-Freeman-Halton Exact test aan de hand van de Monte Carlo uitvoering. Het resultaat bleek significant: $F = 32.510$, 99% CI [0.000, 0.001], $p \leq 0.01$. De waarde van Fisher's Exact lag dus niet ver van Pearson's chi-kwadraat.

4.2. Journalistieke rollen – kwantitatief

De deelresultaten wat betreft de kwantitatieve rollen in lokale nieuwsartikelen zijn als volgt ingedeeld. Allereerst bied ik wat meer achtergrondinformatie met betrekking tot de steekproef. Verder zijn de frequentie en percentages van Mellado's (2015) overkoepelende benaderingen – *journalistic voice*, *power relations* en *audience approach* – evenals diens onderliggende dimensies van de roloperationalisering uiteengezet en daarnaast zijn bij iedere uitvoering de statistische toetsen weergegeven met bijbehorende interpretatie.

4.2.1. Achtergrondinformatie

Voor het coderen van de kwantitatieve rollen is een steekproef van 60 artikelen genomen uit het totaal aantal artikelen van de eerdergenoemde lokale sites. Er zijn 30 artikelen geselecteerd van de 14 *hyperlocal* sites en eveneens 30 artikelen van de 10 lokale omroepen.

4.2.2. Benaderingen

Hieronder zijn de frequentie en percentages van Mellado's (2015) drie overkoepelende benaderingen weergegeven die in de lokale artikelen zijn aangetroffen. In enkele gevallen was er sprake van overlap, oftewel dat in sommige artikelen meerdere benaderingen voorkomen. Beide groepen lijken zich in hun berichtgeving echter vooral sterk te richten op het lokale publiek.

Tabel 4.3 *Aanwezigheid van Mellado's 3 overkoepelende benaderingen in 30 lokale artikelen*

Benadering	Hyperlocal		Omroep		Totaal
	Frequentie	Percentage	Frequentie	Percentage	
Journalistic voice	17	29,3	5	7,7	
Power relations	8	13,8	16	24,6	
Audience approach	33	56,9	44	67,7	
	58	100	65	100	

Note: 19 artikelen met twee benaderingen; 9 artikelen met drie benaderingen.

4.2.2.1. Chi-kwadraattoets (χ^2)

De chi-kwadraattoets is uitgevoerd om na te gaan of de verdeling van frequenties al dan niet van elkaar verschillen. Met een waarde van $\chi^2(2) = 10.419$, $p < 0.01$ bleek er dus sprake te zijn van een significant verschil tussen de twee groepen. Het verschil in frequenties was dus geen toeval. In andere woorden lijkt het aannemelijk dat een verschil in frequenties per rolbenadering te danken

was aan het medium; een kenmerk dat typerend is voor een *hyperlocal* of een omroep veroorzaakt een verschil in benadering.

4.2.3. Dimensies

Hieronder zijn de frequentie en percentages van Mellado's (2015) zes onderliggende dimensies weergegeven die in de lokale artikelen zijn aangetroffen. Deze data vormt een specificering van de drie overkoepelende benaderingen. Dat betekent dat voor iedere benadering de frequenties gesplitst zijn in frequenties van hun bijbehorende dimensies.

Tabel 4.4 Aanwezigheid van Mellado's 6 onderliggende dimensies in 30 lokale artikelen

Dimensie	Hyperlocal		Omroep		
	Frequentie	Percentage	Frequentie	Percentage	
Intervention	17	29,3	5	7,7	
Watchdog	-	-	4	6,2	
Loyal-facilitator	8	13,8	12	18,5	
Service	5	8,6	7	10,8	
Infotainment	17	29,3	14	21,5	
Civic	11	19,0	23	35,4	
	58	100	65	100	Totaal

Note: Specificering van de overkoepelende benaderingen; bijv.: van de 33 aangetroffen audience approach benaderingen, waren er vijf uitgevoerd aan de hand van de service dimensie.

Bij de *hyperlocals* blijkt er sprake te zijn van totale afwezigheid van de *Watchdog* dimensie. Dit is potentieel verontrustend wat betreft de invulling van democratische meerwaarde. Hoewel de lokale omroepen wel enkele artikelen vanuit de *Watchdog* dimensie vertonen, maakt dit slechts 6,2 procent op van alle voorkomende dimensies. Verder is de frequentie van de *Intervention* dimensie verrassend hoog bij *hyperlocals* ten opzichte van de lokale omroepen. Maar daarnaast lijkt de voorkeur van beide groepen wel uit te gaan naar een meer op *infotainment* en *Civic* gerichte manier van schrijven, hoewel het percentage *Civic* berichten aanzienlijk hoger lijkt te liggen voor de lokale omroepen.

4.2.3.1. Statistieken

De chi-kwadraattoets (χ^2) is uitgevoerd om na te gaan of de verdeling van frequenties al dan niet van elkaar verschillen. Met een waarde van $\chi^2(5) = 15.857$, $p < 0.01$ bleek er dus sprake te zijn van een

significant verschil tussen de twee groepen. Het verschil in frequenties was dus geen toeval. In andere woorden lijkt het is aannemelijk dat een verschil in frequenties per roldimensie te danken was aan het medium; een kenmerk dat typerend is voor een *hyperlocal* of een omroep veroorzaakt een verschil in dimensie.

Voor een chi-kwadraattoets is het echter een vereiste dat ieder item een minimale frequentie heeft van één en dat minder dan 20 procent van het materiaal een frequentie lager dan vijf heeft. Omdat in 2 gevallen (16,7 procent) minder dan vijf voorkomens waren, zoals te zien is bij de *Watchdog* dimensie, is wederom de Fisher-Freeman-Halon Exact test aan de hand van de Monte Carlo methode uitgevoerd. Het resultaat bleek ook ditmaal significant: $F = 15.574$, 99% CI [0.004, 0.007], $p < 0.01$. Ook hier wijkt de waarde van Fisher's Exact test niet veel af van Pearson's chi-kwadraattoets.

4.3. Journalistieke rollen - kwalitatief

Hieronder zijn de deelresultaten voor wat betreft de journalistieke rollen in lokale nieuwsartikelen per nieuw gevonden en/of bestaand thema uiteengezet. Aangezien de steekproef identiek was aan die van de kwantitatieve rollen, zal de desbetreffende beschrijving hier niet worden herhaald. Allereerst zijn de bestaande dimensies uit het onderzoek van Mellado (2015) weergegeven die beschrijven hoe de lokale artikelen een alternatieve wending aan de desbetreffende dimensies geven. Vervolgens konden een aantal nieuwe thema's worden geconstrueerd die buiten het model van Mellado (2015) vallen en die meer inzicht bieden in de specifieke rollen die *hyperlocals* (on)bewust uitvoeren. Daarnaast zijn deze rollen beoordeeld op hun potentiële meerwaarde voor de (lokale) democratie.

4.3.1. Journalistieke dimensies

4.3.1.1. Interventie: de stem van de journalist

Zoals te zien was in de kwantitatieve resultaten, was de *Intervention* dimensie in hogere mate aanwezig in de hyperlokale artikelen. De manier waarop deze dimensie tot uiting kwam was daarom interessant op verder te benaderen aan de hand van kwalitatieve analyse. De afwezigheid van *Intervention*, ofwel persoonlijke opvattingen van de journalist, creëert afstand tussen de journalist en de feiten. Een manifeste uiting van de journalistieke stem daarentegen kan een pleidooi of steun zijn voor bepaalde groepen in de maatschappij (Mellado, 2015, p. 603).

Een voorbeeld van het kiezen van een bepaald standpunt is bijvoorbeeld te zien in het geval van bericht over een protest tegen een wooncorporatie: “En nu maar hopen dat dit alles wat uitmaakt” (Artikel 1.1). Aktiegroep Oude Westen schaarst zich hiermee aan de kant van de burgers. Hoewel de naam ‘aktiegroep’ het misschien al weggeeft, lijken ze zich hier dus enigszins activistisch op te stellen. Maar ook andere *hyperlocals* laten betrokkenheid bij de desbetreffende kwestie zien: “Hopelijk kunnen we haar opsporen doordat u dit bericht deelt met vrienden” (Artikel 5.1), in het geval van een vermiste poes.

Hoewel niet alle indicatoren binnen de opgestelde dimensie aanwezig hoefden te zijn, werden veelvuldig bijvoeglijk naamwoorden (*adjectives*) gebruikt en persoonlijke meningen (*opinion*) geuit. Dit kwam vooral voor in berichten met een zekere emotionele lading, of als er sprake was van een recensie.

Vooral in combinatie met het meest voorkomende onderwerp in de hyperlokale artikelen (Uitgaan & vrije tijd) was er veel sprake van bijvoeglijk naamwoorden om culinaire producten en locaties te beschrijven: “De oorsprong van de *bekende, stoere* jampotten” (...) “*Heerlijke, 100% biologische* jam”; waarbij vaak ook een oordeel werd gegeven: “Je haalt er de *lekkerste* producten en eet er *heerlijk* multicultureel” en “Dit is hoe een ijssalon hoort te zijn!” (Artikel 2.1). Met name de

schrijvers van De Buik van Rotterdam, een website volledig gewijd aan culinaire uitgaansgelegenheden in Rotterdam, leken gericht op het onderstrepen van de smakelijkheid van hun persoonlijke keuzes. Ook bij andere niet-culinaire recensies was er echter sprake van een oordeel: “Een aardige plot en een vlot verteld verhaal. Soms ontsierd door wel erg kinderachtige grapjes” (Artikel 7.1).

De ik-vorm indicator van de *Intervention* dimensie was bij de recensies, maar ook in de rest van de artikelen, zeer zeldzaam. Deze werd alleen aangetroffen bij persoonlijke en/of emotionele citaten. “Ik voelde me vaak verkeerd begrepen. Mijn ouders begrepen me wel. Ze wisten niet wat Asperger was, maar ze wisten wel wie Judith was. Ik zat lekker vaak op mijn kamer, met een boek en mijn hond” (Artikel 4.2) en “Ik begrijp dat u doet aan schadelastbeperking, maar zorg er voor dat dit nóóit, nóóit, maar dan ook nóóit meer voorkomt!” (Artikel 10.2). Het is mogelijk dat de journalist door het opnemen van dit soort citaten impliciet dan wel expliciet bepaalde waarden uitdraagt naar het lokale publiek.

Bij de langere artikelen, veelal interviews, was de tekst vaker met meer detail beschreven: “Ze komt net binnen. Haar lange zwarte haren verwaaid na de strandwandeling die ze gemaakt heeft. Stevige wandelschoenen onder een skinny jeans en honden Sandy en Yuriko aan de lijn in haar rechterhand. Jongste telg Adrian, ja, uit de film Rocky, draagt ze in haar armen” (Artikel 4.2), alsof je een boek leest. Hier is mogelijk een overlap met de *Infotainment* dimensie te vinden. Deze beschrijvende stijl leent zich voor het neerzetten van sfeer en lijkt over te vloeien in een entertainende functie: “De *opgewekte, vriendelijke en oer-Rotterdamse* mevrouw van de kaartjes geniet *zichtbaar* van haar werk op het water. Gevraagd en ongevraagd, *maar immer stralend en met passie*, vertelt ze over de *schitterende* natuur en de *omliggende* haven” (Artikel 4.3). Desondanks kan worden beargumenteerd dat enige vorm van subjectiviteit valt onder de *Intervention* dimensie.

Verder is er bij interviews soms sprake van het vermelden van de vraag. In het geval van Vers Beton was hier een merkbare invloed van de journalist: “*Vreemd*, voor een jong bedrijf, merkte ik op” (...) “*Mooi* dat je als ondernemer andere bedrijven kunt helpen met starten! Maar hoe verdienen jullie er zelf aan?” (Artikel 13.2).

Al met al lijkt het erop dat het zeer afhankelijk is van het tekstgenre of een artikel al dan niet een duidelijke *intervention* dimensie laat zien en van wat voor soort indicatoren daarbij sprake zijn. De eerdergenoemde beschrijvende stijl is bijvoorbeeld eerder een kenmerk van entertainment dan een persoonlijk waardeoordeel.

4.3.1.2. Waakhond: het controleren van de macht

Uit de kwantitatieve resultaten bleek de controlerende *Watchdog* dimensie volledig afwezig te zijn bij de *hyperlocals*. Desondanks zijn er een aantal interviews die mogelijk een sceptische blik van de

journalist vertonen. Een enkele aanwijzing die op een *Watchdog* rol zou kunnen wijzen is het grote aantal artikelen wat schijnbaar zonder actuele nieuwsaanleiding is geschreven. Sommige artikelen maken deel uit van een reeks artikelen die zich over een langere periode spreiden, maar de meesten lijken puur vanuit een bepaalde interesse te zijn geschreven. Dit met als uitzondering het aankondigen van evenementen zoals bijvoorbeeld de open dagen van NE Studio's (Artikel 8.2), het feestje in kader van de Nationale Onderwijsweek (Artikel 11.1) en de solovoorstelling van Dirk Scheele (Artikel 14.2).

4.3.1.3. *Loyal-facilitator*: dienstbaar aan de macht

In tegenstelling tot de *Watchdog*, is de *Loyal-facilitator* dienstbaar aan de macht, zoals aan de economische en politieke elite. Op het lokale niveau lijkt er echter sprake van een kleinere macht, namelijk de lokale bedrijven, maar vooral ook initiatieven en activiteiten van 'gewone' burgers.

Hyperlocals lijken ervoor te zorgen dat sociale cohesie op het lokale niveau in stand blijft. "The role of journalism has to do with aiding the government's development efforts, the preservation of social harmony and the strengthening of national unity" (Mellado, 2015, p. 600). Zo steunen *hyperlocals* mogelijk indirect de overheid door het overnemen van politieberichten en daarmee het verspreiden van signalementen. De harmonie en lokale eenheid worden bewaard en versterkt door de nadruk op saamhorigheid, het herhaaldelijk benoemen van de multiculturele identiteit van Rotterdam, en het delen van succesverhalen van lokale bedrijven en burgers.

Hoewel de *Loyal-facilitator* in zekere zin onderdanig en/of afhankelijk is van de – in dit geval lokale – machten, is er in bovenstaande gevallen sprake van *development(al) journalism* (Mellado, 2015). Hierbij is de journalistiek bevorderlijk voor de ontwikkeling van de regio en zijn zij eerder partners dan onderdanen van de machthebbers.

Verder valt er nog enige overlap met de *Service* dimensie te bespeuren. Door de politie te ondersteunen bij het verspreiden van signalementen – of het helpen opsporen van vermiste katten – wordt er ook een dienst verleend. "Poes Molly is sinds vrijdag niet meer thuisgekomen en dat doet ze normaal nooit. Heeft u haar gezien of kent u iemand die haar kan hebben gezien?" (Artikel 5.1). Het feit dat de *hyperlocals* deze berichten echter vrijwillig delen, maakt het een service in plaats van het uitvoeren van een 'bevel van boven'.

4.3.1.4. *Service*: advies voor het dagelijks leven

Mellado's (2015) *Service* dimensie bestaat vooral uit het bespreken van de consequenties van gebeurtenissen die van invloed zijn op het dagelijks leven van mensen; en daarnaast tips en adviezen met betrekking tot onrechtvaardige- of risicovolle situaties en aankopen van consumenten. Bij de *hyperlocal* artikelen lijkt de *Service* dimensie voornamelijk aanwezig te zijn in relatie tot vrijetijdsbestedingen van burgers. Er worden vooral tips gegeven omtrent nieuwe evenementen,

culinaire locaties en producten. Wederom is er sprake van enige overlap met de *Loyal-facilitator*, omdat er enkel suggesties worden gedaan voor lokale uitgaansgelegenheden en (theater)voorstellingen zoals Scapino Ballet, Rotterdamse Kost en diverse restaurants: “In ons eigen Rotterdam en omgeving zijn namelijk genoeg hippe hotelrestaurants te vinden” (Artikel 2.2).

Op ietwat indirecte wijze worden er tips uit het leven van lokale burgers gedeeld aan de hand van hun eigen uitspraken. “Als je dat maar onthoudt en blijft doen, ben je gezegend en gelukkig. Veel mensen verliezen zich in hoe het hoort en wat er verwacht wordt” (Artikel 4.2) en “Het creëert wel onzekerheid wat betreft je inkomen, je stabiliteit en je groei. Daar moet je je op instellen. *You can't force the market*, zeggen we weleens” (Artikel 13.2). Zoals bij *Intervention* ook al genoemd is, laat dit mogelijk de waarden van de journalist zien door juist deze citaten op te nemen in het desbetreffende nieuwsartikel.

Naast het vinden van vermiste poezen en het delen van politieberichten zijn er andere manieren waarop de *hyperlocal* invulling geeft aan lokale dienstverlening. Zolang het invloed heeft op het dagelijks leven van burgers, kan het verhelderend van de situatie gezien worden als *Service*. Zo delen de *hyperlocals* onder andere berichten over gewijzigde programma's: “Het azc aan de rand van de Rotterdamse Beverwaard heeft een aangepast programma op de open dag op 24 september wat door het COA was georganiseerd” (Artikel 6.3), en lokale werkzaamheden: “Tijdens de werkzaamheden kan er verhoogd fakkelaanbod zijn door het uit bedrijf nemen en opstarten van de fabrieken” (Artikel 10.1).

4.3.1.5. Infotainment: meer dan informatief entertainment

Mellado (2015) onderscheidt acht indicatoren voor de *Infotainment* dimensie: personalisatie (*personalization*), privéleven (*private life*), sensatiezucht (*sensationalism*), schandaal (*scandal*), emoties (*emotions*) en/of morbiditeit (*morbidity*). De aan- dan wel afwezigheid van deze indicatoren geeft een interessant beeld van de rol die *hyperlocals* vervullen. Zo is er vrijwel helemaal geen sprake van een obsessie met morbiditeit en/of schandaal. Van sensatie is echter wel enigszins sprake. Vooral bij evenementen wordt er enigszins overdreven: “Alle ruim veertig muzikanten – tieners en twintigers van weleer – bewaren warme stapherinneringen aan het uitgaansgebied en brengen een muzikale ode aan dit stukje Rotterdam” (Artikel 3.3), in dit geval met de bedoeling het evenement aan te prijzen. Hoewel deze vaak genoeg ook objectief worden beschreven: “Het monument, ontworpen door Den Hollandsche Gedenktekens, bestaat uit een grote glazen plaat met het gedicht ‘De gever’ en twee figuren van cortenstaal (...) Het monument is vanaf zondag 18 september te bezoeken” (Artikel 3.2) of “Uitgevoerde projecten van de afgelopen jaren worden getoond en toegelicht door de kunstenaars” (Artikel 8.2).

Daarnaast is er – wederom in interviews – sprake van zowel personalisatie als aandacht voor

het privéleven van lokale burgers: “Aspects of a person’s life that do not correspond to areas of public interest” (Mellado, 2015, p. 607). Zo wordt een koppel geïnterviewd over hun woonsituatie in Rotterdam: “Buiten wonen betekent vrijheid voor woonbootbewoners Vera en Jasper. ‘Ik voel me elke dag bevoorrecht’” (Artikel 4.1). Het verschil met personalisatie zit hem in het feit dat het bij privé niet per definitie gaat over de intellectuele, fysieke, sociale of andere vaardigheden van personen. Denk bijvoorbeeld aan een verhaal over de president als vader in plaats van zijn professionele rol. Het onderscheid is soms moeilijk te maken, maar een voorbeeld van personalisatie is bijvoorbeeld het aanprijzen van bepaalde karaktereigenschappen: “De bescheidenheid zelve. Of is het Rotterdamse nuchterheid?” (Artikel 4.2).

Infotainment maakt vaak ook gebruik van stilistische, narratieve en/of visuele elementen (Mellado, 2015) om het publiek emotioneel te stimuleren. Eerder beschreef ik bij *Intervention* hoe artikelen soms als een boek geschreven waren. Hieronder zal het verschil tussen *Intervention* en *Infotainment* duidelijker worden. Bijvoorbeeld: “Maar eerlijk is eerlijk: het ziet er allemaal top uit! We zien heerlijke sapjes, yoghurt met muesli, flesjes kokoswater, een emmertje groenten & fruit dat ze ter plekke voor je juicen en een assortiment lekkere sandwiches en salades. Echt gezond comfortfood dus” (Artikel 2.2), zou een voorbeeld van *Intervention* zijn, omdat het gaat om een opsomming met een oordeel van de journalist. Hoewel de opsomming wel degelijk een beeld oproept van een overdaad aan etenswaar is er geen sprake van *Infotainment*. “Op de elfde verdieping van één van de Marconitoren zit een kantoor met een fenomenaal uitzicht. Minimalistische bureaus, grote schermen en zes jonge gasten die erachter werken. Precies wat je verwacht van een ICT-start-up” (Artikel 13.2), heeft daarentegen eveneens een oordeel van de journalist, maar hier is er veel meer sprake van een narratieve beschrijving dan feitelijke illustratie.

4.3.1.6. Civic: voor en door de burger?

De *Civic* dimensie, ook wel beschreven als *public journalism*, legt de nadruk op de relatie tussen de journalistiek, burgers en het dagelijks leven. Het idee is dat de journalistiek burgers motiveert om deel te nemen in het publieke debat, maar ook in sociale, politieke en culturele activiteiten. Ook voor deze dimensie zijn diverse indicatoren aanwezig, maar er zijn ook een paar die ontbreken. Van *citizen perspective*, *citizen demand* en *citizen questions* wordt alleen het perspectief gegeven. In plaats van te luisteren naar de verhalen van burgers, gaan de journalisten zelf op pad. Bij *hyperlocals* is dit echter een bijzondere situatie, aangezien zij *zelf* burgers zijn. Daarmee zijn hun selectiecriteria en recensies wellicht al per definitie representatief voor de lokale gemeenschap. Maar dit geldt alleen als diverse *hyperlocals* verschillende meningen weergeven.

Desalniettemin worden andere burgers niet volledig buiten beschouwing gelaten. Een andere manier om burgers meer betrokken te laten zijn bij hun gemeenschap is door het bieden van

achtergrondinformatie. Hier is enige overlap met de *Infotainment* dimensie te vinden, aangezien het vaak gaat over het privéleven van andere burgers. “Nino is een echt Italiaans familiebedrijf dat dit jaar haar 80e verjaardag vierde. Met kleinzoon Nino staat de derde generatie aan het roer” (Artikel 2.1). Een opmerkelijk gegeven was echter dat er in enkele gevallen al vanuit werd gegaan dat de lezer bekend was met voorafgaande gebeurtenissen: “Ze maakten zich klaar om op weg te gaan naar het hoofdkantoor van Woonstad. De spandoeken spraken voor zich” (Artikel 1.1), en: “Want dat die StadsFerry er moet komen, staat natuurlijk als een paal boven water. Menig Rotterdammer zal stellen: kom maar op met die bootjes” (Artikel 4.3). Een groot gebrek van de *hyperlocal* informatievoorziening is dat zij hiermee vaak geen achterliggende motieven of motivatie tonen die kan bijdragen aan de voorlichting van burgers.

Hyperlocals lijken vooral een episodische benadering te hebben als het gaat om informatie verschaffen, waardoor achtergrondinformatie ietwat ironisch daadwerkelijk naar de achtergrond wordt gedrukt. Burgers spelen vaak de hoofdrol in een artikel, maar zijn alleen in interviews echt aan het woord. Daarnaast worden activiteiten van burgers wel genoemd, zoals diverse muziekvoorstellingen en een door burgers gerealiseerd monument: “Het kunstwerk is gerealiseerd met een crowdfundingproject van de Erasmus Universiteit” (Artikel 3.2), maar mist het bij de culturele evenementen vaak de *waarom* vraag. Hoogstwaarschijnlijk omdat het hier eerder gaat om een promotiestuk, dan een achtergrondverhaal.

4.3.2. Nieuwe thema's

Hieronder zullen een aantal thema's worden behandeld die niet binnen het model van Mellado (2015) passen, maar die typerend zijn voor de manier waarop *hyperlocals* een bijzondere rol vervullen binnen de lokale gemeenschap.

4.3.2.1. Thuishoren – je bent een van ons

Het woord ‘thuishoren’ heeft vooral betrekking op het behoren, oftewel deel uitmaken van een bepaalde groep. Er is sprake van inclusiviteit; je hoort erbij, of directer vertaald: je wordt erbij betrokken. Daarnaast kan er worden gesproken van een gevoel van veiligheid, acceptatie en enige affiniteit of verwantschap. Dit is waar een van de *sensitizing concepts* - Nip's (2006) *sense of belonging* – op lijkt te komen. De *hyperlocal* staat veelal in dienst van zijn gemeenschap (*community*), vooral de versterking en verbetering van deze gemeenschap (Harte, Williams, & Turner, 2017). Rotterdamse *hyperlocals* lijken daadwerkelijk een (gevoel van) gemeenschap te creëren en op verschillende manieren actief te ondersteunen:

Het creëren van sociale cohesie (*social cohesion*), oftewel het gevoel van ‘erbij horen’ kweken bij lokale burgers, lijkt te ontstaan door het promoten – en daarmee mogelijk accepteren – van verschillende culturen. De boodschap lijkt: iedereen is welkom, maar de nadruk ligt vooral op de

multiculturele keuken. “Niet alleen de Marokkaanse buurtbewoners zijn fan, er komen ook veel Nederlanders (die meestal kiezen voor de walnootkoekjes) en Turken (honingkoekjes!)” (Artikel 2.1), “Antonio Hu (Restaurant Vineum) liet zijn roots terugkeren in zijn Chinese steamed bun, met gekonfijte eendenbout en eendenlever” (Artikel 2.3). Het wordt genormaliseerd door het op te nemen in het alledaagse: “Nog even meenemen voor tijdens een avondje Netflix: de maankoekjes met amandelspijs...” (Artikel 2.1).

Hoewel er verder wordt benadrukt dat Rotterdam op internationaal niveau meetelt, gaat het er vooral om hoe dat ‘thuis’ ervaren wordt: “De haven is voor mij een goed voorbeeld. En mijn dagelijkse inspiratie. Als ik hier van elf hoog naar buiten kijk, voel je die wereldimpact” (Artikel 13.2). Daarnaast lijkt de stad een internationaal/vakantiegevoel te kweken: “Ramen tot aan het plafond, ruime werkplekken, lekkere banken en een bijna on-Nederlandse sfeer, waardoor het voelt alsof we net geland zijn in Berlijn of Barcelona” (Artikel 2.2). Het vakantiegevoel lijkt in eerste instantie thuishoren uit te sluiten, maar deze gevoelens delen het aspect van kunnen ontspannen, relaxen en tijd doorbrengen met dierbaren: “Hier wonen geeft me een constant vakantiegevoel. ’s Zomers borrelen en zwemmen we voor de deur, ’s winters steken we gezellig de kaarsjes aan. En als het regent is het alsof je in een tent zit” (Artikel 4.1).

Hierdoor wordt het ‘thuis’ in thuishoren niet per definitie iets typisch Nederlands. Thuis is Rotterdam en Rotterdam is werelds. Het roept diverse positieve associaties op voor de stad, waaronder culturele diversiteit en een gevoel van vrijheid en saamhorigheid: “Het voelt alsof je bij iemand thuis op bezoek bent die altijd ergens in de buurt is” (Artikel 2.2).

Tot slot wordt de inclusiviteit van de stad benadrukt door het idee dat je altijd Rotterdammer blijft. “Leuk, een interview voor Gers!, vond Judith, want al woont ze inmiddels al jaren in Rockanje, ze is en blijft die Rotterdamse schrijfster. (...) Ik kom er regelmatig en word nog steeds als Rotterdamse gezien” (Artikel 4.2), maar ook het gevoel blijft bij de mensen hangen: “Deze stad is deel van onze *legacy*. We hebben hier als oprichters allemaal gestudeerd en twee van de drie wonen hier nog. Dit is gewoon ons thuis” (Artikel 13.2).

4.3.2.2. Inbedding – wij horen bij jullie

Met betrekking op een ander *sensitizing concept*, namelijk *sense of place* (Robinson, 2014), heeft inbedding een actieve connotatie. Dat wil zeggen dat de *hyperlocal* actief een poging doet om zichzelf in te bedden in de geografische locatie van zijn keuze. In verhouding met Thuishoren heeft Inbedding eveneens betrekking op de lokale gemeenschap, maar in plaats van een gevoel van inclusiviteit te creëren bij burgers, laat de *hyperlocal* vooral zien dat hij een betrouwbare bron van informatie zijn; de *hyperlocal* journalist probeert aan te tonen dat hij ook bij de gemeenschap hoort. “Giving the enduring news value of ‘proximity’, the news sites consumers choose to access may very

well reflect their 'sense of place' and/or where they consider themselves a 'local'" (Hess & Waller, 2016, p. 274). Als de *hyperlocal* erkend wordt door de gemeenschap, wat inhoudt dat zij worden beschouwd als oprecht en de zorgen en belangen van de burgers weerspiegelen (Chen, et al., 2015), kunnen zij de gemeenschap mogelijk ook sturen.

In het bezit zijn van een zogeheten *local habitus* – “a powerful set of dispositions and practical logic developed within a place” (Hess & Waller, 2016, p. 263) - kan voor zowel burgers als journalisten nuttig zijn. Maar de *local habitus* – met alle sociale, culturele, economische en politieke aspecten – is complex; zij veranderd naar verloop van tijd en moet volgens Hess & Waller (2016) continu gevoed worden door de (lokale) media in lijn met de veranderende productie en consumptiepatronen. Om hierin te slagen moeten lokale media geschikte vertegenwoordigers hebben. Maar waar de traditionele journalist misschien een beroep moet doen op het rekruteren van burgers, lijkt de *hyperlocal* in staat om een situatie zelf af te handelen; door deze eerst als burger en dan pas als journalist te benaderen: “The reporters become one with the community, attending local events as citizens first and then as reporters and serving as an adviser and advocate” (Robinson, 2014, p. 118).

Dit zien we voornamelijk terug in de uitvoering van de *Intervention* en *Infotainment* dimensie. Het op een ietwat persoonlijke en informele manier suggesties doen en tips geven over diverse uitgaansgelegenheden in de stad. Om een geschikte vertegenwoordiger te zijn moet de *hyperlocal* zich inbedden op zo veel mogelijk locaties; niet alleen in het gemeentehuis, maar dus ook op het voetbalveld: “De thuisclub begon fel en al snel werd duidelijk dat het gokte op de snelheid van Celsius Grant die zich ook flink mocht uitleven aan de flank, mede omdat Bart Slob geen vat wist te krijgen op de snelheid en balvaardigheid van deze geslepen aanvaller” (Artikel 7.2); in koffietentjes: “Onze conclusie: CitizenM is een unieke, sfeervolle plek als je een kop koffie wilt drinken met een zakelijke afspraak, een drankje wilt doen voordat je gaat eten in het tegenover gelegen Fitzgerald, of als je geen zin hebt in de drukte van de Markthal” (Artikel 2.2); op scholen: “Om 10.00 uur stonden de eerste mensen klaar bij de school van de Marokkaanse vereniging” (Artikel 1.1); en bij mensen thuis: “Het wonen op deze modern ingerichte, dubbellaags woonboot met zijn indrukwekkende 180 m2 is elke dag een feest, vertelt Vera aan de keukentafel” (Artikel 4.1) (Hess & Waller, 2016).

Niet alleen is de *hyperlocal* op vele plekken een toeschouwer, hij neemt ons ook mee op ontdekkingsreis tijdens het inbedden: “Nooit opgevalen? Dat kan, het restaurant is namelijk gevestigd in een oude scheepscontainer en mengt dus lekker met de omgeving”, “Toch beland je met één stap over de drempel van een wereldstad vol wolkenkrabbers in een sprookje van Duizend-en-een-nacht” (Artikel 2.1).

4.3.2.3. Trots – vieren van succes

De prangende vraag is of het promoten van de Rotterdamse cultuur meer is dan commerciële PR. In tegenstelling tot grotere journalistieke redacties zijn de (kleine) zelfstandigen vaak niet gedreven door het streven naar winst (Chen, et al., 2015). Sterker nog, in sommige gevallen hebben zij helemaal geen inkomsten – of afhankelijkheid – van adverteerders, sponsors of donaties en is het hyperlokale businessmodel soms een vorm van zelf-exploitatie (Harte, Turner, & Williams, 2016). Met inachtneming van het bovenstaande is het per *hyperlocal* de vraag of zij al dan niet onafhankelijk zijn. Eerder bij de *loyal-facilitator* kwam al naar voren dat er veel suggesties worden gedaan over lokale evenementen en andere uitgaansgelegenheden zoals tentoonstellingen en restaurants. Maar hoewel hier de twijfel blijft heersen over al dan niet gesponsorde inhoud, is er geen twijfel mogelijk dat er nog steeds enige Rotterdamse trots verborgen zit in de *hyperlocal* berichtgeving.

“Elf boeken: twee keer de prijs voor het Beste Rotterdamse Boek, een nominatie voor de Gouden Strop én een boekverfilming. We mogen trots zijn op onze Judith Visser (38)” (...) De bescheidenheid zelve. Of is het Rotterdamse nuchterheid?” (Artikel 4.2). In verschillende situaties lijken de *hyperlocals* met hun artikelen bepaalde kenmerken en eigenschappen toe te wijzen aan Rotterdam en Rotterdammer zijn. Daarnaast vinden ze het belangrijk om los van enige actuele aanleiding het succes en het – in dit geval jongen en internationale – karakter van Rotterdam in kaart te brengen: “Vers Beton interviewt in samenwerking met Rotterdamse Nieuwe jonge, beeldbepalende en bijzondere ondernemers in Rotterdam” (Artikel 13.2). Maar burgers zelf lijken ook trots te zijn op hun stad: “Rotterdam is er rijp voor”, denkt de directeur. “We zijn booming, prijken op allerlei lijstjes, toerisme neemt toe - we hebben straks een nieuwe Kuip, Feyenoord City.” De boten zouden een aanwinst voor de stad zijn en OV-gebruik stimuleren, denkt hij” (Artikel 4.3), “Daarnaast is Rotterdam gewoon heel goed betaalbaar en bereikbaar én er is hier veel talent aanwezig” (Artikel 13.2).

In lijn met het ‘lokale’ worden evenementen en producten vaak ook aangeprezen op hun lokale eigenschappen: “De oorsprong van de bekende, stoere jampotten van Rotterdamsche Confituur ligt hier, midden in de Afrikaanderwijk” (Artikel 2.1), kan bijna gelezen worden als; Rotterdam produceert succesvolle (bekende), stoere producten. Daarnaast zorgt het Rotterdamse bedrijf ervoor dat er stageplekken komen én is de jam nog biologisch ook. Door burgers onder andere door te informeren over evenementen, nieuwe ontwikkelingen (waaronder winkels en restaurants) en het uitlichten van succesverhalen – zoals die van schrijvers, koks en bedrijven – laat de *hyperlocal* zien dat de stad zo slecht nog niet is. Rotterdam en haar inwoners lijken daarmee een lofzang te verdienen: “Alle ruim veertig muzikanten – tieners en twintigers van weleer – bewaren

warme stapherinneringen aan het uitgaansgebied en brengen een muzikale ode aan dit stukje Rotterdam” (Artikel 3.3).

Hoofdstuk 5: Conclusie

5.1. Antwoord op de onderzoeksvragen

Voor dit onderzoek over het Rotterdamse nieuwsecosysteem (*hyperlocals*) waren de volgende onderzoeksvragen het uitgangspunt: Binnen het Rotterdamse nieuwsecosysteem:

- *Welke ONDERWERPEN worden door hyperlocals behandeld in vergelijking tot traditionele nieuwsmedia?*
- *Welke journalistieke ROLLEN vervullen hyperlocals in vergelijking tot traditionele nieuwsmedia?*
- *In hoeverre ondersteunen hyperlocals vanuit hun onderwerpselectie en journalistieke taakopvatting (rollen) het lokale DEMOCRATISCH PROCES?*

Er is dus gekeken naar de manier waarop *hyperlocals* nieuws rapporteren en in hoeverre zij daarmee een aanvulling zijn op het lokale medialandschap. Wat betreft journalistieke rollen is er gekeken in hoeverre *hyperlocals* alternatieve rollen vervullen ten opzichte van het model van Mellado (2015) dat betrekking heeft op traditionele journalistieke rolpercepties. In dit onderzoek is aan de hand van zowel kwantitatieve als kwalitatieve methoden te werk gegaan en biedt de uitvoering enkele nieuwe inzichten in het lokale medialandschap van Rotterdam en mogelijk daarbuiten.

5.1.1. Onderwerpen

In de afgebakende week van 12-18 september 2016 zijn 126 artikelen van veertien *hyperlocal* nieuwssites en 138 artikelen van lokale omroepen aangetroffen. De in totaal 264 artikelen zijn gecodeerd op zestien verschillende onderwerpen aan de hand van het SVDJ codeboek (Bijlage 1). De resultaten zijn weergegeven in Tabel 4.2. Al met al lijken de *hyperlocals* en de traditionele lokale omroepen niet veel van elkaar te verschillen qua onderwerpselectie. Mogelijk verontrustend is het ontbreken van aan Wetenschap en Onderwijs gerelateerde artikelen met betrekking tot het actief kunnen bediscussiëren van dit soort onderwerpen (Bakker & Bosch, 2011). Daarnaast zijn veel onderwerpen zwak vertegenwoordigd. De hoge mate van frequentie van onderwerpen zoals Uitgaan & Vrije tijd, Kunst & Cultuur en Veiligheid scheppen enige twijfel rondom de verwachting dat *hyperlocals* meer diversiteit brengen in het medialandschap naast de al bestaande mainstream media (Harte, Williams, & Turner, 2017).

Berichten op de sites van de lokale omroepen komen er niet veel beter vanaf. Hoewel zij wel enkele artikelen over Onderwijs publiceren, ontbreekt hier aandacht voor onderwerpen over Bestuur

& Financiën. Er lijkt geen duidelijke meerwaarde van *hyperlocal* websites te zijn ten opzichte van de sites van de lokale omroepen, aangezien de meest frequente onderwerpen vrijwel identiek zijn bij de twee groepen. Aan de hand van Fisher's Exact test kan voorzichtig worden geconcludeerd dat de twee lokale nieuwsbronnen eenzelfde zienswijze hebben als het gaat om het selecteren van nieuwswaardige onderwerpen; de verdeling van frequenties berust namelijk niet op toeval. Er is daardoor eerder sprake van concurrentie dan aanvulling op elkaar.

5.1.2. Journalistieke rollen

5.1.2.1. Kwantitatieve samenvatting: *hyperlocal* eerder herdershond

Uit de steekproef van 60 artikelen (30 *hyperlocal*, 30 lokale omroepen) bleek dat de *Watchdog* dimensie volledig afwezig was bij de *hyperlocals*. De *Intervention* dimensie was daarentegen sterk vertegenwoordigd ten opzichte van de lokale omroepen. Wat betreft de *Audience approach* benadering leek de verdeling van frequenties over de drie dimensies vrijwel gelijk. Het lijkt erop dat de *hyperlocals* meer betrokkenheid tonen met de desbetreffende kwestie door hun persoonlijke mening te laten doorschemeren. Door de afwezigheid van de *Watchdog* dimensie kan er echter niet met zekerheid worden gesproken van *advocacy journalism* waarbij de journalist duidelijk een kant kiest en deze oplegt bij zijn publiek.

5.1.2.2. Kwalitatieve samenvatting: geen eenduidige overlap en nieuwe thema's

De *hyperlocals* bieden niet zozeer een aanvulling op het model van Mellado (2015) in de zin dat vaak enkele indicatoren afwezig zijn in de berichtgeving. Zoals eerder genoemd in Mellado (2015) hoeven echter niet alle indicatoren aanwezig te zijn om de aanwezigheid van een dimensie te bevestigen. *Hyperlocals* laten in specifieke gevallen hun persoonlijke mening doorschemeren, vooral als het gaat om recensies. In die zin is de hoge frequentie van de Interventie-dimensie wellicht te danken aan een toevallige hoge mate van recensies. Aan de andere kant is dit ook te verklaren aan de hand van het soort *hyperlocal*. De Buik van Rotterdam bijvoorbeeld richt zich enkel en alleen op het beoordelen van restaurants, wat betekent dat zowel het onderwerp Uitgaan & vrije tijd als de *Intervention* en *Infotainment* rol geen verassing zijn.

Aangezien veel van de traditionele journalistieke dimensies zijn terug te vinden in de hyperlokale artikelen, kunnen we wellicht spreken van een gedeeltelijke invulling van het model van Mellado (2015). Verder zijn er drie nieuwe thema's opgezet aan de hand van de kwalitatieve inhoudsanalyse, namelijk Thuishoren, Inbedding en Trots waarbij Rotterdam als de ultieme thuisbasis wordt neergezet.

5.1.3. Democratische meerwaarde van *hyperlocals*

Voor de vooruitgang van de democratie zijn verschillende ideeën geopperd. *Public journalism* was een van de eerste journalistieke vormen die zich ging bezighouden met de verhouding tussen journalistiek en democratie. Hoewel er geen eenduidige filosofie ten grondslag lag aan *public journalism* (Glasser & Craft, 1998) hebben anderen in de tussentijd geprobeerd de doelen van *public journalism* beter te definiëren: “The goals of public journalism in helping democracy can be summarized as: to connect to the community; to engage individuals as citizens, and; to help public deliberation in search for solutions” (Nip, 2006, p. 214). Aan het eind van dit onderzoek betoog ik dat *hyperlocals* in ieder geval één van deze doelen proberen te realiseren, namelijk het verbinden van de gemeenschap. De thema’s *Thuishoren en Inbedding*, die naar voren kwamen in de kwalitatieve inhoudsanalyse, lijken dit te bevestigen. *Hyperlocals* proberen iedereen in de gemeenschap zich welkom te laten voelen in Rotterdam en zorgen ervoor dat zij zelf een betrouwbare positie binnen deze gemeenschap bemachtigen. De basis van de gemeenschap bestaat uit gedeelde ervaringen waarvan ‘*sense of belonging*’ – wat sterk werd vertegenwoordigd in het thema *Thuishoren* – een belangrijk component is (Nip, 2006).

Verder bevestigen de aanwezige rollen uit het model van Mellado (2015) eveneens de poging om het publiek te engageren en te verbinden. Bijvoorbeeld aan de hand van de *Intervention* en *Infotainment* dimensie. Door zichzelf persoonlijker op te stellen, maar ook door zich in het privéleven van burgers te verdiepen, versterkt de *hyperlocal* sociale cohesie. Met enige voorzichtigheid kan er worden beweerd dat zij nieuw leven in journalistieke normen en waarden proberen in te blazen (Leupold, Klinger, & Jarren, 2016), maar hoewel de traditionele journalistieke rollen van Mellado (2015) niet tot op de letter voorkomen in de hyperlokale berichtgeving, kan er ook niet gezegd worden dat *hyperlocals* volledig unieke rollen op zich nemen. In de meest optimistische zin lijken zij wel een zekere invloed uit te oefenen door hun relatieve vrijheid ten opzichte van traditionele journalisten te benutten. Individuele burgers, ingehuurd door een traditionele nieuwsoutlet, kregen de vrijheid om te schrijven over wat ze maar wilden. De onderwerpen, vaak dingen waar de burgers zich op dat moment mee bezig hielden, komen overeen met de gevonden *hyperlocal* onderwerpen; onder andere: *sports events, arts events, fundraising events, open house nights* (Nip, 2006, p. 225) kwamen aan de orde. *Hyperlocals* – deel uitmakend van de burgerlijke gemeenschap, mede mogelijk gemaakt door hun actieve inbedding – lijken deze vrijheid te kunnen benutten door onderwerpen eerst als burger en dan pas als journalist te benaderen (Robinson, 2014). Het volgen van hun interesses lijkt eveneens te worden bevestigd door de niet-actuele nieuwsaanleidingen van de hyperlokale artikelen.

Maar zelfs als dit de lokale burgers engageert, in hoeverre is er dan sprake van een democratische bijdrage? (Nip, 2006). De vraag is of de *hyperlocale* journalisten de lokale burgers wel

voldoende vertegenwoordigen, ondanks hun actieve inbedding. De thema's laten in iedere geval zien dat *hyperlocals* hun best doen om zich de lokale identiteit eigen te maken. Maar hun motivatie roept enkele vragen op. Hoewel Harte et al (2016) betogen dat zij hun werk uitvoeren om de lokale gemeenschap te verbeteren, kan er ook enkel sprake zijn van het promoten van de lokale economie om inkomsten te bemachtigen. Menig nieuwsmiddeel is namelijk niet financieel onafhankelijk (Conboy, 2017). *Hyperlocals* werden gezien als een uitzondering, maar met zelf-exploitatie als bijproduct (Harte, Turner, & Williams, 2016). Het lijkt erop dat enkele *hyperlocals*, zoals bijvoorbeeld de Buik van Rotterdam, toch voor extra financiële zekerheid hebben gekozen door het aannemen van sponsors. Hoewel de sponsors niet direct bepalen waar De Buik over schrijft, laat het medium wel een vrijwel puur positief beeld zien van de uitgaansgelegenheden die haar verslaggevers bezoeken: "Onze toon is altijd positief. Dat is een bewuste keuze. We vinden dat er op internet en op sociale media al genoeg negatief wordt geschreven over horeca. Wij willen mooie verhalen vertellen over die mooie zaken in Rotterdam". Het promoten van deze uitgaansgelegenheden als een lokale *Loyal-facilitator* bevordert echter wel weer de sociale cohesie, aldus Mellado (2015).

Het aanbieden van positiviteit heeft op zichzelf al meerwaarde voor de maatschappij. De *hyperlocal* invulling van de *Infotainment* dimensie bevestigt dat de meerderheid van positieve nieuwsverhalen ('*good news*') entertainend en emotioneel zijn (McIntyre, 2016). Hoewel er in dit soort verhalen minder op de journalistieke kernfuncties wordt gelet (bv. *Watchdog*), bieden zij wel een alternatief voor negatief nieuws waarin conflict vaak een dominerende factor is. Dit lijkt wederom sociale cohesie te bevorderen. Hoewel de nieuwswaarden die aan positief nieuws ten grondslag liggen niet helder gedefinieerd zijn (McIntyre, 2016), is het effect er van wel gemeten. Volgens Yamamoto (2016) is de meerwaarde van positief nieuws dat zij het beeld van burgers over hun gemeenschap beïnvloed: "paying closer attention to positive local news helps mitigate the effect of heightened fear of crime on depression" (Yamamoto, 2016, p. 6). Door een constante stroom van negatieve berichten kunnen deze worden overschat. In andere woorden, het uitbalanceren van negatief nieuws met positief nieuws kan een beter beeld vormen van de risico's in de directe omgeving met een antidepressieve werking.

Deze antidepressieve werking kan ronduit gezegd bijdragen aan de *quality of life* (Costera Meijer, 2012) van de gehele bevolking. Daarnaast voldoen zij aan minstens twee van de drie kwaliteitseisen (participatie, representatie, presentatie) van het publiek. Hoewel het hier gaat om deelname van de burgers, nemen de *hyperlocals* hun plaats in om zo waardevolle, betrouwbare en multi-vocale journalistiek neer te zetten (Costera Meijer, 2012). Multi-vocaliteit is onder andere afhankelijk van de hoeveelheid aanwezige *hyperlocals* en in hoeverre zij zich van elkaar onderscheiden. Maar aangezien *hyperlocals* volgens de kwantitatieve resultaten ongeveer dezelfde onderwerpen behandelen als de lokale omroepen, zou het goed kunnen dat zij er een alternatieve

zienswijze op nahouden; het mes snijdt aan twee kanten. Waarschijnlijk is hier diepgaander onderzoek voor nodig, maar in Engeland is dit al enigszins bevestigd: “much of the output of UK hyperlocal news: gives increased voice to local citizens and community groups; contributes to the plurality of local media; and covers cultural and civic life, local economies,” (Harte, Williams, & Turner, 2017, p. 161). De betrouwbaarheid zou tot stand moeten komen door middel van lokale inbedding.

Tot slot zetten de Rotterdamse *hyperlocals* waardevolle journalistiek neer op basis van de volgende vier dimensies: *urgency*, *public connection*, *understanding the region* en *audience responsiveness* (Costera Meijer & Bijleveld, 2016). Aan de hand van de *Audience approach* dimensie, de actieve Inbedding en alle eerdergenoemde pogingen om verbinding met het publiek tot stand te brengen lijken zij goed op weg om waardevolle journalistiek te produceren. Daarnaast voldoen zij per definitie al ten dele aan ‘urgentie’, omdat deze dimensie betrekking heeft op wat zich afspeelt in de nabije omgeving.

“The argument is simply that no one can do everything we might want them to do – but everyone just might do a few, important things” (Nielsen, 2017, p. 10). Of in andere woorden, hoewel *hyperlocals* misschien geen invulling geven aan democratische meerwaarde zoals we die zouden verwachten - bijvoorbeeld in de vorm van informatie om weloverwogen te kunnen stemmen, discussiëren, of op een andere manier politiek betrokken te zijn – doen ze één ding wel, zorgen voor een zekere geruststelling. Ze laten een positief beeld zien van de lokale gemeenschap en versterken sociale cohesie. In tijden van verdeeldheid lijkt verbinding het juiste tegenwicht. Maar is het genoeg? Het bieden van positieve perspectieven, vooral als het alleen betrekking heeft op onderwerpen als Uitgaan & vrije tijd, is misschien niet voldoende. Er is altijd een ideaal, maar de realiteit lijkt aan te sluiten bij het onderzoek van Hietbrink & Hermans (2015); *hyperlocals* bieden slechts een kleine (6%) meerwaarde aan het lokale medialandschap. De verwachting was dat deze meerwaarde in grotere gemeenten, zoals Rotterdam, dit wellicht anders zou zijn (Bakker & Bosch, 2011; Lowrey & Kim, 2016).

Misschien hebben we net iets teveel verwacht van *hyperlocals*. Waar Nielsen (2017) pleit voor één ding wat journalistiek kan doen voor democratie, noemde Schudson (2008) er zeven. Maar naar aanleiding van wat dit onderzoek in kaart heeft proberen te brengen, wil ik afsluiten met een interessante quote van Schudson: “the journalists of the greatest imagination discover the non-events that conceal their drama so well” (2008, p. 62). In het najagen van hun eigen interesses en hun niet-actuele aanleiding bieden *hyperlocals* een ander soort democratische meerwaarde. Er zijn meerdere wegen die leiden naar Rome. “The fact that the world is complex is no basis for judging democracy impossible or judging citizens inadequate” (Schudson, 2008, p. 124).

5.2. Discussie en vervolgonderzoek

In dit onderzoek was er sprake van enkele praktische implicaties, onder andere in verband met de uitvoering van het onderzoek voor het Stimuleringsfonds van de Journalistiek (SVDJ). Zo was de wijze kwantitatieve codering gelimiteerd aan de hand van de reeds opgezette operationalisering. De intercodeursbetrouwbaarheid had anders niet berekend kunnen worden voor de onderwerpen. Daarnaast was het niet mogelijk om alle interessante facetten van dit codeerproces bij het thesisonderzoek te betrekken, zoals bijvoorbeeld de verhouding van traditionele vs. *hyperlocal* media per genre of activiteit op sociale media. Hoewel sociale media, zoals Facebook, vaak verwezen naar de websites, hadden deze mogelijk nog andere inzichten kunnen bieden (aantal likes, volgers, etc.). Het betekent ook dat andere media, zoals radioprogramma's buiten beschouwing zijn gelaten. Vervolgonderzoek zou deze aspecten kunnen betrekken bij het onderzoek naar *hyperlocals*, evenals het uitbreiden van het onderzoek naar de andere G4 steden (Amsterdam, Den Haag, Utrecht). Daarnaast kan voor de representativiteit de onderzochte periode van een week worden uitgebreid.

Voor de afbakening van het onderzoek is de grens tussen lokaal en regionaal misschien iets te hard getrokken. Zo bestaat de selectie van traditionele lokale media, de lokale omroepen, uit dagbladen en huis-aan-huisbladen en dus niet uit de regionale edities van bijvoorbeeld het AD en De Telegraaf. Dit zou het verschil *hyperlocals* op zowel onderwerpen als rollen groter hebben kunnen maken. Dit begrenste ook de hoeveelheid beschikbare artikelen. Mijn zorg blijft dat de hoeveelheid artikelen voor de steekproef niet voldoende is geweest om voldoende saturatie te laten optreden in de gevonden thema's, of deze voldoende te kunnen illustreren. Mogelijk duidt dit nog op een hoge mate van diversiteit tussen *hyperlocals* zelf, wat weer bevorderlijk kan zijn voor democratische meerwaarde; verschillende perspectieven. Het blijft hierdoor echter moeilijk om te generaliseren. Het feit dat een paar artikelen scoren op de Intervention dimensie heeft mogelijk geen betrekking op de rest van de steekproef als het genre of medium gebonden is. Verder is het de vraag in hoeverre diversiteit geen versplintering veroorzaakt. Het is onbekend in hoeverre *hyperlocal* artikelen daadwerkelijk gelezen worden in de *longtail* (*heavy tailed distribution*) van het web. Zelfs als ze allemaal dagelijks geconsumeerd zouden worden, betekent dat niet dat een lezer van alle aanwezige *hyperlocals* iets meekrijgt.

De beweringen in de conclusie over de waarde van positief nieuws zouden aan de hand van discourse analyse nader onderzocht moeten worden. Door het opzetten van een *term frequency – inverse document frequency* (tf-idf) kan een weging worden gemaakt die de mate van positiviteit per artikel meet aan de hand van een corpus van positieve en negatieve terminologie. Nu lijkt het voorkomen van positiviteit nog te veel gekoppeld aan bepaalde onderwerpen en motieven, zoals Uitgaan & vrije tijd en de mogelijkheid dat een deel van deze berichten gesponsord kan zijn en

daarmee wederom medium gebonden kan zijn. De invloed van de markt op de *hyperlocale* berichtgeving is daarom ook een interessante benadering om in te verdiepen. Vervolgonderzoek zou er mogelijk goed aan doen om iedere *hyperlocal* afzonderlijk te bestuderen. Hiervoor moeten veel meer artikelen per particuliere nieuwssite worden verzameld.

Een andere zorg is dat de *sensitizing concepts* te leidend zijn geweest bij de uitvoering van de kwalitatieve inhoudsanalyse. Hoewel ik kan beweren dat ik deze enkel in het achterhoofd heb gehouden, had bij uitbreiding van de dataset mogelijk een betere codeerboom opgezet die meer subthema's definieert.

Tot slot kan men zich afvragen of de totale afwezigheid van bepaalde onderwerpen en rollen in de afgebakende periode daadwerkelijk wijst op een groot probleem van de democratie. Wie bepaalt welke onderwerpen belangrijker of waardevoller zijn dan andere? Onderwerpen zoals Onderwijs, Wetenschap en Bestuur & financiën. Daarnaast is het de vraag in hoeverre *hyperlocals* beperkt zijn bij het uitvoeren van hun dagelijkse werkzaamheden; krijgen zij überhaupt toegang tot bepaalde instanties of personen in tegenstelling tot professionele journalisten. Dit soort restricties kunnen mogelijk aan de hand van interviews boven water komen. Evenals de doelstellingen (bv. financiële motieven) en persoonlijke interesses die ten grondslag liggen aan de *hyperlocal* berichtgeving.

Literatuurlijst

- Ahva, L. (2016). How is participation practiced by "in-betweeners" of journalism? *Journalism Practice*, 1-18. doi:10.1080/17512786.2016.1209084
- Bakker, P., & Bosch, K. (2011). Hyperlocal in de praktijk: Lokale media en informatievoorziening in Bunschoten en Leusden. *Paper voor Politicologenetmaal*. Amsterdam.
- Barnett, S., & Townend, J. (2015). Plurality, policy and the local: can hyperlocals fill the gap? *Journalism Practice*, 9(3), 332-349. doi:10.1080/17512786.2014.943930
- Chen, N.-T. N., Ognyanova, K., Zhang, C., Wang, C., Ball-Rokeach, S. J., & Parks, M. (2015). Causing ripples in local power relations: The meso-level influence of a hyperlocal news website. *Journalism Studies*, 18(6), 710-731. doi:10.1080/1461670X.2015.1078738
- Conboy, M. (2017). Journalism and the democratic market society. *Journalism Studies*, 1-14. doi:10.1080/1461670X.2017.1336935
- Costera Meijer, I. (2012). Valuable journalism: a search for quality from the vantage point of the user. *Journalism*, 14(6), 754-770. doi:10.1177/1464884912455899
- Costera Meijer, I., & Bijleveld, H. P. (2016). Valuable journalism: Measuring news quality from a user's perspective. *Journalism Studies*, 17(7), 827-839. doi:10.1080/1461670X.2016.1175963
- Glasser, T. L., & Craft, S. (1998). Public journalism and the search for democratic ideals. *Ecquid Novi: African Journalism Studies*, 19(1), 7-23. doi:10.1080/02560054.1998.9653211
- Harcup, T. (2006). "I'm doing this to change the world": journalism in alternative and mainstream media. *Journalism Studies*, 6(3), 361-374. doi:10.1080/14616700500132016
- Harcup, T. (2016). Alternative journalism as monitorial citizenship? *Digital Journalism*, 4(5), 639-657. doi:10.1080/21670811.2015.1063077
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2016). What is news? News values revisited (again). *Journalism Studies*, 1-19. doi:10.1080/1461670X.2016.1150193
- Harte, D., Turner, J., & Williams, A. (2016). Discourses of enterprise in hyperlocal community news in the UK. *Journalism Practice*, 10(2), 233-250. doi:10.1080/17512786.2015.1123109
- Harte, D., Williams, A., & Turner, J. (2017). Reciprocity and the hyperlocal journalist. *Journalism Practice*, 11(2-3), 160-176. doi:10.1080/17512786.2016.1219963

- Hermans, L., Vergeer, M., & Pleijter, A. (2012). *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. Retrieved from <http://www.mauricevergeer.nl/pdf/hermans%20vergeer%20pleijter%202011.pdf>
- Hess, K., & Waller, L. (2016). River flows and profit flows. *Journalism Studies*, 17(3), 263-276. doi:10.1080/1461670X.2014.981099
- Hietbrink, N., & Hermans, L. (2015). Added value of hyperlocals to the democratic function of the Dutch media landscape. *Paper The Future of Journalism*. Zwolle, The Netherlands: Windesheim University of Applied Science.
- Kasem, A., Van Waes, M. J., & Wannet, K. C. (2015). *Anders nog nieuws? Scenario's voor de toekomst van de journalistiek*. Amsterdam: Stimuleringsfonds voor de Journalistiek.
- Kik, Q., & Landman, L. (2013). *Nieuwsvoorziening in de regio*. Diemen: AMB.
- Kik, Q., Landman, L., Hermans, L., & Hietbrink, N. (2014). *Nieuwsvoorziening in de regio 2014: "Gelukkig zijn hier geen journalisten"*. Diemen: AMB.
- Landman, L., Kik, Q., Hermans, L., & Hietbrink, N. (2015). *Nieuwsvoorziening in de regio 2014*. Diemen: AMB.
- Leupold, A., Klinger, U., & Jarren, O. (2016). Imagining the city: How local journalism depicts social cohesion. *Journalism Studies*, 1-23. doi:10.1080/1461670X.2016.1245111
- Lowrey, W., & Kim, E. (2016). Hyperlocal news coverage: A population ecology perspective. *Mass Communication and Society*, 19(6), 694-714. doi:10.1080/15205436.2016.1201687
- McIntyre, K. (2016). What makes "good" news newsworthy? *Communication Research Reports*, 33(3), 223-230. doi:10.1080/08824096.2016.1186619
- McNair, B. (2000). Journalism and democracy: a millennial audit. *Journalism Studies*, 1(2), 197-211. doi:10.1080/14616700050028208
- Mellado, C. (2015). Professional roles in news content. *Journalism Studies*, 596-614. doi:10.1080/1461670X.2014.922276
- Napoli, P. M., Stonbely, S., McCollough, K., & Renninger, B. (2016). Local journalism and the information needs of local communities: Toward a scalable assessment approach. *Journalism Practice*, 1-23. doi:10.1080/17512786.2016.1146625

- Nielsen, R. K. (2017). The one thing journalism just might do for democracy: counterfactual idealism, liberal optimism, democratic realism. *Journalism Studies*, 1-12.
doi:10.1080/1461670X.2017.1338152
- Nip, J. Y. (2006). Exploring the second phase of public journalism. *Journalism Studies*, 7(2), 212-236.
doi:10.1080/14616700500533528
- Pew Research Center: Journalism & Media staff. (2010). *How news happens: A study of the news ecosystem of one American city*. Washington, DC: Pew Research Center. Retrieved from http://www.journalism.org/files/legacy/Baltimore%20Study_Jan2010_0.pdf
- Reese, S., & Shoemaker, P. (2016). Media sociology and the hierarchy of influences model: a levels-of-analysis perspective on the networked public sphere. *Mass Communication and Society*, 19, 389-410. doi:10.1080/15205436.2016.1174268
- Robinson, S. (2014). Introduction: Community journalism midst media revolution. *Journalism Practice*, 8(2), 113-120. doi:10.1080/17512786.2013.859822
- Salkind, N. J. (2011). What to do when you're not normal: chi-square and some other nonparametric tests. In N. J. Salkind, *Statistics for People who (think they) hate Statistics* (4th ed., pp. 285-295). London: Sage.
- Schudson, M. (2008). *Why democracies need an unlovable press*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Waisbord, S. (2007). Democratic journalism and "statelessness". *Political Communication*, 24(2), 115-129. doi:10.1080/10584600701312837
- Willnat, L., Weaver, D. H., & Choi, J. (2013). The global journalist in the twenty-first century: A cross-national study of journalistic competencies. *Journalism Practice*, 7(2), 163-183.
doi:10.1080/17512786.2012.753210
- Yamamoto, M. (2016). Perceived neighbourhood conditions and depression: Positive local news as a buffering factor. *Health Communication*, 1-18. doi:10.1080/10410236.2016.1250192

Bijlage 1 – Operationalisering SVDJ

Codeboek SVDJ voor onderwerpen en politiek nieuws

Toelichting onderwerpen

Afkomstig uit de codeerinstructie van het project nieuwsecosystemen G4

- **Bestuur & financiën:**

Nieuws dat de gemeentelijke begroting of bezuinigingen ‘in het algemeen’ betreft, anders gezegd het ‘huishoudboekje’. Gaat het om uitgaven m.b.t. één specifiek beleidsterrein (bijv. zorg, onderwijs, verkeer, etc.), dan dient het bericht het bij dit onderwerp behorende etiket opgeplakt te krijgen. Onder ‘bestuur’ wordt verder verstaan: fusie- en herindelingskwesties, beter bestuur (gedragscode), dienstverlening (bijv. aanstaande gemeenteraadsverkiezingen, openstelling gemeentehuis, afhalen paspoort, rijvaardigheidscursussen voor ouderen etc.) en personalia B&W, raadsleden en lokale afdelingen politieke partijen.

- **Bouw:**

Nieuws over ruimtelijke ordening in de zin van bestemmingsplannen met betrekking tot terreinen, panden en monumenten. Het ter sprake brengen van vergunningen is hier een belangrijke aanwijzing. NB: het dikwijls onder ruimtelijke ordening geschaarde ‘natuur & milieu’ wordt als afzonderlijk onderwerp aangemerkt.

- **Economie:**

Nieuws over de lokale economie en de invloed die groot-, midden en kleinbedrijf daarop hebben, zoals blijkt uit jaarcijfers (omzet, winst & verlies), nieuwe producten en innovaties, maar ook verhalen over de lokale middenstand, agrarische sector of familiebedrijven die sinds jaar en dag in de gemeente zijn gevestigd.

- **Kunst & cultuur:**

nieuws over uiteenlopende kunstuitingen (o.a. beeldende kunst, literatuur, architectuur), musea en tentoonstellingen, archeologische vondsten en (nieuwe) media. Ook een bespreking van een voorstelling valt hieronder; het verschil met het onderwerp ‘uitgaan & cultuur’ is dat bij kunst & cultuur dieper op een stroming of product wordt ingegaan, met veel oog voor detail.

- **Minderheden & integratie:**

Nieuws waarin migrantengroepen c.q. nieuwe Nederlanders een hoofdrol vervullen en dat ingaat op integratievraagstukken (komst asielzoekerscentra, bouw moskeeën, religieus onderwijs, hoofdzoekjes). Ook vluchtelingenopvang maakt hiervan deel uit. Onder 'minderheid' wordt verstaan: *“Een groep die geringer van aantal is dan de rest van de bevolking van een gemeente, waarvan de leden andere etnische, religieuze of linguïstische kenmerken vertonen en een solidariteit tonen gericht op het voortbestaan van hun cultuur.”*

- **Natuur & milieu:**

Nieuws betreffende bos- en natuurbeheer, groenvoorziening / plantsoendienst, volkstuintjes, kinderboerderijen, duurzaamheid (afvalscheiding zonnepanelen, windmolens, etc.). Ook het ter sprake brengen van gemeentelijke regelgeving m.b.t. ruimtelijke ordening waar het de leefomgeving binnen en buiten de bebouwde kom aangaat (denk aan luchtvervuiling, geluidsoverlast) vormt een belangrijke aanwijzing voor dit onderwerp.

- **Netwerken:**

Nieuws inzake gas-, water- & elektriciteit-, riolering- & communicatie (kabel, glasvezel, 4G).

- **Onderwijs:**

Nieuws over lager/middelbaar/hoger/bijzonder onderwijs en opvoeding.

- **Rechtspraak:**

Rechtbankverslagen, deze codeer je echter alleen wanneer dader en / of slachtoffer afkomstig zijn uit de te onderzoeken gemeente of wanneer het incident waarvoor iemand terecht staat hier heeft plaatsgevonden.

- **Uitgaan en vrije tijd:**

binnen- en buitenrecreatie, toerisme (van hotels tot campings), pretparken, festivals, kermis, carnaval (e.a. lokale folklore en gebruiken), eten & drinken, verenigingsleven (inclusief amateursport, voor zover het randvoorwaarden en geen verslagen/uitslagen betreft).

- **Veiligheid:**

alle 112-meldingen waaraan hulpdiensten als politie, brandweer en ambulance te pas komen

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

- **Verkeer:**

Nieuws betreffende infrastructuur via land, water en lucht. In de eerste plaats wegen en bereikbaarheid: Wegwerkzaamheden en aanpassingen aan verkeerssituaties zoals gevaarlijke kruisingen, plaatsing van verkeerslichten, een onverlichte tunnel of onbewaakte spoorwegovergang en parkeergelegenheid in de gemeente. Ook openbaar vervoer (trein, tram, metro, bus) vallen hieronder, alsmede taxibedrijven en luchthaven / vliegverkeer.

- **Werkgelegenheid:**

Al het nieuws waarin zaken voorbij komen als lonen, pensioenen, werkloosheidsuitkeringen & uitkeringsinstanties (UWV), vakbonden & werkgeversorganisaties, reorganisaties, arbeidsomstandigheden & arbo-wetgeving en uitzendbureaus.

- **Wetenschap:**

Nieuws over onderzoek aan universiteiten, gevestigd in de gemeente.

- **Wonen:**

Nieuws met huisvesting als onderwerp, bijvoorbeeld koop- en huurwoningen, hypotheek, corporaties en huurtoeslag.

- **Zorg & welzijn:**

Nieuws over medische zorg (huisarts, tandarts, psychische zorg, ziekenhuizen, GGD), verzorgingstehuizen, uitvaart/crematoria/begraafplaatsen, kinderopvang, verslaafden- en daklozenopvang, liefdadigheid (inzamelingsacties, sponsorlopen, etc.) en welzijn / (volks)gezondheid van de lokale bevolking. Denk hierbij ook aan de overheveling van zorgtaken van het Rijk naar de gemeente (Wet Maatschappelijke Ondersteuning, WMO) en het persoonsgebonden budget (pgb).

Politiek nieuws

Afkomstig uit de codeerinstructie van het project nieuwsecosystemen G4

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

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

Bijlage 2 – Codeboom kwalitatieve inhoudsanalyse

Tentatieve codeboom die voorafging aan het opstellen van de drie definitieve 'nieuwe thema's', zoals weergegeven in Hoofdstuk 4.3.2: Thuishoren, Inbedding, Trots. In de explorerende fase, grotendeels uitgevoerd op papier, bleek er nog teveel overlap tussen de thema's. Hieronder, maar vooral in hoofdstuk 4.3.2, zijn deze beter van elkaar te onderscheiden.

