

NIEUWSVOORZIENING IN DE REGIO 2014

“GELUKKIG ZIJN HIER GEEN JOURNALISTEN”

NIEUWSVOORZIENING IN DE REGIO 2014

“GELUKKIG ZIJN HIER GEEN JOURNALISTEN”

Lammert Landman & Quint Kik
Liesbeth Hermans & Niek Hietbrink

AMB
Diemen
2015

In de serie 'Studies voor het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek' worden werkstukken gepubliceerd die in het kader van een onderzoeksproject met steun of in opdracht van het Stimuleringsfonds tot stand zijn gekomen. De verantwoordelijkheid voor de inhoud van de studie berust bij de auteur(s).

ISBN 97890 79700 77 6

© 2015 Het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek - Den Haag

Niets van deze uitgave mag worden vermenigvuldigd en/of openbaargemaakt door middel van druk, fotokopie of op welke wijze dan ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de auteursrechthebbende.

Layout, opmaak, productie: AMB Diemen

uitgeverij AMB – Postbus 7 – 1110 AA Diemen – info.amb@xs4all.nl – www.amb-press.nl

Inhoudsopgave

Voorwoord	vii
DEEL I	
“Gelukkig zijn hier geen journalisten”	
<i>Lammert Landman & Quint Kik</i>	
Samenvatting, conclusies & discussie	1
Inleiding	7
Verkorte methodiek	13
1. In kleine gemeenten weinig lokaal nieuws	19
2. Online aanzienlijk minder nieuws dan offline	27
3. Regionale media blijven vooral binnen de stadsmuren	33
4. Lokale media bieden sporadisch alternatief in de provincie	39
5. Discrepantie tussen vraag en aanbod lokaal nieuws	47
DEEL II	
6. De democratische functie van lokale en regionale media	55
<i>Liesbeth Hermans & Niek Hietbrink</i>	
Bijlage bij hoofdstuk 6	73
7. De burger, het maatschappelijk middenveld en de politiek in lokale en regionale media	75
<i>Niek Hietbrink & Liesbeth Hermans</i>	
Bijlage bij hoofdstuk 7	95
Dankwoord	97
<i>Stimuleringsfonds voor de Journalistiek & Hogeschool Windesheim</i>	

Voorwoord

Het drama voltrekt zich sluipenderwijs

De zorgen die er zijn over de nieuwsvoorziening in de regio, groeien met de dag. De beweging is overduidelijk: de uitgevers van regionale dagbladen zien zich al jarenlang gedwongen redacties in te krimpen en het eind van die beweging is niet in zicht; regionale omroepen hebben niet de capaciteit om hele provincies te bedienen, nieuws- en huis-aan-huisbladen staan eveneens onder druk, lokale omroepen drijven voor een belangrijk deel op de inzet van vrijwilligers en de vraag is, of hyperlocal-initiatieven en de mogelijkheden die social media bieden, in staat zijn dat gemis aan te vullen.

Een eerder onderzoek in opdracht van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek ('Nieuwsvoorziening in de regio', 2013) schetste een somber beeld. In gemeenten met minder dan 50.000 inwoners bleek het aanbod van relevant lokaal of regionaal nieuws over het algemeen ver onder de maat. Een andere uitkomst van dat onderzoek was, dat 'lichte plekken', zeg maar nieuwsarme plaatsen in het land, niet of nauwelijks nieuwe media-initiatieven aantrekken. Op nieuwsrijke plekken komen die initiatieven wel van de grond, waardoor de kaart van Nederland een steeds contrastrijker beeld laat zien van plekken met veel en weinig nieuwsaanbieders.

Een andere opvallende uitkomst uit dat onderzoek: er zijn weliswaar steeds meer aanbieders van nieuws, maar dat betekent geenszins dat er meer nieuws is. Veel wordt overgenomen van andere bronnen (gerecycled nieuws) en de meeste aanbieders zijn om wat voor reden dan ook niet in staat eigen maatschappelijk relevant nieuws te brengen, maar beperken zich in grote mate tot cultuur,- en 112-nieuws.

Voornoemd onderzoek beperkte zich tot online publicaties, vanuit de aanname dat vrijwel alles dat offline wordt gepubliceerd uiteindelijk ook een vorm vindt op het internet. Het onderzoek vormde de voedingsbodem voor nieuwe vragen: Veranderen de uitkomsten en inzichten als er ook offline wordt gemeten? Hoe zit het met het gebruik van lokaal nieuws? Welke invloed hebben gemeenteraadsverkiezingen op het nieuwsaanbod? Wat is de rol van de burger in dit proces? En hoe gaan lokale en regionale beleidsmakers er mee om, dat de aanwezigheid van journalisten die bij bestuurders over de schouder mee kijken, niet langer vanzelfsprekend is?

Onze eigen onderzoekers Quint Kik en Lammert Landman zijn hun eerdere onderzoek gaan uitbreiden en hebben – samen met docenten en studenten van Hogeschool Windesheim - ditmaal in 26 gemeenten gedurende een week in het voorjaar en najaar van 2014 al het online én offline nieuws geanalyseerd. Parallel aan het nieuwsaanbod is onderzoek gedaan naar de vraag naar lokaal nieuws. Voorts hebben we bureau DSP gevraagd om onderzoek te doen naar respectievelijk de rol van de lokale bestuurders en de burgers in dit regionale nieuwsproces.

Het resultaat van dat alles heeft u in handen. Er lijkt weinig aanleiding om iets af te doen aan onze eerder geuite zorgen. De bevindingen van Kik en Landman bevestigen de trend die we eerder zagen; er zijn plekken in het land ontstaan waar lezers, kijkers en luisteraars nagenoeg verstoken zijn van maatschappelijk relevant nieuws uit hun eigen woonplaats. Uit het onderzoek van Windesheim blijkt dat journalistieke organisaties nauwelijks gebruik maken van het feit dat ‘de burger’ - dankzij de voortgang van de technologie - veel beter bereikbaar is en beter kan worden geconsulteerd. Anders gezegd: de burger te betrekken bij het nieuwsproces en hem in te schakelen als tipgever, raadgever, meezer of wellicht zelfs als (amateur)journalist. Minder dan vroeger, maar nog altijd verontrustend vaak, wordt op redacties van regionale dagbladen en omroepen door journalisten bedacht of en hoe de lezer, de bezoeker, de luisteraar, de kijker met nieuws en achtergronden moet worden bediend. De burger heeft daarin niet of nauwelijks een stem.

Vorig jaar werd in grote lijnen hetzelfde vastgesteld in het promotieonderzoek van Kees Buijs (‘Regionale journalistiek in spagaat’). Uit dat onderzoek bleek, dat professionele journalisten de grootste moeite hebben om de mensen voor wie ze schrijven of programma’s maken bij het journalistieke proces te betrekken. Is het schroom, onwennigheid of arrogantie? Feit is, dat de mensen voor wie het allemaal bedoeld is opvallend weinig inbreng hebben in het eindresultaat. Daarmee lijkt de journalistiek, zeker waar deze bedoeld is ‘in de haarvaten van de samenleving’ te opereren, kansen te laten liggen.

Het beeld dat het DSP-onderzoek oplevert stemt evenmin gerust. Een deel van de bestuurders vindt het ongewenst dat ze zich niet via de media hoeven te verantwoorden voor hun beleid. Een ander deel vindt het eigenlijk wel prima. Doorgaans bieden gemeente-, en provinciehuizen onderdak aan forse communicatie-, en voorlichtingsafdelingen en het is voor bestuurders reuze verleidelijk om langs die weg de eigen boodschap vorm te geven. En omdat er steeds minder journalisten zijn die de tijd of de ruimte hebben om die boodschap te controleren, corrigeren of nuanceren, is de kans groot dat zo’n bericht één op één in de krant komt of in de berichtgeving wordt opgenomen van het regionale dagblad, de huis-aan-huiskrant of de regionale of lokale omroep.

De vraag is wat zorgelijker is: de bestuurders die zich druk maken over het gebrek aan journalistieke controle of de bestuurders die zich daar juist heel comfortabel bij voelen. De afgelopen jaren hoor je steeds vaker de verzuchting dat het handelen van lokale bestuurders ‘in vroeger tijden’ niet alleen werd bepaald door het feit dat ze door de journalistiek werden gecontroleerd, maar vooral door de wetenschap dat ze **konden** worden gecontroleerd. Voeg daarbij, dat functies in het bestuur of de raad van een gemeente steeds minder populair zijn geworden (wat gevolgen heeft voor de kwaliteit van de wijze waarop gemeenten worden bestuurd en gecontroleerd) en dat er vanuit de centrale overheid steeds meer taken naar lagere overheden worden geschoven en er ontvouwt zich een recept voor een ontwikkeling, die uit democratisch perspectief zeer zorgwekkend is. Dit drama voltrekt zich sluipenderwijs, maar met iedere journalist die bij een regionaal dagblad of omroep boventallig wordt verklaard, groeit het in omvang.

Al met al vraagt de optelsom van deze drie onderzoeken aandacht voor een serieus probleem. De regionale journalistiek is – als gevolg van de bezuinigingen – niet langer in staat om de taak uit te oefenen die lange tijd vanzelfsprekend leek: het controleren van de macht op lokaal en regionaal niveau. In een aantal – doorgaans grotere – gemeenten gaat het goed, maar voor kleinere gemeenten is voor een goede invulling van die taak doorgaans te weinig tijd en in sommige gemeenten zelfs helemaal geen tijd. Dat heeft (nog) niet geleid tot een nieuwe invulling van het medialandschap. Traditionele nieuwsbrengrers als regionale dagbladen en regionale omroepen zijn, wellicht vanwege een over het algemeen wat ouderwetse taakopvatting, onvoldoende in staat om met de nieuwe mogelijkheden die er zijn met minder mensen een groter gebied te bestrijken. Nieuwe ‘aanbieders’ zijn vooralsnog evenmin in staat de gaten te dichten.

Misschien moet de conclusie van deze onderzoeken wel zijn, dat het probleem nu wel overtuigend in beeld is gebracht. Het wordt tijd voor oplossingen. Het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek denkt daar graag over mee.

René van Zanten

Algemeen Directeur Stimuleringsfonds voor de Journalistiek

Samenvatting, conclusie & discussie

In september 2014 werd Dominic Schrijer, voormalig wethouder Sociale Zaken in Rotterdam en thans burgemeester in Zwijndrecht, geïnterviewd door *Binnenlands Bestuur*¹. Waarschijnlijk onbedoeld stipte Schrijer op het einde van het interview een gevoelig punt aan over de kleinere gemeente waar hij nu werkzaam is: ‘Je hebt hier de tijd om iets beter na te denken. De omgangsvormen zijn ook nog beschaafd. Komt omdat de media het gemeentehuis niet platlopen. Niet iedere uitglijder of controversie wordt uitvergroot. Voor de omgangsvormen en de besluitvorming in de raad is de afwezigheid van de pers een godsgeschenk.’ De titel van dit rapport is daarom een knipoog – met een traan – naar deze onfortuinlijke uitspraak: “Gelukkig zijn hier geen journalisten”.

In het kort luiden de voornaamste conclusies uit dit rapport dat er in gemeenten met minder dan 50.000 inwoners weinig lokaal nieuws te vinden is – algemeen nieuws én nieuws over de lokale politiek, meer specifiek het gemeentelijke beleid – en dat dit tekort zowel online als offline speelt. Regionale media blijven voornamelijk binnen de stadsmuren, in de provincie bieden lokale media alleen in incidentele gevallen een wezenlijk alternatief. Wat het lokale nieuws betreft is sprake van een discrepantie tussen enerzijds het aanbod van de media, dat voor bijna de helft uit nieuws over lokale cultuur, vrijetijdsbesteding en 112-meldingen bestaat en anderzijds de vraag van tenminste een deel van de consumenten, dat op zoek is naar meer diversiteit in de onderwerpen, meer achtergronden en dat bovendien zelf meer aan het woord wil worden gelaten.

In kleine gemeenten weinig lokaal nieuws

Het onderzoek laat om te beginnen zien dat een deel van de kanalen voor lokaal nieuws droog staat. In een gemeente met minder dan 50.000 inwoners levert één derde van de infrastructuur in één week geen lokaal nieuws op. Ingrijpender is dat er in kleine gemeenten, ongeacht het aantal kanalen, hooguit een kwart wordt aangetroffen van het nieuws in gemeenten met meer dan 50.000 inwoners. Of de infrastructuur voor lokaal nieuws nu uit vijftien, tien of in kleine gemeenten ‘slechts’ uit vijf kanalen bestaat, zegt op zichzelf niet alles over het nieuws dat burgers hierop aantreffen. Gemeenten als

¹ <http://www.binnenlandsbestuur.nl/bestuur-en-organisatie/nieuws/burgemeester-schrijer-afwezigheid-pers.9446495.lynx>

Wormerland of Heumen, waar ‘slechts’ twee nieuwsorganisaties met een handvol kanalen de dienst uitmaken, kunnen in theorie buigen op een lokale nieuwsvoorziening die minstens zo goed functioneert als gemeenten met veel meer aanbieders. De realiteit is echter dat in deze gemeenten in één week respectievelijk maar 15 en 6 nieuwsberichten werden aangetroffen op alle nieuwskanalen gezamenlijk.

Een gezond journalistiek klimaat behoeft te allen tijde meerdere nieuwsorganisaties of ‘stemmen’ die elkaar nuanceren door verschillende kanten van het nieuws te belichten. Zoals het journalistieke adagium ‘één bron is geen bron’ luidt, zo zou ook gesteld kunnen worden dat ‘één stem, geen stem’ is. Twee stemmen is dan wel aan de magere kant. Een nastrevenswaardig ideaal zou een infrastructuur voor lokaal nieuws zijn, waarbinnen uitgevers van dag- en weekbladen en publieke en commerciële omroepen elkaar scherp houden door de concurrentie aan te gaan om het nieuws in de gemeente en dat zij daarbij worden aangevuld door één of enkele particuliere nieuwsinitiatieven of hyperlocals, die de burger als journalistieke stem in de meest directe zin aan het woord laten.

Online aanzienlijk minder nieuws dan offline

Het online aanbod van lokaal nieuws steekt schril af tegen het aantal offline nieuwsberichten. In kleine gemeenten springt dit verschil het meest in het oog; vergeleken met het offline aanbod is hier 33 procent minder lokaal nieuws en 60 procent minder nieuws over lokaal beleid. Meer dan de helft van het online aangetroffen nieuws bestaat uit politieberichten en een toelichting op de uitagenda. Achtergrondartikelen over lokaal beleid worden zelden tot nooit aangetroffen; meer dan 90 procent van het online nieuws bestaat uit korte berichten, die alleen het hoogst noodzakelijke melden. In het onderzoek uit 2013 werd al geconstateerd dat ‘de waakhond’ online niet doorbijt. In 2014 blijkt onverminderd dat in kleine gemeenten de journalistiek online amper toekomt aan haar controlerende functie. Offline wordt dit overigens maar beperkt gecompenseerd.

Tegelijkertijd volgt twee op de drie Nederlanders wekelijks nieuws via een vaste computer en maakt bijna de helft hiervoor gebruik van telefoon en/of tablet. Voor regionale, maar met name voor lokale media zijn deze cijfers een extra aanmoediging om meer aandacht te schenken aan online activiteit. Dat nieuwsconsumenten in groten getale de weg hebben gevonden naar digitaal lijkt zich namelijk nog niet te hebben vertaald in een toegenomen gebruik van de websites van weekbladen en lokale omroepen. Het is de vraag in hoeverre dit samenhangt met het feit dat een deel van de lokale omroepen geen (eigen) geschreven nieuwsberichten op de website plaatst. Hoewel hyperlocals vrij aardig gevonden worden door de nieuwsconsument, vormen zij in kleine gemeenten geen alternatief voor weekbladen en lokale omroepen daar zij juist floreren in

grote gemeenten waar traditionele nieuwsmedia voor een gestage toevoer van lokaal nieuws zorgen.

De reactievakken van media lijken in kleine gemeenten tot op zekere hoogte te worden gevonden. Voor zover het goed ingevoerde deskundigheid op beleidsterreinen betreft, vormen de inzenders een waardevolle toevoeging aan het netwerk van nieuwsmedia; zij zouden ook gericht kunnen worden ingezet bij de duiding van nieuws over een gemeente. Ook het meer en gericht delen van artikelen op lokale nieuwsmedia zou hier deel van moeten uitmaken. Gebruikers van lokaal nieuws transformeren op die manier tot directe belanghebbenden die meedraaien in het nieuwsproces.

Waarom is er bij lokale omroepen in verhouding tot hun offline aanbod minder aandacht voor het vullen van een website met nieuws, op basis waarvan inwoners van kleine gemeenten beter geïnformeerd kunnen zijn? Dergelijke artikelen zijn in potentie ook een uithangbord voor radio- en televisie-uitzendingen, waarvan in verhouding tot regionale media veel minder gebruik wordt gemaakt. Hoewel het papieren weekblad uitstekend wordt gelezen, is ook hun online zichtbaarheid voor verbetering vatbaar. Vooral inwoners van kleine gemeenten, waar regionale media zich niet wekelijks laten zien, hebben profijt van websites van weekbladen en lokale omroepen die hen op de hoogte stellen van belangrijk nieuws uit hun gemeente op het moment dat dit nog actueel is.

Regionale media blijven vooral binnen de stadsmuren

Door reorganisaties en bezuinigingen komen regionale media ogen en oren te kort in de verre uithoeken van de provincie. Niet alleen in absolute aantallen nieuwsberichten komen kleine gemeenten er bekaaid vanaf; de waakhondfunctie van media in kleine gemeenten in ogenschouw nemend, valt op dat het aandeel berichten dat specifiek over lokaal beleid gaat – in het bijzonder de meer verdiepende achtergrondartikelen – ver achter blijft bij het aanbod in grote gemeenten. Waar regionale dagbladen zich nog tot op zekere hoogte in kleine gemeenten vertonen, komen die kleine gemeenten maar mondjesmaat aan bod op de regionale radio en televisie. Dat is op zichzelf niet vreemd, de beschikbare middelen staan niet in verhouding tot de aantallen gemeenten binnen omvangrijke provincies als Noord-Brabant en Zuid-Holland. Tegelijkertijd is het de vraag of en voor hoe lang de regionale dagbladen hun aanwezigheid in de haarvaten van iedere gemeente nog kunnen garanderen, gelet op de aantallen journalisten die de afgelopen jaren hun baan verloren.

De praktijk laat zien dat regionale media in het hele land het tij proberen te keren door mogelijke samenwerkingsverbanden af te tasten. De tijdelijke experimenteerwet die ruimte biedt tot het verkennen van onorthodoxe samenwerkingsverbanden tussen private en publieke media heeft al geresulteerd in een mediacentrum in Noord-Brabant en gezamenlijke websites voor eerstelijns nieuws in Limburg. Regionale publieke

omroepen in de Randstadprovincies zetten hun lokale evenknie in als voelspriet en realiseren in voorkomende gevallen gezamenlijke producties. Dagbladen zouden weekbladen, tenminste die titels die binnen hetzelfde concern worden uitgegeven, op een vergelijkbare manier kunnen inzetten of afspraken kunnen maken met goed lopende hyperlocals, de weg die het landelijke Nu.nl in Groningen, Utrecht en Salland is ingeslagen.

Uit samenwerking valt potentieel veel winst te behalen voor de nieuwsvoorziening in de regio, mits er vooraf heldere doelstellingen worden vastgelegd over de invulling. Om de nieuwsvoorziening op lokaal niveau een impuls te geven, zouden de bij samenwerking vrij te komen fte's bijvoorbeeld moeten worden geïnvesteerd in een nadrukkelijke oriëntatie op de regio, achtergrondverhalen en zelfstandige nieuwsproducties voor de websites, zodat ook jonge generaties nieuwsgebruikers lokaal nieuws op het spoor komen.

Lokale media bieden sporadisch alternatief in de provincie

Het geeft te denken dat de afwezigheid van enigszins geëquipeerde regionale nieuwsmedia in kleine gemeenten alleen incidenteel wordt gecompenseerd door de toevallig aanwezige weekbladen, lokale publieke omroepen en hyperlocals met een kloppend hart voor journalistiek. Ofschoon sommige gemeenten van geluk mogen spreken dat er nog gedreven (burger)journalisten en doortastende vrijwilligers rondlopen die het nieuws uit hun gemeenten verslaan, mag duidelijk zijn dat dit voor het functioneren van een lokale democratie geen duurzame oplossing is. Weekbladen worden goed gelezen en gewaardeerd, maar brengen eerder informatie dan nieuws. Lokale omroepen kennen geen wettelijke verplichting om een dagelijkse nieuwsvoorziening in stand te houden en zijn los daarvan vrijwel afwezig met nieuws op internet. Een deel van de hyperlocals wordt online gevonden, maar een groot deel van hen geeft het nieuws van anderen door zonder bronvermelding en zonder dit van redactioneel commentaar te voorzien.

Iets meer dan 80 procent van de Nederlandse gemeenten telt minder dan 50.000 inwoners en telt in dit onderzoek als kleine gemeente; hierbinnen is 46% van alle Nederlanders woonachtig. Driekwart van de Nederlandse gemeenten loopt het risico niet langer te beschikken over een functionerende vierde macht, een situatie die lokale, provinciale én de landelijke overheden niet onbewogen zou mogen laten. Zonder twijfel genereert een grote gemeente meer nieuws, simpelweg omdat er meer mensen rondlopen en meer (overheids)instituties en grote bedrijven gevestigd zijn; tegelijkertijd vraagt de beleidsagenda en bijbehorende begroting van kleine gemeenten net zo veel journalistieke scherpte en diepgang als die van grote gemeenten. Misschien verdient de handel en wandel van lokale bestuurders in kleinere gemeenten juist wel éxtra aandacht, gelet op het feit dat zij dit werk in kleine gemeenten dikwijls parttime en tegen een beperkte

vergoeding doen en het voor politieke partijen steeds lastiger blijkt om hiervoor geschikte en vooral bereidwillige kandidaten te vinden.

De lokale journalistiek blijkt nog lang niet toe te zijn aan de participatiemaatschappij. Zij vraagt en verdient de volle aandacht van de overheid, niet in de laatste plaats omdat burgers in hoge mate betrokken zijn bij hun woonplaats, een flinke meerderheid nieuws afneemt via lokale en regionale nieuwskanalen en een groot deel hiervan belangstelling heeft voor wat er in de politieke arena plaatsvindt. Aangezien er ook verschillen bestaan tussen kleine gemeenten onderling, is het zaak dat de overheid ter plaatse de stand van de nieuwsvoorziening scherper op het netvlies krijgt en deze naast de onderzoeksresultaten van het Stimuleringsfonds uit de afgelopen drie jaar houdt. Op grond hiervan kunnen gemeente, provincie én landelijke overheid bepalen of en zo ja welke stappen moeten worden ondernomen.

Discrepantie tussen vraag en aanbod lokaal nieuws

De algemene trend lijkt toch te zijn dat regionale, maar vooral lokale media niet volledig tegemoet komen aan de behoeften van de gebruiker van lokaal nieuws. Niet dat de consument de waarheid in pacht heeft en media hun oren zouden moeten laten hangen naar de burger, maar op sommige terreinen lijken media te voorzichtig. Uit het onderzoek blijkt dat de nieuwsconsument helemaal niet ‘allergisch’ is voor lokaal politiek nieuws. Daar komt bij dat ook qua onderwerp,- en genrekeuze media te behoudend lijken te opereren; de burger loopt niet weg voor moeilijkere of zwaardere onderwerpen en schuwt evenmin verdieping en achtergronden die het nieuws uit zijn plaats duiden.

Wellicht wordt de betalingsbereidheid van de nieuwsconsument groter op het moment dat regionale en lokale media met meer onderscheidende en exclusievere journalistiek komen die niet grotendeels overlapt met het eigen offline aanbod en het (landelijke en internationale) nieuws van de concurrent. Het zware leunen op persberichten en korte nieuwsberichtjes leidt kennelijk niet tot een nieuwsaanbod waar de burger geld voor overheeft. Die betalingsbereidheid zal toch deels bepalen of, en in welke vorm, er een levendige lokale journalistiek zal zijn.

Een levendige journalistiek in de regio heeft ook jonge journalisten, die dicht staan bij hun nieuws consumerende leeftijdsgenoten. De hogescholen en universiteiten kunnen een radertje zijn om bijvoorbeeld het hyperlocal-vehikel op gang te helpen, door studenten (kleine) gemeenten in te sturen en daar als afstudeeropdracht een hyperlocal van de grond te laten tillen. Het liefst in samenwerking met kritische en geëngageerde burgers die – als de student zijn project heeft afgerond – het stokje kunnen overnemen. Het mes snijdt hiermee aan twee kanten: enerzijds worden jonge journalisten in contact gebracht met de interessante, maar vaak onderbelichte wereld van lokale journalistiek. Anderzijds planten zij hiermee zaadjes voor nieuwe hyperlocal initiatieven. Dit onderzoek hoopt hieraan in ieder geval te hebben bijgedragen door bij een deel van de

studentcodeurs – tevens journalisten van morgen – het enthousiasme te hebben aangewakkerd om zich in te zetten voor de regio.

Zonder met de vinger te wijzen en concrete aanbevelingen te doen, hopen we met deze conclusies de discussie omtrent de afkalkende nieuwsvoorziening in de regio aan te wakkeren. Media, de overheid én de burger zelf mogen zich aangesproken voelen op hun gezamenlijke verantwoordelijkheid voor de stand van de journalistiek in de regio. Zij zouden zich minimaal geroepen moeten voelen om mee te denken over manieren om de belangrijke journalistieke haarvaten in kleine gemeenten blijvend van zuurstof te voorzien.

Lammert Landman & Quint Kik

Inleiding

Dit rapport is het derde en voorlopig laatste in een reeks waarin het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek de stand van de nieuwsvoorziening in de regio onderzocht. In dit sluitstuk komt het onderzoek *full circle*: afgezien van het aanbod – aanwezigheid nieuwskanalen en de daarop aangetroffen nieuwsberichten – is ditmaal tevens gekeken naar de vraag naar lokaal nieuws. Parallel aan de aanbodsinventarisatie en de inhoudsanalyse is een gebruiksonderzoek uitgevoerd onder een representatieve groep inwoners uit alle gemeenten waarvan zowel het online als het offline nieuwsaanbod is geanalyseerd.

Aanleiding

Directe aanleiding voor het onderzoek vormde het in 2009 verschenen rapport van de Commissie Brinkman² en de hieruit voortvloeiende, tijdelijke regeling regionale samenwerking uit 2012. De behoefte meer inzicht te krijgen in de stand van de nieuwsvoorziening in de regio gaat echter veel verder terug: Eén jaar na het verschijnen van het advies Van Vangnet naar Springplank (2004)³ - waarin onder meer gepleit werd voor een permanente monitor van het aantal regionale en lokale spelers - liet het Fonds in samenwerking met Commissariaat voor de Media voor het eerst de infrastructuur voor lokaal nieuws in kaart brengen.

In 2005 inventariseerde Maurice Vergeer⁴ van de Radboud Universiteit Nijmegen het aantal kranten (dag- en weekbladen) en zenders van omroepen in een gemeente (websites werden in deze telling nog buiten beschouwing gelaten). Naast het tellen van regionale en lokale nieuwsmedia probeerde Vergeer verschillen in aanbod tussen gemeenten te verklaren door het leggen van verbanden tussen het voorkomen van mediatypen en economische, sociaal-structurele en culturele kenmerken van deze gemeenten. Het vaker voorkomen van huis-aan-huisbladen en (commerciële) radiozenders naarmate een gemeente meer inwoners telde en/of een hoger gemiddeld inkomen had, zal weinigen verbazen; het beter wortel schieten van dagbladen in gemeenten waar minder vaak werd verhuisd evenmin. Eén van de interessantste

² De Volgende Editie – Adviesrapport Tijdelijke Commissie Innovatie en Toekomst.

³ Van Vangnet naar Springplank. Advies aan de staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap over de regionale en lokale informatievoorziening via de pers. Beschikbaar via <http://www.persinnovatie.nl/6550/nl/r8-van-vangnet-naar-springplank>

⁴ Maurice Vergeer, *Lokale medialandschappen in Nederland 2005*, Radboud Universiteit Nijmegen 2006.

uitkomsten betrof echter een positief verband tussen het voorkomen van dagbladen en nieuwsbladen en een hoger opkomstpercentage bij verkiezingen.

Het belang van regionale en lokale media voor een gezonde lokale democratie – recentelijk weer benadrukt door de RMO⁵ – was ook een aandachtspunt in het rapport dat de Commissie Brinkman in 2009 afleverde. Reden voor de Tweede Kamer om er bij de minister van OCW (met succes) op aan te dringen om de helft van de vrijgemaakte subsidies expliciet te bestemmen voor innovatie in de regio. In een nader uitgewerkte aanbeveling van Commissielid Brakman⁶ werd de noodzaak van samenwerking in de regio beargumenteerd; gesterkt door plannen van het ministerie van OCW om te komen tot een experimenteerartikel voor samenwerking tussen private en publieke media werd eind 2012 een nieuwe, tijdelijke regeling⁷ door het Fonds in het leven geroepen. Om de beoordeling van de samenwerkingsvoorstellen op waarde te kunnen schatten, had het Fonds behoefte aan een geactualiseerde versie van het onderzoek van Vergeer, ditmaal uitgebreid met online nieuwsmedia.

Al in 2010 had Piet Bakker⁸ vanuit de UvA een dergelijke inventarisatie bij het Fonds ingediend, beperkt tot een groep van twintig gemeenten, indicatief voor heel Nederland. Hij concludeerde weliswaar enorme toevloed van online nieuwskanalen, maar het merendeel hiervan bestond uit ‘robots’ die het web afstruinen op zoek naar nieuws over een gemeente. Links en rechts bevond zich tussen deze zogenoemde aggregatiesites een verdwaalde website met eigen nieuws van een zelfstandige (burger)journalist. Vervolgonderzoek was nodig om een indruk te krijgen van de toegevoegde waarde van dergelijke ‘zelfstandige’ nieuwssites (hyperlocals), van wie veel werd verwacht bij afwezigheid van traditionele media.

Doel

Een inventarisatie van kanalen voor lokaal nieuws vormde stap 1 van de drietrapsraket die het Fonds in 2012 in de steigers zette; om een volledig beeld te krijgen dienden uiteindelijk ook de daarop aangeboden nieuwsberichten (stap 2) én het gebruik van lokaal nieuws (stap 3) in kaart te worden gebracht.

⁵ Meerstemmigheid laten klinken – Journalistiek in een veranderend medialandschap – Briefadvies RMO, Den Haag 2014. Beschikbaar via http://www.adviesorgaan-rmo.nl/Publicaties/Adviezen/Meerstemmigheid_laten_klinken_november_2014

⁶ Inge Brakman, Regionale Media Centra, Wormer 2011. Beschikbaar via <http://www.rijksoverheid.nl/documenten-en-publicaties/rapporten/2011/12/06/adviesrapport-regionale-media-centra.html>

⁷ Genoemde pilots volgen uit een nieuwe subsidieregeling van het Stimuleringsfonds voor de Pers, die voor het eerst in 2012 van kracht is. Meer informatie hierover is beschikbaar via <http://www.persinnovatie.nl/6226/nl/over-lef-gesproken-ga-experimenteren-met>

⁸ Piet Bakker, Jan de Ridder, Klaus Schönbach, *Lichte plekken in de regio – Lokale informatievoorziening in Nederland*, Amsterdam School of Communications Research ASCoR 2010.

Het onderzoek dat PEW uitvoerde naar het nieuwsecosysteem van Baltimore (2010)⁹ en een paper van Bakker en Bosch¹⁰ uit 2011, waarin zij in Bunschoten en Leusden het offline en online aanbod van lokaal nieuws onder de loep namen, leverden de inspiratie hiertoe. Het onderzoek van PEW liet zien dat nieuws in een stad van 650.000 inwoners overwegend afkomstig is van traditionele nieuwsmedia, het dagblad voorop. Het dagblad is vrijwel altijd het medium dat het nieuws als eerste brengt, de andere media zijn volgend. Hyperlocals en social media spelen hooguit een rol bij het attenderen op nieuws en het verder verspreiden hiervan, maar voegen hier zelf geen nieuwe elementen aan toe.

Bakker en Bosch kwamen in hun onderzoek tot de conclusie dat maar een beperkt aantal nieuwsbrengrers in twee middelgrote Nederlandse gemeenten verantwoordelijk is voor nieuws in het algemeen en over lokaal bestuurlijke aangelegenheden in het bijzonder. Een aanzienlijke hoeveelheid nieuwskanalen ten spijt is er eigenlijk maar één medium dat middels eigen berichtgeving de lokale politiek verslaat: niet het dagblad, maar het al dan niet betaalde weekblad. Veel eigen nieuwsgaring, kritiek of analyse komt hier overigens niet bij kijken: ze fungeren als doorgeefluik.

In datzelfde jaar keken Hietbrink en Van Voorst¹¹ naar het aanbod van regionaal nieuws in opmaat naar de verkiezingen voor de provinciale staten, een onderzoek dat voortborduurde op het onderzoek¹² dat zij een jaar eerder uitvoerden naar de aanwezigheid van lokaal nieuws rondom de gemeenteraadsverkiezingen van 2010. Uit beide onderzoeken kwam duidelijk naar voren dat een burger in een dergelijke atypische nieuwsperiode niet hoeft te rekenen op nieuws op basis waarvan hij gefundeerd zijn stem uit kan brengen; er wordt veel over de verkiezingen bericht, maar het betreft overwegend campagnenieuws van huishoudelijke aard. Specifieke meerwaarde van dit onderzoek school in het blootleggen van het brongebruik van nieuwsmedia: er bleken overwegend institutionele bronnen (overheid: B&W en gemeenteraad) te worden geraadpleegd, het maatschappelijk middenveld (in het bijzonder deskundigen) zijn vrijwel afwezig in de nieuwsberichten over de aanstaande verkiezingen.

⁹ Pewresearch, *How news happens – A Study of the News Ecosystem of one American City*, 2010.

¹⁰ Piet Bakker & Karen Bosch, *Hyperlocal in de praktijk – Lokale media en informatievoorziening in Bunschoten en Leusden*, Utrecht 2011.

¹¹ Evert van Voorst, Niek Hietbrink & Binne Keulen, *Lokale nieuwsmedia en de raadsverkiezingen van 2010. Een onderzoek naar de berichtgeving over de raadsverkiezingen door lokale nieuwsmedia in vijf gemeenten in Nederland*, Zwolle 2010

¹² Niek Hietbrink & Evert van Voorst, *Regionale media: democratisch oog en oor van de provincie? Nieuwsmedia en de statenverkiezingen van 2011*, Zwolle 2011

Eerdere onderzoeken Nieuwsvoorziening in de regio

In 2012 inventariseerde het Fonds¹³ *de aanwezigheid* van kanalen voor lokaal nieuws in alle 418 toenmalige gemeenten van Nederland. Samenvattend waren er in 2012 gemiddeld achttien kanalen die lokaal nieuws over een gemeente *konden* bevatten. Er bestaan grote verschillen tussen gemeenten en provincies, waarbij zich globaal een beeld aftekende van een qua aanbod mediarijk noorden (naar verhouding meer dagbladen, nieuwsbladen en radiozenders) en een aanzienlijk minder bedeed zuiden (minder websites met lokaal nieuws).

Stap 2 volgde in 2013 en betrof een inventarisatie¹⁴ van het lokale nieuws op de websites van dag- en weekbladen, regionale, lokale en commerciële omroepen en hyperlocals in tachtig gemeenten. In één week passeerden in een gemeente gemiddeld 58 lokale nieuwsproducties, waarvan er tien specifiek gingen over lokale politiek (meer specifiek: het gemeentelijke beleid) en daarmee een zekere mate van invulling gaven aan de controlerende/kritiekfunctie van de journalistiek. Het verschil tussen de twintig grote en zestig 'kleine' gemeenten – de grens ligt bij 50.000 inwoners – bleek aanzienlijk; 120 nieuwsberichten in een gemiddelde grote gemeente tegen veertig nieuwsberichten in een kleine gemeente (lokaal beleid twintig om zeven). Bovendien betrof bijna twee derde van het lokale nieuws korte berichten over cultuur (onder meer uitgaan, verenigingsleven, lokale folklore), veiligheid (hoofdzakelijk '112-nieuws' n.a.v. meldingen van hulpdiensten) en sport.

Onderzoek in 2014: samenwerking met Windesheim

Eind 2013 besloot het Fonds de krachten te bundelen met die van hogeschool Windesheim; door de afzonderlijke onderzoekservaringen elkaar te laten aanvullen om zo het beste van twee werelden te creëren kon samen met het lectoraat Media & Civil Society van Hogeschool Windesheim in Zwolle in 2014 de derde en laatste stap worden genomen: een analyse van de online én de offline berichtgeving in 26 gemeenten, aangevuld met een op zichzelf staand extern uit te voeren gebruiks-onderzoek onder de inwoners van die gemeenten. Bij het onderzoek van het Fonds en Windesheim werd opnieuw gekeken naar de omvang van het lokale nieuws en het aandeel dat daarbinnen wordt besteed aan lokaal beleid. Inzicht in de inhoud van regionaal en lokaal opererende media laat zien hoe deze media mede een bijdrage leveren aan het functioneren van de lokale democratie.

¹³ Quint Kik, Piet Bakker, Laura Buijs & Judith Katz, Meer nieuwsaanbod, meer van hetzelfde nieuws, In: Q. Kik en L. Landman (red.), *Nieuwsvoorziening in de regio*, AMB 2013

¹⁴ Quint Kik & Lammert Landman, Wie waakt er in de regio?, In: Q. Kik en L. Landman (red.), *Nieuwsvoorziening in de regio*, AMB 2013

Dit rapport geeft een uitgebreid inzicht in omvang, thematiek en diepgang van het nieuws op gemeenteniveau. Hierbij zijn bewust twee aanvliegroutes gekozen die uitmonden in twee op zichzelf staande onderzoeken, één van het Fonds en één van Windesheim. In het eerste deel (Fonds) wordt de berichtgeving in een gemiddelde grote gemeente (totaal onderzocht: elf) in één week vergeleken met die in een gemiddelde kleine gemeente (totaal: vijftien). In het tweede deel (Windesheim) wordt gekeken naar de berichtgeving in een steekproef van gemeenten die indicatief is voor de landelijke situatie: vijf grote om vijftien kleine gemeenten, waarbij de berichtgeving ten tijde van de gemeenteraadsverkiezingen van 2014 vergeleken is met die in het najaar van 2014.

Hoofd- en deelvragen

De hoofdvraag van het Fonds luidde:

In welke mate is de burger anno 2014 geïnformeerd over wat er in zijn woonplaats gebeurt, zowel in het algemeen als over de lokale politiek, de arena waar beleidsmatige beslissingen worden genomen die de burger aangaan?

Om deze hoofdvraag te kunnen beantwoorden, wordt in Deel I van dit rapport ingegaan op de vraag hoeveel kanalen voor lokaal nieuws in een gemeente voor handen zijn, hoeveel lokaal nieuws hierop wordt aangeboden en om wat voor soort nieuws het gaat, wat de kwaliteit is van nieuws over lokaal beleid in een gemeente en in hoeverre burgers gebruik maken van lokaal nieuws.

In het onderzoek van Windesheim (Deel II) staan de volgende twee hoofdvragen centraal:

In welke mate en op welke manier brengen de regionale en lokale media nieuws op gemeente niveau en specifiek over het lokale (gemeentelijk) beleid en in hoeverre is er een verschil tussen een reguliere periode en een verkiezingsperiode?

Welke bronnen worden door lokale en regionale media in welke mate opgevoerd in de berichtgeving over lokaal beleid in een week berichtgeving tijdens de gemeenteraadsverkiezingen in vergelijking met een reguliere week?

Belangrijk in de maatschappelijke functie van de media is dat ze burgers informeren en betrekken in het politieke debat. Deze functie speelt zeker in verkiezingstijd een belangrijke rol. Burgers moeten in staat worden gesteld een goed afgewogen keuze te maken als ze gaan stemmen. De verwachting is dat de berichtgeving over lokaal beleid in deze periode dan ook groter zal zijn dan in een reguliere periode.

Een opmerking vooraf: de onderzoeken in de afgelopen drie jaar van het Fonds richtten zich vooral op de *kwantiteit* van de nieuwsvoorziening: tellingen van het aantal nieuwskanalen (2012) en het *aantal* online-nieuwsproducties (2013). Hoewel het onderzoek in 2014 geen kwalitatieve studie in de letterlijke zin des woords betreft, valt wel degelijk een uitspraak te doen over de kwaliteit van de nieuwsvoorziening in de regio, aangezien kwalitatieve aspecten als onderwerp, genre en brongebruik tevens gedetailleerd in kaart zijn gebracht.

Verkorte methodiek

Dit onderzoek omvat een aanbodsinventarisatie (telling van nieuwskanalen) en een inhoudsanalyse (analyse van nieuwsberichten) van lokaal nieuws dat in 2014 is aangetroffen op alle online én offline nieuwskanalen in 26 Nederlandse gemeenten. Parallel is in dezelfde gemeenten onderzoek gedaan naar het gebruik van lokaal nieuws.

Nieuwskanalen

In 2012 inventariseerde het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek de aanwezigheid van kanalen voor lokaal nieuws in heel Nederland. Dit gebeurde voor een belangrijk deel op basis van externe bronnen: Nijgh's Handboek Nederlandse Pers werd geraadpleegd voor een overzicht van alle dag- en weekbladen die in een gemeente verschijnen, het Commissariaat voor de Media leverde een bestand met alle publieke en commerciële zendvergunningen. Daarnaast voerde het Stimuleringsfonds speciaal voor het onderzoek een telling uit van het aantal websites van traditionele nieuwsmedia – de online afgeleiden van kranten en zenders – en de zogenaamde hyperlocals, nieuwssites die zelfstandig opereren waarbij geen sprake is van een relatie met een bestaande uitgever of omroep.

In 2012 telde een Nederlandse gemeente gemiddeld 28,7 offline én online kanalen die op de een of andere manier lokaal nieuws verspreiden. Websites die louter nieuws afkomstig van derden aggregeren (10,5) zijn in 2014 niet meegenomen, alleen van media met zelf geproduceerd nieuws is de berichtgeving geanalyseerd. Globaal gaat het per gemeente om 1 dagblad, 2 weekbladen (gratis huis-aan-huisbladen en voor zover aanwezig: betaalde nieuwsbladen)¹⁵, 2 radio- en 2 televisiezenders (regionale en lokale publieke omroepen en niet-landelijke commerciële omroepen met een nieuwsprogramma) en 8 websites van traditionele nieuwsmedia (online afgeleiden van offline nieuwskanalen) en particuliere nieuwssites die geen relatie met een uitgever of

¹⁵ De bijstelling van de eerder genoemde achttien kanalen naar ruim vijftien laat zich verklaren door een overschatting van het gemiddeld aantal weekbladen dat zich exclusief op die gemeente richt. Nijgh's *Handboek voor de Nederlandse Pers* telt alle weekbladen die in een gemeente verschijnen, ongeacht of zij hierover berichten. Veel titels blijken bij nadere beschouwing gericht te zijn op een buurgemeente, maar worden daarnaast ook in wijken of dorpen van aangrenzende gemeenten verspreid. In de oorspronkelijke telling uit 2012 beschikte een gemeente over 4,7 weekbladen; in de 26 onderzochte gemeenten komen echter 2,3 weekbladen voor.

omroep hebben (sites met algemeen lokaal nieuws én sites die zich puur en alleen richten op het zogenoemde ‘112-nieuws’ n.a.v. meldingen van hulpdiensten).

Nieuws

De overkoepelende titel van dit onderzoek is doelbewust ‘Nieuwsvoorziening in de regio’. Hiermee wordt benadrukt dat het niet gaat om een inventarisatie van de informatievoorziening. Veel typen informatie die de door ons onderzochte media brachten, vallen buiten de *scope* van dit onderzoek. De onderzochte producties moeten in de engste zin van het woord nieuws zijn: onafhankelijk, van algemeen belang, actueel en over de desbetreffende gemeente. Aankondigingen, ‘prikbordberichten’, foto’s zonder tekst, *human interest* en berichten van de gemeente zijn niet als ‘nieuws’ aangemerkt.

Lokaal beleid

Alle aangetroffen nieuwsproducten binnen de analyseperiode zijn gelabeld op gemeente, datum en onderwerp. Nieuwsberichten die de lokale politiek en meer in het bijzonder gemeentelijk beleid betreffen zijn uitvoeriger in kaart gebracht. Hiervan zijn behalve het onderwerp, ook het genre, de lengte van het nieuwsitem en de opgevoerde bronnen onderzocht. Van online nieuwsberichten over lokaal beleid is ook gekeken naar het aantal reacties dat hierbij wordt achtergelaten en het aantal keer dat een bericht is gedeeld. Tot slot is de herkomst nagegaan; indien een bericht niet origineel bleek en niet als zodanig herkenbaar was, is het bericht buiten de analyse gehouden. Over het aandeel ‘gekopieerd’ nieuws is in het rapport gerapporteerd.

Sport aan de zijlijn

Sportverslaggeving is ditmaal buiten beschouwing gelaten. Bij het online inhoudsonderzoek uit van 2013 bleek stevast dat sportberichten rond de 20% van het totale nieuwsaanbod uitmaakten. 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 de sportprogramma’s en ,-katernen niet nogmaals uit te kammen op nieuws. Berichten die bijvoorbeeld gaan over de aanleg van een nieuw sportveld of het faillissement van een club zijn – voor zover de gemeente hierbij betrokken was – qua onderwerp gecodeerd als ‘gemeentelijke financiën & bestuur’.

Steekproef van 26 gemeenten

Anders dan bij de inhoudsanalyse van 2013 richt dit onderzoek zich op het offline én online nieuwsaanbod in 26 gemeenten. Dit aantal is voldoende om zowel een indicatief beeld voor Nederland te schetsen als de situatie in een gemiddelde grote gemeente te vergelijken met die in een gemiddelde kleine gemeente. In 2013 zijn 80 gemeenten online doorgelicht in vier groepen van elk 5 gemeenten met meer dan 50.000 inwoners en 15 met minder dan 50.000 inwoners. De onderlinge resultaten binnen die vier groepen bleken zo dicht bij elkaar te liggen, dat voor het onderzoek in 2014 een steekproef van minimaal 20 gemeenten te billyijken bleek. In het najaar is de steekproef uitgebreid met 6 grote gemeenten om naast een gemiddeld beeld voor heel Nederland ook een gemiddelde grote gemeente met een relatief kleine gemeente te kunnen vergelijken. Bij de selectie van de gemeenten zijn wederom het inwonertal en de ligging binnen de provincies doorslaggevend geweest. Er is gestreefd naar een steekproef waarbij iedere provincie met een grotere gemeente (meer dan 50.000 inwoners) en een kleinere gemeente (minder dan 50.000 inwoners) is vertegenwoordigd. In een enkel geval, zoals bij de provincies Zeeland en Drenthe is dit – mede door de relatief lage bevolkingsdichtheid – niet gedaan. Zie tabel 1.1 voor alle onderzochte gemeenten.

Tabel 1.1. Overzicht geanalyseerde gemeenten 2014 per 1-1-2014 cijfers ultimo 2013 CBS-Statline (*extra in het najaar onderzochte grote gemeenten)

<i>provincie</i>	<i>gemeenten inwoners <50.000</i>	<i>gemeenten inwoners >50.000</i>
Groningen	Appingedam (12.064)	Groningen (198.317)*
Friesland		Smallingerland (55.467) Leeuwarden (107.342)*
Drenthe	Midden-Drenthe (33.366)	
Overijssel	Haaksbergen (24.344)	Deventer (98.322)
Flevoland	Noordoostpolder (46.356)	Almere (196.013)*
Utrecht	Bunschoten (20.492) Vianen (19.596)	
Gelderland	Heumen (16.334)	Barneveld (54.152) Nijmegen (168.292)*
Noord-Holland	Wormerland (15.777) Langedijk (26.935)	Zaanstad (150.598)*
Zuid-Holland	Oud-Beijerland (23.715) Noordwijk (25.691)	Delft (100.046)
Zeeland	Sluis (23.820)	
Noord-Brabant	Someren (18.690)	Breda (179.623)
Limburg	Beesel (13.617) Stein (25.390)	Roermond (56.929)*

Online en offline

Voor het inhoudsonderzoek uit 2013 lag de focus voornamelijk op online content. Daarnaast zijn in dat onderzoek een beperkt aantal gemeenten ook offline in kaart gebracht. Om dat beeld compleet te maken, is er in 2014 voor gekozen om alle 26 gemeenten zowel offline als online volledig na te lopen op nieuwsaanbod en -,inhoud. Bij omroepen is de scheidslijn tussen online en offline niet altijd bijzonder scherp afgebakend. Het uitgangspunt is dat één en het zelfde nieuwsproduct van een medium nooit dubbel meegerekend kan worden, ongeacht of het via verschillende kanalen naar buiten wordt gebracht. Wordt een tv-uitzending bijvoorbeeld een dag later een-op-een op de website van een omroep gezet, dan telt die content meer éénmaal mee.

Typen nieuwsproducties

Voor de geschreven pers – de regionale dagbladen en de weekbladen – zijn alle gedrukte uitgaven inclusief de digitale versies daarvan geïnventariseerd. Voor de audiovisuele media – regionale, commerciële en lokale omroepen – zijn alle nieuwsrelevante radio,- en tv-uitzendingen alsmede de digitale nieuwsitems geanalyseerd. Dit behelst natuurlijk ook de geschreven berichten op de website. Daarnaast zijn online¹⁶ actieve hyperlocals doorgelicht op nieuws. Tevens heeft een verkenning plaatsgevonden op *social media* als Facebook en Twitter om in kaart te brengen, of er buiten de papieren en audiovisuele kanalen van regionale en lokale media om exclusief nieuws naar buiten komt. Hierbij is geconstateerd dat via *social media* door de bank genomen hetzelfde nieuws herverpakt en vaak in beknoptere vorm naar buiten komt. Twitteraccounts en Facebookpagina's van nieuwsmedia fungeren het grootste deel van de tijd als uithangborden voor nieuws dat via de klassieke outputkanalen wordt gebracht. Dit geldt in feite ook voor mobiele applicaties. Deswege is er voor geopteerd om de mobiele applicaties van regionale en lokale media alsmede hun *social mediakanalen* niet afzonderlijk na te lopen op nieuws, aangezien de kans minimaal is dat daar andere en originele content wordt aangehouden.

Twee meetmomenten

Het inhoudsonderzoek van 2014 kent twee verschillende meetmomenten: een artificiële week in de maand voorafgaand aan de gemeenteraadsverkiezingen van 2014 en een artificiële week in de 'nieuws neutrale' maanden september en oktober.

¹⁶ In het onderzoek is sprake van één offline actieve hyperlocal. In het najaar van 2014 kreeg het van origine alleen als website actieve Deventercentraal.nl een papieren tegenhanger.

‘Nieuwsneutraal’ betekent simpelweg een periode waarin vooraf geen exceptionele nieuwswaardige gebeurtenissen staan gepland als grote sportevenementen, het carnaval, inhuldigingen van koninklijke figuren etc. Ook is getracht zoveel mogelijk rekening te houden met vakanties. Dat een dergelijke periode in de praktijk niet exact aan te wijzen valt, werd pijnlijk geïllustreerd door de ramp met de monstertruck in Haaksbergen afgelopen september. De hoeveelheid nieuws die in die periode werd gegenereerd over de gemeente Haaksbergen, lag dan ook vele malen hoger dan normaliter het geval is geweest.

De hoofdstukken van Niek Hietbrink en Liesbeth Hermans (rapport: Deel II) zullen onder andere ingaan op het verschil tussen het nieuwsaanbod in verkiezingstijd en daarbuiten. In de hoofdstukken van het Fonds is louter gebruik gemaakt van de datasets uit het najaar (de nieuws neutrale periode) aangezien er tevens vergelijkingen en parallellen zullen worden getrokken met de onderzoeken uit 2012 en 2013 die tevens zijn uitgevoerd in ‘nieuws neutrale’ periodes.

Artificiële week

Een artificiële week houdt in dat de week is opgeknipt in zeven analyse dagen (ma-zo) die niet aaneengesloten zijn geïnventariseerd, maar uitgesmeerd over een periode van ongeveer een maand. Door deze aanpak worden eventuele exceptionele nieuwsgebeurtenissen en de berichtgeving daarover afgezwakt om een evenwichtiger en eerlijker beeld te verkrijgen.

Codeurs en betrouwbaarheid

De coderingen zijn uitgevoerd door de onderzoekers van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek (experts) en laatstejaars studenten journalistiek aan de Hogeschool Windesheim in Zwolle. In aanloop naar de gemeenteraadsverkiezingen van 19 maart 2014 bestond de studentgroep codeurs uit 20 studenten en in het najaar uit 16 studenten. De codeurs zijn vooraf in een drietal werkcollegesessies uitgebreid geïnstrueerd en getraind, waarbij gebruik werd gemaakt van een gedetailleerde codeerinstructie (beschikbaar via www.persinnovatie.nl). Daarnaast zijn proefcoderingen afgenomen die vervolgens groepsgewijs besproken zijn en werd er tijdens de codering wekelijks plenair overleg gevoerd over moeilijk te coderen berichten. Om de consistentie tussen de (expert)codeurs te bepalen is de intercodeursbetrouwbaarheid zowel in het voorjaar als in het najaar uitvoerig gemeten (de methode en uitkomsten hiervan zijn te lezen in de uitgebreide methodiek die te vinden is op www.persinnovatie.nl). Tevens hebben de hoofdonderzoekers de data

steekproefsgewijs gecontroleerd. Daarnaast heeft er een *datacleaning* plaatsgevonden, daar waar de in kaart gebrachte resultaten vormtechnisch van elkaar verschilden. De grote groep codeurs vergde enerzijds een grote mate van afstemming en controle, maar leverde anderzijds uiterst genuanceerde datasets op aangezien eventuele extreme coderingen zijn uitgevlakt.

Gebruiksonderzoek

Ter completering van de inhoudsanalyse is dit jaar een gebruiksonderzoek door DVJ-Insights uitgevoerd in dezelfde 26 gemeenten waar parallel de inhoudsanalyse plaatsvond. In totaal kregen 6.801 geënquêteerden uiteenlopende vragen voorgelegd over hun betrokkenheid bij hun woonplaats, hun algemene informatiebehoefte over de gemeente, hun belangstelling specifiek voor lokaal nieuws en de mate waarin zij gebruik maken van de nieuwskanalen van regionale en lokale media. Uit iedere gemeente zijn tussen de 200 en 350 ingevulde enquêtes teruggekomen.

1.

In kleine gemeenten weinig lokaal nieuws

Hoe ziet het ecosysteem voor lokaal nieuws in een gemeente eruit? Hoeveel aanbieders produceren met tenminste een wekelijkse regelmaat lokaal nieuws? Op hoeveel kanalen – kranten, radio- en televisiezenders en websites – wordt dit nieuws onder de aandacht van burgers gebracht? Hoeveel berichten en producties gaan specifiek over de lokale politiek en het beleid in een gemeente? Deze vragen zullen in dit eerste hoofdstuk worden beantwoord, waarbij in het bijzonder gekeken wordt naar het verschil tussen een gemiddelde kleine en een gemiddelde grote gemeente. Na een grondige analyse van cijfers blijkt overigens dat dé gemiddelde Nederlandse gemeente niet bestaat; daarentegen laten grote en kleine gemeenten – de grens wordt in dit onderzoek getrokken bij 50.000 inwoners – als afzonderlijke groepen, sterk van elkaar afwijkende maar in zichzelf consistente patronen zien. In beide groepen vormen de resultaten in een gemiddelde grote en in een gemiddelde kleine gemeente een indicatief beeld voor de afzonderlijke totalen van grote en kleine gemeenten in Nederland.

In het onderzoek worden uiteenlopende termen gehanteerd zoals nieuws, informatie, nieuwskanaal, nieuwsbericht, lokaal beleid, hyperlocals etc. Daar waar deze voor het eerst aan bod komen, zal de betekenis ter plaatse worden toegelicht. Voor het overige wordt de lezer verwezen naar de verkorte methodiek die vooraf gaat aan de beschrijving van de resultaten in hoofdstuk 1 tot en met 5.

1.1 Kanalen voor lokaal nieuws

Het onderzoek heeft blootgelegd dat er in Nederland een aanzienlijk verschil bestaat in het aanbod van lokaal nieuws tussen grote en kleine gemeenten. Dit verschil kwam al eerder aan de oppervlakte in 2013 bij een onderzoek¹⁷ van het Stimuleringsfonds naar online nieuws in tachtig gemeenten. Onder meer werd toen in gemeenten met meer dan 50.000 inwoners (vanaf nu: grote gemeenten) gemiddeld drie keer zoveel nieuws aangetroffen als in gemeenten met minder dan 50.000 inwoners (vanaf nu: kleine gemeenten).

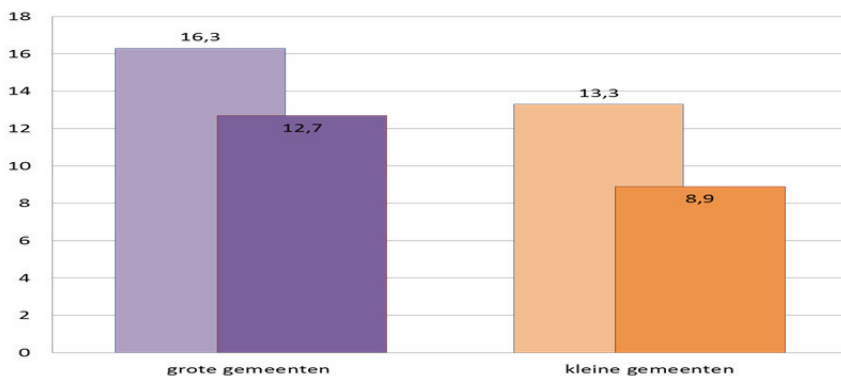
Soortgelijke verschillen gaan onverkort op in 2014 en blijken in dit voorliggende onderzoek niet alleen te gelden voor het aantal online en offline nieuwsberichten, maar zeker ook voor het aantal kanalen waarlangs nieuws zijn weg vindt naar het publiek. De inwoners van grote gemeenten beschikken gemiddeld over

¹⁷ Quint Kik & Lammert Landman, *Wie waakt er in de regio?*, AMB 2013

ongeveer 16 nieuwskanalen: 1 dagblad, 3 weekbladen en 2 radio- en 2 televisiezenders (de regionale publieke omroep is in elke gemeente aanwezig met radio en televisie, lokale publieke omroepen komen in een groot deel van de gemeenten voor met tenminste radio, incidenteel is er in een gemeente een niet-landelijke commerciële omroep actief). Verder hebben voornoemde kranten en omroepen bij elkaar 5 websites en zijn er online 3 particuliere nieuwssites (vanaf nu: hyperlocal) actief die zich qua nieuws in 1 op de 3 gevallen beperken tot meldingen van de hulpdiensten, het zogenoemde 112-nieuws (vanaf hier: 112-nieuws). In kleine gemeenten kunnen inwoners zich wenden tot gemiddeld 13 nieuwskanalen, een verschil dat zich vooral laat verklaren uit het feit dat in kleine gemeenten minder weekbladen en hyperlocals te vinden zijn.

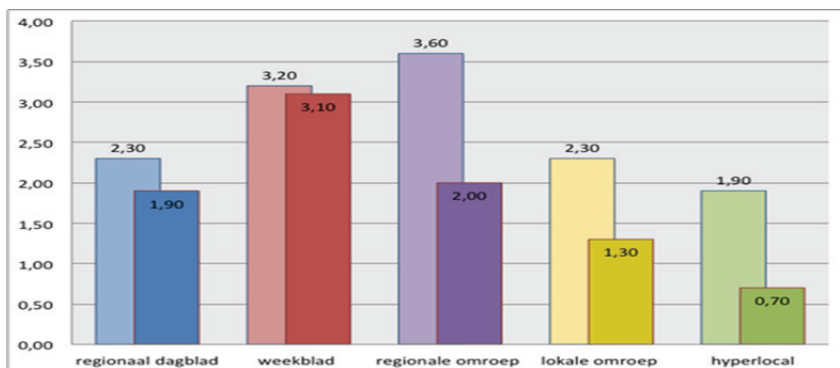
De aanwezigheid van een nieuwskanaal in een gemeente zegt overigens niets over de mate waarin deze kanalen op wekelijkse basis een actieve rol spelen bij het verspreiden van lokaal nieuws. In grote gemeenten wordt op een vijfde van de kanalen geen lokaal nieuws aangetroffen; in kleine gemeenten blijkt dit zelfs voor een derde op te gaan. In de praktijk resteren in grote gemeenten ongeveer 13 (van de 16) kanalen en in kleine gemeenten 9 (van de 13) kanalen die samen verantwoordelijk zijn voor de lokale nieuwsvoorziening (figuur 1.1).

Figuur 1.1. Gemiddeld aantal nieuwskanalen: aanwezigheid versus activiteit in 2014



1 op de 3 kanalen voor lokaal nieuws in kleine gemeenten bevat in een week geen enkel nieuwsbericht over die gemeente. Figuur 1.2 laat zien met hoeveel offline en online nieuwskanalen elk van de mediumtypen in een kleine gemeente aanwezig is (lichte staaf) en in hoeverre deze kanalen activiteit lieten zien door tenminste wekelijks nieuws te brengen (donkere staaf). Zo is het dagblad in elke gemeente aanwezig met een offline én een online kanaal, maar blijkt hierop in sommige gemeenten in een week geen nieuws te zijn aangetroffen. Regionale omroepen zijn in elke gemeente aanwezig

Figuur 1.2. Gemiddeld aantal nieuwskanalen in kleine gemeenten: aanwezigheid versus activiteit in 2014



met 2 offline kanalen (radio en televisie) en 1 online kanaal, incidenteel is in een gemeente een niet-landelijke commerciële omroep aanwezig.

Voor het verschil tussen aanwezigheid en activiteit van nieuwskanalen in kleine gemeenten zijn een aantal verklaringen. De regionale publieke omroep is overal in de provincie aanwezig, maar aan een flink aantal kleine gemeenten wordt niet elke week aandacht besteed. Op iets meer dan de helft van de websites van lokale publieke omroepen is geen nieuws aangetroffen. Voorts zijn enkele dagbladtitels vanuit bedrijfsmatige overwegingen online beperkt actief, iets dat vooral voor kleine gemeenten gevolgen heeft. Tot slot slaagt minder dan de helft van de hyperlocals erin om op wekelijkse basis nieuws te brengen over de gemeenten waarop zij zich zeggen te richten.

Een aspect dat op de achtergrond nog een rol speelt, is de afzender van het lokale nieuws. In grote gemeenten zijn gemiddeld 6 afzonderlijke nieuwsorganisaties (vanaf hier: stemmen) actief; het gaat hier om de uitgevers van dag- en weekbladen en publieke en commerciële omroepen, niet om de zelfstandige redacties hierbinnen. Gezamenlijk zijn zij verantwoordelijk voor de hierboven genoemde 13 actieve kanalen; in kleine gemeenten gaat het gemiddeld om 4 stemmen die zich laten horen op 9 kanalen. Een derde minder stemmen in kleine gemeenten betekent dat het aanbod van nieuws hier afhankelijk is van enkele organisaties; als deze om wat voor reden dan ook verdwijnen, dan komt de pluriformiteit verder onder druk te staan.

Zoals aan het begin van dit rapport is opgemerkt, wordt uitgegaan van een gemiddelde grote en een gemiddelde kleine gemeente. Echter, binnen de groep kleine gemeenten zijn soms opvallende verschillen te zien; waar de gemeente Noordwijk (Zuid-Holland, circa 26.000 inwoners) zich mag verheugen op de aanwezigheid van 9

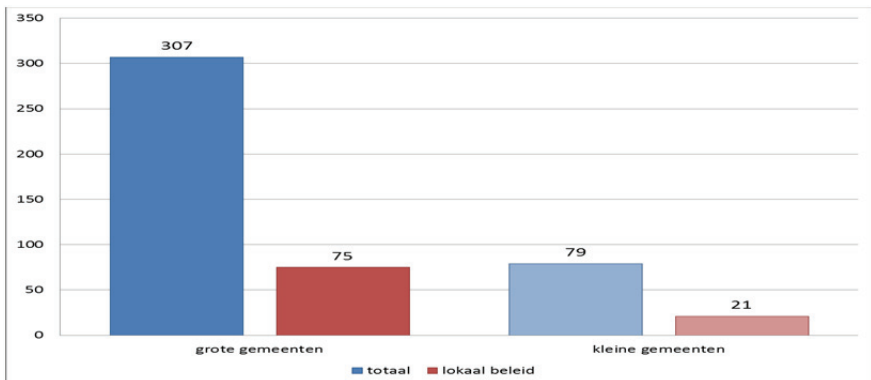
onafhankelijk van elkaar opererende stemmen die het lokale nieuws brengen via 16 actieve nieuwskanalen, staan in Heumen (Gelderland, circa 16.000 inwoners) maar 2 stemmen achter de 4 aldaar aanwezige kanalen.

1.2 Lokaal nieuwsaanbod

Voorgaande paragraaf liet zien dat er wat betreft de aantallen aanwezige en actieve nieuwskanalen sprake is van een verschil tussen grote en kleine gemeenten. De verschillen worden een stuk pregnanter, wanneer gekeken wordt naar het aanbod dat op deze nieuwskanalen in een week wordt aangetroffen in de vorm van geschreven berichten in kranten en op websites, alsmede items in radio- en televisie-uitzendingen (gemakshalve wordt vanaf nu gesproken van nieuwsberichten). Dit geldt zowel voor nieuws in het algemeen als voor berichtgeving over lokale politiek en meer specifiek: het gemeentelijke beleid (vanaf nu: lokaal beleid).

In paragraaf 1.1 werd al gerefereerd aan het onderzoek uit 2013, waarin het verschil in aanbod van online nieuws tussen grote en kleine gemeenten voor het eerst werd gesignaleerd. Voor het onderzoek in 2014 is dit verschil opnieuw onder de loep genomen en is het nieuwsaanbod in zijn totaliteit bekeken – dit wil zeggen: alle offline en online nieuwsberichten bij elkaar opgeteld – en is het totale aanbod in grote gemeenten vergeleken met het totale aanbod in kleine gemeenten.

Figuur 1.3. Gemiddeld aantal berichten per week in 2014



Algemeen nieuws

In grote gemeenten beschikken inwoners gemiddeld over 307 offline én online nieuwsberichten samen in een week, inwoners van kleine gemeenten krijgen via alle

offline én online kanalen samen gemiddeld 79 berichten aangeboden (figuur 1.3). In kleine gemeenten wordt dus nauwelijks meer dan een kwart gevonden van het totale aanbod van lokaal nieuws in grote gemeenten.

Nieuws over lokaal beleid

Waar het nieuws over lokaal beleid betreft, blijkt dat in grote gemeenten per week gemiddeld 75 berichten per week worden gepubliceerd. In kleine gemeenten zijn dat er 21, ofwel minder dan een derde van het aantal nieuwsberichten over lokaal beleid in grote gemeenten.

Zowel in grote als in kleine gemeente gaat ongeveer een kwart van alle offline én online berichten over lokaal beleid. Het aandeel lokaal beleid verschilt verhoudingsgewijs dus niet; in absolute aantallen krijgen inwoners van kleine gemeenten echter aanzienlijk minder berichten voorgeschoteld. Nieuwsconsumenten in grote gemeenten beschikken over 4 keer zoveel nieuws in het algemeen en tevens over 4 keer zoveel nieuws over het lokaal beleid.

Het gaat hierboven steeds om gemiddelden, vanzelfsprekend zijn er uitschieters naar boven en naar beneden. Zo laat een gemeente als Haaksbergen (Overijssel, ruim 24.000 inwoners) – waar zich in de analyseperiode het incident met de monstertruck voordeed – een heel ander beeld zien dan de gemeente Beesel (Limburg, circa 14.000 inwoners) waarover door alle aanwezige offline én online nieuwskanalen in één week 23 keer wordt bericht (waarvan 5 keer over lokaal beleid) en in Wormerland (Noord-Holland, circa 17.000 duizend inwoners), werden in totaal 10 berichten aangetroffen, waarvan 3 over het lokale beleid. Dit illustreert mooi hoe de verhoudingen tot in de kleinste gemeenten min of meer gelijk blijven, maar de absolute getallen soms de nullijn naderen.

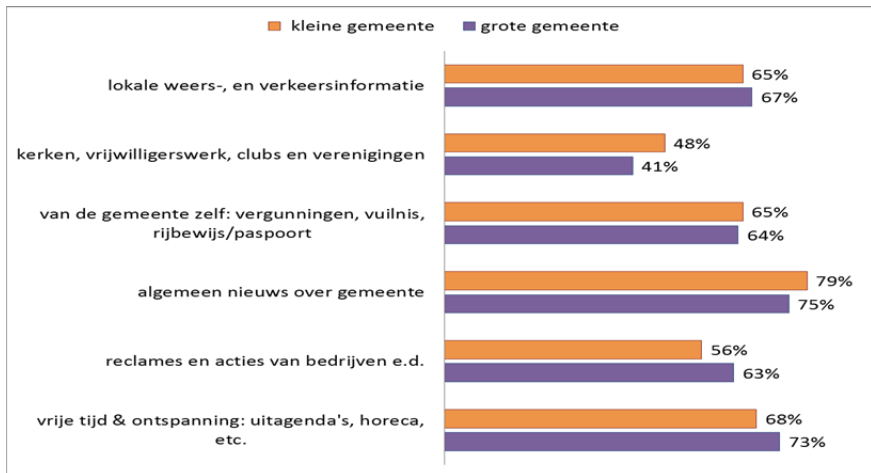
1.3 Lokaal nieuwsgebruik

In het najaar van 2014 vond parallel aan de inhoudsanalyse een onderzoek plaats naar het gebruik van lokaal nieuws. In exact dezelfde gemeenten waar gekeken werd naar het aantal nieuwskanalen en nieuwsberichten beantwoordden 6.801 respondenten vragen over hun betrokkenheid bij hun woonplaats, hun algemene informatiebehoefte over de gemeente, hun belangstelling specifiek voor lokaal nieuws en de mate waarin zij gebruik maken van de nieuwskanalen van regionale en lokale media.

4 op de 5 ondervraagden geeft aan zich bovengemiddeld tot zeer verbonden te voelen met zijn of haar gemeente. Deze algemene verbondenheid met de eigen gemeente is vervolgens verder uitgediept door na te gaan op welke terreinen mensen interesse hebben in hun gemeente en welke typen informatie die interesse betreft. Algemeen nieuws over de gemeente blijkt hierbinnen een lichte voorsprong te hebben op andere

typen informatie: 75-80% van de respondenten geeft aan bovengemiddeld tot zeer geïnteresseerd te zijn in lokaal nieuws, waarbij grote en kleine gemeenten elkaar vrijwel niet ontlopen (figuur 1.4). Hoewel de verschillen niet heel erg groot zijn, laat nieuws als type informatie daarmee de uitagenda (70%), het weer en gemeentelijke informatie (beide 65%) achter zich. Grote en kleine gemeenten verschillen hierbij overigens nauwelijks van elkaar.

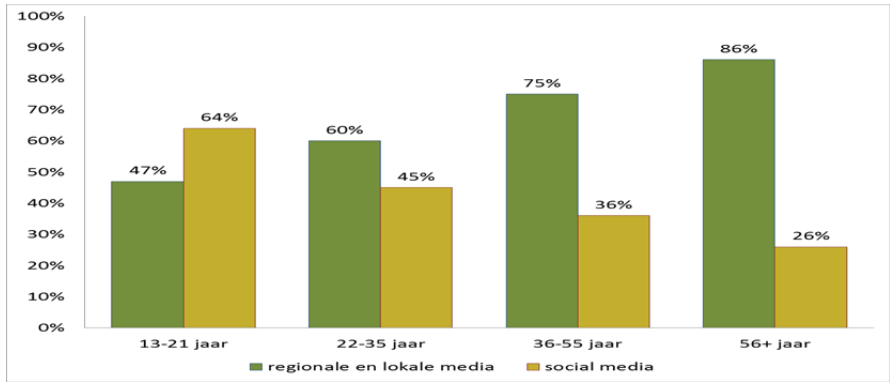
Figuur 1.4. In welk type informatie zijn burgers meer dan gemiddeld geïnteresseerd in 2014 (N=6.801)



Wanneer binnen de interesse in algemeen nieuws over de eigen gemeente specifiek gekeken wordt naar verschillen tussen generaties, dan valt op dat maar 57% in de leeftijdscategorie 13-21 zegt hierin meer dan gemiddeld geïnteresseerd te zijn. In de generatie daarvoor (22-35 jarigen) is 71% bovengemiddeld tot zeer geïnteresseerd en de twee generaties daarvoor in nog sterkere mate; 79% en 86% van respectievelijk de leeftijdscategorieën 36-55 jaar en 56 jaar en ouder geeft aan bovenmatig interesse te hebben in algemeen nieuws. Interesse voor algemeen nieuws over de eigen gemeente lijkt dus met de leeftijd toe te nemen.

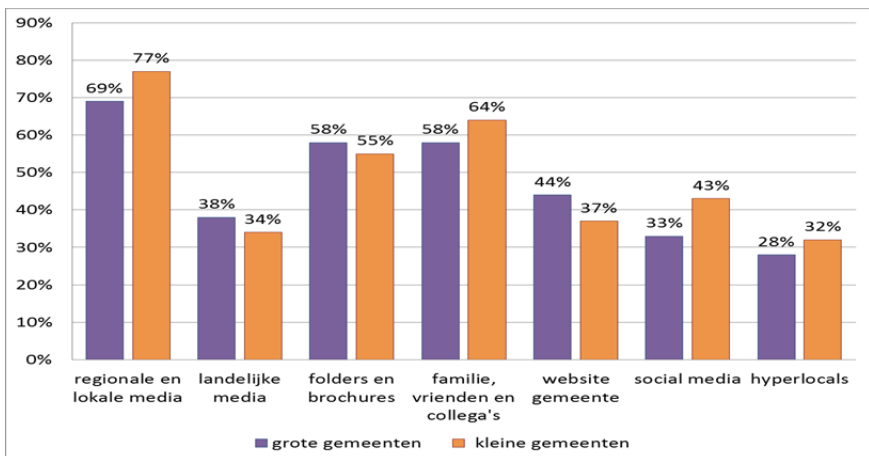
De regionale en lokale media spelen een vitale rol in de informatievoorziening over de gemeente naar de burger toe. Van alle wegen waarlangs burgers aan informatie – waaronder nieuws, maar ook andere typen informatie – over hun gemeente komen, zijn het de regionale en lokale media die met 69% in grote gemeenten het vaakst worden geraadpleegd (figuur 1.5). Met bijna 77% ligt dit in kleine gemeenten nog iets hoger. ‘Familie, vrienden en collega’s’ en ‘folders en brochures’ komen respectievelijk op de tweede en derde plaats.

Figuur 1.5. Op welke wijze komen burgers vaker dan gemiddeld aan informatie over hun woonplaats in 2014 (N=6.801)



Ook deze cijfers komen in een ander daglicht te staan als het gebruik van jongeren wordt vergeleken met dat van oudere generaties. Het gebruik van traditionele media neemt per generatie in rap tempo af en parallel daaraan groeit het gebruik van social media voor informatievergaring aangaande de eigen gemeente snel (figuur 1.6).

Figuur 1.6. Op welke wijze komen verschillende generaties vaker dan gemiddeld aan informatie over hun woonplaats in 2014 (N=6.801)



Aangezien de inhoudsanalyse zich in sterke mate focust op de waakhond- of controlerende functie van de journalistiek, is de geënquêteerden gevraagd naar de mate waarin zij specifiek geïnteresseerd zijn in nieuws over politieke besluitvorming. Ongeveer een vijfde van de ondervraagden heeft geen uitgesproken mening, twee vijfde is weinig tot niet geïnteresseerd in politiek nieuws uit de gemeente en de overige twee vijfde is hierin bovengemiddeld tot zeer geïnteresseerd.

2.

Online aanzienlijk minder nieuws dan offline

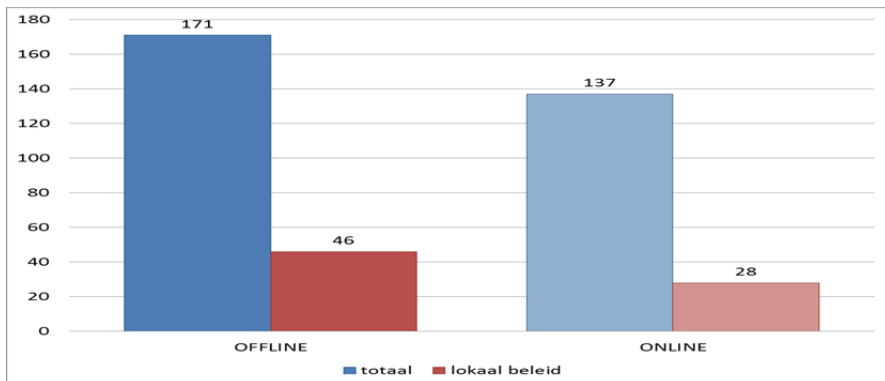
In hoofdstuk 1 van dit rapport zijn grote gemeenten vergeleken met kleine gemeenten op het punt van het aantal nieuwskanalen en de totaliteit van het offline én online nieuwsaanbod. In kleine gemeenten zijn minder actieve kanalen, minder nieuwsberichten en is minder nieuws over lokaal beleid te vinden, maar blijken grote aantallen burgers geïnteresseerd te zijn in algemeen nieuws over hun woonplaats. Daarbij wenden zij zich iets vaker dan inwoners van grote gemeenten tot lokale en regionale media voor informatie over hun gemeente. Hoofdstuk 2 verlegt de focus naar het verschil tussen offline en online aanbod van lokaal nieuws.

2.1 Lokaal nieuwsaanbod (offline én online)

Het onderzoek in 2014 laat zien dat er een aanzienlijk verschil bestaat tussen het offline en het online aanbod van lokaal nieuws. Kleine gemeenten laten daarbij een sterk afwijkend beeld zien ten opzichte van grote gemeenten, een verschil dat eerder al boven water kwam in 2013 bij een onderzoek van het Fonds in 80 gemeenten dat zich beperkte tot online nieuws. In de destijds geanalyseerde groep grote gemeenten passeerden wekelijks gemiddeld 120 nieuwsberichten de revue, waarvan er 20 over lokaal beleid gingen. In de groep kleine gemeenten betrof het 40 berichten, waaronder 7 over lokaal beleid. Het onderzoek in 2014 completeert het beeld van de nieuwsvoorziening in de regio, door ditmaal ook het offline aanbod in de analyse te betrekken.

Grote gemeenten

In 2014 brengen de offline media (dag- en weekbladen, radio en televisie) gezamenlijk in grote gemeenten gemiddeld 173 lokale nieuwsberichten in een week (figuur 2.1). Online media – de websites van offline media, aangevuld met de hyperlocals – nemen gemiddeld 137 nieuwsberichten voor hun rekening. Het aandeel nieuws over lokaal beleid bedraagt in grote gemeenten respectievelijke 46 offline en 28 online berichten. Vergeleken met het offline aanbod wordt in grote gemeenten 20% minder online nieuws aangetroffen en 40% minder online nieuws over lokaal beleid.

Figuur 2.1. Gemiddeld aantal berichten per week in grote gemeenten in 2014

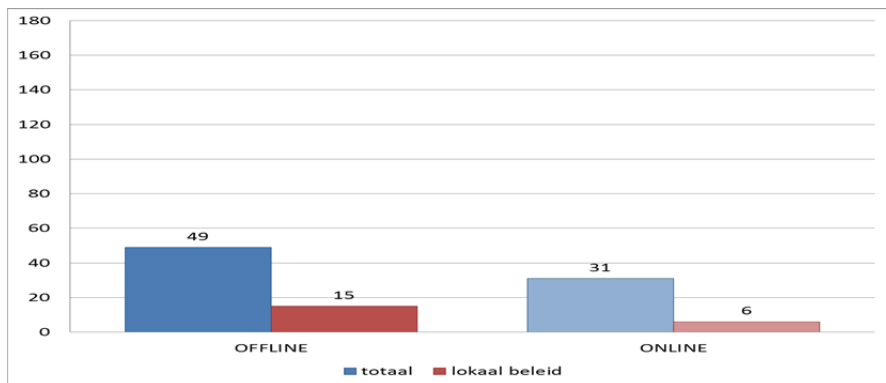
Kleine gemeenten

In kleine gemeenten zijn offline media verantwoordelijk voor gemiddeld 49 nieuwsberichten per week tegenover 31 online berichten (figuur 2.2). Offline gaan 15 berichten in een week over lokaal beleid, online zijn dit 6. Vergelijken met het offline aanbod wordt in kleine gemeenten 33% minder online nieuws aangetroffen en 60% minder online nieuws over lokaal beleid.

Zoals het onderzoek uit 2013 liet zien, bestaat het lokale nieuws dát online gebracht wordt voor bijna twee derde uit berichten over cultuur (onder meer uitgaan, verenigingsleven, lokale folklore), veiligheid (hoofdzakelijk '112-nieuws') en sport. Aan die uitkomst is in 2014 weinig veranderd: hoewel sportverslaggeving¹⁸ in het huidige onderzoek buiten beschouwing gelaten is, maakt nieuws over cultuur en veiligheid op websites ruimschoots de helft van de berichten uit (52%, offline is dit 44%). Bovendien bestaat online nieuws over lokaal beleid hoofdzakelijk uit kort nieuws; de meer verdiepende genres als achtergrondartikelen, interviews, reportages en commentaar komen online veel minder vaak voor (1 op de 10 berichten) dan offline (1 op de 4 berichten).¹⁹

¹⁸ In 2013 had een vijfde van al het aangetroffen nieuws betrekking op sport. Aangezien het zwaartepunt van dit onderzoek ligt bij de controlerende functie van de journalistiek en deze niet of nauwelijks aan de orde is in het sportkatern, is sport buiten de scope van dit onderzoek gehouden. Meer hierover in de verkorte methodiek.

¹⁹ In hoofdstuk 5 komen de verdeling qua onderwerpen en genres binnen nieuws over lokaal beleid uitvoeriger aan de orde.

Figuur 2.2 Gemiddeld aantal berichten per week in kleine gemeenten in 2014

2.2 Lokaal nieuwsgebruik

De uitkomsten van het gebruiksonderzoek liggen enerzijds in lijn met het laten prevaleren van offline boven online, anderzijds is duidelijk te zien dat een flink deel van de nieuwsconsumenten de overstap naar digitaal heeft gemaakt. Gevraagd naar hun *nieuwsgebruik in algemene zin* – dit wil zeggen: alle media dus *inclusief de landelijke* – zegt 55% van de ondervraagden één keer per week of vaker de papieren krant te lezen, 67% leest tenminste één keer per week een huis-aan-huisblad en radio en televisie worden respectievelijk door 70 en 88% van de respondenten tenminste wekelijks ingeschakeld om het nieuws tot zich te nemen. Van de respondenten geeft 67% aan via een vaste computer één keer per week of vaker nieuws in het algemeen te volgen, voor mobiele telefoons en tablets ligt dit percentage net onder de 50%.

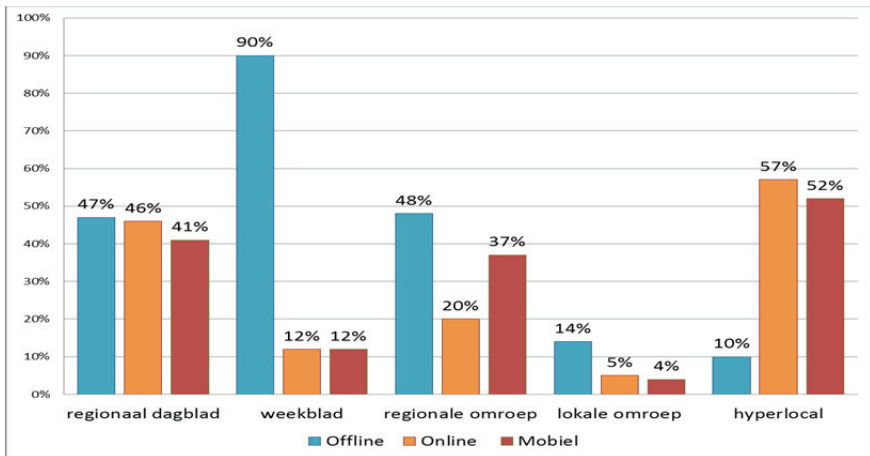
Indien deze vraag wordt verengd naar het specifieke gebruik van regionale en lokale media, komt een deels afwijkend beeld naar voren (figuur 2.3): 47% van de ondervraagden zegt wel eens de papieren krant te lezen, maar liefst 90% leest wel eens een huis-aan-huisblad. De nieuwsuitzendingen²⁰ van regionale omroepen en lokale omroepen worden respectievelijk door 48% en 14% van de respondenten wel eens gevolgd. Het online en mobiel gebruik van regionale dagbladen houdt gelijke tred met het offline gebruik, consumenten van lokaal nieuws slagen er beter in de mobiele applicatie van de regionale omroepen te vinden dan de website.

²⁰ Dit is het gemiddelde van radio en televisie samen; 36% zegt weleens naar de regionale publieke radiozender te luisteren en 60% kijkt weleens naar regionale televisie. Gebruikscijfers voor de niet-landelijke commerciële omroepen zijn hierin niet meegenomen.

Lokale media laten online een heel ander beeld zien: ongeveer 1 op de 10 respondenten zegt wel eens een weekblad online of mobiel in te zien. Lokale omroepen worden offline al niet bijzonder vaak opgezocht voor nieuws, maar online laat de gebruiker de lokale omroepen vrijwel links liggen. Hyperlocals vormen hierop een logische uitzondering: meer dan de helft van de ondervraagden zegt wel eens lokaal nieuws van een hyperlocal via de website dan wel mobiel te raadplegen.

Het nieuwsgebruik in algemene zin laat zien dat een flink deel van de nieuwsconsumenten de weg naar digitale media weet te vinden; weekbladen en lokale omroepen lijken daarop vooralsnog niet voldoende te anticiperen.

Figuur 2.3. Van welke nieuwskanalen maken burgers wel eens gebruik in 2014
(N = 6.801)



2.3 Inzet social media

Media doen gezien de cijfers van het inhoudsonderzoek hun best om interactie met het publiek aan te gaan. Bij een kleine 90% van de online aangetroffen nieuwsberichten over lokaal beleid werd een mogelijkheid tot reageren aangetroffen. Daar wordt grofweg in de helft van de gevallen gebruik van gemaakt. Slechts bij 1 op de 10 lokaal beleidsberichten wordt er meer dan 10 keer gereageerd, oplopend tot maximaal 60 reacties. In verreweg de meeste gevallen wordt er gemiddeld minder dan 2 maal gereageerd op een nieuwsbericht over lokaal beleid. Dit is een gemiddelde; in grote gemeenten wordt er door de bank genomen iets vaker gereageerd dan in kleine gemeenten.

Veel media geven tevens de mogelijkheid tot verschillende vormen van *liken* en *linken*. De helft van alle online aangetroffen berichten over lokaal beleid werden door het publiek minimaal een keer gedeeld via social media. Ook hier is een kleine groep berichten die het gemiddelde vertekend; wordt het handjevol extreme gevallen (9 artikelen) dat meer dan 100 keer werd gedeeld buiten beschouwing gelaten, dan is er gemiddeld per lokaal beleidsbericht zo'n 8 keer gelinkt naar een social mediaplatform. Hoewel er geen onderzoek is gedaan naar de toegevoegde waarde van de reacties en *liken/linken*, geven de cijfers een indicatie van de mate waarin de kanalen gevonden worden en de berichten gezien/gelezen worden.

3.

Regionale media blijven vooral binnen de stadsmuren

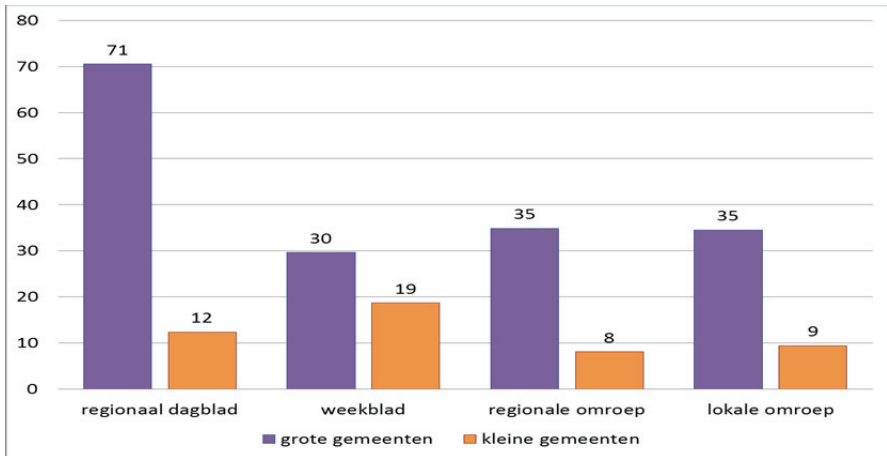
In kleine gemeenten zijn minder kanalen voor handen waar wekelijks nieuws wordt aangetroffen dan in grote gemeenten. Ook wordt er minder nieuws aangetroffen; hoofdstuk 2 liet zien dat het online aanbod van lokaal nieuws in kleine gemeenten schril afsteekt tegen het aanbod in grote gemeenten. Online gebruik van nieuws komt aardig in de buurt van de offline nieuwsconsumptie, met dien verstande dat weekbladen en lokale omroepen online minder goed gevonden worden of vrijwel onzichtbaar zijn.

Welke rol spelen regionale media bij de nieuwsvoorziening in de regio? Hoeveel nieuwsberichten brengen zij over grote en kleine gemeenten – zowel algemeen als over lokaal beleid – en hoe verhoudt dit aanbod zich tot de nieuwsproductie van lokale media? Lokale media komen uitvoerig aan bod in hoofdstuk 4, in dit hoofdstuk worden eerst de resultaten met betrekking tot de regionale dagbladen en de regionale omroepen²¹ beschreven.

3.1 Algemeen beeld

Het grote verschil tussen grote en kleine gemeenten wat het aanbod van lokaal nieuws betreft, is voor een belangrijk deel terug te voeren op de actieradius waarbinnen regionale media opereren. Zo laat dit onderzoek zien dat regionale dagbladen en regionale omroepen hun pijlen vooral richten op stedelijke agglomeraties. Op zichzelf is dit weinig verrassend: in grote gemeenten zijn in verhouding meer (overheids)instanties, grote bedrijven, hogescholen en universiteiten en bovenal meer mensen te vinden. Circa 20% van alle Nederlandse gemeenten telt meer dan 50.000 inwoners – de grens tussen grote en kleine gemeenten in dit onderzoek – en ruim de helft van de Nederlanders is hierbij aanvang van 2014 woonachtig. Afgemeten aan het aanbod van lokaal nieuws lijkt het werkgebied van redacteurs van regionale media zich af te spelen binnen enkele kilometers van de stadsredactie. De disbalans bij regionale media tussen verslaggeving ‘uit de provincie’ en ‘uit de stad’ is daarmee een gegeven.

²¹ Een beperkt aantal niet-landelijke commerciële omroepen maakt deel uit van de data voor regionale omroepen.

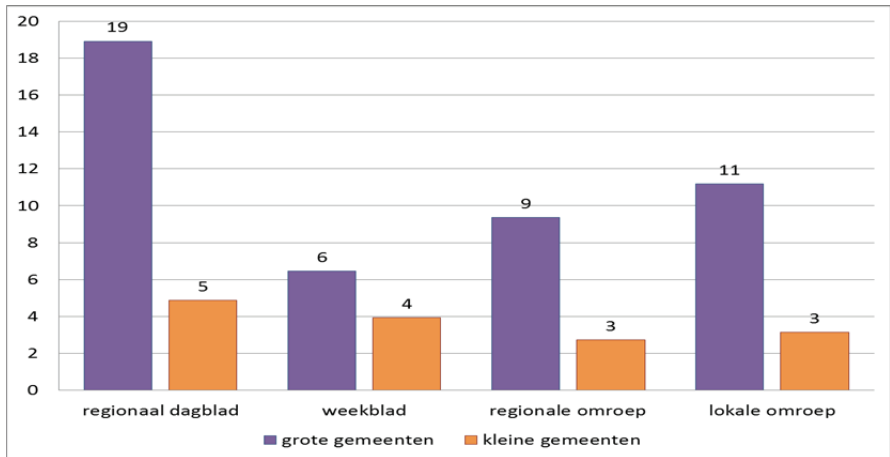
Figuur 3.1. Gemiddeld aantal offline nieuwsberichten per week in 2014

Regionale dagbladen brengen offline in grote gemeenten per week 6 keer zo veel nieuws als in kleine gemeenten, regionale omroepen brengen ruim 4 keer zoveel nieuwsberichten over grote gemeenten (figuur 3.1). Als er wordt gekeken naar nieuws over lokaal beleid, dan blijkt dat de regionale dagbladen 4 keer zo veel nieuws over grote gemeenten produceren, regionale omroepen maken 3 keer zo veel items over grote gemeenten (figuur 3.2). In verhouding tot grote gemeenten blijft het nieuws uit kleine gemeenten op regionale media sterk onderbelicht.

Uit de figuren 3.1 en 3.2 komt eveneens naar voren dat alle mediumtypen, ongeacht of ze regionaal of lokaal georiënteerd²² zijn, meer nieuws brengen over grote gemeenten. Dit geldt zowel voor nieuws in het algemeen als voor nieuws over lokaal beleid in het bijzonder. Meer nieuws over grote gemeenten mag misschien een open deur zijn, het neemt niet weg dat in kleine gemeenten het verslaan van uiteenlopende beleidsterreinen en bijbehorende begrotingen van even groot belang is als in grote gemeenten en dat die discussie net zo veel journalistieke scherpte en controle vraagt.

²² Aangezien de focus in dit hoofdstuk ligt bij regionale media en offline nieuwsvoorziening, zijn de hyperlocals in figuren 3.1 en 3.2 niet gerepresenteerd. Enkele uitzonderingen daargelaten manifesteren hyperlocals zich alleen online, dit onderzoek kent daarop 1 uitzondering, te weten Deventer Centraal, dat in het najaar van 2014 een papieren tegenhanger kreeg.

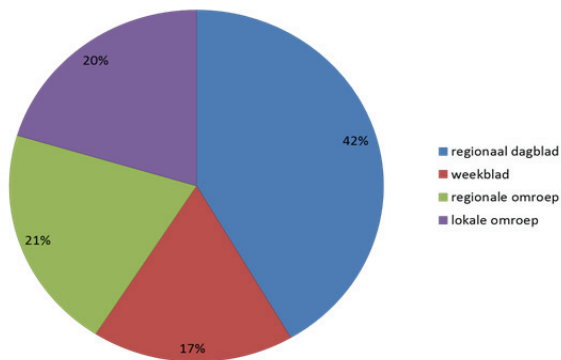
Figuur 3.2. Gemiddeld aantal offline nieuwsberichten over lokaal beleid per week in 2014



3.2 Regionale dagbladen

De inktader van het regionaal dagblad vertakt zich niet langer tot in elke stad en elk dorp, de talloze edities die het dagblad telt ten spijt. Ofschoon dagbladen ten opzichte van de andere mediatypen een belangrijke positie innemen in de nieuwsvoorziening, zijn zij niet langer dé ogen en oren in kleine gemeenten. Waar figuur 3.1 laat zien dat een inwoner van een grote gemeente wekelijks gemiddeld 71 berichten per week over zijn gemeente kan lezen in het papieren dagblad – 19 berichten informeren hem over de lokale politiek c.q. het gemeentebestuur – treft een inwoner van een kleine gemeente in dezelfde krant 12 berichten waarvan 5 over lokaal beleid.

Het onderzoek uit 2013 liet al zien dat het regionale dagblad online in absolute aantallen verantwoordelijk is voor een aanzienlijk deel van de nieuwsberichten. Uit het huidige onderzoek blijkt dat het regionale dagblad offline de grootste bijdrage levert aan het nieuwsecosysteem. Ruim 4 op de 10 nieuwsberichten die per week de revue passeren in grote gemeenten zijn afkomstig van het papieren dagblad (figuur 3.3). Voor nieuws over lokaal beleid geldt dezelfde verhouding. In kleine gemeenten valt het aandeel terug naar een kwart van het algemene nieuws en een derde van de berichten over lokaal beleid; hier moet het dagblad terrein prijsgeven aan het weekblad.

Figuur 3.3. Offline nieuws in grote gemeenten in 2014 (N=1.866)

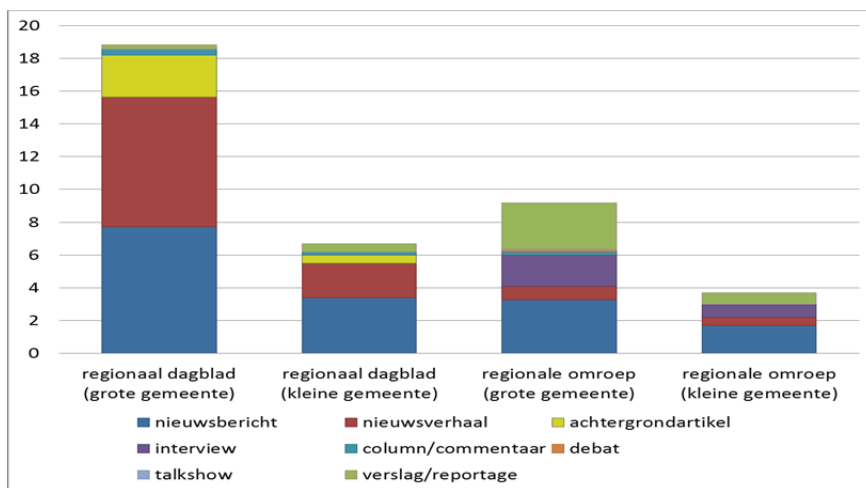
Regionale dagbladen mogen in gemeenten dan een stempel drukken op de omvang van het aantal nieuwsberichten, qua genre onderscheiden de nieuwsberichten over lokaal beleid zich maar mondjesmaat van de overige media in de regio. Korte nieuwsberichten en -verhalen²³ overheersen de vorm waarin lokaal nieuws wordt gepresenteerd, in grote, maar meer nog in kleine gemeenten (figuur 3.4). Wel onderscheiden dagbladen zich van de andere mediumtypen in het gebruik van het achtergrondartikel²⁴, een genre op basis waarvan een burger veelal grondiger en genuanceerder wordt geïnformeerd dan door de 'kortjes'. Maar liefst 80% van alle offline aangetroffen achtergrondartikelen over lokaal beleid is afkomstig van de regionale dagbladen; daarvan gaan er 5 op de 6 over grote gemeenten. Overige genres als reportages, interviews en commentaren worden nauwelijks aangetroffen.

Kleine gemeenten laten qua genreverdeling binnen de berichten over lokaal beleid een vergelijkbaar beeld zien; evenals in grote gemeenten hebben korte nieuwsberichten en -verhalen de overhand in het dagblad. Het dagblad vervult 'in de provincie' niet de voortrekkersrol die het heeft in grote steden, gelet op de absolute aantallen berichten is die rol in kleine gemeenten overgenomen door het weekblad.

²³ Nieuwsverhaal: iets uitgebreider dan een kort nieuwsbericht (groveweg hebben deze stukken een lengte van tussen de 250 en 400 woorden) dat ingaat op zowel het wie, wat, waar en wanneer. De hoe- en waarom-vraag kunnen aan bod komen, maar dat gebeurt zeker niet altijd. Een nieuwsverhaal is zakelijk en feitelijk en bevat daarnaast vaak een citaat. Nico Kussendrager e.a., *Basisboek Journalistiek*, Noordhoff Uitgevers 2014 p. 211

²⁴ Achtergrondartikel: een langer item (vanaf 500 woorden) waarin context en duiding wordt gegeven aan nieuwsgebeurtenissen. Het stellen van de hoe- en waaromvraag is cruciaal, evenals de constatering dat er in het artikel gebruik wordt gemaakt van tenminste twee (impliciete of expliciete) bronnen.

Figuur 3.4. Gemiddeld aantal offline berichten over lokaal beleid per week in 2014, onderverdeeld naar genre



3.3. Regionale omroepen

Ook de regionale omroepen lijken niet in staat een vuist te maken in de regio. Het totale nieuwsaanbod van de regionale omroepen ten opzichte van de andere nieuwsmedia is ongeveer 21% (figuur 3.3). Van die berichtgeving gaat maar een fractie over de kleine gemeenten. Burgers woonachtig in een grote gemeente kunnen iedere week rekenen op zo'n 35 nieuwsitems op radio en televisie die betrekking hebben op hun woonplaats (figuur 3.1). Ongeveer een kwart daarvan gaat dieper in op het politieke reilen en zeilen binnen die gemeente (figuur 3.2). De buurman die net over de grens in een aanpalende kleine gemeente woont, kan iedere week rekenen op gemiddeld 8 nieuwsitems over zijn woonplaats, waarvan 3 over het lokaal beleid.

Ook de diversiteit in genres ligt bij de regionale omroepen hoger dan bij de andere media (figuur 3.4). Vooral in de grote gemeenten wordt er qua genres breed ingezet: meer dan de helft van de nieuwsproducties is een interview, een verslag of een reportage. Achtergrondartikelen werden daarentegen weer niet aangetroffen. In de kleine gemeenten werden iets meer korte nieuwsberichten gevonden, maar ook hier weten de omroepen een redelijk divers genreaanbod te presenteren.

4.

Lokale media bieden sporadisch alternatief in de provincie

Regionale media zijn beperkt actief in kleine gemeenten, aldus valt op grond van hoofdstuk 3 te constateren. In grote gemeenten spelen zij nog een rol van betekenis gelet op de aantallen berichten en tot op zekere hoogte voorkomen van achtergrondartikelen (dagbladen) en interviews en reportages (omroepen). Hetzelfde valt niet te zeggen van kleine gemeenten, voor zover regionale media zich hier überhaupt vertonen. Hoofdstuk 4 probeert antwoord te geven op de vraag in hoeverre lokale media in staat zijn de ontstane lichte plekken in de regio op te vullen.

4.1. Algemeen beeld

Bij afwezigheid of beperkte aanwezigheid van regionale media in gemeenten met minder dan 50.000 inwoners – circa 80% van alle Nederlandse gemeenten, 46% van de Nederlanders is hierbij aanvang van 2014 woonachtig – komt bij lokale media als weekbladen, lokale publieke omroepen en hyperlocals een grote verantwoordelijkheid te liggen waar het de nieuwsvoorziening in het algemeen betreft en die over lokaal beleid in de gemeente in het bijzonder. De vraag is of dit, gelet op de resultaten uit dit onderzoek, een realistische verwachting is of eerder een wensdroom. Het antwoord neigt vooralsnog naar het laatste; incidentele gevallen daargelaten schieten de lokale media te kort bij het opvullen van de (op papier) bijna 330 lichte plekken in het Nederlandse nieuwslandschap.

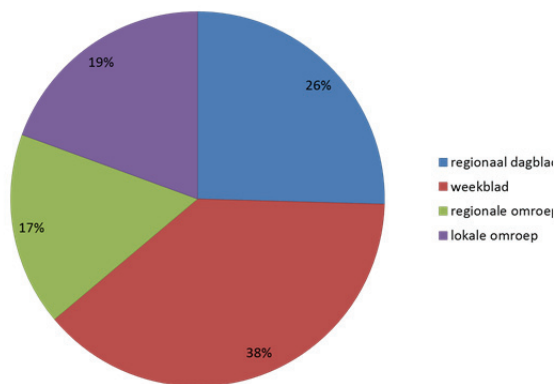
Weekbladen, lokale publieke omroepen en hyperlocals hebben nog een lange weg te gaan voordat zij nieuwsconsumenten in kleine gemeenten op een vergelijkbaar niveau kunnen informeren op de wijze die regionale media op dit moment in grote gemeenten laten zien. Bij elk van voornoemde lokale media is het geconstateerde tekort overigens op een ander terrein zichtbaar. Lokale omroepen laten qua activiteit een fragmentarisch beeld zien: een aanzienlijk deel van hen brengt online geen nieuws en het hetgeen offline wordt aangeboden voldeed in een deel van de gevallen niet aan de onderzoekscriteria voor nieuws (afwezigheid van een datum, geen eigen nieuws, frequentie lager dan 1 bericht per week). Weekbladtitels zijn getalsmatig goed vertegenwoordigd in gemeenten, maar laten zich inhoudelijk meer kenschetsen als informatiedragers, dan als nieuwsbrengers. Uitzonderingen daargelaten kampt het gros van de hyperlocals met problemen op het terrein van continuïteit en journalistieke professionaliteit. Alle lokale media maken zich bovendien in meer of mindere mate

schuldig aan het doorplaatsen van content van derden, zonder dit als zodanig kenbaar te maken.

4.2. Weekbladen

De aanwezigheid van de huis-aan-huisbladen en in bescheidener mate de nieuwsbladen is alom. Bij de meeste Nederlanders vallen iedere week meerdere weekbladen op de mat (zie hoofdstuk 1). Het informatieaanbod per weekblad ligt daarbij nog eens erg hoog. Hierbij dient wel opgemerkt te worden dat de weekbladen grotendeels gevuld zijn met reclames, *advertorials*, ondernemertjes²⁵ en mededelingen en bekendmakingen van de gemeente. Al dit type informatie is voor het onderzoek buiten beschouwing gelaten en alleen die nieuwsartikelen waarvan de weekbladen te kennen geven dat die onafhankelijk tot stand gekomen te zijn (door naam van de redacteur te vermelden), zijn geanalyseerd. Zelfs dan zijn de weekbladen één van de grootste nieuwsleveranciers in de regio. Met name in de kleine gemeenten lijken de weekbladen – in ieder geval puur getalsmatig – een gat te vullen dat de regionale media laten vallen (figuur 4.1).

Figuur 4.1. Offline nieuws in kleine gemeenten in 2014 (N=731)

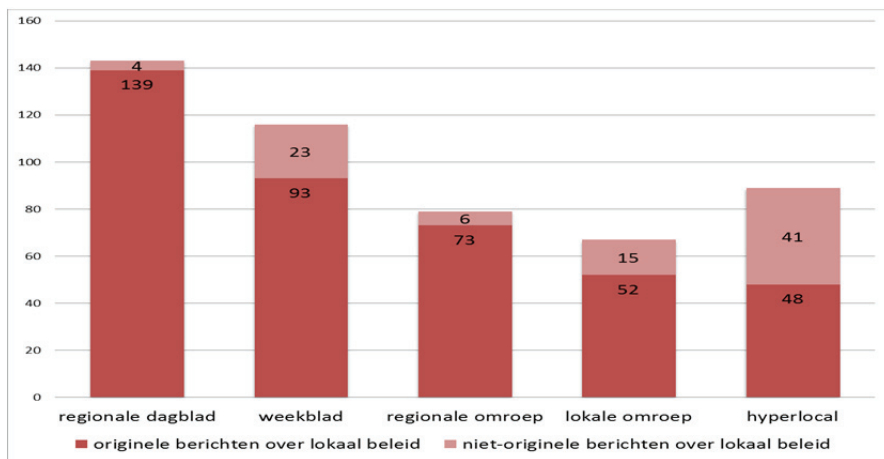


Bijna 40% van al het aangeboden offline nieuws in kleine gemeenten is afkomstig van het weekblad. Uit het gebruiksonderzoek blijkt tevens dat deze weekbladen ook nog eens door meer dan 4 op de 5 nieuwsconsumenten op wekelijkse of frequentere basis gelezen worden. Weekbladen spelen in die kleine gemeenten tevens een

²⁵ Deal tussen weekbladredacteur en ondernemer om in een interview of reportage 'sluikreclame' te maken voor de ondernemer.

behoorlijk grote rol in de berichtgeving over de politieke arena: ongeveer een kwart van alle berichten over lokaal beleid die offline werden aangetroffen, zijn afkomstig van het weekblad. Naast een inblik in de behandelde onderwerpen, gekozen genres en het brongebruik, gaf de analyse van nieuwsberichten ook inzicht in het 'kopieergedrag' van veel weekbladen.

Figuur 4.2. Online nieuws over lokaal beleid in grote én kleine gemeenten: zelf geproduceerd nieuws versus gekopieerd nieuws in 2014



De realiteit is dat de weekbladen het met 116 berichten goed lijken te doen, maar dat dit deels een vertekend beeld van de werkelijkheid schetst. Van alle online²⁶ aangetroffen artikelen over lokaal beleid in de weekbladen blijkt 20% (23 berichten) gekopieerde content te zijn (figuur 4.2). Dit speelt in dezelfde mate in grote gemeenten en in kleine gemeenten een rol. Met andere woorden: er wordt redelijk wat *gecopyypaste* door een groot deel van de weekbladen. Al komt uit de figuur ook naar voren dat het weekblad niet de enige lokale speler is die zich verlaat op anderms werk; de hyperlocals spannen hier de kroon met bijna 50% gekopieerd nieuws.

Deze geknipte en geplakte artikelen zijn overigens geen journalistieke producten van andere media, maar bijna zonder uitzondering persberichten van instanties of organisaties met een eigen belang. Deze persberichten zijn bijna zonder uitzondering afkomstig van de gemeente, lokale afdelingen van landelijke politieke

²⁶ Offline was deze 'originaliteitscheck' praktisch gezien niet uitvoerbaar, maar er lijkt geen plausibele reden voor handen om aan te nemen dat de offline output van weekbladen op een andere wijze tot stand komt dan de informatie die via de website wordt verspreid.

partijen of van lokale bedrijven. Content die vanuit een bepaald perspectief is geschreven, met een belang dat – vaak - niet parallel loopt aan dat van de nieuwslezer, die evenwichtig en onafhankelijk nieuws verwacht te lezen. Burgers krijgen dus een behoorlijke hoeveelheid ogenschijnlijk onafhankelijk nieuws voor ogen, waarvan bij de weekbladen in ieder geval met zekerheid te zeggen valt, dat ongeveer een vijfde niet origineel is.

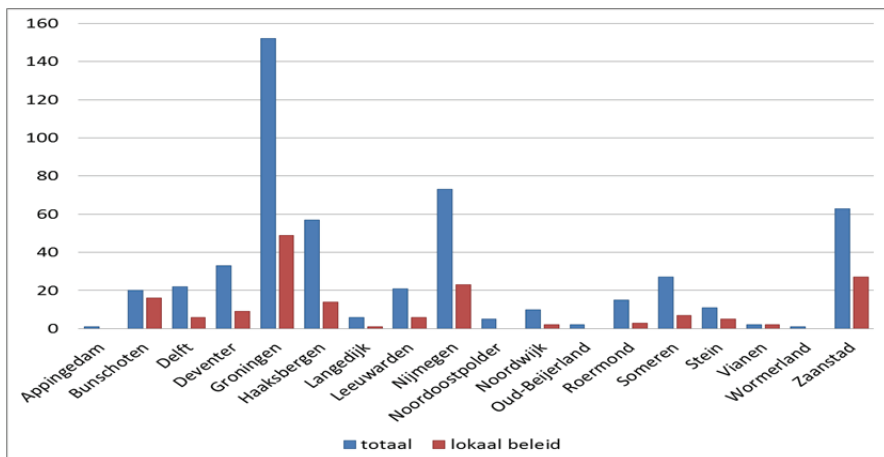
4.3. Lokale publieke omroepen

De lokale omroepen spelen in de gemeente op de kabel en in de ether een gelijksoortige rol in de lokale nieuwsvoorziening als hun regionale pendant. Zowel in de grote als in de kleine gemeenten zijn ze verantwoordelijk voor een vijfde van het lokale nieuwsaanbod. Wordt er gekeken naar het aandeel berichten over lokaal beleid, dan komen soortgelijke aantallen uit de bus: 1 op de 5 berichten over lokaal beleid uit een kleine gemeente is afkomstig van de lokale omroep (figuur 4.1). Figuur 3.3 liet eerder al zien dat lokale omroepen in grote gemeenten eveneens een vijfde van de nieuwsberichten voor hun rekening nemen. Deze cijfers zijn echter gemiddelden en geven een vertekend beeld van het lokale omroeplandschap: het nieuwsaanbod van de lokale omroepen is namelijk vrij grillig.

Het onderlinge kwaliteitsverschil is bij geen enkel ander lokaal of regionaal nieuwsmedium zo groot als bij de lokale omroepen. Waar gemeente A in het slechtste geval een lokale omroep heeft die zich in het geheel niet bezighoudt met nieuwsvoorziening, heeft gemeente B een omroep heeft die eens per week het belangrijkste nieuws uit de dag- en weekbladen overneemt. In meer uitzonderlijke gevallen zit in Gemeente C een beter geëquipeerde club journalisten, die zich in kwalitatief opzicht kan meten met regionale media. Het is voor wat betreft de lokale omroepen dus echt *hit-or-miss*.

De grootte van de gemeente speelt hierin een ondergeschikte rol, al zijn de omroepen die naar verhouding een omvangrijke nieuwsoutput laten zien te vinden in grote steden als Groningen, Nijmegen en Zaanstad. Een goed functionerende lokale omroep kan toevallig in een stad zitten met veel andere actieve media, maar lijkt daar niet direct afhankelijk van; sommige kleine gemeenten als Someren, Haaksbergen en Bunschoten worden goed bediend door de aldaar actieve lokale omroepen. De realiteit is dat er veel meer gemeenten zijn die een in journalistiek opzicht adequaat functionerende lokale omroep ontberen (figuur 4.3).

Figuur 4.3. Offline nieuws lokale publieke omroepen in 2014



Het aantal lokale omroepen dat online aanwezig is in de 26 onderzochte gemeenten, ligt overigens stukken lager dan de offline aanwezigheid; ongeveer de helft van de gemeenten beschikte in 2014 over een lokale omroep die online nieuws verzorgde. Binnen die groep zijn nog eens 3 omroepen aan te wijzen die ternauwernood meedingen in het onderzoek²⁷; zij brachten maar 1 of 2 nieuwsberichten in een volledige analyseweek.

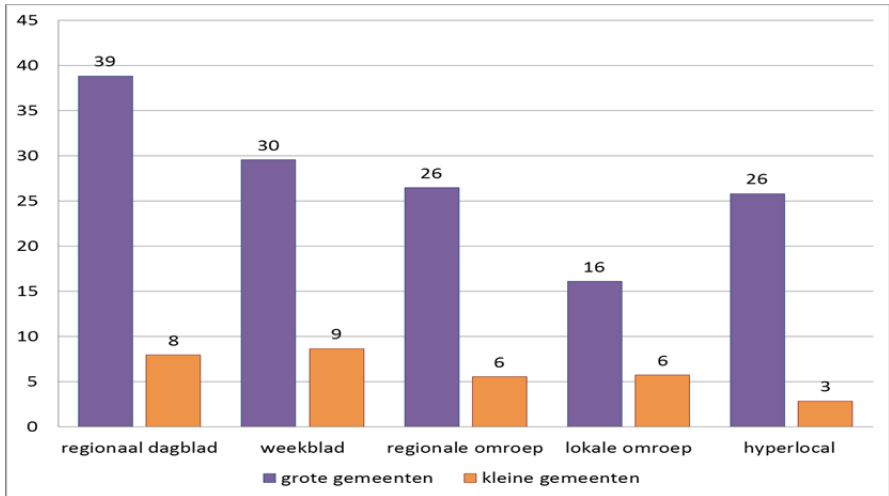
4.4. Hyperlocals

De enige mediaspeler in de regio die geen deel uitmaakt van de traditionele nieuwsmedia, laat online²⁸ inmiddels een behoorlijke voetprint achter. Een dikke 15% van al het online aangetroffen nieuws in grote gemeenten is afkomstig van deze voornamelijk door particulieren gedreven nieuwssites. Het aandeel nieuws over lokaal beleid op het geheel ligt in de grote gemeenten ongeveer op datzelfde potentieel te verwachten aandeel van 15%. In kleine gemeenten daarentegen zijn de hyperlocals minder actief: van het totale nieuwsaanbod maken ze slechts 10% uit (figuur 4.4) en van alle lokaal beleidsberichten is maar 2% geproduceerd door een hyperlocal (figuur 4.5). Deze ieder jaar groeiende groep van ex-journalisten, hobby-journalisten, goedwillende amateurs en geëngageerde burgers lijkt zich vooral en in behoorlijke mate te manifesteren in

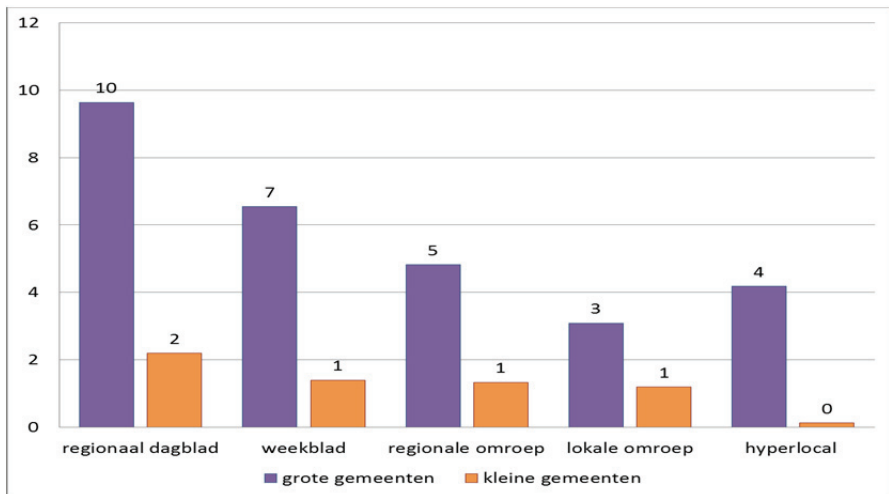
²⁷ Een medium moet minimaal 1 origineel nieuwsbericht per week brengen om mee te gaan in het onderzoek.

²⁸ Dit rapport focust zich met name op de offline uitkomsten, de hyperlocals manifesteren zich echter voornamelijk online. Daarom zal voor deze paragraaf gebruik worden gemaakt van de tevens geïnventariseerde online data.

Figuur 4.4. Gemiddeld aantal online nieuwsberichten per week in 2014



Figuur 4.5. Gemiddeld aantal online nieuwsberichten over lokaal beleid in 2014



grote gemeenten. Het in 2012 geconstateerde ‘vliegwieleffect’²⁹ waaruit blijkt dat aanwezigheid van traditionele media hyperlocals aantrekt, gaat zeker op voor de grote gemeenten. De circa 330 kleine gemeenten waar traditionele media zich steeds minder afdoende profileren zouden behoorlijk baat kunnen hebben bij een goedlopende hyperlocal, maar dat zijn nu dus net de plekken waar ze minder vaak voorkomen.

Het kopieergedrag dat eerder geconstateerd werd bij weekbladen, gaat in nog sterkere mate op voor de hyperlocals. Zij spelen veel vaker dan andere media leentjebuur; bijna de helft van alle aangetroffen berichten over lokaal beleid in grote gemeenten bleek achteraf niet van de hyperlocals zelf afkomstig te zijn. Voor kleine gemeenten is dit niet na te gaan, omdat ze daar simpelweg geen nieuws over lokaal beleid brachten in de onderzochte week. Ondanks dat de algemene nieuwsberichten niet op originaliteit gecheckt zijn, ligt het in de lijn der verwachting dat ook daar een aanzienlijk deel van de kopij van derden afkomstig is.

Hyperlocals zouden in potentie een belangrijke partner van en aanvulling op de bestaande lokale nieuwsvoorziening kunnen zijn. Hyperlocals nemen nog ieder jaar in aantal toe³⁰ en ook de gebruiker (hoofdstuk 2) zegt in veel gevallen online en mobiel gebruik te maken van de nieuwsvoorziening verzorgt door hyperlocals. De tekortkomingen lijken vooralsnog te schuilen in hun afhankelijkheid van andere media binnen de gemeente, het gebrek aan lange adem en beperkte eigen content.

²⁹ Quint Kik, Piet Bakker, Laura Buijs & Judith Katz, *Meer nieuwsaanbod, meer van hetzelfde nieuws*, AMB 2013

³⁰ Piet Bakker & Marco van Kerkhoven, *Hyperlocal in Nederland* AMB 2013, p. 81

5.

Discrepantie tussen vraag en aanbod van lokaal nieuws

Het rapport heeft vooralsnog inzicht verschaft in de aanbodzijde van lokaal nieuws en daarbij verschillen laten zien tussen grote en kleine gemeenten, tussen offline en online kanalen en tussen regionale en lokale media. Aan de vraagzijde, de kant van de gebruiker, is duidelijk geworden in hoeverre hij geïnteresseerd is in algemeen nieuws over zijn woonplaats en in welke mate hij hiernaar op zoek gaat bij regionale en lokale media. Hoe ervaart de gebruiker eigenlijk het aanbod van lokaal nieuws, als hem gevraagd wordt naar de omvang, de vindbaarheid, de diversiteit en de betrouwbaarheid van lokaal nieuws? Hoe verhoudt het aanbod zich tot zijn verwachtingen en wensen ten aanzien van onderwerpkeuze, de bestreken genres en de gebruikte bronnen?

Regionale en lokale media laten een eenvormig aanbod zien, gelet op de diversiteit aan onderwerpen, genres en geraadpleegde bronnen. Kort, licht verteerbaar nieuws, vaak zonder dat hier hoor en wederhoor aan te pas komt, voert de boventoon in de nieuwsoutput van vrijwel alle media. Hoewel het online aanbod en het aanbod in kleine gemeenten het meest zorgelijk zijn, spelen de manco's over de gehele linie van de nieuwsvoorziening in de regio. Uit het gebruiksonderzoek komt naar voren dat de consument van lokaal nieuws op zoek is naar een evenwichtiger aanbod en niet één waarin 112-nieuws en een aangeklede uitagenda de overhand hebben. Tenminste een deel van de nieuwsconsumenten ziet korte nieuwsberichten graag afgewisseld worden met langere achtergrondartikelen, waarin bovendien verschillende (burger)bronnen worden opgevoerd.

5.1. Nieuwsaanbod: verdeling naar onderwerpen

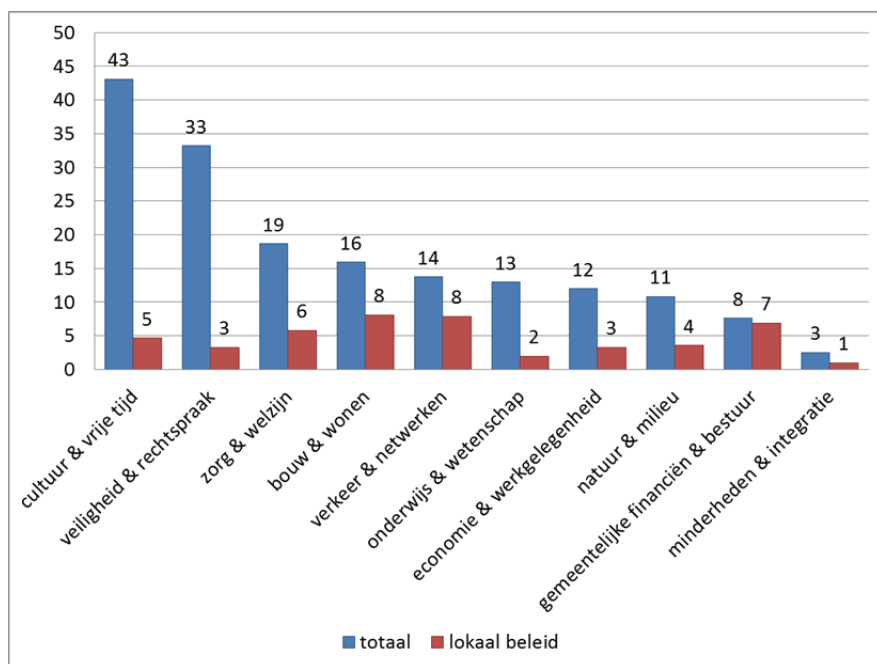
Zowel de onderzoeksresultaten uit 2013 als het voorliggende onderzoek laten zien dat media behoudend omspringen met de potentiële diversiteit in onderwerpkeuze. Hierbij doen regionale media het overigens niet beter dan de lokale nieuwsbrengrers: er is zelfs een lichte voorsprong van laatstgenoemden. In 2013 werd blootgelegd dat bijna twee derde van de gecodeerde artikelen over sport, cultuur of 112-nieuws ging. Nieuws dat vrijwel nooit over lokaal beleid gaat. De cijfers van dit onderzoek wijzen globaal in dezelfde richting.

Cultuurberichten vulden in 2013 een groot gedeelte van de kranten, websites en nieuwsbulletins. Ook uit dit onderzoek blijkt in grote gemeenten offline meer dan 25% van de journalistieke producties te gaan over aan cultuur en vrije tijd gerelateerde onderwerpen. In de kleine gemeenten is dat bijna 30% van het totale nieuwsaanbod.

Ook de politieberichten zijn in het totale nieuwsaanbod goed vertegenwoordigd: offline bestaat het journalistieke landschap in grote gemeenten voor een vijfde uit 112-nieuws, in kleine gemeenten is dat ongeveer een zesde.

In figuur 5.1 is het verschil tussen het nieuwsaanbod en het aandeel nieuws over lokaal beleid per onderwerp uiteengezet. In een grote gemeente brengen de regionale en lokale media per week gemiddeld 43 berichten over cultuur & vrije tijd naar buiten, maar nog geen 5 daarvan gaan over lokaal beleid. Relatief gezien gaan dus erg weinig cultuurberichten over lokaal beleid. Ditzelfde patroon is terug te zien bij politienieuws: 7% van dat 112-nieuws³¹ bevindt zich in grote gemeenten op het terrein van lokaal beleid en in kleine gemeenten is dat slechts in 3% van de gevallen zo. Ter vergelijking: onderwerpen als bouw & wonen of verkeer & netwerken gaan relatief gezien veel vaker over gemeentelijk beleid, alhoewel ze in absolute aantallen minder vaak voorkomen. In kleine gemeenten tekent zich een soortgelijk beeld af.

Figuur 5.1. Gemiddeld aantal offline nieuwsberichten per week in grote gemeenten in 2014: aandeel lokaal beleid per onderwerp

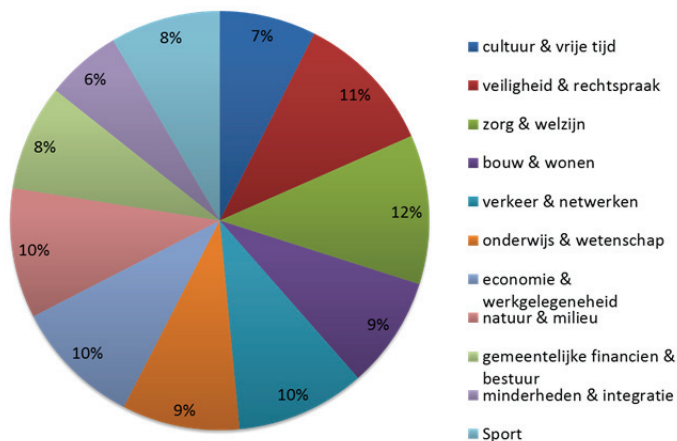


³¹ In figuur 5.1, 5.2 en 5.3 wordt in plaats van 112-nieuws gesproken van ‘veiligheid & rechtspraak’

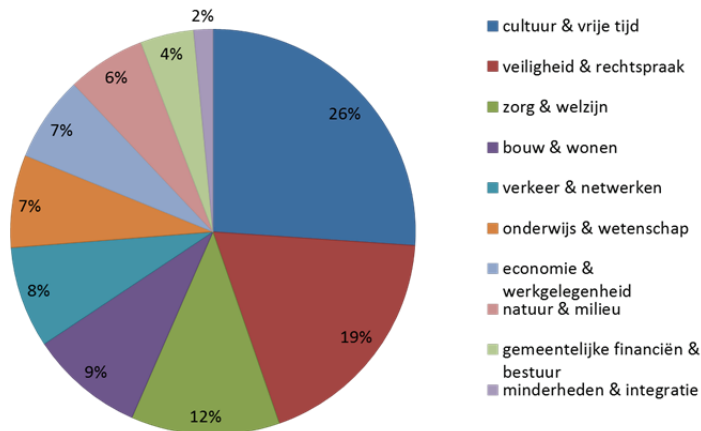
Andere onderwerpcategorieën zoals zorg & welzijn, natuur & milieu en economie & werkgelegenheid komen stukken minder vaak aan bod en komen ook verhoudingsgewijs minder vaak op lokaal beleidsterrein. Belangrijke onderwerpen waarin zeker de lokale overheden, maar vaak ook bedrijven en maatschappelijke instanties een grote impact hebben op de burger, blijven dus onderbelicht in de berichtgeving. De devolutie van het zorgtakenpakket die bij aanvang van 2015 zijn beslag kreeg, is een voordehand liggend maar tegelijkertijd exemplarisch voorbeeld. Weinig onderwerpen komen zo dicht bij de burger als de zorg, maar regionale en met name lokale media lijken er niet aan toe te komen deze ‘hardere journalistieke noten’ te kraken.

Een opvallende uitkomst van het gebruiksonderzoek is dat het publiek helemaal niet bovenmatig geïnteresseerd is in de drie overgerepresenteerde typen nieuws. Au contraire – met uitzondering van het 112-nieuws – bungelt dit laaghangende fruit letterlijk onderaan, zoals te zien is in figuur 5.2. Worden deze cijfers naast het daadwerkelijke offline nieuwsaanbod gelegd dan valt er een aanzienlijke discrepantie tussen vraag en aanbod af te lezen. Waar verreweg de meeste mensen interesse zeggen te hebben in onderwerpen als zorg & welzijn, natuur & milieu, infrastructuur & wegen en economie & werkgelegenheid, zijn dit stuk voor stuk onderwerpen die bij veel regionale en lokale media toch onderbelicht lijken blijven (figuur 5.3). Online liggen de verhoudingen verder uit elkaar: het nieuwsaanbod is daar qua onderwerpen nog eenzijdiger.

Figuur 5.2. In welke onderwerpen is de burger in 2014 meer dan gemiddeld geïnteresseerd waar het nieuws over zijn woonplaats betreft (N=6.801)



Figuur 5.3. Offline nieuws in grote én kleine gemeenten: onderwerpverdeling in 2014 (N=2.608)

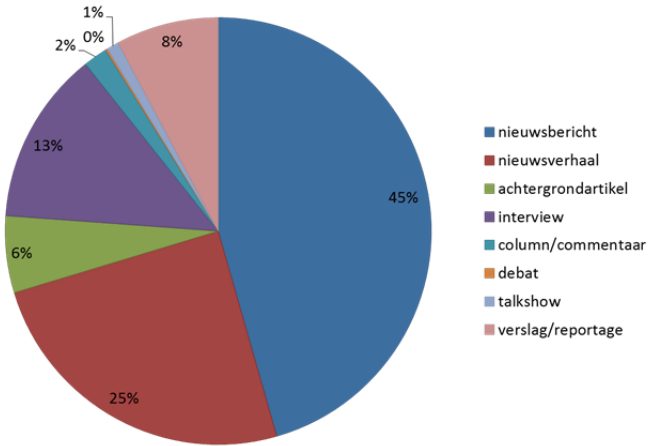


5.2. Nieuws over lokaal beleid: verdeling naar genres

Zoals er vorig jaar in 80 gemeenten online al geconstateerd werd, bestaat het gros van de aangetroffen nieuwsproducties uit korte nieuwsberichten. In het onderzoek van 2014 is ervoor gekozen het meetinstrument op het gebied van de genres deels te verfijnen om daarmee een genuanceerder beeld te kunnen schetsen van de mate van verdieping en achtergrond. Naast de korte nieuwsberichten zijn ook de nieuwsproducten met iets meer journalistiek vlees op de botten – de nieuwsverhalen - in kaart gebracht.

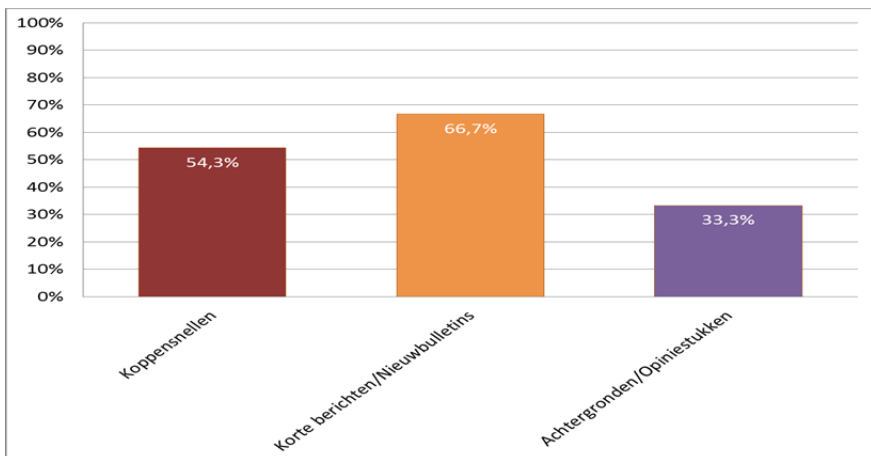
Dit verfijndere meetinstrument levert een aardige bijstelling van het genre-aanbod op. Nog steeds is bijna de helft (45%) van al het aangetroffen nieuws op de offline kanalen van regionale en lokale media een sec nieuwsbericht. Daarnaast valt er nu 25% aan nieuwsverhalen te onderscheiden en de resterende taartpunt wordt verdeeld over de overige genres, waarbij een puur achtergrondartikel slechts in 6% van de gevallen werd aangetroffen (figuur 5.4). Online zijn de contrasten sterker. Daar vormen nieuwsberichten en nieuwsverhalen samen maar liefst 90% van het nieuwsaanbod. Alle overige genres zitten verstopt in die laatste 10%. Niet alleen de achtergrondverhalen zijn dus dun gezaaid, ook interviews, verslagen/reportages, columns en commentaren komen zowel offline als online weinig aan bod.

Figuur 5.4. Offline nieuws over lokaal beleid in grote én kleine gemeenten: genreverdeling in 2014 (N=720)



Het genre-aanbod van regionale en lokale media is getoetst middels in het gebruiksonderzoek na te gaan wat voor type nieuwsconsumenten er grofweg te onderscheiden zijn. De geënquêteerden konden per categorie aangeven in welke mate zij zichzelf beschouwen als koppensneller, nieuwsbulletinvolger, achtergrondverhaal-lezer of een combinatie van de drie (figuur 5.5).

Figuur 5.5. Typen nieuwsconsument in 2014

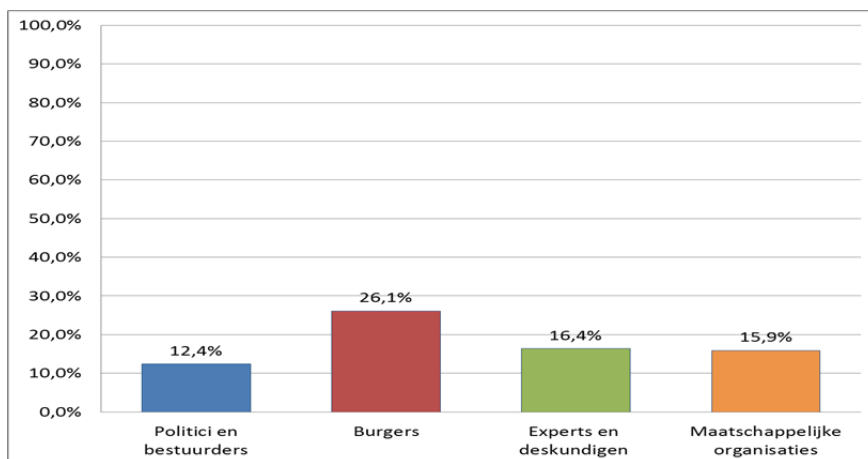


Meer dan de helft van de geënquêteerden zegt een echte koppensneller te zijn en zeker 2 op de 3 nieuwsconsumenten geeft aan vooral korte nieuwsberichten en nieuwsbulletins te volgen. Toch zegt ook 1 op de 3 Nederlanders bovengemiddeld tot zeer vaak achtergrondverhalen en opiniestukken te lezen, terwijl het media-bod van de regionale en lokale media nauwelijks gericht lijkt te zijn op achtergronden. Een zekere mate van kip-eiverhaal is hier overigens nog niet eens in verdisconteerd: als het verdiepende aanbod beperkt is, dan zullen ook minder gebruikers aangeven dat te lezen/volgen.

5.3. Nieuws over lokaal beleid: verdeling naar brongebruik

In het inhoudsonderzoek 2014 zijn de berichten over lokaal beleid niet alleen op onderwerp en genre, maar ook op opgevoerde bronnen geïntariseerd. Deze drie dimensies geven een aardige kwalitatieve invulling van het nieuwsaanbod in de regio. Uit het brongebruik blijkt dat regionale en lokale media voornamelijk gebruik maken van institutionele bronnen en bedrijven, aan burgers en deskundigen wordt stukken minder vaak een podium gegeven. Een wethouder of gemeenteraadslid komt blijkbaar eenvoudig voor de camera of in de krant, terwijl deskundigen, burgers en mensen uit het maatschappelijk middenveld stukken moeilijker aan het woord komen. Het brongebruik wordt uitvoerig besproken in deel II, hoofdstuk 7 van dit rapport.

Figuur 5.6. Welke bronnen moeten volgens de burger vaker aan het woord komen in 2014



Middels het gebruiksonderzoek zijn de geënquêteerden in de gelegenheid gesteld om aan te geven welke typen bronnen zij vaker in het nieuws over hun gemeente zouden willen terugzien. Bijna 4 op de 10 mensen geeft aan geen mening over de opgevoerde bronnen te hebben. Het leeuwendeel van de nieuwsconsumenten vindt dat de meeste typen bronnen afdoende gerepresenteerd worden in het nieuws. Alleen de burger zou als bron volgens een kwart van de geënquêteerden vaker aan het woord moeten komen. Ongeveer een zesde van de ondervraagden geeft aan experts en deskundigen vaker hun mening te willen zien geven via de regionale en lokale media en eenzelfde groep nieuwsgebruikers vindt dat maatschappelijke organisaties een grotere stem moeten krijgen. Verreweg de kleinste groep – zo'n 1 op de 10 ondervraagden – is van mening dat ook politici en bestuurders vaker mogen worden aangehaald in het nieuws (figuur 5.6).

5.4. Nieuwsaanbod: Vindbaarheid, hoeveelheid, betrouwbaarheid en diversiteit van het nieuws

Ruim 82% van alle Nederlanders zegt goed te weten waar zij nieuws over hun gemeente kunnen vinden. Een minderheid geeft dus aan niet of minder goed te weten waar ze nieuws over hun woonplaats kunnen vinden. In grote gemeenten zegt een kleine 10% van de inwoners niet goed te weten waar ze nieuws over hun gemeente kunnen vinden; in kleine gemeenten is dit opvallend genoeg maar 6%. Het feit dat meer dan 4 op de 5 inwoners aangeven makkelijk nieuws te kunnen vinden over de gemeente is zeker in kleine gemeenten opvallend. Uit de inventarisaties van het media-aanbod in de onderzochte gemeenten blijkt dat een behoorlijk aandeel van voornamelijk lokale media (vooral online) vrijwel onzichtbaar is. De burger lijkt zich hier niet in te herkennen.

78% van de respondenten geeft daarnaast aan dat er voldoende nieuws over zijn of haar gemeente voor handen is. Curieus genoeg zijn er in kleine gemeenten zelfs net iets meer mensen die zeggen voldoende nieuws te kunnen vinden als zij die woonachtig zijn in grote gemeenten, terwijl het aanbod in grote gemeenten toch drie maal zo hoog ligt. Inwoners van kleine gemeenten blijken ook het ondergemiddelde nieuwsaanbod niet als zodanig te ervaren.

Drie op de vier ondervraagden heeft daarnaast bovengemiddeld tot zeer veel vertrouwen in het nieuws dat wordt gebracht door lokale en regionale media. Hier is nauwelijks tot geen verschil te zien tussen inwoners uit grote en kleine gemeenten. Deze groep vormt een grote meerderheid, tegelijkertijd is er dus een kwart van de nieuwsconsumenten dat weinig vertrouwen heeft in de regionale en lokale media.

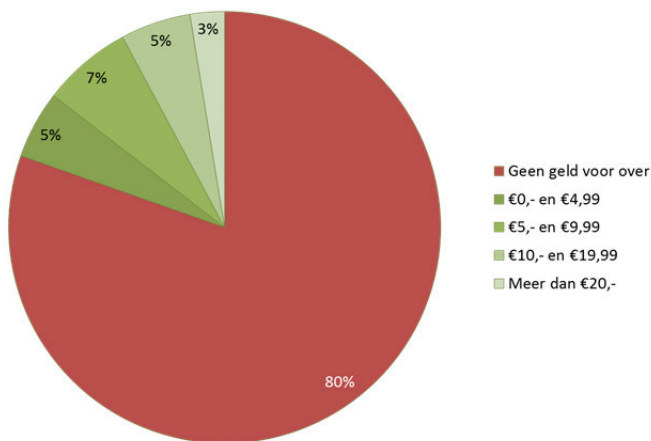
Alleen qua diversiteit van het nieuws valt er volgens de ondervraagden nog wel het een en ander te verbeteren. Op de stelling: "Ik vind dat in het nieuws over mijn woonplaats veel uiteenlopende standpunten aan bod komen", antwoordt 38% van de geënquêteerden dat dit niet het geval is. Wellicht hangt dit samen met het beperkte

brongebruik en de wens van de nieuwsconsument om onder andere meer de mening van medeburgers in het nieuws te zien. Mogelijk is vooral in de kleinere gemeenten het gebrek aan nieuwsaanbieders (soms maar 2 verschillende partijen) hier debet aan.

5.5. Betalingsbereidheid voor lokaal nieuws

Dat het lezersbestand en de advertentie-inkomsten van regionale dagbladen teruglopen, behoeft geen nadere uitleg. Dat ook veel lokale nieuwsbrengrers het financieel niet of nooit breed (gehad) hebben, is een gegeven. Maar linksom of rechtsom zullen media zichzelf tot op zekere hoogte moeten kunnen bedruipen, daar waar ze geen steun van de overheid kunnen verwachten. In het licht daarvan werd in het gebruiksonderzoek een fictieve situatie geschetst waarin er nauwelijks nog media actief zouden zijn in de gemeente van de geënquêteerde. Hoe zou het dan zitten met de betalingsbereidheid?

Figuur 5.7. Betalingsbereidheid burgers voor lokale en regionale nieuwsvoorziening (2014)



De Nederlander houdt ook in een dergelijk scenario de hand behoorlijk op de knip (figuur 5.7). Op de vraag: “Hoeveel geld zou u overhebben voor het in stand houden van lokale en regionale media?” antwoordt maar liefst 80% van de Nederlanders dat zij er geen geld voor over hebben om de lokale en regionale nieuwsvoorziening in stand te houden, mocht die volledig dreigen te verdwijnen. Hogeropgeleiden zijn – niet verrassend – iets bereidwilliger om de portemonnee te trekken: een kwart zegt bereid te zijn (extra) geld te betalen voor de instandhouding van een lokale en regionale nieuwsvoorziening.

6.

De democratische functie van regionale en lokale media

Een vergelijking van de berichtgeving tijdens gemeenteraadsverkiezingen met een reguliere periode

Liesbeth Hermans
Niek Hietbrink

6.1. Inleiding

Er is veel maatschappelijke aandacht voor het rol van de nieuwsmedia in de samenleving. De Raad voor Maatschappelijke Ontwikkeling concludeerde hierover, '(E)en onafhankelijke journalistiek die voorziet in pluriforme nieuws- en informatievoorziening is en blijft een essentiële voorwaarde voor de democratie'.³² Een goed functionerende democratie is gebaat bij een goed geïnformeerde burger en een breed publiek debat waarin plaats is voor een diversiteit aan meningen. Dit wordt in een recent verschenen rapport van het RMO³³ nog eens onderstreept. Met name is er zorg over de invulling van de democratische functie van de media op lokaal niveau. Vooral in lokale politieke gemeenschappen zou de nieuwsvoorziening een belangrijk aandachtspunt moeten zijn, omdat blijkt dat er steeds meer gemeenten zijn waar de lokale en regionale media nauwelijks actief zijn.^{34,35} Eerder onderzoek naar berichtgeving tijdens de raadsverkiezingen in 2010 geeft eveneens reden tot bezorgdheid.³⁶ Hierin wordt geconcludeerd dat lokale/regionale media nauwelijks nog inhoudelijk nieuws bieden over lokale gebeurtenissen. Deze media lijken weinig bij te dragen aan de lokale democratie waardoor ze nauwelijks een functie vervullen in de oordeelsvorming van burgers over lokale onderwerpen.

³² RMO (2011). *De nieuwe regels van het spel. Internet en publiek debat*. Den Haag: Raad voor Maatschappelijke Ontwikkeling (p.57).

³³ RMO (2014), *Meerstemmigheid laten klinken, Journalistiek in een veranderend medialandschap*, Den Haag: Raad voor maatschappelijke ontwikkeling.

³⁴ Bakker, P. (2013). 'Inleiding'. In: Kik, Q. & L. Landman (red.). *Nieuwsvoorziening in de regio*. Studies voor het Stimuleringsfonds voor de Pers (p. 5-8). Diemen: AMB.

³⁵ Kik, Q. & L. Landman, (2013). *Nieuwsvoorziening in de regio*. Den Haag: Het Stimuleringsfonds van de Pers. Diemen: AMB.

³⁶ Voorst, E. van, N. Hietbrink & B. Keulen (2010), *Lokale nieuwsmedia en de raadsverkiezingen van 2010, Een onderzoek naar de berichtgeving over de raadsverkiezingen door lokale nieuwsmedia in vijf gemeenten in Nederland*, Kenniscentrum School of Media, Zwolle.

Recent onderzoek van Buijs³⁷ naar de regionale journalistiek schetst een niet al te optimistisch beeld van het belang dat er binnen drie door hem onderzochte regionale nieuwsredacties wordt gehecht aan het zogenaamde burgermodel. Bij de nieuwsproductie wordt slechts in beperkte mate rekening gehouden met het perspectief van de burger en op de redactie komt de dienstbaarheid aan de lokale gemeenschap nauwelijks tot uiting.³⁸ Journalisten slagen er nauwelijks in om in hun berichtgeving actief burgerschap of burgerparticipatie te bevorderen.³⁹ De resultaten van het onderzoek van Buijs worden in het professionele beroepsveld als ‘zeer urgent’ betiteld en leiden tot de vraag welke gevolgen de gang van zaken op de redactie heeft voor de inhoud van het regionale nieuws.

Eerder onderzoek in 2010 en 2013 naar de offline berichtgeving van lokale en regionale media liet zien dat er voornamelijk korte berichten verschenen en dat er dus weinig genres werden gebruikt waarin diepgang en duiding wordt geboden.⁴⁰ Uit eerder onderzoek naar online nieuwsmidia bleek dat bij online berichtgeving van regionale en lokale media ongeveer 15% betrekking had op lokaal beleid.⁴²

Het eerder genoemde recente RMO-advies⁴³ legt de focus op de functies van nieuws bij de informatievoorziening, opinievorming en debat. In een meer klassieke, maar hiermee overeenkomende, invulling van journalistieke functies maakt men onderscheid tussen de informatiefunctie, de controlerende/kritiekfunctie en de expressiefunctie.⁴⁴ In dit hoofdstuk wordt met name ingegaan op de informatieve en duidende functie. In hoofdstuk 7 waar, het gaat om het brongebruik, wordt ook ingegaan op de expressiefunctie.

Het huidige onderzoek heeft betrekking op het maatschappelijke belang van het actief burgerschap en in het bijzonder de politieke dimensie daarin.⁴⁵ Media kunnen de burger enerzijds voorzien van informatie en duiding die voor maatschappelijke participatie nodig is en anderzijds kunnen ze de burger ook (impliciet) uitnodigen tot participeren. Om te voldoen aan de informerende en controlerende taak moeten

³⁷ Buijs, K. (2014) *Regionale journalistiek in spagaat*. Den Haag: Boom. (oa p.38)

³⁸ Buijs, K. (2014) p.204.

³⁹ Hermans, L., Schaap, G., & Bardoel, J. (2014). ‘Re-establishing the relationship with the public: Regional journalism and citizen involvement in the news’, *Journalism Studies*, 15(5), 642-654.

⁴⁰ Hietbrink & Hermans (2013). *Regionale media, democratie en burgerschap*. Paperpresentatie Etnaal van de Communicatiewetenschap, 7 en 8 januari 2013, Rotterdam.

⁴¹ Hietbrink, N. en E. van Voorst (2011, december), ‘Regionale Media: democratisch oog en oor van de provincie?’, *Tijdschrift Openbaar Bestuur*, 12, 17-21.

⁴² Kik, Q. e.a. (2013). *Nieuwsvoorziening in de regio*. Den Haag: Het Stimuleringsfonds van de Pers.

⁴³ RMO (2014), *Meerstemmigheid laten klinken, Journalistiek in een veranderend medialandschap*, Den Haag: Raad voor Maatschappelijke Ontwikkeling.

⁴⁴ Bakker P. (1998), *Regionale journalistiek, de pluriformiteit voorbij*. Amsterdam: Het Spinhuis.

⁴⁵ vgl Dahlgren, P. (2009) *Media and Political engagement. Citizens, Communication and Democracy*. Cambridge University Press. Voorst, E. van, N. Hietbrink en B. Keulen (2010), *Lokale nieuwsmidia en de raadsverkiezingen van 2010, Een onderzoek naar de berichtgeving over de raadsverkiezingen door lokale nieuwsmidia in vijf gemeenten in Nederland*, Kenniscentrum School of Media, Zwolle.

nieuwsmedia op gemeentelijk niveau op zijn minst aandacht besteden aan berichten die relevant zijn voor het lokale beleid.⁴⁶ Naast het informeren zou een goed functionerende journalistiek dus ook duiding en diepgang moeten geven in het nieuws.⁴⁷ Het ligt voor de hand dat lokale en regionale media tijdens verkiezingsperiodes extra zorg besteden aan hun maatschappelijke functie. Zeker in tijden van gemeenteraadsverkiezingen mag je verwachten dat de nieuwsmedia het als hun taak zien om burgers op de hoogte te brengen van wat er speelt in de gemeente, welke belangen er op het spel staan en welke tegenstellingen er zijn over belangrijke gemeentelijke onderwerpen. Tevens kunnen ze de burger stimuleren en oproepen een bijdrage te leveren aan het lokale politieke debat. Berichtgeving over lokaal beleid is van belang voor kiezers om een afgewogen keuze te kunnen maken. Buijs constateert dat er in tijden van gemeenteraadsverkiezingen, in tegenstelling tot andere periodes, op de nieuwsredacties meer aandacht is voor de ‘dienstbaarheid aan de gemeenschap’.⁴⁸ De vraag is in hoeverre dit ook terug te vinden is in de inhoud van het nieuws.

Het lectoraat Media & Civil Society (Windesheim) onderzocht in samenwerking van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek in twee periodes in 2014 de berichtgeving van regionale en lokale media in 20 grote en kleine gemeenten verspreid over het hele land. Daarbij werd eerst gekeken naar de berichtgeving over de gemeenten in algemene zin en lag de focus daarna specifiek op de berichtgeving die betrekking heeft op lokaal beleid. Inzicht in de inhoud van regionaal en lokaal opererende media geeft aan of en hoe deze media een bijdrage leveren aan het functioneren van de lokale democratie.⁴⁹

Het huidige onderzoek geeft aanvullend inzicht in omvang, thematiek en diepgang van het lokale en regionale nieuws. Ten eerste wordt gekeken naar de berichtgeving in een steekproef van gemeenten die indicatief is voor de landelijke situatie. Ten tweede wordt, in tegenstelling tot eerder onderzoek, gekeken naar alle mediumtypen die nieuws produceren binnen de onderzochte gemeenten: zowel print als audiovisueel en zowel online als offline (dagbladen, huis-aan-huisbladen, radio, televisie, websites van traditionele media en online-only media zoals hyperlocals). Tenslotte is een onderscheid gemaakt in twee verschillende periodes namelijk berichtgeving in een reguliere nieuwsperiode en een specifieke periode, namelijk verkiezingstijd. De dataverzameling voor de reguliere periode is uitgevoerd in het najaar van 2014. De specifieke periode was de periode voorafgaande aan de gemeenteraadsverkiezingen van 2014. Belangrijk binnen de maatschappelijke functie van de media is dat ze daarin de

⁴⁶ Kik, Q. e.a. (2013). *Nieuwsvoorziening in de regio*. Den Haag: Het Stimuleringsfonds van de Pers.

⁴⁷ Drok, N. (2007)(red). *De toekomst van de journalistiek*. Boom: Amsterdam.

⁴⁸ Buijs K (2014) *Regionale journalistiek in spagaat*. Den Haag: Boom, p.132.

⁴⁹ Tijdelijke Commissie Innovatie en Toekomst Pers (2009). *De Volgende Editie, Advies in opdracht van het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap*. Den Haag: Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen.

taak hebben om burgers te informeren en te betrekken in het politieke debat. Deze functie speelt zeker in verkiezingstijd een belangrijke rol. Burgers moeten in staat worden gesteld een goed afgewogen keuze te maken als ze gaan stemmen. De verwachting is dat de berichtgeving over lokaal beleid in deze periode dan ook groter zal zijn dan in een reguliere periode.

In het onderzoek staat de volgende globale vraag centraal:

In welke mate en op welke manier brengen de regionale en lokale media nieuws op gemeentelijk niveau en specifiek nieuws over het lokale beleid en in hoeverre is er een verschil tussen een reguliere periode en een verkiezingsperiode?

Deze vraag wordt beantwoord aan de hand van de volgende deelvragen:

1. In welke mate wordt er door lokale en regionale media bericht over de gemeenten en in welke mate hebben deze berichten vervolgens betrekking op het lokale beleid? Wat zijn de verschillen tussen een reguliere periode en een verkiezingsperiode?
2. Welke onderwerpen komen in welke mate aan de orde in het nieuws en in welke mate wordt hierin de link gelegd met lokaal beleid? Wat zijn de verschillen tussen een reguliere periode en een verkiezingsperiode?
3. Welke genres worden gebruikt bij de berichtgeving over lokaal beleid in de nieuwsvoorziening van lokale en regionale media? Wat zijn de verschillen tussen een reguliere periode en een verkiezingsperiode?

6.2. Methode

Er is gebruikt gemaakt van een representatieve steekproef van 20 grote en kleine gemeenten verspreid over het hele land (zie Verkorte methodiek).⁵⁰ Data zijn verzameld in twee periodes in 2014, in het voorjaar in de weken voorafgaande aan de gemeenteraadsverkiezingen in maart en in het najaar (september) als een reguliere periode (buiten verkiezingstijd). Er zijn 7 dagen per periode geselecteerd waarbij gebruik is gemaakt van een geconstrueerde week (zie Verkorte methodiek). Alle regionale en lokale media die eigen nieuws produceerden, zowel online als offline, die verschijnen in

⁵⁰ De volgende mediatypen zijn hierin niet meegenomen omdat die in te weinig gemeenten voorkwamen: niet landelijke commerciële omroepen (TV Limburg, RTV Bunschoten en Salland TV) en een nieuwsblad (de betaalde editie van *De Bunschoter Krant*).

één van de onderzochte gemeenten zijn meegenomen in de dataverzameling (regionale dagbladen, huis-aan-huisbladen, regionale en lokale omroepen, de websites van alle voornoemde traditionele media alsmede hyperlocals⁵¹). In deze media zijn alle berichten die betrekking hadden op de betreffende gemeente aan de hand van een codeboek (beschikbaar via www.persinnovatie.nl) gecodeerd, uitgezonderd sportberichten. Deze berichten zijn gecodeerd op een aantal algemene kenmerken. Voor het onderzoek in dit hoofdstuk is gebruik gemaakt van: mediumtype, onderwerp en wel of geen lokaal beleid en genre.

6.3. Resultaten

Berichtgeving over gemeenten in regionale en lokale media

Er zijn in de onderzochte reguliere nieuws periode 2307 berichten gevonden die betrekking hadden op de 20 gemeenten in dit onderzoek. In de verkiezingsperiode zijn het er iets meer, namelijk 2476. In de verkiezingsperiode werden dus overeenkomstig met wat we verwachtten meer berichten gepubliceerd dan in de reguliere periode.

In tabel 6.1 is per mediumtype te zien hoeveel berichten er in een reguliere nieuwsweek en de periode in aanloop naar de gemeenteraadsverkiezingen bij de diverse mediumtypen zijn gepubliceerd. Het blijkt dat het patroon min of meer hetzelfde is. De top 4 van mediumtypen die het meest publiceren is in beide periodes hetzelfde.

De geprinte versies van de regionale dagbladen spelen in beide periodes een hoofdrol, zij publiceren de meeste berichten op gemeentelijk niveau. In de online versies van de regionale dagbladen waren minder berichten te vinden. Daarmee staat dit medium wel nog op de derde plaats. De tweede nieuwsverstrekker zijn de offline huis-aan-huis bladen, terwijl de online versie van deze media op de vierde plaats staan.

De regionale omroepen publiceren binnen hun organisatie in beide periodes de meeste berichten online⁵² en iets minder via de radio en op televisie. De lokale omroepen zijn het meest actief op de radio. Zij publiceren minder online en de minste berichten verschijnen op de lokale tv.

In de inleiding werd aangegeven dat de verwachting was dat in een periode voorafgaande aan de verkiezingen meer aandacht zou zijn voor berichten op gemeentelijk niveau. Voor de offline versie van de regionale dagbladen en de off- en online versies van de huis-aan huis bladen komt deze verwachting ook uit. De offline huis-aanhuis bladen laten de grootste toename van berichten zien (tabel 6.1). Ze

⁵¹ Dit zijn particuliere websites die niet gelieerd zijn aan een traditionele partij.

⁵² N.B. Het gaat hier enkel om de berichten die alleen online verschijnen. Reguliere televisie- en radio-uitzendingen die in een archief of 'uitzending gemist' zijn geplaatst zijn om dubbeltellingen te voorkomen alleen offline meegeteld. In zekere zin geeft dit een onderschatting van hetgeen er online beschikbaar is, maar een juist beeld van de totale productie van de omroep als geheel.

publiceren bijna een derde meer dan in de reguliere week. Ook de offline lokale omroepen en de hyperlocals blijken meer berichten te publiceren in de verkiezingsperiode dan daar buiten.

Tabel 6.1. Aantal berichten per mediumtype in de reguliere periode en in verkiezingstijd

	reguliere periode	% in reguliere periode	verkiezings-tijd	% in verkiezings-tijd
regionaal dagblad (offline)	530	23,0	626	25,3
regionaal dagblad (online)	312	13,5	261	10,5
regionale omroep (offline radio)	136	5,9	61	2,5
huis-aan-huisblad (offline)	453	19,6	580	23,4
huis-aan-huisblad (online)	225	9,8	240	9,7
regionale omroep (offline tv)	51	2,2	43	1,7
regionale omroep (online)	162	7,0	141	5,7
lokale omroep (offline radio)	158	6,8	172	6,9
lokale omroep (offline tv)	39	1,7	49	2,0
lokale omroep (online)	126	5,5	111	4,5
hyperlocal (online)	115	5,0	192	7,8
Totaal	2.307	100	2.476	100

Tegen de verwachting in blijken ook enkele mediumtypen minder actief te zijn tijdens verkiezingstijd. De online versie van de regionale dagbladen publiceren iets minder berichten en ook op de regionale radio en de regionale tv werden minder berichten uitgezonden. Hoewel de regionale omroepen minder berichten publiceren op gemeenteniveau in verkiezingstijd dient opgemerkt te worden dat niet naar de lengte van de berichten is gekeken. Later in deze paragraaf zal blijken dat er in de verkiezingsperiode andere genres zijn gebruikt waarbij de items vaak langer duren. Mogelijk vormt dit een verklaring voor het feit dat er minder items zijn uitgezonden (zie bijlage tabel 6.9 en 6.10).

In de volgende paragraaf zal worden ingegaan op de vraag in hoeverre de berichten op gemeenteniveau ook betrekking hadden op lokaal beleid.

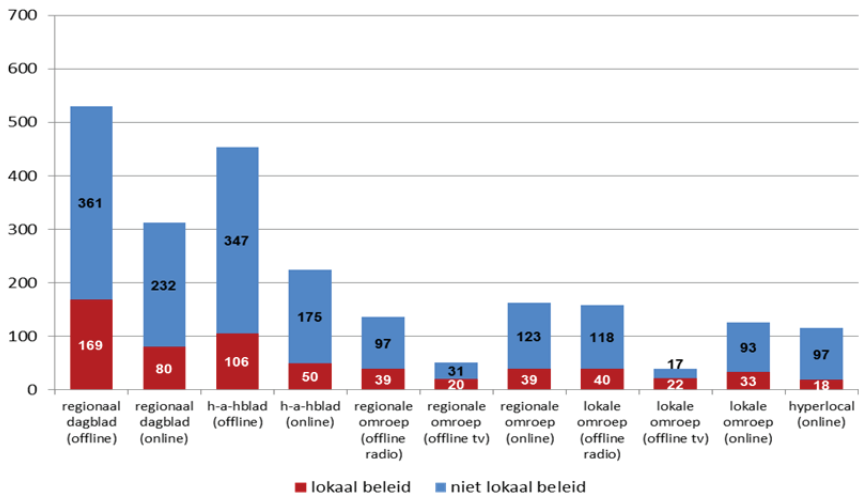
Aandacht voor lokaal beleid

Belangrijk in de lokale en regionale berichtgeving is de vraag in hoeverre inwoners nog voldoende geïnformeerd worden over wat er speelt binnen de lokale gemeenschap waar ze wonen. Daarom is in dit onderzoek aandacht besteed aan nieuws dat betrekking heeft op lokaal beleid. Dit is informatie die bericht over onderwerpen die betrekking hebben op gemeentelijke besluitvorming. Het blijkt dat iets meer dan een kwart van de

berichten die verschijnen over de gemeenten betrekking hebben op lokaal beleid. In verkiezingstijd zijn dat er iets meer dan in de reguliere periode (tabel 6.2). Dit komt overeen met wat we verwachtten.

De verhouding tussen het aandeel berichten dat over lokaal beleid gaat ten opzichte van het totaal aantal berichten over de gemeenten, blijkt in beide periodes min of meer hetzelfde patroon te laten zien (figuur 6.1 en figuur 6.2). Indien er een vergelijking wordt gemaakt tussen de aandacht voor lokaal beleid binnen de specifieke mediumtypen dan blijkt dat in beide perioden bij de mediumtypen die de meeste berichten publiceren, de regionale dagbladen en de huis-aan-huisbladen, ongeveer een kwart tot een derde van de berichten over lokaal beleid gaat. Bij de regionale en lokale omroepen zien we dat er veel grotere verschillen zijn tussen beide periodes. Bij regionale media gaat in de reguliere periode ongeveer 1 op de 3 berichten over lokaal beleid, terwijl dat in verkiezingstijd terugloopt. Bij de regionale radio tot ongeveer 1 op de 5 en bij de online versie zelfs tot 1 op de 9. De lokale media laten juist een tegenovergesteld resultaat zien. Daar gaat in de reguliere periode ongeveer een kwart van de berichten over lokaal beleid, maar stijgt dat in verkiezingstijd tot bijna de helft bij de lokale radio tot bijna driekwart van de berichten bij de lokale tv (figuur 6.1 en figuur 6.2).

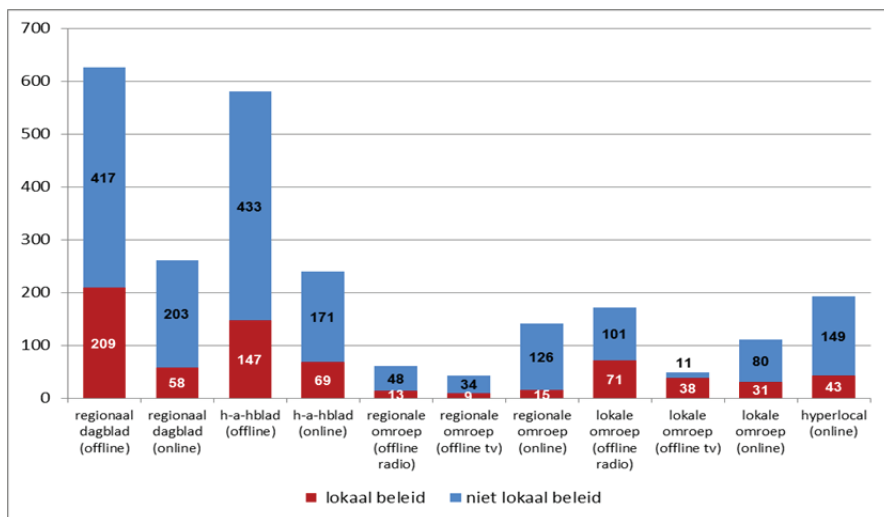
Figuur 6.1. Aandeel berichten over lokaal beleid binnen totaal berichtgeving over de gemeenten verdeeld naar mediumtypen in reguliere periode



Als we specifiek kijken naar de berichten over lokaal beleid bij de verschillende mediumtypen dan blijkt dat ook hier de offline versies van de regionale dagbladen en de huis-aan-huisbladen in beide periodes de meeste berichten verspreiden. Opvallend resultaat is verder dat de regionale en lokale omroepen (zowel online als offline) en de hyperlocals relatief weinig berichten over lokaal beleid (tabel 6.2).

In het onderzoek is speciale aandacht voor de vraag of er verschillen zijn in de berichten met betrekking tot lokaal beleid in een periode waarin gemeenteraadsverkiezingen worden gehouden en een reguliere periode. De verwachting was dat nieuwsmedia in tijden van verkiezingen meer zouden berichten over lokaal beleid. De maatschappelijke taak die ze hebben om burgers te informeren over wat er binnen de lokale politiek speelt is dan van nog groter belang. Een goed geïnformeerde burger kan een beter overgewogen stemkeuze maken. Het blijkt dat er inderdaad meer berichten worden verspreid over lokaal beleid in verkiezingstijd dan erbuiten. Het aantal stijgt van 616 naar 703. Bij de offline regionale dagbladen en de huis-aan-huis bladen nemen de berichten over lokaal beleid ook toe in verkiezingstijd. Ook de lokale radio en televisie, de online versie van de huis-aan- huis bladen berichten meer over lokaal beleid in verkiezingstijd. De lokale media stijgen het meest, zij zenden in verkiezingstijd bijna twee keer zoveel items uit over lokaal beleid dan erbuiten. Deze media die een toename laten zien in de verkiezingsperiode voldoen dus aan de verwachting.

Figuur 6.2. Aandeel berichten over lokaal beleid binnen totaal berichtgeving over de gemeenten verdeeld naar mediumtypen in verkiezingstijd



Tabel 6.2. Berichten over lokaal beleid in reguliere periode ingedeeld naar mediumtypen

	berichten reguliere periode	% per medium- type	berichten verkiezings- tijd	% per medium- type	verschil verkiezings- tijd tov regulier ▼ =minder ▲ =meer
regionaal dagblad (offline)	169	27,4	209	29,7	▲
regionaal dagblad (online)	80	13	58	8,3	▼
huis-aan-huisblad (offline)	106	17,2	147	20,9	▲
huis-aan-huisblad (online)	50	8,1	69	9,8	▲
regionale omroep (offline radio)	39	6,3	13	1,8	▼
regionale omroep (offline tv)	20	3,2	9	1,3	▼
regionale omroep (online)	39	6,3	15	2,1	▼
lokale omroep (offline radio)	40	6,5	71	10,1	▲
lokale omroep (offline tv)	22	3,6	38	5,4	▲
lokale omroep (online)	33	5,4	31	4,4	≈
hyperlocal (online)	18	2,9	43	6,1	▲
totaal	616	100	703	100	

Voor de regionale media, zowel offline- als online versie en ook voor de online versie van regionale dagbladen blijkt dat er juist minder berichten in verkiezingstijd gaan over lokaal beleid (tabel 6.2). Deze mediumtypen voldoen niet aan de verwachting. Bij alle drie de regionale mediumtypen blijkt het aantal berichten over lokaal beleid meer dan gehalveerd. Een mogelijke verklaring zou kunnen zijn dat er in verkiezingstijd gebruik wordt gemaakt van andere genres die langer duren waardoor er weliswaar minder berichten zijn maar mogelijke wel de duur is toegenomen (zie paragraaf genre). In de volgende paragraaf wordt er gekeken naar de onderwerpen die aan bod komen in de berichten.

Onderwerpen in algemeen nieuws over gemeenten

Om zicht te krijgen op de inhoud van de berichtgeving is gekeken naar welke onderwerpen er aan de orde komen. In de algemene berichten over de gemeenten komen de onderwerpen cultuur & vrije tijd en veiligheid & rechtspraak het meest voor (tabel 6.3). Als we de twee periodes vergelijken dan blijkt dat de aandacht voor cultuur & vrije tijd toeneemt in verkiezingstijd, terwijl die voor veiligheid & rechtspraak juist

afneemt. De derde plaats wordt ingenomen door het onderwerp zorg & welzijn. Ook dit onderwerp krijgt minder aandacht in verkiezingstijd. Dit valt op omdat het een actueel onderwerp was tijdens de gemeenteraadsverkiezingen. Er was discussie over de decentralisatie van een groot aantal taken waardoor er meer verantwoordelijkheden bij de gemeenten komt te liggen. Na zorg & welzijn zijn er meerdere onderwerpen die ongeveer evenveel aandacht krijgen. Bij deze onderwerpen blijkt dat bouw & wonen en onderwijs & wetenschap aanzienlijk minder aandacht krijgen in verkiezingstijd. Daarentegen krijgen verkeer & netwerken en natuur & milieu meer aandacht in verkiezingstijd. Verreweg de minste aandacht gaat in beide periodes uit naar minderheden & integratie, in de verkiezingsperiode wordt er nauwelijks aandacht aan dit onderwerp besteed.

Tabel 6.3. Onderwerpen in de gemeentelijke berichten in verkiezingsperiode en in een reguliere periode

	reguliere periode		verkiezingsperiode		aandacht in verkiezingstijd tov regulier ▼=minder ▲=meer
		%		%	
bouw & wonen	210	9,1	87	3,5	▼
cultuur & vrije tijd	558	24,2	618	25	▲
economie & werkgelegenheid	187	8,1	179	7,2	▼
gemeentelijke financiën & bestuur	132	5,7	167	6,7	▲
minderheden & integratie	26	1,1	7	0,3	▼
natuur & milieu	118	5,1	184	7,4	▲
onderwijs & wetenschap	151	6,5	99	4	▼
veiligheid & rechtspraak	561	24,3	441	17,8	▼
verkeer & netwerken	114	4,9	229	9,2	▲
zorg & welzijn	325	14,1	218	8,8	▼
campagnenieuws	0		247	10	▲
totaal	2306	100	2476	100	

Een andere manier waarop in verkiezingstijd de gemeenten terug komen in de berichtgeving is in de vorm van het zogenaamde campagnenieuws. Deze berichten komen veelvuldig voor in verkiezingstijd, 10% van de berichten is campagnenieuws (tabel 6.4). Dit zijn berichten die over de verkiezingscampagne gaan zonder dat inhoudelijke informatie wordt gegeven. Het gaat om zaken als aankondigingen, praktische informatie over stemmogelijkheden etc. Deze zijn dus niet meegenomen bij het nieuws over lokaal beleid. Mede door de aandacht die deze berichten geven aan de verkiezingen worden de verkiezingen wel op de agenda gezet. Dit kan een positief effect hebben op de opkomst bij de verkiezingen. Maar de burger die een inhoudelijke afweging wil maken is

aangewezen op inhoudelijk nieuws over lokaal beleid. Het blijkt dat vooral de papieren versies van huis-aan-huisbladen en de regionale dagbladen veel campagnenieuws verspreiden. Daarnaast zien we dat er in de hyperlocals ook redelijk wat aandacht is voor campagnenieuws.

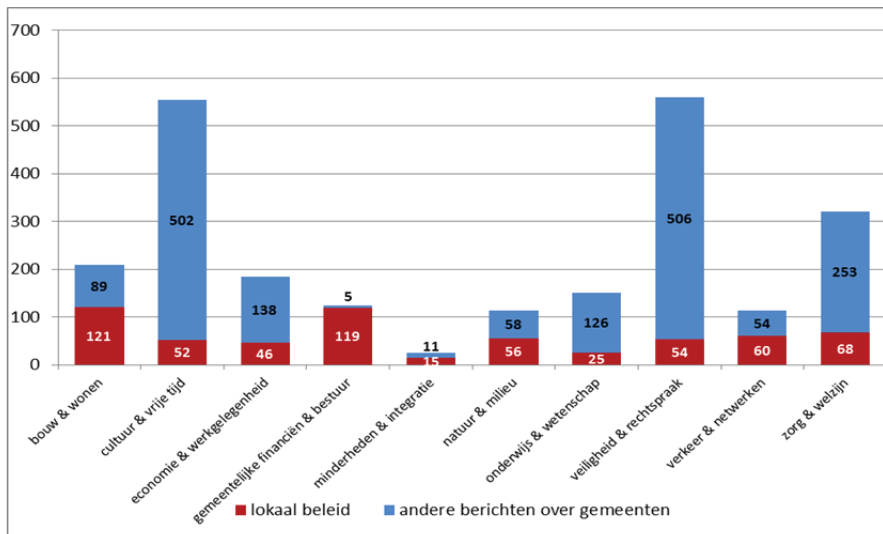
Tabel 6.4. Aantal berichten over campagnenieuws in de mediumtypen

	aantal berichten campagne-nieuws	% per medium-type
regionaal dagblad (offline)	62	25,1
regionaal dagblad (online)	18	7,3
huis-aan-huisblad (offline)	84	34
huis-aan-huisblad (online)	22	8,9
lokale omroep (offline - radio)	11	4,5
lokale omroep (offline - tv)	1	0,4
lokale omroep (online)	7	2,8
regionale omroep (offline radio)	3	1,2
regionale omroep (offline tv)	5	2
regionale omroep (online)	8	3,2
regionale omroep online	1	0,4
hyperlocal (online)	25	10,1
totaal	247	100

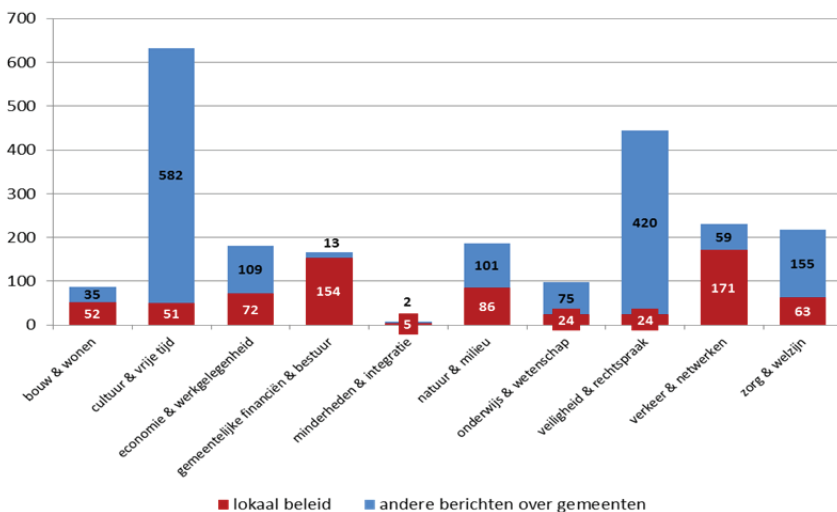
Onderwerpen bij berichten over lokaal beleid

Als binnen de algemene berichten over de gemeenten wordt gekeken hoeveel aandacht er wordt besteed aan lokaal beleid, dan zien we dat bij het onderwerp gemeentelijke financiën & bestuur bijna alle berichten over lokaal beleid gaan (figuur 6.3 en 6.4). Dit is inherent aan het onderwerp dat specifiek gaat over de gemeente en over bestuurlijke zaken. Ook bij onderwerpen als bouw & wonen, natuur & milieu en verkeer & netwerken gaan meer dan de helft van de berichten over lokaal beleid. Bij de onderwerpen waar de meeste algemene berichten op gemeenteniveau over verschijnen, namelijk cultuur & vrije tijd en veiligheid & rechtspraak wordt relatief weinig aandacht aan lokaal beleid besteed. Ongeveer 1 op de 10 berichten. In verkiezingstijd neemt dit aandeel bij veiligheid & rechtspraak zelfs nog af en gaat nog maar 1 op de 20 berichten over lokaal beleid (figuur 6.4). Dit is een opvallend resultaat omdat veiligheid & rechtspraak op landelijk niveau tijdens verkiezingen vaak een belangrijk onderwerp is. Bij het onderwerp zorg & welzijn blijkt in de reguliere periode 1 op de 5 berichten over lokaal beleid te gaan. Dit blijkt in verkiezingstijd op te lopen tot bijna 1 op de 3.

Figuur 6.3. Verhouding tussen algemene berichten over gemeenten en aandeel lokaal beleid, per onderwerp in een reguliere periode



Figuur 6.4. Verhouding tussen algemene berichten over gemeenten en aandeel lokaal beleid, per onderwerp in een verkiezingsperiode



Vervolgens kijken we specifiek naar de aandacht die besteed wordt aan nieuws over lokaal beleid (tabel 6.5). Het blijkt dat in een reguliere periode de meeste aandacht wordt besteed aan het onderwerp bouw & wonen en aan gemeentelijke financiën & bestuur. Bouw & wonen krijgt echter veel minder aandacht in verkiezingstijd. In de verkiezingsperiode gaat de meeste aandacht uit naar verkeer & netwerken en naar gemeentelijke financiën & bestuur. Verkeer & netwerken krijgt veel meer aandacht dan in de reguliere periode. Het blijkt dat bij de berichtgeving over lokaal beleid in beide periodes een aantal belangrijke maatschappelijke onderwerpen relatief weinig aandacht krijgen. Dit zijn economie & werkgelegenheid, natuur & milieu, zorg & welzijn en onderwijs & wetenschap. Het onderwerp waar in beide periodes verreweg het minste aandacht aan wordt besteed, terwijl het toch kan worden gezien als een belangrijk maatschappelijk thema, is minderheden en integratie. Dit onderwerp komt eigenlijk nauwelijks voor in beide periodes.

Tabel 6.5. Onderwerpen in de berichten over lokaal beleid in een reguliere periode en in verkiezingsperiode (*=1 missing)

	reguliere periode		verkiezingsperiode		aandacht in verkiezingstijd tov regulier ▼ = minder ▲ = meer
		%		%	
bouw & wonen	121	19,6	52	7,4	▼
cultuur & vrije tijd	52	8,4	51	7,3	≈
economie & werkgelegenheid	46	7,5	72	10,3	▲
gemeentelijke financiën & bestuur	119	19,3	154	21,9	▲
minderheden & integratie	15	2,4	5	0,7	▼
natuur & milieu	56	9,1	86	12,3	▲
onderwijs & wetenschap	25	4,1	24	3,4	≈
veiligheid & rechtspraak	54	8,8	24	3,4	▼
verkeer & netwerken	60	9,7	171	24,4	▲
zorg & welzijn	68	11,0	63	9,0	≈
totaal	616	100	702*	100	

Wat de inhoud betreft kan dus worden geconcludeerd dat er in de lokale en regionale media relatief weinig aandacht wordt besteed aan maatschappelijke onderwerpen die landelijk wel vaak op de agenda staan zoals zorg, onderwijs, veiligheid en rechtspraak. Dit geldt voor een reguliere periode maar zeker ook voor verkiezingstijd. Dit betekent dat burgers weinig toegang hebben tot informatie over wat er binnen deze maatschappelijke onderwerpen speelt in hun gemeenschap. In hoofdstuk 5 wordt een aantal resultaten besproken die laten zien in welke onderwerpen het publiek geïnteresseerd is.

Daaruit blijkt dat zij zeggen juist wel interesse te hebben voor deze maatschappelijke onderwerpen.

Gebruik van genres in berichten lokaal beleid

Tenslotte is er bij de berichtgeving over lokaal beleid gekeken welke genres er gebruikt worden. Het gebruikte genre zegt iets over de aard van de informatie die wordt gegeven. Feitelijke, korte informatie wordt vaker verstrekt via het genre nieuwsbericht/verhaal, terwijl duiding en achtergrondinformatie vaker worden gegeven in genres als achtergrondartikel of een verslag/reportage.

Tabel 6.6. Genres gebruik in de berichten over lokaal beleid in reguliere periode en verkiezingsperiode (*=1 missing)

	reguliere periode		verkiezingsperiode		aandacht in verkiezingstijd tov regulier ▼=minder ▲=meer
		%		%	
nieuwsbericht/verhaal	498	81,0	379	53,9	▼
verslag/reportage	32	5,2	53	7,5	▲
interview	43	7,0	96	13,7	▲
column/commentaar	9	1,5	26	3,7	▲
achtergrondartikel	33	5,4	86	12,2	▲
debat	0	0,0	63	9,0	▲
totaal	615	100	703	100	

Het blijkt dat het genre nieuwsbericht/nieuwsverhaal verreweg het meeste wordt gebruikt. Tabel 6.6 laat zien dat in een reguliere periode nauwelijks gebruik wordt gemaakt van een ander genre. In verkiezingstijd wordt dit genre weliswaar ook in meer dan de helft van de berichten gebruikt, maar is er meer ruimte voor ander genres zoals het debat. Dit genre komt in een reguliere periode helemaal niet voor. Om burgers naast informatie ook duiding te bieden, zou je verwachten dat er gebruik wordt gemaakt van de genres achtergrond en verslag/reportages. Het blijkt dat deze genres vaker worden gebruikt in verkiezingstijd. De achtergrondartikelen worden in beide periodes vooral geplaatst bij de offline regionale dagbladen (zie bijlage tabel 6.7 en 6.8).

Bij de lokale en regionale omroepen blijken de genres interview en debat vaker voor te komen. Interviews komen in een reguliere periode vaak voor bij de regionale en lokale radio. In verkiezingstijd blijkt vooral de lokale radio veel gebruik te maken van de

genres debat en interview. Eerder concludeerden we dat er binnen de regionale omroep in verkiezingstijd minder berichten over lokaal beleid waren. Daarvoor is geen duidelijke verklaring gevonden in het gebruik van genres. De resultaten laten zien dat de regionale omroep in verkiezingstijd, minder bijdraagt aan de berichtgeving over lokaal beleid dan in een reguliere periode.

We kunnen concluderen dat de berichtgeving over lokaal beleid in een reguliere periode vooral plaatsvindt via nieuwsberichten/verhalen die gericht zijn op informatieoverdracht. In verkiezingstijd wordt een grotere diversiteit aan genres gebruikt, zoals debat, achtergrond en interview. Deze genres kenmerken zich o.a. door de mogelijkheid om duiding te geven aan gebeurtenissen en om kritische/controlerende vragen te stellen. De media lijken daarmee in verkiezingstijd een bredere invulling te geven aan hun maatschappelijke functie. Een specifiekere analyse op de inhoud zou daar uitsluitsel over kunnen geven.

6.4 Conclusie en discussie

In het onderzoek stonden drie concrete onderzoeksvragen centraal die in deze paragraaf worden beantwoord binnen de overkoepelende context van het onderzoeksproject.

De eerste vraag luidde:

1. In welke mate wordt er door lokale en regionale media bericht over de gemeenten en in welke mate hebben deze berichten vervolgens betrekking op het lokale beleid? Wat zijn de verschillen tussen een reguliere periode en een verkiezingsperiode?

Dit onderzoek laat zien dat er een redelijk aantal berichten over een specifieke gemeente beschikbaar zijn voor de burgers die wonen in deze gemeente. De meeste kans maakt de burger om in een regionaal dagblad of in een huis-aan-huis blad iets over zijn gemeente te lezen. Er verschijnen in zowel de reguliere periode als ook in verkiezingstijd ongeveer 120 berichten per gemeente per week in alle regionale en lokale media (offline en online) die deze burgers ter beschikking hebben.

Als we kijken hoeveel van dit aanbod daadwerkelijk over lokaal beleid gaat, dus informatie verschaft over inhoudelijke zaken die binnen de gemeente spelen, dan blijkt dat bij ongeveer een kwart van de berichten te zijn.

De verwachting dat er in verkiezingstijd meer aandacht zou worden besteed aan lokaal beleid blijkt uit te komen. Die toename is echter zeer gering. Er verschijnen in verkiezingstijd meer berichten over lokaal beleid, ongeveer 100 meer. Wat betekent dat voor het nieuwsaanbod? In de reguliere periode verschenen er 616 berichten wat

omgerekend betekent dat er 30 berichten verschijnen per gemeente per week. In verkiezingstijd verschijnen er in totaal 703 berichten per week die betrekking hebben op lokaal beleid over het totaal van 20 gemeenten. Dit betekent dat er ongeveer 35 berichten per gemeente in een week verschijnen. Een toename van slechts 5 berichten per week. In hoeverre deze toename ook daadwerkelijk zorgt voor meer aandacht voor informatie over belangrijke beleidsonderwerpen die in de gemeente speelden is niet met deze resultaten te beantwoorden. Als het aantal wordt gerelateerd aan het feit dat het hier het totale nieuwsaanbod betreft, moeten we constateren dat er 4 of 5 berichten per dag verschijnen over lokaal beleid. Gezien het aantal nieuwsmedia dat in ieder gemeente beschikbaar is (zie www.persinnovatie.nl) kunnen we in het algemeen concluderen dat er weinig aandacht is voor berichtgeving over lokaal beleid bij de regionale en lokale media. De toename in verkiezingstijd lijkt in verhouding tot het aantal beschikbare nieuwsmedia niet erg groot.

De tweede vraag luidde:

- | |
|---|
| <p>2. Welke onderwerpen komen in welke mate aan de orde in het nieuws en in welke mate wordt hierin de link gelegd met lokaal beleid? Wat zijn de verschillen tussen een reguliere periode en een verkiezingsperiode?</p> |
|---|

De meeste van de algemene berichten over de gemeenten gaan in beide periodes over de onderwerpen cultuur & vrije tijd en over veiligheid & rechtspraak. Dat er meer algemene berichten op gemeentelijk niveau zijn in verkiezingstijd komt doordat er tijdens de verkiezingscampagne bijna 250 berichten zijn die over de verkiezingscampagne gaan. Dit zijn vooral aankondigingen van de verkiezingen, meldingen van wijkbezoeken van politici, sfeerverslagen vanuit stembureaus. Er wordt in deze berichten geen inhoudelijke informatie verstrekt die de kiezer helpt bij het maken van een keuze.

Hoewel er wel enkele verschillen tussen de periodes zijn gevonden, blijkt dat inhoudelijke thema's zoals economie & werkgelegenheid, natuur & milieu, en onderwijs & wetenschap relatief weinig aandacht krijgen ten opzichte van het onderwerp cultuur & vrije tijd. Het onderwerp waar regionale en lokale media in beide periodes nauwelijks aandacht aan besteden is minderheden & integratie. Dit is opvallend omdat het kan worden gezien als een belangrijk maatschappelijk thema dat op landelijk niveau wel regelmatig op de politieke en media-agenda terug te vinden is. Een ander opvallend resultaat is dat de veranderingen in de zorg in verkiezingstijd weinig aandacht krijgen in relatie tot lokaal beleid. Pas in het najaar, als de invoering van de wet aanstaande is, trekt de berichtgeving over de zorg in relatie met lokaal beleid aan. Op basis van dit resultaat kunnen we concluderen dat de regionale en lokale media hun publieke functie om burgers te informeren over belangrijke issues bij deze gemeenteraadsverkiezingen maar in beperkte mate hebben waargemaakt.

3. Welke genres worden gebruikt bij de berichtgeving over lokaal beleid in de nieuwsvoorziening van lokale en regionale media? Wat zijn de verschillen tussen een reguliere periode en een verkiezingsperiode?

De berichten over lokaal beleid bestaan hoofdzakelijk uit informatieve, vaak korte nieuwsberichten/verhalen. In verkiezingstijd blijkt dat er wel meer gebruik wordt gemaakt van genres die gericht zijn op duiding en achtergrond. Vooral bij de lokale radio en televisie gebruikt men in verkiezingstijd genres waarmee men een bijdrage kan leveren aan de politieke publieke discussie zoals debat en interviews. Het genre achtergrond komt buiten de verkiezingen weinig voor, tijdens de verkiezingen weliswaar in iets grotere mate, maar vooral voor rekening van de redacties van regionale dagbladen.

Ons onderzoek laat zien dat de constatering van Buijs⁵³ dat de dienstbaarheid aan de lokale gemeenschap op de regionale redacties nauwelijks tot uiting komt, ook daadwerkelijk gevolgen heeft voor de inhoud van het regionale nieuws. Zijn constatering dat de redacties meer oog hebben voor de dienstbaarheid aan gemeenschap in verkiezingstijd zien we in ons onderzoek maar in beperkte mate direct terug. Wel kunnen we concluderen dat de regionale dagbladen het in dit onderzoek relatief goed doen. Zij publiceren in vergelijking met de regionale omroepen wel meer over gemeenten en ook over lokaal beleid. Maar we moeten ook concluderen dat de wekelijkse huis-aan-huisbladen in verhouding ook veel aandacht besteden aan gemeentelijk nieuws en lokaal beleid. Wel wordt in dit mediumtype minder gebruik gemaakt van achtergrondartikelen. Gezien de ontwikkelingen binnen de regionale dagbladen waarin bezuinigingen meer regel dan uitzonderingen zijn is dit een punt van zorg. Recentelijk werden in deze sector de volgende grote bezuinigingsrondes aangekondigd.

Mochten optimisten hopen dat nieuwe mogelijkheden via internet voor een groter en diverser aanbod gaan zorgen, dan bevestigen de resultaten van dit onderzoek dat niet. De online berichtgeving, ook van nieuwe initiatieven als hyperlocals blijft achter bij de bestaande offline mediumtypen. De zorgen die er onder andere in het pas verschenen RMO rapport⁵⁴ en de brieven van Staatssecretaris Dekker⁵⁵ aan de Tweede Kamer, werden geuit met betrekking tot het belang van een pluriform en divers nieuwsaanbod zeker op regionaal niveau, lijken door dit onderzoek ondersteund te worden. Het is van belang dat

⁵³ Buijs, K. (2014) *Regionale journalistiek in spagaat*. Den Haag: Boom, p.204.

⁵⁴ RMO (2014), *Meerstemmigheid laten klinken, Journalistiek in een veranderend medialandschap*, Den Haag: Raad voor Maatschappelijke Ontwikkeling.

⁵⁵ TK (2013/2014). Brief van de staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap. Tweede Kamer, vergaderjaar 2013/2014, 33750-viii, nr. 104. TK (2014/2015). Toekomst mediabeleid. Brief van de staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap. Tweede Kamer, vergaderjaar 2014/2015, 32827, nr. 67.

regionale media zich herpakken en dat er een ontwikkeling plaats gaat vinden waarin informatie en duiding over lokale en regionale gebeurtenissen de prominente plaats krijgen die ze verdienen. Op dit moment bestaat het nieuws grotendeels uit aankondigingen en nieuwsberichten en korte berichten op cultureel gebied. Ook met de beperkte middelen is het van belang te letten op inhoudelijke kwaliteit en diversiteit. Het is van belang open te staan voor nieuwe impulsen, zodat in de toekomst de maatschappelijke functie van regionale en lokale nieuwsmedia in hun berichtgeving terug te vinden is en hun bestaansrecht wordt gewaarborgd.

Bijlage bij hoofdstuk 6

Tabel 6.7. Genres van berichten over lokaal beleid in de mediumtypen in reguliere periode

	nieuws- bericht/ verhaal	achter- grond- artikel	column/ commentaar	inter- view	verslag/ reportage	totaal
huis-aan-huisblad (offline)	93	4	3	2	4	106
huis-aan-huisblad (online)	38	8	2	1	1	50
hyperlocal (online)	16				2	18
regionaal dagblad (offline)	138	19	4		7	168
regionaal dagblad (online)	78	2				80
regionale omroep (offline radio)	25			9	5	39
regionale omroep (offline tv)	11			3	6	20
regionale omroep (online)	39					39
lokale omroep (offline radio)	26			11	3	40
lokale omroep (offline tv)	4			16	2	22
lokale omroep (online)	30			1	2	33
totaal	498	33	9	43	32	615

Tabel 6.8. Genres van berichten over lokaal beleid in de mediumtypen in verkiezingsperiode

	nieuws- bericht/ verhaal	achter- grond- artikel	column/ commen- taar	debat	inter- view	talk- shows	verslag/ reportage	totaal
huis-aan-huisblad (offline)	93	11	11		16		16	147
huis-aan-huisblad (online)	46	8	4		6		5	69
hyperlocal (online)	22	8	1	2	7		3	43
regionaal dagblad (offline)	111	50	9		22		17	209
regionaal dagblad (online)	45	5	1				7	58
regionale omroep (offline radio)	4			3	5		1	13
regionale omroep (offline tv)	1			2	4		2	9
regionale omroep (online)	14	1						15
lokale omroep (offline radio)	17	3		27	22		1	70
lokale omroep (offline tv)	1			3	8	26		38
lokale omroep (online)	24				6		1	31
totaal	378	86	26	37	96	26	53	703

7.

De burger, het maatschappelijk middenveld en de politiek in lokale en regionale media

Een vergelijking van brongebruik in het nieuws over de gemeenteraadsverkiezingen van 2014 en een reguliere periode.

Niek Hietbrink
Liesbeth Hermans

7.1. Inleiding en vraagstelling

Media worden geacht een bijdrage te leveren aan het publieke debat en daarmee aan maatschappelijke betrokkenheid en burgerschap. In het publieke debat zijn de zorgen over de democratische functie van de regionale en lokale media niet van de lucht⁵⁶ en in samenhang hiermee maakt men zich ook zorgen over de kwaliteit van de lokale democratie.⁵⁷ Dit geldt in het bijzonder voor lokale en regionale media.⁵⁸ Vooral in tijden van verkiezingen hebben media de taak de burger te betrekken bij het zowel het formele, als het informele politieke debat.⁵⁹ Tegen deze achtergrond wordt in dit hoofdstuk gekeken naar het brongebruik van lokale en regionale media. Achterliggende ideeën over de rol die media voor burgers en de rol die burgers in het nieuws zouden kunnen spelen worden in dit hoofdstuk ontleend aan de theorievorming rond civiele journalistiek⁶⁰ en deliberatieve democratie.⁶¹

Buijs spreekt in zijn recente proefschrift over regionale journalistiek in dit verband over het ‘burgermodel’ in de journalistiek. Hij concludeert dat het in de praktijk geen vanzelfsprekend principe is om dit burgermodel centraal te stellen:

⁵⁶ Pleijter, A. ‘Terugkijken: Nieuwsuur over lokale journalistiek en lokale democratie.’ In: *De Nieuwe Reporter*, 1 maart 2014. <http://www.denieuwereporter.nl/2014/03/terugkijken-nieuwsuur-over-lokale-journalistiek-en-lokale-democratie/> (06-03-2014)

⁵⁷ Keulemans, M. (2014), Hoe democratie uit de gemeente verdween, *De Volkskrant*, 10-03-2014.

⁵⁸ Rutten, P. (2006), *De toekomst van de regionale publieke omroep: verkenning van maatschappelijke, culturele en journalistieke betekenissen*. Hilversum: Stichting ROOS.

⁵⁹ Voorst, E. van (2013), *Democratie, Deliberatie en de Media*, Ongepubliceerd paper, Zwolle: Lectoraat Media en Civil Society.

⁶⁰ Drok, N. (2015). ‘Participatie in en via de journalistiek; De relevantie van civiele journalistiek in het digitale tijdperk’, *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 43(1), te verschijnen.

⁶¹ Voorst, E. van (2013), *Democratie, Deliberatie en de Media*, Ongepubliceerd paper, Zwolle: Lectoraat Media en Civil Society.

“Het dagelijkse nieuwsproces vertoont nauwelijks kenmerken uit het burgermodel. Alleen in de bijzondere projecten zoals de gemeenteraadsverkiezingen, het debat over de leefbaarheid van de binnenstad en de ontwikkeling van de spoorzone, blijkt de dienstbaarheid aan de gemeenschap expliciet voorop te staan. Nieuwsverhalen worden zelden van onderop benaderd maar vrijwel altijd vanuit de instituties (zowel overheden als ondernemingen en maatschappelijke organisaties). De kwaliteitsmaatstaven die redacteuren zeggen te belijden, verwijzen ook niet naar het bevorderen van actief burgerschap en burgerparticipatie als journalistieke opdracht.”⁶²

In de literatuur over civiele journalistiek wordt bepleit om juist aandacht te geven aan het perspectief van de burger. Dit sluit aan bij wat de expressiefunctie van journalistiek wordt genoemd.⁶³ Regionale en lokale media kunnen deze expressiefunctie vervullen door zich te oriënteren op de agenda van de burger⁶⁴, maar ook door ervoor te zorgen dat de burger in de media wordt gerepresenteerd, bijvoorbeeld door de burger als bron te gebruiken bij nieuwsonderwerpen. Niet alleen individuele burgers zouden deze rol kunnen vervullen, maar ook zij die zich, formeel of informeel, hebben georganiseerd, in actiegroepen verenigingen of maatschappelijke organisaties. Deze benadering pleit er overigens niet voor om alléén het burgerperspectief te hanteren, een misvatting die nogal eens gehoord wordt⁶⁵, maar doet een oproep om minder vaak alleen het institutionele perspectief te hanteren en daar andere perspectieven (o.a. burgers, deskundigen, maatschappelijke organisaties) tegenover te plaatsen.

Media kunnen de burger betrekken bij het politieke proces door burgers te voorzien van informatie die voor maatschappelijke participatie nodig is (zie Hoofdstuk 6) en anderzijds kunnen ze de burger ook (impliciet of expliciet) uitnodigen tot participeren, door voorbeelden van actief burgerschap te representeren.⁶⁶ In tijden van verkiezingen zijn de meest in het oog springende aspecten van participatie de deelname aan politieke discussies en de gang naar de stembus.

Eerder onderzoek suggereert dat de burger maar in beperkte mate aan het woord komt in het nieuws.^{67,68,69} Maar er zijn ook aanwijzingen dat de burger in het

⁶² Buijs, K. (2014). *Regiojournalistiek in Spagaat*. Den Haag: Boom, p.132

⁶³ Bakker P. (1998), *Regionale journalistiek, de pluriformiteit voorbij*. Amsterdam: Het Spinhuis.

⁶⁴ Drok, N (red.) (2007). *De toekomst van de journalistiek*. Amsterdam: Boom.

⁶⁵ Fransens, R (2014) *Civiele Journalistiek: Redding van het vak?*, Mediareactie. <http://www.media-redactie.net/2014/03/26/civiele-journalistiek-redding-van-het-vak/>

⁶⁶ Ahva, Laura (2010). *Public Journalism and Professional Reflexivity in Finnish Newspapers*. Tampere: Tampere University Press. Published online: <http://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/66684/978-951-44-8288-5.pdf?sequence=1>

⁶⁷ Pleijter, A., E. Willemsen en L. Hermans (1997), ‘De definitiemacht van journalisten: een case study naar de wijze waarop regionale dagbladjournalisten met informatiebronnen omgaan’, *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 1997(4), 281-303.

algemeen een opmars aan het maken is in zowel het regionale nieuws⁷⁰ als op landelijk niveau.⁷¹ Als burgers worden opgevoerd dan blijkt dat burgers vaker in het nieuws komen in een passieve burgerrol (een vox pop), als aanleiding voor het nieuws (slachtoffer of dader) of in een aanvullende rol (ooggetuige). Minder vaak komen ze aan het woord in een actieve rol die aansluit bij civiele journalistiek, waarin het burgerperspectief substantieel gerepresenteerd wordt, bijvoorbeeld als vertegenwoordiger van een groep of een burger die participeert in het maatschappelijk verkeer.

Afbeelding 1. Voorbeeld van een burger in de rol van betrokkene/slachtoffer/ooggetuige. (bron: NOS.nl)

"Ze zeiden gewoon: je bent niet ziek genoeg"



Buijs constateerde dat in de taakopvatting van regionale journalisten het burgerperspectief tijdens gemeenteraadsverkiezingen wel een belangrijke plaats in zou nemen. Dat geeft aanleiding om de rol die burgers als opgevoerde bron in het nieuws spelen tijdens en buiten verkiezingen te onderzoeken. Door dit bij alle mediumtypen te onderzoeken kan worden nagegaan bij welke media dit meer of minder speelt. Zo zou

⁶⁸ Costera Meijer, I., D. Ilievski en D. Kreemers (2013), 'Waardevolle journalistiek in de regio'. In: Q. Kik en L. Landman (2013), *Nieuwsvoorziening in de Regio*, Stimuleringsfonds voor de Pers - Den Haag: AMB

⁶⁹ Zie Buijs, K. (2014). *Regiojournalistiek in Spagaat*. Den Haag: Boom. P 38.

⁷⁰ Hietbrink en Hermans (2013). *Regionale media, democratie en burgerschap*. Paperpresentatie Etnaal van de Communicatiewetenschap, 7 en 8 januari 2013, Rotterdam.

⁷¹ Kleemans, M., Oudenbroek, D., Hermans, L., & Schaap, G. (2014). *Meer 'Miep' in het journaal? Een longitudinale inhoudsanalyse naar de veranderende rol van geïnstitutionaliseerde bronnen en burgerbronnen in televisienieuws*, Paper gepresenteerd Etnaal van de Communicatiewetenschap, 2014 Wageningen.

het kunnen zijn dat lokale media dichter bij de burger staan dan regionale media. En van de zogenaamde hyperlocals, vaak gezien als een vorm van burger-journalistiek, mag men ook verwachten dat zij het burgerperspectief relatief sterk naar voren laten komen.

Analyse van het brongebruik kan belangrijke indicaties geven over de vraag in hoeverre lokale en regionale media het burgerperspectief hanteren en of het inderdaad een belangrijker rol speelt in de context van de gemeenteraadsverkiezingen. Als aanvulling op eerder kleinschaliger onderzoek naar brongebruik en burgerrollen brengt dit onderzoek een beeld dat meer representatief is voor het lokale en regionale nieuws tijdens en buiten de verkiezingen.

Daar waar in eerder onderzoek uitspraken konden worden gedaan over één of enkele mediumtypen worden in dit onderzoek alle in de betreffende gemeenten aanwezig media onderzocht: zowel print als omroep, zowel lokaal als regionaal en websites van traditionele media en de zogenaamde hyperlocals. Wat dat betreft is dit onderzoek representatief voor alle mediumtypen. Uit eerder onderzoek bleek al dat er aanzienlijke verschillen kunnen zijn in opgevoerde bronnen tussen verschillende media. Zo bleek bijvoorbeeld, dat de vox pop veel meer gebruikt werd bij audiovisuele media dan bij printmedia.⁷² Verder kan men zich voorstellen dat media met relatief kleine redacties minder mogelijkheid hebben om per bericht meerdere bronnen te raadplegen.

In dit hoofdstuk wordt de volgende globale onderzoeksvraag gehanteerd:

Welke bronnen worden door lokale en regionale media in welke mate opgevoerd in de berichtgeving over lokaal beleid in de berichtgeving tijdens de gemeenteraadsverkiezingen in vergelijking met een reguliere periode?

Voor beide periodes worden de onderstaande deelvragen beantwoord:

1. Hoe groot is het aantal opgevoerde bronnen tijdens en buiten verkiezingstijd bij de verschillende mediumtypen?

2. Wat is de verhouding in het opvoeren van institutionele bronnen, het maatschappelijk middenveld⁷³ en burgers in de nieuwsvoorziening van lokale en regionale media tijdens en buiten verkiezingstijd?

⁷² Hietbrink en Hermans (2013). *Regionale media, democratie en burgerschap*. Paperpresentatie Etmaal van de Communicatiewetenschap, 7 en 8 januari 2013, Rotterdam.

⁷³ Met de term 'maatschappelijk middenveld' worden hier alle bronnen bedoeld die tussen de Institutionele Politiek en de (niet formeel georganiseerde) Burger gevonden worden. Daaronder vallen in dit hoofdstuk: maatschappelijke organisaties, deskundigen, andere media en bedrijven (veelal: de middenstand).

3. In welke rollen wordt de burger in lokale en regionale media opgevoerd als bron, tijdens en buiten verkiezingstijd?

7.2 Methode

Voor de methode wordt in eerste instantie verwezen naar de Verkorte methodiek op pagina 15 Hier volgen slechts noodzakelijke aanvullende opmerkingen. Belangrijk is om te vermelden dat hier slechts gekeken is naar het brongebruik in berichten over lokaal beleid. Het gaat namelijk om de manier waarop media het politieke aspect van burgerschap representeren. In dit onderzoek worden alle opgevoerde bronnen gecodeerd. Dat wil niet zeggen dat de journalist niet meer bronnen heeft gebruikt in zijn voorbereiding, maar die zijn niet zichtbaar in het uiteindelijke product. Het vermelden van bronnen behoort bij wat men brontransparantie noemt.⁷⁴

Om de verhouding tussen de drie typen bronnen institutioneel, maatschappelijk middenveld en burgers te kunnen bepalen zijn de gebruikte bronnen in deze drie hoofdcategorieën ingedeeld. Bij de institutionele bronnen wordt onderscheid gemaakt tussen overheid/bestuur en politici. Bij overheid en bestuur bestond het merendeel van de bronnen uit burgemeester en wethouders en een klein deel uit het ambtenarenapparaat. In grote lijnen representeren zij de zittende macht. Raadsleden en andere politici (in tegenstelling tot overheid/bestuur vaak tot de oppositie behorend) zijn er om de zittende macht te controleren. Zij kunnen dus in het kader van de kritiekfunctie van de media worden opgevoerd. De verhouding tussen deze twee bronnen geeft een indicatie voor de aandachtverdeling tussen de zittende macht en de oppositie. Journalisten zullen in de regel streven naar een zeker evenwicht tussen beide typen institutionele bronnen. Met name wanneer de zittende macht veruit de overhand heeft kan men zich afvragen of de oppositie wel voldoende aan het woord wordt gelaten om hun perspectief over het voetlicht te brengen en een kans te maken bij het electoraat. Bij de bestudering van landelijke politieke campagnes wordt een dergelijke redenering vaak gehanteerd.⁷⁵

Bij het ‘maatschappelijk middenveld’ gaat het om andere media, experts en maatschappelijke organisaties en ondernemers. Van deze bronnen worden experts meestal als de meest onafhankelijke bronnen gezien. Volledige onafhankelijkheid bestaat natuurlijk niet, maar dit type bronnen is zeer geschikt, zo niet noodzakelijk om het nieuws kritisch te kunnen duiden en van context te kunnen voorzien.⁷⁶ Maatschappelijke organisaties zijn uiteraard niet onafhankelijk maar zijn wel formele vertegenwoordigers

⁷⁴ Rennen, T. (2000), *Journalistiek als kwestie van Bronnen*, Delft: Eburon.

⁷⁵ Brants, K. en P. van Praag (red.) (2014), *Media, macht en politiek: de verkiezingscampagne van 2012*, Diemen: AMB.

⁷⁶ Kussendrager, N. en D. van der Lugt, B. Verschoor (2014), *Basisboek Journalistiek*, Groningen Wolters Noordhoff.

van een deel van de samenleving en dragen vanuit hun specifieke rol bij aan de expressiefunctie van het nieuws. Hoewel ondernemers (het bedrijfsleven), zeker in een landelijke context, tot het institutionele perspectief worden gerekend hebben wij er in de context van lokale verkiezingen voor gekozen ook deze tot het maatschappelijk middenveld te rekenen. In de gemeentelijke berichtgeving gaat het hier voor een belangrijk deel om het midden- en kleinbedrijf of de lokale middenstand. Zij wijken af van de andere bronnen in deze groep in de zin dat zij een veel specifiekere en eenzijdiger belang dienen en wat dat betreft zeker niet als onafhankelijke bronnen te beschouwen zijn. Tot slot gebruiken journalisten veelvuldig andere media als bron. Ook deze rekenen we tot het maatschappelijk middenveld: het domein tussen (politieke) instituties en de burger.

Deze laatste, de burger, is de laatste categorie die wordt onderscheiden. Zoals beargumenteerd worden, mede op basis van eerder onderzoek, vier verschillende rollen onderscheiden waarin de journalist de burger als bron kan opvoeren. Ten eerste kan de burger als toevallige voorbijganger of vox pop worden opgevoerd. Dit wordt beschouwd als een passieve burgerrol. Deze bron geeft geen inhoudelijke informatie en kan vervangen worden door een willekeurige ander bron. Dan is er de rol van slachtoffer, betrokkene of ooggetuige, een tussenvorm tussen passieve en actieve rol. Hier geeft de burger vaak wel inhoudelijke informatie, maar de bijdrage is veelal in omvang beperkt en betreft het persoonlijk perspectief.⁷⁷ Tot slot worden twee actieve burgerrollen onderscheiden: de participerende burger en de vertegenwoordiger van een groep. Deze opereren beide in het publieke domein.⁷⁸

7.3 Resultaten

7.3.1 *Het aantal bronnen per bericht en per medium*

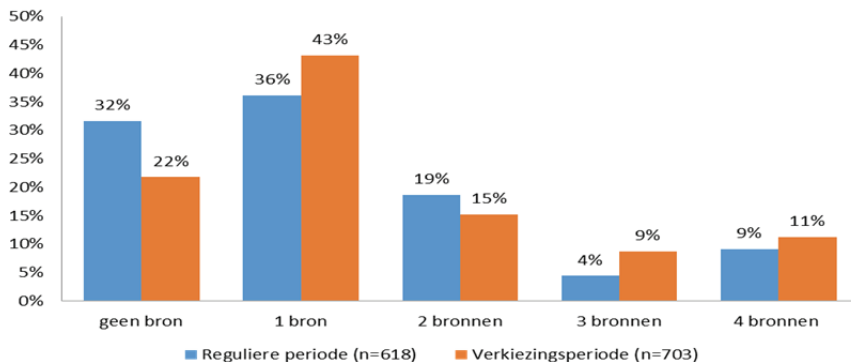
In figuur 7.1 is het aandeel van de artikelen weergegeven waarin geen bronnen werden opgevoerd en waarin 1, 2, 3 of 4 of meer bronnen werden opgevoerd.⁷⁹

⁷⁷ Ferla, G. (2013), *De burger: zinvol of alleen goed voor een quote?*, Zwolle, Windesheim, ongepubliceerde afstudeerscriptie.

⁷⁸ Hietbrink en Hermans (2013). *Regionale media, democratie en burgerschap*. Paperpresentatie Etmaal van de Communicatiewetenschap, 7 en 8 januari 2013, Rotterdam.

⁷⁹ Bij het coderen betekende het coderen van bijvoorbeeld de derde bron weliswaar dat er in een bericht 3 of meer bronnen werden opgevoerd, hiervan werd echter het aantal berichten met vier of meer bronnen afgetrokken, zodat het aantal berichten met precies drie bronnen overbleef. Die gegevens zijn hier gebruikt.

Figuur 7.1. Percentage berichten met respectievelijk 0, 1, 2, 3 en 4 of meer bronnen per bericht.



Figuur 7.1⁸⁰ suggereert dat de brontransparantie in de reguliere periode wat minder is dan tijdens de verkiezingen omdat er meer berichten zijn zonder bron. Tijdens de verkiezingscampagne zijn er ook meer berichten met drie bronnen en 4 of meer bronnen dan in de reguliere week. In ongeveer 1/3 van de berichten komen expliciet meerdere bronnen en dus mogelijk meerdere perspectieven aan bod.

Tabel 7.1. Gemiddeld aantal opgevoerde bronnen per bericht in offline- en online-berichten

	reguliere periode	verkiezingsperiode
totaal offline	1,28	1,54
totaal online	1,15	1,24
totaal	1,23	1,45

In beide periodes wordt gemiddeld per bericht zo'n 1 tot 1,5 bron opgevoerd. Tijdens de verkiezingsperiode voeren de media gemiddeld genomen meer bronnen op dan in een reguliere periode. Verder valt op dat er in de offline berichtgeving gemiddeld meer bronnen worden opgevoerd dan in de online berichtgeving (zie tabel 7.1).

In de figuren 7.2 en 7.3. is het gemiddelde aantal bronnen in beide periodes per specifiek mediumtype aangegeven. Het hoogste gemiddelde aantal bronnen tijdens de verkiezingen wordt opgevoerd door de lokale omroepen (2,11). De regionale omroepen en de regionale dagbladen scoren over het in het algemeen offline boven het

⁸⁰ Onder brontransparantie wordt hier de mate waarin het publiek middels bronvermelding inzicht krijgt in de bronnen die werden gebruikt voor het tot stand komen van de betreffende journalistieke productie.

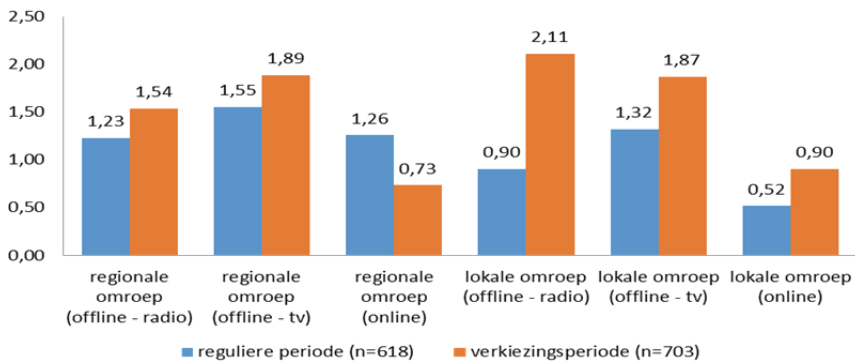
gemiddelde met zo rond de 1,5 bron per bericht. Online media en huis-aan-huis bladen zitten rond een gemiddelde van 1 bron per bericht.

In hoofdstuk 6 kwam aan de orde dat de gedrukte huis-aan-huisbladen relatief veel berichten over lokaal beleid publiceerden en daarmee op gemeentelijk niveau nauwelijks onderdeden voor de gedrukte regionale dagbladen. In figuur 7.4 is te zien dat de huis-aan-huisbladen qua bronvermelding onder het gemiddelde zitten en wat dat betreft achterblijven bij de regionale dagbladen, die boven het gemiddelde zitten. Lokale omroepen lijken in de reguliere week qua bronvermelding achter te blijven bij de regionale omroepen, maar tijdens de verkiezingen is dit verschil verdwenen.

Omroep vs. Print

Eén van de meest opvallende resultaten (zie figuur 7.2) is echter dat de omroepen, zowel op radio als op tv, tijdens de verkiezingen gemiddeld meer bronnen opvoeren dan in de reguliere periode. In veel gevallen stijgen ze daarmee uit boven het dagblad dat gemiddeld respectievelijk 1,64 en 1,50 bron. De verklaring is dat op de lokale en regionale radio en tv in verkiezingstijd vaak debatten worden uitgezonden.

Figuur 7.2. Verskil gemiddeld aantal bronnen in reguliere periode en verkiezingstijd bij de omroepen.

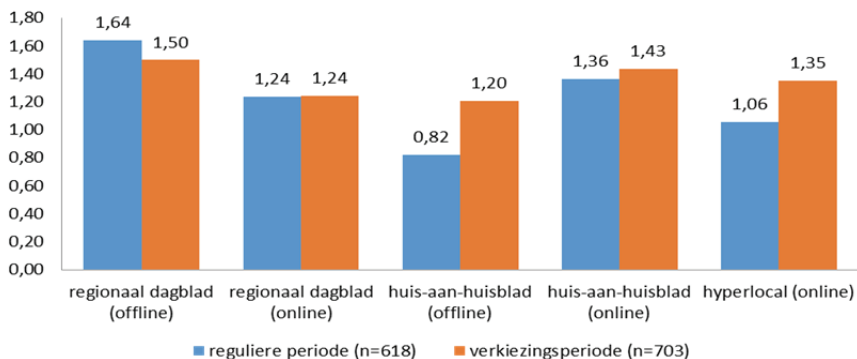


In deze genres treden veel vaker vier (of meer) bronnen op dan in andere genres. Van Voorst e.a. merkten bij hun verkiezingsonderzoeken in 2010 en 2011 ook al op dat het uitzenden van debatten een zeer positieve bijdrage was van de omroepen aan het verkiezingsnieuws.

In figuur 7.3 blijkt dat het regionale dagblad van de printmedia het hoogste aantal bronnen per bericht vermeldt, hoewel het opvallend is dat tijdens de verkiezingen in het nieuws over lokaal beleid gemiddeld minder bronnen worden opgevoerd dan in

een reguliere week. In de reguliere week komen de regionale dagbladen daarmee overall op een vierde plek.

Figuur 7.3. Gemiddeld aantal bronnen per bericht in een reguliere periode en in verkiezingstijd in de printmedia (incl. hyperlocals).



Op de websites van de regionale dagbladen worden minder bronnen opgevoerd: in beide periodes 1,24. Tijdens de verkiezingen is dat zelfs onder het gemiddeld. Verder valt op dat de huis-aan-huisbladen online veelvuldiger bronnen vermelden dan offline.

De hyperlocals tenslotte presteren tijdens de verkiezingen aanzienlijk beter met betrekking tot brongebruik (1,35) dan buiten de verkiezingen (1,06) maar nog steeds beneden het gemiddelde tijdens verkiezingstijd (1,45).

7.3.2 De verhouding tussen institutionele bronnen, maatschappelijk middenveld en burgers als bronnen.

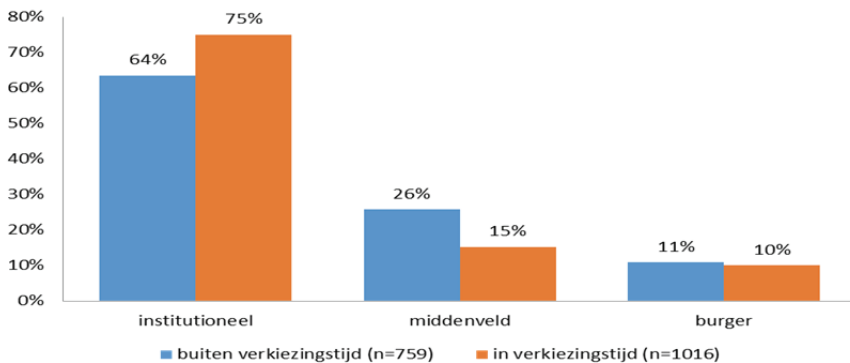
Resultaten per categorie bronnen

Eerst wordt ingezoomd op het overall gebruik van de verschillende categorieën bronnen. De berichtgeving blijkt in hoge mate institutioneel georiënteerd. Dit bevestigt het beeld dat eerder van de oriëntatie van regionale dagbladen werd geschetst.⁸¹ Buiten verkiezingstijd is 65% van de bronnen institutioneel, 26% van de bronnen behoort tot het maatschappelijk middenveld en slechts 11% van de bronnen is burger.⁸²

⁸¹ Zie Buijs, K. (2014). *Regiojournalistiek in Spagaat*. Den Haag: Boom.

⁸² Waarbij zoals gezegd een enge definitie van institutionele bronnen wordt gehanteerd, nl. exclusief bedrijven. Het maatschappelijk middenveld is daarentegen inclusief bedrijven

Figuur 7.4. Categorieën opgevoerde bronnen in reguliere periode en in verkiezings-tijd



Buijs tekende uit interviews met journalisten op dat zij in tijden van verkiezingen meer maatschappelijk gericht zijn en ook het perspectief van de burger belangrijker vinden. In de praktijk zien we echter dat berichtgeving over lokaal beleid in verkiezingstijd nog institutioneler van aard is dan in de reguliere periode.⁸³ Dat komt overeen met eerder kleinschalig onderzoek naar berichtgeving tijdens gemeentelijke⁸⁴ en provinciale⁸⁵ verkiezingen. Het aandeel van het maatschappelijk middenveld is tijdens de verkiezingen ingezakt en de geringe rol van de burger buiten de verkiezingen blijft in verkiezingstijd gehandhaafd.

Overigens betekent het percentage van 75% institutionele bronnen tijdens de verkiezingen, dat er gemiddeld in ieder bericht meer dan één institutionele bron zit (762 institutionele bronnen op 703 berichten) en slechts in één op de drie berichten een ander type bron.

Vervolgens richten we de blik op de afzonderlijke mediumtypen: print (inclusief hyperlocals) en omroep. In hoofdstuk 6 is te zien dat met name de printmedia qua hoeveelheid berichten over lokaal beleid het voortouw nemen. Het totale aantal opgevoerde bronnen is bij print dan ook hoger: 550 in de reguliere periode en 719 tijdens de verkiezingsperiode tegenover respectievelijk 209 en 297 voor de lokale en

⁸³ Buijs, K. (2014). *Regiojournalistiek in Spagaat*. Den Haag: Boom.

⁸⁴ Voorst, E. van, N. Hietbrink en B. Keulen (2010), *Lokale nieuwsmedia en de raadsverkiezingen van 2010, Een onderzoek naar de berichtgeving over de raadsverkiezingen door lokale nieuwsmedia in vijf gemeenten in Nederland*, Kenniscentrum School of Media, Zwolle.

⁸⁵ Hietbrink, N. en E. van Voorst (2011, december), 'Regionale Media: democratisch oog en oor van de provincie?', *Tijdschrift Openbaar Bestuur*, 12, 17-21.

regionale omroepen samen. Tabel 7.2. laat zien welke type medium in welke periode meer of minder institutioneel te werk gaat bij het nieuws over lokaal beleid.

Tabel 7.2. Institutionele bronnen, maatschappelijk middenveld en burgers bij printmedia en omroepen in een reguliere periode vergeleken met de verkiezingsperiode (print n=550 resp. n=719; omroep n=209 resp. n=297)

	reguliere periode				verkiezingsperiode			
	institutio- neel %	midden- veld %	burger %	<i>totaal</i> %	institutio- neel	midden- veld	burger	<i>totaal</i> %
print	65	25	10	100	68	20	12	100
omroep	59	27	14	100	91	4	5	100
gem. %	63	26	11	100	75	15	10	100

Er blijkt een aanzienlijk verschil te zijn in het brongebruik tussen de printmedia en de omroepen. In een reguliere periode is het gebruik van verschillende typen bronnen bij beide mediumtypen nog redelijk vergelijkbaar. In deze reguliere periode is het brongebruik bij de omroepen iets minder institutioneel van aard en raadplegen zij iets vaker het maatschappelijk middenveld en de burger. Tijdens de verkiezingen slaat het beeld volledig om en is 91% van de bronnen van de omroepen institutioneel van aard en komen het perspectief van de burger en het maatschappelijk middenveld nauwelijks meer aan de orde.

In een aanvullende analyse is de verdeling over categorieën bronnen verder uitgesplitst naar specifiek mediumtype (zie bijlage bij dit hoofdstuk). Hieruit blijkt dat er ook binnen printmedia en omroep aanzienlijke verschillen zijn in de verdeling over de categorieën bronnen. De meest evenwichtige bronverdelingen vinden we bij de regionale dagbladen (offline) en de huis-aan-huis bladen (offline). Deze media scoorden ook relatief goed op andere indicatoren (zie ook Hoofdstuk 6). Verder is de verdeling ook relatief evenwichtig in de uitzendingen van de lokale en de regionale radiozenders. Tijdens de verkiezingen is hiervan echter geen sprake meer: dan is de berichtgeving bij beide de radiozenders zeer institutioneel van aard.

Het maatschappelijk middenveld vormt buiten de verkiezingen ongeveer 1/3 van de bronnen bij het regionaal dagblad (offline), de lokale radio en bij alle drie de platforms van de regionale omroep. Tijdens de verkiezingen zakt de aandacht voor het maatschappelijk middenveld, al blijft die bij het gedrukte huis-aan-huis blad en de regionale dagbladen (incl. online) nog redelijk op peil (omstreeks 20%).

Verder blijkt dat het medium met het grootste percentage burgers de regionale omroep is (m.n. offline). Gemiddeld ongeveer 1/5 van de opgevoerde bronnen is daar

burger, maar het absolute aantal burgers blijft gering vanwege het relatief geringe aantal berichten dat de regionale omroep aan de gekozen gemeenten wijdt. Ook de lokale radio heeft buiten de verkiezingen een hoog percentage burgers (22%), maar zeker niet tijdens de verkiezingen (1%). Bij de gedrukte dag- en weekbladen varieert het aandeel burgers tussen 11% en 18%.

De regionale dagbladen voeren tijdens de verkiezingen meer burgers op dan in een reguliere periode (17% vs. 11%). Hier lijkt dan toch sprake te zijn van enige bevestiging van een ruimer toegepast burgerperspectief in tijden van verkiezingen.⁸⁶ Om een en ander in perspectief te plaatsen betekent dit dat in alle 16 regionale kranten samen in één week 54 burgerbronnen geteld werden in nieuws over lokaal beleid of in campagnenieuws: gemiddeld drie burgers per krant in een week. Het huis-aan-huis blad laat een omgekeerd patroon zien (11% tijdens en 18% buiten de verkiezingen). Maken we de rekensom voor de huis-aan-huis bladen tijdens de verkiezingen, verschijnen er in een week tijd in totaal 20 burgers in 45 titels, dat is precies 0,44 burgers in lokaal beleidsnieuws per editie (tegen 0,34 in de reguliere week).

Vrijwel over de gehele linie blijft de diversiteit van het brongebruik bij de online media achter bij die van de offline media. Hoge verwachtingen ten aanzien van online media worden in de praktijk niet waargemaakt.

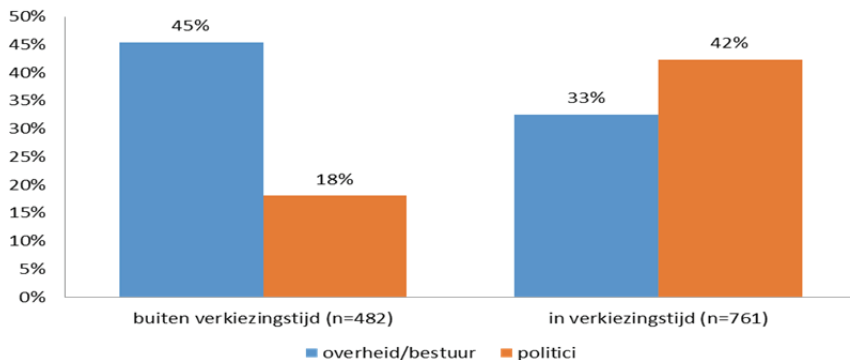
Met de grote verschillen tussen mediumtypen onderling in het achterhoofd kijken we tot slot naar de globale verdeling van specifieke brontypen binnen de drie categorieën institutioneel, maatschappelijk middenveld en burgers.

Institutionele bronnen

De categorie 'institutionele bronnen' bestaat uit twee typen bronnen: overheid/bestuur (de zittende macht en de ambtenarij) en politici (voor een belangrijk deel oppositie). In figuur 7.5 is een opmerkelijk verschil te zien. Buiten de verkiezingen is de categorie overheid/bestuur (45% van het totale aantal opgevoerde bronnen) het best vertegenwoordigd in het nieuws. Oppositionele geluiden lijken hierbij ver achter te blijven (18%). In verkiezingstijd zijn de rollen omgedraaid. Nu lijken alle partijen aan het woord te komen, vooral politici (waaronder raadsleden) buiten het bestuur (42%). Overheid en bestuur blijven nu achter (33%), maar krijgen, zeker vergeleken met de niet-institutionele bronnen, nog steeds relatief veel aandacht.

⁸⁶ Zie Buijs, K. (2014). *Regiojournalistiek in Spagaat*. Den Haag: Boom.

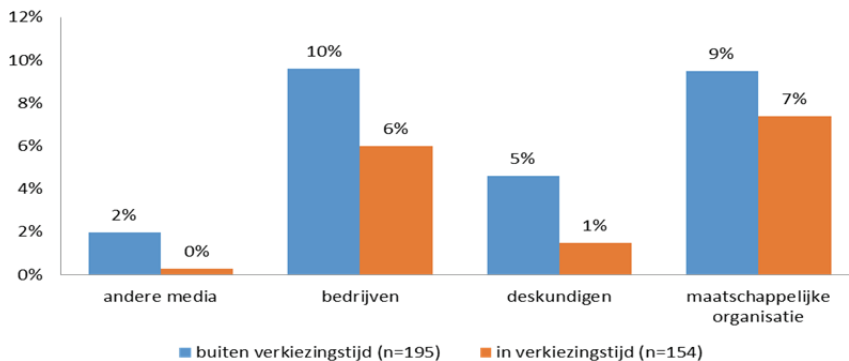
Figuur 7.5. De verdeling van institutionele bronnen in een reguliere periode vergeleken met een verkiezingsperiode.



Het maatschappelijk middenveld als bron

In figuur 7.6 is te zien dat de geringe aandacht voor het maatschappelijk middenveld tijdens de verkiezingen over de gehele linie speelt. Maatschappelijke organisaties worden nog het meest geraadpleegd (7%) in verkiezingstijd. Bedrijven vormen in verkiezingstijd nog 6% van de opgevoerde bronnen.

Figuur 7.6. Het maatschappelijk middenveld als bron in een reguliere periode en in verkiezingstijd als percentage van het totale brongebruik.



Afbeelding 2. Voorbeeld van de participerende burger. (bron: De Stentor)

Deventenaar vecht huisvuilboete aan

DEN HAAG/DEVENTER - Huisvuiltoerisme kun je het nog net niet noemen, maar de Deventenaren lijken steeds vaker hun huisvuilzakken in 'gratis' afvalcontainers te deponeren. „Na een huisvuilboete van 91 euro neem ik mijn huisvuilzakken mee naar mijn kantoor in Twello en gooi ze daar in de afvalcontainer”, zei Deventenaar Herman Bessels gisteren bij de Raad van State. Daar vocht Bessels een huisvuilboete van de gemeente Deventer aan. Volgens de gemeente heeft Bessels op 3 maart 2013 zijn huisvuilzak 'verkeerd aangeboden'. Bessels probeerde eerst zijn afvalzak in de dichtstbijzijnde afvalcontainer aan de Stromarkt te deponeren. Maar die ging door een storing

niet open. Vervolgens liep hij naar de container aan de Nieuwmarkt en die ging ook niet open, aldus Bessels. De gemeente Deventer denkt daar anders over. „Wij hebben een passiesysteem en kunnen aan de hand van de pasgegevens zien dat Bessels zijn zak in de Stromarktcontainer wilde deponeren. Die ging niet open. Daarna heeft hij de zak op de Stromarkt achter gelaten. Wij hebben geen gegevens dat hij zijn pas bij de Nieuwmarktcontainer heeft gebruikt”, aldus de gemeenteraadsvoerder. Stadsraad S. Wortmann wilde weten of Bessels betere tegenbewijzen had. Maar die had Bessels niet. „Ik heb geen verklaring voor het feit dat ik niet bij de Nieuwmarktcontainer ben gere-

gistreed. Maar ik heb de vuilniszak die zondag nog naar mijn kantoor in Twello gebracht. En dat doe ik voortaan altijd”, aldus Bessels. Ook medestadter, buurman en Bessels' woonvoerder Ioris Stajien heeft zijn afvalgedrag na Bessels' boete veranderd. „Na de boete voor Bessels neem ik mijn huisvuil ook mee naar mijn kantoor en gooi het daar in de container. Immers, elke zak die je in een container gooit kost je 2,50 euro”, aldus Stajien.

Een gemeenteraadsvoerder benadrukte dat de meeste Deventenaren in het centrum en in de hoogbouw geld terugkrijgen door dit systeem.

De Raad van State doet over zes weken uitspraak.

Opmerkelijk genoeg worden deskundigen tijdens de verkiezingen nauwelijks geraadpleegd (1%) terwijl. In de literatuur wordt nu juist het belang van de deskundige als (relatief) onafhankelijke en goed geïnformeerde bron veelvuldig benadrukt.⁸⁷

7.3.3 De burger in het nieuws: tijdens en buiten de verkiezingen.

Tot slot is de vraag in welke verhouding verschillende typen burgers in het lokale en regionale nieuws over lokaal beleid als bron worden opgevoerd. Eerder (kleinschalig) onderzoek suggereert dat de burger veelal in de rol van toevallige voorbijganger of vox pop wordt opgevoerd in het reguliere landelijke en regionale nieuws^{88,89}. Hier wordt gekeken of dat ook structureel het geval is in het lokale en regionale nieuws betreffende lokaal beleid. Een tweede, meer traditionele en iets inhoudelijker rol is die van betrokkene, slachtoffer of ooggetuige. Daartegenover staat dat de theorie van de civiele journalistiek aanbeveelt om de burger een meer actieve rol te laten spelen in het nieuws:

⁸⁷ Kussendrager, N. en D. van der Lugt, B. Verschoor (2014), *Basisboek Journalistiek*, Groningen Wolters Noordhoff.

⁸⁸ Kleemans, M., Oudenbroek, D., Hermans, L., & Schaap, G. (2014). *Meer 'Miep' in het journaal? Een longitudinale inhoudsanalyse naar de veranderende rol van geïnstitutionaliseerde bronnen en burgerbronnen in televisienieuws* (Paper gepresenteerd Etnaal van de Communicatiewetenschap, 2014 Wageningen).

⁸⁹ Hietbrink en Hermans (2013). *Regionale media, democratie en burgerschap*. Paperpresentatie Etnaal van de Communicatiewetenschap, 7 en 8 januari 2013, Rotterdam.

bijvoorbeeld als participierend in maatschappelijke processen en debatten en/of als vertegenwoordiger van een groep.⁹⁰

In figuur 7.7 zijn de burgers opgevoerd als bron per onderscheiden rol weergegeven als percentage van het totaal aantal bronnen in het nieuws. Zowel tijdens als buiten de verkiezingen speelden de burgers een ondergeschikte rol. In totaal is ongeveer één op de tien bronnen een burger. In de verkiezingsweek werden 101 burgers als bron opgevoerd in de 20 onderzochte gemeenten. Dat is 5 per gemeente, in alle onderzochte media (tussen de 9 en de 13 per gemeente).

Uit figuur 7.7 blijkt dat tijdens de verkiezingen de burger het meest in de rol van vertegenwoordiger van een groep wordt opgevoerd, terwijl deze rol in een reguliere periode juist het minst voorkomt in nieuws over lokaal beleid. Dit lijkt erop te duiden dat lokale en regionale journalisten in verkiezingstijd relatief veel moeite doen om informatierijke burgerbronnen aan te boren. Daartegenover staat dat de andere als actief aangemerkte burgerbron, de individueel participerende burger, tijdens de verkiezingen een kleiner aandeel van de burgerbronnen inneemt (1,4%, tegen 2,8% buiten de verkiezingen). Al met al valt op dat in het verkiezingsnieuws de helft van de burgers een actieve, participerende rol speelt. Dat is een groter aandeel dan eerder in onderzoek naar de algemene berichtgeving van regionale media werd gevonden.

Afbeelding 3. Voorbeeld van de burger als vertegenwoordiger van een groep
(bron: *BN/De Stem*).

24 STAD EN STREEK

KBO: meer dan kaarten, kienen en keuvelen

door Janine van de Casteele

ULVENHOUT - „Het is een misverstand om te denken dat de KBO zich alleen bezighoudt met de drie K's: kienen, kaarten en keuvelen.“ Dat wil voorzitter Ben Martens van de Kring Breda maar even gezegd hebben. „We behartigen het belang van senioren en zijn een serieuze gesprekspartner van gemeenten, pensioenbonden, ziektekostenverzekeraars en dergelijke.“ Met medebestuurders Rien van Ginneken, Jan van Berkom en Piet Houtepen neemt Martens het draaiboek door voor het symposium dat vandaag plaatsvindt bij Partycentrum IJegeland in Ulvenhout ter gelegenheid van het 65-jarig bestaan. Het thema, „Wonen, Welzijn en Zorg“, is actueel. „De decentralisatie van de AWBZ, die op ons afkomt, heeft gevolgen voor de WMO. Daarom is het goed om de vinger aan de pols te houden“, zegt Van Berkom. Hij vertegenwoordigt de

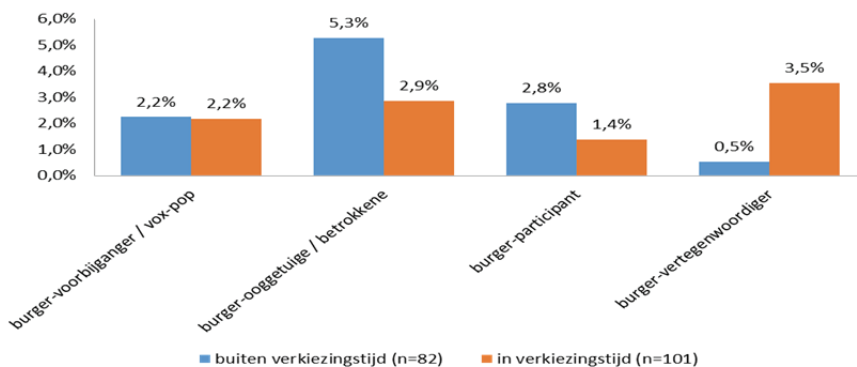


deling, is volledig afhankelijk van deze accommodatie. De activiteiten van de tien KBO-afdelingen worden vier à vijf keer per jaar op elkaar afgestemd door de Kring Breda, het overkoepelend orgaan. Ook vinden er gezamenlijke bijeenkomsten plaats, zoals een verkiezingsdebat (zie kader). Daarnaast is de KBO vertegenwoordigd in het Ouderen Overleg Breda, de Klankbond-groep WMO, de Cliëntenraad en de Inspiratietafel van de gemeente Breda. „Vergeleken met andere Brabantse steden loopt de Kring Breda voorop voor wat betreft de samenwerking met de instanties“, vindt Martens.

Op dinsdag 11 maart worden alle Bredase politieke partijen aan de tand gevoeld voor de ouderenbonden ANBO, KBO en PCOB. Het verkiezingsdebat vindt plaats bij de Tussenspaz, Kerckstraat 10 in Bavel en begint om 20.00 uur.

⁹⁰ Zie ook Ahva, Laura (2010). *Public Journalism and Professional Reflexivity in Finnish Newspapers*. Tampere: Tampere University Press. Published online: <http://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/66684/978-951-44-8288-5.pdf?sequence=1>

Figuur 7.7. Burgers opgevoerd in verschillende rollen tijdens en buiten de verkiezingen



In het nieuws over lokaal beleid hadden in beide periodes ongeveer 1/5 van alle opgevoerde burgers de rol van vox-pop. Het lijkt er dus eveneens op dat in het kader van beleidsrelevant nieuws dit populaire journalistieke middel minder vaak wordt toegepast dan gemiddeld.

In de reguliere periode is de meest voorkomende rol die van ooggetuige/betrokkene (één op de twintig bronnen). Tijdens de verkiezingen daalt het percentage van deze weliswaar inhoudelijke, maar vanuit het oogpunt van burgerschap een relatief passieve rol. De conclusie luidt dat de burger zeer weinig wordt opgevoerd als bron, maar als deze tijdens de verkiezingen wordt geraadpleegd, dan is dat iets vaker in een actieve rol waarin het burgerperspectief in de regel relatief goed naar voren komt.

7.4. Conclusies

De eerste deelvraag in dit hoofdstuk luidde:

Hoe groot is het aantal opgevoerde bronnen tijdens en buiten verkiezingstijd bij de verschillende mediatypen?

Het eerste dat opvalt is dat er een relatief groot aantal berichten zonder expliciet opgevoerde bron is gevonden. Dat komt overeen met eerder onderzoek. De transparantie van een deel van het lokale en regionale nieuws laat te wensen over.

Uit de resultaten blijkt verder dat het aantal opgevoerde bronnen in nieuws over lokaal beleid tijdens de verkiezingen gemiddeld hoger is dan in een reguliere

periode. Afgemeten aan het aantal opgevoerde bronnen lijkt de kwaliteit van het nieuws tijdens de verkiezingen hoger dan in een reguliere periode. Het aantal berichten met 2 of meer bronnen, waarin dus mogelijk meerdere perspectieven aan de orde komen, is zowel in verkiezingstijd als daarbuiten maar ongeveer 1/3 van het totale aantal berichten.

Verder zijn er aanzienlijke verschillen tussen de verschillende mediatypen. Buiten verkiezingstijd voeren de printversies van de regionale dagbladen per bericht gemiddeld de meeste bronnen op terwijl het huis-aan-huis blad, dat ook relatief veel berichten over lokaal beleid plaatst, wat het gebruik van bronnen betreft alleen de website van lokale omroepen achter zich laat (gemiddeld 0,5 bron per bericht).

Tijdens de verkiezingen kantelt het beeld in het voordeel van de lokale en regionale omroepen (m.n. offline). Die laten dan, vooral vanwege verkiezingsdebatten, met relatief veel opgevoerde bronnen per uitzending, het hoogste gemiddelde aantal bronnen zien.

Tot slot valt op dat vrijwel over de gehele linie de online media minder bronnen per bericht opvoeren dan de traditionele offlinemedia. De kwaliteit van online media (zowel hyperlocals als online versies van print en omroep) blijft qua brongebruik vooralsnog achter bij de offline media. Van een onlinefirst-benadering lijkt, in ieder geval gemiddeld genomen, geen sprake. Ook de hyperlocals scoren qua aantal opgevoerde bronnen per bericht minder dan gemiddeld.

De tweede deelvraag was:

Wat is de verhouding in het opvoeren van institutionele bronnen, het maatschappelijk middenveld en burgers in de nieuwsvoorziening van lokale en regionale media tijdens en buiten verkiezingstijd?

Uit de analyses blijkt dat het brongebruik van lokale en regionale media, waar het nieuws dat relevant is voor de gemeentepolitiek betreft, overwegend institutioneel van aard is. Tweederde van de bronnen komt van overheid en politiek. In tegenstelling tot de verwachting die Buijs in zijn proefschrift over regionale dagbladen uitspreekt, is het nieuws tijdens de verkiezingscampagne bij alle mediatypen institutioneler van aard, met driekwart institutionele bronnen.

In de totale berichtgeving is in beide periodes gemiddeld slechts een op de tien bronnen een burger. De grotere institutionele inbreng gaat tijdens de verkiezingsperiode volledig ten koste van het middenveld. De resultaten vormen een sterke aanwijzing dat de in de inleiding genoemde expressiefunctie van de media afgemeten aan het brongebruik zeer matig uit de verf komt.⁹¹ Media lopen hiermee het gevaar onvol-

⁹¹ Overigens zijn speciale verkiezingspagina's van media in dit onderzoek niet meegenomen, voor zover ze geen unieke nieuwsberichten bevatten. Met name de pagina 'hete hangijzers' van RTV

doende tot uitdrukking te brengen wat er onder de bevolking leeft.

Bij de omroepen zijn de verschillen tussen het brongebruik in de verkiezingscampagne en de reguliere periode veel extremer dan bij de printmedia. Tijdens de verkiezingen zijn negen van de tien opgevoerde bronnen bij de omroepen institutioneel en worden de perspectieven van de burger (één op twintig) en het middenveld (één op twintig) gedecimeerd. In de inhoudelijke bijdrage aan het verkiezingsnieuws van de omroepen in de vorm van debatten lijkt de burger een zeer ondergeschikte rol te spelen.

Gemiddeld genomen wordt er tijdens de verkiezingen per bericht meer dan één institutionele bron opgevoerd en komt er maar in één op de drie berichten een andere bron aan het woord. In één op de zeven berichten is die andere bron een burger.

Juist van lokale en regionale media, die zich ten doel stellen tot in de haarvaten van de samenleving door te dringen, zou men mogen verwachten dat het perspectief van de burger en het maatschappelijk middenveld, ook in het beleidsrelevante nieuws een belangrijke rol speelt. We zien hier dat niet alleen bij de regionale dagbladen weinig aandacht wordt besteed aan het perspectief van de burger, maar dat dit mediabreed het geval blijkt te zijn. Bij de andere media blijkt er nog minder aandacht te zijn voor de inhoudelijke bijdragen die burgers kunnen leveren als bron. Ten tweede valt op dat de verwachting dat het burgerperspectief tijdens de verkiezingen belangrijker zou (moeten) zijn⁹², dit in de bronvermelding mediabreed niet terug te vinden is.

Binnen de institutionele bronnen krijgt de zittende macht tijdens de verkiezingen aanzienlijk minder aandacht dan buiten de verkiezingen. Niet raadsleden, kandidaten en andere politici krijgen meer speelruimte tijdens de verkiezingsperiode. Dat laatste roept uit het oogpunt van de controlerende functie van de gemeenteraad op zijn minst vragen op die gerelateerd zijn aan de kritiekfunctie van de media: buiten de verkiezingen om kan vooral de zittende macht zijn zegje doen.

Over het brongebruik betreffende het middenveld valt vooral op dat dit in de verkiezingsperiode afneemt en met name waar het de deskundige als bron betreft. Zeker in tijden dat het er in gemeenten om spant kunnen (onafhankelijke) deskundige bronnen voor de burger een belangrijke bijdrage leveren. Zij worden gevraagd om hun inhoudelijk kennis en kunnen ingewikkelde onderwerpen zoals decentralisatie, infrastructuur en dergelijke duiding en achtergrond geven zonder dat ze inhoudelijk betrokken zijn. De resultaten tonen dat de lokale en regionale media de burger (als publiek) over het geheel genomen geen goede dienst bewijzen.

Noord Holland lijkt een uitstekend voorbeeld van het uitvoeren van de expressiefunctie. Een voorbeeld dat wij niet in de analyses hebben mee kunnen nemen.

⁹² Buijs, K. (2014). *Regiojournalistiek in Spagaat*. Den Haag: Boom.

De laatste deelvraag luidt:

In welke rollen wordt de burger in lokale en regionale media opgevoerd als bron, tijdens en buiten verkiezingstijd?

Het positieve punt is dat de burger bij nieuws over lokaal beleid minder vaak in de rol van vox pop wordt opgevoerd dan in het algemene nieuws. Slechts ongeveer 20% van de burgers is vox pop. Dit is positief omdat de burger als vox pop in de regel niet of nauwelijks een inhoudelijke bijdrage levert. Dat de burger in de verkiezingsperiode iets vaker in een actieve participerende rol wordt opgevoerd dan in een reguliere periode is ook positief te noemen.

Alles overziend geeft de analyse van de opgevoerde bronnen in het nieuws over lokaal beleid een weinig rooskleurig beeld: het brongebruik (of op zijn minst de brontransparantie) lijken te wensen over te laten, alleen al om het feit dat in 1/3 van de berichten geen bron vermeld wordt, het brongebruik sterk institutioneel van aard is en minder divers dan mogelijk of noodzakelijk lijkt. Hierop zijn enkele uitzonderingen, met name de gedrukte versie van het regionale dagblad. Maar juist bij dat medium vallen harde klappen en wordt er in meer gedetailleerd onderzoek op zwakke plekken gewezen.⁹³ Andere media met een relatief divers brongebruik kampen met tekortkomingen op ander indicatoren: de regionale omroep bericht, zeker in kleine gemeenten relatief weinig. Huis-aan-huis bladen bieden minder bronnen per bericht en minder achtergrond. Over het geheel genomen is de situatie voor wat betreft de expressiefunctie van de lokale en regionale media zorgelijk; het burgerperspectief komt maar mondjesmaat aan bod, hoewel burgers als ze tijdens verkiezingen worden opgevoerd wel in een actievere rol worden opgevoerd. Ook de controlerende functie van de media komt met name tijdens de verkiezingen in de knel door veelal institutioneel brongebruik en weinig aandacht voor het middenveld, met name deskundigen.

In een breder perspectief zijn nog de volgende opmerkingen te plaatsen. Waar in hoofdstuk 6 bleek dat de regionale dagbladen, op de voet gevolgd door de huis-aan-huis bladen, voor een aanzienlijk deel van de berichtgeving zorgen, blijkt dat qua brongebruik de kwaliteit van de huis-aan-huisbladen een stuk minder is. Dat regionale dagbladen nog relatief gunstig afsteken bij de overige media, in een tijd dat juist deze media het financieel zwaar te verduren hebben, voorspelt weinig goeds. De alom gehoorde belofte dat het Internet o.a. via burgerjournalistieke initiatieven een welkome verrijking voor het medialandschap zou zijn, wordt nog bij lange na niet ingelost. Afgemeten aan het brongebruik komt ook bij hyperlocals het burgerperspectief nauwelijks aan bod en is het brongebruik in hoge mate institutioneel.

⁹³ Zie Buijs, K. (2014). *Regiojournalistiek in Spagaat*. Den Haag: Boom

Lokale media kampen met problemen op het gebied van financiën, capaciteit en professionaliteit. De analyse van de opgevoerde bronnen geeft duidelijke aanwijzingen dat de zorgen die ook regionale en lokale journalisten zelf steeds vaker uiten terecht lijken te zijn. Gemiddeld genomen is het brongebruik in nieuws over lokaal beleid beperkt, weinig divers en sterk institutioneel van aard. De conclusie uit deel 1 dat de situatie in kleine gemeenten nog vele male slechter is dan gemiddeld maakt deze constatering nog zorgelijker.

Bijlage bij Hoofdstuk 7

Tabel 3. Verdeling over categorieën bronnen per specifiek mediumtype buiten en tijdens de verkiezingen

mediumtype	% institutioneel		% maatschappelijk middenveld		% burgers	
	regulier	verkiezing	regulier	verkiezing	regulier	verkiezing
regionaal dagblad (offline)	58	63	30	19	11	17
regionaal dagblad (online)	72	81	22	17	6	3
huis-aan-huisblad (offline)	57	63	24	26	18	11
huis-aan-huisblad (online)	78	88	22	2	0	9
hyperlocal (online)	93	84	7	10	0	5
lokale omroep (offl.-radio)	47	93	31	7	22	1
lokale omroep (offline - tv)	100	93	0	1	0	6
lokale omroep (online)	94	93	6	7	0	0
regionale omroep (off-rad)	38	85	35	0	27	15
regionale omroep (offl - tv)	45	76	35	0	19	24
regionale omroep (online)	61	82	35	0	4	18

Tabel 4. Totaal aantal opgevoerde bronnen per mediumtype

mediumtype	aantal bronnen reguliere periode	aantal bronnen verkiezingsperiode
regionaal dagblad (offline)	227	313
regionaal dagblad (online)	99	72
huis-aan-huisblad (offline)	87	177
huis-aan-huisblad (online)	74	85
hyperlocal (online)	28	58
lokale omroep (offl.-radio)	36	150
lokale omroep (offline - tv)	29	71
lokale omroep (online)	16	28
regionale omroep (off-rad)	48	20
regionale omroep (offl - tv)	31	17
regionale omroep (online)	49	11

Dankwoord

Dit onderzoek heeft heel wat voeten in de aarde gehad. In het afgelopen jaar hebben tal van mensen op uiteenlopende wijzen een bijdrage geleverd aan het onderzoek door mee te denken, informatie te delen, pdf-uitgaven en av-bestanden beschikbaar te stellen en toegang tot online media te verschaffen. De deur stond bij vrijwel alle organisaties en contactpersonen voor ons open. Wij zijn eenieder van hen bijzonder erkentelijk en willen via deze weg onze dank uitspreken.

In het bijzonder willen wij daarbij de volgende personen bedanken:

Het bestuur, alsmede de directie van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek, voor het in ons gestelde vertrouwen.

'Datateam':

Kevin Bonhoff, Leanne Jansen & Johan Schoemaker

Studenten/codeurs Hogeschool Windesheim - in willekeurige volgorde:

Kevin van Vliet, Inge Hirschler, Brent van Ooijen, Jessica Heggens, Lianne Meijeringh, Ilse de Weerd, Jolien van Gaalen, Hanneke Lindenburg, Bram den Hertog, Bart Draper, Laura Wessels, Roxanne Polkamp, Arjen Bosselaar, Jeroen Admiraal, Saskia Viet, Marloes Geerdink, Floris Hulleman, Rutger Springer, Tristan Braakman, Mario Miskovic, Youri Vermij, Suzanne Hanzens, Suzanne Morren, Wouter Simpelaar, Bas Heerink, Rick Dijks, Ronald Oostingh, Ton van der Laan, Jeffrey van Dooren, Judith Hof, Melanie Zwart & Niels Buimer

Tevens willen wij graag bedanken - in willekeurige volgorde:

Drs. Evert van Voorst: docent en onderzoeker kenniscentrum Media Windesheim (lectoraat Media & Civil Society), Sandra van Laar, Willeke Franssen: DVJ-Insights, Tim Knaapen: DVJ-Insights, Justin de Kleuver: DSP, Annelies van der Horst: DSP, Henri Beunders, Edmund Lauf: Commissariaat voor de Media, Nel Ruigrok: Nieuwsmonitor, Devid Illievski: VU, Nico Kussendrager: Hogeschool Utrecht, Drs. Paul van der Cingel: Research voor de Regio, Margo Smit: VvOJ, Richel Bernsen: Stichting ROOS, Toos Bastiaansen: OLON, Flip van Willigen: TV Enschede FM, Renzo Veenstra: TV West, Johan de Koster: RTV Rijnmond, Klaas Geert Bakker: RTV Rijnmond, Michel van der Voort: Regionaal Media Centrum Twente, Sander

Kuipers: NDC mediagroep, Juliette van Eeten: Dichtbij.nl, Wendy de Liefde: Dichtbij.nl, Jaap den Ouden: Dichtbij.nl, Jantine van den Hoven: Dichtbij.nl, Gerard Hullegie: Omroep Flevoland, Dirk van Nieuwpoort: Havenstad FM, John Veldhuizen: Barneveldse Krant, Babette Horeman: Algemeen Dagblad, Ton van de Giessen: Algemeen Dagblad, Leo Hauben: L1, Audy Breur: Youseeradio, Martine Bouwes: Wegener Media, Gerard Tamson: Wegener Media, René Kloeg: BN/DeStem, Tim Zunneberg: Omroep Brabant, Hans van der Aa: Omroep Brabant, Harry Broekhof: HDC Media, Abram Muijs: De Bunschoter, Sjaak Koops: LOS (Bunschoten), Mariska Fennema: RTV Utrecht, Erik Veuger: RTV Utrecht, Fred Pruim: De Telegraaf, Petra van Asten: Omroep West, Victor Posthuma: Omroep West, Frans van Rijnsouw: Stadsradio Delft, Henk ten Katen: Nieuw Bathmense Krant, Jacqueline Boekema: Nieuwsblad Steden Driehoek, Marco Tijink: Deventer tv, Bas Tijhaar: Deventer Centraal, André Huitinga: OOG, Hans de Preter: Groninger Internet Courant, Jeroen ten Asbroek: Weekblad Rond Haaksbergen, Laura Smit: Jouwhaaksbergen.nl, Sharon Pas: RTV Noord-Holland, Edgar van Santen: RTV Noord-Holland, Nico Prins: Compleet FM, Lotte Knoppen: Friesch Dagblad, Casper Smits: Omroep LEO, Erwin Hoving: De Veldenkrant, Maarten Daam: N1, Gert Foekens: Omroep 527, Leny Verplancke: Bollenstreek Omroep, Jan van Vegchel: RTV Rijnmond, Alexander Noordijk: Omroep Hoeksche Waard, Tanja Clercx: RTV Roermond, Olaf Simons: TVellef, Klaas Zuidersma: Actief Media, Marijke Verhoef: Het Kontakt/Vianen, Herman Wevers: SRC FM, Martin Blankman: Zaanradio, Natascha Bardina, Barbra Wouda .